惠达卫浴股份有限公司

HUIDA SANITARY WARE CO., LTD

（河北省唐山市丰南区黄各庄镇惠达路 7 号）

HUIDA 惠达

首次公开发行股票并上市

招股说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）

中国平安

保险·银行·投资

平安证券股份有限公司

（深圳市福田中心区金田路 4036 号荣超大厦 16-20 层）

惠达卫浴股份有限公司
首次公开发行股票招股说明书

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。

本次公开发行的股票包括公司公开发行新股和公司股东公开发售股份（即老股转让），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。

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	公司公开发行新股与公司股东公开发售股份的数量合计不超过7,104万股。其中：（1）公司公开发行新股的数量不超过7,104万股；（2）公司股东公开发售股份的数量不超过3,552万股，且不得超过自愿设定12个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量
每股面值	1.00元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过28,415万股
保荐人（主承销商）	平安证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2017年1月3日

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：

公司控股股东及实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟承诺：自公司股票在上海证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理其直接或间接持有的公司上市前已发行股份，也不由公司回购该等股份。

公司股东黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资、助达投资、伟业投资、九鼎

投资十一家合伙企业、杨春、杜国锋、肖铁山和王涛承诺：自公司股票在上海证券交易所上市交易之日起十二个月内，不转让或委托他人管理其直接或间接持有的公司上市前已发行股份，也不由公司回购该等股份。

公司控股股东及实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟，直接持有公司股份的董事和高级管理人员杜国锋、肖铁山承诺：若其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格应不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，其直接或间接持有的公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。若惠达股份股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整。其不因在公司职务的变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

公司董事、监事和高级管理人员王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、董敬安、王凤山、李洪武、肖铁山、李开元、邢锦荣、宋子春、吴萍萍承诺：在其担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过其直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五；在其离职后半年内，不转让其直接或间接持有的公司股份。

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、准确、完整。

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

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

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

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

重大事项提示

本公司提醒广大投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“风险因素”章节的全部内容，并应特别注意下列重大事项：

一、本次新股公开发行和老股公开发售方案

2014 年 11 月 15 日，公司召开 2014 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市方案的议案》，根据询价结果，若预计新股发行募集资金数额（扣除发行费用后）超过本次募投项目所需资金的，本公司股东将公开发售股份。具体安排如下：

1、公司发行新股和公司股东公开发售股份的数量合计不超过 7,104 万股；

2、公司公开发行新股的数量不超过 7,104 万股，本次公司公开发行新股的最终数量将在综合考虑本次发行的定价结果及公司募集资金投资项目资金需求的基础上合理确定，且应符合相关法律、法规的规定；

3、公司股东公开发售股份的数量不超过 3,552 万股，且不超过自愿设定 12 个月以上限售期的投资者获得配售股份的数量；

4、公司股东公开发售股份后，公司的股权结构不应发生重大变化，实际控制人不应发生变更；

5、本次公开发行时，公司股东王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟和黄各庄经管站将遵循平等自愿的原则协商确定各自公开发售股份的数量，协调无法达成一致意见时，将按照发行前各自的持股数量占比确定各自公开发售股份的数量；上述股东公开发售股份数量不超过其所持有本公司股份总数的 25%。

2015 年 11 月 10 日，公司召开 2015 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于<关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市方案的议案>延期的议案》，对 2014 年度第二次临时股东大会上通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市方案的议案》的有效期进行延长，延长期限为自本次股东大会审议通过之日起 12 个月有效。

2016 年 10 月 10 日，公司召开 2016 年第一临时股东大会，审议通过了《关于<关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市方案的议案>延期的

议案》，对 2014 年度第二次临时股东大会上通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市方案的议案》的有效期进行延长，延长期限为自本次股东大会审议通过之日起 12 个月有效。

二、发行前滚存未分配利润分配方案

根据本公司 2014 年第二次临时股东大会决议，若公司本次公开发行股票并上市成功，则首次公开发行股票前滚存的未分配利润由发行后新老股东依其所持股份比例共同享有。

三、本次发行上市后的利润分配政策和分红规划

公司 2014 年 11 月 15 日召开的 2014 年第二次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，有关股利分配的政策为：

公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，兼顾公司的可持续发展，并遵守以下规定：

（一）利润分配的原则

公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报和有利于公司长远发展，利润分配政策应保持连续性和稳定性，公司积极履行现金分红政策并坚持如下原则：

1、按法定顺序分配的原则；

2、存在未弥补亏损，不得向股东分配利润的原则；

3、同股同权、同股同利的原则。

（二）利润分配形式和间隔期间

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利；具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红进行利润分配；利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

在当年归属于母公司所有者的净利润为正的前提下，公司原则上每年进行一次利润分配，董事会可以根据盈利和资金需求情况提议公司进行中期利润分配。

（三）现金分红的条件和最低比例

当公司当年实现的可供分配利润为正数且审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告且在公司外部经营环境和自身经营状况未发生

重大不利变化、无重大投资计划或重大现金支出发生、满足公司正常生产经营的资金需求的情况下，公司应当首先采取现金方式分配利润，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。

重大投资计划或者重大现金支出指以下情形之一：

1、公司未来 12 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%；

2、公司未来 12 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%。

上述重大投资计划或重大现金支出须经董事会批准，报股东大会审议通过后方可实施。

（四）发放股票股利的具体条件

在公司面临现金流不足时可以考虑采用发放股票股利的利润分配方式；公司经营状况良好，公司可以在满足上述现金分红后，综合考虑公司成长性、每股净资产和每股收益的摊薄等因素，采用股票股利方式进行利润分配。

如公司同时采取现金及股票股利分配利润的，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司实施差异化现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

董事会每年在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的基础上，根据上述原则提出当年利润分配方案。

（五）利润分配应履行的审议程序

1、利润分配方案应经公司董事会审议通过后提交股东大会审议。董事会在审议利润分配方案时，须经全体董事过半数表决同意，独立董事对利润分配方案

发表独立意见。监事会应对董事会制定利润分配方案的决策和程序进行监督。

2、股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上表决同意。

在特殊情况下公司无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。股东大会审议当年利润分配方案时应当提供网络投票表决方式，且该方案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审议通过。

（六）利润分配方案的研究论证程序

1、董事会在制定现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。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。

2、董事会、监事会和股东大会在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过接听投资者电话、公司公共邮箱、网络平台、召开投资者见面会等多种渠道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，及时答复中小股东关心的问题。

（七）调整利润分配政策的具体条件、决策机制与程序

1、公司因生产经营、投资规划和长期发展的需要，或者因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，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，“外部经营环境或者自身经营状况的较大变化”是指以下情形之一：

（1）国家制定的法律法规及行业政策发生重大变化导致公司经营亏损；

（2）出现地震、台风、水灾、战争等不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经营亏损；

（3）中国证监会和证券交易所规定的其他事项。

2、董事会制定有关调整利润分配政策的议案时应当充分听取独立董事的意见；利润分配政策调整应经董事会审议通过后提交股东大会审议。董事会在审议调整利润分配政策时，须经全体董事过半数表决同意，董事会审议通过的有关调

整利润分配政策的议案，独立董事应当发表明确意见。如该议案包含对公司章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的内容，股东大会审议该议案时应当提供网络投票表决方式，且该议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审议通过。监事会对利润分配政策的调整进行监督。

（八）其他事项

存在股东违规占用公司资金情况的，公司进行利润分配时应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

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。

除上述规定外，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，增加股利分配决策的透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司制定了《公司发行上市后股利分配规划和计划的议案》，对公司上市后的利润分配作出了进一步安排。

关于公司利润分配政策及股东未来分红回报规划的具体内容，请详细参见本招股说明书之“第十四节 股利分配政策”中的相关内容。

四、公司股东股份锁定及减持承诺

公司控股股东及实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟承诺：自公司股票在上海证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理其直接或间接持有的公司上市前已发行股份，也不由公司回购该等股份。

公司股东黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资、助达投资、伟业投资、九鼎投资十一家合伙企业、杨春、杜国锋、肖铁山和王涛承诺：自公司股票在上海证券交易所上市交易之日起十二个月内，不转让或委托他人管理其直接或间接持有的公司上市前已发行股份，也不由公司回购该等股份。

公司控股股东及实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟，持有公司股份的董事和高级管理人员杜国锋、肖铁山承诺：若其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格应不低于发行价；公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，其直接或间接持有的公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整。其

不因在公司职务的变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

公司董事、监事和高级管理人员王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、董敬安、王凤山、李洪武、肖铁山、李开元、邢锦荣、宋子春、吴萍萍承诺：在其担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过其直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五；在其离职后半年内，不转让其直接或间接持有的公司股份。

五、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

本次公开发行前持股 5%以上的股东王惠文、王彦庆、黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资和助达投资承诺：其所持公司股份的锁定期届满后，在不违反其为本次发行上市已作出的相关承诺的前提下，其可视自身情况进行股份减持。其所持公司股份在锁定期满后两年内，每年减持数量不超过上一年末其所持公司股份数量的 10%。其所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格应不低于发行价。如公司上市后有利润分配或送配股份等除权、除息行为，上述价格根据除权除息情况相应调整。上述减持行为将通过集中竞价交易系统、大宗交易系统进行。其每次减持时，将提前三个交易日通知公司并予以公告，并按照《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。如其违反上述承诺减持公司股票的，所得收益归公司所有。

六、稳定股价预案

2014 年 11 月 15 日，公司 2014 年第二次临时股东大会审议通过了《关于稳定公司股价预案的议案》，对公司上市三年内稳定股价的措施作出如下承诺：

（一）启动股价稳定措施的预警条件和具体条件

1、预警条件

公司股票连续 10 个交易日的收盘价均低于每股净资产的 120%时，公司将在 10 个工作日内召开投资者见面会或通过电子信息交流平台等方式，与投资者就上市公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。

2、具体条件

公司稳定股价的具体措施包括回购公司股票；控股股东增持公司股票；公司董事（独立董事除外，以下同）、高级管理人员增持公司股票。启动上述措施的

具体条件分别为：

（1）回购公司股票的具体条件：公司股票在每个自然年度中首次出现连续20个交易日的收盘价均低于最近一期每股净资产；公司上市后满一年；公司最近一年无重大违法行为；上市公司不处于亏损状态；回购股份后，上市公司具备持续经营能力；回购股份后，上市公司的股权分布原则上应当符合上市条件。

（2）控股股东增持公司股票的具体条件：公司股票在每个自然年度中首次出现连续 20 个交易日的收盘价均低于最近一期每股净资产；增持完成后不会影响公司的上市地位。

（3）公司董事、高级管理人员增持公司股票的具体条件：公司股票在每个自然年度中首次出现连续 20 个交易日的收盘价均低于最近一期每股净资产；增持完成后不会影响公司的上市地位。

如果上述三种股价稳定措施的具体条件皆满足，公司、控股股东和公司董事、高级管理人员将协商选择其中一种或几种方式，制订具体方案并予以实施。如协商不成，公司将按照回购公司股票、控股股东增持公司股票、公司董事及高级管理人员增持公司股票的顺序依次实施股价稳定措施。

公司最近一期审计基准日后，因利润分配、增发、配股等情况导致公司每股净资产出现变化的，则每股净资产进行相应调整。

（二）启动股价稳定措施的程序

1、回购公司股票

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，若公司决定采取公司回购股票方式稳定股价，公司董事会应在 15 日内制定回购股票的具体方案，回购价格不超过最近一期每股净资产的120%，用于回购股份的资金金额为1,000万元，且回购后公司的股权分布应符合上市条件。

具体方案需经全体董事的过半数表决通过，独立董事应当对具体方案进行审核并发表独立意见。上市公司股东大会对具体方案作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的2/3以上通过。

回购股票的期限为自股东大会审议通过本回购股份具体方案之日起六个月内。在实施上述回购计划过程中，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产的 120%，则公司可终止实施股份回购计划。

如果在此期限内回购资金使用金额已达到 1,000 万元，则回购方案即实施完毕，回购期限自该日起提前届满。

2、控股股东增持公司股票

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，若控股股东决定采取增持公司股票的方式稳定股价，其应在 30 日内就增持公司股票的具体计划书面通知公司，并由公司进行公告。控股股东用于增持公司股票的资金金额不少于其上年度自公司获取薪酬税后金额的 30%及上年度自公司获取现金分红税后金额的 50%的孰高者；12 个月内用于增持股份的资金不超过上年度自公司获取薪酬（税后）总额的 60%及上年度自公司获取现金分红（税后）总额的孰高者；单次增持股份的数量不超过公司发行后总股本的 1%，12 个月内累计增持股份的数量不超过公司发行后总股本的 2%；增持计划完成后的六个月内将不出售所增持的股份，增持后公司的股权分布应当符合上市条件。

在实施上述增持计划过程中，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产，则可终止实施股份增持计划。

3、董事、高级管理人员增持公司股票

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，若公司董事、高级管理人员决定采取增持公司股票的方式稳定股价，其应在 30 日内就增持公司股票的具体计划书面通知公司，并由公司进行公告。上述人员用于增持公司股票的资金金额不少于其上年度自公司领取薪酬的税后金额的 30%，增持计划完成后的六个月内将不出售所增持的股份，增持后公司的股权分布应当符合上市条件。

在实施上述增持计划过程中，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产，则可终止实施股份增持计划。

公司董事、高级管理人员不得因职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施。若公司新聘任董事、高级管理人员的，公司将要求新聘任的董事、高级管理人员与原董事、高级管理人员采取相同的稳定股价具体措施。

（三）相关责任主体未履行本预案要求的约束措施

如公司未能按照本预案的要求制定和实施稳定股价的具体方案，则：1、公司将立即停止制定或实施现金分红计划、停止发放公司董事、监事和高级管理人员的薪酬、津贴，直至公司履行相关承诺后方可制定或实施现金分红计划、将上

述人员薪酬与津贴返还其本人；2、公司将立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为，以及增发股份、发行公司债券以及重大资产重组等资本运作行为，直至公司履行相关承诺。

如控股股东未能按照本预案要求制定和实施稳定股价的具体方案，须将所持流通股自未能履行本预案约定义务之日起增加六个月锁定期，并将控股股东自公司首次公开发行股票并上市后累计从公司所获得税后现金分红金额 20%返还公司，直至控股股东履行承诺后公司再将上述金额返还控股股东。如未按期返还，公司应从之后发放的现金分红中扣发，直至扣减金额累计达到前述金额。

如董事、高级管理人员未能按照本预案的要求制定和实施稳定股价的具体方案，须将其上一会计年度从公司处领取的税后累计薪酬金额的 20%或者直接或间接自公司首次公开发行股票并上市后累计从公司所获得税后现金分红金额的 20%返还公司（二者以高者计），直至其履行承诺后公司再将上述金额返还本人。如未按期返还，公司应从之后发放的薪酬及现金分红中扣发，直至扣减金额累计达到前述金额。

七、公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、张波、彭雪峰、缪斌、张双才、董敬安、王凤山、李洪武、李开元、邢锦荣、宋子春、吴萍萍、肖铁山承诺：公司首次公开发行并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员不因在公司职务的变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

公司承诺：如本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股。在证券监管部门或司法机关认定有关违法事实后的 30 个交易日内，公司将依法启动回购首次公开发行的全部新股的程序，回购价格将按照本次发行价格并加算本次发行后至回购时银行同期存款利息确定。在此期间公司如发生除权除息事项的，上述回购价格及回购股份数量相应进行调整。

公司控股股东、实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟承诺：如本次

发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，控股股东、实际控制人将依法购回首次公开发行时已公开发售的股份；在证券监管部门或司法机关认定有关违法事实后的 30 个交易日内，将依法启动购回已公开发售股份的程序，购回价格将按照本次发行价格并加算本次发行后至购回时银行同期存款利息确定；在此期间公司股票如发生除权除息事项的，上述购回价格及购回股份数量相应调整；同时，王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟作为公司控股股东和实际控制人，将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股。

公司董事、监事、高级管理人员王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、张波、彭雪峰、缪斌、张双才、董敬安、王凤山、李洪武、李开元、邢锦荣、宋子春、吴萍萍、肖铁山承诺：如本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失；在有关违法事实被证券监管部门或司法机关认定后，将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

若公司违反上述承诺，则将在股东大会及证券监管部门指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并按证券监管部门及司法机关认定的实际损失向投资者进行赔偿。

若公司控股股东、实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟违反上述承诺，则将在公司股东大会及证券监管部门指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止自公司获得股东分红（如有）及领取薪酬（如有），同时其持有的公司股份将不得转让，直至其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。

若董事、监事、高级管理人员王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、张波、彭雪峰、缪斌、张双才、董敬安、王凤山、李洪武、李开元、邢锦荣、宋子春、吴萍萍、肖铁山违反上述承诺，则将在公司股东大会及证券监管部门指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起，停止自公司获得股东分红（如有）及领取薪酬（如有），同时其持有的公司股份（如有）将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并

实施完毕时为止。

公司控股股东、实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟同时承诺：在有关违法事实被证券监管部门或司法机关认定后，自愿将公司上市当年其自公司领取的全部薪酬对投资者先行进行赔偿。

八、公司董事及高级管理人员对填补回报措施能够得到切实履行作出承诺

根据《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证券监督管理委员会公告[2015]31 号）要求，公司的董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。为贯彻执行上述规定和文件精神，公司全体董事、高级管理人员作出以下承诺（上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证）：

“1、本人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、本人承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、本人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、本人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、若公司后续推出公司股权激励政策，本人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。”

九、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

平安证券承诺：本保荐机构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；若因本保荐机构为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任。

天职国际承诺：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，将依法承担赔偿责任。

德恒律所承诺：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，将依法承担赔偿责任。

十、特别风险提示

（一）受房地产等相关行业影响的风险

近年来我国房地产市场发展迅速，各地房价均有较大涨幅，国家陆续出台一系列包括土地、信贷、税收等在内的宏观调控政策，持续对房地产市场予以调控，有效抑制了房地产市场的过热增长。随着调控政策逐渐生效，房地产市场供需矛盾得到缓解，行业增速回归理性。2014 年开始，中央政策更趋稳健，更关注民生保障和顶层制度设计，由单一抑制房价转变为促进房地产行业稳步发展，房地产市场行政调控政策相继放松，同时推出房贷、税费等方面的优惠政策。在政策推动下，房地产行业 2015 年以来总体呈现健康发展的趋势。

公司具备良好的品牌效应、健全的营销渠道和高效的管理模式，并通过海外市场销售分散部分风险，但是政府对房地产行业未来调控方向及调控手段仍具有较大不确定性，可能会对消费者的购房需求产生一定的抑制，从而影响公司卫浴产品的销售。

（二）销售渠道风险

公司主要产品采用直销和经销相结合的销售模式。2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，经销渠道销售收入占主营业务收入的比重分别为 78.35%、80.45%、81.60%和 84.05%。截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有 320 家国内经销商，遍及 30 个省、自治区和直辖市，国外销售遍布 80 多个国家和地区，形成了覆盖全球主要市场的销售网络，为公司进一步扩大经营规模和加快新产品市场投放速度提供了有力的渠道保障。

同时，由于公司的经销商数量较多，地域分布较为分散，也增加了公司对经

销商管理的难度。如果个别经销商在销售公司产品过程中违反了有关法律法规，或在销售价格及售后服务等方面未按公司规定执行，可能会给公司的品牌及声誉带来负面影响。

目 录

发行人声明 3
重大事项提示 4
一、本次新股公开发行和老股公开发售方案 4
二、发行前滚存未分配利润分配方案 5
三、本次发行上市后的利润分配政策和分红规划 5
四、公司股东股份锁定及减持承诺 8
五、公开发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向 9
六、稳定股价预案 9
七、公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺 12
八、公司董事及高级管理人员对填补回报措施能够得到切实履行作出承诺 14
九、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 14
十、特别风险提示 15
第一节 释义 22
一、基本术语 22
二、专业术语 25
第二节 概览 26
一、发行人简介 26
二、发行人控股股东及实际控制人简介 26
三、本公司主要会计数据 27
四、本次发行概况 28
五、募集资金用途 29
第三节 本次发行概况 30
一、本次发行的基本情况 30
二、本次发行的有关当事人 31
三、发行人与本次发行相关当事人之间的关系 32
四、发行上市重要日期 33
第四节 风险因素 34

一、市场风险.....34
二、销售渠道风险.....35
三、政策风险.....36
四、财务风险.....36
五、募集资金投资项目风险.....37
六、每股收益和净资产收益率摊薄的风险.....38
七、海外诉讼风险.....38
第五节 发行人基本情况.....39
一、发行人基本信息.....39
二、发行人改制重组情况.....39
三、发行人股本形成、变化和重大资产重组情况.....40
四、发行人历次验资情况.....56
五、发行人股权结构与组织结构图.....57
六、发行人控股或参股公司情况.....61
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人的基本情况.....71
八、发行人股本情况.....79
九、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股及股东数量超过二百人的情况.....81
十、员工及其社会保障情况.....100
十一、持股 5%以上的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况.....104
十二、中介机构的重要承诺.....106
第六节 业务和技术.....107
一、发行人主营业务及变化情况.....107
二、发行人所处行业基本情况.....109
三、发行人在行业中的竞争地位及主要竞争对手.....133
四、发行人主营业务情况.....141
五、发行人主要固定资产及无形资产.....221
六、发行人特许经营权情况.....242

七、发行人主要技术及研发情况.....243
八、发行人境外生产经营情况.....255
九、发行人主要产品的质量控制情况.....255
第七节 同业竞争与关联交易.....258
一、独立运营.....258
二、同业竞争.....259
三、关联方与关联关系.....260
四、关联交易.....262
五、发行人对关联交易决策权利与程序的规定.....274
六、发行人报告期内关联交易执行情况及独立董事、监事会的意见.....275
七、发行人减少关联交易的措施.....276
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....278
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介.....278
二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况.....281
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况.....282
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况.....282
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况.....283
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情况.....284
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签署的协议及做出的重要承诺.....284
八、董事、监事及高级管理人员的任职资格.....285
九、董事、监事、高级管理人员近三年的变动情况及原因.....285
第九节 公司治理.....287
一、股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况.....287
二、报告期违法违规行为情况.....290
三、规范运行情况.....290
四、管理层对本公司内部控制的说明以及会计师对本公司内部控制的鉴证报告.....290

第十节 财务会计信息 291
一、注册会计师的审计意见及财务报表编制基础 291
二、合并财务报表范围及变化情况 291
三、近三年财务报表 294
四、主要会计政策和会计估计 302
五、公司的主要税项及相关税收优惠 323
六、非经常性损益 325
七、最近一期末主要资产情况 326
八、最近一期末主要债项 327
九、所有者权益变动情况 327
十、现金流量情况 328
十一、期后事项、或有事项及其他重要事项 328
十二、报告期内发行人主要财务指标 329
十三、历次资产评估情况 330
十四、历次验资情况 331
第十一节 管理层讨论与分析 332
一、报告期财务状况分析 332
二、盈利能力分析 371
三、现金流量分析 422
四、重大资本性支出 423
五、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项分析 424
六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析 424
七、公司发行上市后股利分配规划和计划 425
八、本次融资募集资金到位完成当年公司每股收益相对上年度每股收益的变动趋势 427
第十二节 业务发展目标 434
一、公司发展规划及发展目标 434
二、公司拟采取的主要措施 435
三、公司制定上述发展规划和目标所依据的假设条件 437
四、实施公司发展规划及目标可能面临的困难及公司拟采取的措施 438

五、公司发展规划和目标与现有业务的关系 439
六、本次发行上市对实现发展规划和目标的作用 439
第十三节 募集资金运用 440
一、募集资金运用计划 440
二、募集资金投资项目介绍 442
三、新增固定资产和无形资产折旧摊销对经营成果的影响 475
第十四节 股利分配政策 477
一、股利分配政策 477
二、本次发行完成前滚存利润分配安排 477
三、上市后的股利分配政策 478
第十五节 其他重要事项 482
一、信息披露管理 482
二、重要合同 482
三、对外担保情况 485
四、重大诉讼或仲裁事项 486
五、发行人控股股东、实际控制人、控股子公司以及董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项 493
六、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况 493
第十六节 董事、监事、高级管理人员 494
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明 494
二、保荐机构（主承销商）声明 495
三、发行人律师声明 496
四、审计机构声明 497
五、资产评估复核机构声明 498
六、验资机构声明 500
七、验资复核机构声明 501
第十七节 备查文件 502
一、备查文件 502
二、查阅时间和地点 502

第一节 释义

一、基本术语

惠达股份/发行人/公司/本公司	指	惠达卫浴股份有限公司、唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司
黄各庄镇政府	指	唐山市丰南区黄各庄镇人民政府
黄各庄经联社	指	丰南市（县）黄各庄镇经济联合社，惠达股份发起人之一
黄各庄管理区经联社	指	丰南市黄各庄镇黄各庄经济管理区经联社，2000 年 12 月承继黄各庄经联社继续持有公司股权
黄各庄镇黄各庄经联社	指	丰南市黄各庄镇黄各庄经联社，2002 年 5 月承继黄各庄管理区经联社继续持有公司股权
黄各庄经服中心	指	唐山市丰南区黄各庄镇经济发展服务中心，2004 年 1 月承继黄各庄镇黄各庄经联社和黄各庄镇宣庄经联社持有公司股权
黄各庄经管站	指	唐山市丰南区黄各庄镇农村经济经营管理站，2008 年 1 月承继黄各庄经服中心继续持有公司股权
宣庄管理区经联社	指	丰南市黄各庄镇宣庄管理区经济联合社，惠达股份发起人之一
黄各庄镇宣庄经联社	指	丰南市黄各庄镇宣庄经联社，2002 年 5 月承继宣庄管理区经联社继续持有公司股权
工会委员会	指	唐山惠达陶瓷（集团）厂工会委员会，惠达股份的发起人之一
职工持股会	指	唐山惠达陶瓷集团职工持股基金会
鼎立投资	指	唐山市丰南区鼎立投资有限公司，本公司的股东之一
庆伟投资	指	唐山市丰南区庆伟投资有限公司，本公司的股东之一
助达投资	指	唐山市丰南区助达投资有限公司，本公司的股东之一
伟业投资	指	唐山市丰南区伟业投资有限公司，本公司的股东之一
无锡恒泰九鼎	指	无锡恒泰九鼎投资中心（有限合伙）
嘉兴嘉泽九鼎	指	嘉兴嘉泽九鼎投资中心（有限合伙）
天津古九鼎	指	天津古九鼎股权投资基金合伙企业（有限合伙）
苏州民乐九鼎	指	苏州工业园区昆吾民乐九鼎投资中心（有限合伙）
烟台祥睿九鼎	指	烟台昆吾祥睿九鼎投资中心（有限合伙）
苏州民安九鼎	指	苏州工业园区昆吾民安九鼎投资中心（有限合伙）
嘉兴嘉盛九鼎	指	嘉兴嘉盛九鼎投资中心（有限合伙）
嘉兴晋文九鼎	指	嘉兴春秋晋文九鼎投资中心（有限合伙）

嘉兴齐桓九鼎	指	嘉兴春秋齐恒九鼎投资中心（有限合伙）
苏州民和九鼎	指	苏州工业园区昆吾民和九鼎投资中心（有限合伙）
嘉兴楚庄九鼎	指	嘉兴春秋楚庄九鼎投资中心（有限合伙）
九鼎投资十一家合伙企业	指	嘉兴春秋齐桓九鼎投资中心（有限合伙）、嘉兴春秋晋文九鼎投资中心（有限合伙）、嘉兴春秋楚庄九鼎投资中心（有限合伙）、苏州工业园区昆吾民乐九鼎投资中心（有限合伙）、苏州工业园区昆吾民安九鼎投资中心（有限合伙）、天津古九鼎股权投资基金合伙企业（有限合伙）、嘉兴嘉盛九鼎投资中心（有限合伙）、嘉兴嘉盛九鼎投资中心（有限合伙）、嘉兴嘉泽九鼎投资中心（有限合伙）、无锡恒泰九鼎投资中心（有限合伙）、烟台昆吾祥睿九鼎投资中心（有限合伙）
黄各庄陶瓷厂	指	丰南县黄各庄公社陶瓷厂、丰南县黄各庄乡陶瓷厂、河北省丰南市黄各庄镇陶瓷厂
集团厂等四家企业	指	唐山惠达陶瓷（集团）厂、唐山惠达陶瓷（集团）厂分厂、唐山惠达陶瓷集团橡胶厂、唐山惠达福利塑料厂
集团厂投资设立的七家企业	指	唐山惠利建筑陶瓷有限公司、唐山惠联建筑陶瓷有限公司、唐山惠宝陶瓷建筑有限公司、唐山中粮惠达建筑陶瓷有限公司、唐山惠益浴缸配套有限公司、唐山惠达陶瓷服务公司、唐山惠达陶瓷（集团）厂汽车队
集团厂	指	唐山惠达陶瓷（集团）厂，惠达股份发起人之一，已注销
集团厂分厂	指	唐山惠达陶瓷（集团）厂分厂，惠达股份发起人之一，已注销
惠联陶瓷	指	唐山惠联建筑陶瓷有限公司，本公司全资子公司
惠达油品	指	唐山市丰南区惠达油品有限公司，发行持股 90%的控股子公司
时尚家具	指	唐山惠达陶瓷集团时尚家具有限公司，本公司持股 60%的控股子公司
艾尔斯	指	唐山艾尔斯卫浴有限公司，本公司持股 75%的控股子公司
惠达世研	指	北京惠达世研网络科技有限责任公司，本公司持股 55%的控股子公司
惠达洁具	指	唐山惠达（集团）洁具有限公司，本公司持股 60%的控股子公司
惠美陶瓷	指	唐山惠美建筑陶瓷有限公司，本公司持股 75%的控股子公司
Ayers Bath	指	Ayers Bath (U.S.A.) Corporation，艾尔斯全资子公司，已注销
惠达建筑	指	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司，本公司的全资子公司
惠达宾馆	指	唐山惠达宾馆有限公司，本公司的全资子公司，已转让
中国国丰	指	中国国丰集团有限公司
国丰钢铁	指	唐山国丰钢铁有限公司
达丰焦化	指	唐山达丰焦化有限公司，本公司持股 40%

北田油气	指	唐山北田油气开发有限公司
冀东天然气	指	唐山市冀东天然气集输有限公司，本公司持股 30%
中陶投资	指	中陶投资发展有限公司，本公司持股 2.1277%
HUIDA Malaysia	指	HUIDA SANITARY WARE (M) SDN. BHD.，本公司持股 29%
永乐惠达	指	永乐惠达卫浴（北京）有限公司，本公司的全资子公司
惠达包装	指	唐山市丰南区惠达纸业包装有限责任公司，本公司的全资子公司，已注销
惠凯陶瓷	指	唐山惠凯建筑陶瓷有限公司，公司持股 75%的控股子公司，已注销
惠群有限	指	唐山惠达陶瓷（集团）惠群有限公司，本公司的全资子公司，已注销
京冀惠达	指	北京京冀惠达洁具销售中心，本公司的全资子公司，已注销
乐雅窑业	指	唐山惠达乐雅窑业有限公司，本公司的全资子公司，已注销
惠达塑料	指	唐山市丰南区惠达塑料制品有限责任公司，本公司全资子公司，已注销
进出口公司	指	唐山惠达陶瓷（集团）进出口有限公司，本公司的全资子公司，已注销
贺祥机电	指	原为唐山贺祥集团有限公司，后更名为唐山贺祥机电股份有限公司，持有本公司控股子公司惠达洁具 40%的股份
贺祥锆业	指	唐山贺祥硅酸锆厂，唐山贺祥锆业有限公司
宜家木业	指	唐山市丰南区宜家木业有限公司
唐恩设计	指	唐恩（北京）产品设计研发有限公司
黄各庄信用社	指	唐山市丰南区农村信用社黄各庄信用社
碧桂园	指	碧桂园控股有限公司
中信建设	指	中信建设有限责任公司
美商富凯	指	Foremost Worldwide Co.,Ltd.， Foremost Groups.Inc.
陶美居	指	广州陶美居建材有限公司
分销商	指	经销商的下游经销客户
《合作协议书》	指	2000 年 10 月 20 日，美商富凯与公司签订关于经销事项的《合作协议书》
《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》
《公司章程》	指	《惠达卫浴股份有限公司章程》

中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐机构、保荐人、主承销商、平安证券	指	平安证券股份有限公司
发行人律师、律师、德恒律所	指	北京德恒律师事务所
发行人会计师、天职国际、会计师	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
沃克森	指	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
本次发行	指	本次向社会公众公开发行不超过 7,104 万股 A 股的行为
报告期、最近三年及一期	指	2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月
最近一年及一期	指	2015 年度和 2016 年 1-6 月
报告期各期末	指	2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 6 月 30 日

二、专业术语

卫生陶瓷、卫生瓷	指	由粘土、长石和石英为主要原料，经混炼、成型、施釉、高温烧制而成，用作卫生设施的陶瓷制品
连体式坐便器	指	与水箱为一体的坐便器
分体式坐便器	指	冲水装置与坐便分离的坐便器
节水型便器	指	一次冲水量不大于 6 升的坐便器及一次冲水量不大于 3 升的小便器
陶瓷砖、瓷砖	指	由粘土、长石和石英为主要原料，经成型、烧成等工艺处理，用于装饰、构建与保护建筑物的板状或块状陶瓷制品
内墙砖	指	用于装饰和保护建筑物内墙的陶瓷砖
外墙砖	指	用于装饰和保护建筑物外墙的陶瓷砖
抛光砖	指	经过机械研磨、抛光，表面呈镜面光泽的陶瓷砖
泥原料	指	卫生陶瓷和陶瓷砖等产品坯体原料的总称，包括粘土、长石等
釉原料	指	卫生陶瓷和陶瓷砖等产品坯体原料的总称，包括锆英石、熔块等原料
高压注浆	指	一种采用高压模型及配套设备，达到快速成型目的注浆工艺
喷墨印花	指	一种直接在陶瓷砖上喷印的印花方式，印花的精度高，可以实现小批量、多品种、多花色印花
重力铸造	指	一种利用重力作用将熔融金属或合金浇入金属模具内获得铸件的工艺方法
UV 漆	指	一种在紫外光的照射下能瞬间固化成膜、不含挥发物质、绿色环保的涂料
OBM	指	自主品牌生产商，生产商以自有品牌生产产品并以此品牌销售
OEM	指	原始产品生产商，生产商为其他品牌商已完成设计、开发的产品进行代工生产
ODM	指	原始设计生产商，生产商为其他品牌商、经销商、服务商设计和制造产品并进行贴牌销售

第二节 概览

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

一、发行人简介

（一）基本情况

发行人名称：惠达卫浴股份有限公司

公司住所：唐山市丰南区黄各庄镇惠达路 7 号

法定代表人：王惠文

注册资本：人民币 21,311.1111 万元

经营范围：生产和销售卫生陶瓷制品、建筑陶瓷制品、卫生陶瓷洁具配件、整体浴室、整体橱柜、建筑装饰、装修材料、高中档系列抛光砖、墙地板；坐便盖、水箱配件、塑料制品、卫生瓷配套产品；文化用纸、胶印纸的加工；原纸销售；纸板、纸箱加工；本企业生产、科研所需的原辅材料、机械设备、仪器、仪表及零配件的进口业务。木制门窗批发、零售；普通货运；网上销售本公司自产的产品；自营代理各类商品和技术的进出口业务（国家限制和禁止的除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

经营期限：1997 年 12 月 11 日至 2147 年 12 月 11 日

（二）业务概况

公司是一家以满足消费者对高品质卫浴家居产品的需求为主要目标，通过相关卫浴产品的设计、研发、生产和销售，为消费者提供一站式卫浴产品综合解决方案的大型卫浴企业。公司产品涵盖了卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房、浴室柜和陶瓷砖五大类上千个品种。自设立以来，公司品牌定位于中高端消费市场，营销网络辐射全国大部分区域和城市，并覆盖全球 80 多个国家和地区。公司以自主生产模式为主，同时辅以少部分外协加工。销售模式主要分为经销和直销两种。

二、发行人控股股东及实际控制人简介

本公司控股股东、实际控制人为王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟先生，合

计持有本公司 38.63%的股份。王惠文等四人的基本介绍如下：

王惠文，中国国籍，无境外永久居住权，身份证号 13022219430922XXXX。王惠文简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

王彦庆，中国国籍，无境外永久居住权，身份证号 13022219630814XXXX。王彦庆简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

董化忠，中国国籍，无境外永久居住权，身份证号 13022219540129XXXX。董化忠简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

王彦伟，中国国籍，无境外永久居住权，身份证号 13022219730918XXXX。王彦伟简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

三、本公司主要会计数据

（一）合并资产负债表数据

单位：万元

项目	2016-06-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产	154,021.19	135,876.95	146,411.41	146,048.15
非流动资产	172,398.79	175,165.04	177,195.79	163,304.09
资产总额	326,419.98	311,041.99	323,607.20	309,352.24
流动负债	107,074.55	91,565.82	106,169.82	102,324.29
非流动负债	16,696.28	17,050.97	16,319.20	14,685.48
负债总额	123,770.84	108,616.79	122,489.02	117,009.77
股东权益	202,649.14	202,425.20	201,118.18	192,342.47
归属于母公司股东权益	188,099.83	187,466.15	187,169.05	180,646.65

（二）合并利润表数据

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	105,403.47	223,174.62	209,323.69	185,618.73
营业利润	7,396.79	11,948.29	18,166.96	13,715.92
利润总额	10,306.09	13,894.39	19,627.66	14,164.38

净利润	8,213.18	10,197.34	16,383.81	11,030.77
归属于母公司所有者的净利润	7,027.29	7,989.96	13,990.51	9,357.28
扣除非经常性损益归属于母公司普通股股东的净利润	4,875.09	6,235.28	12,869.08	9,499.74

（三）合并现金流量表

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	18,343.33	22,985.37	21,343.85	18,164.37
投资活动产生的现金流量净额	-695.85	-2,649.60	-9,265.64	-11,960.24
筹资活动产生的现金流量净额	3,128.16	-29,271.26	-10,346.99	5,289.05
现金及现金等价物净增加额	20,893.94	-8,775.00	1,840.78	11,254.29

（四）主要财务指标

财务指标	2016-06-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动比率（倍）	1.44	1.48	1.38	1.43
速动比率（倍）	0.86	0.80	0.75	0.79
资产负债率（母公司）（%）	47.88	45.55	47.04	43.73
财务指标	**2016 年 1-6 月**	**2015 年度**	**2014 年度**	**2013 年度**
每股经营活动现金流量（元）	0.86	1.08	1.00	0.85
每股净现金流量（元）	0.98	-0.41	0.09	0.53
基本每股收益（元/股）	0.33	0.37	0.66	0.45

四、本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A 股）
股票面值	人民币 1.00 元
发行股数	不超过 7,104 万元，包括公司公开发行新股和公司股东公开发售股份，且占发行后公司总股本的比例不低于 25%
发行价格	通过向询价对象初步询价确定发行价格
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的询价对象和已开立上海证券交易所股票账户的境内自然人、法人等投资者
承销方式	余额包销

五、募集资金用途

经公司 2014 年第二次临时股东大会审议通过，本次发行所募集的资金总量扣除发行费用后，募集资金净额拟投入以下用途：

单位：万元

序号	项目名称	项目备案文号	项目总投资额	环保批复
1	年产 280 万件卫生陶瓷生产线	丰发改投资备字[2012]47 号	30,683.00	丰环发[2012]44 号
2	年产 300 万平方米全抛釉砖生产线	丰发改投资备字[2014]18 号	11,810.00	丰环发[2014]18 号
3	研发设计中心建设	丰发改投资备字[2012]46 号	5,000.29	丰环表[2012]069 号
4	营销网络扩建及品牌建设项目		10,049.00	
5	信息化建设	丰发改投资备字[2014]85 号	5,000.00	
6	偿还银行借款		20,000.00	

募集资金到位后，若募集资金数额（扣除发行费用后）不足以满足以上项目的投资需要，不足部分本公司将通过银行贷款或自有资金等方式解决。如本次募集资金到位时间与项目进度要求不一致，本公司将根据实际情况以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）股票种类：人民币普通股（A 股）。

（二）每股面值：人民币 1.00 元。

（三）发行股数：不超过 7,104 万元，包括公司公开发行新股和公司股东公开发售股份，且占发行后公司总股本的比例不低于 25%（最终发行数量以中国证监会核准数量为准）。

（四）发行人股东公开发售股份相关安排：

1、公司股东公开发售股份的数量不超过 3,552 万股，且不超过自愿设定 12 个月以上限售期的投资者获得配售股份的数量；

2、公司股东公开发售股份后，公司的股权结构不应发生重大变化，实际控制人不应发生变更；

3、本次公开发行时，公司股东王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟和黄各庄经管站将遵循平等自愿的原则协商确定各自公开发售股份的数量，协调无法达成一致意见时，将按照发行前各自的持股数量占比确定各自公开发售股份的数量；上述股东公开发售股份数量不超过其所持有本公司股份总数的 25%。

（五）每股发行价格：通过向询价对象询价确定。

（六）发行市盈率：【】倍（每股收益按照【】年经会计师事务所审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）。

（七）发行前每股净资产：8.83 元/股（按照本公司截至 2016 年 6 月 30 日经审计的净资产和发行前总股本计算）；发行后每股净资产：【】元/股。

（八）发行市净率：【】倍(按照发行价格除以发行后每股净资产计算)。

（九）发行方式：采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会要求或认可的其他方式。

（十）发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立上海证券交易所股票交易账户的境内自然人、法人等投资机构（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）。

（十一）承销方式：余额包销。

（十二）预计募集资金总额：【】。

（十三）预计发行费用：保荐和承销费用【】万元、审计费用【】万元、律师费用【】万元、发行手续费【】万元、信息披露费用【】万元。

本次发行的承销费由公司及公开发售股份的股东按照发行、发售的股份数量占本次发行股份总量的比例分摊，其他发行费用由本公司承担。

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人

名称：惠达卫浴股份有限公司

法定代表人：王惠文

住所：唐山市丰南区黄各庄镇惠达路 7 号

联系电话：0315-8328818

传真：0315-8526088

联系人：肖铁山

（二）保荐人（主承销商）

名称：平安证券股份有限公司

法定代表人：詹露阳

地址：深圳市福田中心区金田路 4036 号荣超大厦 16-20 层

电话：010-56800147

传真：010-66024011

保荐代表人：徐圣能、盛金龙

项目协办人：张春玉

其他成员：孙洪臣、周成材、苏杰、许彪

（三）律师事务所

名称：北京德恒律师事务所

负责人：王丽

地址：北京市西城区金融街 19 号富凯大厦 B 座 12 层

电话：010-52682888

传真：010-65232181

经办律师：李广新、张彦博

（四）会计师事务所

名称：天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：邱靖之

地址：北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域

电话：0551-66100696

传真：0551-66100667

经办注册会计师：周学民、王军

（五）评估机构

名称：沃克森（北京）国际资产评估有限公司

负责人：徐伟建

地址：北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-6

电话：010-66100676

传真：010-66100636

经办资产评估师：张基昌、张宏刚

（六）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

地址：上海市陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼

电话：021-58708888

传真：021-58899400

（七）上市交易所

名称：上海证券交易所

联系地址：上海市浦东南路 528 号证券大厦

联系电话：021-68808888

传真：021-68804868

三、发行人与本次发行相关当事人之间的关系

本公司与本次发行的中介机构之间不存在直接或间接的股权关系和其他权

益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有本公司股份，与本公司也不存在其他权益关系。

四、发行上市重要日期

初步询价：【】年【】月【】日

定价公告刊登日期：【】年【】月【】日至【】年【】月【】日

网下申购和缴款日期：【】年【】月【】日

网上申购和缴款日期：【】年【】月【】日

预计股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

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

一、市场风险

（一）受房地产等相关行业影响的风险

近年来我国房地产市场发展迅速，各地房价均有较大涨幅，国家陆续出台一系列包括土地、信贷、税收等在内的宏观调控政策，持续对房地产市场予以调控，有效地抑制了房地产市场的过热增长。随着调控政策逐渐生效，房地产市场供需矛盾逐渐得到缓解，行业增速回归理性。2014 年开始，中央政策更加稳健，更关注民生保障和顶层制度设计，由单一抑制房价转变为促进房地产行业稳步发展，房地产市场行政调控政策相继放松，同时推出房贷、税费等方面的优惠政策。在政策的推动下，房地产行业 2015 年以来总体呈现健康发展的趋势。

虽然公司具备良好的品牌效应、健全的营销渠道和高效的管理模式，并通过海外市场销售分散部分风险，但是房地产行业未来调控方向及调控手段仍具有较大不确定性，可能会对消费者的购房需求产生一定的抑制，从而影响公司卫浴产品的销售。

（二）市场竞争风险

近年来，我国卫浴行业发展迅速，生产企业数量不断增加，并涌现出一批生产规模大、设计能力强、管理水平高的卫浴企业。行业竞争水平也从初期的简单价格竞争模式升级到以品牌、渠道、服务及规模等因素为核心的综合竞争模式。随着行业竞争的加剧，行业平均利润率可能出现下滑。因此本公司未来可能面临行业竞争加剧的情况，从而对公司生产经营产生不利影响，导致利润下滑。

另一方面，我国卫浴行业生产企业众多，虽然近几年出现了市场份额逐渐向优势品牌集中的趋势，但整体市场集中度仍然处于较低水平，中小型企业在全行

业中所占比例较高。为了维持生存和发展，不排除部分竞争力较弱的企业通过以次充好，甚至冒充名牌产品等恶性竞争手段来销售产品，获取市场份额，这将对整个卫浴行业和公司发展产生不利影响。

（三）原材料价格波动风险

公司生产经营所需的主要原材料为原纸材料、泥原料、釉原料、石膏粉和铜材等。2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，直接材料占生产成本的比例较高，分别为 47.70%、47.92%、47.48%和 47.40%。虽然公司凭借较强的品牌影响力和规模优势，在与原材料供应商的谈判中拥有较强的议价能力，能够有效化解上游原材料价格上涨带来的部分压力，但若未来某一时期，上述原材料价格处于上涨周期，而公司产品价格不能随之上调，则公司仍然可能面临利润空间受到挤压的风险。

（四）汇率风险

报告期内，公司主要产品远销世界 80 多个国家和地区，在出口贸易中公司采取的主要结算货币为美元和欧元。2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司出口销售收入分别为 63,693.13 万元、66,438.88 万元、80,317.84 万元和 36,302.64 万元，分别占当期主营业务收入的 34.69%、31.99%、36.13%和 34.68%。公司采取远期结汇等方式以降低汇率风险，但并未进行套期保值操作，存在风险敞口。未来公司出口业务仍有较大的增长空间，人民币对国际主要货币汇率的波动将影响公司的盈利水平，公司存在一定的汇率波动风险。

二、销售渠道风险

公司主要产品采用直销和经销相结合的销售模式。2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司经销渠道销售收入占主营业务收入的比重分别为 78.35%、80.45%、81.60%和 84.05%。截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有 320 家国内经销商，遍及 30 个省、自治区和直辖市，国外销售遍布 80 多个国家和地区，形成了覆盖全球主要市场的销售网络，为公司进一步扩大经营规模和加快新产品市场投放速度提供了有力的渠道保障。

同时，由于公司的经销商数量较多，地域分布较为分散，也增加了公司对经销商管理的难度。如果个别经销商在销售公司产品过程中违反了有关法律法规，

或在销售价格及售后服务等方面未按公司规定执行，可能会给公司的品牌及声誉带来负面影响。

三、政策风险

（一）环保政策变化的风险

公司先后取得了《环境管理体系认证证书》和《职业健康安全管理体系认证证书》，并制定了完善的环境保护相关制度。对生产过程中产生的废气、废水和噪声等污染源和污染物，公司采取了严格的控制和治理措施，各项措施均符合国家和地方的环境保护标准。但随着我国经济增长模式的转变和可持续发展战略的全面实施，国家对环境保护工作的日益重视，国家和地方各级政府部门可能制定更为严格的环保标准，公司将因此面临环保标准提高、环保投入增加的风险。

（二）反倾销风险

随着我国卫浴行业的迅猛发展，中国卫浴产品的国际竞争力和影响力与日俱增。中国卫浴产品出口竞争力强，同等品质条件下往往价格较低，面对中国产品的压力和挑战，国际贸易保护主义抬头，欧盟、巴基斯坦、巴西、印度等国家和地区对中国出口的卫浴产品进行反倾销调查和诉讼日趋常态化。因此，公司面临因国外反倾销政策变化导致外销受阻从而影响公司业绩的风险。

四、财务风险

（一）短期偿债风险

截至 2016 年 6 月末，公司负债总额为 123,770.84 万元，其中流动负债 107,074.55 万元，流动负债占公司负债总额的 86.51%；流动比率为 1.44，速动比率为 0.86。流动负债占比较高，流动比率和速动比率偏低，公司具有一定的短期偿债风险。

（二）对外投资风险

截至 2016 年 6 月末，公司持有达丰焦化 40%的股权，该项投资账面价值为 32,817.15 万元。近年来，受下游钢铁行业不景气的影响，达丰焦化所处的煤焦化行业进入行业调整周期，出现煤焦化产品需求放缓、行业竞争加剧的现象。受此

影响，达丰焦化经营业绩持续下滑，2015 年亏损 10,411.34 万元。虽然，2016 年达丰焦化经营业绩有所好转，但是，煤焦化市场仍存在波动甚至恶化的可能，达丰焦化可能面临盈利能力下滑的风险，从而影响本公司的整体经营业绩。

（三）存货余额较大的风险

2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，公司的存货账面价值分别为 62,066.73 万元、64,166.05 万元、62,627.64 万元和 62,259.38 万元，占流动资产的比例分别为 42.50%、43.83%、46.09%和 40.42%，存货余额较大，占资产比例较高。公司存货账面价值占资产比例较高主要与卫浴行业的销售模式以及生产特点有关。近年随着公司销售规模的持续稳定增长，为保证及时向客户供货，公司需保持一定规模的库存商品。另外，原材料在公司主要产品卫浴产品的成本构成中所占比重较大，大部分原材料均从异地采购，需要保持一定量的原材料储备。出于战略考虑，公司还对部分稀缺、易于存储的泥料及釉料等原材料进行了战略储备。

虽然公司的存货是正常生产经营形成的，但如果原材料市场或者下游行业市场发生重大不利变化，公司存货规模将进一步增大，大量占用公司营运资金，降低公司营运效率，进而影响公司经营业绩。

五、募集资金投资项目风险

公司本次募集资金拟用于年产 280 万件卫生陶瓷生产线、年产 300 万平米全抛釉砖生产线、研发设计中心建设、营销网络扩建及品牌建设项目、信息化建设以及偿还银行借款。在项目实施过程中，可能存在因行业政策、国内市场需求变化、行业技术进步、行业竞争等因素的影响，导致项目不能实现预期收益或者未达到预定目标的风险。另外，若遇到不可抗力因素，募集资金投资项目不能如期完成或不能正常运行，也将直接影响本公司的盈利水平。此外，本次募集资金投资项目建成后，本公司将新增固定资产 47,980.39 万元，年折旧额增加 3,195.95 万元；新增无形资产 1,144.90 万元，年摊销额增加 228.98 万元。如果未来市场环境发生重大变化，募集资金投资项目的预期收益不能实现，则公司存在因固定资产折旧和无形资产摊销的增加而导致利润下滑的风险。

六、每股收益和净资产收益率摊薄的风险

本次公开发行股票完成后，公司的股本和净资产规模将较发行前有较大幅度的提高，由于募集资金投资项目产生效益需要一定的时间，因此本次发行完成后的短时间内，公司将面临因股本和净资产规模增长较快而引发的每股收益和净资产收益率摊薄的风险。

七、海外诉讼风险

艾尔斯及 Ayers Bath 与美商富凯之间存在相关诉讼，但公司对美商富凯的销售未受到上述诉讼的影响，报告期内总体呈现逐步增长的态势，双方合作关系比较稳定；同时由于多年来在产品质量及交付能力上的良好表现，公司已经获得了美商富凯在美国和加拿大市场主要终端客户的充分认可，建立了良好的美誉度。但即便如此，仍然不能排除上述诉讼可能会影响公司与美商富凯之间未来的业务合作，从而给公司在美国和加拿大市场的销售业绩带来不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

公司名称：惠达卫浴股份有限公司

英文名称：HUIDA SANITARY WARE CO.,LTD.

注册资本：21,311.1111 万元

法定代表人：王惠文

设立日期：1997 年 12 月 11 日

公司住所：唐山市丰南区黄各庄镇惠达路 7 号

邮政编码：063307

联系电话：0315-8328818

传真：0315-8526088

网址：www.huidagroup.com

邮箱：info@huidagroups.com

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司是经河北省人民政府股份制领导小组办公室以冀股办[1997]38 号文批准，由黄各庄经联社、宣庄管理区经联社、集团厂、集团厂分厂和工会委员会等五名发起人共同发起设立的股份有限公司。公司于 1997 年 12 月 11 日在河北省工商行政管理局办理工商登记，取得《企业法人营业执照》（注册号 10436712-2-1），成立时注册资本为 8,943.60 万元。

（二）发起人

本公司设立时的发起人为集团厂、黄各庄经联社、宣庄管理区经联社、集团厂分厂和工会委员会，各发起人基本情况请参见本节“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东、实际控制人的基本情况”。

（三）发行人设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司的主要发起人为工会委员会和黄各庄经联社。

本公司设立前，工会委员会为集团厂职工代表大会的执行机构，主要职责是组织召开职工代表大会，维护职工的合法权益。本公司设立后，工会委员会代表职工持股会持有本公司 58.56%的股权，其从事的主要业务没有发生变化。

在本公司设立前，黄各庄经联社拥有的主要资产为集团厂等四家企业的产权。黄各庄经联社为镇办企业的主管部门，从事的主要业务为统筹核算和领导全镇的经济工作。本公司设立后，黄各庄经联社持有本公司 21.24%的股权，其从事的主要业务没有发生变化。

（四）发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司设立时拥有的主要资产为生产经营所需的房屋、生产设备、运输设备、存货、货币资金等资产。公司成立时从事的主要业务为建筑卫生陶瓷产品、卫生陶瓷洁具配件、浴缸、耐酸砖、建筑装饰和装饰材料的生产和销售。

（五）设立前原企业的业务流程、设立后发行人的业务流程，以及原企业与发行人之间业务流程的关系

公司系采用发起方式设立的股份公司，设立前集团厂等四家企业的业务流程与设立后发行人的业务流程未发生变化。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人完全分开，不存在依赖主要发起人的情形，在生产经营方面与主要发起人亦无其他关联关系。

（七）发起人出资资产的股权变更手续办理情况

本公司是由黄各庄经联社、宣庄管理区经联社、集团厂、集团厂分厂和工会委员会以资产出资发起设立的股份公司，其承继了集团厂等四家企业的全部资产、负债和业务。截至本招股说明书签署日，本公司已办理完毕相关资产权属的变更和转移手续。

三、发行人股本形成、变化和重大资产重组情况

（一）发行人的前身

发行人前身可追溯至1982年至1995年黄各庄经联社创建或收购的唐山惠达陶瓷（集团）厂、唐山惠达陶瓷（集团）厂分厂、唐山惠达陶瓷集团橡胶厂和唐山惠达福利塑料厂四家集体企业。

1、集团厂

1982年5月黄各庄经联社做出《办厂决议》，决定出资30万元开办黄各庄陶瓷厂。1983年11月24日，黄各庄陶瓷厂领取了丰南县工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》，法定代表人为王惠文，注册资金为30万元，企业类型为集体所有制企业。

1990年4月，黄各庄陶瓷厂注册资金由30万元增加至78万元。1990年4月19日，丰南县审计事务所出具《验资报告书》，对投入的资金进行验证。1990年4月28日，黄各庄陶瓷厂领取了变更后的《企业法人营业执照》。

1995年5月1日，黄各庄陶瓷厂更名为唐山惠达陶瓷（集团）厂，同时注册资金由78万元增加至2,848万元。1995年5月9日，丰南市审计事务所出具《新开办企业验资报告书》，验证集团厂实收资本总额为2,848万元。1995年5月11日，集团厂领取了变更后的《企业法人营业执照》。

截至惠达股份设立前，集团厂共投资设立了五家中外合资企业、一家集体企业和一家分支机构，各企业的基本情况如下：

企业名称	成立日期	法定代表人/负责人	注册资本/注册资金	持股比例	企业性质
唐山惠利建筑陶瓷有限公司	1993.01.09	王惠文	133.00万美元	73.68%	中外合资
唐山惠联建筑陶瓷有限公司	1994.10.18	王惠文	150.00万美元	70.00%	中外合资
唐山惠宝陶瓷建筑有限公司	1994.12.26	王惠文	120.00万美元	75.00%	中外合资
唐山中粮惠达建筑陶瓷有限公司	1996.03.26	王惠文	190.90万美元	58.00%	中外合资
唐山惠益浴缸配套有限公司	1996.08.01	王惠文	12.25万美元	51.00%	中外合资
唐山惠达陶瓷服务公司	1994.06.16	王惠文	50.00万元	—	集体所有制
唐山惠达陶瓷（集团）厂汽车队	1995.06.20	王惠文	95.00万元	—	分支机构

2、集团厂分厂

1992年7月黄各庄镇政府出具证明，同意黄各庄经联社出资115万元成立丰南县黄各庄陶瓷厂第一分厂。1992年8月29日，丰南县审计事务所出具《验资

报告书》，对上述出资进行验证。1992 年 8 月 31 日，丰南县黄各庄陶瓷厂第一分厂领取了丰南县工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》，法定代表人为王惠文，注册资金为 115 万元，企业类型为集体所有制企业。

1994 年 4 月 26 日，丰南县黄各庄陶瓷厂第一分厂更名为丰南市黄各庄陶瓷厂第一分厂。1994 年 6 月 8 日，丰南市黄各庄陶瓷厂第一分厂领取了变更后的《企业法人营业执照》。

1995 年 5 月，丰南市黄各庄陶瓷厂第一分厂更名为唐山惠达陶瓷（集团）厂分厂。1995 年 5 月 11 日，集团厂分厂领取了变更后的《企业法人营业执照》。

3、惠达塑料

1990 年 3 月，经黄各庄乡人民政府决议，由黄各庄经联社出资 8 万元成立黄各庄社会福利塑料厂。1990 年 3 月 3 日，丰南县审计事务所出具《验资报告书》，对上述出资进行验证。1990 年 3 月 10 日，黄各庄社会福利塑料厂领取了丰南县工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》，法定代表人为裴天时，注册资金为 8 万元，企业类型为集体所有制企业。

1991 年 10 月，黄各庄社会福利塑料厂更名为丰南县黄各庄乡福利塑料厂，同时注册资金由 8 万元增加至 12 万元。1991 年 10 月 4 日，丰南县黄各庄社会福利塑料厂领取了变更后的《企业法人营业执照》。

1995 年 5 月，丰南县黄各庄乡福利塑料厂更名为唐山惠达福利塑料厂，法定代表人由裴天时变更为王惠文。1995 年 5 月 11 日，惠达塑料领取了变更后的《企业法人营业执照》。

4、惠达橡胶

1991 年 10 月，黄各庄二村村委会出资 80 万元成立唐山市唐丰电工器材厂。1991 年 11 月 2 日，丰南县审计事务所出具《验资报告》，对上述出资进行验证。

1995 年 11 月，唐山市唐丰电工器材厂与黄各庄镇政府签订《黄各庄镇政府接管唐丰电工器材厂协议》，双方约定黄各庄镇政府接管唐山市唐丰电工器材厂 925.52 万元资产，承担其 925.52 万元债务。

1996 年 1 月，唐山市唐丰电工器材厂更名为唐山惠达陶瓷集团橡胶厂。1996 年 1 月 18 日，惠达橡胶领取了变更后的《企业法人营业执照》，法定代表人为周步祥，注册资金为 80 万元，企业类型为集体所有制企业。

至 1997 年惠达股份设立前，上述集团厂、集团厂分厂、惠达塑料、惠达橡

胶四家集体企业的注册资本（注册资金）、股权结构和企业类型均未发生变化。

（二）发行人的设立

1、评估程序

1997年10月24日，唐山会计师事务所出具了《资产评估报告》（唐会评（1997）102号），对集团厂等四家企业及集团厂投资设立的七家企业的整体资产进行了评估，评估基准日为1997年8月31日，净资产评估值为10,964.33万元。扣除少数股东享有的惠联陶瓷等五家中外合资企业的权益后，归属于黄各庄经联社的净资产评估值为8,943.60万元。

2、净资产的分割与转让

1997年12月3日，黄各庄经联社、集团厂、宣庄管理区经联社、集团厂分厂、工会委员会共同签署了《股权转让及买断协议》，黄各庄经联社将上述经评估的净资产分别转让给集团厂1,456.12万元、集团厂分厂200万元、宣庄管理区经联社150万元和工会委员会5,137.48万元，用于发起设立股份公司。

同日，集团厂与黄各庄经联社签署了《股权代持协议》，约定由集团厂作为黄各庄经联社对股份公司1,456.12万元出资的名义持有人；集团厂分厂与黄各庄经联社签署了《股权代持协议》，约定由集团厂分厂作为黄各庄经联社对股份公司200万元出资的名义持有人。

3、设立审批情况

1997年9月1日，黄各庄镇党委、黄各庄镇政府审核通过了惠达集团递交的《唐山惠达陶瓷集团关于组建唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司的实施方案》，并将其上报给丰南市企业改革工作领导小组。

1997年9月9日，丰南市企业改革工作领导小组办公室作出了《关于<组建唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司实施方案>的批复》（丰乡企批字[1997]18号），将实施方案向本辖区人民代表大会通报，并请市直各有关部门在方案实施过程中给予大力支持。

1997年10月12日，唐山市经济体制改革委员会向河北省股份制领导小组上报了《唐山市经济体制改革委员会关于组建唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司的审查报告》（唐体改股字（1997）070号），认为惠达股份设立的筹备工作符合《公司法》及有关公司设立规定的要求。

1997 年 12 月 10 日，河北省人民政府股份制领导小组办公室作出了《关于同意改制设立唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司的批复》（冀股办[1997]38 号），同意发起设立惠达股份；公司股本总额人民币 8,943.60 万元。

4、发行人设立情况

1997 年 12 月 3 日，黄各庄经联社、宣庄管理区经联社、集团厂、集团厂分厂和工会委员会签署《唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司发起人协议书》，约定发起人以集团厂等企业经评估的净资产投资入股，共同组建唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司，各发起人的出资情况如下：

序号	股东名称	股份数（万股）	出资比例（%）
1	黄各庄经联社	2,000.00	22.36
2	宣庄管理区经联社	150.00	1.68
3	集团厂	1,456.12	16.28
4	集团厂分厂	200.00	2.24
5	工会委员会	5,137.48	57.44
合计		**8,943.60**	**100.00**

1997 年 12 月 5 日，经唐山会计师事务所出具的《验资报告》（唐会验字[97]218 号）验证，截至 1997 年 12 月 4 日，惠达股份已收到各股东投入的资本人民币 8,943.60 万元。

惠达股份设立前，由于工会委员会（职工持股会）会员认股踊跃，经黄各庄经联社与工会委员会协商，黄各庄经联社将其持有的 100.12 万出资转让予工会委员会（职工持股会），调整后各发起人的出资情况如下表所示：

序号	股东名称	股份数（万股）	出资比例（%）
1	黄各庄经联社	1,899.88	21.24
2	宣庄管理区经联社	150.00	1.68
3	集团厂	1,456.12	16.28
4	集团厂分厂	200.00	2.24
5	工会委员会	5,237.60	58.56
合计		**8,943.60**	**100.00**

1997 年 12 月 11 日，惠达股份取得了河北省工商行政管理局签发的《企业法人营业执照》，成立时注册资本为 8,943.60 万元，法定代表人为王惠文。

2015 年 2 月 6 日，唐山市人民政府出具《唐山市人民政府关于确认惠达卫浴股份有限公司历史沿革相关事项的请示》（唐政呈[2015]8 号），认为惠达股份设

立行为合法合规，设立结果真实有效，不存在侵害国有及集体资产的行为，不存在侵害职工权益的行为，不存在争议和纠纷。设立时各发起人用于出资的资产权属清晰且均已交割完毕。

2015 年 2 月 15 日，河北省人民政府出具《河北省人民政府关于对惠达卫浴股份有限公司历史沿革相关事项进行确认的函》（冀政函[2015]13 号），同意唐山市人民政府对惠达股份的上述确认意见。

（三）发行人的股本变化情况

1、2000 年股权划转

2000 年，因黄各庄镇政府下属机构职能调整，黄各庄经联社所持惠达股份 1,899.88 万股划转至黄各庄管理区经联社名下。

2011 年 10 月 18 日，唐山市丰南区人民政府出具《关于变更在惠达陶瓷（集团）股份有限公司所持集体股份股东的说明》，对上述事项进行说明确认。

本次变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	所持股份（万股）	持股比例（%）
1	黄各庄管理区经联社	1,899.88	21.24
2	宣庄管理区经联社	150.00	1.68
3	集团厂	1,456.12	16.28
4	集团厂分厂	200.00	2.24
5	工会委员会	5,237.60	58.56
合计		**8,943.60**	**100.00**

2、2001 年第一次股权转让

2001 年 3 月 1 日，集团厂与黄各庄管理区经联社、集团分厂与宣庄管理区经联社分别签署《股权转让协议》，约定集团厂、集团分厂分别将其所持 1,456.12 万和 200 万股股份无偿转让给黄各庄管理区经联社、宣庄管理区经联社。

本次股权转让后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	所持股份（万股）	持股比例（%）
1	黄各庄管理区经联社	3,356.00	37.52
2	宣庄管理区经联社	350.00	3.92
3	工会委员会	5,237.60	58.56
合计		**8,943.60**	**100.00**

3、2001 年第二次股权转让

2001 年，黄各管理区庄经联社将其所持有的惠达股份 1,856 万股股份转让给工会委员会，本次股份转让具体情况如下：

（1）本次股份转让的决策程序

2001 年 5 月 30 日黄各庄管理区经联社董事会作出决议将其所持有的惠达股份 1,856 万股股份以 1 元/股的价格（2000 年 12 月 31 日，惠达股份每股净资产为 1.5 元）转让给工会委员会。

2001 年 5 月 30 日，黄各庄管理区组织黄各庄管理区经联社组成成员的 13 个村的村民代表，就黄各庄管理区经联社将其持有的公司股份转让给工会委员会的事宜召开了村民代表大会，征求村民的意见。根据该次会议的《会议纪要》，参加本次会议的村民代表一致同意黄各庄管理区经联社将其所持有的公司 1,856 万股以 1,856 万元的价格转让给工会委员会。

（2）本次股份转让的审批程序

2001 年 6 月 4 日，惠达股份向丰南市体制改革领导小组上报《唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司关于进一步明晰产权、深化改革的申请报告》，申请黄各庄管理区经联社将其持有的惠达股份 1,856 万股股份转让予工会委员会。

2001 年 6 月 8 日，黄各庄镇政府同意《唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司关于进一步明晰产权，深化改革的实施方案》的申请报告，并向丰南市体制改革领导小组发出公函，申请丰南市企业改革工作领导小组予以审核批准。

2001 年 7 月 22 日，丰南市企业改革工作领导小组办公室签发《关于唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司进一步明晰产权，深化改革的实施方案的批复》（丰乡企批字[2001]6 号总字 265 号），同意《唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司关于进一步明晰产权，深化改革的实施方案》。

（3）本次股份转让的背景

为了落实河北省、唐山市及丰南市适度向经营者、管理层及技术骨干出售股份的改革精神，2001 年 5 月 26 日，惠达股份董事会向黄各庄管理区经联社报送《唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司关于进一步明晰产权、深化改革的申请》，申请将黄各庄管理区经联社所持有的惠达股份 1,856 万股转让给工会委员会。

（4）本次股份转让的定价依据

惠达股份 1997 年底改制为股份制企业后，以惠达管理层为核心的员工通过工会委员会获得了公司股份，其工作积极性得到了有效激发，短短三年时间惠达

股份总资产较 1997 年增长近一倍、卫生陶瓷产量增长近一倍、利税合计增长近两倍，职工人数显著增加其吸纳本地剩余劳动力效果明显，有效地解决了当地居民及政府的就业压力，无论从经济效益还是社会效益上惠达股份均对黄各庄镇当地作出了突出贡献。

2001 年 5 月 30 日，为了落实河北省、唐山市及丰南市等有关部门适度向经营者、管理层及骨干技术人员出售，鼓励经营者持大股改革精神，以及为了奖励惠达经营者为当地作出的特殊贡献，使得惠达经营者在获得奖励后能继往开来更好的发展壮大企业，使集体资产能够进一步保值增值，黄各庄管理区及黄各庄管理区经联社董事会作出决议将其所持有的惠达股份 1,856 万股股份以 1 元/股的价格（2000 年 12 月 31 日，惠达股份每股净资产为 1.5 元）转让给惠达经营者（工会委员会）。

黄各庄管理区经联社将 1,856 万元集体股份以 1,856 万元的价格转让给工会委员会的行为履行了相关内部决策程序及外部审批程序；由于本次股份转让是为了落实河北省及唐山市的相关政策及奖励惠达经营者的目的，不同于普通的对外出售集体资产，故未对相关股份价值进行评估，但本次股份转让获得了黄各庄管理区经联社组成成员的各村的村民代表的认可，不存在侵害集体资产的行为，且 2015 年河北省政府确认惠达股份历次股权变动（包括股份划转、股份转让增资等行为）均合法、合规、真实、有效，不存在争议和纠纷，不存在集体资产流失的情形，不存在损害职工及村民权益的情形，惠达股份目前股权结构清晰，不存在争议和纠纷。本次股权转让程序合法合规。

（5）本次股份转让协议的签订

2001 年 7 月 25 日，黄各庄管理区经联社与工会委员会签订了《股份转让协议》，约定黄各庄管理区经联社向工会委员会转让其所持有的惠达股份 1,856 万股股份，转让价格为 1,856 万元。

本次股权转让后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	所持股份（万股）	持股比例（%）
1	黄各庄管理区经联社	1,500.00	16.77
2	宣庄管理区经联社	350.00	3.92
3	工会委员会	7,093.60	79.31
合计		8,943.60	100.00

4、2002 年股东名称变更

根据 2002 年丰南市委印发的《中共丰南市委关于完善和加强乡镇经联社建设的实施意见》（丰南发[2002]6 号），黄各庄管理区经联社更名为黄各庄镇黄各庄经联社，黄各庄镇宣庄管理区经联社更名为黄各庄镇宣庄经联社。因此惠达股份的股东名称亦作出相应变更。

本次股东名称变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	所持股份（万股）	持股比例（%）
1	黄各庄镇黄各庄经联社	1,500.00	16.77
2	黄各庄镇宣庄经联社	350.00	3.92
3	工会委员会	7,093.60	79.31
合计		**8,943.60**	**100.00**

5、2004 年股权划转

2004 年，黄各庄镇黄各庄经联社、黄各庄镇宣庄经联社撤销，其权利义务均由同年设立的黄各庄经服中心承继。2011 年 10 月 18 日，唐山市丰南区人民政府出具《关于变更在惠达陶瓷（集团）股份有限公司所持集体股份股东的说明》，对上述事项进行说明确认。

本次股东变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	所持股份（万股）	持股比例（%）
1	黄各庄经服中心	1,850.00	20.69
2	工会委员会	7,093.60	79.31
合计		**8,943.60**	**100.00**

6、2008 年股权划转

2008 年 1 月 21 日，唐山市丰南区机构编制委员会下发了《唐山市丰南区机构编制委员会关于印发<黄各庄镇机构改革方案>的通知》，根据此方案，黄各庄镇政府设立黄各庄经管站，负责集体资产管理。鉴于此，黄各庄经服中心持有的惠达股份 1,850 万股划转至黄各庄经管站持有并管理。

2011 年 10 月 18 日，唐山市丰南区人民政府出具《关于变更在惠达陶瓷（集团）股份有限公司所持集体股份股东的说明》，对上述事项进行说明确认。

本次股权转让后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	所持股份（万股）	持股比例（%）
1	黄各庄经管站	1,850.00	20.69

2	工会委员会	7,093.60	79.31
合计		**8,943.60**	**100.00**

7、2011 年股权转让

2011 年 12 月 28 日，工会委员会召开第二次大会，170 名会员代表出席了会议，同意职工持股会将持有的公司 7,093.60 万股股份转让给王惠文等四名自然人和鼎立投资等四家持股公司。同日，惠达股份召开股东大会，全体股东一致同意工会委员会的上述股权转让行为。

2011 年 12 月 31 日，工会委员会分别与王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、鼎立投资、庆伟投资、伟业投资和助达投资签署《股权转让协议》，约定将其持有的惠达股份的 2,300 万股、800 万股、462.60 万股、350 万股、1,449 万股、705 万股、378 万股和 649 万股股份分别转让给王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、鼎立投资、庆伟投资、伟业投资和助达投资。

本次股权转让后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	所持股份（万股）	持股比例（%）
1	王惠文	2,300.00	25.72
2	黄各庄经管站	1,850.00	20.69
3	鼎立投资	1,449.00	16.20
4	王彦庆	800.00	8.95
5	庆伟投资	705.00	7.88
6	助达投资	649.00	7.26
7	董化忠	462.60	5.17
8	伟业投资	378.00	4.23
9	王彦伟	350.00	3.91
合计		**8,943.60**	**100.00**

8、公司名称变更为“惠达卫浴股份有限公司”

2012 年 2 月 13 日，惠达股份召开股东大会，审议通过将公司的名称更改为“惠达卫浴股份有限公司”，并经工商管理部门核准。

9、2012 年 6 月公司注册资本增加至 9,937.3333 万元

2012年5月24日，经公司股东大会审议通过，公司注册资本由8,943.60万元增至9,937.3333万元，新增注册资本由九鼎投资十一家合伙企业以22,000万元认购，其中993.7333万元为新增注册资本，剩余21,006.2667万元计入公司资本公积，本次增资价格为每注册资本22.14元，不低于截至2011年12月31日的公司每股净资

产。

本次增资后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	持股数额（万股）	股权比例（%）
1	王惠文	2,300.0000	23.15
2	黄各庄经管站	1,850.0000	18.62
3	鼎立投资	1,449.0000	14.58
4	王彦庆	800.0000	8.05
5	庆伟投资	705.0000	7.09
6	助达投资	649.0000	6.53
7	董化忠	462.6000	4.66
8	伟业投资	378.0000	3.80
9	王彦伟	350.0000	3.52
10	无锡恒泰九鼎	225.5775	2.27
11	嘉兴嘉泽九鼎	103.3483	1.04
12	天津古九鼎	94.4047	0.95
13	苏州民乐九鼎	89.4360	0.90
14	烟台祥睿九鼎	87.4485	0.88
15	苏州民安九鼎	81.4861	0.82
16	嘉兴嘉盛九鼎	78.5049	0.79
17	嘉兴晋文九鼎	71.5488	0.72
18	嘉兴齐桓九鼎	59.6240	0.60
19	苏州民和九鼎	53.6616	0.54
20	嘉兴楚庄九鼎	48.6929	0.49
合计		**9,937.3333**	**100.00**

2012 年 6 月 18 日，唐山丰信会计师事务所对本次增资情况进行验资，并出具《验资报告》（丰信验字（12）第 148 号），验证截至 2012 年 6 月 13 日，公司已收到九鼎投资缴纳的出资款 22,000 万元，其中 993.7333 万元计入注册资本，余额 21,006.2667 万元计入资本公积。

本次增资系公司为了引入财务投资者，改善公司治理结构，促进产品经营与资本经营相结合，做大做强公司的主营业务，通过增资扩股的方式引进九鼎投资十一家合伙企业作为财务投资者。本次增资的价格，系公司与九鼎投资十一家合伙企业结合公司发展前景、盈利能力共同协商，按照公司预计的2012年度实现净利润19,800万元（即每注册资本对应净利润2.213873元），并以10倍市盈率计算确定。

10、2012 年 11 月公司注册资本增加至 21,000 万元

2012 年 10 月 30 日，公司召开股东大会，全体股东一致同意以 11,062.6667 万元资本公积转增股本，公司注册资本增加至 21,000 万元。

天职国际出具了“天职皖 QJ[2012]T28 号”《验资报告》，验证截至 2012 年 10 月 30 日止，公司已将资本公积 11,062.6667 万元转增股本，公司的注册资本增加至 21,000 万元。

本次增资后，公司的股权结构如下所示：

序号	股东姓名或名称	持股数额（万股）	持股比例（%）
1	王惠文	4,860.45	23.15
2	黄各庄经管站	3,909.50	18.62
3	鼎立投资	3,062.09	14.58
4	王彦庆	1,690.59	8.05
5	庆伟投资	1,489.84	7.09
6	助达投资	1,371.49	6.53
7	董化忠	977.59	4.66
8	王彦伟	739.64	3.52
9	伟业投资	798.80	3.80
10	无锡恒泰九鼎	476.70	2.27
11	嘉兴嘉泽九鼎	218.40	1.04
12	天津古九鼎	199.50	0.95
13	苏州民乐九鼎	189.00	0.90
14	烟台祥睿九鼎	184.80	0.88
15	苏州民安九鼎	172.20	0.82
16	嘉兴嘉盛九鼎	165.90	0.79
17	嘉兴晋文九鼎	151.20	0.72
18	嘉兴齐桓九鼎	126.00	0.60
19	苏州民和九鼎	113.40	0.54
20	嘉兴楚庄九鼎	102.90	0.49
合计		**21,000.00**	**100.00**

11、2013 年 12 月公司注册资本增加至 21,311.1111 万元

2012 年 5 月 26 日，为引入九鼎投资十一家合伙企业作为财务投资者，王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资、助达投资和伟业投资与九鼎投资十一家合伙企业签订《增资扩股协议》，该协议中约定了相关反稀释条款，具体如下：

第 3.3.2 条约定：“在乙方（公司）公开发行上市前，除非各方一致同意，否

则乙方不再实施增资。如果未经甲方（九鼎投资十一家合伙企业）书面同意，乙方进行增资或者类似安排导致甲方持有的乙方股权被稀释，丙方（王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资、助达投资和伟业投资）和/或实际控制人须以零价格向甲方转让部分股权，直至增资或者类似安排后甲方实际持有的乙方股权不低于百分之十(10%)，因此产生的税费由丙方和/或实际控制人承担。如果各方一致同意乙方再次增资，乙方再次增资前的股东拥有优先购买权，如果认购额大于拟增资额，按照认购方的持股比例分配拟增资额。”

2013 年 12 月 23 日，公司为激励高管人员，引进杨春、杜国锋、肖铁山和王涛四位公司发展所需人才为新晋股东，公司召开股东大会，在广泛征求原有股东意见的基础上，充分考虑杨春、杜国锋、肖铁山和王涛四名新入股东的业绩状况、经济承受能力等因素，全体股东一致同意新增股东杨春、杜国锋、肖铁山和王涛以每股 1.8 元的价格认购公司 280.00 万股股份，均以现金方式出资，增资价格低于每股净资产，公司按公允价格与增资价格之间的差额全额计入管理费用。

由于 2013 年 12 月 31 日距离 2013 年 12 月 23 日增资时点非常接近，因此以发行人在该时点经审计的合并口径净资产为基础，扣除该次增资对净资产和股份数的影响，以经恢复后的每股净资产 8.58 元作为该次股权变动每股净资产的公允价格，并据此进行股份支付会计处理，具体计算过程如下：

项目	金额（元）
截至 2013 年 12 月 31 日经审计净资产（A）	1,806,466,474.24
减：该次增资增加的净资产（B）	5,599,999.80
截至 2013 年 12 月 23 日模拟净资产（C=A-B）	1,800,866,474.44
截至 2013 年 12 月 23 日注册资本（D）	210,000,000.00
截至 2013 年 12 月 23 日的每股净资产公允价格（E=C/D）	8.58

为保证九鼎投资十一家合伙企业根据《增资扩股协议》中约定的其在公司持有的股权比例不被稀释的权利，全体股东一致同意九鼎投资十一家合伙企业行使《增资扩股协议》中的优先认购权，以现金形式合计认购公司新增注册资本 311,111 元人民币，认购价格为每股 1.8 元人民币。

2013 年 12 月 31 日，唐山正信会计师事务所有限公司出具“唐正会验变字[2013]027 号”《验资报告》，验证截至 2013 年 12 月 30 日，公司已收到股东所缴纳新增注册资本 311.1111 万元，变更后的累计注册资本为 21,311.1111 万元。

2015 年 4 月 2 日，天职国际出具《对其他会计师事务所出具的验资报告专项

复核报告》（天职业字[2015]7260-5 号），对上述出资情况进行复核，验证本次新增注册资本 311.1111 万元，各股东按照公司章程的规定分别实际出资到位。

本次增资后，公司的股权结构如下所示：

序号	股东姓名或名称	持股数额（万股）	持股比例（%）
1	王惠文	4,860.4541	22.81
2	黄各庄经管站	3,909.5035	18.34
3	鼎立投资	3,062.0917	14.37
4	王彦庆	1,690.5889	7.93
5	庆伟投资	1,489.8409	6.99
6	助达投资	1,371.4917	6.44
7	董化忠	977.5893	4.59
8	王彦伟	739.6382	3.47
9	伟业投资	798.8017	3.75
10	无锡恒泰九鼎	483.7622	2.27
11	嘉兴嘉泽九鼎	221.6355	1.04
12	天津古九鼎	202.4556	0.95
13	苏州民乐九鼎	191.8000	0.90
14	烟台祥睿九鼎	187.5378	0.88
15	苏州民安九鼎	174.7511	0.82
16	嘉兴嘉盛九鼎	168.3578	0.79
17	嘉兴晋文九鼎	153.4400	0.72
18	嘉兴齐桓九鼎	127.8667	0.60
19	苏州民和九鼎	115.0800	0.54
20	嘉兴楚庄九鼎	104.4244	0.49
21	杨春	100.0000	0.47
22	杜国锋	60.0000	0.28
23	肖铁山	60.0000	0.28
24	王涛	60.0000	0.28
合计		**21,311.1111**	**100.00**

2012 年、2013 年九鼎投资十一家合伙企业两次增资价格差异较大，主要是因为，2012 年的增资系公司为了引入财务投资者，改善公司治理结构，双方结合市场平均市盈率、业绩承诺等因素通过商业谈判的方式确定增资价格，增资价格相对较高；2013 年的增资价格较低主要是因为在 2012 年公司引入九鼎投资十一家合伙企业作为财务投资者时双方签署的《增资扩股协议》中约定了反稀释条款，2013 年在以增资方式对高管进行股权激励时，各方一致同意为了维持九鼎投资十一家合伙企业持股比例不低于 10%的约定，同意九鼎投资十一家合伙

企业的增资价格同对高管进行股权激励的价格一致，由于高管的增资价格相对较低，因此2013年九鼎投资十一家合伙企业的增资价格与2012年的增资价格差异较大。

12、2014年股权转让

2012年5月26日，为引入九鼎投资作为惠达股份的投资机构，王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资、助达投资和伟业投资与九鼎投资十一家合伙企业签订增资扩股协议及其补充协议，约定上述股东针对惠达股份2012年、2013年和2014年的经营业绩对九鼎投资十一家合伙企业做出业绩承诺，并承担相应业绩补偿义务。具体条款如下：“

1.1 业绩承诺

1.1.1 本次增资完成后，乙方（惠达股份）及丙方（王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资、助达投资和伟业投资）对未来一定时间内的经营业绩进行承诺：以乙方（惠达股份）2011年净利润（18,000万元）为基数，承诺2012、2013、2014年实现的净利润每年比上年递增不低于10%。

1.1.2 上述净利润是指根据中国企业会计准则核算得到的乙方某一会计年度的归属于母公司股东的净利润，且以扣除各项非经常性损益前后较低者为准。

1.2 业绩补偿

1.2.1 如果乙方2012、2013或2014年中任何一年度业绩未达到承诺水平，则丙方及/或实际控制人对甲方（九鼎投资十一家合伙企业）予以现金补偿。补偿公式为：

现金补偿金额=甲方投资款22,000万元*{（承诺净利润增长率-实际净利润增长率）/（1+承诺净利润增长率）}

现金补偿资金来源为乙方及/或丙方的自有资金，自有资金不足的，由乙方及/或丙方将其分红所得支付给甲方予以补足。

3.2 鉴于本次增资完成后，乙方（惠达股份）将尽快启动在境内证券交易所上市的工作，为符合有关境内上市的审核要求，各方一致同意，本补充协议第一条（含1.1业绩承诺和1.2业绩补偿条款）的有关约定可由各方签署补充协议妥善处理。”

2012年-2014年公司业绩与承诺业绩的比较情况如下：

单位：万元

项目		2012 年	2013 年	2014 年
承诺业绩		19,800.00	21,780.00	23,958.00
实现业绩	扣非前	11,426.30	9,357.28	13,990.51
	扣非后	10,291.34	9,499.74	12,869.08

【注】上表中承诺业绩和实现业绩均为归属于母公司股东的净利润。

鉴于公司当时将于 2014 年下半年启动在境内证券交易所上市事宜，2014 年 6 月 2 日，九鼎投资十一家合伙企业与公司及公司原股东签署《关于解除经营业绩承诺及业绩补偿相关约定之协议》，达成以下约定：公司原股东向九鼎投资十一家合伙企业转让公司 3,196,667 股股份，自该次股份转让完成工商变更登记或相关工商备案手续后，《补充协议》中“第一条 经营业绩”项下之所有约定条款（含 1.1 业绩承诺和 1.2 业绩补偿条款）自动终止失效，九鼎投资十一家合伙企业不再根据补充协议中“第一条 经营业绩”条款向公司、公司原股东或公司实际控制人主张收取业绩补偿款及附带权益的权利，即因惠达股份 2012 年、2013 年、2014 年业绩未达到承诺数额而对乙方、丙方（王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资、助达投资和伟业投资）或乙方实际控制人收取业绩补偿及附带权益的权利。

本次股权转让后，公司的股权结构如下所示：

序号	股东姓名或名称	持股数额（万股）	持股比例（%）
1	王惠文	4,778.2464	22.42
2	黄各庄经管站	3,843.3798	18.03
3	鼎立投资	3,010.3008	14.13
4	王彦庆	1,661.9950	7.80
5	庆伟投资	1,464.6423	6.87
6	助达投资	1,348.2949	6.33
7	董化忠	961.0547	4.51
8	王彦伟	727.1283	3.41
9	伟业投资	785.2911	3.68
10	无锡恒泰九鼎	556.3265	2.61
11	嘉兴嘉泽九鼎	254.8808	1.20
12	天津古九鼎	232.8239	1.09
13	苏州民乐九鼎	220.5700	1.04
14	烟台祥睿九鼎	215.6685	1.01
15	苏州民安九鼎	200.9638	0.94
16	嘉兴嘉盛九鼎	193.6115	0.91

17	嘉兴晋文九鼎	176.4560	0.83
18	嘉兴齐桓九鼎	147.0467	0.69
19	苏州民和九鼎	132.3420	0.62
20	嘉兴楚庄九鼎	120.0881	0.56
21	杨春	100.0000	0.47
22	杜国锋	60.0000	0.28
23	肖铁山	60.0000	0.28
24	王涛	60.0000	0.28
合计		**21,311.1111**	**100.00**

2015 年 2 月 6 日，唐山市人民政府出具《唐山市人民政府关于确认惠达卫浴股份有限公司历史沿革相关事项的请示》（唐政呈[2015]8 号），认为惠达股份历次股权变动（包括股份划转、股份转让、增资等行为）均合法、合规、真实、有效，不存在争议和纠纷，不存在集体资产流失的情形，不存在损害职工及村民权益的情形。惠达股份目前股权结构清晰，不存在争议和纠纷。

2015 年 2 月 15 日，河北省人民政府出具了《河北省人民政府关于对惠达卫浴股份有限公司历史沿革相关事项进行确认的函》（冀政函[2015]13 号），同意唐山市政府对惠达股份的上述确认意见。

（四）发行人设立以来重大资产重组情况

发行人设立以来未发生重大资产重组情况。

四、发行人历次验资情况

（一）公司设立时验资情况

1997 年 12 月 5 日，经唐山会计师事务所出具的《验资报告》（唐会验字[97]218 号）验证，截至 1997 年 12 月 4 日，惠达股份已收到各股东投入的资本人民币 8,943.60 万元。

（二）2012 年 6 月增资验资情况

2012 年 6 月 18 日，经唐山丰信会计师事务所出具的《验资报告》（丰信验字（12）第 148 号）验证，截至 2012 年 6 月 13 日，公司收到九鼎投资十一家合伙企业出资 22,000 万元，其中新增注册资本 993.7333 万元，余额 21,006.2667 万元计入资本公积。

2015 年 4 月 2 日，天职国际出具《对其他会计师事务所出具的验资报告专项

复核报告》（天职业字[2015]7260-5 号），对上述出资情况进行了复核，复核结果表明，公司本次新增注册资本 993.7333 万元，已由各股东按照公司章程的规定分别实际出资到位。

（三）2012 年 9 月补足出资验资情况

2012 年 3 月 10 日，沃克森对公司设立时的评估报告进行复核，出具了《唐山惠达陶瓷集团组建唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司资产评估报告复核报告书》（沃克森评报字[2012]第 0041 号），确认集团厂等四家企业及集团厂投资设立的七家企业在评估基准日 1997 年 8 月 31 日净资产整体评估值为 8,987.92 万元，较原评估机构评估后净资产评估值 10,964.34 万元减少 1,976.42 万元。

2012 年 9 月 7 日，公司股东黄各庄经管站对上述不足出资部分进行了补缴。2015 年 4 月 2 日，天职国际出具了《对其他会计师事务所出具的验资报告专项复核报告》（天职业字[2015]7260-5 号），对上述出资不足部分的补缴进行了审验，验证截至 2012 年 9 月 7 日，公司已收到黄各庄经管站补缴出资额 1,976.42 万元。

（四）2012 年 11 月资本公积转增股本验资情况

2012 年 11 月，经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》（天职皖 QJ[2012]T28 号）验证，截至 2012 年 10 月 30 日，公司已将资本公积 11,062.6667 万元转增股本。

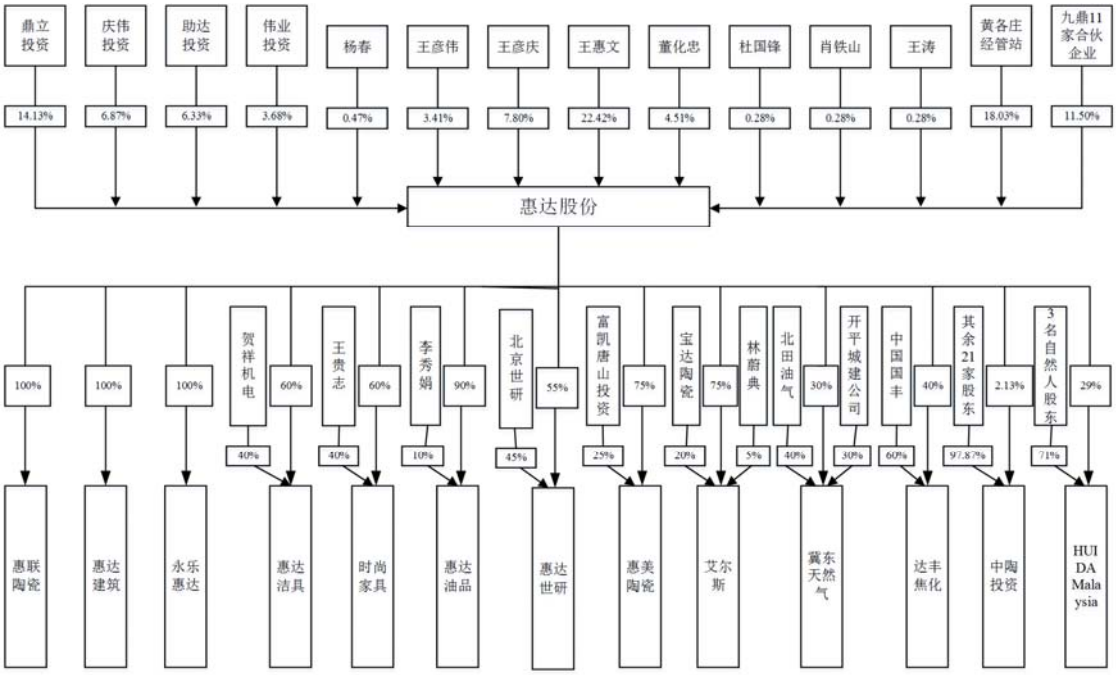
（五）2013 年 12 月增资验资情况

2013 年 12 月，经唐山正信会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（唐正会验变字[2013]027 号）验证，截至 2013 年 12 月 30 日，公司收到股东新增注册资本 311.1111 万元，变更后累计注册资本为 21,311.1111 万元。

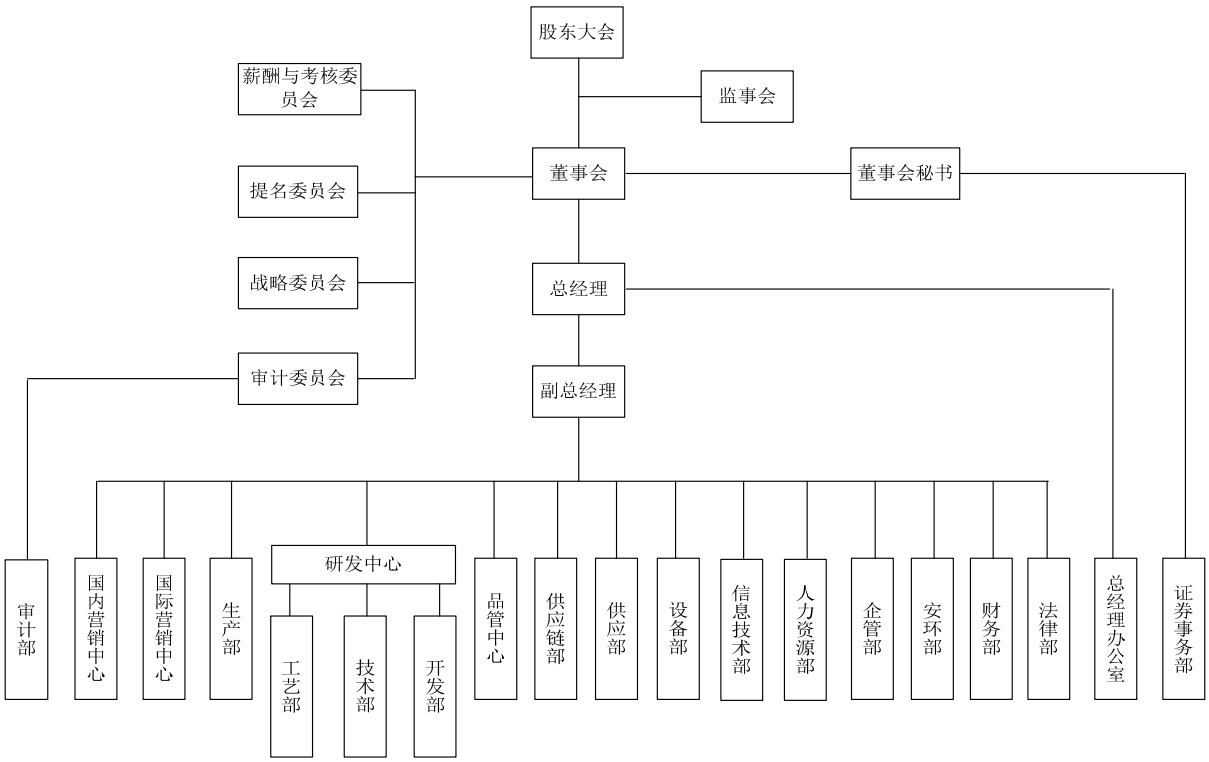
2015 年 4 月 2 日，天职国际出具《对其他会计师事务所出具的验资报告专项复核报告》（天职业字[2015]7260-5 号），对上述出资情况进行了复核，复核结果表明，公司本次新增注册资本 311.1111 万元，已由各股东按照公司章程的规定分别实际出资到位。

五、发行人股权结构与组织结构图

（一）股权结构图



（二）内部组织架构图



（三）发行人内部主要职能部门情况

本公司实行董事会领导下的总经理负责制。在董事会的领导下，由总经理负责公司日常经营与管理。各部门的主要职能是：

1、审计部

负责检查和评估公司内部控制制度的完整性、合理性和实施的有效性；负

责审计公司会计资料及其他有关经济资料，以及所反映的财务收支及有关的经济活动的合法性、合规性、真实性和完整性。

2、国内营销中心

负责公司产品的国内市场销售工作。具体包括：品牌形象宣传、经销商管理、新产品市场推广等。制定经销商售前、售中和售后管理制度；负责市场动态的分析和市场信息的收集，为产品开发提供研究依据；制定公司产品销售策略，组织经销商培训；负责营销网络的规划建设和管理。

3、国际营销中心

负责公司产品的国际销售工作。根据公司整体发展战略，制定海外销售计划，开发海外销售市场；负责海外客户日常需求的处理及关系维护、售后服务事宜的处理、应收账款的及时催收；负责国外大型卫浴行业展会的筹备及公司的海外品牌宣传工作等。

4、生产部

负责生产计划的制定和落实，合理调配生产资源。在确保生产能够持续、稳步进行的基础上，完成公司产量和质量等相关指标。

5、工艺部

负责制定公司产品生产的工艺流程及相关标准，并通过不定期对各生产部门的工艺流程进行抽检，以保证其贯彻执行。目标是提高公司生产系统的的整体生产效率，同时提升产品质量。

6、技术部

负责公司产品材料的研发工作。在保证产品质量并综合考虑产品的外观设计及市场需求等因素的前提下，进行新型产品材料的研发。

7、开发部

通过对新产品的设计研发及常规产品的优化改进，不断完善公司的产品结构，形成科学合理的产品序列。

8、品管中心

负责公司产品质量的综合管控；制订并实施产品质量标准；负责产品质量问题管理，调查分析质量问题原因，提出处理意见和整改措施；负责质量文件的制定与监督执行；负责质量数据的收集与存档。

9、供应链部

负责公司采购、生产、销售等供应链体系的综合监控和分析，提供相应分析数据和报告，督促相关部门及时处理以优化公司供应链体系的运转效率；对公司库存情况进行监控和分析，保证公司库存量及库存结构的科学合理。

10、供应部

负责公司原材料的采购，组织原材料供应工作，包括制定与执行采购计划，监督管理采购合同的履约情况，选择和评估供应商、确定采购价格和数量，处理采购过程中出现的质量、价格和合同违约等纠纷。

11、设备部

负责公司生产设备及动力设备的维护管理工作，不断提升公司生产系统的机械化和自动化水平。

12、人力资源部

负责公司人力资源的整体规划、员工的招聘及培训、公司人事档案管理、劳动合同及社会保险管理、绩效考核、薪酬管理等方面的工作。

13、企管部

负责改善公司生产经营管理水平、提升生产工作效率。具体包括现场 5S 管理、劳动纪律管理和干群关系的管理等。

14、安环部

制定公司环境保护措施和安全生产改进措施计划；负责公司安全生产管理和环境保护管理工作。

15、财务部

负责建立健全公司的财务会计管理体系，组织开展公司的日常财务核算、财务分析、财务人员管理、财务工作检查等工作；负责建立健全公司的资金管理体系，组织开展公司的资金使用审批、资金结算、费用报销等工作。

16、法律部

审核各类法律文书及合同，监督对公司合同档案的管理；代表公司处理各类仲裁、诉讼或非诉讼法律事务；为公司重大决策性事务提供咨询和法律意见；对公司员工进行法律培训。

17、总经理办公室

负责董事长及总经理工作日程安排及办公事务管理工作，进行企业形象对外宣传并组织相关推广活动，负责公司车辆统筹管理和食堂运营管理等工作。

18、证券事务部

负责股东大会、董事会、监事会的组织和筹备工作；在董事会秘书的领导下，组织协调公司信息披露、投资者关系管理及股权管理等证券事务工作；与证券监管机构沟通联络。

六、发行人控股或参股公司情况

截至 2016 年 6 月 30 日，本公司拥有四家全资子公司，六家控股子公司和四家参股公司。

（一）发行人全资子公司情况

1、唐山惠联建筑陶瓷有限公司

成立日期：1994 年 10 月 18 日

注册资本：8,743.59 万元

住所：河北省唐山市丰南区黄各庄镇政府南

经营范围：生产高档建筑卫生陶瓷产品，卫生陶瓷洁具配件、浴缸、淋浴房，销售本公司产品，进出口业务（国家法律法规禁止经营的项目除外，法律法规限制的取得许可后方可经营）（不含进口商品分销业务）（排污证有效期至 2018 年 5 月 26 日）。

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	36,744.61	36,787.24
净资产	32,420.47	32,245.38
净利润	175.08	1,016.29

【注】以上财务数据经天职国际审计。

2、唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司

成立日期：2002 年 4 月 22 日

注册资本：2,009.10 万元

住所：唐山惠达陶瓷（集团）院内

经营范围：可承担单项建安合同额不超过企业注册资本金 5 倍的下列房屋建筑工程的施工：（1）28 层及以下、单跨跨度 36 米及以下的房屋建筑工程；（2）高度 120 米及以下的构筑物；（3）建筑面积 12 万平方米及以下的住宅小区或建

筑群体；普通货运。

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	11,299.82	11,478.83
净资产	10,220.57	10,074.52
净利润	146.05	257.86

【注】以上财务数据经天职国际审计。

3、唐山惠达宾馆有限公司

（1）惠达宾馆的基本情况

成立日期：2008 年 10 月 7 日

注册资本：1,000 万元

住所：唐山市丰南区黄各庄镇惠联大街

经营范围：正餐（含凉拼）、定型包装酒水、饮料零售；住宿；会议接待。

（2）惠达宾馆的经营情况

惠达宾馆的主营业务为餐饮和住宿服务。由于惠达宾馆与公司的主业不相关，且公司缺少专业的酒店管理人员，在惠达宾馆成立之初，公司即将其委托给第三方承包经营。惠达宾馆由承包方自主经营、自负盈亏，承包方在经营管理惠达宾馆过程中，直接使用惠达宾馆的营业资质，并沿用惠达宾馆财务账目，因此惠达宾馆财务数据中既包括惠达宾馆原始投入，也包括承包方日常经营成果。

报告期内，惠达宾馆主要财务数据如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-6 月/ 2016.06.30	2015 年度/ 2015.12.31	2014 年度/ 2014.12.31	2013 年度/ 2013.12.31
总资产	1,136.90	1,137.80	1,167.56	1,238.86
总负债	164.73	150.65	185.15	248.38
净资产	972.18	987.15	982.41	990.48
营业收入	220.89	436.89	464.26	521.89
净利润	-14.97	4.73	7.85	-25.33

【注】以上财务数据未经审计。

根据承包协议的约定，承包方仅享有其经营的成果，对承包前惠达宾馆原始资产没有所有权。报告期内，扣除惠达宾馆原始资产，承包方享有的资产负债和经营成果如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-6 月/ 2016.06.30	2015 年度/ 2015.12.31	2014 年度/ 2014.12.31	2013 年度/ 2013.12.31
总资产	136.90	137.80	167.56	238.86
总负债	164.73	150.65	185.15	248.38
净资产	-27.82	-12.85	-17.59	-9.52
营业收入	220.89	436.89	464.26	521.89
净利润	-14.97	4.73	7.85	-25.33

报告期内，惠达宾馆自身的资产负债和经营成果如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-6 月/ 2016.06.30	2015 年度/ 2015.12.31	2014 年度/ 2014.12.31	2013 年度/ 2013.12.31
总资产	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
总负债	-	-	-	-
净资产	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
营业收入	-	-	-	-
净利润	-	-	-	-

（3）承包经营协议的主要条款及履约情况

报告期内，公司将惠达宾馆承包给自然人王东新经营，每年年初签订承包经营协议，收取固定的承包费用。协议主要条款列示如下：（甲方：惠达卫浴股份有限公司，乙方：王东新）

①甲方将惠达宾馆承包给乙方，宾馆现有一切设施提供给乙方使用、经营，修理费用自理，承包到期如数归还。

②本合同期满或其他原因终止合同，由甲、乙双方按承包时财产清单清点物品，如有财产丢失，按物价所值赔偿，属于乙方自购物品，由乙方自行处理。

③乙方在经营期间，水、电、燃料等经营所需的全部费用自行负担。

④乙方经营所需的所有工商、卫生等政府行政管理手续均由乙方自行负责办理，费用自行承担。

⑤乙方在工作期间材料费自理，所需工作人员的劳资、劳保等费用均由乙方自理。

⑥乙方有权自主经营，自负盈亏。

⑦乙方有权自主聘用工作人员。

⑧甲方违约乙方有权提出终止承包合同。

报告期内，惠达宾馆的承包经营协议履约情况如下：

单位：万元

所属期间	协议约定承包费	已确认收入	备注
2013 年度	50.00	50.00	已收款
2014 年度	50.00	50.00	已收款
2015 年度	10.00	10.00	已收款
2016 年 1-9 月	22.50	22.50	已收款
合计	**132.50**	**132.50**	**-**

报告期内，惠达宾馆的承包经营费用均已结清。

（4）惠达宾馆的后续处理

为了降低公司经营风险，突出主营业务，公司决定将持有的惠达宾馆 100%股权转让给承包人王东新。

2016 年 9 月 17 日，惠达宾馆股东作出股东决定，同意将其持有的惠达宾馆 100%股权，转让给自然人王东新。

2016 年 9 月 18 日，公司与王东新签订了《股权转让协议》，约定公司将其持有的惠达宾馆 100%的股权以 1,000 万元的价格转让给自然人王东新，每 1 元注册资本对应的转让价格为 1.00 元。上述股权转让价款，王东新已支付完毕。本次股权转让后，公司不再持有惠达宾馆股权。

2016 年 9 月 19 日，惠达宾馆在唐山市丰南区工商局完成工商登记变更。

4、永乐惠达卫浴（北京）有限公司

成立日期：2013 年 4 月 2 日

注册资本：500 万元

住所：北京市大兴区西红门路 28 号 4 层

经营范围：普通货运（有效期至 2017 年 5 月 20 日）；一般经营项目：销售卫生间用具、厨房用具、建筑材料、装饰材料、五金产品（不含三轮摩托车及残疾人机动轮椅车）、塑料制品、家庭用品；技术开发、转让、咨询、服务；货物进出口；技术进出口；代理进出口；网上销售厨房用具、卫生间用具。

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	3,237.62	4,115.78
净资产	821.69	914.54
净利润	-92.85	121.63

【注】以上财务数据经天职国际审计。

（二）发行人控股子公司情况

1、北京惠达世研网络科技有限责任公司

成立日期：2010 年 9 月 1 日

注册资本：500 万元

住所：北京市朝阳区芍药居北里 101 号 1 幢 16 座 1 座 1907

经营范围：技术推广服务；家居装饰及设计；计算机系统服务；设计、制作、代理、发布广告；公共关系服务；企业策划；企业管理咨询；会议服务；销售日用品、五金交电（不从事实体店铺经营）、建材（不从事实体店铺经营）。

截至 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
惠达股份	275.00	55.00
北京世研传媒广告有限责任公司	225.00	45.00
合计	**500.00**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	163.80	172.02
净资产	137.92	143.08
净利润	-5.16	-133.64

【注】以上财务数据经天职国际审计。

2、唐山惠达（集团）洁具有限公司

成立日期：2004 年 4 月 14 日

注册资本：8,999.23 万元

住所：丰南沿海工业区

经营范围：生产和销售五金配件、五金洁具、各种铜材、卫生陶瓷、浴缸、耐酸砖、建筑装饰装修材料（不含石灰、砂石料）、陶瓷机械加工制造；自营代理各类商品和技术的进出口业务（但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

截至 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
贺祥机电	3,599.69	40.00

惠达股份	5,399.54	60.00
合计	**8,999.23**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	21,276.08	20,921.75
净资产	12,706.00	12,556.78
净利润	1,649.22	2,328.13

【注】以上财务数据经天职国际审计。

3、唐山惠美建筑陶瓷有限公司

成立日期：2005 年 1 月 17 日

注册资本：400 万美元

住所：河北省唐山市丰南区黄各庄

经营范围：生产高档卫生陶瓷系列产品，销售本公司产品。

截至 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
惠达股份	300.00	75.00
Foremost Tangshan Investment Limited	100.00	25.00
合计	**400.00**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	5,791.96	6,065.31
净资产	5,235.31	5,255.79
净利润	-20.48	757.44

【注】以上财务数据经天职国际审计。

4、唐山市丰南区惠达油品有限公司

成立日期：2007 年 5 月 11 日

注册资本：300 万元

住所：唐山市丰南区黄各庄三村西丰碱路口

经营范围：零售汽油、柴油、煤油、润滑油（以上项目限分支机构经营）（危化证有效期至 2018 年 12 月 28 日）。

截至 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
惠达股份	270.00	90.00
李秀娟	30.00	10.00
合计	**300.00**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	834.95	720.09
净资产	776.41	686.86
净利润	89.85	135.75

【注】以上财务数据经天职国际审计。

5、唐山惠达陶瓷集团时尚家具有限公司

成立日期：2008 年 7 月 25 日

注册资本：12,653.85 万元

住所：丰南区沿海工业区

经营范围：各种家俱、木器品制造、木箱加工；普通货运；本企业生产及配套产品的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）（需国家审批的项目，待取得审批后方可经营）；销售陶瓷制品、建筑装饰装修材料（不含石灰、砂石料）、整体橱柜、整体浴室、五金洁具配件（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 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
惠达股份	7,592.31	60.00
王贵志	5,061.54	40.00
合计	**12,653.85**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	20,330.56	20,395.30
净资产	17,098.53	17,864.54
净利润	1,233.99	2,313.83

【注】以上财务数据经天职国际审计。

6、唐山艾尔斯卫浴有限公司

成立日期：2005 年 1 月 17 日

注册资本：400 万美元

住所：唐山市丰南区黄各庄镇政府南

经营范围：生产高档卫生陶瓷系列产品，销售本公司产品。

截至 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资额(万美元)	出资比例（%）
惠达股份	300.00	75.00
宝达陶瓷（香港）有限公司	80.00	20.00
林蔚典	20.00	5.00
合计	**400.00**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	8,432.25	8,003.88
净资产	4,718.68	5,376.82
净利润	124.26	831.22

【注】以上财务数据经天职国际审计。

（三）发行人参股公司情况

1、唐山达丰焦化有限公司

成立日期：2004 年 2 月 27 日

注册资本：10,000 万元

住所：唐山市丰南区黄各庄镇二村南丰碱路高速路西侧

经营范围：生产焦炭、焦油、硫磺、硫铵、粗苯，销售本公司产品。

截至 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
惠达股份	4,000.00	40.00
中国国丰	6,000.00	60.00
合计	**10,000.00**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	136,603.42	137,148.41
净资产	82,042.87	83,490.90
净利润	-1,448.03	-10,411.34

【注】以上财务数据经天职国际审计。

2、唐山市冀东天然气集输有限公司

成立日期：1999 年 7 月 19 日

注册资本：600 万元

住所：唐山开平区普光路 25 号

经营范围：天然气输配、销售（仅限城市天然气）。

截至 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
北田油气	240.00	40.00
惠达股份	180.00	30.00
唐山市开平区城镇建设开发有限公司	180.00	30.00
合计	**600.00**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	2,017.20	2,132.88
净资产	1,584.23	1,542.67
净利润	97.01	138.46

【注】以上数据未经审计。

3、中陶投资发展有限公司

成立日期：2013 年 11 月 8 日

注册资本：5875 万元

住所：佛山市禅城区城门头西路 1 号 2006 之一房 B 室

经营范围：对家居、家居建材市场、仓储物流业、房地产业进行投资及管理，项目投资及管理，企业投资咨询、投资管理咨询、房地产信息咨询，房地产经纪，房地产营销策划，物业管理咨询、中介服务。

截至 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
广东家世界家居控股有限公司	625.00	10.64
广东新明珠陶瓷集团有限公司	500.00	8.51
广东马可波罗陶瓷有限公司	500.00	8.51
佛山市州池投资管理有限公司	500.00	8.51
佛山市元亨投资控股有限公司	500.00	8.51
福建省绿道生态科技有限公司	500.00	8.51
广东蒙娜丽莎投资管理有限公司	500.00	8.51
佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司	250.00	4.26
佛山欧神诺陶瓷股份有限公司	250.00	4.26
漳州万晖洁具有限公司	250.00	4.26
佛山市高明安华陶瓷洁具有限公司	125.00	2.13
佛山市法恩洁具有限公司	125.00	2.13
广东金意陶陶瓷有限公司	125.00	2.13
广东恒聪投资有限公司	125.00	2.13
惠达股份	125.00	2.13
佛山市华尔投资管理有限公司	125.00	2.13
淄博金狮王科技陶瓷集团有限公司	125.00	2.13
广东华艺卫浴实业有限公司	125.00	2.13
南安协进建材有限公司	125.00	2.13
辉煌水暖集团有限公司	125.00	2.13
中宇建材集团有限公司	125.00	2.13
九牧厨卫股份有限公司	125.00	2.13
合计	**5,875.00**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	16,712.29	16,347.95
净资产	5,689.84	5,840.51
净利润	-150.67	-17.11

【注】以上数据未经审计。

4、HUIDA SANITARY WARE (M) SDN. BHD.

成立日期：2014 年 9 月 2 日

已发行股份：80 万股，每股 1 林吉特

注册地：Suite 1212, 12 Floor Plaza Permata, No.6 Jalan Kampar, 50400 Kuala Lumpur.

经营范围：批发销售卫浴、家具、建材等产品

截至 2016 年 6 月 30 日，该公司的股权结构如下：

股东名称	出资额(万林吉特)	出资比例（%）
NG BOON CHUAN	24.80	31.00
LONG TIEN CHUNG	16.00	20.00
NG SIEW LIM	16.00	20.00
惠达股份	23.20	29.00
合计	**80.00**	**100.00**

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	242.55	49.72
净资产	20.83	-11.29
净利润	-46.69	-86.18

【注】以上数据未经审计。

（四）发行人报告期内注销的子公司情况

公司为减少管理层级、简化内部核算、降低管理成本、提高运营效率，报告期内注销或吸收合并了惠达包装等 8 家子公司，具体情况如下：

子公司简称	成立日期	注销日期	注册地	经营范围	股权结构	注销前一年主要财务数据	注销原因	履行的法律程序	会计处理	对发行人生产经营的影响
进出口公司	2003.03.10	2013.06.25	河北省唐山市	自营代理各类商品和技术的进出口业务	注册资本 800 万元，惠达股份持股 100%	总资产：1,835.33 万元 净资产：1,545.36 万元 净利润：355.22 万元	进出口公司主要经营卫生洁具出口业务，为了整合进出口公司与公司外销部资源，提高管理效率，减少机构重叠，职责更加清晰，公司决定吸收合并进出口公司	1、签订合并协议 2、股东会决议批准合并注销 3、成立清算组 4、发布合并公告、注销公告 5、提交公司注销登记申请 6、股东会确认清算报告 7、注销国税登记 8、注销地税登记 9、注销工商登记	按照同一控制下的企业吸收合并，对于合并日取得的被合并方资产、负债应按其在被合并方的原账面价值确认	吸收合并完成后，进出口公司与公司外销部进行整合，减少了机构重叠，提高了管理效率，降低了管理成本

惠群有限	2003.05.01	2013.06.25	河北省唐山市	生产和销售高中档系列抛光砖、墙地板，配套销售装饰装修材料	注册资本625万元，惠达股份持股100%	总资产：10,421.96万元 净资产：4,843.93万元 净利润：2,377.09万元	为了提升公司瓷砖市场竞争力，公司决定吸收合并惠群有限，在整合现有资源的基础上，扩大投资、引进人才、增加技术储备，发展壮大瓷砖事业部	同上	同上	吸收合并完成后，公司在原有资源基础上增加了资金与技术投入，逐步提升瓷砖生产技术与生产能力，降低了外协比例
乐雅窑业	2000.07.10	2013.06.25	河北省唐山市	制造建筑卫生瓷，卫生瓷洁具配件、卫生瓷相关配套产品、建筑装饰产品；自营代理各类商品和技术的进出口业务	注册资本2,600万元，惠达股份持股100%。	总资产：3,491.30万元 净资产：2,670.32万元 净利润：-119.98万元	为了优化卫生瓷生产线、提升技术性能、提高管理效率，整合出口业务，公司决定吸收合并乐雅窑业。吸收合并完成后，乐雅窑业注销	同上	同上	吸收合并完成后，公司对原有生产线进行升级改造，将乐雅窑业出口业务并入外销部，减少了内部机构重叠，提高了生产效率
惠达包装	2003.04.02	2013.06.25	河北省唐山市	纸箱、木箱、打包带、粘胶带等包装用品	注册资本100万元，惠达股份持股100%。	总资产：6,397.37万元 净资产：1,013.91万元 净利润：428.24万元	惠达包装主要生产纸箱、木箱、打包带、粘胶带等包装用品。为了更好的为公司产品包装服务，提高效率，减少管理层级，公司决定吸收合并惠达包装	同上	同上	吸收合并完成后，减少了管理层级，简化了内部核算，降低了管理成本，提高了管理效率

惠达塑料	1990.03.10	2013.06.25	河北省唐山市	坐便盖、水箱配件、塑料制品、卫生瓷配套产品	注册资本136万元，惠达股份持股100%。	总资产：19,703.70万元 净资产：16,605.27万元 净利润：2,758.15万元	惠达塑料主要生产坐便盖、水槽配件、塑料制品等卫生瓷配套产品。为了便于各生产环节协调配合，提高管理效率，公司决定吸收合并惠达塑料。吸收合并完成后注销惠达塑料	同上	同上	吸收合并完成后，公司各生产环节之间协调配合更加顺畅，减少了管理层级，简化了内部核算，提高了管理效率
京冀惠达	2002.01.21	2013.08.09	北京市	销售建筑材料、装饰材料、日用陶瓷、五金交电、塑料制品、卫生洁具及配件	注册资本100万元，惠达股份持股100%。	总资产：2,393.48万元 净资产：-318.68万元 净利润：-4.43万元	京冀惠达的企业性质为集体所有制（股份合作），为规范企业性质，明晰产权结构，公司决定注销京冀惠达并由新成立的子公司承接京冀惠达的人员和业务	1、股东会决议批准注销 2、成立清算组 3、发布注销公告 4、提交公司注销登记申请 5、股东会确认清算报告 6、注销国税登记 7、注销地税登记 8、注销工商登记	处置长期股权投资，按其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益	注销后，其人员和业务由新成立的子公司承接，原有人员和业务均不受影响
惠凯陶瓷	2002.09.28	2013.12.31	河北省唐山市	生产高档系列卫生瓷，销售本公司产品	惠达股份持股75%，富凯唐山投资有限公司持股25%	总资产：4,698.41万元 净资产：4,269.90万元 净利润：-543.48万元	惠凯陶瓷主要生产销售高档系列卫生陶瓷。公司战略调整，高档系列卫生陶瓷主要由惠美陶瓷负责生产销售，因此决定注销惠凯陶瓷	同上	同上	注销后公司的高档系列陶瓷的生产销售集中到了惠美陶瓷，减少部门重叠，提高了管理效率

Ayers Bath	2010.03.15	2015.07.27	10713 Norwalk Avenue, Santa Fe Springs, CA	批发浴室设备	注册资本 20 万美元，艾尔斯持股 100%	总资产：21.15 万元 净资产：-394.75 万元 净利润：-6.03 万元	Ayers Bath 为艾尔斯在美国设立的销售其产品的子公司，后因与富凯的诉讼导致 Ayers Bath 被禁止销售卫浴产品，由于继续维持 Ayers Bath 经营将产生大量成本费用，艾尔斯决议对 Ayers Bath 实施破产清算	1、股东会决定破产 2、申请破产 3、法院裁定 4、破产清算 5、解散备案	按照同一控制下的企业吸收合并，对于合并日取得的被合并方资产、负债应按其在被合并方的原账面价值确认	Ayers Bath 破产清算完成后，减少了成本费用，公司产品在北美地区的销售也稳步增长

七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人的基本情况

（一）发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东、第一大股东及实际控制人

发起人	工会委员会、黄各庄经联社、宣庄管理区经联社、集团厂分厂、集团厂
持有公司 5%以上股份的主要股东	王惠文、王彦庆、黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资和助达投资
实际控制人	王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟

1、发起人基本情况

（1）工会委员会

1997 年 12 月，丰南市总工会出具《证明》，证明唐山惠达陶瓷（集团）厂工会委员会已在丰南市总工会登记注册，是具有法人资格的社会团体。

工会委员会后于 2011 年 9 月 15 日取得唐山市丰南区总工会颁发的《工会资格法人证书》（冀（唐）工法证字 031007129 号）。根据该证书，工会名称为唐山惠达陶瓷（集团）厂工会委员会，法定代表人为董化忠。

（2）黄各庄经联社

1997 年 10 月，丰南市黄各庄镇政府出具《证明》，证明黄各庄经联社是黄各庄镇的经济实体，是镇办企业的主管部门，具有法人资格。

（3）宣庄管理区经联社

1997 年 10 月，丰南市黄各庄镇政府出具证明，证明宣庄管理区经联社是宣庄区的经济实体，是宣庄地区所属企业的主管部门，具有法人资格。

（4）集团厂和集团厂分厂

集团厂和集团厂分厂的基本情况，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成、变化和重大资产重组情况”部分相关内容。

2、持有公司 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署之日，持有公司 5%以上股份的主要股东为王惠文、王彦庆、黄各庄经管站、鼎立投资、庆伟投资和助达投资：

（1）王惠文

王惠文，中国国籍，无境外永久居住权，王惠文简历请参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

（2）王彦庆

王彦庆，中国国籍，无境外永久居住权，王彦庆简历请参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

（3）黄各庄经管站

法定代表人为张立明；住所为黄各庄镇政府院内；经费来源为财政拨款；宗旨和业务范围：负责编制乡镇财政预算、决算；负责财政结算，管理乡镇预算内、预算外等财政性资金，负责乡镇财政集中支付管理，组织乡镇政府采购等。

（4）鼎立投资

成立日期：2011 年 11 月 28 日

注册资本：144.90 万元

公司住所：唐山市丰南区黄各庄镇

法定代表人：王惠文

经营范围：对惠达卫浴股份有限公司进行投资咨询。

截至本招股说明书签署之日，鼎立投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	李开元	7.50	5.18	26	蔺志杰	3.10	2.14
2	董敬安	5.00	3.45	27	胡得春	3.00	2.07
3	董子信	3.00	2.07	28	李天昌	3.30	2.28
4	杜林宗	2.00	1.38	29	张永国	5.00	3.45
5	郭立贵	3.00	2.07	30	付立荣	6.00	4.14
6	李开立	3.00	2.07	31	冯涛	3.00	2.07
7	谢永龙	1.00	0.69	32	张金柱	2.00	1.38
8	李文喜	2.00	1.38	33	侯建勇	1.50	1.04
9	刘秋顺	2.50	1.73	34	李文胜	1.00	0.69
10	么德振	2.00	1.38	35	毕首杰	2.50	1.73
11	苗建玲	2.00	1.38	36	杨晖	3.00	2.07
12	宋子春	9.50	6.56	37	王涛	2.50	1.73
13	苏印成	2.50	1.73	38	马永平	2.00	1.38
14	谭凤利	1.50	1.04	39	董振堂	2.00	1.38
15	王凤山	1.00	0.69	40	杜伟建	3.00	2.07
16	王辉	3.00	2.07	41	董淑娟	2.00	1.38
17	王学军	2.50	1.73	42	董惠生	1.00	0.69
18	王彦东	3.00	2.07	43	王会	2.00	1.38
19	王彦庄	1.50	1.04	44	孟艳红	2.00	1.38
20	吴萍萍	7.50	5.18	45	赵志永	2.00	1.38
21	邢锦荣	6.50	4.49	46	李宏武	2.00	1.38
22	翟双武	3.00	2.07	47	李振国	2.00	1.38
23	张玉才	2.00	1.38	48	李世东	2.00	1.38
24	赵国琪	3.50	2.42	49	李文成	1.00	0.69
25	王彦庆	5.00	3.45	50	王靖越	1.00	0.69

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	2,285.31	2,059.59
净资产	2,104.69	2,059.59
净利润	948.20	1,127.63

【注】以上财务数据未经审计。

（5）庆伟投资

成立日期：2011 年 12 月 1 日

注册资本：70.50 万元

公司住所：唐山市丰南区黄各庄镇

法定代表人：王惠文

经营范围：对惠达卫浴股份有限公司进行投资咨询。

截至本招股说明书签署之日，庆伟投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	董宝红	1.50	2.13	25	赵子君	1.50	2.13
2	董会东	1.50	2.13	26	周国英	1.50	2.13
3	董宽增	1.50	2.13	27	青建强	1.80	2.55
4	董品利	1.50	2.13	28	孙海昌	1.80	2.55
5	董学光	1.80	2.55	29	冯秀春	1.60	2.27
6	董雅臣	1.00	1.42	30	谷芳振	1.50	2.13
7	杜岩宗	1.50	2.13	31	吴井乐	1.50	2.13
8	樊立永	1.80	2.55	32	张继文	1.50	2.13
9	郭立富	1.60	2.27	33	肖鹏	1.50	2.13
10	李向东	1.50	2.13	34	董博岩	1.50	2.13
11	李学芹	1.50	2.13	35	董国福	1.50	2.13
12	刘小立	1.60	2.27	36	张宏兴	1.50	2.13
13	刘中军	1.50	2.13	37	胡银波	1.50	2.13
14	卢成岗	1.50	2.13	38	梁平	1.50	2.13
15	么久玉	1.80	2.55	39	李久江	1.50	2.13
16	王继才	1.60	2.27	40	王立志	1.50	2.13
17	王瑞生	1.50	2.13	41	田继来	1.50	2.13
18	王世永	1.00	1.42	42	赵东维	1.50	2.13
19	王淑凤	1.50	2.13	43	刚百利	1.50	2.13
20	王振春	1.50	2.13	44	李鹏	1.50	2.13
21	项东海	1.50	2.13	45	齐冠博	1.50	2.13
22	张春旺	1.50	2.13	46	李东生	1.00	1.42
23	张春元	1.50	2.13	47	王贵全	1.00	1.42
24	张树利	1.60	2.27				

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	1,112.21	1,001.15
净资产	1,024.33	1,001.15
净利润	462.58	548.47

【注】以上财务数据未经审计。

（6）助达投资

成立日期：2011 年 11 月 28 日

注册资本：64.90 万元

公司住所：唐山市丰南区黄各庄镇

法定代表人：王惠文

经营范围：对惠达卫浴股份有限公司进行投资咨询。

截至本招股说明书签署之日，助达投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	董春安	1.50	2.31	20	周建立	1.50	2.31
2	董春明	1.50	2.31	21	许文安	1.50	2.31
3	李桂新	1.50	2.31	22	李燕刚	1.00	1.54
4	李开周	1.50	2.31	23	董德强	1.50	2.31
5	李玉梅	1.50	2.31	24	唐文友	1.00	1.54
6	田振旺	2.50	3.85	25	虞蕊	1.00	1.54
7	王凤敏	0.80	1.23	26	陈国胜	1.00	1.54
8	王玉良	3.50	5.39	27	于翠翠	1.50	2.31
9	张印海	3.50	5.39	28	严仕杰	1.50	2.31
10	甄文艳	3.00	4.62	29	王孟良	1.50	2.31
11	孙素兰	1.50	2.31	30	张宏坤	2.50	3.85
12	董志军	1.50	2.31	31	陈举洋	2.50	3.85
13	董春松	1.50	2.31	32	李敬涛	3.50	5.39
14	董树芳	1.50	2.31	33	张印宽	3.00	4.62
15	刘宝华	1.50	2.31	34	张金秀	1.00	1.54
16	韩洪武	1.50	2.31	35	唐素梅	2.00	3.08
17	谢小勇	1.50	2.31	36	裴秀玉	1.00	1.54
18	姚俊宽	2.00	3.08	37	董会亮	0.80	1.23
19	夏俊海	1.50	2.31	38	裴玉明	0.80	1.23

最近一年及一期该公司主要财务数据如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2015 年度/年末
总资产	1,021.60	921.33
净资产	940.70	921.33
净利润	423.88	504.74

【注】以上财务数据未经审计。

（二）实际控制人基本情况

公司实际控制人为王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟，上述四人分别直接

持有本公司 22.42%、7.80%、4.51%和 3.41%的股份，王彦庆通过鼎立投资间接控制本公司 0.49%的股份，四人合计持有本公司 38.63%的股份。四人于 2014 年 2 月签署了《一致行动人协议》，约定四人以一致行动人的身份参与惠达股份决策和管理相关事项，形成对发行人共同控制。

王惠文，中国国籍，无境外永久居住权，王惠文简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

王彦庆，中国国籍，无境外永久居住权，王彦庆简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

董化忠，中国国籍，无境外永久居住权，董化忠简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

王彦伟，中国国籍，无境外永久居住权，王彦伟简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”部分相关内容。

（三）实际控制人、控股股东所控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除本公司外，本公司控股股东、实际控制人不存在控制其他企业的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

公司本次发行前总股本21,311.1111万股，本次拟发行不超过7,104万股，在本次公开发行 7,104 万股的情况下，本次发行前后本公司的股本结构如下：

序号	股东名称或姓名	发行前		发行后	
		持股数额（万股）	持股比例（%）	持股数额（万股）	持股比例（%）
1	王惠文	4,778.2464	22.42	4,778.2464	16.82
2	黄各庄经管站	3,843.3798	18.03	3,843.3798	13.53
3	鼎立投资	3,010.3008	14.13	3,010.3008	10.59
4	王彦庆	1,661.9950	7.80	1,661.9950	5.85

5	庆伟投资	1,464.6423	6.87	1,464.6423	5.15
6	助达投资	1,348.2949	6.33	1,348.2949	4.74
7	董化忠	961.0547	4.51	961.0547	3.38
8	王彦伟	727.1283	3.41	727.1283	2.56
9	伟业投资	785.2911	3.68	785.2911	2.76
10	无锡恒泰九鼎	556.3265	2.61	556.3265	1.96
11	嘉兴嘉泽九鼎	254.8808	1.20	254.8808	0.90
12	天津古九鼎	232.8239	1.09	232.8239	0.82
13	苏州民乐九鼎	220.5700	1.04	220.5700	0.78
14	烟台祥睿九鼎	215.6685	1.01	215.6685	0.76
15	苏州民安九鼎	200.9638	0.94	200.9638	0.71
16	嘉兴嘉盛九鼎	193.6115	0.91	193.6115	0.68
17	嘉兴晋文九鼎	176.4560	0.83	176.4560	0.62
18	嘉兴齐桓九鼎	147.0467	0.69	147.0467	0.52
19	苏州民和九鼎	132.3420	0.62	132.3420	0.47
20	嘉兴楚庄九鼎	120.0881	0.56	120.0881	0.42
21	杨春	100.0000	0.47	100.0000	0.35
22	杜国锋	60.0000	0.28	60.0000	0.21
23	肖铁山	60.0000	0.28	60.0000	0.21
24	王涛	60.0000	0.28	60.0000	0.21
25	社会公众股（A 股）			7,104.0000	25.00
合计		**21,311.1111**	**100.00**	**28,415.1111**	**100.00**

（二）公司前十名股东情况

截至本招股说明书签署之日，本公司前十名股东持股情况请参见本节“八、（一）本次发行前后的股本情况”。

（三）公司前十名自然人股东及其担任的职务

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	担任本公司职务
1	王惠文	4,778.25	22.42	董事长
2	王彦庆	1,662.00	8.29	董事、总经理
3	董化忠	961.05	4.51	董事、副总经理、财务总监
4	王彦伟	727.13	3.41	董事、副总经理
5	杨春	100.00	0.47	陶瓷砖事业部总经理
6	杜国锋	60.00	0.28	董事、副总经理
7	肖铁山	60.00	0.28	董事会秘书
8	王涛	60.00	0.28	市场总监
合计		**8,408.43**	**39.94**	**-**

【注】王彦庆持有鼎立投资 50,000 出资额，间接持有惠达股份 0.49%的股权

（四）股东中战略投资者持股情况

截至本招股说明书签署之日，本公司股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的持股比例

王惠文与王彦庆、王彦伟为父子关系，王彦庆、王彦伟为兄弟关系。王惠文先生直接持股比例为 22.42%；王彦庆先生直接持股比例为 7.80%，间接持股比例 0.49%；王彦伟先生直接持股比例为 3.41%，三人合计持股比例为 34.12%。

九鼎投资十一家合伙企业皆为昆吾九鼎投资管理有限公司管理的有限合伙企业，合计持股比例为 11.50%。

除此之外，发行人其他股东之间不存在股权或亲属性质的关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份承诺

本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份承诺，请参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、公司股东股份锁定及减持承诺”相关内容。

九、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股及股东数量超过二百人的情况

发行人不存在内部职工股、信托持股及股东数量超过二百人的情况。报告期内，发行人存在委托持股、工会代持、职工持股会持股情况。

（一）委托持股情况

1、发起设立时股权代持的情况

惠达股份设立时仅有黄各庄经联社、宣庄管理区经联社和工会委员会三名发起人，为满足 1993 年《公司法》第 75 条发起设立股份公司需五名以上发起人之规定，集团厂与集团厂分厂分别代持黄各庄经联社 1,456.12 万股和 200 万股股份。公司发起设立时具体代持情况如下表所示：

名义股东	持有股数（万股）	实际股东	实际持股（万股）
集团厂	1,456.12	黄各庄经联社	3,556.00
集团厂分厂	200.00		
黄各庄经联社	1,899.88		
宣庄管理区经联社	150.00	宣庄管理区经联社	150.00
工会委员会	5,237.60	工会委员会	5,237.60
合计	**8,943.60**		**8,943.60**

2、股权代持的演变情况

2000年，因镇集体资产管理体制调整，黄各庄经联社所持惠达股份1,899.88万股划转黄各庄管理区经联社。本次划转后，公司的具体代持情况如下：

名义股东	持有股数（万股）	实际股东	实际持股（万股）
集团厂	1,456.12	黄各庄管理区经联社	3,556.00
集团厂分厂	200.00		
黄各庄管理区经联社	1,899.88		
宣庄管理区经联社	150.00	宣庄管理区经联社	150.00
工会委员会	5,237.60	工会委员会	5,237.60
合计	**8,943.60**		**8,943.60**

2008年1月24日，黄各庄镇政府出具了《关于唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司股权结构变更情况的说明》，对上述事项进行了确认。

2011年10月18日，唐山市丰南区人民政府出具《关于变更在惠达陶瓷（集团）股份有限公司所持集体股份股东的说明》，对上述事项进行了说明确认。

3、股权代持的还原情况

2001年3月1日，集团厂与黄各庄管理区经联社、集团分厂与宣庄管理区经联社分别签署《股权转让协议》，约定集团厂、集团厂分厂分别将其持有的惠达股份的1,456.12万股、200万股股权无偿转让给黄各庄管理区经联社、宣庄管理区经联社。由于黄各庄管理区经联社和宣庄管理区经联社同为黄各庄镇政府下属的集体资产管理机构，均由黄各庄镇政府所控制，因此集团厂分厂将代持的黄各庄管理区经联社股权无偿转让予宣庄管理区经联社。

本次转让完成后，公司股权的具体情况如下：

名义股东	持有股数（万股）	实际股东	实际持股（万股）
黄各庄管理区经联社	3,356.00	黄各庄管理区经联社	3,356.00
宣庄管理区经联社	350.00	宣庄管理区经联社	350.00
工会委员会	5,237.60	工会委员会	5,237.60
合计	**8,943.60**		**8,943.60**

（二）工会代持及职工持股会情况

1、工会委员会代持股权的形成

1997年9月1日，丰南市黄各庄镇政府向丰南市企业改革工作领导小组报送了《组建唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司实施方案》，1997年12月10日经

河北省人民政府股份制领导小组办公室出具《关于同意改制设立唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司的批复》，同意组建股份公司并以唐山惠达陶瓷（集团）厂工会委员会吸收职工入股。

1997 年 12 月 2 日，经唐山惠达陶瓷（集团）厂职工合股基金会（职工持股会）成立大会决议，通过了《唐山惠达陶瓷（集团）厂工会委员会（职工持股会）章程》，职工持股会正式成立。

2、职工持股会及其运行情况

（1）职工持股会概况

职工持股会由公司内部委托工会委员会出资的职工组成，凡以工会委员会作为出资平台入股的内部职工均成为职工持股会会员；职工持股会系维护全体会员权益、从事职工股权管理的内部组织，其运作无需资金来源，职工持股会会员入股及分红相关资金皆通过工会委员会账务记录。

（2）职工持股会的组织机构及运行机制

1997 年 12 月 2 日，集团厂工会委员会成立大会选举王惠文担任职工持股会会长，并通过了《唐山惠达陶瓷（集团）厂工会委员会（职工持股会）章程》，议事规则规定如下：在公司召开股东会和董事会前，会长应主持召开会员代表会，对股东会和董事会的会议内容进行表决，表决结果经三分之二会员代表出席，并经出席会议的半数以上会员代表同意方可生效。

2011 年 12 月 28 日，职工持股会召开全体会员大会，通过新的《唐山惠达陶瓷（集团）厂工会委员会（职工持股会）章程》，明确职工持股会大会是持股会的最高权力机构，成立管理会为持股会的日常管理机构，并选举王惠文为职工持股会管理会会长、王彦庆为副会长、董化忠为秘书长；同时议事规则修改为“持股大会应由持有全体会员所持股份总数的二分之一以上的会员代表出席方为有效，除本章程另有规定外，所作决议由经持有与会会员股份总数的二分之一以上的会员同意方可通过生效。”

（3）职工持股会设立时持股情况

1997 年 9 月 25 日，公司制定了《关于唐山惠达陶瓷集团股份有限公司实施方案的补充规定》，按照职工进入公司年限、职务级别等指标制定不同的入股限额标准。由于公司职工看好公司未来发展前景，认购公司股份较为踊跃，截至 1997 年末，共有 958 名员工认购公司股份合计 5,237.60 万股，认购价格 1 元/股。

根据上述事实及各方签署的确认文件，公司设立时职工持股会实际持有公司 5,237.60 万股，具体明细情况如下：

序号	姓名	持股数量	序号	姓名	持股数量	序号	姓名	持股数量
1	王惠文	2,760,000	321	田振旺	21,000	641	孟良	10,000
2	樊汉卿	1,280,000	322	李士珍	20,500	642	裴天锋	10,000
3	李文芳	804,000	323	毕民锁	20,000	643	裴天胜	10,000
4	李开元	750,000	324	曹克谦	20,000	644	裴振田	10,000
5	董炳千	700,000	325	陈立珍	20,000	645	裴振云	10,000
6	董化忠	700,000	326	董爱彬	20,000	646	齐桂莲	10,000
7	董敬安	700,000	327	董宝新	20,000	647	齐智标	10,000
8	李子兴	700,000	328	董春禄	20,000	648	乔立军	10,000
9	刘和平	700,000	329	董国忠	20,000	649	秦旭芳	10,000
10	王彦庆	700,000	330	董贺军	20,000	650	任惠香	10,000
11	张玉台	700,000	331	董建成	20,000	651	施春雨	10,000
12	刘东坡	600,000	332	董胜军	20,000	652	石守庆	10,000
13	殷树起	600,000	333	董艳喜	20,000	653	史建瑞	10,000
14	董宽增	580,000	334	董志成	20,000	654	史立海	10,000
15	宋子春	580,000	335	董志花	20,000	655	宋林志	10,000
16	谭凤利	580,000	336	樊金永	20,000	656	宋勇	10,000
17	王乃荣	580,000	337	高百林	20,000	657	孙福常	10,000
18	王瑞生	580,000	338	高宝兰	20,000	658	孙学英	10,000
19	项陆臣	580,000	339	高蕾	20,000	659	汤淑兰	10,000
20	翟双武	580,000	340	侯延义	20,000	660	唐宝莲	10,000
21	王继才	560,500	341	康磊鑫	20,000	661	唐富	10,000
22	张秀兰	510,000	342	李江涛	20,000	662	田磊	10,000
23	陈木兴	500,000	343	李久兰	20,000	663	田庆欢	10,000
24	韩作宏	487,000	344	李开国	20,000	664	王爱茹	10,000
25	杜岩宗	482,000	345	李明宏	20,000	665	王春林	10,000
26	董子信	460,000	346	李秀娟	20,000	666	王春玲	10,000
27	冯云义	460,000	347	李学成	20,000	667	王贵军	10,000
28	郭立贵	460,000	348	李雪君	20,000	668	王国富	10,000
29	韩殿顺	460,000	349	李永利	20,000	669	王洪勇	10,000
30	刘宝成	460,000	350	李玉东	20,000	670	王惠芬	10,000
31	王贺洪	460,000	351	李占才	20,000	671	王甲武	10,000
32	朱裕国	450,000	352	刘福林	20,000	672	王晶	10,000
33	王彦庄	440,000	353	刘玉祥	20,000	673	王久义	10,000
34	刘炳忠	433,000	354	卢绍俊	20,000	674	王俊年	10,000
35	李殿兴	380,000	355	卢志成	20,000	675	王可为	10,000

36	麻万品	300,000	356	吕振	20,000	676	王巧云	10,000
37	王世才	300,000	357	裴淑芝	20,000	677	王瑞勤	10,000
38	王修松	300,000	358	裴永栓	20,000	678	王绍成	10,000
39	董树武	297,000	359	钱宝琦	20,000	679	王绍平	10,000
40	王世永	296,000	360	荣秀玲	20,000	680	王淑玲	10,000
41	李开立	280,000	361	宋贺贵	20,000	681	王淑娜	10,000
42	董秀全	266,000	362	孙靖	20,000	682	王素芬	10,000
43	刘玉全	266,000	363	田桂兰	20,000	683	王素荣	10,000
44	傅为民	250,000	364	佟赞利	20,000	684	王新英	10,000
45	肖良秀	244,500	365	王辉	20,000	685	王鑫	10,000
46	董宝红	240,000	366	王继立	20,000	686	王秀荣	10,000
47	董凤兰	240,000	367	王建瑞	20,000	687	王秀云	10,000
48	董品庆	240,000	368	王金龙	20,000	688	王学海	10,000
49	董学娟	240,000	369	王敬仁	20,000	689	王雅彬	10,000
50	杜林宗	240,000	370	王俊兰	20,000	690	王正福	10,000
51	韩绍彬	240,000	371	王克兰	20,000	691	王自强	10,000
52	李开军	240,000	372	王文泉	20,000	692	王作团	10,000
53	裴天时	240,000	373	王艳荣	20,000	693	夏玉芹	10,000
54	谭凤喜	240,000	374	王义娟	20,000	694	项瑞	10,000
55	唐凤玉	240,000	375	王颖	20,000	695	肖桂敏	10,000
56	王贵全	240,000	376	王玉仓	20,000	696	肖双玲	10,000
57	王守民	240,000	377	王跃东	20,000	697	肖天斋	10,000
58	王彦伟	240,000	378	王长辉	20,000	698	肖向英	10,000
59	王玉良	240,000	379	王志宏	20,000	699	信坤先	10,000
60	王泽民	240,000	380	夏玉平	20,000	700	徐晓微	10,000
61	谢宝良	240,000	381	肖敬	20,000	701	许滨	10,000
62	许贺虎	240,000	382	谢述生	20,000	702	许超华	10,000
63	张春元	240,000	383	尹小珍	20,000	703	闫会玲	10,000
64	张印海	240,000	384	张久荣	20,000	704	杨双凤	10,000
65	张玉才	240,000	385	张叶华	20,000	705	杨秀晨	10,000
66	赵国琪	240,000	386	甄文艳	20,000	706	杨印生	10,000
67	苏印成	230,000	387	郑立敏	20,000	707	杨云海	10,000
68	董春生	220,000	388	郑秀丽	20,000	708	幺翠芬	10,000
69	王世杰	220,000	389	郑友东	20,000	709	幺淑菊	10,000
70	李朝利	214,000	390	郑云鹏	20,000	710	殷志辉	10,000
71	张凤宝	210,000	391	左春杰	20,000	711	于亚力	10,000
72	董品利	200,000	392	肖洪娟	19,500	712	张春峰	10,000
73	樊立永	200,000	393	董会东	18,500	713	张方	10,000
74	李世平	200,000	394	冯立良	18,500	714	张海宁	10,000

75	卢成岗	200,000	395	孙丽花	18,500	715	张京海	10,000
76	王步阁	200,000	396	董春江	18,000	716	张立海	10,000
77	王飞飞	200,000	397	董广新	18,000	717	张立军	10,000
78	王贵金	200,000	398	董金鹏	18,000	718	张立友	10,000
79	王贵庆	200,000	399	董立军	18,000	719	张艳玲	10,000
80	王敬山	200,000	400	董启志	18,000	720	张玉敏	10,000
81	吴炳生	200,000	401	董雅华	18,000	721	张云霞	10,000
82	翟贺喜	200,000	402	董友熙	18,000	722	赵爱兰	10,000
83	张玉宽	200,000	403	董玉环	18,000	723	赵贵义	10,000
84	李敬涛	193,000	404	冯玉荣	18,000	724	赵兰荣	10,000
85	王海江	193,000	405	高建永	18,000	725	赵云周	10,000
86	董阁建	180,000	406	李春旺	18,000	726	赵志远	10,000
87	王荣莲	145,000	407	李树才	18,000	727	郑宝宁	10,000
88	王秀娟	142,000	408	李遂进	18,000	728	郑东	10,000
89	肖洪臣	142,000	409	李向忠	18,000	729	郑宁	10,000
90	刘贵臣	130,000	410	李宗江	18,000	730	郑善富	10,000
91	裴秀丽	129,000	411	刘宝德	18,000	731	郑伟亮	10,000
92	王春金	126,000	412	刘瑞柱	18,000	732	周滨东	10,000
93	高雪勇	120,200	413	刘淑云	18,000	733	周永贵	10,000
94	孙素兰	112,000	414	马国利	18,000	734	周永利	10,000
95	张淑英	110,000	415	宋风花	18,000	735	董宝红	10,000
96	王艳霞	105,000	416	王建成	18,000	736	郑爱东	9,000
97	董延川	100,000	417	王绍兰	18,000	737	毕跃宗	8,000
98	高振凯	100,000	418	韦芳	18,000	738	董成贵	8,000
99	李怀德	100,000	419	肖维伯	18,000	739	董金芝	8,000
100	梁玉柱	100,000	420	谢小亮	18,000	740	李昌儒	8,000
101	刘五星	100,000	421	翟贺先	18,000	741	王鸿程	8,000
102	王金声	100,000	422	张际艳	18,000	742	王墨书	8,000
103	王隽	100,000	423	张玉萍	18,000	743	王淑英	8,000
104	许桂永	100,000	424	赵秋艳	18,000	744	王志新	8,000
105	杨培祥	100,000	425	么占常	17,500	745	肖泽新	8,000
106	袁占和	100,000	426	董久生	16,000	746	谢永平	8,000
107	张玉文	96,500	427	韩立国	16,000	747	熊宝臣	8,000
108	王汝成	90,000	428	李东苍	16,000	748	杨艳云	8,000
109	谢宝存	88,500	429	李永旺	16,000	749	张晓峰	8,000
110	闫绍翠	88,000	430	刘秋月	16,000	750	赵树存	8,000
111	王淑凤	87,500	431	宋胜全	16,000	751	董淑敏	7,000
112	杨文伯	84,000	432	项东海	16,000	752	董树存	7,000
113	李树元	82,500	433	安占武	15,000	753	李志臣	7,000

114	孙成国	80,000	434	冯贺生	15,000	754	王克章	7,000
115	孙日华	80,000	435	李锋	15,000	755	王绍俊	7,000
116	王梅兰	80,000	436	李开周	15,000	756	丁培民	6,000
117	姚前	80,000	437	李秀凤	15,000	757	董立山	6,000
118	郑宝芳	80,000	438	李玉双	15,000	758	董树胜	6,000
119	刘贺芹	78,500	439	刘天禄	15,000	759	董双敏	6,000
120	张淑梅	72,500	440	么远	15,000	760	董泽辉	6,000
121	李桂新	72,000	441	秦护安	15,000	761	董志长	6,000
122	肖兰会	72,000	442	施自光	15,000	762	冯德芳	6,000
123	王贵相	71,500	443	王继普	15,000	763	韩立凤	6,000
124	李振海	70,000	444	王甲春	15,000	764	韩卫国	6,000
125	卢树山	70,000	445	夏凤生	15,000	765	韩亚江	6,000
126	冯翠芹	69,500	446	杨秀芝	15,000	766	胡振兵	6,000
127	李桂玲	69,500	447	詹翠莲	15,000	767	李保义	6,000
128	刘怀信	69,000	448	张臣	15,000	768	李国洪	6,000
129	王玉柱	68,500	449	赵焕	15,000	769	李俊先	6,000
130	么占贵	68,000	450	董柏胜	14,000	770	李荣合	6,000
131	刘中军	65,500	451	董宽艳	14,000	771	梁志元	6,000
132	王秀梅	65,000	452	董守更	14,000	772	刘义荣	6,000
133	王永来	64,500	453	董卫荣	14,000	773	刘玉平	6,000
134	董大伦	62,000	454	杜立娜	14,000	774	么春梅	6,000
135	付长存	60,000	455	樊纪敏	14,000	775	佟春成	6,000
136	王海兰	60,000	456	郭成祥	14,000	776	王建国	6,000
137	颜淑梅	60,000	457	郭立林	14,000	777	王利志	6,000
138	冯阁仲	59,000	458	郭树先	14,000	778	王全成	6,000
139	王印平	58,500	459	侯桂凤	14,000	779	王小成	6,000
140	王春玉	58,000	460	贾凤兰	14,000	780	王学刚	6,000
141	李秀平	57,000	461	贾国花	14,000	781	王学全	6,000
142	李德利	56,500	462	姜静会	14,000	782	杨家喜	6,000
143	王学军	56,500	463	李爱华	14,000	783	毕绍谦	5,000
144	夏玉顺	56,500	464	李爱平	14,000	784	董福英	5,000
145	么占惠	55,500	465	李武成	14,000	785	富井新	5,000
146	王胜敏	55,500	466	李新建	14,000	786	耿双成	5,000
147	王林雪	54,500	467	李秀梅	14,000	787	韩淑华	5,000
148	董会忠	54,000	468	李玉福	14,000	788	李广祥	5,000
149	郑胜新	53,500	469	李玉国	14,000	789	李继业	5,000
150	董正喜	53,000	470	李玉梅	14,000	790	李静媛	5,000
151	董学军	51,500	471	李玉新	14,000	791	李龙彦	5,000
152	刘秋兴	51,500	472	李玉珍	14,000	792	李茂利	5,000

153	张春旺	51,500	473	李子州	14,000	793	李彤顺	5,000
154	李钢成	51,000	474	林凤	14,000	794	李小合	5,000
155	肖天海	50,500	475	刘少川	14,000	795	李晓涛	5,000
156	安春玲	50,000	476	刘胜利	14,000	796	李英华	5,000
157	安子山	50,000	477	刘玉芹	14,000	797	刘立峰	5,000
158	毕绍利	50,000	478	刘志国	14,000	798	刘昕锐	5,000
159	董惠民	50,000	479	吕跃增	14,000	799	刘志银	5,000
160	董立清	50,000	480	么春菊	14,000	800	吕绍兰	5,000
161	董盘齐	50,000	481	孟令花	14,000	801	孟令君	5,000
162	贾琳	50,000	482	孙建	14,000	802	裴秀凤	5,000
163	金永存	50,000	483	谭凤俊	14,000	803	施春景	5,000
164	李桂芝	50,000	484	王翠茹	14,000	804	苏东红	5,000
165	刘继华	50,000	485	王凤敏	14,000	805	孙加增	5,000
166	刘文玉	50,000	486	王继玲	14,000	806	孙秀舫	5,000
167	刘艳凤	50,000	487	王荣凤	14,000	807	佟继贵	5,000
168	马爱	50,000	488	王世武	14,000	808	佟秀媛	5,000
169	宋建敏	50,000	489	王硕勤	14,000	809	王爱军	5,000
170	唐玉荣	50,000	490	王小民	14,000	810	王宏永	5,000
171	王立宏	50,000	491	王信东	14,000	811	王俊萍	5,000
172	王素琴	50,000	492	王秀君	14,000	812	王绍贤	5,000
173	袁宜珍	50,000	493	王学芹	14,000	813	王秀春	5,000
174	周玉民	50,000	494	王雅兰	14,000	814	王英武	5,000
175	董春富	49,500	495	王艳秋	14,000	815	王颖辉	5,000
176	吕跃军	49,500	496	王跃宗	14,000	816	闫淑平	5,000
177	董启顺	49,000	497	韦正刚	14,000	817	闫顺会	5,000
178	王忠全	49,000	498	武宇敬	14,000	818	张立英	5,000
179	张勇	48,000	499	肖爱凯	14,000	819	张文利	5,000
180	董连敏	47,000	500	肖春花	14,000	820	张新华	5,000
181	李文喜	47,000	501	肖维英	14,000	821	张艳艳	5,000
182	郑胜永	47,000	502	许建奎	14,000	822	张英杰	5,000
183	董振海	46,500	503	杨艳芝	14,000	823	郑翠青	5,000
184	李开旺	46,500	504	于俊江	14,000	824	郑明荣	5,000
185	冯亚军	46,000	505	翟凤龙	14,000	825	郑素兰	5,000
186	王立忠	46,000	506	张丽芝	14,000	826	周志坤	5,000
187	王绍芝	46,000	507	张少来	14,000	827	庄运涛	5,000
188	么得生	45,500	508	张树利	14,000	828	幺佐胜	4,500
189	董树明	44,000	509	张硕凤	14,000	829	董焕德	4,000
190	李文成	44,000	510	周桂芬	14,000	830	李山华	4,000
191	刘奎祥	44,000	511	左春惠	14,000	831	刘爱群	4,000

192	刘柱国	44,000	512	韩殿进	13,000	832	田殿江	4,000
193	裴清和	44,000	513	刘玉章	13,000	833	岳金芝	4,000
194	王贵群	44,000	514	么久玲	13,000	834	张宇宏	4,000
195	董久齐	42,000	515	王贵信	13,000	835	郑连玉	4,000
196	樊树东	42,000	516	王秋生	13,000	836	毕东生	3,000
197	郭立富	42,000	517	武学东	13,000	837	毕为民	3,000
198	李红梅	42,000	518	董建永	12,500	838	毕卫华	3,000
199	李开玉	42,000	519	安胜利	12,000	839	毕晓琴	3,000
200	裴秀惠	42,000	520	董学光	12,000	840	陈岭	3,000
201	齐凤艳	42,000	521	付彩文	12,000	841	陈希武	3,000
202	谢宝芝	42,000	522	高纯艾	12,000	842	董丽砚	3,000
203	董满柱	41,800	523	韩树成	12,000	843	董树满	3,000
204	董小祥	41,500	524	黄永禄	12,000	844	董树勋	3,000
205	李开禄	41,000	525	李桂萍	12,000	845	董秀芝	3,000
206	刘庆存	41,000	526	王世文	12,000	846	董振生	3,000
207	乔国良	41,000	527	王艳娜	12,000	847	董志锁	3,000
208	武宇军	41,000	528	许玉军	12,000	848	冯瑞成	3,000
209	蔡义珍	40,000	529	左春利	12,000	849	冯小军	3,000
210	戴永香	40,000	530	董树兴	11,000	850	冯作顺	3,000
211	贾国庆	40,000	531	宋建英	11,000	851	付俊全	3,000
212	李焕峰	40,000	532	王淑丽	11,000	852	付勇	3,000
213	李秀英	40,000	533	王学勤	11,000	853	高博	3,000
214	刘忠生	40,000	534	王玉才	11,000	854	高俊学	3,000
215	裴天然	40,000	535	肖东福	10,500	855	韩金书	3,000
216	王春兴	40,000	536	艾军	10,000	856	何文忠	3,000
217	谢永龙	40,000	537	安荣庆	10,000	857	胡秋玲	3,000
218	邢锦荣	40,000	538	白继明	10,000	858	胡雪松	3,000
219	郑连选	40,000	539	毕洪荣	10,000	859	胡志中	3,000
220	刘秋顺	39,500	540	陈宝秋	10,000	860	李凤庆	3,000
221	董平	39,000	541	陈建仲	10,000	861	李凤旭	3,000
222	董权兴	39,000	542	陈莉	10,000	862	李海江	3,000
223	王连红	39,000	543	陈乃玲	10,000	863	李建会	3,000
224	张志民	39,000	544	陈颖	10,000	864	李胜增	3,000
225	赵得芹	38,000	545	陈志才	10,000	865	李锡久	3,000
226	周国英	38,000	546	崔春民	10,000	866	李晓光	3,000
227	董品成	37,000	547	丁宁	10,000	867	李艳平	3,000
228	刘宝新	37,000	548	董爱军	10,000	868	李志方	3,000
229	董春安	36,000	549	董丙艳	10,000	869	刘存福	3,000
230	董桂山	36,000	550	董秉臻	10,000	870	刘连全	3,000

231	董金兰	36,000	551	董成金	10,000	871	刘艳玲	3,000
232	冯顺彪	36,000	552	董春青	10,000	872	刘倬锋	3,000
233	李开全	36,000	553	董洪元	10,000	873	卢晓梅	3,000
234	董立新	35,000	554	董建锁	10,000	874	卢玉荣	3,000
235	王彦东	35,000	555	董建业	10,000	875	吕明翠	3,000
236	王秀玲	34,500	556	董立冬	10,000	876	吕铁凤	3,000
237	陈佩兰	34,000	557	董丽惠	10,000	877	马红帜	3,000
238	王学辉	34,000	558	董树林	10,000	878	么久玉	3,000
239	董亚夫	33,000	559	董树强	10,000	879	么志永	3,000
240	史微微	33,000	560	董双齐	10,000	880	孟凡海	3,000
241	韩俊书	32,500	561	董顺英	10,000	881	孟令宏	3,000
242	毕金凤	32,000	562	董文香	10,000	882	孟维宝	3,000
243	王淑香	32,000	563	董轩	10,000	883	裴天禄	3,000
244	王秀敏	32,000	564	董学海	10,000	884	苏婉华	3,000
245	肖玉君	32,000	565	董学群	10,000	885	孙宝顺	3,000
246	朱亚萍	32,000	566	董亚静	10,000	886	孙忱	3,000
247	高学伯	31,500	567	董永民	10,000	887	孙丽珍	3,000
248	董友权	31,000	568	董泽成	10,000	888	孙善臣	3,000
249	崔晓红	30,000	569	董长海	10,000	889	孙胜珍	3,000
250	董宝才	30,000	570	董振全	10,000	890	孙振兴	3,000
251	高秀珍	30,000	571	董志臣	10,000	891	田景梅	3,000
252	刘宝民	30,000	572	董志莲	10,000	892	佟宝合	3,000
253	裴宝安	30,000	573	段长群	10,000	893	佟瑞平	3,000
254	王贵亮	30,000	574	樊淑玲	10,000	894	佟艳军	3,000
255	王武刚	30,000	575	冯军	10,000	895	佟有顺	3,000
256	王有为	30,000	576	付朝庆	10,000	896	王宝	3,000
257	尹文学	30,000	577	付东辉	10,000	897	王会生	3,000
258	朱爱萍	30,000	578	甘云生	10,000	898	王瑞好	3,000
259	董树新	29,500	579	刚百利	10,000	899	王顺宝	3,000
260	李建生	29,500	580	高秀芹	10,000	900	王顺国	3,000
261	董学茹	29,000	581	高永远	10,000	901	王新民	3,000
262	刘正德	28,500	582	耿成瑞	10,000	902	王亦国	3,000
263	董静	28,000	583	谷卫杰	10,000	903	王云秋	3,000
264	董立臣	28,000	584	韩恩瑞	10,000	904	吴铁君	3,000
265	韩文勇	28,000	585	韩丽娜	10,000	905	相华	3,000
266	李东生	28,000	586	韩淑文	10,000	906	肖克诚	3,000
267	李开来	28,000	587	韩亚忠	10,000	907	许秀兰	3,000
268	李铁成	28,000	588	何士杰	10,000	908	杨翠萍	3,000
269	王全福	28,000	589	侯艳菊	10,000	909	杨国柱	3,000

270	岳维军	28,000	590	槐伍一	10,000	910	杨秀红	3,000
271	张志芹	27,000	591	解荣珍	10,000	911	杨志泉	3,000
272	刘炳富	26,500	592	康连英	10,000	912	翟静娴	3,000
273	刘纪国	26,000	593	李爱国	10,000	913	张桂芝	3,000
274	董春明	25,000	594	李德娟	10,000	914	张海英	3,000
275	董宝亮	24,000	595	李丁香	10,000	915	张会臣	3,000
276	董红莲	24,000	596	李凤华	10,000	916	张静敏	3,000
277	董会玲	24,000	597	李桂金	10,000	917	张宗亮	3,000
278	董敬丽	24,000	598	李贺立	10,000	918	张宗申	3,000
279	董宽江	24,000	599	李贺明	10,000	919	赵翠云	3,000
280	董友善	24,000	600	李金梅	10,000	920	郑国丰	3,000
281	杜岩录	24,000	601	李敬元	10,000	921	郑晖	3,000
282	樊晓玉	24,000	602	李静	10,000	922	郑兰田	3,000
283	冯华	24,000	603	李丽	10,000	923	周凤祥	3,000
284	高向军	24,000	604	李淼云	10,000	924	周凤柱	3,000
285	李凤国	24,000	605	李顺启	10,000	925	毕国英	2,000
286	李玉全	24,000	606	李舜宏	10,000	926	迟伟光	2,000
287	卢学民	24,000	607	李文全	10,000	927	董波	2,000
288	宋双来	24,000	608	李晓波	10,000	928	董文生	2,000
289	王满儒	24,000	609	李晓菊	10,000	929	董秀国	2,000
290	王振春	24,000	610	李雅君	10,000	930	郭敏	2,000
291	项晓红	24,000	611	李永涛	10,000	931	李红军	2,000
292	李向东	23,500	612	李勇	10,000	932	李宏杰	2,000
293	冯翠平	23,000	613	梁国存	10,000	933	李秀荣	2,000
294	刘长学	23,000	614	梁建君	10,000	934	刘育文	2,000
295	王晓霞	23,000	615	梁建芝	10,000	935	苏健	2,000
296	董双久	22,000	616	刘恩大	10,000	936	孙凤丽	2,000
297	董小霞	22,000	617	刘海笑	10,000	937	田树秋	2,000
298	董子儒	22,000	618	刘虹	10,000	938	王军奎	2,000
299	杜秀玲	22,000	619	刘奎永	10,000	939	王璐	2,000
300	樊丽萍	22,000	620	刘强	10,000	940	徐敬成	2,000
301	冯云胜	22,000	621	刘铁娟	10,000	941	徐学全	2,000
302	郭立强	22,000	622	刘伟	10,000	942	殷书建	2,000
303	郭秀珍	22,000	623	刘西凤	10,000	943	岳洪固	2,000
304	侯瑞芳	22,000	624	刘秀芹	10,000	944	张汝川	2,000
305	李春生	22,000	625	刘义山	10,000	945	甘秀芹	1,500
306	李洁云	22,000	626	刘悦杰	10,000	946	刘国禄	1,500
307	李英杰	22,000	627	刘震	10,000	947	薄占凯	1,000
308	刘玉宽	22,000	628	刘正章	10,000	948	陈久松	1,000

309	乔秀敏	22,000	629	刘志英	10,000	949	董罡	1,000
310	王少明	22,000	630	刘中江	10,000	950	董兰珂	1,000
311	王艳华	22,000	631	卢静	10,000	951	冯秀杰	1,000
312	王正录	22,000	632	卢志鹏	10,000	952	李东友	1,000
313	项伍臣	22,000	633	卢仲永	10,000	953	李志强	1,000
314	项泽财	22,000	634	芦春梅	10,000	954	孙伟	1,000
315	肖文艳	22,000	635	吕小纲	10,000	955	孙长辉	1,000
316	翟贺菊	22,000	636	马国艳	10,000	956	王春艳	1,000
317	翟贺玉	22,000	637	么春杰	10,000	957	王兴武	1,000
318	张凤勤	22,000	638	么德民	10,000	958	周岳宏	1,000
319	张秋荣	22,000	639	么淑兰	10,000			
320	李怀连	21,000	640	么占好	10,000			

（4）职工认股的资金来源

公司设立时职工出资的资金来源具体情况如下：

①现金出资。职工以自有资金2,278.4550万元入股，该部分出资来源于职工个人积累所得。

②储备工资出资。根据《关于唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司实施方案的补充规定》中规定：储备工资系公司为使职工在公司盈利或亏损的情况下都能拿到稳定工资而逐年提取的盈余基金。公司设立时，职工共使用1,337.16万元储备工资出资入股。

③职工向公司借款出资。据认股方案规定，满足条件的员工可以向公司借款用于认购股份，公司设立时，职工合计向惠达股份借款 1,621.985 万元用于购买净资产出资，截至2006年底，上述借款本息已全部偿还完毕。

3、工会委员会代持职工持股会股权的演变

（1）1998年至2000年持股变动情况

1998年共有2名会员退出、2名会员新进；1999年2名会员退出，原2名会员增持；2000年12名会员新进，14名会员退出、原2名原有会员增持。具体情况如下表所示：

持股变化情况		持股人数	会员持股变动（万股）	持有公司股份数（万股）
期初		958	-	5,237.60
1998年	原有股东退出	2	-20.00	-
	新增股东进入	2	20.00	-
	年底持股情况	958	-	5,237.60

1999 年	原有股东退出	2	-27.50	-
	原有股东增持	2	27.50	-
	年底持股情况	956	-	5,237.60
2000 年	原有股东退出	14	-9.90	-
	原有股东增持	2	0.60	
	新增股东进入	12	9.30	-
	年底持股情况	954	-	5,237.60

（2）2001 年持股变动情况

2001 年 5 月 20 日，为了奖励公司管理层及核心技术人员对惠达股份和当地经济发展所做出的贡献，经黄各庄管理区经联社审议通过，黄各庄管理区经联社将持有惠达股份 1,856 万股以 1 元/股的价格转让给工会委员会（职工持股会）。2001 年 7 月 25 日，黄各庄管理区经联社与工会委员会（职工持股会）签订了《股份转让协议》，职工持股会取得股份后按照《股权调整分配方案明细表》由职工按每股 1 元以现金认购。

2001 年职工持股会持股变化情况如下：

持股变化情况		持股会人数	会员持股数（万股）	持有公司股份数（万股）
期初持股情况		954	5,237.60	5,237.60
原有股数变动	原有股东退出	9	-104.90	-
	原有股东增持	3	21.00	-
	新增股东进入	3	75.70	-
新增 1,856 万股	原有股东认购股份	32	1,639.00	-
	新增股东认购股份	22	217.00	-
期末持股情况		970	7,085.40	7,093.60

截至 2001 年 12 月 31 日，职工持股会持股人数为 970 人，持有 7,085.40 万股股份，工会委员会代职工持股会持有公司 7,093.60 万股股份，因原会员退出后其持有股份数额未有会员予以认购，出现 8.2 万股未认购股份[1]。

（3）2002 年至 2006 年持股变动情况

2002 年至 2006 年职工持股会持股变动较小，具体情况如下：

持股变化情况		持股人数	会员持股数（万股）	持有公司股份数（万股）
期初		970	7,085.40	7,093.60
2002 年	原有股东退出	4	-5.00	-

1、未认购股份是指由于原会员退出后其持有的股份数额未有会员予以认购，形成的会员间接持有公司股份与职工持股会直接持有股份数之间的差额。

	原有股东减持	3	-36.00	-
	新增股东进入	1	30.00	-
	年底持股情况	967	7,074.40	7,093.60
2003 年	原有股东退出	1	-15.00	-
	年底持股情况	966	7,059.40	7,093.60
2004 年	原有股东退出	3	-71.70	-
	原有股东增持	1	10.00	-
	年底持股情况	963	6,997.70	7,093.60
2005 年	原有股东退出	1	-10.00	-
	年底持股情况	962	6,987.70	7,093.60
2006 年	原有股东减持	2	-35.00	-
	新增股东进入	2	35.00	-
	年底持股情况	964	6,987.70	7,093.60

截至 2006 年 12 月 31 日，职工持股会持股人数为 964 人，持有 6,987.70 万股股份，工会委员会代职工持股会持有公司 7,093.60 万股股份，出现 105.9 万股未认购股份。

（4）2007 年至 2010 年持股变动情况

惠达股份自 2007 年开始逐步规范职工持股会的持股，2007 年至 2010 年，职工持股会持有公司股份虽未发生变化，但随着职工持股会内部职工退股，内部持股比例因退股股份发生较大变化，未认购股份逐年增加。其中退出股数方面：2007 年退股较为集中，2008 年、2009 年仅有少量退股，2010 年没有变动；退股价格方面：2007 年绝大部分退股价格为 2.2 元/股，2008 年多为 2.1 元/股，2009 年为 2 元/股。具体情况如下：

持股变化情况		持股人数	会员持股数（万股）	持有公司股份数（万股）
期初		964	6,987.70	7,093.60
2007 年	原有股东退出	558	-1,665.85	-
	原有股东减持	42	-166.50	-
	年底持股情况	406	5,155.35	7,093.60
2008 年	原有股东退出	36	-185.30	-
	原有股东减持	10	-304.00	-
	年底持股情况	370	4,666.05	7,093.60
2009 年	原有股东退出	3	-3.60	-
	年底持股情况	367	4,662.45	7,093.60
2010 年	变动情况	-	4,662.45	-
	年底持股情况	367	4,662.45	7,093.60

截至 2010 年 12 月 31 日，职工持股会持股人数为 367 人，持有 4,662.45 万股股份，工会委员会代职工持股会持有公司 7,093.60 万股股份，出现 2,431.15 万股未认购股份。

（5）2011 年持股变动情况

①职工持股会会员减至 69 人

2011 年，公司继续规范职工持股会持股情况，会员退股较为集中，退股价格为 2.8 元/股。截至 2011 年 9 月 30 日，公司共有 69 名职工持有公司股份合计 2,738.70 万股，职工持股会持有未认购股份合计 4,354.90 万股。2011 年退股的具体情况如下：

持股变化情况	持股人数	会员持股变动（万股）	持有公司股份数（万股）
期初持股情况	367	4,662.45	7,093.60
原有股东退出	298	-1,483.20	-
原有股东减持	21	-440.55	-
期末持股情况	69	2,738.70	7,093.60

2011 年职工退股后的 69 名会员股东名单如下：

序号	姓名	持股股数	序号	姓名	持股股数	序号	姓名	持股股数
1	王惠文	15,880,000	24	杜岩宗	150,000	47	李学芹	50,000
2	王彦庆	1,680,000	25	刘中军	150,000	48	刘小立	50,000
3	董化忠	1,140,000	26	卢成岗	150,000	49	么德振	50,000
4	宋子春	630,000	27	谭凤利	150,000	50	苗建玲	50,000
5	董敬安	500,000	28	王瑞生	150,000	51	赵子君	50,000
6	李开元	460,000	29	王彦庄	150,000	52	王春金	44,000
7	王彦伟	400,000	30	吴萍萍	150,000	53	郭立富	42,000
8	董子信	300,000	31	邢锦荣	150,000	54	董春明	25,000
9	郭立贵	300,000	32	张春元	150,000	55	王振春	24,000
10	翟双武	300,000	33	李文喜	127,000	56	田振旺	21,000
11	赵国琪	300,000	34	王淑凤	123,500	57	王辉	20,000
12	李开立	270,000	35	董雅臣	100,000	58	董会东	18,500
13	王玉良	240,000	36	刘宝成	100,000	59	项东海	16,000
14	张印海	240,000	37	王世永	100,000	60	安占武	15,000
15	苏印成	230,000	38	刘秋顺	89,500	61	李开周	15,000
16	杜林宗	200,000	39	周国英	88,000	62	李玉福	14,000
17	张玉才	200,000	40	董春安	86,000	63	李玉梅	14,000
18	樊立永	180,000	41	王彦东	85,000	64	王凤敏	14,000
19	王继才	160,000	42	王凤山	80,000	65	张树利	14,000

20	王学军	156,500	43	李向东	73,500	66	董学茹	13,000
21	董宝红	150,000	44	李桂新	72,000	67	董学光	12,000
22	董宽增	150,000	45	么久玉	53,000	68	张玉文	10,000
23	董品利	150,000	46	张春旺	51,500	69	甄文艳	10,000

②职工持股会会员增加至 174 人

为规范公司持股情况，促进公司发展，增强公司凝聚力，并考虑到管理层及技术人员对公司作出的贡献，2011 年 12 月 28 日，经职工持股会第一次大会审议通过，将工会委员会代职工持股会持有的 4,354.90 万股未认购股份以每股 2.8 元的价格转让给包括原有 48 名会员与新增 105 名会员在内的 153 名自然人，上述人员均为公司管理层人员及技术人员。截至 2011 年 11 月 28 日，共有 174 名职工持有公司股份合计 7,093.60 万股。

2011 年末认购股份变动情况如下：

持股变化情况	持股人数	会员持股变动（万股）	持有公司股份数（万股）
期初持股情况	69	2,738.70	7,093.60
原有股东增持	48	2,652.90	-
新增股东进入	105	1,702.00	-
期末持股情况	174	7,093.60	7,093.60

2011 年末认购股份转让给个人后，持股的 174 名会员股东的名单如下：

序号	姓名	持股数量	序号	姓名	持股数量	序号	姓名	持股数量
1	王惠文	23,000,000	59	樊立永	180,000	117	周建立	150,000
2	王彦庆	8,000,000	60	么久玉	180,000	118	许文安	150,000
3	董化忠	4,626,000	61	青建强	180,000	119	董德强	150,000
4	王彦伟	3,500,000	62	孙海昌	180,000	120	于翠翠	150,000
5	宋子春	950,000	63	刘小立	160,000	121	严仕杰	150,000
6	李开元	750,000	64	郭立富	160,000	122	王孟良	150,000
7	吴萍萍	750,000	65	王继才	160,000	123	安占武	100,000
8	邢锦荣	650,000	66	张树利	160,000	124	谢永龙	100,000
9	付立荣	600,000	67	冯秀春	160,000	125	董雅臣	100,000
10	董敬安	500,000	68	董宝红	150,000	126	刘宝成	100,000
11	王彦庆	500,000	69	董春安	150,000	127	王春金	100,000
12	张永国	500,000	70	董春明	150,000	128	王凤山	100,000
13	王玉良	350,000	71	董会东	150,000	129	王世永	100,000
14	张印海	350,000	72	董宽增	150,000	130	张玉文	100,000
15	赵国琪	350,000	73	董品利	150,000	131	李文胜	100,000
16	李敬涛	350,000	74	杜岩宗	150,000	132	董惠生	100,000
17	李天昌	330,000	75	李桂新	150,000	133	李东生	100,000

18	蔺志杰	310,000	76	李向东	150,000	134	王贵全	100,000
19	李开立	300,000	77	李学芹	150,000	135	李燕刚	100,000
20	董子信	300,000	78	李玉梅	150,000	136	唐文友	100,000
21	郭立贵	300,000	79	刘中军	150,000	137	虞蕊	100,000
22	王辉	300,000	80	卢成岗	150,000	138	陈国胜	100,000
23	王彦东	300,000	81	谭凤利	150,000	139	张金秀	100,000
24	翟双武	300,000	82	王瑞生	150,000	140	裴秀玉	100,000
25	甄文艳	300,000	83	王淑凤	150,000	141	郑建宇	100,000
26	胡得春	300,000	84	赵子君	150,000	142	王玉宝	100,000
27	冯涛	300,000	85	王彦庄	150,000	143	陈红柱	100,000
28	杨晖	300,000	86	王振春	150,000	144	赵凤春	100,000
29	杜伟建	300,000	87	项东海	150,000	145	陈会忠	100,000
30	张印宽	300,000	88	张春旺	150,000	146	张娟	100,000
31	董学茹	280,000	89	李开周	150,000	147	王云鹏	100,000
32	刘秋顺	250,000	90	张春元	150,000	148	王翠杰	100,000
33	苏印成	250,000	91	周国英	150,000	149	卢春利	100,000
34	田振旺	250,000	92	侯建勇	150,000	150	刘志国	100,000
35	王学军	250,000	93	谷芳振	150,000	151	杨家喜	100,000
36	毕首杰	250,000	94	吴井乐	150,000	152	董永民	100,000
37	王涛	250,000	95	张继文	150,000	153	郑宝宁	100,000
38	张宏坤	250,000	96	肖鹏	150,000	154	柳海峰	100,000
39	陈举洋	250,000	97	董博岩	150,000	155	李艳敏	100,000
40	苗建玲	200,000	98	董国福	150,000	156	金贵花	100,000
41	杜林宗	200,000	99	张宏兴	150,000	157	李娜	100,000
42	李文喜	200,000	100	胡银波	150,000	158	李玉娇	100,000
43	李玉福	200,000	101	梁平	150,000	159	高海霞	100,000
44	么德振	200,000	102	李久江	150,000	160	孙会玲	100,000
45	张玉才	200,000	103	王立志	150,000	161	马得有	100,000
46	张金柱	200,000	104	田继来	150,000	162	张毅	100,000
47	马永平	200,000	105	赵东维	150,000	163	杨华	100,000
48	董振堂	200,000	106	刚百利	150,000	164	董洪喜	100,000
49	董淑娟	200,000	107	李鹏	150,000	165	王小明	100,000
50	王会	200,000	108	齐冠博	150,000	166	崔长青	100,000
51	孟艳红	200,000	109	孙素兰	150,000	167	任志欣	100,000
52	赵志永	200,000	110	董志军	150,000	168	李增辉	100,000
53	李宏武	200,000	111	董春松	150,000	169	李开军	100,000
54	李振国	200,000	112	董树芳	150,000	170	王靖越	100,000
55	李世东	200,000	113	刘宝华	150,000	171	李文成	100,000
56	姚俊宽	200,000	114	韩洪武	150,000	172	王凤敏	80,000

57	唐素梅	200,000	115	谢小勇	150,000	173	董会亮	80,000
58	董学光	180,000	116	夏俊海	150,000	174	裴玉明	80,000

③职工持股会转让股权

为进一步规范明晰公司股权结构，2011 年 12 月 28 日，经职工持股会第二次大会审议通过，工会委员会分别与王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、鼎立投资、庆伟投资、伟业投资和助达投资分别签署《股权转让协议》，约定将其持有公司的2,300 万股、800 万股、462.6 万股、350 万股、1,449 万股、705 万股、378 万股和 649 万股股份分别转让给王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、鼎立投资、庆伟投资、伟业投资和助达投资。本次股权转让后，职工持股会不再持有本公司股份。

4、工会委员会及职工持股会的解散和清算

2011 年 12 月 28 日，职工持股会召开会员大会，确认职工持股会持有公司的股份数、全体会员名单及持股明细，根据职工持股会章程，决定对职工持股会进行清算，成立职工持股会清算组，办理职工持股会清算事宜，清算组成员由王惠文、王彦庆、董化忠组成，按照大会通过的《清算方案》进行清算，清算后职工持股会剩余资产按截至 2011 年 10 月 1 日会员所持股份比例进行分配。

2012 年 2 月 9 日，《燕赵都市报》刊登了职工持股会的清算公告。根据《职工持股会章程》，职工持股会清算组对持股会财产进行清算，职工持股会剩余资产为 21,274,942.00 元，系历年职工持股会分红所得与未认购股份转让给个人收到的认购款之和，将历年持股会员退股时支付的退股款、代扣代缴分红个人所得税及清算费用减除后的余额。

2013 年 4 月 7 日，职工持股会召开会员大会，对职工持股会会员及持股比例进行了确认，并审议通过了职工持股会剩余资产的分配方式：职工持股会剩余资产减去代扣代缴的个人所得税后，实际分配金额为 1,701.9954 万元，分配给经确认的职工持股会会员，并按职工持股会会员间接持有惠达股份的股份数量进行分配。截至 2013 年 4 月，职工持股会剩余资产已全部分配完毕。

2013 年 8 月 5 日，丰南区总工会下发了“关于撤销唐山惠达陶瓷（集团）厂工会委员会的意见”，认定工会委员会已完成清算等事项的办理，不存在任何纠纷、潜在纠纷和诉讼，现决定撤销工会委员会。

5、职工对持股会持股演变过程的确认及公证情况

2011 年开始，公司对职工持股会持股演变过程进行了梳理，职工持股会会员对涉及本人的股份认购、股份转让、退股等情况进行了确认。公司聘请了河北省唐山市康华公证处对《确认函》进行了公证。

退股职工均确认通过职工持股会持有公司的股份已经办妥相关退股手续，并已收到职工持股会支付的退股款，公证书确认内容如下：（1）本人不再直接或间接持有唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司股份，也不再享有该公司的任何股东权利/权益；（2）本人与唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司无任何股权纠纷及其他未决事项；（3）本人自愿办理前述退股，对前述退股事项无任何异议。

截至职工持股会清算之日，已有 1,052 名职工对当年认股、转让及退股行为进行确认并进行了公证，但仍有 35 名职工未对职工持股会相关事项进行确认，其中 21 名职工已去世或因健康状况无法对相关事项进行确认，另 14 名职工均无法取得联系。2012 年 1 月 9 日，工会委员会于《中华工商时报》刊登公告，声明职工持股会拟进行清算和注销，需要上述 14 人对当年的转让或退股行为进行确认，公告刊登至今未有持股会员与公司联系或对转让、退股事项提出异议。

鉴于职工持股会已对清理股份过程中人数占 96%以上的转让或退股的职工会员进行了现场访谈、确认及公证，对未确认的职工会员已登报公告，且未确认的 14 名职工会员清退股份共计 67.00 万股，金额较小，故职工持股会的清理过程合法合规，不存在潜在法律纠纷。发行人四名实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟承诺承担如因职工持股会历次出资额转让或在清理过程中产生的纠纷导致发行人受到的经济损失。

2015 年 2 月 6 日，唐山市人民政府出具《唐山市人民政府关于确认惠达卫浴股份有限公司历史沿革相关事项的请示》，认为职工持股会的设立，会员认购、转让及退出行为，职工持股会的清理及注销均履行了相关法律程序，合法、合规、真实、有效，不存在损害集体及个人利益的情形，不存在争议和纠纷。其中，职工持股会设立时会员的出资行为及资金来源合法有效；会员退股及转让定价公允，不存在侵害职工权益的情形。

2015 年 2 月 15 日，河北省人民政府出具了《河北省人民政府关于对惠达卫浴股份有限公司历史沿革相关事项进行确认的函》，同意唐山市政府对惠达股份的上述确认意见。

十、员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期内，本公司员工人数及其变化情况如下：

年份	2016-06-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
人数	8,005	8,278	9,087	8,570

（二）专业结构

截至 2016 年 6 月 30 日，公司员工专业结构如下表所示：

专业结构	员工人数（人）	占总人数的比例（%）
管理人员	558	6.97
销售人员	350	4.37
技术研发人员	471	5.88
生产人员	6,626	82.77
合计	8,005	100.00

（三）受教育程度

截至 2016 年 6 月 30 日，公司员工受教育程度如下表所示：

受教育程度	员工人数（人）	占总人数的比例（%）
硕士	6	0.07
本科	243	3.04
大专	951	11.88
大专以下	6,805	85.01
合计	8,005	100.00

（四）年龄分布

截至 2016 年 6 月 30 日，公司员工年龄分布如下表所示：

年龄区间	员工人数（人）	占总人数的比例（%）
50 岁及以上	891	11.13
40-49 岁（含）	2,377	29.69
30-39 岁（含）	2,729	34.09
29 岁及以下	2,008	25.08
合计	8,005	100.00

（五）发行人执行社会保障制度、住房公积金缴纳、医疗保险制度等情况

1、社会保险缴纳情况说明

各报告期末，公司及子公司为员工缴纳社会保险情况具体如下：

项目	2016 年 6 月 30 日				
	员工人数	实缴人数	未缴纳人数	公司缴费率	个人缴费率
养老保险	8,005	7,611	394	20%	8%
失业保险		7,611	394	1.5%/1%	0.5%/0.2%
工伤保险		7,691	314	1.5%/2.25%/0.5%	-
医疗保险		7,605	400	6.5%/10%	2%/2%+3
生育保险		7,605	400	0.5%/0.8%	-

项目	2015 年 12 月 31 日				
	员工人数	实缴人数	未缴纳人数	公司缴费率	个人缴费率
养老保险	8,278	7,894	384	20%	8%
失业保险		7,894	384	1.5%/1%	0.5%/0.2%
工伤保险		8,039	239	1.5%/2.25%/0.5%	-
医疗保险		7,885	393	6.5%/10%	2%/2%+3
生育保险		7,885	393	0.5%/0.8%	-

项目	2014 年 12 月 31 日				
	员工人数	实缴人数	未缴纳人数	公司缴费率	个人缴费率
养老保险	9,087	8,452	635	20%	8%
失业保险		8,452	635	2%/1%	1%/0.2%
工伤保险		8,647	440	1%/1%/0.5%	-
医疗保险		8,325	762	6.5%/10%	2%/2%+3
生育保险		8,325	762	0.8%/0.8%	-

项目	2013 年 12 月 31 日				
	员工人数	实缴人数	未缴纳人数	公司缴费率	个人缴费率
养老保险	8,570	7,950	620	20%	8%
失业保险		7,950	620	2%/1%	1%/0.2%
工伤保险		8,172	398	1%/1%/0.5%	-
医疗保险		7,743	827	6.5%/10%	2%/2%+3
生育保险		7,743	827	0.8%/0.8%	-

报告期各期末，公司实际缴纳社会保险人数低于员工总数，主要原因为：（1）公司基层员工流动性较大，为保证工作质量和人事管理稳定性，对新入职

员工采用试用期制度，待试用期满转为正式员工后为其办理社会保险，同时补缴试用期内应为其缴纳的社会保险费用；（2）公司员工中存在部分退休返聘人员，无需为该等员工办理社会保险；（3）部分员工保险关系在其他公司，为防止出现重复缴纳情况，公司不再为其缴纳社会保险；（4）公司基层员工多为具有农村户籍的务工人员，收入水平较低且流动性较大，其中部分员工不愿在公司缴纳社会保险。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及子公司共有 394 名员工未参加养老保险和失业保险，具体情况为：（1）当月办理保险缴费手续前离职的有 137 名；（2）新入职正在办理保险缴费手续的有 55 名；（3）社会保险关系在原单位，由原单位代为缴纳的有 61 名；（4）缴费已达到国家规定年限的退休返聘人员有 42 名；（5）根据《工伤保险条例》第三十五条无需办理养老保险和失业保险的四级伤残人员有 47 名；（6）年龄偏大自愿放弃缴纳的有 52 名。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及子公司共有 400 名员工未参加医疗保险和生育保险，具体情况为：（1）当月办理保险缴费手续前离职的有 134 名；（2）新入职正在办理保险缴费手续的有 49 名；（3）社会保险关系在原单位，由原单位代为缴纳的有 89 名；（4）缴费已达到国家规定年限的退休返聘人员有 39 名；（5）年龄偏大自愿放弃缴纳的有 89 名。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及子公司共有 314 名员工未参加工伤保险，具体情况为：（1）当月办理保险缴费手续前离职的有 137 名；（2）新入职正在办理保险缴费手续的有 48 名；（3）社会保险关系在原单位，由原单位代为缴纳的有 46 名；（4）根据《工伤保险条例》第三十五条无需办理工伤保险的四级伤残人员 47 名。

报告期内，公司多次对放弃缴纳社会保险的员工进行动员，鼓励其按照相关政策规定在公司缴纳社会保险。凡积极响应号召并提供开户资料及相关证明文件的，公司将及时为其缴纳社会保险；对于仍不愿在公司缴纳社会保险的员工，为尊重员工意愿，并避免人事关系紧张，公司未为其缴纳社会保险。

2、住房公积金缴纳情况说明

各报告期末，公司及子公司缴纳住房公积金具体情况如下：

年度	员工人数	缴纳人数	未缴纳人数
2016 年 06 月 30 日	8,005	6,889	1,116

2015 年 12 月 31 日	8,278	4,147	4,131
2014 年 12 月 31 日	9,087	4,426	4,661
2013 年 12 月 31 日	8,570	4,523	4,047

各报告期末，公司实际缴纳住房公积金人数低于员工总数，除部分为新入职员工、退休返聘员工以及由于社保关系所属不在公司而由其他单位缴纳的情况外，主要是由于公司基层工作人员大多数为具有农村户籍的外来务工人员，该等员工已通过在农村自建住房解决居住问题，其在城市购房可能性较小，且异地缴纳公积金存在跨地区提取不便等客观问题，因而其自愿放弃在公司缴纳公积金。

截至2016年6月30日，公司及子公司共有1,116名员工尚未缴纳住房公积金，具体情况为：（1）当月办理公积金缴纳手续前离职的有185名；（2）新入职正在办理公积金缴费手续的有76名；（3）住房公积金关系在原单位，由原单位代为缴纳的有32名；（4）退休返聘无需缴纳的有21名；（5）自愿放弃缴纳公积金的有802名，该部分员工多为具有农村户籍的外来务工人员，已通过在农村自建住房解决居住问题，其在城市购房可能性较小，且异地缴纳公积金存在跨地区提取不便等客观问题，因而其自愿放弃在公司缴纳公积金。

公司一直积极动员不愿缴纳住房公积金的员工，鼓励其按照相关政策规定在公司缴纳住房公积金。截至 2016 年 12 月 31 日，自愿放弃缴纳住房公积金的员工还有 184 名；对于多次动员仍不愿在公司缴纳公积金的人员，为保证待遇公平，公司将为其提供员工宿舍或住房补贴。

3、发行人社会保险及住房公积金合规情况

根据本公司及子公司取得的当地社保局出具的证明，本公司能够按照核定的社保基数为员工缴纳社保，不存在欠缴、缓缴社保金及其他违反国家和地方法律法规的行为，当地社保局未对公司进行过行政处罚。

根据本公司及子公司取得的当地住房公积金管理中心出具的证明，本公司及子公司能够按照国家和地方住房公积金管理方面的法律法规为员工办理住房公积金缴存手续，并如期足额缴纳住房公积金，不存在违反国家和地方住房公积金管理方面的法律法规之行为，不存在因违反该等法律法规而遭受行政处罚的情形。

4、补缴社会保险和住房公积金对公司净利润的影响

报告期内，公司存在未全员缴纳社会保险及住房公积金的情况，假定按全员口径、以各期末应缴纳五险一金员工数为基数测算补缴金额，对公司净利润的影响如下所示：

时间	测算补缴金额（万元）	影响净利润的金额（万元）	占净利润的比例
2016 年 1-6 月	220.03	187.02	2.28%
2015 年	900.53	765.45	7.51%
2014 年	1,152.16	979.34	5.98%
2013 年	835.69	710.33	6.44%

由上表可见，假定报告期内公司按全员口径、以各期末应缴纳五险一金员工数为基数缴纳社会保险及住房公积金，对公司净利润的影响较小，如补缴上述款项，发行人仍满足《首次公开发行股票并上市管理办法》中关于财务指标的要求。

5、发行人控股股东及实际控制人作出的相关承诺

公司控股股东及实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟承诺：若公司及其子公司因社会保险及公积金欠缴或缴纳不实等问题受到有关主管部门的处罚或被要求补缴，其将全额补偿因此需要支付或补缴的全部相关款项。

十一、持股 5%以上的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况

（一）主要股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司本次发行前的所有股东已分别就各自所持股份做出锁定承诺，具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、公司股东股份锁定及减持承诺”部分相关内容。

（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，维护公司及其中小股东的利益，公司控股股东、实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟承诺目前未与发行人发生同业竞争，将来也不与发行人发生同业竞争，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、同业竞争”部分相关内容。

（三）关于稳定公司股价的承诺

关于稳定公司股份的承诺，请参见本招股说明书“重大事项提示”之“六、稳定股价预案”部分相关内容。

（四）发行人、控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺

关于发行人、控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺，请参见本招股说明书“重大事项提示”之“七、公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺”部分相关内容。

（五）公司股东关于公开发售股份的承诺

公司股东王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟和黄各庄经管站承诺：将按公司董事会、股东大会确定的发行方案公开发售股份，并保证本次发行后公司股权分布符合《证券法》等相关法律法规的规定，且不因此导致公司实际控制人发生变更。

（六）持股 5%以上股东的持股意向及减持意向的承诺

持股 5%以上股东的持股意向及减持意向的承诺，请参见本招股说明书“重大事项提示”之“五、持股 5%以上股东的持股意向及减持意向的承诺”。

（七）关于社会保险与住房公积金缴纳情况的承诺

公司控股股东、实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟已就本公司及子公司报告期内员工社会保障金缴纳情况出具承诺，具体内容请参见本节之“十、员工及社会保障情况”的相关内容。

（八）履行承诺约束措施的承诺

本公司及其控股股东、董事、监事、高级管理人员已就公司首次公开发行股票并上市事宜通过公开募集及上市文件作出相关公开承诺，现就履行上述承诺的约束措施做出如下补充承诺：

本公司及其控股股东、董事、监事、高级管理人员将严格履行就公司首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

1、如其非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的：

（1）应在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体

原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

（3）如因其未实际履行相关承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任，赔偿金额通过与公司或者与其他投资者协商确定或由有关机关根据相关法律法规进行认定。

2、如其因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的原因；

（2）向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

（九）承诺的履行情况

截至本招股说明书签署日，本公司及公司股东、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员均严格履行其所作出的上述重要承诺。

十二、中介机构的重要承诺

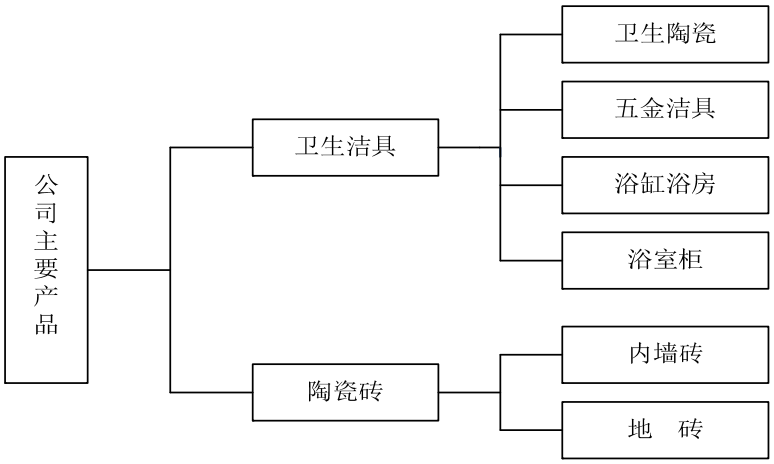
中介机构的重要承诺请参见招股说明书“重大事项提示”之“八、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”部分相关内容。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务及变化情况

（一）发行人主营业务及主要产品情况

公司是一家以满足消费者对高品质卫浴家居产品的需求为目标，通过卫浴产品的设计、研发、生产和销售，为消费者提供一站式卫浴产品综合解决方案的企业。公司产品主要包括卫生洁具和陶瓷砖，其中卫生洁具包括卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房和浴室柜，陶瓷砖包括内墙砖和地砖。



（二）发行人主营业务发展及变化情况

公司的业务发展历程主要经历了四个阶段：初始创立阶段、快速发展阶段、业务整合阶段和全面发展阶段。

1、初始创立阶段（1982 年-1986 年）

公司前身可追溯至 1982 年成立的黄各庄陶瓷厂。黄各庄陶瓷厂创立时，面临诸多困难，因原始投入较少、生产规模很小、技术装备落后，主要以作坊式生产为主，生产效率较低，经济效益有限。这一阶段惠达先行者们团结一致、坚持不懈地艰苦奋斗，企业才得以生存和发展。

2、快速发展阶段（1987 年-1996 年）

这一阶段，唐山惠达陶瓷（集团）厂通过与外商合资等方式，投入了 3,300 多万元资金进行技术改造，先后建起了 5 条燃煤隧道窑和 3 条燃油隧道窑，并从广州引进了 21 条立式浇注半成品生产线。经上述一系列技术改造及新生产线的

建立，公司实现了由作坊式生产向机械化生产的蜕变。1996 年，公司的卫生陶瓷生产能力已超过 100 万件，居当时全国同行业前列。

3、业务整合阶段（1997 年-2007 年）

自 1997 年股份公司成立以来，公司陆续引进行业内尖端人才及各类高新技术，显著提高了公司的研发能力，进一步优化了产品结构，并先后获得了中国驰名商标和中国名牌产品等荣誉。

股份公司成立时，主要从事卫生陶瓷、浴缸浴房及相关的塑料配套制品、纸业包装制品的生产和销售。2002 年以来，公司开始从事陶瓷砖的研发、制造与销售，进一步丰富了公司产品线。自 2004 年起，公司通过引进先进技术、购置生产线，开始涉足研发、制造及销售五金洁具和浴室柜，并初具规模。

4、全面发展阶段（2008 年至今）

这一阶段，公司在生产技术、销售渠道及品牌建设等方面均取得了长足的进步。由此，公司逐渐发展成为生产效率高、生产工艺先进并以节能环保为理念的综合性卫浴产品供应商。

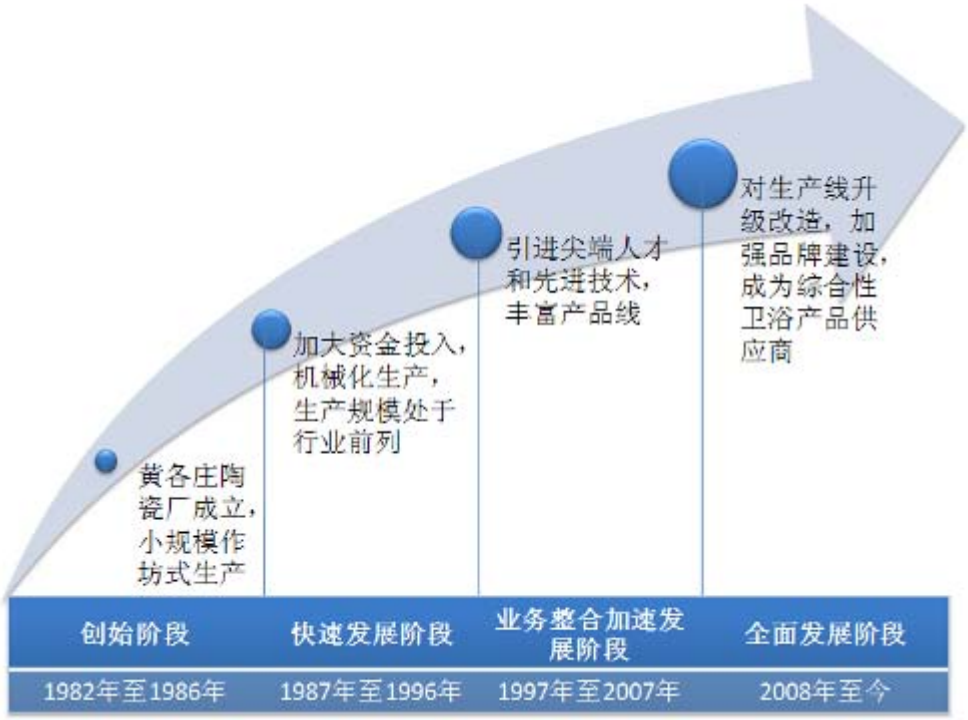
生产技术方面，公司积极推动原有生产线的升级改造，投资兴建多条自动化生产线并采用了高压注浆、机械手施釉和纳米自洁釉等先进生产技术，全面提升了公司的生产效率、产品品质。

销售渠道建设方面，公司已建立起覆盖广泛的营销网络。截至 2016 年 6 月 30 日，公司国内经销商数量为 320 家，门店数量为 3,004 家，省级、地级和县级市场的覆盖率分别达到 96.77%、90.20%和 70.46%。除在境内市场建立起广泛的销售网络外，公司还不断地开拓海外市场，建立起了覆盖美国、加拿大、韩国和澳大利亚等 80 多个国家和地区的国际营销网络。

品牌建设方面，经过多年的积累和沉淀，惠达品牌已经成为国内卫浴行业知名品牌，在消费者心中形成了良好的口碑和知名度。公司及公司生产的惠达系列产品先后荣获国家住房和城乡建设部、国家工商行政管理总局商标局、国家质量监督检验检疫总局、河北省政府、中国陶瓷工业协会、中国建筑卫生陶瓷协会、中国建筑装饰协会及各类机构颁发的众多荣誉。

公司坚持以人为本的经营发展理念，秉持恩泽一地、惠达八方的社会责任感，以振兴民族工业、带动区域发展为己任，实现了快速跨越式的大发展，从设备技术落后的小作坊企业跻身成为行业的领军企业。

总之，公司自设立以来，主营业务和主要产品保持稳定，未发生重大变化，业务规模和水平持续提升。公司主营业务发展历程如下图所示：



二、发行人所处行业基本情况

根据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司产品卫生陶瓷、浴缸浴房和陶瓷砖属于“C30 非金属矿物制品业”，五金洁具属于“C33 金属制品业”，浴室柜属于“C25 家具制造业”，具体分类情况如下表所示。

公司行业	公司产品	行业大类
卫生洁具	卫生陶瓷	C30 非金属矿物制品业
	五金洁具	C33 金属制品业
	浴缸浴房	C30 非金属矿物制品业
	浴室柜	C25 家具制造业
陶瓷砖	陶瓷砖	C30 非金属矿物制品业

（一）行业管理体制、法律法规及产业政策

1、行业主管部门及监管体制

本公司所属行业的规划管理部门为国家发展和改革委员会、住房和城乡建设部、工业和信息化部，主要负责产业政策的制定，行业标准的制定，并监督、检查其执行情况；提出高新技术产业发展和产业技术进步的战略、规划、

政策、重点领域和相关建设项目；指导行业结构调整、行业体制改革、技术进步和技术改造等工作。

公司所属行业协会包括中国建筑卫生陶瓷协会和中国建材联合会等，行业协会是自律性组织，主要负责行业内自律、协调、监督以及企业合法权益的保护，同时也协助政府部门行使部分行业管理职责。

2、行业主要法律法规及产业政策

近年，我国为推进卫浴行业的产业升级，提高资源利用，促进节能减排，制定了一系列的产业政策，卫浴行业的主要产业政策如下表所示：

颁布时间	产业政策	主要相关内容
2013 年 11 月	《建筑卫生陶瓷行业准入标准》	《标准》分建设布局，规模、工艺和装备，质量管理，节能降耗，清洁生产，安全生产和社会责任，监督管理，附则 8 部分，自 2014 年 4 月 1 日起实施
2013 年 2 月	《产业结构调整指导目录》（2011 年本）（2013 年修正）	鼓励一次冲洗用水量 6 升及以下的坐便器、蹲便器、节水型小便器及节水控制设备开发与生产；陶瓷清洁生产及综合利用技术开发；节能、节水、节材环保及资源综合利用等技术开发、应用及设备制造
2011 年 2 月	《建筑卫生陶瓷工业“十二五”发展规划》	推进陶瓷砖产品薄型化，开发创意设计新品种以及耐磨、耐污、防滑、保温等多功能型产品；积极发展节水型洁具；推广先进、高效的除尘、脱硫、脱硝等环保技术与装备；科学开发陶瓷原料资源，实现规模开采和综合利用
2010 年 4 月	《建材工业“十二五”规划》	重点发展薄型建筑陶瓷砖、轻型节水洁具等产品；重点推广建筑陶瓷干法制粉，一次烧成等工艺技术，以及球磨机、干燥塔和窑炉等装备实施节能减排改造，卫生陶瓷高压注浆技术
2016 年 5 月	《建筑陶瓷、卫生洁具行业“十三五”发展指导意见》	加快产品结构调整优化，进一步加大设计研发创新力度，着力开发节水便器、智能便器等智能卫生洁具新产品。加强建筑陶瓷、卫生洁具生产关键工艺技术、装备的研发与产业化。重点研究开发新型原料制备、新型节能窑炉、陶瓷砖短流程生产工艺、环保及循环利用新技术等。

卫浴行业的主要国家标准和行业标准如下表所示：

实施日期	标准号	标准名称
2015 年 12 月 1 日	GB/T 4100-2015	《陶瓷砖》
2012 年 5 月 1 日	GB 26730-2011	《卫生洁具便器用重力式冲水装置及洁具机架》
2012 年 4 月 1 日	G26539-2011	《防静电陶瓷砖》
2012 年 3 月 1 日	GB/T 26750-2011	《卫生洁具便器用压力冲水装置》
2012 年 3 月 1 日	GB/T 26742-2011	《建筑卫生陶瓷用原料粘土》
2012 年 3 月 1 日	GB/T 9195-2011	《建筑卫生陶瓷分类及术语》
2012 年 1 月 1 日	JG/T 183-2011	《住宅整体卫浴间》
2011 年 6 月 1 日	GB 24977-2010	《卫浴家具》

实施日期	标准号	标准名称
2011 年 3 月 1 日	JC/T 779-2010	《玻璃纤维增强塑料浴缸》
2010 年 6 月 1 日	JC/T 1095-2009	《轻质陶瓷砖》
2010 年 1 月 1 日	GB/T 23448-2009	《卫生洁具软管》
2010 年 1 月 1 日	GB/T 23447-2009	《卫生洁具淋浴用花洒》
2009 年 4 月 1 日	GB/T 12956-2008	《卫生间配套设备》
2008 年 12 月 1 日	JC/T 764-2008	《坐便器坐圈和盖》
2008 年 12 月 1 日	JC/T 760-2008	《浴盆及淋浴水嘴》
2008 年 12 月 1 日	JC/T 758-2008	《面盆水嘴》
2008 年 6 月 1 日	GB21252-2007	《建筑卫生陶瓷单位产品能源消耗限额标准》
2007 年 12 月 1 日	QB 2585-2007	《喷水按摩浴缸》
2007 年 12 月 1 日	QB 2584-2007	《淋浴房》
2006 年 12 月 1 日	QB/T 1560-2006	《卫生间附属配件》
2006 年 5 月 1 日	GB 6952-2005	《卫生陶瓷》

（二）行业发展概况

1、卫浴行业概况

公司所属行业为卫浴行业，鉴于卫浴行业包含的子行业众多，本招股说明书主要介绍与公司产品相关的卫生洁具和陶瓷砖两个子行业。

（1）卫生洁具行业

①世界卫生洁具行业发展状况

现代卫生洁具制造业起源于 19 世纪中期的美国和德国等国家。经过了一百多年的发展，欧美等地逐渐成为世界卫生洁具行业发展成熟、管理和技术水平先进的地区。21 世纪以来，中国卫生洁具行业发展迅猛，产品产量及质量、设计水平及工艺水平均得到快速提升，越来越多地受到国内外消费者的青睐。

目前，全球已经形成了三大知名卫生洁具品牌群：以科勒（Kohler）和摩恩（Moen）为代表的美国品牌；以高仪（Grohe）、乐家（Roca）和汉斯格雅（Hansgrohe）为代表的欧洲品牌；以东陶（TOTO）、惠达和箭牌等为代表的亚洲品牌。

随着卫生洁具行业的技术进步和产业分工的全球化，全球卫生洁具行业表现出以下特点：

A、整体配套化日益成为主流

成系列的卫生洁具产品不仅能够在功能上做到协调一致，使消费者在使用方面更加得心应手，享受更加舒适便利的卫浴环境，而且其在风格、设计方面

具有整体性，消费者能够根据自身喜好和居所环境的不同选择与之相适应的主体系列产品，因此更能够体现消费者的个性化生活理念，满足其个性发展的需求。在物质日益丰富的今天，人们对产品的选择不仅着眼于“用”的功能，更在于追求更多的“附加值”，特别是其中艺术化和美的享受是必不可少的。正是基于此，成系列的整体配套化卫浴产品不仅使消费者在产品中得到“用”的满足，更得到“美”的享受，必将成为卫生洁具行业未来发展的趋势所在。

B、更加注重卫浴产品设计

随着全球一体化的不断深入，各种文化元素的深入融合，消费者对卫生洁具产品的外形和质地要求日渐提高，具有现代感、时尚感，能够引领生活方式潮流的卫生洁具产品受到市场的普遍欢迎。为了扩大市场份额，卫生洁具生产企业纷纷加大对卫生洁具产品设计的投入，纷纷与知名设计师开展广泛合作，不断推陈出新，引导全球卫生洁具产品向更加注重产品设计的方向发展。

C、生产技术和工艺水平不断提高

卫生洁具行业的生产技术和工艺水平经过数百年的发展，日趋成熟和完善，从产品质量到生产效率，以及外观工艺设计等方面都有了长足的进步。近年来，世界各知名卫生洁具企业纷纷加大在生产技术改进和工艺提升方面的投入，如研发应用新型材料制备泥釉原浆，使各种新颖釉色与器型不断涌现；配备高效新型机械设备和自动化流水生产线，提升生产效率；加大研发力度，创新地将电控、数码和自动化等现代科技运用到卫生洁具产品中，实现产品功能更加强大高效的同时，提升卫生洁具体验的舒适性和便利性。

D、产品呈现节能化和环保化发展趋势

近年来，各国政府越来越多地意识到能源短缺和环境污染严重影响和制约着社会经济的发展；提倡节能环保，优化资源配置，实现经济可持续发展的理念也被世界各国普遍采纳和接受。与此同时，随着生活水平的提高，消费者更加注重健康舒适，强调绿色环保，除了对产品质量功能方面的需求之外，绿色节能环保的产品更加受到消费者的青睐。因此，作为卫生洁具产品的供给方，为适应趋势发展，改进生产方式，利用新材料、新技术、新工艺改善产品成为必然选择。

E、产业制造基地向发展中国家转移

欧美等国曾为全球卫生洁具的重要制造基地，但随着其人力成本的不断提

高，并受到产业政策与市场环境等多方面因素的影响，国际知名卫生洁具品牌厂商将其比较优势集中于产品设计、市场开拓与品牌营销等环节，努力强化自身对高端产品核心技术的研发与控制，而逐渐将卫生洁具的制造环节向人力价格较低、配套基础设施完善、市场需求持续增长的中国和印度等亚洲国家转移，使这些国家逐渐成为了全球专业化的卫生洁具产品制造基地。

②我国卫生洁具行业发展状况

我国卫生洁具行业始于上世纪 70 年代，主要经历了起步、快速发展和稳步发展三个阶段。

起步阶段为上世纪 70 年代至 90 年代中期。这一阶段，我国卫生洁具行业刚起步，本土卫浴企业主要依靠手工作坊方式生产，产品种类单一、生产效率低下，主要服务中低端市场。科勒和 TOTO 等外资品牌，依托自身的品牌和技术优势，向高档宾馆、写字楼及住宅供货，迅速占领了高端市场。

快速发展阶段为上世纪 90 年代中期至 21 世纪初期。这一阶段，中国卫生洁具的产销量增长迅速，同时人们对卫浴间整洁舒适体验感的要求也进一步提高，卫浴产品呈现多样化和个性化特征，整体市场呈高速增长的态势。在我国卫浴行业快速发展的同时，众多的本土卫浴企业也发展迅速，但尚未出现全国性的本土品牌，主要服务对象还是中低端市场。这一阶段，外资品牌在占领高端市场的同时，开始逐渐向中端市场渗透。

稳步发展阶段为 21 世纪初期至今。这一时期，国内本土卫浴品牌继续呈高速发展势头，涌现了以惠达和箭牌等为代表的一批全国性的本土卫浴品牌。这些本土卫浴品牌在与外资品牌的竞争中逐渐取得了部分高端市场份额。同时，外资品牌也逐渐加大向中端甚至低端市场的渗透力度，市场竞争日趋激烈。

经过 40 余年的发展，我国已成为世界最主要的卫生洁具生产和消费国之一，我国卫生洁具行业表现出以下特点：

A、渠道建设成为市场竞争的重要因素

未来卫生洁具企业间的竞争很大程度上取决于渠道建设能力的竞争，拥有高效、优质的销售渠道是企业获得行业领先地位的重要前提。营销渠道的建设不仅在于营销网络的扩张，更在于营销网络的管理和维护，即通过各种措施充分调动各相关方的积极性，保证经营效率，增强经销商的执行力。

目前市场上只有惠达和箭牌等少数企业的销售渠道能够遍布全国，其余大

部分企业仅在部分区域有竞争优势。因此利用当前卫浴行业快速发展的机遇，快速布局、拓展营销网络将有利于优势企业市场份额的提升。

B、本土企业的品牌意识逐渐觉醒

近年来，随着越来越多的国际知名卫生洁具品牌积极拓展产品业务线，在给我国消费者带来更多产品选择的同时，也给本已竞争激烈的国内市场带来了新的压力和冲击。面对竞争格局的变化，推动我国卫生洁具行业由制造优势向品牌优势转化，提升产品附加值，已成为保持行业可持续发展、提高国际市场竞争能力的一个重要手段。

中国是全球卫生洁具产业的制造大国，年产量及出口量均位居世界前列，但到目前为止，具有国际品牌影响力的卫生洁具企业仍然较少，在“品牌形象”及“创新能力”两项关键指标上，与欧洲、日本、美国和德国等国家的企业差距仍然明显。众多的本土企业逐渐意识到自主品牌的开创和产品附加值的提高将成为企业在未来激烈的市场竞争中占有一席之地的关键。

C、市场需求持续增长且日趋呈现多元化

近年来，我国经济的快速发展，GDP 规模及增速的不断攀升，人民生活水平的显著提高都给卫生洁具行业带来了新的发展机遇，无论是新市场的崛起还是原有市场的二次需求都为卫生洁具生产企业提供了持续的市场需求。另外，由于消费者在生活水平、文化背景、艺术修养等方面存在差异，市场需求呈现多元化特点，主要表现在对产品质量、功能、花色、造型、安全、智能技术等方面。为了迎合市场需求的多元化趋势，各大生产厂商的产品也逐渐由大众化、普遍化向风格化、个性化方向发展。

D、本土企业生产水平和市场竞争能力不断提高

我国卫生洁具行业相对于欧美起步较晚，但是近二十年以来，在国际卫生洁具生产能力逐渐向发展中国家转移的大背景下，我国卫生洁具行业发展迅速。随着国际知名企业纷纷在我国投资建厂，一系列先进的研发、设计、生产技术和管理理念也随之进入中国，促进了本行业生产水平的提高。目前国内市场上，外资品牌主要有东陶（TOTO）、科勒（Kohler）、乐家（Roca）和杜拉维特（Duravit）等。

本土企业在消化吸收国外技术基础上，通过持续的自主创新、经营品牌，生产制造能力及品牌影响力日渐增强，出口量逐年增长。国内市场涌现出了以

惠达、箭牌等为代表的全国性本土洁具品牌，市场范围也由大众消费市场逐渐向外资品牌主导的高端酒店、高档办公场所和高档娱乐场所等领域进行拓展。

E、行业集中趋势愈发明显

伴随着我国经济增速放缓的预期以及房地产市场形势的变化，当前卫浴行业中实力不强的中小企业由于在品牌、渠道、制造和研发方面的劣势将面临销售困难、减产甚至破产或被整合的风险。卫浴行业将会通过行业洗牌进行产业结构的进一步升级和改善，劣质产品、同质化产品、不符合市场需求的产品和企业将会被市场逐渐淘汰，行业集中度将因此得以提升，具有品牌和研发优势的大型卫浴企业市场竞争力将会进一步增强，卫浴行业将迎来更为健康和有序的发展环境。

2014 年 3 月 10 日，中国建筑材料联合会与中国建筑卫生陶瓷协会联合发布《建筑卫生陶瓷行业兼并重组的指导意见》。文件指出，通过兼并重组，到 2015 年建筑卫生陶瓷前 10 家企业产业集中度达到 20%；到 2020 年达到 40%，形成 3-5 家产业链完整的、具有核心竞争力和国际影响力的建筑卫生陶瓷大企业集团，带动全行业转型升级。

（2）陶瓷砖行业

①世界陶瓷砖行业

A、世界陶瓷砖行业发展状况

在世界陶瓷砖行业中，意大利和西班牙是传统陶瓷砖强国，他们凭借精湛的技术和领先的设计，引领世界潮流；中国和印度等亚洲国家的陶瓷砖工业近年来发展迅速，已成为世界主要陶瓷砖生产基地。其中，中国的陶瓷砖产销量远大于亚洲其他国家，为世界上最大的陶瓷砖生产地及主要的陶瓷砖出口国。

B、世界陶瓷砖行业市场需求状况

世界陶瓷砖市场需求稳步增长，自 2010 年的 95.43 亿平方米增长到 2014 年的 120.95 亿平方米，年复合增长率 6.10%。从消费区域分布来看，2014 年亚洲市场占世界消费总量的 67.52%，欧洲市场占世界消费总量的 11.50%，其中，中国为世界上最大的陶瓷砖消费国，占世界消费总量的 40.46%。

数据来源：2014 年中国建筑卫生陶瓷年鉴

C、世界陶瓷砖行业生产状况

近年来，世界陶瓷砖产量稳步增长，从 2010 年的 96.44 亿平方米增长至 2014 年的 124.09 亿平方米，年复合增长率为 6.50%。从生产区域分布来看，以意大利、西班牙为代表的欧洲地区为传统的陶瓷砖生产区域，凭借其先进的生产工艺、科学的管理理念和创新的设计风格引领世界潮流。亚洲作为新兴生产区域发展迅速，已成为世界陶瓷砖的主要产地，其中，中国是世界陶瓷砖最大的生产国，占世界生产总量的 48.35%。

数据来源：2014 年中国建筑卫生陶瓷年鉴

②我国陶瓷砖行业

A、我国陶瓷砖行业的发展历程

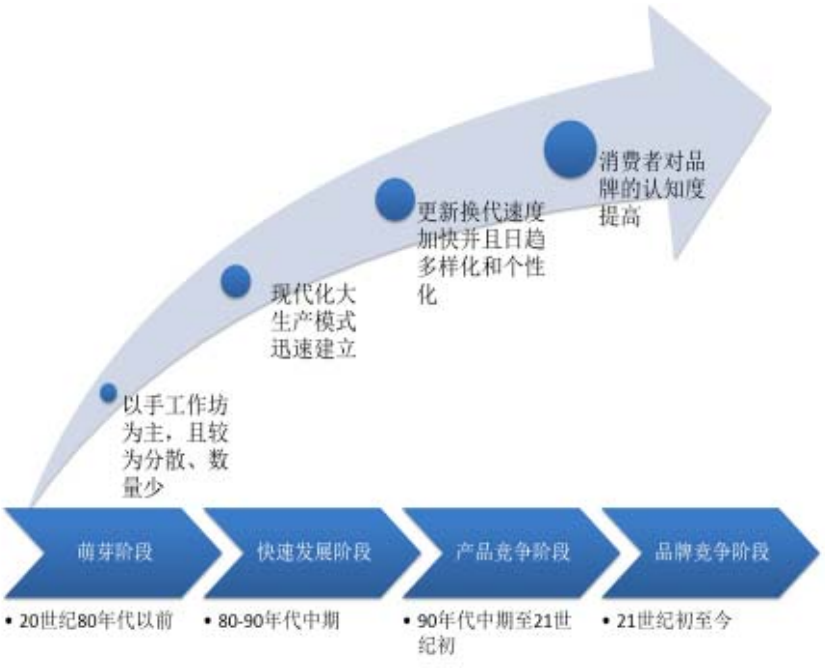
我国陶瓷砖行业的发展大致经历了萌芽、快速发展、产品竞争及品牌竞争共四个阶段。

萌芽阶段为上世纪 40 年代至上世纪 80 年代。这一阶段，由于受社会经济及政治发展状况的影响，我国陶瓷砖行业发展缓慢，以手工作坊为主要的生产方式，生产企业少且产量低。

快速发展阶段为上世纪 80 年代初期至 90 年代中期。这一阶段，由于我国开始实行改革开放政策，国内陶瓷砖生产企业开始引进国外先进生产设备和科学管理理念，陶瓷砖的产量及生产工艺均得到了较大幅度的提升，整个行业进入了快速发展阶段。

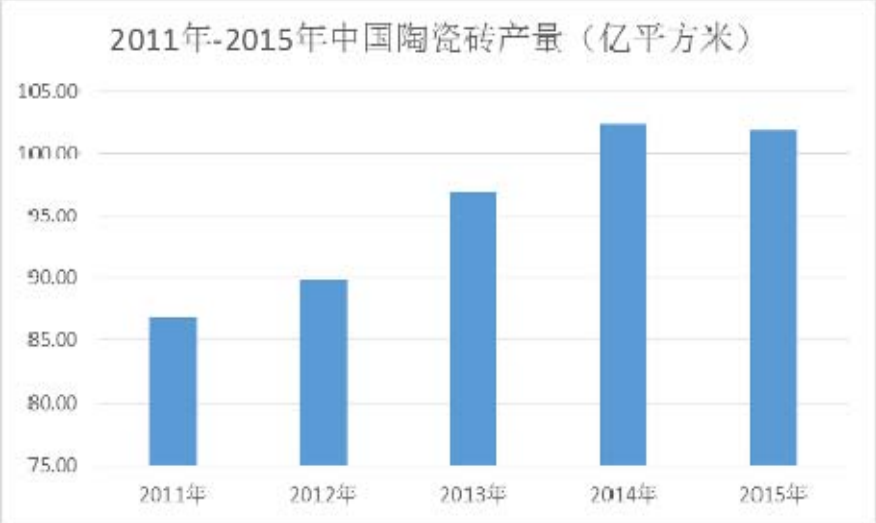
产品竞争阶段为上世纪 90 年代中期至 21 世纪初。这一阶段，在消费需求的引领下，陶瓷砖产品更新换代加快，先后出现了渗花砖、颗粒抛光砖、超亮白、微粉砖及仿古砖等新型产品，产品需求呈现多样化和个性化。与此同时，中小企业厂商之间相互模仿，产品同质化严重，竞争日益激烈。

品牌竞争阶段为 21 世纪初至今。这一阶段，一些实力较强的厂商开始注重品牌宣传、服务提升和产品创新及渠道终端建设，消费者对品牌的认知度逐渐提高，我国陶瓷砖产业进入了以品牌竞争为主的新阶段。



B、我国陶瓷砖行业的生产规模

近年来，我国陶瓷砖产量保持稳定增长。据中国建筑卫生陶瓷协会统计，2011 年至 2015 年，我国陶瓷砖产量由 87.00 亿平方米增长至 101.80 亿平方米[2]。



数据来源：中国建筑卫生陶瓷年鉴

C、我国陶瓷砖行业主要产区及发展趋势

我国陶瓷砖的原有产区主要集中在唐山、佛山、博山、上海及江浙地区、四川夹江和福建晋江地区。随着我国陶瓷砖行业的不断发展，陶瓷砖的主要产区逐渐向江西、湖南、湖北、辽宁等新产区转移，产区由过去的块状向碎片点状发展。目前，除了西藏外，几乎所有的省份都新建了陶瓷砖生产线，尤其是江西高安和辽宁法库，成为传统六大产区之外最大的新产区。

2、卫浴行业市场需求分析

卫浴行业市场需求主要受国民经济发展状况、居民收入水平、城镇化进程、房地产市场发展状况以及更新换代需求等因素的影响。

（1）经济快速增长、居民可支配收入不断提高

改革开放以来，我国经济持续保持高速增长，经济总量不断提高，人民生活日益改善。根据国家统计局的数据，我国从 2005 年至 2011 年的 GDP 以每年 8%以上的速度增长。2012 年以来，GDP 的增速虽然放缓，但也保持了 6.90%以上的较快增速，经济形势发展良好。国内生产总值的变化如下图所示：

[2]、我国陶瓷砖产量与世界陶瓷砖产量较为接近，卫生陶瓷年鉴对此解释：世界卫生陶瓷产量的统计来自 Paola Giacomini,World Production and Consumption of Ceramic Tiles,Geramic World Review ，其对中国陶瓷砖产量的数据统计与中国实际情况差异较大，此处采用中国建筑卫生陶瓷协会的统计数据。

数据来源：国家统计局网站

随着我国经济的快速发展，城镇居民人均可支配收入持续增长，居民的消费能力也得到了提升，这为卫浴行业的快速发展奠定了良好的市场基础。由于我国人口基数大，人均可支配收入的提高将催生一个规模庞大的卫浴市场。我国城镇居民人均可支配收入的变化如下图所示：

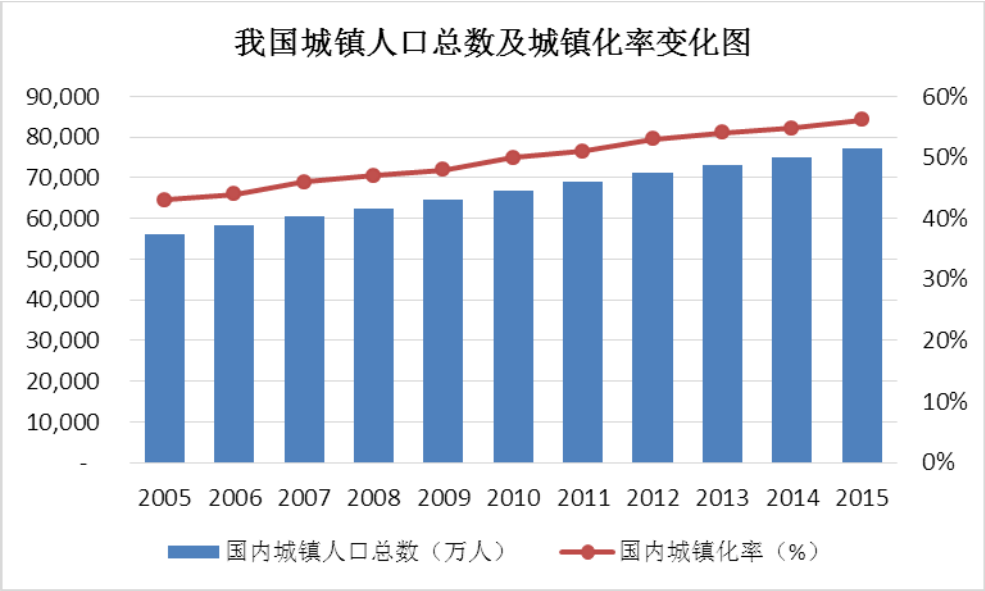
数据来源：国家统计局官方网站

（2）城镇化进程的加快

根据《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》的数据统计，该报告出具时，我国常住人口城镇化率为 53.7%，户籍人口城镇化率只有 36%左右，不仅远低于发达国家 80%的平均水平，也低于人均收入与我国相近的菲律宾、马来西亚等发展中国家 60%的平均水平。正因如此，我国城市化发展水平还有较大的发展

空间。

城镇化水平持续提高，会使更多农民通过转移就业提高收入，通过转为市民享受更好的公共服务，从而使城镇消费群体不断扩大、消费结构不断升级、消费潜力不断释放，也会带来城市基础设施、公共服务设施和住宅建设等巨大投资需求，为我国卫浴行业的发展提供持续的推动力。



数据来源：国家统计局官方网站

（3）房地产市场的快速发展

国内卫浴行业的发展与房地产业的发展密切相关，我国政府于 1999 年起在全国范围内逐步推进城镇居民住房制度改革，这一政策极大地促进了国内房地产和建筑行业的快速发展。近十年来，商品房和保障性住房的建设和销售面积均有大幅度增长，这就直接形成了对卫浴产品的巨大需求。

①商品房

我国商品房主要分为住宅商品房、商业营业用房、办公楼商品房三种类型，其中住宅商品房在我国商品房中占有主要地位。

A、住宅商品房

2005 年我国住宅商品房年销售面积为 49,587.83 万平方米，2015 年增长至 112,406.00 万平方米，年均复合增长率为 8.53%。2010 年以来，受房地产调控政策的影响，2011 年和 2012 年住宅商品房销售面积增速放缓。2013 年，我国商品房住宅销售面积较 2012 年增长了 17.52%，增长速度快速回升。2014 年全国经济下行压力较大，房地产刚性需求减弱，同时房价下跌导致房地产投机性需求退

出，2014 年住宅商品房销售面积下降。2015 年，政策环境改善，在行业政策定调去库存、信贷政策持续宽松支持消费的背景下，居民购房门槛和成本降低，住宅商品房销售面积增长。

从短期来看，我国行业政策存在进一步宽松的空间，包括供给侧的定调去库存、保障房货币化，以及需求侧的信贷金融支持合理住房需求、税费减免优惠加大、降低刚需购房门槛等，住宅商品房销售规模有望进一步扩大。从长期来看，随着我国城市化进程的持续推进，住宅商品房依然保持较大销售规模。

数据来源：国家统计局官方网站

由于住宅商品房销售面积约占商品房总销售面积的 87%左右，因此住宅商品房的销售对卫浴行业有较大的影响。最近五年，我国住宅商品房销售面积复合增长率为 3.78%，出于谨慎方面考虑，以近五年最低增长率 2%来保守估计，预计 2016 年至 2019 年，我国住宅商品房的销售面积将分别达到 11.47 亿平方米、11.69 亿平方米、11.93 亿平方米及 12.17 亿平方米。

按照每套住房平均 90 平方米测算，2016 年至 2019 年我国住宅商品房的销售套数将分别达到 1,274 万套、1,299 万套、1,325 万套及 1,352 万套。每套住房至少需要坐便器或蹲便器、浴室柜、台盆、淋浴设备等 4 件主要卫生洁具产品。据此推算，2016 年至 2018 年卫生洁具的需求量分别为 5,096 万件、5,196 万件、5,300 万件及 5,408 万件。

假如每套住宅商品房至少 50%的面积需要陶瓷砖，根据上述住宅商品房销售面积数据测算，2016 年至 2019 年我国陶瓷砖的需求量将分别达到 5.73 亿平方

米、5.85 亿平方米、5.96 亿平方米和 6.08 亿平方米。

B、商业营业用房

在我国城镇化进程中，新型城市发展规划及商业环境不断升级，需要大量开发购物、餐饮、娱乐休闲等商业营业用房。同时，商业营业用房受国家房地产调控政策的影响较小，形成了对卫浴产品持续、稳定的市场需求。

2005 年至 2015 年，我国商业营业用房年销售面积从 4,081.38 万平方米增长到 9,252.00 万平方米，年复合增长率为 8.53%。近三年我国商业营业用房年销售面积增速逐渐放缓，我国商业营业用房销售面积及增长率的变化图如下所示：

数据来源：国家统计局官方网站

C、办公楼商品房

随着我国经济的增长及城市化建设的加速，办公楼房地产业也随之迅速发展。2005 年至 2015 年间，办公楼年销售复合增长率为 10.26%。2008 年由于受经济危机影响，办公楼销售面积下降幅度较大，但 2009 年国家相关经济刺激政策出台，办公楼销售面积有了较大幅度的回升。2010 年以来，我国办公楼商品房的销量面积增速逐步提升。2014 年全国经济下行压力较大，办公楼商品房需求减弱，办公楼商品房销售面积出现下降。2015 年房地产政策环境改善，办公楼商品房销售面积有所回升。近年我国办公楼商品房投资额持续增长，2015 年达到 6,210 亿元，预期我国办公楼商品房的市场需求依然可观。

2005 年至 2015 年，我国办公楼的销售面积及增长率的变化图如下所示：

数据来源：国家统计局官方网站

②保障性住房

根据国家规划，“十二五”期间我国要建设 3,600 万套保障性住房。据财政部的统计数据显示，2013 年、2014 年及 2015 年全国保障性安居工程财政支出分别为 3,816.72 亿元、4,319.49 亿元和 4881.01 亿元，分别较上年增加 16.29 亿元、502.77 亿元和 561.52 亿元，增长 0.43%、13.17%和 13.00%，全国共开工建设城镇保障性安居工程分别为 666 万套、740 万套和 783 万套。

根据《关于进一步做好城镇棚户区和城乡危房改造及配套基础设施建设有关工作的意见》，截至 2014 年底，全国共改造各类棚户区住房 2,080 万套、农村危房 1,565 万户。该意见指出，按照推进以人为核心的新型城镇化部署，实施三年计划，2015 至 2017 年改造包括城市危房、城中村在内的各类棚户区住房 1,800 万套（其中 2015 年 580 万套），农村危房 1,060 万户（其中 2015 年 432 万户），加大棚改配套基础设施建设力度，使城市基础设施更加完备，布局合理、运行安全、服务便捷。

国家对保障房建设的大力投入和不断推进，为国内卫浴行业的发展提供了新的历史机遇。

（4）卫浴产品的更新换代需求

卫浴产品需求除与新建住宅紧密相关外，家庭二次装修带来的卫浴产品更换需求也是影响卫浴产品需求量的重要因素。正常情况下，由于住宅功能及感官需求，家庭住房的翻新周期约为 5-10 年；另外，随着房地产市场调控力度加

大，短期内无力购房和受政策限制无法再次购房的家庭，会通过老房翻新和更换卫浴产品来改善居住环境，使得二次装修的需求递增。因此，家庭住房的二次装修对卫浴产品的需求量巨大。

根据2010年第六次全国人口普查，我国大陆30个省、自治区、直辖市共有城镇人口66,557.53万人，按照平均每个家庭户人口为3.1人计算，我国共有城镇家庭21,470.17万户，假如每10年更换一次卫浴产品，相当于每年有2,147万户更新卫浴产品。

每户家庭二次装修时至少需要坐便器或蹲便器、浴室柜、台盆和淋浴设备等4件卫生洁具产品，以此推算，我国每年家庭二次装修对卫生洁具的需求量约为8,588万件；假设每户家庭的平均住房面积为90平方米，按照每户家庭二次装修时至少 50%的面积使用陶瓷砖进行测算，每户家庭二次装修对陶瓷砖的需求量约为96,615万平方米。

上述需求测算未考虑商业营业用房和办公楼商品房的需求，只是根据住宅商品房的翻新周期推算的卫浴产品需求量，如果考虑到营业用房和办公楼商品房等因素，每年由二次装修所带来的卫浴产品市场需求将进一步加大。

（三）行业竞争状况

1、行业竞争概况

目前，按照消费者的购买偏好可将卫浴市场划分为高端市场、中端市场和低端市场。在中高端市场领域，由于消费者属于中高收入阶层，注重品牌附加值和产品设计，对价格敏感度不强，且受品牌壁垒、技术壁垒以及资金壁垒的影响，竞争对手相对较少，竞争环境相对宽松，企业之间的竞争主要是品牌和销售渠道的竞争。在低档市场领域，生产企业众多，且大部分属于中小企业，行业集中度不高，产品同质化严重，竞争主要集中在产品的价格和质量方面。

以东陶和科勒等为代表的世界卫浴行业的龙头企业通过在中国成立生产工厂、办事处等方式，凭借成熟的商业模式和本土化的发展策略，依靠先发优势，在中国卫浴产品的高端市场占有较大份额。

以惠达、箭牌等为代表的全国性本土卫浴品牌通过持续的研究开发、自主创新和品牌经营，市场竞争能力逐渐提高，在稳固大众消费市场的同时，产品线逐渐向星级酒店、商务会所、高档住宅等高端市场扩张。同时，以惠达为代

表的少数本土企业通过海外销售渠道积极拓展自有品牌，开始了本土卫浴品牌国际化发展的征程。

2、行业竞争格局

（1）市场集中度整体仍处于较低水平

伴随着中国卫浴行业几十年的快速发展，我国已发展成为卫浴产品的制造大国，但由于行业进入门槛不高、初期投资少，业内企业大部分是中小型企业，规模普遍较小，致使整个卫浴行业市场集中度处于较低水平。

（2）卫浴产品同质化严重、缺乏创新

由于国内大部分卫浴企业为实力较为薄弱的中小型企业，在原材料、工艺、技术、设计、包装，甚至在终端陈列、导购、推广等方面不具有竞争优势，导致了行业同质化严重，产品的附加值和品牌价值不高，利润水平较低，影响了企业进一步可持续发展。

（3）行业竞争加剧、品牌企业优势显现

较低的市场集中度意味着较高的市场竞争程度，虽然卫浴行业进入门槛低，但从国内卫浴行业的实际经营情况来看，由于卫浴行业中小企业众多，他们既面临着相同业态对手的激烈竞争，又因在资金实力和品牌影响力方面欠缺而无法短期内进入中高端产品市场，在低端市场上竞争激烈，利润水平较低。

目前，具有品牌、渠道和规模优势的卫浴企业主要竞争于中高端市场，这些企业能够更为准确的进行市场定位，更好地满足消费者多样化和个性化的需求，因此成长迅速，市场发展空间巨大。随着生活水平的提高，人们对卫浴品质的要求也逐渐提高。未来，品牌、质量、营销和服务等非价格竞争因素在中高档产品竞争中的重要性将逐渐显现，且部分优势企业也在拓展中低端市场的产品线，双重打压的竞争态势将迫使部分没有竞争优势的企业退出卫生洁具行业。“强强联合、强弱整合”将会成为未来行业重组的必然之路。

（四）行业利润水平

近十几年来，我国卫浴行业发展迅速，大量中小企业的低水平重复建设和严重的同质化竞争，导致了卫浴行业集中度较低，整体利润水平不高。但在全球金融危机的影响下，部分中小企业退出了市场，行业集中度得到一定的提升。在市场集中度提高的过程中，少数具备较好的产品设计开发能力、较强的销售

渠道推广能力的企业获得了更大的发展空间和新的利润增长点。行业集中趋势使领先企业的竞争力持续提高，行业利润也逐渐向这些企业集中，领先企业市场地位的强化对行业利润率的稳定起到了积极作用。

（五）行业主要壁垒

1、渠道壁垒

国内卫浴企业主要通过经销和直销两种模式进行销售。

经销模式主要通过经销商销售。建立有效的经销商渠道主要有以下壁垒：企业需要有拓展能力的经销商及管理经验的人才；新的卫浴品牌要取得经销商的认可需要的周期长且难度较大；要建设覆盖范围较广的经销商渠道，需要企业具备强大的支持体系，对企业的订单管理、产品配送、经销商管理及售后服务等诸多方面均有较高的要求。

直销模式主要是通过工程渠道销售，工程渠道销售方式是指企业直接向工程客户销售产品。工程客户一般通过招投标的方式选择供应商。在招投标的过程中，工程客户对供应商的生产及销售规模、资金实力、产品质量、品牌影响力、产品报价、供货时间和供货能力等方面有着严格的要求，新进企业很难满足上述要求成为合格供应商。

综上，新进企业很难在短期内建设起具备一定规模和质量的经销商渠道，也很难通过招投标取得工程客户订单，这成为新进企业的主要障碍之一。

2、品牌壁垒

随着我国居民消费水平的持续提高，人们的消费观念也在发生转变。在卫浴产品的选择上，由过去的只注重产品价格因素，转变为更注重产品的品牌知名度。品牌知名度已成为消费者衡量卫浴产品质量、环保、信誉和售后服务的重要因素，消费者对知名品牌具有较高的忠诚度。而品牌知名度是企业在品牌建设、产品设计、产品质量、营销服务等方面长期投入和积累的结果，行业新进入者通常很难在较短时间内建立起品牌优势。

3、研发及设计壁垒

随着人们生活水平的提高和卫浴产品的普及，消费者对卫浴产品的外观及功能等方面提出了更多、更高的需求，例如，对产品的色彩、造型的需求，对防臭、抑菌和节水节能的需求。为满足消费者不断增加的需求，企业必须具备

强大的研发与设计能力，这种能力包括但不限于以下几个方面：强大的研发团队及先进的研发设备、丰富的产品设计及研发经验、成熟稳定的制造工艺、对产品风格及样式变化的应变能力和对卫浴产品未来变化趋势的把握能力等。

综上，强大的研发及设计能力是卫浴产品制造企业的核心竞争力之一，而新进入的企业很难在短时间内具备这种能力。

4、规模和资金壁垒

卫浴企业只有达到一定生产规模才能发挥规模效应，保持一定的利润水平。规模效应能够有效地降低单个产品成本中所含有的固定成本，例如固定资产折旧等成本；能够统一采购及配送，降低采购及运输成本。但规模化的生产意味着需要大量的资金投入厂房、设备、研发以及销售体系，这些投入对新进入的企业初期运营形成了巨大的资金压力。新进入的企业如果不能达到一定的产销规模，将会出现亏损。因此，卫浴行业存在较为明显的规模和资金壁垒。

（六）影响行业发展的有利因素及不利因素

1、有利因素

（1）产业政策支持

为改善我国居民的居住条件，实现行业节能减排，国务院及相关部门出台了一系列指导卫浴行业发展的法律、法规及规章等，具体内容请参见本招股说明书本节之“二、发行人所处行业基本情况”之“（一）行业管理体制、法律法规及产业政策”。此外，为规范卫浴行业的发展，行业协会协助相关部门编制了大量卫生洁具的国家标准、行业标准等；同时，我国建筑卫生陶瓷工业“十二五”发展规划也对卫浴行业未来发展指明了方向：“未来我国将重点推广卫生陶瓷节水与减量化、陶瓷砖产品薄型化等新型技术”。这些法律、法规、规章、国家标准、行业标准及相关规划的实施，引导了卫浴行业的发展方向，有利于业内企业健康发展。

（2）市场需求不断增长

①居民人均可支配收入持续提高

根据我国“十二五”规划，居民人均可支配收入年均增长 7%，到“十二五”末，城镇居民人均可支配收入达到 2.60 万元。2015 年度，我国城镇居民人均可支配收入已达 3.12 万元。城镇居民人均可支配收入的持续增加，有效地提

高了对卫浴产品的消费需求。同时，随着居民消费观念的变化，人们对具有多功能、时尚、节能环保和智能化等特性的卫浴产品的需求不断加大。

②城镇化进程加快

我国城镇化率与发达国家还有一定的差距，截至 2015 年底，我国城镇化率约为56.10%，显著低于发达国家80%的城镇化率。2014年3月16日，我国发布了《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》，未来城镇化建设将全面提速，预计 2020 年我国城镇化率将达到 60%，实现 1 亿左右农业转移人口在城镇落户。随着城镇化进程的加快，中小城镇将会产生对卫浴产品的巨大需求。

③房地产投资持续增长

2012 年下半年以来，我国房地产市场保持增长态势。根据国家统计局公布的资料，2015年我国房地产投资95,979亿元，同比增长0.99%；房地产项目新开工面积 15.45 亿平方米；商品房销售面积 12.85 亿平方米。卫浴产品作为住房装修中必不可少的消费品，新增住房将有效增加对其的需求量。

（3）新技术及新工艺的应用推动了行业进步

近年来，世界各国出台的一系列环保、节能政策引导卫浴行业不断改进生产工艺，而各种新技术及新工艺的出现也推动了该行业持续进步。新的原材料加工技术和窑炉技术的应用提高了卫浴产品的生产效率，降低了单位产品能耗；现代智能控制技术在该行业的应用提高了产品质量，例如采用机械手施釉，能有效的提高产品喷釉质量，操作环境也得到了很大的改善。

2、不利因素

（1）行业集中度低

近年来，虽然我国卫浴行业的集中度有所提高，但卫浴企业仍然很多，除国际知名品牌在国内设立的企业及少部分本土知名品牌企业外，其他企业普遍存在资产规模小、缺乏自主创新的情况。这些企业主要依靠模仿知名品牌的产品进行生产，产品的设计和功能同质化严重，企业之间主要以价格竞争获取一定的市场份额。行业集中度低及无序化的竞争对卫浴行业的健康发展形成了一定制约。

（2）贸易壁垒增加

我国是最大的卫浴产品生产及出口国，产品质量好、价格低，对国外卫浴市场造成了一定的冲击。目前韩国、巴基斯坦、印度、巴西和欧盟等国家和地区

均对中国瓷砖产品实施了反倾销税率，对我国瓷砖行业产生了一定的影响。预计未来随着卫浴产品的出口量逐年上升，其他国家有可能通过提高关税或进口标准、实施反倾销税等措施来进一步限制我国商品的出口。

（七）行业技术水平

卫浴行业的主要技术包括卫生陶瓷生产技术、五金洁具生产技术和浴室柜生产技术。

1、卫生陶瓷生产技术水平及特点

卫生陶瓷生产流程一般包括原料检测及处理、泥浆及釉浆等的制备、产品成型、坯体干燥、施釉、烧成和包装等工序，主要涉及原料检测技术、成型技术、施釉技术和烧制技术等关键核心技术。目前，除少数优秀本土企业外，我国卫生陶瓷从研发设计到生产等环节所采用的技术与国际先进水平存在一定差距，机械化程度也较低，大部分环节还主要采用手工生产。技术上的差异主要表现在原料的检测、陶瓷成型和施釉三个方面。

（1）原料检测技术

卫生陶瓷所需的原料种类多，不同的原料按照一定的比例混合制成浆体。但由于不同地区生产的原料，甚至同一地区生产的不同批次的原料在微量元素的构成、物理属性等方面存在一定的差异，这种差异对后续的烧制过程及成品质量都会产生较大影响。为保证浆体中各种元素含量的稳定，需要在浆体制备前对原材料进行一系列检测，主要包括物理性能及化学元素构成的检测。目前，除少数领先的本土企业外，一般的卫浴产品生产企业由于资金实力及生产成本的限制，对原料的检测种类较少、检测的频率较低，与国外知名企业的检测技术差异较大。

（2）陶瓷成型技术

目前，国内企业在陶瓷成型技术方面，主要采用石膏模型，利用微压成型技术将浆体制成坯体。但少数先进企业在产品的成型环节，采用了树脂模型，利用高压成型技术成型。与低压成型技术相比，高压成型技术在模型的使用次数、成型周期和持续生产时间等方面都具有巨大优势，有效提高了生产效率。

（3）施釉技术

施釉环节是卫生陶瓷生产过程中比较重要的一环，施釉的均匀程度直接影

响了产成品的质量，如果施釉不均匀，会造成产成品的表面存在瑕疵。目前，除国内少数先进企业采用机械手施釉外，大部分企业主要采用人工施釉。采用机械手施釉，操作人员可以远离喷釉柜，减少粉尘的危害，使操作环境大大改善；每件产品间喷釉质量的差别很小，施釉更加均匀，有利于产品质量的稳定，同时降低了工作强度；除配备专门的程序示教人员外，对操作工人的技术水平要求不高，易于实现流水作业，提高了工作效率。

2、五金洁具的生产技术水平及特点

五金洁具主要包括水龙头、五金挂件、水槽和花洒等产品，由于水龙头在五金洁具行业中占的比重较大且其生产工艺具有代表性，以下主要以水龙头的生产工艺为例对五金洁具的生产技术水平及特点进行说明。

水龙头的生产环节主要包括模具设计、铸造及电镀等。在模具设计方面，五金洁具行业主要采用三维计算机辅助设计及计算机辅助工程，取代传统的二维设计和手工模具制造的开发流程，使得新产品设计更为精确，开发周期更短；铸造技术方面，大部分五金洁具生产企业主要采用重力铸造技术和低压铸造技术，这两种技术均可以有效地提高生产效率、降低劳动强度，并可以完成结构复杂的产品；电镀技术方面，目前规模较大的五金洁具生产企业在电镀环节均采用了自动化电镀生产线，在电镀的除腊、除油、活化、镀镍和镀铬等环节均实现了自动化生产，电镀层更精致、更耐用、更美观。

3、浴室柜的生产技术水平及特点

浴室柜的生产环节较多，主要包括备料、烘干、冷拼、砂光定厚、冷压、封边、打孔、立铣及楼铣加工、部件组装、油漆和成品组装等环节。目前，随着国外先进设备的引进、国内设备性能的提升，国内较大的浴室柜生产企业在上述砂光定厚、冷压、封边、打孔、立铣及楼铣加工等多个加工环节引进了自动化设备或大型机械设备，实现了在加工环节的自动化及机械化，这些企业已从传统的作坊式加工、简单加工向大型机械化、自动化方向发展。

（八）行业经营模式

1、行业销售模式

（1）经销模式

经销模式主要是卫浴企业与经销商签订合同，给予经销商在特定区域销售

其产品的权利，由企业向其供货，并允许其使用统一的商标、品牌等，经销商通过销售门店展示卫浴产品并销售给最终消费者。该种销售模式有利于发挥经销商的积极性，迅速扩大企业的市场份额，提升品牌形象，是卫浴企业的主流销售模式。

（2）直销模式

直销模式是以卫浴企业为主体进行销售，主要模式有：①直接向房地产开发商等工程客户销售产品。这种模式主要是卫浴企业通过参与工程客户的公开招标，然后经投标、评标及定标等一系列的程序获取订单。这种销售模式下，对参与竞标企业的生产销售规模、资本实力、品牌影响力、产品质量及价格等方面均有严格的要求；②通过自建或租用商业场所设立自营专卖店进行产品销售，该销售模式的最大优点是企业可以更加有效的控制渠道，执行公司的发展战略；但由于自营店投入大、见效慢、后续管理成本较高，采用该模式的卫浴企业较少；③通过电子商务平台设立网店进行产品销售；④通过展会、展厅展示并销售产品。

2、行业生产模式

国内卫浴企业主要的生产模式有备货式生产模式、订单式生产模式或者备货型生产模式和订单式生产模式相结合。

（1）备货式生产模式

备货式生产是卫浴企业在对市场需求量进行预测的基础上有计划的安排生产，保持一定量的库存产品。这种生产模式通常用于大批量、标准化产品的生产，该模式能有效地提高生产效率，具有明显的规模效益。

（2）订单式生产模式

订单式生产模式是在收到顾客的订单后，按顾客的具体要求组织生产。由于是按订单的交货日期生产，产品生产出来以后按照客户要求交货，所以成品库存量很少。生产管理的重点是确保产品的质量及交货期，按交货日期要求保持生产过程中各环节的衔接平衡。

（九）行业的周期性、区域性及季节性

1、周期性

卫浴产品的生产和销售受国民经济发展、居民收入水平和房地产行业景气

程度等因素的影响，具有一定的周期性。总体来说卫浴行业的周期与房地产行业的发展周期呈现出一定的相关性，但同时由于二次更新需求的大量存在，在较大程度上也降低了房地产市场波动对该行业的影响。

2、区域性

卫浴产品是大众耐用消费品，不具备明显的区域性。但由于我国各区域经济发展水平不同，房地产、酒店、餐饮等行业的发达程度不同，我国卫浴产品市场需求总体呈现城市大于农村、一二线城市大于三四线城市、东部地区大于中西部地区的区域特征。但随着城镇化的推进，以及农村及中西部地区居民收入水平的提高，消费的区域差异已经逐渐缩小。

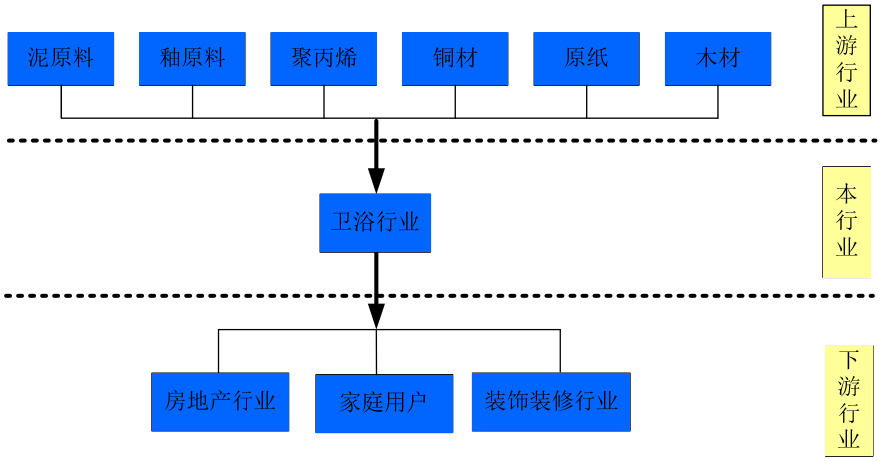
3、季节性

卫浴行业具有明显的季节性。上半年为卫浴行业的消费淡季，主要受我国春节因素的影响，消费者较少在春节期间进行装修施工，卫浴产品销售相对清淡；下半年为卫浴行业的销售旺季，主要原因是装修施工正常，且下半年一般是房地产销售的旺季，对卫浴产品的需求量较大。

（十）行业上下游及其关联性

1、卫浴行业上下游行业

卫浴行业的上游行业主要为原材料开采及加工行业，包括泥原料、釉原料、聚丙烯、铜材、原纸和木材等行业。卫浴行业下游行业主要有房地产行业、装修装饰行业以及终端消费者。



2、上游行业对本行业的影响

由于泥原料、釉原料、石膏粉、铜材、玻璃和木材等原材料供应充足，开采及加工企业众多，行业竞争充分，采购价格根据市场定价。但基于不同地域

的原材料特性有所不同，为保证卫浴产品品质及原材料供应，卫浴生产企业通常会与原材料供应商签订长期合作协议，并储备一定数量的原材料，保证生产供应。综合来看，原材料开采及其加工行业对本行业影响不大。

3、下游行业对本行业的影响

卫浴产品生产企业最终所面对的是家庭居民等终端消费者，而拉动最终消费者需求的主要是房地产业。关于房地产行业发展对卫浴行业发展的影响，具体内容请参见本节“二、发行人所处行业基本情况”。

三、发行人在行业中的竞争地位及主要竞争对手

公司是我国最早从事卫浴产品生产经营的企业之一，较早通过了 ISO9001、ISO9002 国际质量体系认证，参与起草并修订了多项卫浴行业的国家和行业标准。2002 年“惠达”被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”；2006 年“惠达”牌建筑卫生陶瓷产品被国家质量监督检验检疫总局评为“中国名牌产品”。“惠达”品牌自 2004 年起，连续 12 年被世界品牌实验室评为“中国 500 最具价值品牌”。

2012 年 1 月，公司被国家住房和城乡建设部评为“国家住宅产业化基地”企业之一，是国内卫浴行业最早入围的企业。建立国家住宅产业化基地是国家推进住宅产业现代化的重要措施，其目的就是通过产业化基地的建立，培育和发展一批符合住宅产业现代化要求的产业关联度大、带动能力强的龙头企业。目前，青岛海尔、万科、北京金隅等企业均为国家住宅产业化基地企业。

近年来，公司产品相继进入了全国政协礼堂、国务院外交部大楼、北京西客站、世博会场馆和国家体育馆等多个国家重点工程。此外，公司卫浴产品还获得了“中国创新设计红星奖”、“世界卫浴设计优秀奖”、“世界卫浴设计空间银奖”和“中国优秀工业设计奖”等多个奖项，其中部分获奖产品图片如下所示：

《蝶恋》获 W3 世界卫浴设计空间银奖

《圆融》获中国创新设计红星奖

《冰山雪情》获中国优秀工业设计奖

《祥瑞》获 W3 世界卫浴设计优秀奖

（一）行业竞争地位

公司为我国卫浴行业的领先企业之一，尤其在卫生陶瓷细分行业，具有明显的竞争优势。根据《中国建筑卫生陶瓷年鉴》统计的全国卫生陶瓷总产量计算，2012 年度、2013 年度和 2014 年度，公司卫生陶瓷产量占全国卫生陶瓷总产量的比例分别为 3.55%、3.55%和 3.43%。

（二）发行人竞争对手情况

公司产品线丰富，涵盖了卫浴行业的主要产品系列。在国际品牌中，公司的主要竞争对手有东陶、科勒；在国内品牌中，公司的主要竞争对手包括乐华陶瓷、中宇卫浴、东鹏控股、斯米克和海鸥卫浴。

1、东陶机器株式会社（TOTO）

TOTO 为日本历史最悠久的卫生洁具厂家，成立于 1917 年，1994 年 TOTO 将其业务拓展到中国内地，其产品种类包括坐便器、浴缸、面盆、龙头、洗脸化妆台和陶瓷砖等。公司网址：http://www.toto.com.cn。

2、美国科勒公司（KOHLER）

KOHLER 成立于 1873 年，是迄今美国最庞大的家族企业之一，20 世纪 20 年代初 KOHLER 将其产品推广到中国市场，其主要产品包括浴室龙头、脸盆、坐便器、淋浴房、浴缸和智能坐便器盖等。公司网址：http://www.kohler.com.cn。

3、佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司

佛山市顺德区乐华陶瓷洁具有限公司成立于 1997 年，旗下有箭牌等品牌，其主要产品包括坐便器、面盆、浴缸、淋浴房、浴室柜、五金洁具、陶瓷砖和橱柜等系列产品。公司网址：http://www.arrowceramic.com/。

4、东鹏控股股份有限公司

东鹏控股股份有限公司成立于 1972 年，2013 年 12 月 9 日在香港联交所主板挂牌上市，其主要产品包括仿古砖、抛釉砖和抛晶砖等瓷砖产品。公司网址：http://www.dongpeng.net。

5、中宇建材集团有限公司

中宇建材集团有限公司成立于 1979 年，主营五金洁具、卫生陶瓷、浴室家具等卫浴产品。中宇集团是我国规模较大的卫浴水暖产品及配件制造商，拥有一家在德国上市的子公司中宇卫浴（德国）股份有限公司。公司网址：http://www.joyou.com.cn。

6、上海斯米克控股股份有限公司

上海斯米克控股股份有限公司成立于 1993 年 6 月，其主要经营玻化砖、釉面砖等陶瓷砖产品。2015 年 10 月，公司名称变更为上海悦心健康集团股份有限公司，在巩固瓷砖业务的同时，向医养结合为核心的大健康产业转型。公司网址：http://www.cimic.com。

7、广州海鸥卫浴用品股份有限公司

广州海鸥卫浴用品股份有限公司成立于 1998 年，2006 年在深圳证券交易所挂牌上市，其主要经营水龙头、排水器和温控阀等五金洁具产品。公司网址：http://cn.seagullgroup.cn。

（三）发行人竞争优势

公司经过多年的积累与发展，逐步形成了公司特有的竞争优势，主要包括技术优势、营销优势、品牌优势和产品优势。

1、技术优势

（1）先进的研发设备

公司研发中心的设施配备处于国内领先水平。公司模具研发室配备了三坐标测量手臂，能够生产高精度模具，保证了公司产品的外形和结构符合设计要求；公司材料研发室配备了等离子发射光谱仪、差热-热重分析仪和激光衍射粒度仪等先进仪器，用于材料检验及研发，保证了原材料检测的准确性；公司检测中心配置了耐荷重试验机和卫生陶瓷功能试验机等检测设备，保证公司产品符合国标和欧标等重要标准的要求。

（2）专业的研发团队

截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有研发人员 471 人。公司技术中心负责人宋子春担任全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会副主任委员，技术部部长杨晖担任中国硅酸盐学会陶瓷分会建筑卫生陶瓷专业委员。公司科研人员的专业领域覆盖了无机非金属、陶瓷艺术设计、热能与动力工程、材料学、机械设计制造和计算机信息等专业，形成了专业门类齐全的高素质专业技术队伍。

（3）先进的生产技术

①原料检测技术

公司通过先进的检测仪器，对原材料的物理属性及化学属性两方面进行检测，其中物理属性主要检测材料的粘度、流动性、屈服值、吸浆速度、烧成强度和干燥强度等指标，化学属性主要检测化学成分构成、微量元素含量和矿物构成等方面。此外，公司还对每批次的原材料进行检测，保证浆体中各种元素含量的稳定，为生产高品质的产品打下了良好的基础。目前，只有少数领先的卫浴企业才能做到多项目和每批次的材料检测。

②陶瓷成型技术

目前，国内企业在陶瓷成型技术方面，主要采用石膏模型，利用微压成型技术将浆体制成胚体。公司在采用石膏模型的同时，从 2003 年开始就尝试采用效率更高的树脂模型及高压成型技术。经过近十几年的摸索，公司成为行业内少数掌握了树脂模型及高压成型技术的企业之一，与石膏模型及微压成型技术

相比，树脂模型及高压成型技术具有下述优势。

③施釉技术

施釉是卫生陶瓷生产过程中比较重要的环节，施釉的均匀程度直接影响了产成品的质量。人工施釉在施釉均匀度、工作效率、工作强度及环境等方面与机械手施釉均有较大的差距。目前，除国内少数领先企业采用机械手施釉外，大部分企业主要采用人工施釉。公司从 2006 年开始引进机械手施釉，截至目前，公司现有生产线共采用了 50 多台机械手进行施釉。

④湿法修坯技术

修坯是卫生陶瓷生产工艺中不可缺少的环节，在坯体成型后，需对坯体表面的毛刺等进行打磨。大部分卫生陶瓷生产企业为避免伤害坯体，一般选择在坯体干燥后对坯体进行打磨及修整。坯体干燥后进行打磨，会产生大量的粉尘，工作环境恶劣，粉尘污染严重。公司通过一系列实验及摸索，成功掌握了湿法修坯技术，在坯体成型后即可进行修坯作业而不影响坯体质量。湿法修坯技术有效的改善了员工的工作环境，降低了粉尘污染。

⑤纳米自洁釉技术

公司自行研制的纳米自洁釉技术处于国内领先水平。纳米自洁釉技术通过控制合理的粒度分布和优化配方，降低底釉粗糙度，使底釉获得高平滑度；采用透明熔块釉配方体系和控制石英颗粒粒径分布，降低表面粗糙度，使面釉获得超平滑表面；使用纳米 Ag/Zn 复合型抗菌剂，实现高效抗菌效果；采用双层釉设计方法，使低含量抗菌剂高浓度富集于表面，实现持久有效的抗菌效果。

由于纳米自洁釉技术具有上述诸多优势，具有纳米自洁釉的卫生洁具可以实现卫生陶瓷产品表面长期稳定的易清洁、抗菌保健的功能作用，提高清洁效

率，减少疾病传播途径，保障身体健康。

（4）丰硕的科研成果

截至 2016 年 6 月 30 日，公司共拥有专利 168 项。自成立以来，公司获得了近百项科技项目奖励，近期主要获奖情况如下：

序号	获奖专案	获奖（证书）名称	获奖时间	发证机关
1	HDC6215 马桶	“最佳静音”奖	2015 年 12 月	中国建筑装饰协会
2	HDC6198 双档马桶	“优质产品”奖	2015 年 12 月	中国建筑装饰协会
3	HDN0191M 面盆龙头	“最佳材质”奖	2015 年 12 月	中国建筑装饰协会
4	HDN2661M 面盆龙头	“优质产品”奖	2015 年 12 月	中国建筑装饰协会
5	卫生瓷坯体自动输送及立体存储系统	中国建筑卫生陶瓷行业创新奖	2015 年 12 月	中国建筑卫生陶瓷协会
6	高压连体坐便器生产线	中国建筑卫生陶瓷行业创新奖	2015 年 12 月	中国建筑卫生陶瓷协会
7	薄壁轻量化卫生陶瓷产品的开发	科技进步一等奖	2016 年 7 月	唐山市人民政府
		中国建筑卫生陶瓷行业创新奖	2015 年 12 月	中国建筑卫生陶瓷协会
		河北省科学技术成果证书（国内领先）	2014 年 5 月	河北省科学技术厅
8	精陶质卫生陶瓷坯体配方开发及其制品的研制	河北省科学技术成果证书（国际先进）	2014 年 1 月	河北省科学技术厅

2、营销优势

（1）稳定的经销商队伍

卫浴企业主要通过经销商模式进行销售，稳定的经销商队伍是公司销售规模持续增长的基本保障。公司通过行业经验、资金实力、业务管理能力和对公司品牌的认同度等一系列标准来严格的选择经销商，保证了公司经销商队伍的质量。报告期内，公司国内经销商数量稳步增加。

（2）覆盖广泛的营销网络

公司已建立起覆盖广泛的营销网络。截至 2016 年 6 月 30 日，公司经销商数量为 320 家，门店总数 3,004 家，其中专卖店 2,632 家，省级、地级和县级市场的覆盖率分别达到 96.77%、90.20%和 70.46%。

除在国内市场建立广泛的销售网络外，公司还不断的开拓海外市场，建立起覆盖了美国、英国、澳大利亚等 80 多个国家和地区的营销网络。

（3）丰富的大型工程项目供货经验

工程客户的主要特点是对供应商的品牌知名度、产品质量及价格、生产及销售规模、工程项目经验和资金实力等方面均有严格的要求。因此，一般的卫浴产品生产企业很难成为工程客户的合格供应商。公司十分重视工程客户的开发，设立了大客户部，专门负责工程客户的开发与维护。公司与碧桂园、中信建设等知名企业签署了战略合作协议，形成了良好的合作关系。公司曾经供货的重点工程项目包括奥运场馆、全国政协礼堂和世博会场馆等项目。

3、品牌优势

经过三十多年的积累和沉淀，“惠达”品牌已经成为国内卫浴行业的知名品牌之一，在消费者心中形成了良好的口碑和品牌知名度。公司通过不断的提高研发能力、完善产品功能、提高产品性能及改进产品质量，已在卫浴行业市场上取得了较为明显的领先优势。

公司及“惠达”系列产品所获荣誉情况如下：

序号	荣誉名称	颁发单位	获得时间/有效期
政府及相关部门颁发的荣誉			
1	二〇一四年度河北省 AAA 级劳动关系和谐企业（单位）	河北省协调劳动关系三方会议	2015 年
2	建筑卫生陶瓷标准化工作贡献奖	全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会秘书处	2015 年
3	唐山市工业转型升级先进企业	中共唐山市委、唐山市人民政府	2015 年
4	河北省第八届“最具影响力和最具成长性企业”	河北省工业和信息化厅、河北省企业联合会	2015 年
5	河北省外贸品牌优势企业	河北省商务厅	2014 年
6	2012-2013 年“守合同重信用”企业	国家工商行政管理总局	2014 年
7	2013 年度质量突出贡献奖	工信部建筑卫生陶瓷及卫浴产品质量控制技术评价实验室	2014 年
8	2010-2011 年“守合同重信用”企业	河北省工商行政管理局	2013 年
9	国家住宅产业化基地企业	国家住房和城乡建设部	2012 年
10	河北省信息化与工业化融合示范企业	河北省工业和信息化厅	2012 年
11	2009 年唐山市技术创新优秀项目二等奖	唐山市人民政府	2010 年
12	河北省卫生陶瓷工程技术研究中心	河北省科学技术厅、河北省财政厅、河北省发展和改革委员会	2010 年
13	中国驰名商标	国家工商行政管理总局商标局	2002 年
协会或其他社团授予的荣誉或称号			

14	中国卫浴十大品牌（智能卫浴类）	中国建筑材料流通协会、中国陶瓷工业协会建筑卫生陶瓷分会	2016 年
15	2015 中国民营建材企业 100 强	中国建筑材料企业管理协会	2015 年
16	2015 中国建材企业 500 强	中国建筑材料企业管理协会	2015 年
17	全国水泥玻璃陶瓷产业节能减排先进典型企业	中国建筑材料联合会、中国水泥协会、中国建筑玻璃与工业玻璃协会、中国建筑卫生陶瓷协会	2015 年
18	中国建筑装饰协会厨卫工程委员会会长单位	中国建筑装饰协会厨卫工程委员会	2015 年
19	建材行业转型升级成效显著企业	中国建筑材料联合会	2015 年
20	中国十大卫浴品牌	中国陶瓷工业协会	2015 年
21	中国智能卫浴产品金奖	中国陶瓷工业协会	2015 年
22	2015 中国家居产业百强榜	中国家居产业发展年会暨中国家居产业领袖峰会组委会	2015 年
23	企业信用评价 AAA 级信用企业	中国建筑卫生陶瓷协会	2015 年
24	河北省工业设计奖阳光海岸系列银奖	河北省工业设计奖评审中国组织委员会	2015 年
25	河北省工业设计奖 HDE1116 智能马桶银奖	河北省工业设计奖评审中国组织委员会	2015 年
26	河北省工业设计奖清新港湾系列优秀奖	河北省工业设计奖评审中国组织委员会	2015 年
27	中国厨卫百强	中国建筑装饰协会	2014 年
28	2013 年中国建材企业 500 强	中国建筑材料企业管理协会	2013 年
29	中国卫生洁具知名品牌	中国建筑卫生陶瓷协会	2012 年-2014 年
30	“华新杯”全国建材行业技术革新奖一等奖	中国建筑材料联合会、中国机冶建材工会全国委员会	2011 年
31	整体卫浴领军企业 10 强	中国建筑装饰协会厨卫工程委员会	2010 年-2013 年
32	中国 500 最具价值品牌	世界品牌实验室	2004 年-2016 年

4、产品优势

（1）产品种类众多

本公司拥有卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房、浴室柜和陶瓷砖等多条生产线，可生产超过 2,000 种卫浴产品，产品种类涵盖了卫浴全系列产品，满足了客户的不同需求，为其提供了“一站式”购买各种卫浴产品的消费体验。

（2）产品质量稳定可靠

公司自成立之时就把产品质量作为企业的生命线，提出了“宁砸千万件，不售一次残”的质量控制目标，制定了“精工细做、优化功能、追求最佳、顾

客满意”的质量方针，严格按照国家和行业有关规定对产品进行质量控制。严格的质量控制体系使得公司出厂的产品均达到了优等，也使公司先后通过了多项管理体系认证，主要包括ISO9001、ISO9002品质管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证，同时公司还取得了美国UPC、CUPC和韩国KS等多个国家产品认证。

（四）发行人竞争劣势

1、高素质人才短缺

随着公司生产及销售规模的扩大，公司现有高级管理人员、核心技术人员在数量及专业素质等方面还需要进一步的提升，以满足公司长期快速发展的要求。公司将进一步加大人力资源方面的投入，吸引和留住优秀人才。

2、融资渠道单一

近几年来公司成长迅速，不断对现有生产线进行改造升级、增加新的检测设备、加大新产品的研发投入和完善营销渠道建设，这些举措都依赖于大量资金投入的支持。但是，公司依靠目前单一的间接融资渠道和企业自有资金投入，已经难以满足公司日益扩大的业务发展需要。

四、发行人主营业务情况

（一）发行人主要产品

1、卫生陶瓷

公司的卫生陶瓷产品主要包括智能卫浴、坐便器、小便器和洗盆等。

智能卫浴产品列示

坐便器产品列示

小便器产品列示

洗盆产品列示

2、五金洁具

公司五金洁具产品主要包括水龙头、淋浴器和花洒等。

水龙头产品列示

淋浴器、花洒产品列示

3、浴缸浴房

公司浴缸浴房产品主要包括浴缸、淋浴房。

浴缸产品列示

淋浴房产品列示

4、浴室柜

浴室柜产品列示

5、陶瓷砖

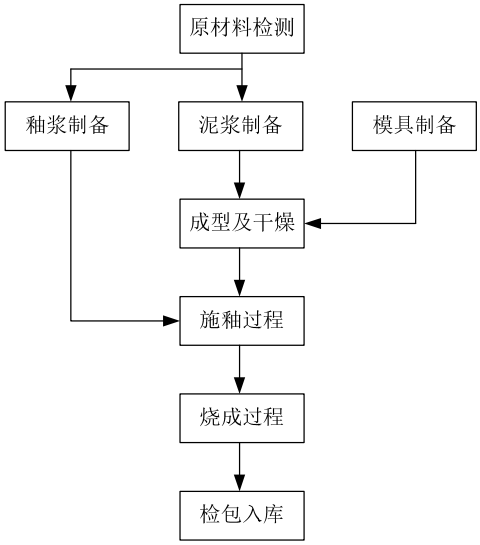
陶瓷砖产品列示

（二）发行人主要产品工艺流程

1、卫生陶瓷

公司卫生陶瓷产品生产工艺流程如下：

卫生陶瓷生产工艺流程图



（1）原材料检测

卫生陶瓷的原材料主要是泥原料和釉原料，原材料的化学组成对生产工艺和产品质量有重要的影响。为保证泥浆、釉浆中各种元素含量的稳定，需要在浆体制备前对原材料进行一系列检测，包括物理性能及化学元素构成的检测。

（2）泥浆、釉浆及模具制备

泥浆制备是将检验合格的泥用原料根据技术要求按照一定的比例配制，然后将配制好的原料和水装入球磨机进行研磨、搅拌使其混合均匀，达到规定细度之后通过不锈钢筛网除去杂质，并用高强度磁铁除铁，然后输送到泥浆存储池中，经过五天左右的陈腐，调整泥浆的细度、流动性、屈服值和吸浆速度等

各项性能，待泥浆各项性能达标后送至供浆罐备用。

釉浆制备的过程与泥浆制备相似，是将检验合格的釉用原料根据技术要求按照一定的比例配制，然后将配制的原料和水装入球磨机进行研磨，使釉浆的细度、比重达到要求，再经过除铁装置去除铁物质，然后输送到釉浆存储池中，经检验合格后倒入专用的釉浆桶中送至喷釉车间备用。

公司的模具分为石膏模具和树脂模具。石膏模具制备是将石膏粉按一定比例加入水中进行浸泡和搅拌，然后将搅拌均匀的石膏浆注入各组件模具的母模中，待石膏浆凝固后将各组件模具取出并组装，成型的模具烘干后送至成型车间备用；树脂模具的制备是将树脂与石英按一定比例混合并搅拌均匀，然后将形成的混合浆注入母模内，经干燥固化并安装底座后送至成型车间备用。

（3）成型及干燥

制备好的泥浆经密封的管道输送至成型车间，再通过管道注入石膏模具或树脂模具，待模具内表层吸附的泥坯厚度达到工艺要求后，将多余的泥浆排出，然后打开模具即可取出成型后的湿坯，再进一步修整湿坯表面使其达到工艺要求。合格的湿坯需要进一步干燥，干燥过程是根据湿坯的大小和结构，控制室内温度、湿度，将湿坯内所含的水份蒸发出去，形成干坯后送至施釉车间施釉。

（4）施釉

施釉工序是将合格的干坯进行检查和擦拭，除去表面泥点、尘土，经擦拭合格的青坯送入釉橱内进行喷釉。喷釉工或者机械手按照事先设定好的程序，使用喷枪将合格的釉浆在产品的相应部位进行喷涂，达到规定的厚度要求。喷涂完成后将釉坯从釉橱内移出并检查釉坯表面，不得有明显缺陷，釉坯进一步干燥形成白坯后送至烧成车间准备装窑。

（5）烧成

烧成工序是将坯体转换为陶瓷产品的关键工序。烧成工序是先将合格的白坯装载到专用的窑车上，再将装有白坯的窑车通过轨道送入窑炉中。根据不同的产品结构和窑炉构造，设定合理的升温曲线，按照曲线利用燃气对产品进行一定时间的烧制，即可完成卫生陶瓷产品的烧成。

（6）检包入库

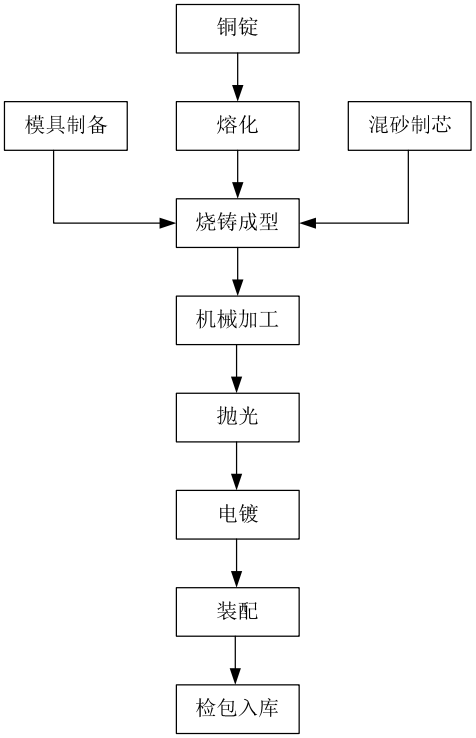
公司产品按照高于国家标准的企业标准进行检测，产品的外观不得有缺

釉、开裂、斑点等明显的缺陷，同时对产品进行严格的试水测试和抽真空检验，保证每件出厂产品的功能和水道密封良好。经检验合格的成品装入包装箱中，并配以附件，经质检人员现场抽检合格后入库。

2、五金洁具

公司五金洁具产品生产工艺流程如下：

五金洁具生产工艺流程图



（1）模具制备、混砂制芯

模具制备是将外购模具钢按设计要求经过卧式锯床修整、磨床研磨后，由加工中心、铣床、钻床加工成所需形状，最后经人工装配成模具；混砂制芯是将铸造砂和树脂按比例放入混砂机内搅拌均匀，再放入制芯机中，经高温烘烤制成砂芯。砂芯主要用来形成铸件的内腔、孔洞和凹坑部分，与模具配合使用。

（2）熔化

熔化是将外部采购的铜锭放入电炉中，通过电炉加热的方式将铜锭从固态变为液态，形成铜水备用。

（3）浇注成型

浇注成型是将铜水借助重力作用注入模具内，待液态金属固化后，打开模

具，取出铸件并冷却制成铸造毛坯。然后对铸造毛坯表面粘砂和粗糙不平处进行处理，并经外观检验合格后备用。

（4）机械加工

机械加工工序是采用车床、铣床、钻床等全自动数控机床，对铸件毛坯进行切削、打孔等工序，达到设计要求。加工后的铸件经尺寸检验合格后进行试气检验，试气检验合格的铸件再进行超声波清洗，经超声波清洗完成后的铸件备用。

（5）抛光

抛光工序是通过抛光机械带动各种砂带高速旋转，对铸件表面进行研磨处理。首先利用粗砂带进行粗磨，去除表面的粗糙面和坑洼；再用细砂带研磨，磨细表面并修正轮廓；通过超细砂带打磨使线条清晰，最后用布轮研磨，使产品表面光滑明亮并达到镜面的表面粗糙度，经外观检验合格后送入电镀车间。

（6）电镀

电镀工序首先将抛光后的部件在超声波水槽中清洗除蜡，再通过阴极电解脱脂；脱脂后的部件进入镀镍槽内镀镍以提高产品表面防腐蚀性；再进入镀铬槽内镀铬以增加表面的光洁度、增强表面的耐磨性和防腐蚀性能；最后进入除铅槽内除铅，再进行清洗烘干后下线，下线部件经外观检验合格后入库。

（7）装配

装配工序是将检验合格的部件通过安装上接管、装入阀芯、装入压紧盖、安装起泡器后进行试水检测；试水检测合格后安装把手、装饰盖等其它配件，擦拭干净后，经外观检验合格制成产成品。

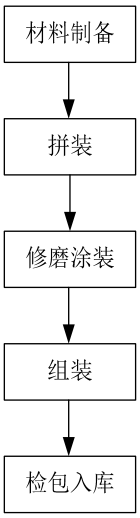
（8）检包入库

公司产品按照高于国家标准的企业标准进行检测，检测项目包括产品的各项功能正常、表面无缺陷、耐压测试合格，经检验合格的成品包装后入库。

3、浴室柜

公司浴室柜生产工艺流程如下：

浴室柜生产工艺流程图



（1）材料制备

材料制备工序分为板式材料制备与实木材料制备。板式材料制备首先是根据产品外观需要对材料进行贴皮，保证产品板面平整、无连接缝隙；再使用电子开料锯进行裁板；使用封边机进行封边；最后形成半成品材料。实木材料制备首先将木料送入烘干室进行烘干，再采用开料锯对烘干后的木料进行精截，进一步刨光、修边、拼接形成半成品材料。

（2）拼装

拼装工序是将板式材料和实木材料根据设计要求采用榫孔对接、钢钉加固和胶黏剂粘连相结合的方法，对部件进行组装形成半成品。拼装时要求对榫孔结合的部位涂胶到位，做到连接部件不缺胶、连接压紧牢固，表面无胶痕，使得对角线误差符合标准。

（3）修磨涂装

半成品修磨是通过砂纸打磨半成品，消除半成品表面毛茬、砂痕、胶痕。涂装是对半成品表面喷涂底漆，打磨后再喷涂面漆，使产品具备防腐蚀、防潮、绝缘、耐高温等性能。修模涂装后的半成品进入组装工序。

（4）组装

组装工序是将浴室柜各组件包括抽屉、柜门、柜体、五金配件、玻璃、镜子等按照要求进行整体组装，使各种配件安装牢固，开关稳定。

（5）检验包装入库

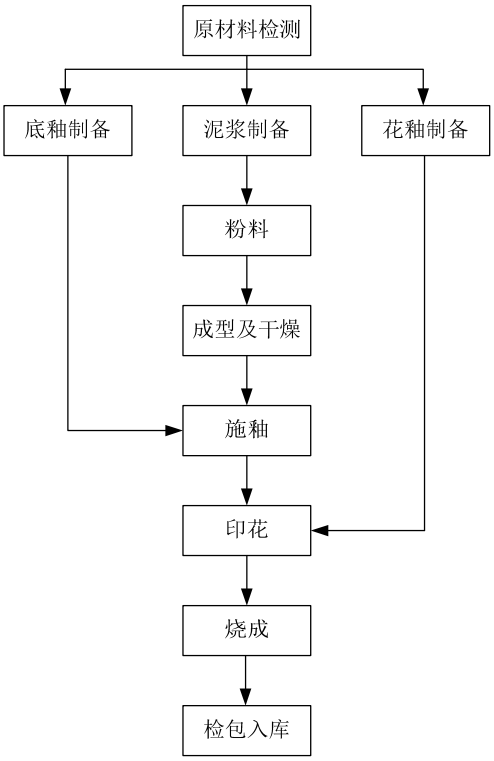
公司产品按照高于国家标准的企业标准进行检测，包括产品的外观、尺

寸、柜体对角线、抽屉的间隙等，各项指标检验合格后装入包装箱中，经质检人员现场抽检合格后入库。

4、陶瓷砖

公司陶瓷砖生产工艺流程如下：

陶瓷砖生产工艺流程图



（1）原材料检测

陶瓷砖的原材料主要是泥原料、釉原料，原材料的化学组成对生产工艺和产品质量有重要的影响。为保证泥浆、釉浆中各种元素含量的稳定，需要在浆体制备前对原材料进行一系列检测，主要包括物理性能及化学元素构成的检测。

（2）泥浆、釉浆制备

泥浆制备工序是按照配方要求将坯用原料投放到喂料机，然后由皮带输入球磨机，加入水、解胶剂、增强剂等附加材料并设定球磨时间；待球磨完成后取样检测泥浆的比重、流速和残渣等工艺参数，检验合格后的泥浆通过振筛放入地下泥浆池搅拌陈腐，然后通过泥浆泵倒入中转池备用。

釉浆制备工序分为底釉制备和花釉制备。底釉制备是按照配方要求将配料投入球磨机，设定球磨时间进行研磨，磨成后检验釉浆的细度、比重和流速，

经检验合格后供联合车间淋釉工序备用。花釉制备是按照配方要求将配料投入高速分散机，搅拌均匀并检验合格后供联合车间印花备用。

（3）制粉

制粉过程是把泥浆经管道送入喷枪，喷枪将泥浆喷出形成雾化状，雾化后的泥浆在喷雾塔内由热空气烘干，最后借助自身重力沉到塔底，制成粉料。经检验合格后的粉料送入粉仓，陈腐一天以上供成型工序备用。

（4）成型及干燥

成型过程是将经强磁铁板除铁后的粉料填充到瓷砖模具内，通过对模具施加压力将粉料压制成瓷砖坯体。坯体经压机平台涮尘、刮边，扫尘后，由输送皮带送入辊道窑，利用热能对坯体进行干燥，使原来强度低、含水率高的湿坯，变成强度高、含水率低的干坯备用。

（5）施釉

施釉过程是将干坯经吹尘、喷水对表面进行处理，再根据各种产品的施釉标准给坯体淋上底釉和面釉，并检查釉层是否均匀，保证没有针孔、凹釉、落脏等缺陷，待釉层干燥后洗干结釉制成釉坯备用。

（6）印花

印花过程是使用丝网印花机，按预先确定的网版和图案，利用网版刮刀压力将图案印到陶瓷砖表面，然后将原料制备中合格的花釉加入网版面上进行印刷，形成砖面图案花色，再经过沾浆制成釉坯备用。

（7）烧成

烧成过程是将印花完成的釉坯送入烧成窑，根据釉坯的烧成要求，设定合理的窑炉温度，釉坯在窑炉内经过干燥、预热、烧成、冷却后制成陶瓷砖产成品。

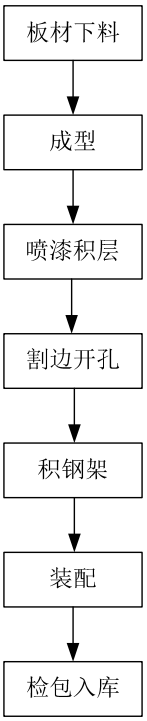
（8）检包入库

检包入库程序是对陶瓷砖的平整度、尺寸、厚度、大小、颜色等项目进行检测，并根据公司标准对瓷砖进行外观品质判定并分级，根据瓷砖的分级进行包装，并对包装的产品进行抽查。经各工序检验合格后的成品搬运入库。

5、浴缸浴房

公司浴缸、淋浴房产品生产工艺流程如下：

浴缸、淋浴房生产工艺流程图



（1）成型

将热塑性材料或 ABS 复合材料加工形成的板材放在烤板炉内加热；再将软化后的板材覆盖在模具上面，利用液压机将板材压紧后，打开真空阀通过真空作用将板材吸附于模具表面；待板材吸附到位后通过排风扇进行冷却定型，关闭真空阀后脱出浴缸壳体或淋浴房底盆壳体。

（2）喷涂积层

喷涂积层是将检验合格的壳体放置于喷涂转台上，利用玻璃钢喷枪，将树脂涂料、喷射纱、固化剂同时混合喷涂在浴缸壳体的背部；然后通过滚轮碾压喷涂出来的混合物料，使涂层达到结实、平整。最后用毛刷等工具对边角进行处理，待喷涂层晾干后将其送入烘房进行加热固化，检验合格后备用。

（3）割边开孔

割边开孔是将喷涂积层后的壳体放置于旋转锯台上，对富余边角进行切割、砂磨以达到设计要求；对需要安装配件的位置进行定点开孔，包括排污孔、溢水孔、喷嘴孔、控制器面板孔等。

（4）积钢架

积钢架工序是将不锈钢方管焊接成不锈钢支架，对于需要钢架支撑的产品，利用不饱和聚酯树脂和玻璃纤维将不锈钢钢架与浴缸或淋浴房底盆固定为

一体，增加强度，同时加上可调地垫以达到可调节作用。

（5）装配

浴缸装配工序是将浴缸半成品、龙头、喷嘴及电器配件进行一体化装配，形成浴缸产品。淋浴房装配工序是将淋浴屏和淋浴房底盆、顶盖和背板等部件进行定位连接，再安装龙头、喷嘴及电器配件组装成整套产品。

（6）检包入库

公司产品按照高于国家标准的企业标准进行检测，包括产品的外观、尺寸、装备、功能、电器安全、噪音等，各项指标检验合格后装入包装箱中，经质检人员现场抽检合格后入库。

（三）发行人经营模式

1、采购模式

公司采用长期采购与临时采购两种方式。对于用量大的原材料，与主要供应商建立了长期合作关系，议定长期价格；对于用量较小的辅料、包装材料，根据具体需求综合考虑价格、质量等因素实时采购。同时，公司建立了合格供应商名册，防止由于单个供应商出现突发事件影响公司正常生产。

从采购流程看，公司原材料采购需求由生产部提出，设备采购需求由设备部提出，供应部根据选定的供应商结合库存及市场供需情况制定月采购计划和临时采购计划，报主管生产副总经理批准并经财务部审核后实施。

2、生产模式

公司生产模式以自主生产为主，生产部根据销售部提供的订单或市场需求预测，结合公司的生产能力及员工情况制定年度生产计划和月度生产计划。生产部根据经审批的生产计划、结合订单和库存情况制定具体生产任务并实施。

此外，公司还存在外协加工生产方式，外协厂商根据公司的设计要求进行生产，产品验收合格后通过公司销售部对外销售。公司通常选取加工能力排在市场前列、信誉较好的企业作为外协厂商，对外协厂商的生产设备、质量标准、产品认证等多方面进行检查，以保证外协加工的产品质量。

3、销售模式

公司的销售模式采用“经销+直销”的模式。经销模式主要是通过经销商进行销售，直销模式主要是通过零售、工程和网络等方式进行销售。

（1）经销模式

经销模式下，公司与经销商签订销售合同，经销商向公司买断产品后对外销售。公司经销商分为境内经销商和境外经销商，公司建立了完善的经销商管理体系：对于境内经销商，主要包括经销商选择、业务流程、经销商日常管理和营销政策支持等；对于境外经销商，主要包括经销商选择及业务流程管理两个方面。

①国内经销商

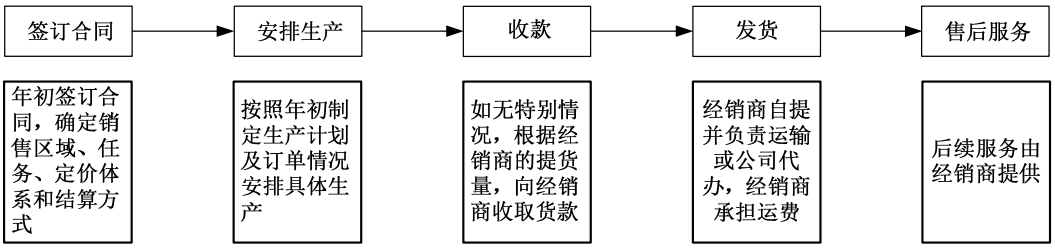
在境内经销模式下，公司与经销商签订买断式销售协议，授予经销商在特定区域内销售公司产品的权利，并允许经销商使用公司的商标及品牌。该种销售模式有利于发挥经销商的积极性，迅速扩大公司的市场份额，提升品牌形象，是目前惠达股份主要采取的销售模式。另外，公司境内经销模式一般采取先款后货的结算方式，使得公司经营活动现金流保持良好。

A、经销商选择

优质经销商是公司市场拓展的重要保障。公司在选择经销商时，将对经销商进行全面评估，主要评估指标包括对惠达品牌认同度、门店位置、资金实力、行业经验和业务管理能力等。

B、业务流程

公司对国内经销商的业务管理流程如下图所示：



C、经销商日常管理

a、经销商区域管理及调整方法

公司在全国主要区域设立了经销商，公司授权经销商在所经营区域内从事惠达产品的销售、市场开拓和终端网络管理，并负责该区域内所经销产品的售后服务。为保护经销商的专营权，通常公司在该区域不再设立第二家经销商，同时对经销商销售情况进行持续跟踪，并根据变化情况对经销商授权进行调整。由于公司经销商数量较多，地域也较为分散，公司制定了严格的《惠达卫浴经销商定级管理办法》，对经销商进行分区域管理。

根据公司《惠达卫浴经销商定级管理办法》规定，将全部经销商根据所在地区的市场规模和前次评比的表现分为 A、B、C、D、E 五类。A 类经销商为市场规模与表现指标全部排名前列的经销商、B 类为市场规模较小但表现指标排名前列的经销商。C、D 类为针对不同市场规模表现指标未达到标准的经销商。E 类为全年未完成约定销售额 80%的经销商。A、B 类经销商可享有出厂价格 98 折优惠，C、D 类经销商享有正常出厂价格，E 类经销商则需支付 1.05 倍原出厂价格。

经销商的经营区域根据经销商合同约定的销售任务而确定。年度销售额超过 2000 万元的为省区代理经销商，辖区含一个省会城市及五个左右地级市，年度销售额超过 300 万元的为地级市代理经销商，辖区为该地级市及周边部分县级市，年度销售额超过 120 万元的为县级市经销商，辖区为该县级市。

公司会在每年 3 月末、6 月末、9 月末、12 月末对经销商的发货额、销售任务完成率进行考核。完成率未达到 80%的经销商会根据具体原因和完成程度被降级为 E 类经销商、缩小经营区域甚至终止经销合同。

公司将国内市场划分为 7 个销售区域，分别为华东区、华西区、华南区、华北区、华中区、东北区及川渝区。公司在持续巩固华北区、华东区、华南区等传统优势销售区域的同时，大力发展华中、华西等区域的经销力量。公司在每个销售区域设立了大区经理，主要职责为：开发并维护新、老经销商、指导门店的选址与装修、核实与流转经销商的订货和退货信息、指导促销和培训等。

b、经销商及门店类型划分

经销商销售门店按档次分为旗舰店、形象店、专卖店和专卖区四大类，各门店类型的划分标准如下：

门店类型	划分标准
旗舰店	临街独立店面，设计面积 400 平方米以上，全品类展示惠达产品，含产品集中展示、样间展示等区域，装修符合公司规范要求，具有一定的地区影响力
形象店	独立店面，设计面积 300 平方米以上，全品类展示公司产品，含产品集中展示、样间展示、工程产品展示等区域，装修符合公司规范要求
专卖店	建材市场内独立店面，设计面积小于 300 平方米，装修符合公司规范要求
专卖区	无独立店面，集中展示公司产品，并有一定的合围空间

c、经销商数量

截至 2016 年 6 月 30 日，公司共有国内经销商 320 家，经销商拥有门店 3,004 家，其中专卖店 2,632 家。因存在经销商同时经营惠达品牌卫浴产品、惠达品牌瓷砖产品、杜菲尼品牌卫浴产品的情况，故国内经销商总数不等于下列不同品牌

经销商总数之和。

I、惠达品牌卫浴产品的经销商数量及分布情况

单位：家

区域		2016/6/30			2015/12/31			2014/12/31			2013/12/31		
		经销商	门店		经销商	门店		经销商	门店		经销商	门店	
			门店	专卖店		门店	专卖店		门店	专卖店		门店	专卖店
华东区	上海	1	24	19	1	24	19	1	21	16	1	44	24
	江苏	9	114	111	9	110	107	10	107	107	9	143	134
	安徽	2	62	62	2	55	55	3	71	71	3	70	68
	浙江	5	79	69	5	77	66	5	69	56	6	71	54
华西区	新疆	3	36	25	3	35	24	3	34	23	2	34	19
	青海	1	7	5	1	8	5	1	6	5	1	4	3
	西藏	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
	陕西	1	115	108	1	109	102	1	110	83	1	113	80
	甘肃	1	39	37	1	37	35	1	31	25	1	28	27
	宁夏	1	22	22	1	19	19	1	26	23	1	36	27
	内蒙古	2	65	49	2	63	44	2	60	39	3	57	35
	山西	5	121	87	5	116	81	5	107	70	6	100	74
东北区	吉林	1	33	29	1	33	29	1	30	26	1	30	27
	黑龙江	2	97	75	2	90	66	2	95	69	2	87	61
	辽宁	12	69	63	12	64	58	13	69	57	13	66	56
华北区	北京	28	66	60	25	63	57	28	61	55	28	45	37
	河北	9	208	193	9	194	178	9	218	192	9	209	189
	河南	15	165	153	15	156	144	16	155	141	17	147	132
	山东	13	182	171	13	182	169	14	156	141	14	162	145
	天津	1	23	21	1	20	18	1	25	22	1	24	22
华中区	湖北	4	76	72	4	94	88	39	81	76	36	83	74
	江西	1	75	68	1	66	59	2	67	59	1	86	64
	湖南	21	74	74	18	79	77	7	83	81	5	81	75
华南区	福建	5	78	57	5	83	59	5	76	52	5	74	54
	广东	5	105	78	5	105	72	6	101	62	6	82	63
	广西	1	23	23	0	17	17	1	16	12	2	10	7
	云南	2	49	48	2	44	43	2	42	41	1	34	34
	贵州	1	45	43	1	39	37	1	40	37	1	36	33
	海南	2	11	7	2	9	5	2	8	5	2	5	5
川渝区	四川	3	115	106	3	108	99	3	106	96	4	94	91
	重庆	1	27	25	1	29	13	1	31	27	1	32	29
合计		**158**	**2,206**	**1,961**	**152**	**2,129**	**1,846**	**187**	**2,103**	**1,770**	**184**	**2,089**	**1,745**

2013 和 2014 年，公司在湖北省试点经销商开发和激励模式，将部分下级分销商升级为经销商，并由公司统一管理，因此这两年湖北省经销商数量偏多。经过两年的评比，公司在湖北省最终选取四家规模出众、管理规范的经销商作为公司的直接经销商，其余经销商变更为下级分销商，根据所在地级市、县级市区域划分由经销商统一管理。公司采取的试点激励开发模式使得湖北省的经销收入由 2013 年的 1,954.18 万元大幅增长到 2015 年的 3,147.98 万元。在得到湖北省试点执行成功的结果后，公司于 2015 年、2016 年在湖南省执行二次试点激励开发，因此湖南省的经销商数量在 2015 年后明显增较加。除上述湖南、湖北省经销商的波动情况外，报告期内其余省份的经销商基本变化不大。

报告期内，惠达品牌卫浴产品的门店数量稳定增长，未出现明显波动。其中，2014 年末较 2013 年末新增门店 275 家、关闭门店 261 家；2015 年末较 2014 年末新增门店 192 家、关闭门店 166 家；2016 年 6 月 30 日较 2015 年末新增门店 210 家、关闭门店 133 家。具体关闭门店原因如下：

年份	减少合计	经营不善/销售不佳	客户自身原因	形象不符合公司要求	政策配合度差	新店代替老店	其他原因
2014 年	261	86	56	5	11	88	15
2015 年	166	103	17	-	3	39	4
2016 年 1-6 月	133	60	13	2	9	47	2

【注】2014 年由于其他原因关闭的门店中包含与上海百安居建材超市合同到期未再续约造成减少相应门店数量 10 家，上述原因导致 14 年上海地区门店数量下降较多。

II、惠达品牌陶瓷砖产品经销商数量及分布情况

区域		2016/6/30			2015/12/31			2014/12/31			2013/12/31		
		经销商	门店		经销商	门店		经销商	门店		经销商	门店	
			门店	专卖店		门店	专卖店		门店	专卖店		门店	专卖店
华东区	上海	1	17	16	1	15	10	1	14	7	1	10	5
	江苏	6	41	41	5	29	29	7	22	8	7	18	7
	安徽	1	1	1	3	3	3	2	28	4	2	15	3
	浙江	4	6	6	4	4	3	2	2	2	1	2	2
华西区	新疆	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	青海	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	西藏	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	陕西	2	4	4	3	4	4	2	3	3	2	3	3
	甘肃	3	7	7	3	3	3	1	2	2	1	1	1
	宁夏	3	4	4	2	2	2	2	4	4	1	3	3
	内蒙古	2	6	6	3	4	4	1	1	1	1	1	1
	山西	0	6	6	1	6	6	2	7	7	2	4	4

东北区	吉林	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	黑龙江	2	9	9	2	3	3	2	2	2	2	2	2
	辽宁	7	13	13	7	7	7	6	9	9	4	5	5
华北区	北京	1	17	17	1	16	14	1	24	12	1	18	10
	河北	14	41	39	13	32	31	12	34	34	11	24	24
	河南	2	40	40	2	29	29	11	29	29	4	20	20
	山东	4	58	58	3	39	39	3	31	31	3	22	22
	天津	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1
华中区	湖北	5	6	6	4	4	4	4	4	4	4	3	3
	江西	4	13	12	3	3	3	3	3	3	2	3	2
	湖南	3	4	4	12	12	12	7	7	7	5	3	2
华南区	福建	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3
	广东	17	18	15	20	20	9	11	11	5	8	7	3
	广西	3	5	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1
	云南	1	10	10	5	5	4	4	4	4	2	2	2
	贵州	1	8	7	7	7	7	3	3	3	2	1	1
	海南	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0
川渝区	四川	1	12	12	1	1	1	1	5	5	1	3	3
	重庆	0	2	2	0	0	0	0	5	5	0	2	2
合计		**95**	**357**	**346**	**116**	**259**	**237**	**98**	**265**	**202**	**75**	**180**	**137**

惠达瓷砖的经销商数量在2013年、2014年、2015年稳步增长，与公司瓷砖的销量发展趋势基本一致。2016年，惠达瓷砖根据优化管理、集中扶持等方面的考虑，将云南、贵州等省市的经销商进行选拔评比，在省区内选取一个规模较大、管理规范的经销商并将其余经销商变更为分销商交由经销商统一管理。除上述情况外，其余省份经销商数量稳中有升，符合惠达瓷砖近年来整体发展情况。

报告期内，公司惠达品牌陶瓷砖门店数量整体保持快速增长。其中，2014年末较2013年末新增门店85家、未关闭门店；2015年末较2014年末新增门店16家、关闭门店22家；2016年6月30日较2015年末新增门店108家、关闭门店10家。具体关闭门店原因如下：

年份	减少合计	经营不善/销售不佳	客户自身原因	形象不符合公司要求	政策配合度差	其他原因
2015年	22	2	13	2	4	1
2016年1-6月	10	4	4	2	-	-

III、杜菲尼品牌卫浴产品经销商数量及分布情况

区域	2016/6/30			2015/12/31			2014/12/31			2013/12/31		
	经销商	门店		经销商	门店		经销商	门店		经销商	门店	
		门店	专卖店		门店	专卖店		门店	专卖店		门店	专卖店

华东区	上海	0	0	0	1	1	0	1	3	3	1	2	2
	江苏	8	44	38	8	39	35	6	43	38	8	39	35
	安徽	2	8	4	3	11	7	2	13	7	3	12	6
	浙江	7	13	11	5	13	10	6	13	10	4	9	6
华西区	新疆	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1
	青海	1	3	3	1	3	3	1	3	3	1	1	1
	西藏	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	陕西	1	5	2	2	10	6	2	15	8	1	6	5
	甘肃	1	3	2	1	8	4	1	8	5	1	4	3
	宁夏	1	2	2	1	2	2	1	3	2	1	1	1
	内蒙古	5	28	11	5	26	10	5	23	8	5	15	8
	山西	5	30	26	5	26	24	5	25	24	5	21	20
东北区	吉林	2	7	4	2	5	4	1	9	6	2	5	4
	黑龙江	3	19	16	3	19	16	3	13	12	3	5	3
	辽宁	7	24	10	7	19	10	7	15	10	7	16	9
华北区	北京	0	0	0	1	1	0	1	4	4	1	3	1
	河北	9	94	66	15	94	71	10	83	60	10	47	38
	河南	5	20	18	7	11	11	7	18	15	8	21	18
	山东	4	74	58	4	83	75	4	69	62	4	45	27
	天津	1	1	1	1	4	2	1	6	5	2	2	2
华中区	湖北	2	4	3	2	6	5	2	5	4	1	3	1
	江西	0	0	0	1	1	0	1	3	3	0	0	0
	湖南	2	4	4	4	4	4	3	6	3	2	2	2
华南区	福建	5	11	7	3	11	7	5	15	10	4	13	4
	广东	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
	广西	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1
	云南	1	16	14	1	14	13	1	11	9	1	8	4
	贵州	2	5	5	1	4	4	1	2	2	0	0	0
	海南	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
川渝区	四川	3	17	13	3	14	11	5	7	7	2	3	2
	重庆	1	6	4	1	4	3	1	4	1	0	0	0
合计		**81**	**441**	**325**	**91**	**436**	**340**	**84**	**421**	**323**	**79**	**285**	**204**

杜菲尼品牌的经销商总量在 2013 年、2014 年、2015 年稳步增长，但由于艾尔斯步入市场时间尚短，经销商的销售仍较不稳定，因此各省市每年的经销商更换较为频繁，总体数量也有所波动。

报告期内，公司为了拓展杜菲尼品牌的市场布局、迅速增加品牌的知名度于 2014 年新增较多杜菲尼品牌卫浴产品门店。2015 年、2016 年，杜菲尼品牌卫浴产品门店数量稳中有升。其中，2014 年末较 2013 年末新增门店 150 家、关闭门店 14 家；2015 年末较 2014 年末新增门店 39 家、关闭门店 24 家；2016 年 6 月 30 日较 2015 年末新增门店 33 家、关闭门店 28 家。具体关闭门店原因如下：

年份	减少合计	经营不善/销售不佳	客户自身原因	形象不符合公司要求	新店代替老店
2014 年	14	-	8	-	6
2015 年	24	13	8	2	1
2016 年 1-6 月	28	-	19	-	9

IV、经销商、分销商分别经营的门店及专卖店情况

截至2016年6月30日，公司惠达品牌卫浴产品、惠达品牌陶瓷砖产品、杜菲尼品牌卫浴产品经销商和分销商分别经营的门店和专卖店数量统计情况如下：

区域		惠达品牌卫浴产品				惠达品牌瓷砖产品				杜菲尼品牌卫浴产品			
		经销商		分销商		经销商		分销商		经销商		分销商	
		门店	专卖店	门店	专卖店	门店	专卖店	门店	专卖店	门店	专卖店	门店	专卖店
华东区	上海	5	5	19	14	2	2	14	12	0	0	0	0
	江苏	17	17	97	94	10	10	25	25	10	7	34	31
	安徽	7	7	55	55	1	1	0	0	4	4	4	0
	浙江	6	6	73	63	5	4	0	0	10	9	3	2
华西区	新疆	6	6	30	19	0	0	1	1	1	1	0	0
	青海	2	2	5	3	0	0	0	0	1	1	2	2
	西藏	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	陕西	10	10	105	98	4	4	0	0	2	2	3	0
	甘肃	3	3	36	34	3	3	2	2	1	1	2	1
	宁夏	2	2	20	20	2	2	2	2	1	1	1	1
	内蒙古	9	9	56	40	3	3	3	3	6	4	22	7
	山西	12	12	109	75	0	0	8	8	4	4	26	22
东北区	吉林	5	5	28	24	0	0	1	1	2	2	5	2
	黑龙江	9	9	88	66	2	2	11	11	4	4	15	12
	辽宁	24	23	45	40	10	10	1	1	8	6	16	4
华北区	北京	28	28	38	32	2	2	15	15	0	0	0	0
	河北	36	36	172	157	20	19	15	16	13	12	81	54
	河南	33	33	132	120	4	4	28	28	6	6	14	12
	山东	28	28	154	143	5	5	53	53	10	9	64	49
	天津	4	4	19	17	1	1	1	1	1	1	0	0
华中区	湖北	6	6	70	66	4	5	2	1	2	2	2	1
	江西	4	4	71	64	2	2	3	3	0	0	0	0
	湖南	21	21	53	53	1	1	2	2	4	3	0	1
华南区	福建	7	7	71	50	1	1	3	3	5	4	6	3
	广东	18	18	87	60	3	3	15	12	0	0	1	1
	广西	1	1	22	22	1	1	4	2	1	1	0	0
	云南	3	3	46	45	1	1	41	40	3	3	13	11
	贵州	4	4	41	39	0	0	8	7	3	3	2	2
	海南	2	2	9	5	0	0	1	0	0	0	0	0
川渝区	四川	7	7	108	99	2	2	7	7	4	3	13	10
	重庆	3	3	24	22	0	0	2	2	0	0	6	4
合计		**323**	**322**	**1883**	**1639**	**89**	**88**	**268**	**258**	**106**	**93**	**335**	**232**

公司现有门店和专卖店均为独立销售一类公司产品的店面，不存在同时销售惠达品牌卫浴产品、惠达品牌瓷砖产品或杜菲尼品牌卫浴产品的情形。

d、产品定价体系

公司的定价策略分为随行就市与成本加成两种。针对竞争对手较多的基础款系列产品，公司会参考竞争对手的标价并结合生产成本、营销策略等因素拟定针对终端消费者的建议标识价格。针对公司的优势产品或高端系列产品，公司会根据产品的成本加一定的利润确定建议标识价。

因公司的品牌影响力和渠道管控力较强，公司对经销渠道的销售价格要求较为严格。经销商销售给分销商的批发价为公司出厂价格上浮 20%左右，经销商承接工程客户的工程报价一般为建议标识价格的 70%左右。

除此之外，公司还会针对不同地区的消费水平、市场占有率等情况对建议标识价、批发价、工程报价进行一定幅度的调整。经销商需按照公司每年制定的《惠达卫浴价格体系表》在合理的区间内执行上述价格。同时，公司各销售大区的销售经理、助理也会定期去各经销商专卖店核查标识价格和销售情况，避免出现因价格偏离市场而导致最终销售下滑的现象。

e、经销商补贴政策

为促进和鼓励国内经销商（海外经销商无补贴政策）对公司产品的推广和销售，报告期内公司制定了各类对于经销商的补贴政策，主要包括广告费补贴、装修费补贴、销售奖励返点以及工程项目返点等。公司每年与经销商签订《经销合同书》，详细约定了各类补贴的奖励政策、确定依据及标准，具体说明如下：

I、广告费补贴

2013 年-2015 年公司广告费补贴政策基本保持平稳。根据《经销合同书》的约定，经销商需严格按照广告投放申请和审批程序执行补贴政策，未经公司同意投放的广告，不予补贴；对于经销商的广告投放费用支出，公司与经销商双方各承担 50%；公司对各经销商广告费补贴额度的上限进行了规定，2013 年和 2014 年不超过各经销商上年提货额的2%，2015 年不超过各经销商上年提货额的1.5%。

随着公司经销商管理制度的不断完善，公司于 2016 年细化了广告费补贴政策，扩大了广告项目的补贴范围，经销商投放的户外广告、市场广告、车体广告、车载广告、小区广告、电台电视广告和报纸造纸广告均可向公司申请补贴。与 2013 年-2015 年相同，公司与经销商对于其广告投放费用支出，双方各承担 50%。同

时为更好地建立经销商竞争机制，公司自 2016 年开始将广告费补贴比例与经销商销售任务完成率挂钩。2016 年广告费补贴额度政策具体如下：

2015 年任务完成率	2016 年广告费补贴额度	备注
大于 100%	2015 年发货额*2%	1、2015 任务完成率=2015 年发货额/2015 年任务额*100% 2、2015 年经销商报销超出 2015 年度广告额度部分由 2016 年支持额度中扣除
80%至 100%	2015 年发货额*1.8%	
60%至 80%	2015 年发货额*1.5%	
小于 60%	无	

II、装修费补贴

报告期内，公司装修费补贴政策总体保持稳定。根据公司与经销商签订的《经销合同书》，公司对各经销商装修费补贴额度的上限进行了规定，不超过上年各经销商提货额的 5%；经销商在销售区域内设立专卖店，需提前向公司提出书面申请，经公司同意后由公司统一设计；专卖店经公司验收合格后，经销商方可申请装修费补贴。经销商新开店面装修有效期为 2 年，2 年内公司不支持再次装修。

公司会根据卫生洁具市场的变化并结合装修市场人工费用和材料成本涨跌等因素，每年对装修费补贴金额进行相应调整，具体政策列示如下：

i、2013 年装修费补贴政策

店面类型	面积	市场等级	补贴标准	最高补贴额
旗舰店	大于 300 平米	一级	800 元/平米	无限制
专卖店	100 平米-300 平米	一级	600 元/平米	18 万
		二级	500 元/平米	15 万
		三级	400 元/平米	12 万
专卖区（1、2、3 级市场）	60 平米-99 平米	独立店面	300 元/平米	3 万
	50 平米-99 平米	非独立店面	100 元/平米	1 万

ii、2014 年和 2015 年装修费补贴政策

市场级别	一级市场		二级市场		三级市场	
店面类型	北京、上海、广州、深圳、重庆、天津及省会城市		地级市		县、乡镇	
	面积	补贴标准	面积	补贴标准	面积	补贴标准
旗舰店	大于 400 平米	900 元/平米	大于 400 平米	900 元/平米	/	/
形象店	300 平米-400 平米	800 元/平米	300 平米-400 平米	700 元/平米	/	/
专卖店	100 平米-300 平米	700 元/平米	100 平米-300 平米	600 元/平米	大于 100 平米	500 元/平米

	小于 100 平米	300 元/平米	小于 100 平米	300 元/平米	小于 100 平米	300 元/平米
专卖区		150 元/平米		150 元/平米		100-150 元/平米

iii、2016 年装修费补贴政策

2016 年公司调整后的装修费补贴政策与 2014 年和 2015 年变化不大，公司增加了专卖店和淋浴房定制店两种类型的店面补贴，适当提高了各种店面的补贴标准，具体如下：

市场级别	**一级市场**		**二级市场**		**三级市场**	
店面类型	北、上、广、深、渝、津及省会、副省会城市主城区卖场		地级市、百强县主城区卖场		区县、县级市	
	面积	补贴标准	面积	补贴标准	面积	补贴标准
旗舰店	大于 300 平米	1100 元/平米	大于 300 平米	900 元/平米	大于 300 平米	800 元/平米
形象店	200 平米 -300 平米	900 元/平米	200 平米 -300 平米	800 元/平米	200 平米 -300 平米	700 元/平米
标准店	100 平米 -200 平米	700 元/平米	100 平米 -200 平米	600 元/平米	100 平米 -200 平米	600 元/平米
简化店	小于 100 平米	500 元/平米	小于 100 平米	400 元/平米	小于 100 平米	400 元/平米
淋浴房定制店	大于 60 平米	900 元/平米	大于 60 平米	800 元/平米	大于 60 平米	600 元/平米

III、销售奖励返点

销售奖励返点是指经销商完成公司每年制定的销售任务后，公司给予经销商的销售返点。由于报告期内卫生洁具市场整体存在较大波动，公司也跟随市场不断对销售返点政策进行调整，以激励经销商的销售热情，进而使公司整体销售维持稳步增长的趋势。公司报告期内销售奖励返点政策如下：

i、2013 年销售奖励返点政策

2013 年公司按照经销商卫生陶瓷、浴缸浴房、浴室柜和五金洁具各类产品的销售任务完成比例给予经销商销售奖励返点。只有完成全年总销售任务 80%的经销商才能享受如下返点，其中五金洁具、浴室柜任一项任务完成率低于 85%，卫生陶瓷的返点比例均不能高于 2%。如果总销售任务完成比例低于 80%，则不享受任何销售奖励。

产品大类	**完成比例 95%以上**	**90%≤完成比例＜95%**	**85%≤完成比例＜90%**	**80%≤完成比例＜85%**	**完成比例 80%以下**	**完成比例 70%以下**

卫生陶瓷	4%	3%	2%	1%	无	次季度则停止广告费、装修费的补贴
浴缸浴缸	6%	5%	3%	2%		
浴室柜	6%	5%	3%	2%		
五金洁具	6%	5%	3%	2%		

另外，经销商卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房和浴室柜各类产品完成比例均在 95%以上，公司给予经销商卫生陶瓷 6%的返点。

ii、2014 和 2015 年销售奖励返点政策

经销商全年总任务完成 100%以上（含 100%），且比上年总体完成金额增长 20%以上（含 20%），各分类产品完成率均在 80%以上（含 80%），公司按照经销商实际完成金额给予 2%的奖励政策；

经销商全年总任务完成 85%以上（含 85%），且比上年年总体完成金额增涨 15%以上（含 15%），各分类产品完成率均在 70%以上（含 70%），惠达卫浴按照经销商实际完成金额给予 1%的奖励政策。

iii、2016 年销售奖励返点政策

2016 年公司对于销售奖励返点政策进行了细化，对经销商销售业绩以季度为单位进行考核，并设置了季度奖励和年度奖励两种方式，具体如下：

1）季度奖励

经销商销售业绩以季度为单位进行累计考核，公司于 2016 年 4 月 3 日、7 月 3 日、10 月 3 日和次年的 1 月 3 日分别考核经销商 1-3 月份、1-6 月份、1-9 月份和 1-12 月份的发货额和任务完成率。

若经销商累积任务完成率在 100%以上，且售后服务评分在 80 分以上，公司分别按照经销商各季度的发货金额的 1%进行奖励。

若经销商累积任务完成率在 80%以上，且售后服务评分在 60 分以上，公司分别按照经销商各季度的发货金额的 0.5%进行奖励。

2）年度奖励

2016 年经销商年度奖励比例根据经销商总任务完成比例、较 2015 年进货金额的增幅、各分类产品完成率、全年销售任务金额决定。

2016 年总任务完成比例	**2016 年较 2015 年增幅**	**各分类产品完成率**	**2016 年全年销售任务金额**	**年度奖励比例**
大于 100%	大于 20%	大于 80%	小于 1000 万	2%
			1000 万-3000 万	2.5%

2016 年总任务完成比例	2016 年较 2015 年增幅	各分类产品完成率	2016 年全年销售任务金额	年度奖励比例
			大于 3000 万	3%
85%至 100%	大于 15%	大于 70%	小于 1000 万	1%
			1000 万-3000 万	1.5%
			大于 3000 万	2%

IV、工程项目返点

报告期内，公司不断加强工程客户的开发力度，在各地承揽并实施工程项目时，当地经销商会在货物运输、售后服务、协助催款等方面对公司提供协助，公司根据与经销商的约定给予经销商工程项目返点。

目前公司工程项目返点主要以碧桂园项目工程返点为主。公司每年与经销商陶美居签订协议，具体合作方式以及工程项目返点金额的确认政策如下：

i、对于公司在广东省内的碧桂园项目，陶美居设立仓库进行管理，负责货物运输、售后服务以及协助公司向碧桂园催款等事宜，并承担所有费用，公司不负责销售过程中产品破损的损失。每年末，公司按照碧桂园广东省内项目的回款金额，扣除安装等费用后净额的一定比例给予陶美居工程项目返点。

ii、对于公司在广东省外的碧桂园项目，陶美居负责协助公司向碧桂园催款等事宜，公司自行负责货物运输和售后服务。每年末，公司按照碧桂园广东省外项目的回款金额，扣除运费、安装费等费用后净额的一定比例给予陶美居工程项目返点。

此外，对于公司在广东省外的碧桂园项目，工程所在地的经销商提供部分售后服务工作，每年末，公司按照碧桂园广东省外项目的回款金额，扣除运费、安装费等费用后净额的一定比例给予当地经销商工程项目返点。

f、经销商补贴的结算流程和会计处理

I、经销商补贴结算流程

i、广告费补贴

经销商计划进行广告投放时，向公司提交《广告投放申请表》和《广告投放评估表》，公司销售大区经理和市场部同意进行广告投放后，由公司、广告商和经销商三方签订《广告业务发布合同》，协议中详细规定了广告内容、广告发布费用及付款方式等条款。广告实际投放完成后，经销商凭借《广告业务发布合同》、附报纸的广告发布照片和视频等资料向公司申请广告费补贴。公司大区经理、市

场部负责人、营销总监、营销副总裁、财务副总裁和总经理审批后，确认应给予经销商的广告费补贴金额和结算方式。

ii、装修费补贴

经销商发生实际装修需求时，向销售大区经理提交《终端装修申请表》等申请文件，经大区经理和销售管理部批准后，经销商按照市场部的设计施工图纸等进行装修。经销商装修完毕后，向公司提交店面装修后照片，公司大区经理、市场部负责人、营销总监、营销副总裁、财务副总裁和总经理审批后，确认应给予经销商装修费补贴总金额。

iii、销售奖励返点

每年末，财务部统计各经销商本年的采购和回款情况并提供给销售管理部。销售管理部相关人员根据财务部提供的基础数据，结合公司经销商奖励政策，计算每年应给予各经销商的销售奖励返点金额，并与经销商进行核对。公司市场部负责人、营销总监、营销副总裁、财务副总裁和总经理进行审批并确认销售奖励返点金额。

iv、工程项目返点

对于碧桂园工程项目，每季度末工程部会根据财务部提供的碧桂园项目省内和省外回款情况，计算当期应付各地经销商的碧桂园工程项目返点金额，并与各地经销商进行核对，经公司市场部负责人、营销总监、营销副总裁、财务副总裁和总经理审批后确认碧桂园工程项目的返点金额。

对于除碧桂园以外的工程项目，为公司工程项目提供安装、售后、协助催款等服务的各地经销商根据其实际发生的费用向公司提交补贴申请，公司市场部负责人、营销总监、营销副总裁、财务副总裁和总经理审批后确认一般工程项目的返点金额。

II、经销商补贴结算方式及会计处理

对于上述经销商补贴，公司通过销售折扣或费用报销方式与经销商进行结算。公司原则上通过销售折扣方式结算经销商补贴，在特殊情况下，当经销商出现资金周转困难时，经销商会向公司提出申请，公司审批后会将部分补贴以费用报销方式结算。另外，对于碧桂园工程项目返点，由于陶美居每年从公司进货金额较低，能够通过销售折扣方式结算的金额较小，因此公司允许陶美居主要以费用报销方式结算工程项目返点。

i、销售折扣方式

在公司各类经销商补贴中，装修费补贴和销售奖励返点、部分广告费补贴和工程项目返点采用销售折扣方式进行结算。

每月末，财务部将当月新增的以销售折扣方式结算的各类经销商补贴进行归集，确定截至当月底公司累计应以销售折扣方式向各经销商结算补贴的总金额。公司在每次经销商进货时按照进货金额的 20%进行价格折扣，并根据折扣后金额确认主营业务收入，直至各类补贴抵扣完成为止。具体会计处理如下：

借：应收账款/银行存款等

贷：主营业务收入（折扣后的销售额）

应交税费-应交增值税（销项税额）

ii、费用报销方式

在公司各类经销商补贴中，部分广告费补贴和工程项目返点采用费用报销方式进行结算。

对于碧桂园工程项目返点，公司在每季度末根据财务部提供的碧桂园项目省内和省外回款情况，确认应付陶美居的销售费用和应付账款，在实际发生费用报销时冲减应付账款。具体会计处理如下：

借：销售费用-经销商补贴

贷：应付账款（陶美居）

除碧桂园工程项目返点外，对于经审批后以费用报销方式结算的其他经销商补贴，公司根据经销商提供的发票、合同等凭证，确认销售费用并冲减对经销商的应收账款。具体会计处理如下：

借：销售费用-经销商补贴

贷：应收账款（经销商）

g、销售折扣方式对毛利率及费用率具体影响

报告期内，公司以销售折扣方式与经销商结算的具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年	合计
折扣前营业收入	109,542.33	231,171.84	217,340.13	192,777.73	750,832.03
减：销售折扣	4,138.86	7,997.22	8,016.44	7,159.00	27,311.52
销售折扣占折扣前收入比例	3.78%	3.46%	3.69%	3.71%	3.64%
营业收入	105,403.47	223,174.62	209,323.69	185,618.73	723,520.51

毛利率	27.52%	26.10%	26.48%	24.80%	26.08%
销售费用率	7.05%	7.39%	6.48%	5.21%	6.52%

若将上述计入销售折扣的经销商补贴费用作为费用处理，则公司报告期内毛利率及销售费用率变动如下：

项目	若计入销售费用				比上表增减变动			
	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
毛利率	30.28%	28.67%	29.21%	27.62%	2.76%	2.57%	2.73%	2.82%
销售费用率	10.56%	10.59%	9.93%	8.73%	3.51%	3.20%	3.45%	3.52%

公司每年以销售折扣方式结算的经销商补贴对毛利率和销售费用率影响较为平稳，不存在重大差异。公司按照销售折扣后的金额确定销售商品收入金额，使毛利率和销售费用率客观地反映了公司经营情况，财务报告表达公允。

h、经销商产品退换货情况

除存在产品质量问题外，公司不允许经销商对产品进行退货或换货。若存在产品质量问题，经销商对该类产品进行现场鉴定和快速处理，将产品质量问题反馈给公司，公司审核后，通过销售折扣的方式给予补贴。报告期内，公司由于质量问题退货情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
售后返货金额	52.08	125.82	143.02	99.19
国内经销收入	51,681.36	101,075.82	100,651.52	80,151.81
退货率	0.10%	0.12%	0.14%	0.12%

报告期内，公司由于质量问题发生的退货占收入比例很小，不会对公司经营状况形成重大影响。

②国外经销商

国外经销模式与国内经销模式的特点和优势基本一致，但结算方式有所不同。公司国外销售的结算方式主要包括 T/T（电汇）、L/C（信用证）及 D/P（付款交单）。对于新合作客户或订单量较小的客户，公司一般在签订订单时要求其支付 30%比例的预付款，并主要采取“T/T”（即收到电汇款后将提单邮寄给客户）的付款方式；对于信用记录良好的长期合作客户，公司综合考虑其信用状况、盈利状况及订单规模等因素，经审批后给予其 30~120 天的信用账期，主要采用“T/T”的付款方式。对海外客户的回款通过中国进出口信用保险公司、人保进行投保，

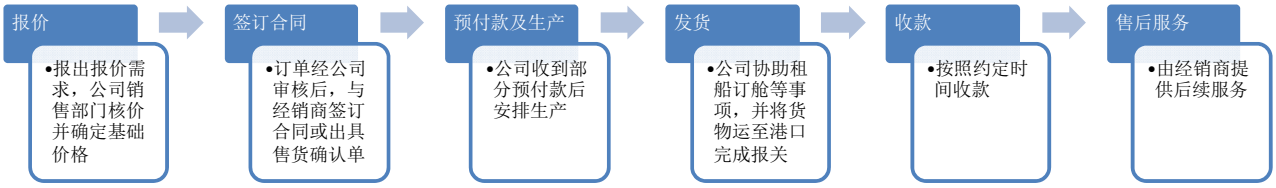
整体回款风险较小，应收账款账期合理，不会对整体的生产经营产生重大影响。

A、对国外经销商的选择

公司主要通过市场调查等途径获取潜在的国外经销商信息，对国外经销商的市场排名、对公司品牌和文化的认可度、区域辐射能力和经营能力等情况进行全面考察，将符合公司标准的经销商纳入储备名录。

B、业务流程

公司国外经销的主要业务流程如下图所示：



C、定价策略

公司海外销售定价策略分为随行就市与成本加成两种。针对竞品较多的基础款系列产品，公司会参考竞争对手的标价并结合生产成本、营销策略等因素拟定针对终端消费者的建议标识价格。针对公司的优势产品或高端系列产品，公司会根据产品的成本加成一定的利润进行定价。另外，公司还会综合考虑以下因素并最终向海外经销商提出报价：

a、公司海外销售采用贴牌和自主品牌两种模式：贴牌模式是指公司将产品销售给海外经销商后，海外经销商贴其自有品牌或终端客户的品牌再对外销售；自主品牌模式是指国外经销商使用公司的品牌对外销售。公司向美商富凯、英国 BATHSTORE、英国 EB 等经销商的销售采用贴牌模式，而向巴基斯坦 WAHEED SONS、利比亚 ALAQ 等经销商的销售主要采用自主品牌模式。对于使用公司品牌的国外经销商，公司会给予一定的利润空间便于经销商在海外采取促销、广告、折扣等形式推广公司的产品。因此总体来看，公司海外销售采用自主品牌模式的毛利率相比贴牌模式较低。

b、公司会根据海外经销商采购的规模和定位，对定价作出相应的调整。公司已与美商富凯、韩国 ROYAL、巴基斯坦 WAHEED SONS 等客户形成了比较稳定的合作关系，上述客户通常会一次性采购大量产品，在这种情况下，公司会适当给予其价格上的优惠。

c、公司的产品销往全球各地，不同国家的经济形势和居民的消费水平存在

着巨大的差距，公司会根据产品销往的国家和地区制定不同的定价方案，以适应当地市场的环境和行情。

d、另外，公司还会根据产品的工艺难度、技术的专属性等因素对定价做出相应的调整。

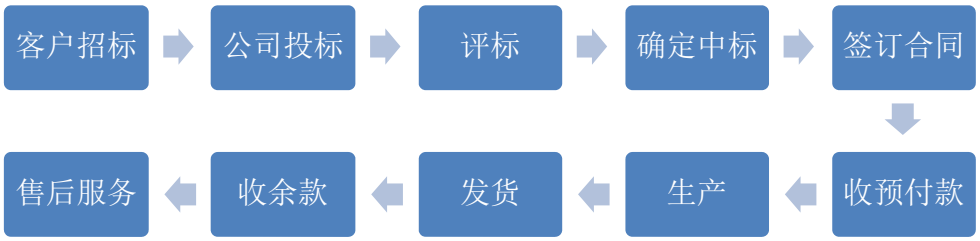
（2）直销模式

公司直销模式是指公司直接与客户签订销售合同并向其销售产品。公司在国内的直销模式包括工程销售模式、展厅零售模式和网络销售模式三种。

①工程销售模式

工程销售模式是公司直接向房地产开发商等工程客户销售产品。这种模式主要是卫浴企业通过参与工程客户的公开招标，然后经投标、评标及定标等一系列的程序获取订单。公司十分重视工程客户的开发，设立了大客户部，专门负责工程客户的开发与维护。

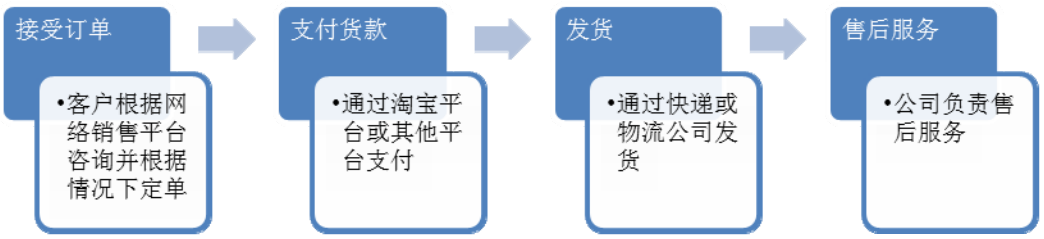
公司与工程客户的交易流程如下图所示：



②网络销售模式

A、网络销售基本情况

公司目前的网络销售主要通过第三方平台进行。截至 2016 年 6 月 30 日，公司已经与多家网络销售平台合作，主要包括淘宝网、京东网络商城、搜房网等。公司网络销售的业务流程如下图所示：



报告期内，公司网络销售情况如下：

项目	2016 年 1-6 月			2015 年		
	数量	金额（万元）	比例（%）	数量	金额（万元）	比例（%）
卫生陶瓷	17,008	1,459.08	64.02	28,862	2,026.54	55.93

五金洁具	23,931	399.04	17.51	35,526	766.52	21.15
浴室柜	2,896	124.29	5.45	4,781	199.97	5.52
浴缸浴房	1,631	283.86	12.45	3,572	622.25	17.17
其他	771	12.84	0.56	523	8.29	0.23
合计	**46,237**	**2,279.11**	**100.00**	**73,264**	**3,623.57**	**100.00**
项目	**2014 年**			**2013 年**		
	数量	**金额（万元）**	**比例（%）**	**数量**	**金额（万元）**	**比例（%）**
卫生陶瓷	24,838	1,624.78	51.07	25,335	1,456.56	54.74
五金洁具	31,506	733.80	23.06	27,052	608.96	22.89
浴室柜	4,605	200.14	6.29	3,508	151.18	5.68
浴缸浴房	3,743	610.11	19.18	2,417	434.87	16.34
其他	897	12.80	0.40	587	9.10	0.34
合计	**65,589**	**3,181.62**	**100.00**	**58,899**	**2,660.66**	**100.00**

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司网络销售收入分别为 2,660.66 万元、3,181.62 万元、3,623.57 万元和 2,279.11 万元。目前，公司尚未大力发展网络销售渠道，网络销售占公司营业收入比例较低。公司目前拥有天猫旗舰店、京东商城旗舰店以及搜房网和新浪商城等网店，天猫旗舰店占网络销售收入的 60%以上。公司通过网络主要销售卫生陶瓷、五金洁具、浴室柜和浴缸浴房产品，陶瓷砖产品尚未通过网络渠道销售。公司卫生陶瓷产品占网络销售比重在 50%以上，且有逐渐上升的趋势，另外，五金洁具和浴缸浴房产品合计占 30%-40%。公司主要通过网络销售联体类、智能坐便类、龙头浴缸和直管淋浴器类等产品。

B、网络销售产品的定价策略

网络销售渠道与传统渠道的销售定价策略存在较大区别。对于传统渠道而言，产品需要经过多层经销商环节才能从厂家到达终端消费者，厂家通常严格控制各环节的价格（出厂价、批发价、终端零售价格等），以确保各渠道环节利润空间的稳定，终端销售价格一旦确定，将在较长时期内保持相对稳定。而对于网络销售渠道而言，厂家直接面对终端消费者，价格是进行营销推广的主要手段，厂家会随时根据参加促销活动频次、季节性因素、某类产品的库存情况、电商平台促销策略、竞争对手的定价策略、采购价格等多方面因素，对不同产品的价格进行动态调整。

公司以成本加成的定价策略作为基础，结合网络销售的特性制定产品的价格体系。公司积极参与电商平台的促销和推广活动，以较低的价格进行品牌推广，吸引电商平台消费者直接购买或通过线下渠道实地体验并购买。具体来说，对于

吸引消费者关注的新款或爆款产品，公司采用的是薄利多销的政策，利润空间较低；对于销量稳定的主流产品，公司会在出厂价的基础上上浮 15%-20%，保持稳定的销量和利润率；对于其他类型的普通产品，除去运费以及平台费用，公司会预留 50%左右的利润空间。

C、网店的销售结算方式及实物流转程序

a、网店的销售结算方式

公司通过天猫旗舰店取得的收入占网络销售收入的 60%以上，天猫旗舰店的结算方式为：公司在建立天猫旗舰店的同时申请设立专用支付宝收款帐户，消费者在网店提交订单，财务部查询审核支付情况后通知网销部门工作人员，网销部门工作人员通知仓储部门安排发货。消费者收货并确认付款后，款项打入支付宝帐户，财务部从支付宝账户提现至公司帐户。

b、网店的实物流转程序

公司网络销售的实物流转程序与传统渠道的实物流转程序较为相似，只在订单接收、客户确认收货等环节略有不同，具体如下：

I、网销客户在天猫旗舰店、京东商城网店提交订单后，订单进入公司业务系统，网络销售客服人员对订单的产品和价格信息进行审核，并通知财务人员查看客户付款信息；

II、财务人员确认客户付款后，网销发货人员依照客户订单规格和交货日期，对照库存中已有的货物，自行或委托开票部门开具《发货单》；

III、网销发货人员联系运输公司安排车辆发货，目前网络销售五金洁具类产品使用圆通快递发货，卫生陶瓷等大件产品使用中铁或者天地华宇物流，浴缸类产品使用顺丰快递。待运输车辆到位后，网销发货人员和运输公司司机持《发货单》到仓库准备装货；

IV、仓库管理员确认网络销售部门审核并盖章的发货单，安排发货。货物装车完毕后，网销发货人员请信息部在系统上确认装车信息，生成销售出库单，司机、仓库管理员确认签字；

V、网销部门开具一式两联的出门证，其中一联交给司机。门卫审核出门证后，放行运输车辆。网销发货人员在天猫或京东后台点击“已发货”，通知客户货物已发出。

VI、待客户确认收货后，网销的实物流转程序完成。

D、公司网络销售渠道未来发展规划

据《中国消费趋势报告》显示，2015 年，中国网络销售渠道消费金额已占私人消费总额的 15%左右，预计到 2020 年，占比将达到 24%左右，网络销售渠道已成为与传统线下渠道并重的渠道资源。互联网的兴起正在改变着各行各业，尤其是制造业。在这一背景下，未来将有越来越多的卫浴企业涉足互联网领域。

我国目前家装家居网购渗透率较低，远远低于发达国家。根据速途研究院的数据，目前家居网购比例最高的是日本，占比为 20.5%，其次是美国，占比为 19.8%，英国占比为 16.2%，法国占比 12.8%，我国目前占比仅为 3.4%，未来发展空间巨大。

公司对网络销售渠道的态度较为稳健，报告期内网络销售占公司营业收入比例较低。但随着网络销售逐渐渗透到日常生活的各个方面，目前已有越来越多的人选择在网上购置卫浴产品。公司也已在网络销售方面逐步加强投入，在天猫旗舰店和京东商城大力开展促销活动，推动品牌知名度的提升，更快捷的获取客户资源，利用互联网信息技术进行客户信息收集、分析，更加精准的定位客户，满足客户多样化、个性化需求，最终扩大公司销售规模。同时，通过线上营销，消费者对品牌、产品、服务等有了一定的认知与了解后，将会有效促使线下交易的转化率和成交额。

公司预计 2016 年网络渠道的销售收入将达到 7,000-8,000 万元左右，未来将实现进一步增长，在几年内达到 2 亿元左右的规模。公司计划于 2017 年初成立子公司单独运营网络销售业务，加大网络销售渠道的开拓。

E、网络销售渠道的发展对其他销售渠道的影响

网络销售渠道相比于传统销售渠道大大减少了分销环节，可以减少人力、物力的投入，降低管理成本和营销费用，同时能够突破时间和空间的限制，使得交易活动更为灵活便捷，从而有效提高了市场运行效率。对于卫浴行业来说，分销环节占到零售总价的 40%-50%，从长期看，销售渠道的变革势必挤压传统渠道的利润，带来行业利益的重新分配。

但从公司整体业务布局和网络销售的战略计划看来，网络销售渠道在未来几年内只是传统销售渠道的一种补充。由于各地经销商均已在当地深耕多年，与公司形成了稳固的合作关系，每年公司对各地经销商的销售保持稳定增长的趋势，因此传统销售渠道在未来依然是公司持续稳定经营的基础。公司希望通过网络销

售渠道的发展有效地推动品牌知名度的持续提升，在实现网销的同时起到为线下渠道引流的作用，最终达到两种渠道相辅相成、资源整合的目的。

F、网络销售售后服务产生费用的分担政策

发行人网络销售未通过经销商进行，售后服务产生费用的分担主要在发行人与买方之间。发行人网络销售产生的售后服务费用主要来自于：买方要求退货或者换货时所产生的运费；发行人在处理商品质量问题时给予买方的现金返还和补偿费。总体来看，因发行人的责任所产生的售后服务费由发行人承担，因买方的责任所产生的售后服务费由买方承担。发行人天猫旗舰店的收入占网络销售 60%以上的比重，天猫旗舰店退换货政策及处理方法如下：

退款详情	退款理由	交易情况判断	处理方法
未收到货	协商一致退款	买方拍下后反悔，未发货	给予退款
		买方拍下后反悔，已发货	通知快递退回，扣除运费后，给买方退款
	未按规定时间发货	卖方发货超过 48 小时	客服致歉，送价值 10 元的赠品
		卖方发货没有超过 48 小时	客服致歉
	虚假发货	卖方真实发货	提供快递单据的照片
		卖方填错单号	提供快递单据的照片，客服去电说明原因
已收到货，无需退货	商品质量问题	产品质量问题	请买方拍摄商品质量问题的局部细节照片 3 张，发给客服交由公司品质管理部门查看，限 3 小时内给予明确答复。 产品质量和瑕疵问题：给予该产品价格 20%至 50%金额现金返还。若买方不同意，卖方承担所产生的所有运费，退货或更换新品，并给予 30 元补偿费 运输中的破损问题：卖方承担所有运费，退货或更换新品，并给予 10 元补偿费。 如果不属于以上两种情况，买方承担返回运费，在收到包裹时，由物流发货部门进行检验，若不影响二次销售，可以签收，通知客服部门给买方确认退款或换货
		色差或者顾客主观意识	给予买方该产品价格 20%的金额的现金返还作为补偿
	收到的商品不符	发错货	请买方修改成“已收货”，若需退货，给予退货
		漏发货	给予退款
	发票问题	在包裹中	提醒客户查找

		遗漏发票	给客户补发或给客户退 6%的货款
已收到货，退货	七天无理由退换货	顾客愿意承担运费退货	给予退货，收到包裹后检查通过，给予退款
	商品质量问题	产品质量问题	请买方拍摄商品质量问题的局部细节照片 3 张，发给客服交由公司品质管理部门查看，限 3 小时内给予明确答复。 产品质量和瑕疵问题：给予该产品价格 20%至 50%金额现金返还。若买方不同意，卖方承担所产生的所有运费，退货或更换新品，并给予 30 元补偿费。 运输中的破损问题：卖方承担所有运费，退货或更换新品，并给予 10 元补偿费。 如果不属于以上两种情况，买方承担返回运费，在收到包裹时，由物流发货部门进行检验，若不影响二次销售，可以签收，通知客服部门给买方确认退款或换货
		色差或者顾客主观意识	给予买方该产品价格 20%的金额的现金返还作为补偿

③展厅零售模式

公司在总部建立展厅，通过展厅向客户展示产品，同时对外销售。2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司展厅零售实现的销售收入分别为 2,376.52 万元、2,630.20 万元、2,006.43 万元和 655.78 万元。

4、经营模式

公司的经营模式分为 OBM、OEM、ODM 三种经营模式。具体如下：

在国内市场及部分海外发展中国家及地区，公司主要采取 OBM 经营模式。由于发展中国家及地区的卫浴市场竞争尚不充分，故公司以自有品牌生产产品，并以此品牌产品销售。在该种模式下，公司通过自身商品的优质品质迅速形成口碑优势，在区域内快速打开境内、外自主品牌市场。该种经营模式有利于发挥客户的积极性，迅速扩大公司的市场份额，提升品牌形象，是目前惠达股份主要采取的经营模式。

在海外发达国家及地区，由于当地卫浴市场竞争已相对充分，公司较多采取 ODM 的模式进行销售。在 ODM 模式下，公司通过与当地知名的卫浴品牌商或贸易商建立长期合作，将公司自主开发、设计的产品进行贴牌销售。ODM 模式可将研发新产品的风险在公司自身与委托方之间进行分散。公司研发的新产品可以获得稳定的初始研发与生产的利润。如果公司的产品在投放市场表现优秀，通

过技术优势可以反向锁定当地卫浴品牌商或贸易商，并获得更多的经济效益。与此同时，ODM 模式下，公司可以快速参与充分竞争国家及地区的卫浴市场，占据一定的市场份额。

与 ODM 模式相近，OEM 模式也较多的应用于海外发达地区及国家。与 ODM 模式不同，在 OEM 模式下，公司仅负责代工生产，之后交由当地卫浴品牌厂商或贸易商贴牌销售。与公司合作的卫浴品牌厂商或贸易商深耕当地卫浴市场多年，较为了解当地消费理念及产品偏好，会根据市场情况及顾客喜好设计卫浴产品交由公司代为生产。在该种模式下，公司在生产过程中的质量控制、运营管理可以充分满足 OEM 委托方的要求，并且公司可以充分利用自身产能优势实现利润最大化。

（四）发行人销售情况

1、发行人产品的产能、产量及销量情况

报告期内，公司主要产品类别的产能、产量及销量情况如下表所示：

卫生陶瓷						
年度	产能（万件）	产量（万件）	外部采购（万件）	销量（万件）	产能利用率	产销率[注1]
2016 年 1-6 月	405.00[注3]	368.10	2.16	362.38	90.89%	97.87%
2015 年	840.00	847.50	4.23	816.60	100.89%	95.88%
2014 年	750.00	737.52	1.97	741.59	98.34%	100.28%
2013 年	740.00	731.53	2.16	725.61	98.86%	98.90%
五金洁具						
年度	产能（万件）	产量（万件）	外部采购（万件）	销量（万件）	产能利用率	产销率
2016 年 1-6 月	55.00	31.60	71.91	100.73	57.45%	97.31%
2015 年	110.00	79.59	124.07	216.09	72.35%	106.10%
2014 年	110.00	76.64	128.04	203.63	69.67%	99.48%
2013 年	110.00	60.50	117.32	183.03	55.00%	102.93%
浴缸浴房						
年度	产能（万套）	产量（万套）	外部采购（万套）	销量（万套）	产能利用率	产销率
2016 年 1-6 月	3.50	2.26	1.19	3.61	64.57%	104.64%
2015 年	7.00	5.64	2.23	7.75	80.59%	98.37%
2014 年	7.00	6.94	1.99	8.81	99.17%	98.66%
2013 年	7.00	7.89	-	8.44	112.69%	106.99%
浴室柜						
年度	产能	产量	外部采购	销量	产能利	产销率

	（万套）	（万套）	（万套）	（万套）	用率	
2016 年 1-6 月	30.00	27.84	1.14	29.15	92.80%	100.59%
2015 年	60.00	51.36	2.14	57.12	85.60%	106.77%
2014 年	60.00	57.75	1.18	61.25	96.24%	103.95%
2013 年	60.00	57.14	2.57	54.12	95.23%	90.64%
陶瓷砖						
年度	产能（万平米）	产量（万平米）	外部采购（万平米）	销量（万平米）	产能利用率	产销率
2016 年 1-6 月	125.00	122.35	216.52	313.83	97.88%	92.61%
2015 年	250.00	214.52	376.44	559.13	85.81%	94.61%
2014 年	250.00	204.83	336.08	550.67	81.93%	101.80%
2013 年	95.00 注 2	83.15	458.93	399.31	87.53%	73.66%

【注 1】公司产销率计算采用的公式为：产销率=销量/（产量+外部采购）；

【注 2】2013 年 8 月至 2014 年初，公司陶瓷砖生产线停产并进行升级改造，所以 2013 年产能有所下降；

【注 3】2015 年，公司年产 280 万件卫生陶瓷生产线一期工程投产后，公司在 2015 年 6 月和 2015 年 12 月分别停用了一条生产线，加上 2016 年 3-4 月两条生产线停产并进行设备更新，公司 2016 年 1-6 月的卫生陶瓷产能较去年同期有所下降。

2、发行人主要产品销售收入情况

（1）公司主营业务收入产品分类

报告期内，公司主要产品销售收入及占主营业务收入的比重情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
卫生陶瓷	59,614.77	56.95	129,272.89	58.16	113,690.84	54.74	105,051.25	57.22
五金洁具	16,011.10	15.30	35,140.21	15.81	31,419.98	15.13	25,079.43	13.66
浴室柜	10,244.66	9.79	20,252.78	9.11	21,387.04	10.30	17,653.86	9.62
陶瓷砖	10,097.02	9.65	18,621.27	8.38	19,547.24	9.41	14,856.86	8.09
浴缸浴房	3,213.57	3.07	7,253.85	3.26	8,248.96	3.97	7,547.89	4.11
其他	5,500.65	5.25	11,742.06	5.28	13,401.65	6.46	13,411.89	7.30
合计	**104,681.76**	**100.00**	**222,283.05**	**100.00**	**207,695.70**	**100.00**	**183,601.16**	**100.00**

（2）公司主营业务收入区域分布

报告期内，公司主要区域销售收入及占主营业务收入的比重情况如下：

区域	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
华北	21,087.51	20.14	43,466.39	19.55	51,577.31	24.83	49,331.38	26.87
华东	19,060.26	18.21	37,372.36	16.81	33,719.84	16.24	26,964.05	14.69

华中	7,897.64	7.54	17,230.43	7.75	14,221.32	6.85	11,703.33	6.37
华南	4,919.14	4.70	12,859.14	5.79	12,503.19	6.02	7,402.98	4.03
东北	6,100.95	5.83	11,772.80	5.30	10,468.32	5.04	10,359.66	5.64
西北	4,391.11	4.19	9,824.91	4.42	10,369.35	4.99	8,699.55	4.74
西南	4,922.52	4.70	9,439.19	4.25	8,397.50	4.04	5,447.08	2.97
海外	36,302.64	34.68	80,317.84	36.13	66,438.88	31.99	63,693.13	34.69
合计	**104,681.76**	**100.00**	**222,283.05**	**100.00**	**207,695.70**	**100.00**	**183,601.16**	**100.00**

3、发行人主要产品销售价格变动情况

报告期内，发行人主要产品平均单价变化情况如下表所示：

产品		2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
卫生陶瓷	联体坐便（元/件）	416.02	430.11	436.02	420.16
	分体坐便（元/件）	166.28	160.44	163.18	160.60
	水箱（元/件）	87.12	86.17	86.00	81.52
	柱盆（元/件）	91.92	90.74	86.04	85.78
	柜盆（元/件）	231.45	228.31	228.57	217.39
	智能坐便（元/件）	1,737.78	2,009.90	2,087.38	1,963.06
五金洁具	水龙头（元/件）	77.48	85.59	89.23	83.36
	直管淋浴器（元/件）	414.32	448.24	442.73	423.82
浴室柜	浴室柜单品（元/套）	497.47	497.22	531.34	500.80
	浴室镜（元/套）	183.25	182.31	183.15	175.84
陶瓷砖	抛光砖（元/平米）	37.62	43.25	43.16	47.22
	内墙砖（元/平米）	23.79	22.62	27.72	27.97
浴缸浴房	浴缸（元/件）	916.53	987.08	976.92	904.38
	简易淋浴房（元/件）	785.56	769.90	810.28	758.49

报告期内，公司主要产品价格波动不大，但部分产品如智能坐便、浴缸、简易淋浴房、水龙头等产品品种繁多，且规格差异较大，各品种、规格之间销售价格差异较大。由于不同年份销售结构的不同导致平均售价呈现较大的差异，因此各年度之间平均销售价格不完全具有可比性。

4、发行人分渠道前十名客户销售情况

（1）报告期内，公司经销渠道和直销渠道前十名客户销售情况

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过销售收入总额的 50%或严重依赖于少数客户的情况。公司经销渠道、直销渠道前十大客户销售情况如下所示：

① 报告期内公司经销渠道前十客户销售情况

2016 年 6 月 30 日/2016 年 1-6 月										
序号	客户名称	金额（万元）	占经销收入比（%）	销售方式	产品类型	信用额度	信用期	主要结算方式	应收账款（万元）	经销区域
1	美商富凯	15,007.09	17.06	经销	卫生陶瓷、浴缸浴房	无	无	T/T 60 日	5,019.48	美国、加拿大、德国
2	WAHEEDSONS	4,960.14	5.64	经销	全线产品	无	无	D/P 即期（单据流转 45 天）	1,288.97	巴基斯坦
3	ROYAL&CO.,LTD	4,422.15	5.03	经销	卫生陶瓷、浴室柜	50 万美元	月结	信用额度外的采取 D/P 即期（单据流转 7 天）	462.04	韩国
4	高颖	2,778.75	3.16	经销	全线产品	150 万元	半年	信用额度外的部分每月月底统一结算	57.85	济南
5	李敬涛	2,238.70	2.54	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	67.35	西安
6	韩宗涛	1,401.27	1.59	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货（临时额度 200 万元）	457.38	唐山
7	樊金永	1,385.41	1.57	经销	全线产品	200 万元	半年	信用额度外的部分每月月底统一结算	151.00	天津
8	刘东友	1,205.96	1.37	经销	全线产品	250 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	235.81	哈尔滨
9	Hankook	1,085.75	1.23	经销	瓷砖	无	无	信用证即期（单据流转 30 天）	208.95	韩国
10	刘洪义	1,059.42	1.20	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	214.67	保定
合计		35,544.64	40.40	-	-	—	—	—	8,163.50	—
2015 年 12 月 31 日/2015 年 1-12 月										
序号	客户名称	金额（万元）	占经销收入比（%）	销售方式	产品类型	信用额度	信用期	主要结算方式	应收账款（万元）	经销区域
1	美商富凯	40,848.51	22.52	经销	卫生陶瓷、浴缸浴房	无	无	T/T 60 日	7,634.41	美国、加拿大、德国
2	ROYAL&CO.,LTD	8,660.83	4.77	经销	卫生陶瓷、浴	50 万美	月结	信用额度外的采取 D/P 即期（单据流转 7	131.47	韩国

					室柜	元		天）		
3	WAHEEDSONS	7,708.61	4.25	经销	全线产品	无	无	D/P 即期（单据流转 45 天）	610.71	巴基斯坦
4	李敬涛	5,042.61	2.78	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	-71.31	西安
5	高颖	4,801.61	2.65	经销	全线产品	150 万元	半年	信用额度外的部分每月月底统一结算	78.17	济南
6	樊金永	3,334.19	1.84	经销	全线产品	200 万元	半年	信用额度外的部分每月月底统一结算	96.27	天津
7	韩宗涛	2,964.83	1.63	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	247.91	唐山
8	唐素梅	2,888.00	1.59	经销	全线产品	200 万元	半年	信用额度外的部分先款后货（工程额度 800 万元）	1,064.36	成都
9	王立广	2,608.88	1.44	经销	全线产品	50 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	-95.83	徐州、泰州、镇江
10	樊汉卿	2,560.53	1.41	经销	全线产品	80 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	-10.65	杭州
合计		81,418.60	44.88	—	—	—	—	—	9,685.51	—
2014 年 12 月 31 日/2014 年 1-12 月										
序号	**客户名称**	**金额（万元）**	**占经销收入比（%）**	**销售方式**	**产品类型**	**信用额度**	**信用期**	**主要结算方式**	**应收账款（万元）**	**经销区域**
1	美商富凯	31,543.96	18.88	经销	卫生陶瓷、浴缸浴房	无	无	T/T 60 日	6,742.51	美国、加拿大、德国
2	ROYAL&CO.,LTD	6,884.33	4.12	经销	卫生陶瓷、浴室柜	50 万美元	月结	信用额度外的采取 D/P 即期（单据流转 7 天）	57.25	韩国
3	WAHEEDSONS	5,595.77	3.35	经销	全线产品	无	无	D/P 即期（单据流转 45 天）	459.49	巴基斯坦
4	李敬涛	5,576.34	3.33	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	217.71	西安
5	高颖	4,803.31	2.87	经销	全线产品	150 万元	半年	信用额度外的部分每月月底统一结算（工程遗留额度 150 万元）	303.91	济南
6	樊金永	3,537.83	2.12	经销	全线产品	200 万元	半年	信用额度外的部分每月月底统一结算	241.15	天津

7	韩宗涛	2,803.07	1.68	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	307.85	唐山
8	ALAQ	2,588.21	1.55	经销	全线产品	无	无	信用证即期（单据流转 30 天）	5.43	利比亚
9	刘洪义	2,286.84	1.37	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	283.25	保定
10	刘东友	2,254.69	1.35	经销	全线产品	200 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	176.83	哈尔滨
合计		67,868.01	40.62	—	—	—	—	—	8,795.38	—
2013 年 12 月 31 日/2013 年 1-12 月										
序号	**客户名称**	**金额（万元）**	**占经销收入比（%）**	**销售方式**	**产品类型**	**信用额度**	**信用期**	**主要结算方式**	**应收账款（万元）**	**经销区域**
1	美商富凯	24,051.47	16.72	经销	卫生陶瓷、浴缸浴房	无	无	T/T60 日	4,293.91	美国、加拿大、德国
2	ROYAL&CO.,LTD	6,771.61	4.71	经销	卫生陶瓷、浴室柜	50 万美元	月结	信用额度外的采取 D/P 即期（单据流转 7 天）	300.87	韩国
3	李敬涛	4,928.94	3.43	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	267.46	西安
4	WAHEEDSONS	4,374.80	3.04	经销	全线产品	180 万元	90 天	D/P 即期（单据流转 45 天）	282.75	巴基斯坦
5	DELTAFAUCETCOMPANY	4,199.00	2.92	经销	卫生陶瓷	无	无	EOAP 45 日	326.98	美国
6	高颖	2,910.70	2.02	经销	全线产品	150 万元	半年	信用额度外的部分每月月底统一结算（工程额度 800 万元）	928.43	济南
7	刘洪义	2,300.09	1.60	经销	全线产品	250 万元	半年	信用额度外的部分先款后货（工程额度 300 万元）	492.54	保定
8	韩宗涛	2,119.02	1.47	经销	全线产品	300 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	307.78	唐山
9	AGROMAT	1,906.21	1.33	经销	全线产品	无	无	T/T 30 日	178.72	乌克兰
10	刘东友	1,905.91	1.32	经销	全线产品	200 万元	半年	信用额度外的部分先款后货	113.24	哈尔滨
合计		55,467.75	38.56	—	—	—	—	—	7,492.68	—

针对国内经销客户，公司会根据其上年度采购金额、辖区范围、合作时间等因素批准其信用期为半年的基本信用额度。与此同时，如果经销商在其辖区内承接规模较大的工程客户，公司为满足其一定时间内的大量采购需求和避免因工程客户回款周期较长导致经销商产生资金缺口的情况，通常会批准经销商一定金额的工程信用额度。此外，经销商由于自身临时资金周转不畅等因素可向公司申请额外的临时信用额度。工程信用额度、临时信用额度的信用期原则上不超过半年，金额不超过基本信用额度，并且需经过销售部门负责人、副总经理、总经理审批后方可生效。上表中列示的信用额度为基本信用额度。授信期限内，经销商可在信用额度范围内赊购公司货物，信用额度到期前结清欠款。2015 年，国内经销商全年完成采购金额 101,075.82 万元，2016 年公司根据上年度的采购金额批准 34 家经销商享受基础信用额度支持，金额共计 2,830 万元，信用额度相比上年采购总额仅占 2.80%。

针对海外经销客户，公司出口贸易结算方式主要为付款交单（D/P）、电汇方式（T/T）、信用证方式、月结付款（EOAP）。付款交单方式即公司将提货单据交于银行，通过当地托收行，买方付款赎单提货，单据的传递时长根据买方所在国家和地区的不同大致在 15 至 45 日之间。电汇方式即公司提供单据给买方，买方收到单据在约定的期限内通过银行电汇至公司。T/T 30 日、60 日指买方收到单据在货船离岸 30 天、60 天内通过银行电汇至公司。信用证方式即买方开证行或其指定付款行在收到公司符合信用证规定的汇票和单据后在约定的期限内付款，开证人也应于约定期限内向开证行付款赎单。月结付款指公司当月的发货额统一由月末起算在约定期限内付款。EOAP 45 日指公司当月的发货额统一由月末起算在 45 日内付款。

美商富凯、乌克兰 AGROMAT 等境外经销客户向公司采购部分卫生陶瓷产品时，会向公司指定产品中配件的供应商，公司向指定的供应商采购后，组装为成品再销售给境外经销商。公司与境外经销商签订《外购件质量控制协议》，协议中注明了采购产品的类别、境外经销商产品型号、公司产品型号、供应商名称、付款方式等信息，并规定公司不负责对配件的检验及配件的质量问题，由境外经销商负责与其指定的供应商协商解决。

报告期内境外经销商指定公司采购的主要情况如下：

采购产品类别	具体类别或型号	适用产品	供应商名称
便盖	MTC0715 缓降便盖	HDC441HE HDC440 分体/S440 坐箱合包	中山市美图实业有限公司
	MTC0704 缓降便盖	HDC366A-3 分体坐便 HDC416HE 分体坐便 HDC368E 分体坐便 HDC118A 联体坐便	中山市美图实业有限公司
	F076S便盖	HDC350P坐便 HDC290C坐便	厦门博维尔卫浴有限公司
	UF3016 快装缓降便盖	HDC525A 坐便 HDC6221A 联体 HDC6222A 联体	厦门豪帝卫浴工业有限公司
螺丝	地脚螺丝	HDC416HE/S328坐箱合包	厦门虹瑞卫浴设备有限公司
	洗盆螺丝	LP439-8 洗盆 HDC463HE C463HE 坐便 HDC504 分体/S313 坐箱合包 HDC507 分体/S507 坐箱合包	厦门虹瑞卫浴设备有限公司
	老卡具螺丝	LU006 台下盆	厦门虹瑞卫浴设备有限公司
水件	仕龙压力包水件	S328 水箱	仕龙阀门水应用技术(苏州)有限公司
	4721BFT 水件	S328 水箱	厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司
	T-4761-W-FM 水件 T-4762-W-FM 水件	S371 水箱	福马(中山)洁具产品有限公司
	T-8209-FM 水件 T-7600 FM 水件	S208E 水箱	福马(中山)洁具产品有限公司

② 报告期内公司直销渠道前十客户销售情况

2016 年 6 月 30 日/2016 年 1-6 月									
序号	客户名称	金额（万元）	占直销收入比（%）	销售方式	产品类型	信用额度	信用期	主要结算方式	期末应收账款（万元）
1	碧桂园	7,924.61	47.46	直销	卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房、陶瓷砖	无	无	货到验收合格后六个月内结清货款	9,425.35
2	唐山市万益包装制品有限公司	258.76	1.55	直销	纸板	无	无	货到付款	10.36
3	台州西马洁具有限公司	258.58	1.55	直销	卫生陶瓷	无	无	合同保证金 40 万元，先款后货	-80.12
4	唐山市曹妃甸区友容纸制品加工有限公司	166.11	0.99	直销	纸板	无	无	先款后货	-42.93
5	唐山市丰南区兴达包装有限公司	147.90	0.89	直销	纸板	无	无	货到付款	10.07
6	天元建设集团有限公司	129.67	0.78	直销	卫生陶瓷、五金洁具、陶瓷砖	无	无	先款后货	-1.51
7	唐山新华包装实业有限公司	114.86	0.69	直销	纸板	无	无	货到付款	6.65
8	唐山市丰南区兆利纸箱厂	114.47	0.69	直销	纸板	无	无	货到两个月内付款	35.58
9	浙江怡和卫浴有限公司	111.89	0.67	直销	卫生陶瓷	无	无	每月月底统一结算（由于公司同时向浙江怡和采购，根据应付账款余额超过应收账款余额的部分差额结算）	54.20
10	唐山立家包装制品有限公司	109.93	0.66	直销	纸板	无	无	货到付款	11.90
合计		9,336.78	55.92	-	—	—	—	—	9,429.55
2015 年 12 月 30 日/2015 年 1-12 月									
序号	客户名称	金额（万元）	占直销收入比（%）	销售方式	产品类型	信用额度	信用期	主要结算方式	期末应收账款（万元）
1	碧桂园	18,959.90	46.37	直销	卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房、陶瓷砖	无	无	货到验收合格后六个月内结清货款	10,363.43

2	中信建设	1,566.76	3.83	直销	卫生陶瓷、五金洁具	无	无	预付款 30%，货物离开国内港口后 3 个月内付 55%，现场安装完毕付 10%，剩余 5%货款为一年质量保证金	1,501.40
3	台州西马洁具有限公司	456.14	1.12	直销	卫生陶瓷	无	无	合同保证金 40 万元，先款后货	-40.00
4	黄各庄镇政府	324.95	0.79	直销	建筑施工建设	无	无	与黄各庄镇政府协商制定还款期限	3,392.95
5	曹妃甸大学城北京中海	323.29	0.79	直销	陶瓷砖	无	无	货到付款	13.25
6	唐山市丰南区兴达包装有限公	282.17	0.69	直销	纸板	无	无	货到付款	25.78
7	唐山市万益包装制品有限公司	270.49	0.66	直销	纸板	无	无	先款后货	-3.82
8	四川省佳宇建筑安装工程有限公司	256.62	0.63	直销	陶瓷砖	无	无	预付款 30%，货到验收合格支付 50%，全部安装完成后付款 13%，剩余 7%为两年质量保证金	55.63
9	唐山市曹妃甸区友容纸制品加工有限公司	248.06	0.61	直销	纸板	无	无	先款后货	-56.25
10	北京市节约用水管理中心	244.02	0.60	直销	五金洁具（花洒）	无	无	完成全部安装后，以支票形式一次性付款	-
合计		22,932.40	56.08	—	—	—	—	—	15,252.37
2014 年 12 月 31 日/2014 年 1-12 月									
序号	**客户名称**	**金额（万元）**	**占直销收入比（%）**	**销售方式**	**产品类型**	**信用额度**	**信用期**	**主要结算方式**	**期末应收账款（万元）**
1	碧桂园	11,850.07	29.18	直销	卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房、陶瓷砖	无	无	货到验收合格后六个月内结清货款	6,838.11
2	中信建设	3,504.36	8.63	直销	卫生陶瓷、五金洁具	无	无	预付款 30%，货物离开国内港口后 3 个月内付 55%，现场安装完毕付 10%，剩余 5%货款为一年质量保证金	1,487.09
3	唐山新天地美域房地产开发有限公司	1,538.99	3.79	直销	全线产品	无	无	预付款 30%，货到付款 50%，验收合格付款 15%，剩余 5%为两年质保金	1,909.62
4	宣庄一街村民委员会	897.96	2.21	直销	建筑施工建设	无	无	协商制定还款期限	1,042.60
5	黄各庄镇政府	802.68	1.98	直销	建筑施工建设	无	无	与黄各庄镇政府协商制定还款期限	3,129.57
6	四川省佳宇建筑安装工程有限公司	657.59	1.62	直销	陶瓷砖	无	无	预付款 30%，货到验收合格支付 50%，全部安装完成后付款 13%，剩余 7%为两年质量保证金	45.10

7	兰州兰石建设工程有限公司	514.79	1.27	直销	陶瓷砖	无	无	预付款 30%，货到验收合格后支付合同总价的 30%，安装完成一半后后付款 15%，全部安装完成后付款 20%，剩余 5%为两年质量保证金	23.28
8	北京龙建集团有限公司	446.98	1.10	直销	卫生陶瓷、五金洁具	无	无	预付款 30%，发货前支付全部货款的 65%，现场安装完毕付 10%，完成安装后 30 个工作日内支付剩余货款 5%	-
9	佳兆业地产（绥中）有限公司	392.77	0.97	直销	木门	无	无	预付款 20%，货到付款 60%，完场安装付 15%，剩余 5%货款为两年质量保证金	0.04
10	唐山市集林装饰有限公司第三分公司	316.70	0.78	直销	卫生陶瓷、五金洁具、陶瓷砖	无	无	发货额每累计达到 100 万元后 2 日内付款 100 万元，以此类推。合同约定产品全部供货完毕后，5 日内结清全部货款	170.54
合计		20,922.89	51.53	—	—	—	—	—	14,661.05
2013 年 12 月 31 日/2013 年 1-12 月									
序号	**客户名称**	**金额（万元）**	**占直销收入比（%）**	**销售方式**	**产品类型**	**信用额度**	**信用期**	**主要结算方式**	**期末应收账款（万元）**
1	碧桂园	4,015.65	10.10	直销	卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房、陶瓷砖	无	无	货到验收合格后六个月内结清货款	2,136.02
2	宣庄一街村委会	2,250.00	5.66	直销	建筑施工建设	无	无	协商制定还款期限	1,640.00
5	黄各庄镇政府	1,323.66	3.33	直销	建筑施工建设	无	无	与黄各庄镇政府协商制定还款期限	2,416.99
3	唐山新天地美域房地产开发有限公司	1,237.28	3.11	直销	全线产品	无	无	预付款 30%，货到付款 50%，验收合格付款 15%，剩余 5%为两年质保金	198.46
4	沈阳五金矿产进出口公司	1,198.91	3.02	直销	卫生陶瓷	无	无	货到付款	8.89
6	青岛日日顺电器服务有限公司	817.27	2.06	直销	五金洁具	无	无	质保金 50 万，月结，90 天账期	-
7	天津恒盛鑫源建筑公司	791.57	1.99	直销	陶瓷砖	无	无	先款后货	-
8	唐山市丰南区渤海房地产开发有限公司	598.99	1.51	直销	卫生陶瓷、五金洁具、陶瓷砖	无	无	预付款 60%，货到付款 30%，剩余 10%货款为质保金	48.47
9	中国江苏国际经济技术合作公司	514.24	1.29	直销	卫生陶瓷、五金洁具	无	无	预付款 60%，货到付款 30%，剩余 10%货款为质保金	-
10	中信建设有限责任公司	398.02	1.00	直销	卫生陶瓷、五金洁具	无	无	预付款 30%，货物离开国内港口后 3 个月内付 55%，现场安装完毕付 10%，剩余 5%货款为一年质量保证金	114.87
合计		13,145.59	33.07	—	—	—	—	—	6,563.70

公司卫浴产品直销工程客户主要集中于碧桂园、中信建设等大型房地产开发商，其余直销客户金额较小且较为分散。碧桂园和中信建设均为资金雄厚、信誉良好的大型房地产企业，坏账风险相对较小。为加深和碧桂园、中信建设的合作程度，公司对上述两个公司采取了较为宽松的结算政策，导致其结算账期较长。

黄各庄镇政府和宣庄一街村委会均为惠达建筑的建设工程客户，其本身为政府部门或村民集体组织，发生坏账可能性较小，公司与其协商确定还款期限。

2013 年和 2014 年，公司前十大直销客户之一唐山新天地美域房地产开发公司受市场环境影响，其商品房销售进度较慢，资金周转困难，未能按照合同约定偿还公司货款。经双方协商，唐山新天地美域房地产开发公司以商品房抵偿欠公司货款。截至 2016 年 6 月 30 日，应收账款仅余 6.54 万元。

（2）主要客户基本情况

报告期内，公司的主要客户的基本情况如下：

序号	客户名称	前十大年份	基本情况及交易背景	获取方式	销售占比及变动情况	是否存在关联关系	最终销售情况
1	美商富凯	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月	美商富凯总部于 1987 年在美国纽约新泽西州设立，于加拿大、德国、英国、香港、台北、山东、深圳、东莞、佛山、潮州、杭州、宁波等地设有贸易公司或直属办事处，专业从事生产和销售室内外家具、厨房用具及销售卫浴产品等现代家居用品，大型零售商业巨头的优秀供货商。2000 年美商富凯成为公司经销客户，合作模式主要为贴牌合作。美商富凯积极寻找亚洲卫浴优质生产商，最终选择与惠达股份合作。	2000 年开始合作，客户上门寻求合作	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比例分别为 12.96%、15.07%、18.30%、14.36%。销售占比随着美国市场的复苏和美元汇率的走高持续上涨	否	美商富凯在美国、加拿大、德国设有销售分公司；通过 HomeDepot、Ferguson、HDS-FM、RONA 等超商、批发商和自主零售、批发、工程渠道等多种途径完成最终销售
2	碧桂园	2013、2014、2015、2016 年 1 至 6 月	碧桂园集团，位于中国广东顺德，是一家以房地产为主营业务，涵盖建筑、装修、物业管理、酒店开发及管理、教育等行业的国内著名综合性企业集团，中国房地产十强企业。下辖国家一级资质建筑公司、国家一级资质物业管理公司、甲级资质设计院等专业公司；涉及酒店、教育等多个行业。碧桂园是惠达股份现阶段最大的工程客户。惠达股份深挖大型房企客户潜力，与碧桂园集团合作逐步深入。	2009 年开始合作，公司通过投标的方式开始与碧桂园合作	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比例分别为 2.16%、5.66%、8.50%、7.58%。销售占比随着跟碧桂园合作的持续深入逐渐走高	否	碧桂园为工程客户，销售给碧桂园的同时即完成最终销售
3	WAHEEDSONS	2013、2014、2015、2016 年 1 至 6 月	WAHEEDSONS 是巴基斯坦最大的卫浴、瓷砖类的产品进口商之一，其卫浴类产品的进口额可以占到巴基斯坦总的卫浴类的进口额的 50%。在当地有一百五十多个经销商，三个主要城市设有仓库。2001 年 WAHEEDSONS 成为公司经销客户，其销售品牌应用惠达股份自主品牌，业务总量和贸易品种现逐年发展。	自 1999 年广交会结识，2000 年与惠达股份建立贸易往来	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比例分别为 2.36%、2.67%、3.45%、4.75%。巴基斯坦作为新兴发展中国家市场，卫浴市场空间较大，销售占比随着惠达品牌在当地的影响力增强而增加	否	WAHEEDSONS 通过其在巴基斯坦的分销渠道实现最终销售
4	ROYAL&CO.,LTD	2013、2014、	ROYAL&CO.,LTD 的前身是 1970 年成立于韩国首尔的皇家金属株式会社，主要从事水龙头五金器件开发，	从 2005 年开始合作，由原	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比	否	ROYAL 通过其在韩国的工程、零售、分销、电视销售、

		2015、2016 年 1 至 6 月	2009 年更名为乐雅株式会社，拥有韩国最大的“浴室展示馆”，在韩国建材行业排名前 5，在当地拥有水龙头厂、便盖水件厂。2005 年 ROYAL&CO.,LTD 成为公司经销客户，从公司购进卫生陶瓷并与其生产的五金件组合后出售，其中卫生陶瓷使用公司商标，其销售品牌为惠达股份与 ROYAL 联合品牌。	来韩国经销商介绍开始合作	例分别为 3.65%、3.29%、3.88%、4.23%。随着韩国终端消费市场工程订单的持续增多，ROYAL 的销售占比也随之增多		网销等多种渠道实现最终销售
5	高颖	2013、2014、2015、2016 年 1 至 6 月	高颖：女，1980 年 8 月 24 日出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。 2001 年 7 月 1 日入职惠达卫浴股份有限公司；2001 年 9 月至 2003 年 5 月驻派到惠达卫浴西安办事处为业务员；2003 年 5 月至 2005 年 12 月驻派到惠达股份济南办事处为业务员；2006 年 1 月至 2009 年为惠达股份济南地区直销处总代理；2010 年 1 月至今，为惠达股份济南地区经销商	原直销处转制	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比例分别为 1.57%、2.29%、2.15%、2.66%。2014 年较 2013 年占比增加主要是因为辖区内工程客户增长较快	否	通过分销、零售、工程、家装等渠道完成最终销售；经核查经销商进销存明细，报告期内采购惠达股份产品基本实现最终销售
6	李敬涛	2013、2014、2015、2016 年 1 至 6 月	李敬涛：男，1968 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理学硕士。 1991 年 7 月至 2009 年 12 月历任惠达股份采购部职员、采购部主管、销售部主管、西安直销处经理，2010 年 1 月至 2014 年 12 月任西北地区区域经理；2010 年 1 月至今，为惠达股份陕西地区经销商。	原直销处转制	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比例分别为 2.66%、2.66%、2.26%、2.14%。各年销售占比较为稳定	否	通过分销、零售、工程、家装等渠道完成最终销售；经核查经销商进销存明细，报告期内采购惠达股份产品基本实现最终销售
7	樊金永	2014、2015、2016 年 1 至 6 月	樊金永：男，1956 年 12 月 26 日出生中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。 1995 年 6 月 5 日至 1998 年在惠达股份供销科任职；1998 年至 2009 年在惠达股份天津办事处任职天津销售处总经理。2010 年 1 月至今，为惠达股份天津地区经销商。	原直销处转制	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比例分别为 0.92%、1.69%、1.49%、1.33%。2014 年较 2013 年占比增加主要是因为辖区内工程客户增长较快	否	通过分销、零售、工程、家装等渠道完成最终销售；经核查经销商进销存明细，报告期内采购惠达股份产品基本实现最终销售
8	韩宗涛	2013、2014、2015、2016 年 1 至 6 月	韩宗涛：男，1982 年 12 月 26 日出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。 1999 年 9 月 10 日至 2001 年 1 月 18 日惠达大连办事处任库房管理员；2001 年 1 月 18 日至 2007 年 3 月任广东办事处业务经理；2007 年 3 月至 2009 年 12 月任唐山销售处总经理。2010 年 1 至今，为惠达股份唐山地区经销商。	原直销处转制	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比例分别为 1.14%、1.34%、1.33%、1.34%。各销售占比较为稳定	否	通过分销、零售、工程、家装等渠道完成最终销售；经核查经销商进销存明细，报告期内采购惠达股份产品基本实现最终销售
9	刘东友	2016 年 1 至 6 月	刘东友：男，1971 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。	原直销处转制	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比	否	通过分销、零售、工程、家装等渠道完成最终销售；经核查

			1989 年 7 月至 2001 年 6 月为唐海县八农场场部公务员；2001 年 7 月至 2009 年 12 月于哈尔滨惠达股份办事处任副经理；2010 年 1 月至今，为惠达股份哈尔滨地区经销商。		例分别为 1.03%、1.08%、0.98%、1.15%。各年销售占比较为稳定		经销商进销存明细，报告期内采购惠达股份产品基本实现最终销售
10	Hankook	2016 年 1 至 6 月	Hankook 成立于 1943 年，是韩国生产生活瓷器的龙头企业，是韩国最大的陶瓷生产企业，是世界 3 大品牌之一。Hankook 在韩国本土有 7 家生产厂，在印尼有 5 家生产厂，产品定位在世界陶瓷高端市场，其产品远销美国、英国、法国等世界 50 多个国家。	从 2014 年下半年开始合作，由展交会上结识	2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比例分别为 0.56%、1.04%。随着合作的持续深入，销售占比持续增高	否	通过 Hankook 在韩国的分销、工程渠道完成最终销售
11	中信建设	2014	中信建设有限责任公司成立于 1986 年，为中国中信集团公司旗下从事国内外工程总承包及相关业务的全资子公司。公司致力于在 EPC 工程总承包、PPP、BOT 融资建设、项目管理等方面成为国内领先、国际知名的大型国际工程承包商。在中国对外工程承包企业中，公司新签合同额、完成营业额分别位居第 3 名、第 10 名。2011 年 8 月 29 日，中信建设有限责任公司入选中国建筑施工企业联合会评选的中国建筑 500 强，排名第 10 位。	从 2013 年开始合作，公司通过投标的方式开始与中信建设合作	2013、2014、2015 年销售额占营业收入比例分别为 0.21%、1.67%、0.70%。随着招标合同的推进和完成，每年销售占比有所波动。2016 年由于未中标未实现销售收入	否	中信建设为工程客户，销售给中信建设的同时即完成最终销售
12	刘洪义	2013	刘洪义：男，1971 年 2 月 1 日出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。 1990 年至 2006 年从事个体户经营；2006 年开始至 2009 年担任惠达股份保定销售处总经理；2010 年 1 月至今，为惠达股份保定地区经销商。	原直销处转制	2013、2014、2015、2016 年 1-6 月销售额占营业收入比例分别为 1.24%、1.09%、0.81%、1.01%。年销售占比较为稳定	否	通过分销、零售、工程、家装等渠道完成最终销售；经核查经销商进销存明细，报告期内采购惠达股份产品基本实现最终销售
13	宣庄一街村委会	2013	宣庄地处唐山市丰南区，惠达股份主要为其提供基础设施建筑服务。	公开渠道招标	2013 年销售额占营业收入比例分别为 1.21%	否	宣庄宣庄一街村委会为公司建筑工程客户，不涉及最终销售事宜
14	DELTA FAUCET COMPANY	2013	DELTA FAUCET COMPANY（得而达）成立于 1954 年,总部位于美国印第安纳波利斯(美国印第安纳州首府),是美国最大的家居及装饰集团 Masco（马兹科）公司的核心企业，年销售额超 10 亿美元。得而达产品秉承一贯的创新精神，以优越的品质与高雅的设计畅销于欧美。惠达股份与 DELTA 之间的合作模式主要为贴牌合作。	2012 年开始合作，通过自主开发建立合作关系	2013 年销售额占营业收入比例分别为 2.26%。由于 2014 年后，DELTA 更换了生产制造企业，未再合作	否	应用 DELTA 的品牌在 Homedepot 等超商完成最终销售
15	ALAQ	2014	在利比亚、突尼斯等国家从事卫浴建材产品销售，各主要城市有自己的分店，最大店面面积达 3000 平米，	从 2004 年开始合作，通过	2013、2014、2015 年销售额占营业收入比例分别为	否	通过 ALAQ 旗下的零售店和分销渠道完成最终销售

			总公司在的黎波里，是当地最大的卫浴建材贸易公司，资金实力雄厚。	突尼斯贸易公司渠道结识客户，2007年之后建立了稳定的合作关系	0.86%、1.24%、0.40%。2015、2016年由于利比亚国内局势比较动荡，销售收入下滑较快		
16	唐素梅	2015	唐素梅：女，1978年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。 2001年7月至2009年4月任职于惠达卫浴股份有限公司国内营销中心销售部经理；2009年5月至2010年1月任职惠达卫浴股份有限公司成都营销中心总经理，2010年1月至今，为惠达股份成都地区经销商。	原直销处转制	2013、2014、2015、2016年1-6月销售额占营业收入比例分别为0.67%、0.87%、1.29%、0.71%。各年销售占比较为稳定	否	通过分销、零售、工程、家装等渠道完成最终销售；经核查经销商进销存明细，报告期内采购惠达股份产品基本实现最终销售
17	王立广	2015	王立广：男，1978年3月出生，中国国籍，无境外永久居住权，中专学历。 1997年2月至2000年5月任惠达卫浴股份有限公司武汉直销处出纳；2000年8月至2004年4月任惠达卫浴股份有限公司福州直销处销售专员；2004年5月至2006年12月任惠达卫浴股份有限公司上海销售处经理；2007年1月至今，为惠达股份徐州、泰州地区经销商。	原直销处转制	2013、2014、2015、2016年1-6月销售额占营业收入比例分别为0.59%、1.08%、1.17%、0.71%。各年销售占比较为稳定	否	通过分销、零售、工程、家装等渠道完成最终销售；经核查经销商进销存明细，报告期内采购惠达股份产品基本实现最终销售

（五）发行人采购情况

1、公司采购管理制度

公司建立了较为健全的采购管理制度。公司采用长期采购与临时采购两种方式。对于用量大的原材料，与主要供应商建立了长期合作关系，议定长期价格；对于用量较小的辅料、包装材料，根据具体需求综合考虑价格、质量等因素实时采购。同时，公司建立了合格供应商名册，防止由于单个供应商出现突发事件影响公司正常生产。

生产物资由公司统一采购，除物资采购不适于采购部统一采购的子公司外，其它单位、部门和个人不得自行采购。公司采购关键环节控制制度如下：

（1）申请采购：公司执行计划采购制度，原材料采购按月编制采购计划，经主管副总审批后方可采购。

（2）选择供应商及审批：采购经办人员根据经批准的采购计划单进行询价，一般货比三家，将询价或议价结果及拟订“订购厂商”、“交货期限”与“报价有效期限”上报采购部长审核，主管副总审批确定供应商。对于大额工程物资、设备的采购，公司委托外部中介进行招标采购，采购部、生产部及采购主管副总经理参与议标，确定中标供应商。选择供应商以保证质量为前提，做到价位合理，尽量由生产厂家直接采购，减少中间环节，降低采购成本。

（3）合同审批：物资采购坚持合同管理，签订购货合同应按照公司合同管理制度报领导审核、签章后执行，未经审核、批准的合同属无效合同，不准进货。按照公司合同管理制度报批：年度框架性协议需报总经理审批；金额在 200 万元以下的主原料采购合同，由采购主管副总经理审批；金额在 200 万元以上的主原料采购合同，需报采购主管副总经理、财务负责人审核，总经理审批。

（4）订购货物：采购经办人员接到经核准的“采购单”后应以“订购单”向厂商订购，并以电话或传真确定交货（到货）日期。

（5）验收与入库：购入物资验收入库之前，应先进入待验区，按照检验标准严格检验。原料须进行外观检验及化学分析等，检验合格方可入库；对水分超标的，仓库主管按标准折算重量后与送货员签字确认；对于化学分析不合格的原料，质检通知采购部联系供应商退货。

物资验收入库时，保管员要亲自同交货人办理交接手续，对照送货单、计划

采购单等核对清点物资名称、规格型号、数量等是否一致。购入材料数量验收准确后，保管员凭发票所开列的名称、型号、数量存放就位，并按照规定向有关部门报账。

（6）财务对账：每月末，财务部将应付账款余额表交给采购部，采购部对照实际支付情况进行核对，发现异常的，及时查找原因，或供应商对账核实。采购部根据实际需要，可对与供应商应付账款余额有差异的，不定期的进行对账核实。

2、公司主要原材料及其供应情况

（1）公司主要原材料基本情况

卫生陶瓷产品主要原材料分为泥原料、釉原料、模具原料和包装材料，其中泥原料主要包括长石、高岭土、瓷石和粘土等；釉原料主要包括硅酸锆粉、石英粉、色料和陶瓷熔块等；模具原料主要是石膏粉。

五金洁具产品主要原材料包括铜锭、铜棒和铜管等铜材。

浴缸、淋浴房产品主要原材料包括复合板、树脂、亚克力板和钢化玻璃等。

浴室柜产品主要原材料包括木料、多层板、油漆和银镜等。

陶瓷砖产品主要原材料分为泥原料、釉原料、模具原料和包检材料，其中泥原料主要包括叶蜡石、地石、硅灰石和净化泥等；釉原料主要包括熔块等；模具原料主要包括石膏粉等；包检材料主要包括纸箱等。

（2）公司主要原材料采购情况

报告期内，公司主要原材料采购金额及占原材料采购总额比例的情况如下：

名称	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
原纸材料	4,676.67	16.29	9,763.30	15.28	9,535.69	14.31	6,720.71	10.89
泥原料	2,833.47	9.87	6,257.56	9.79	5,730.91	8.60	6,204.70	10.05
釉原料	1,540.15	5.36	3,670.17	5.74	3,670.06	5.51	4,875.18	7.90
铜锭	644.45	2.24	1,703.64	2.67	2,537.47	3.81	2,523.17	4.09
智能坐便盖	4,047.66	14.10	3,316.08	5.19	2,705.21	4.06	1,757.63	2.85
油漆	902.64	3.14	1,811.76	2.84	1,781.08	2.67	2,063.15	3.34
水件	707.61	2.46	2,603.97	4.08	1,813.53	2.72	910.84	1.48
石膏粉	630.27	2.19	1,325.13	2.07	1,361.02	2.04	1,349.06	2.19
聚丙烯	447.05	1.56	2,615.41	4.09	2,494.24	3.74	2,573.50	4.17
按钮	222.97	0.78	645.16	1.01	746.19	1.12	602.31	0.98

花洒	425.54	1.48	817.51	1.28	734.03	1.10	674.30	1.09
楸木规格料	288.90	1.01	682.57	1.07	707.45	1.06	652.62	1.06
亚克力板	12.73	0.04	415.23	0.65	524.72	0.79	309.11	0.50
包装材料	298.00	1.04	858.82	1.34	1,133.71	1.70	1,210.30	1.96
铜棒	148.85	0.52	519.33	0.81	113.97	0.17	563.48	0.91
把手	219.10	0.76	603.73	0.94	600.91	0.90	474.35	0.77
树脂	115.39	0.40	429.44	0.67	714.97	1.07	569.61	0.92
复合板	111.78	0.39	600.85	0.94	620.58	0.93	719.02	1.17
建筑混凝土	38.58	0.13	554.87	0.87	519.22	0.78	386.57	0.63
铝合金	-	-	45.97	0.07	392.53	0.59	454.70	0.74
建筑钢材	1.15	0.00	132.43	0.21	322.26	0.48	470.14	0.76
阀芯	168.79	0.59	419.56	0.66	538.91	0.81	370.38	0.60
钢化玻璃	-	-	80.58	0.13	267.46	0.40	553.85	0.90
聚甲醛	268.72	0.94	379.91	0.59	442.46	0.66	489.74	0.79
合计	**18,750.47**	**65.30**	**40,252.98**	**63.00**	**40,008.55**	**60.05**	**37,478.42**	**60.74**

报告期内，公司主要原材料采购单价情况如下：

主要原材料名称	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
原纸材料（元/吨）	2,131.33	2,146.29	2,169.90	2,237.75
泥原料（元/吨）	284.92	280.42	288.04	274.64
釉原料（元/吨）	2,214.34	1,991.47	2,036.05	1,718.39
铜锭（元/千克）	25.72	28.73	32.80	35.33
智能坐便器便盖(元/个)	1,196.08	1,248.81	1,147.44	1,060.47
油漆类（元/公斤）	18.86	18.51	18.37	18.90
水件（元/个）	32.06	35.62	37.09	33.43
石膏粉（元/吨）	495.81	495.59	502.39	493.38
聚丙烯（元/吨）	7,954.65	7,380.57	9,907.01	9,871.77
按钮（元/个）	1.88	2.07	2.20	1.36
花洒（元/个）	19.30	18.94	21.04	20.39
楸木规格料(元/立方米)	5,341.60	6,161.72	6,502.13	5,452.57
亚克力板（元/公斤）	20.15	21.80	22.62	22.81
包装材料（元/件）	0.88	1.12	1.01	1.20
铜棒（元/千克）	24.86	29.34	31.83	35.20
把手（元/个）	6.83	6.52	6.36	5.46
树脂（元/公斤）	12.68	11.80	12.18	12.57
复合板（元/公斤）	14.99	16.80	17.00	16.87
建筑混凝土(元/立方米)	270.73	257.19	276.13	139.08
铝合金（元/公斤）	-	18.80	18.78	18.66
建筑钢材（元/吨）	1,822.73	2,410.94	3,414.09	3,659.15

阀芯（元/个）	4.85	4.98	6.15	4.33
钢化玻璃（元/平方米）	-	50.63	57.21	55.47
聚甲醛（元/吨）	13,108.50	8,673.65	9,832.50	12,033.01

上表中采购价格为当期该类原材料采购金额除以采购数量，每类原材料明细品种较多，平均单价变动是材料数量结构及单价波动共同影响所致，不完全代表每一具体原材料单价的实际变动。

3、公司主要能源及其供应情况

（1）公司主要能源基本情况

公司使用的主要能源为焦炉煤气、天然气、原煤、电和水等，主要能源均从唐山本地及周边采购，供应充足且价格稳定。公司焦炉煤气主要从达丰焦化采购；天然气主要从冀东天然气采购；原煤主要从唐山兆璐商贸有限公司采购；电主要从唐山市丰南区电力管理局采购；水主要从唐山市丰南区水务局采购。除主要能源外，公司还采购少量氧气、乙炔气、压缩天然气等其他能源。

（2）公司主要能源采购情况

报告期内，公司主要能源采购金额及占比情况如下：

主要能源	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
焦炉煤气	1,726.91	36.34	3,559.53	31.56	4,114.06	36.69	3,463.24	36.42
天然气	523.91	11.02	1,173.31	10.40	1,148.61	10.24	918.83	9.66
原煤	32.08	0.68	813.91	7.22	695.42	6.20	259.97	2.73
电	2,434.19	51.22	5,677.70	50.34	5,169.12	46.10	4,802.61	50.51
水	29.40	0.62	42.20	0.37	68.90	0.61	50.40	0.53
其他[注]	5.59	0.12	10.94	0.10	16.32	0.15	13.15	0.14
合计	**4,752.08**	**100.00**	**11,277.60**	**100.00**	**11,212.43**	**100.00**	**9,508.20**	**100.00**

【注】其他能源包括氧气和乙炔气等。

报告期内，公司主要能源采购单价稳定，平均单价如下表所示：

主要能源	单位	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
焦炉煤气	元/立方米	0.35	0.35	0.35	0.31
天然气	元/立方米	2.63	2.93	2.99	2.50
原煤	元/吨	422.21	533.11	478.58	509.94
电	元/度	0.54	0.55	0.55	0.55
水	元/吨	1.40	1.40	1.17	0.70

4、公司原材料供应商情况

报告期内，公司前十名原材料供应商采购情况如下：

年度	供应商名称	金额（万元）	占比（%）	采购内容
2016 年 1-6 月	浙江怡和卫浴有限公司	4,016.37	13.99	智能便盖
	天津市裕达工贸有限公司	1,238.00	4.31	原纸
	禹州市利诚物资贸易有限公司/博爱县柏山鑫地陶瓷原料厂	916.99	3.19	沁阳土、河南瓷石
	厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司	796.72	2.77	水件
	唐山市丰南区盛达纸业有限公司	755.35	2.63	原纸
	淄博大华纸业有限公司	719.24	2.50	原纸
	唐山市长润发装饰材料有限公司	714.52	2.49	油漆
	秦皇岛沅泰纸业有限公司	713.66	2.49	原纸
	玉田县顺发实业有限公司	689.68	2.40	原纸
	赵立新	570.63	1.99	佳洁球土等材料
	合计	11,131.17	38.76	
2015 年度	厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司	3,176.13	4.97	水件
	浙江怡和卫浴有限公司	2,359.04	3.69	智能便盖
	天津市裕达工贸有限公司	2,218.89	3.47	原纸
	中国石化化工销售有限公司天津经营部	2,010.21	3.15	聚丙烯
	赵立新	1,929.93	3.02	佳洁球土等材料
	唐山市丰南区盛达纸业有限公司	1,739.57	2.72	原纸
	北京长润发材料科技有限公司	1,514.77	2.37	油漆
	开平市加西亚卫浴有限公司/开平市康谷卫浴五金实业有限公司	1,479.05	2.31	五金洁具配件
	淄博大华纸业有限公司	1,460.87	2.29	原纸
	广西广益铜业科技有限公司	1,382.40	2.16	铜锭
	合计	19,270.85	30.16	
2014 年度	厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司	2,718.76	4.08	水件
	中国石化化工销售有限公司天津经营部	2,176.06	3.27	聚丙烯
	赵立新	1,872.25	2.81	佳洁球土等材料
	玉田县顺发实业有限公司	1,673.54	2.51	原纸

	广西广益铜业科技有限公司	1,564.93	2.35	铜锭
	北京长润发材料科技有限公司	1,458.04	2.19	油漆
	安新县金丰有色金属熔炼有限公司	1,438.06	2.16	五金洁具配件
	天津市裕达工贸有限公司	1,400.17	2.10	原纸
	开平市加西亚卫浴有限公司	1,391.77	2.09	五金洁具配件
	唐山国泰纸业有限公司	1,296.95	1.95	原纸
	合计	16,990.53	25.50	
2013 年度	唐山贺祥硅酸锆厂	2,453.67	3.98	锆英石
	中国石化化工销售有限公司天津经营部	2,158.95	3.50	聚丙烯
	厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司	1,735.74	2.81	水件
	北京长润发涂料有限公司	1,575.19	2.55	油漆
	赵立新	1,533.85	2.48	紫木节等材料
	安新县金丰有色金属熔炼有限公司	1,172.85	1.90	五金洁具配件
	郓城县顺兴木业有限公司	1,065.58	1.73	多层板
	广西广益铜业科技有限公司	1,037.25	1.68	铜锭
	开平市加西亚卫浴有限公司/开平市康谷卫浴五金实业有限公司	925.08	1.50	五金洁具配件
	博爱县柏山鑫地陶瓷原料厂	910.90	1.48	沁阳土、河南瓷石
	合计	14,569.05	23.60	-

公司主要向前十名原材料供应商采购智能便盖、泥原料、原纸材料、水件和五金洁具配件等，报告期内前十名原材料供应商采购额占比不断提高，主要是因为：①2013 年-2015 年，公司产量稳步提升，原材料采购需求随之提高，采购原材料，公司主要向长期供应商加大采购量，因此公司前十名供应商的采购额占比逐渐提升；②2016 年 1-6 月，随着公司在智能卫浴领域采取适当低价策略，公司智能卫浴产品销量大幅度增长，公司向浙江怡和卫浴有限公司采购智能便盖金额大幅度提高，带动前十名供应商采购额占比大幅提升。

5、公司能源供应商情况

报告期内，公司能源供应商的采购情况如下表所示：

年度	供应商名称	金额（万元）	占比（%）	采购内容
2016 年 1-6 月	国网冀北唐山市丰南区供电公司	2,434.19	51.22	电
	达丰焦化	1,726.91	36.34	焦炉煤气

	冀东天然气	292.51	6.16	天然气
	唐山市丰南燃气有限公司	231.40	4.87	天然气
	赵立新	32.08	0.67	原煤
	唐山市丰南区水务局	29.40	0.62	水
	唐山市丰南区大新庄镇景山氧气厂	4.69	0.10	乙炔气
	唐山市丰南区西葛镇氧气厂	0.90	0.02	氧气
	合计	4,752.08	100.00	
2015 年度	国网冀北唐山市丰南区供电公司	5,677.70	50.35	电
	达丰焦化	3,559.53	31.56	焦炉煤气
	冀东天然气	1,082.07	9.59	天然气
	赵立新	813.91	7.22	原煤
	唐山市丰南燃气有限公司	91.24	0.81	天然气
	唐山市丰南区水务局	42.20	0.37	水
	唐山市丰南区大新庄镇景山氧气厂	9.01	0.08	乙炔气
	唐山市丰南区西葛镇氧气厂	1.93	0.02	氧气
	合计	11,277.59	100.00	
2014 年度	国网冀北唐山市丰南区供电公司	5,169.12	46.10	电
	达丰焦化	4,114.06	36.69	焦炉煤气
	冀东天然气	1,012.38	9.03	天然气
	赵立新	695.42	6.20	原煤
	唐山市丰南燃气有限公司	136.23	1.22	天然气
	唐山市丰南区水务局	68.90	0.61	水
	玉田县兴海乙炔气厂	14.16	0.13	乙炔气
	唐山市丰南区西葛镇氧气厂	2.16	0.02	氧气
	合计	11,212.43	100.00	
2013 年度	国网冀北唐山市丰南区供电公司	4,802.61	50.51	电
	达丰焦化	3,463.24	36.42	焦炉煤气
	冀东天然气	823.96	8.67	天然气
	赵立新	259.97	2.73	原煤
	唐山市丰南燃气有限公司	94.87	1.00	天然气
	唐山市丰南区水务局	50.40	0.53	水
	玉田县兴海乙炔气厂	10.85	0.11	乙炔气
	唐山市丰南区西葛镇氧气厂	2.30	0.02	氧气
	合计	9,508.20	100.00	

报告期内，公司的能源供应商稳定，焦炉煤气主要从达丰焦化采购；天然气主要从冀东天然气采购；原煤主要从唐山兆璐商贸有限公司采购；电主要从唐山

市丰南区电力管理局采购；水主要从唐山市丰南区水务局采购。除主要能源外，公司还采购少量氧气、乙炔气、压缩天然气等其他能源。

6、公司外协加工情况

（1）公司外协采购总体情况

随着公司品牌影响力的提升及渠道的拓展，公司瓷砖、五金洁具、浴室柜等产品的销售量增长迅速。为满足市场需求，优化产能结构，公司部分产品通过外协加工方式生产。报告期内，公司外协采购总体情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
陶瓷砖	6,902.19	43.77	11,211.82	38.50	10,001.11	42.29	13,679.39	55.65
五金洁具	6,335.49	40.18	11,814.08	40.57	10,383.66	43.91	8,925.96	36.31
浴室柜、木箱	797.19	5.06	1,919.56	6.59	1,475.68	6.24	1,695.23	6.90
卫生陶瓷	880.04	5.58	2,011.07	6.91	192.95	0.82	86.08	0.35
浴缸浴房	831.81	5.28	1,612.07	5.54	1,172.72	4.96	1.03	-
其他	20.93	0.13	554.03	1.90	423.94	1.79	194.11	0.79
合计	15,767.66	100.00	29,122.63	100.00	23,650.06	100.00	24,581.80	100.00

公司外协采购主要以陶瓷砖和五金洁具产品为主。陶瓷砖和五金洁具产品的采购，占报告期内外协采购金额的 75%以上，其余外协采购产品为浴室柜和木箱、卫生陶瓷产品中的温水洗净便盖和智能便盖、简易淋浴房等产品。

2014 年陶瓷砖产品外协采购的金额与占比均出现大幅下降，主要原因为：公司于 2014 年初完成了内墙砖生产线窑炉升级改造，使内墙砖的产能大幅增长，内墙砖生产转变为自主生产模式为主，只有小部分大型内墙砖外协生产，使得 2014 年陶瓷砖外协比例较上年大幅降低。

2014 年浴缸浴房产品外协采购金额与占比出现大幅上升，主要原因为：在 2014 年之前，公司浴缸浴房以自产和外购半成品再加工的方式进行生产，外购产成品的比例较低，但外购半成品再加工的成本与直接外购产成品的成本基本一致，因此 2014 年起公司放弃了外购半成品再加工的生产模式，开始大规模外协采购产成品，使得 2014 年浴缸浴房类产品外协比例较上年明显上升。

2015 年卫生陶瓷产品外协采购金额与占比大幅上升，主要原因为：公司外协采购的卫生陶瓷产品主要为智能便盖产品，2015 年是智能卫浴概念得到广泛普及的一年，随着消费者对智能卫浴产品认可程度不断提高，其市场需求不断扩大，

公司相应加大了智能卫浴产品的外协采购力度。

（2）公司主要外协采购供应商情况

①发行人前五名外协采购供应商情况

报告期内，发行人前五名外协采购供应商的采购情况如下：

期间	序号	供货商名称	金额（万元）	占比（%）	采购内容
2016年1-6月	1	佛山市合新创展陶瓷有限公司	1,662.12	10.54	陶瓷砖
	2	佛山市高明区新粤丰建材有限公司	1,654.88	10.50	陶瓷砖
	3	广东天弼陶瓷有限公司	1,466.32	9.30	陶瓷砖
	4	安新县鑫晟有色金属加工有限公司	1,325.45	8.41	五金洁具
	5	开平市天鸿建材有限公司	913.31	5.79	淋浴器
	合计		7,022.08	44.53	
2015年度	1	佛山市高明区新粤丰建材有限公司	3,226.44	11.08	陶瓷砖
	2	安新县鑫晟有色金属加工有限公司	2,525.13	8.67	五金洁具
	3	佛山市合新创展陶瓷有限公司	1,995.55	6.85	陶瓷砖
	4	宜家木业	1,815.95	6.24	浴室柜
	5	珠海威锦卫浴设备有限公司	1,275.42	4.38	淋浴器
	合计		10,838.49	37.22	
2014年度	1	高要市将军陶瓷有限公司	2,262.38	9.57	陶瓷砖
	2	佛山市高明区新粤丰建材有限公司	1,968.91	8.33	陶瓷砖
	3	安新县金丰有色金属熔炼有限公司	1,836.25	7.76	五金洁具
	4	宜家木业	1,809.64	7.65	浴室柜
	5	佛山市合新创展陶瓷有限公司	1,705.74	7.21	陶瓷砖
	合计		9,582.92	40.52	
2013年度	1	高要市将军陶瓷有限公司	5,272.76	21.45	陶瓷砖
	2	淄博碧玉建筑陶瓷有限公司	1,840.47	7.49	陶瓷砖
	3	佛山市合新创展陶瓷有限公司	1,833.85	7.46	陶瓷砖
	4	佛山市豪帮陶瓷有限公司	1,804.09	7.34	陶瓷砖
	5	宜家木业	1,791.57	7.29	浴室柜
	合计		12,542.74	51.02	

【注】发行人向宜家木业外协采购产成品和浴室柜配件，上表中仅包含发行人采购产成品金额，因此与本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”之“（一）经

常性关联交易”披露的与宜家木业关联交易的金额存在差异。

②各类外协产品主要外协采购供应商情况

A、陶瓷砖产品外协情况

年度	外协单位名称	采购内容	外协数量（平方米）	金额（万元）	占陶瓷砖外协金额比例
2016 年 1-6 月	佛山市合新创展陶瓷有限公司	抛光砖	344,944	1,662.12	24.08%
	佛山市高明区新粤丰建材有限公司	抛光砖、全抛釉	441,608	1,654.88	23.98%
	广东天弼陶瓷有限公司	抛光砖、全抛釉	386,588	1,466.32	21.24%
	淄博佳汇建陶有限公司	全抛釉	101.095	382.90	5.55%
	合 计	-		**5,166.22**	**74.85%**
2015 年	佛山市高明区新粤丰建材有限公司	抛光砖、全抛釉	785,943	3,226.44	28.78%
	佛山市合新创展陶瓷有限公司	仿古砖、抛光砖	632,839	1,995.55	17.80%
	广东天弼陶瓷有限公司	抛光砖、全抛釉	218,010	858.45	7.66%
	佛山市雄创陶瓷有限公司	抛光砖	323,549	723.54	6.45%
	淄博金狮王科技陶瓷有限公司	仿古砖、抛光砖	226,785	661.19	5.90%
	佛山市南海区广维创展装饰砖有限公司	抛光砖	177,106	452.72	4.04%
	合 计			**7,917.89**	**70.62%**
2014 年	高要市将军陶瓷有限公司	抛光砖、内墙砖	676,709	2,262.38	22.62%
	佛山市高明区新粤丰建材有限公司	抛光砖	492,072	1,968.91	19.69%
	佛山市合新创展陶瓷有限公司	抛光砖	673,104	1,705.74	17.06%
	四川华益瓷业有限责任公司	内墙砖	327,167	584.12	5.84%
	广东天弼陶瓷有限公司	抛光砖	120,068	576.36	5.76%
	合 计			**7,097.51**	**70.97%**
2013 年	高要市将军陶瓷有限公司	抛光砖、内墙砖	1,552,341	5,272.76	38.55%
	淄博碧玉建筑陶瓷有限公司	抛光砖	685,126	1,840.47	13.45%
	佛山市合新创展陶瓷有限公司	仿古砖、抛光砖	738,152	1,833.85	13.41%
	佛山市豪帮陶瓷有限公司	抛光砖	452,033	1,804.09	13.19%
	合 计			**10,751.17**	**78.59%**

B、五金洁具产品外协情况

年度	外协单位名称	采购内容	外协数量（件）	金额（万元）	占五金洁具外协金额比例
2016 年 1-6 月	安新县鑫晟有色金属加工有限公司	角阀、洗衣机龙头	1,156,137	1,325.45	20.92%
	开平市天鸿建材有限公司	直管淋浴器、面盆龙头	43,123	913.31	14.42%
	珠海威锦卫浴设备有限公司	直管淋浴器、明杆淋浴龙头	19,045	559.98	8.84%
	开平格林卫浴实业有限公司	浴巾架、花洒组件	75,778	368.59	5.82%
	鹤山市佳好家卫浴实业有限公司	直管淋浴器、金色淋浴器	10,944	299.65	4.73%
	厦门吉科卫浴有限公司	明杆淋浴龙头	7,202	263.67	4.16%
	佛山市顺德区邦克厨卫实业有限公司	不锈钢水槽	11,901	243.74	3.85%
	开平市尚泰卫浴实业有限公司	直管淋浴器、厨房龙头	10,944	229.61	3.62%
	开平市三瑞卫浴有限公司	面盆龙头、直管淋浴器	9,727	221.92	3.50%
	泉州日美卫浴有限公司	洗衣机龙头	134,293	200.71	3.17%
	合 计	-		**4,626.62**	**73.03%**
2015 年	安新县鑫晟有色金属加工有限公司	角阀、洗衣机龙头	2,302,313	2,525.13	21.37%
	珠海威锦卫浴设备有限公司	直管淋浴器	41,139	1,275.42	10.80%
	开平市三瑞卫浴有限公司	直管淋浴器、面盆龙头	29,303	669.98	5.67%
	江门市三力卫浴实业有限公司	明杆淋浴器、面盆龙头	66,923	663.40	5.62%
	开平市尚泰五金制品有限公司	直管淋浴器、厨房龙头	28,118	590.21	5.00%
	开平市加西亚卫浴有限公司	直管淋浴器、面盆龙头	22,154	583.20	4.94%
	开平市潮湾卫浴实业有限公司	冲洗阀	47,765	469.40	3.97%
	厦门英仕卫浴有限公司	直管淋浴器	16,449	358.52	3.03%
	泉州日美卫浴有限公司	洗衣机龙头	234,842	336.41	2.85%
	开平市华标卫浴有限公司	直管淋浴器、金色淋浴器、厨房龙头	12,958	320.73	2.71%

	开平市朝升卫浴有限公司	大便冲洗阀、小便冲洗阀	47,687	311.32	2.64%
	开平格林卫浴实业有限公司	花洒组件、五金四件套	62,440	292.76	2.48%
	合 计			**8,396.47**	**71.07%**
2014 年	安新县金丰有色金属熔炼有限公司	角阀、洗衣机龙头	1,415,931	1,836.25	17.68%
	江门市三力卫浴实业有限公司	明杆淋浴器、面盆龙头、毛巾架	111,576	1,052.03	10.13%
	开平市加西亚卫浴有限公司	直管淋浴器	31,278	1,015.97	9.78%
	鹤山市尚泰五金制品有限公司	直管淋浴器、厨房龙头	28,481	704.50	6.78%
	开平市水口镇新达水暖器材厂	直管淋浴器	53,735	480.65	4.63%
	开平市东歌卫浴实业有限公司	明杆淋浴器、面盆龙头	43,877	419.74	4.04%
	开平市华标卫浴有限公司	直管淋浴器	18,941	407.95	3.93%
	开平市水口镇中原水暖铸造厂	直管淋浴器	12,367	383.08	3.69%
	开平市三瑞卫浴有限公司	直管淋浴器、面盆龙头	16,591	371.75	3.58%
	福建西河卫浴科技有限公司	直管淋浴器	21,646	357.96	3.45%
	南安市利达五金工业有限公司	洗衣机龙头	234,884	300.24	2.89%
	合 计			**7,330.13**	**70.59%**
2013 年	鹤山市三力卫浴实业有限公司	明杆淋浴器、五金四件套	175,769	1,559.10	17.47%
	安新县金丰有色金属熔炼有限公司	角阀、短下水	1,053,408	1,379.35	15.45%
	开平市华标卫浴有限公司	直管淋浴器	23,388	564.26	6.32%
	开平市水口镇尚雅卫浴制品厂	直管淋浴器、浴巾架	58,440	482.35	5.40%
	鹤山市尚泰五金制品有限公司	直管淋浴器	15,386	406.15	4.55%
	开平市三瑞卫浴有限公司	面盆龙头、直管淋浴器	16,368	364.58	4.08%
	开平市加西亚卫浴有限公司	面盆龙头、直管淋浴器、淋浴龙头	12,831	324.96	3.64%
	开平市潮湾卫浴实业有限公司	冲洗阀	35,992	318.03	3.56%
	开平市朝升卫浴有限公司	冲洗阀	48,728	307.77	3.45%

	南安市利达五金工业有限公司	洗衣机龙头、角阀	233,300	292.58	3.28%
	台州何沃贸易有限公司	面盆龙头、厨房龙头	25,430	244.44	2.74%
	开平市水口镇新达水暖器材厂	直管淋浴器	7,292	226.22	2.53%
	合 计			**6,469.79**	**72.48%**

C、其他类产品外协情况

年度	外协单位名称	采购内容	外协数量（件）	金额（万元）	占其他类产品外协金额比例
2016 年 1-6 月	宜家木业	浴室柜、木箱	44,823	851.48	33.66%
	NCM CO,LTD	温水洗净便座	6,900	515.24	20.37%
	浙江怡和卫浴有限公司	温水洗净便座、智能便盖	5,412	357.65	14.14%
	佛山市南海区罗村镇舒盛卫生洁具厂	简易淋浴房	6,070	351.51	13.89%
	合 计			**2,075.89**	**82.05%**
2015 年	宜家木业	浴室柜、木箱	9,217	1,815.95	29.79%
	浙江怡和卫浴有限公司	温水洗净便座、智能便盖	13,802	1,101.47	18.07%
	NCM CO,LTD	温水洗净便座、智能便盖	12,370	828.52	13.59%
	佛山市南海区罗村镇舒盛卫生洁具厂	简易淋浴房	10,105	616.49	10.11%
	合 计			**4,362.43**	**71.55%**
2014 年	宜家木业	仿古柜、浴室柜	24,448	1,809.64	55.42%
	宁波欧贝特卫浴有限公司	简易淋浴房	7,599	441.58	13.52%
	北京北方鼎盛淋浴房加工有限公司	简易淋浴隔断、简易淋浴房	4,531	247.30	7.57%
	合 计			**2,498.52**	**76.52%**
2013 年	宜家木业	浴室柜、浴室镜	28,685	1,791.57	90.65%
	合 计			**1,791.57**	**90.65%**

（3）外协加工所占的比例和形成的成本

报告期内，公司外协加工数量占公司产量的比例、外协加工总金额占主营业务成本的比例如下：

项目		2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
卫生陶瓷	外协加工量（万件）	2.16	4.23	1.97	2.16

项目		2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
	自产产量（万件）	368.10	847.50	737.52	731.53
	外协采购量比例	0.58%	0.50%	0.27%	0.30%
五金洁具	外协加工量（万件）	173.92	336.40	288.34	225.93
	自产产量（万件）	118.68	260.05	218.55	163.93
	外协采购量比例	59.44%	56.40%	56.88%	57.95%
浴室柜	外协加工量（万件）	1.14	2.14	1.18	2.57
	自产产量（万件）	27.84	51.36	57.75	57.14
	外协采购量比例	3.93%	4.00%	2.00%	4.30%
陶瓷砖	外协加工量（万平方米）	216.52	376.44	336.08	458.93
	自产产量(万平方米)	122.35	214.52	204.83	83.15
	外协采购量比例	63.87%	63.70%	62.13%	84.66%
浴缸浴房	外协加工量（万件）	1.19	2.23	1.99	-
	自产产量（万件）	2.26	5.64	6.94	7.89
	外协采购量比例	34.29%	28.34%	22.28%	-
外协加工费总额（万元）		15,767.66	29,122.63	23,650.06	24,581.80
占主营业务成本比例		20.78%	17.73%	15.49%	17.80%

【注】上表列示的五金洁具产品外协加工量和自产产量数据与本节“四、发行人主营业务情况”之“（四）发行人销售情况”之“1、发行人产品的产能、产量及销量情况”披露数据存在差异，主要由于统计口径不同。发行人存在大量单位价值较低，而外协加工量和自产产量较高的五金洁具小件产品，本节“四、发行人主营业务情况”之“（四）发行人销售情况”为反映发行人主要产品的产量，在统计时将上述五金洁具小件产品剔除。

公司的生产模式以自主生产为主，外协加工生产为辅，报告期内公司外协加工成本总额占主营业务成本比例稳定在 15-20%之间。具体到各个细分产品，卫生陶瓷、浴室柜和浴缸浴房产品外协加工比例较小，五金洁具产品外协加工产量占总产量 50%-60%左右（主要由于公司外协加工大量单位价值较低、数量较大的洗衣机龙头产品），陶瓷砖产品外协加工产量占总产量比例达 60%以上。

（4）外协成本和自主生产成本的对比

公司外协采购主要以陶瓷砖和五金洁具产品为主，以下就该两类产品自产和外协成本做对比分析：

①陶瓷砖产品外协成本和自产成本的对比

公司陶瓷砖产品分为仿古砖、内墙砖和抛光砖三大类。目前仿古砖和抛光砖全部外协生产，内墙砖主要为自主生产，少部分外协生产。

2016 年 1-6 月陶瓷砖各细分产品自产成本与外协成本对比如下：

产品类别	自产成本			外协成本		
	数量（平方米）	金额（万元）	单位成本（元）	数量（平方米）	金额（万元）	单位成本（元）
仿古砖	-	-	-	405,968	1,273.00	31.36
内墙砖	1,223,546	2,261.91	18.49	225,539	623.69	27.65
抛光砖	-	-	-	1,526,457	4,890.64	32.04
砖配件等	-	-		7,221	114.87	159.07
合计	**1,223,546**	**2,261.91**	**18.49**	**2,165,185**	**6,902.19**	**31.88**

2015 年陶瓷砖各细分产品自产成本与外协成本对比如下：

产品类别	自产成本			外协成本		
	数量（平方米）	金额（万元）	单位成本（元）	数量（平方米）	金额（万元）	单位成本（元）
仿古砖	-	-	-	674,289	1,775.14	26.33
内墙砖	2,145,234	4,335.80	20.21	479,001	893.27	18.65
抛光砖	-	-	-	2,593,820	8,250.59	31.81
砖配件等	-	-	-	17,320	292.82	169.07
合计	**2,145,234**	**4,335.80**	**20.21**	**3,764,430**	**11,211.82**	**29.78**

2014 年陶瓷砖各细分产品自产成本与外协成本对比如下：

产品类别	自产成本			外协成本		
	数量（平方米）	金额（万元）	单位成本（元）	数量（平方米）	金额（万元）	单位成本（元）
仿古砖	-	-	-	753,785	2,092.35	27.76
内墙砖	2,048,330	4,769.46	23.28	363,030	807.09	22.23
抛光砖	-	-	-	2,244,010	7,101.67	31.65
砖配件等	-	-	-	-	-	-
合计	**2,048,330**	**4,769.46**	**23.28**	**3,360,825**	**10,001.11**	**29.76**

2013 年陶瓷砖各细分产品自产成本与外协成本对比如下：

产品类别	自产成本			外协成本		
	数量（平方米）	金额（万元）	单位成本（元）	数量（平方米）	金额（万元）	单位成本（元）
仿古砖	-	-	-	705,398	1,787.90	25.34
内墙砖	831,489	1,855.76	22.32	1,130,662	2,918.79	25.81
抛光砖	-	-	-	2,753,195	8,972.70	32.59
砖配件等	-	-	-	-	-	-
合计	**831,489**	**1,855.76**	**22.32**	**4,589,255**	**13,679.39**	**29.80**

A、自主生产模式单位成本变化趋势

报告期内，内墙砖自主生产单位成本呈现下降趋势，主要由于随着生产规模

的扩大、技术工艺的成熟和生产人员操作水平不断提高，内墙砖的自主生产逐渐产生规模效应，使得单位成本持续降低。

B、外协生产模式单位成本变化趋势

2013 年-2015 年，公司内墙砖的外协单位成本呈现下降趋势，主要原因为：公司 2014 年初完成内墙砖生产线窑炉升级改造后，外协采购量大幅减少，且主要采购 Q03317、Q03318、DM30317、Q03357 等较低端产品；2015 年国家标准《陶瓷砖》（GB/T 4100-2015）公布后，外协企业按照要求研制了强度和吸水率等技术指标不变、厚度减少的内墙砖产品，内墙砖生产耗用泥原料减少，使得内墙砖外协单位成本进一步降低。

2016 年 1-6 月，仿古砖外协单位成本较 2015 年上升 5.03 元/平方米，增幅为 19.10%，主要原因为：公司 2016 年开始向碧桂园等大型房企大规模供应仿古砖，该类企业对于产品质量要求较高，且通常会要求公司提供经过切割、拼花等加工后的产品，因此公司需额外要求外协企业进行切割、拼花等加工工序，导致仿古砖外协单位成本的有所增加；

2016 年 1-6 月，内墙砖外协单位成本较 2015 年上升 9 元/平方米，增幅为 48.26%，主要原因为：公司内墙砖主要在山东淄博外协生产，山东省 2016 年上半年进行了大规模的环保检查专项行动，外协企业只能开启一半的窑炉进行生产，其总体生产成本大幅上升，占公司 2016 年内墙砖外协采购金额约 50%的 Q48018 和 Q08728 两种型号产品的单位成本均增加了 20%左右，且由于该两种内墙砖相比于其他产品单位成本高 50%以上，因此外协单位成本出现较大增长。

C、陶瓷砖产品外协定价公允性分析

在公司的陶瓷砖产品中，只有内墙砖既存在自主生产又存在外协生产。除 2016 年由于山东省环保检查专项行动的原因造成外协内墙砖单位成本出现较大上升，造成自产和外协单位成本差异较大外，2013 年-2015 年内墙砖自主生产和外协生产单位成本差异较小，其主要原因为：全国陶瓷砖生产集中于广东和山东两个地区，市场竞争激烈，技术工艺较为透明，生产成本变化较小，公司多年来向各外协厂商采购陶瓷砖产品，可较为准确估算出外协厂商的生产成本，加之公司也自主生产内墙砖产品，对于各类内墙砖产品的生产成本和工艺流程较为熟悉，公司主要根据自主生产的单位成本和市场价格与外协企业协商定价。因此，公司陶瓷砖类产品外协价格费用定价公允，不存在利益输送情形。

③ 五金洁具产品外协成本和自产成本的对比

在五金洁具的六大类产品中，直管淋浴器、水龙头类、洁具小件和洗槽类产品公司既自主生产也通过外协采购，直管淋浴器、水龙头类产品自产和外协采购金额的比例约为 60%和 40%，洁具小件和洗槽类产品自产和外协采购金额大致相同。公司浴室挂件和冲洗阀类产品全部委托外协生产，并不自主生产。

2016 年 1-6 月 五金洁具各细分产品自产成本与外协成本对比如下：

产品类别	自产成本			外协成本		
	数量（件）	金额（万元）	单位成本（元）	数量（件）	金额（万元）	单位成本（元）
直管淋浴器	90,220	2,575.59	285.48	79,291	2,593.95	327.14
水龙头类	221,474	2,142.02	96.72	520,352	1,615.26	31.04
洁具小件	870,860	964.76	11.08	1,020,075	1,159.86	11.37
浴室挂件	-	-	-	74,170	465.51	62.76
冲洗阀	-	-	-	26,548	175.26	66.02
洗槽类	4,277	83.94	196.26	18,776	325.66	173.44
合计	**1,186,831**	**5,766.31**	**48.59**	**1,739,212**	**6,335.49**	**36.43**

2015 年度五金洁具各细分产品自产成本与外协成本对比如下：

产品类别	自产成本			外协成本		
	数量（件）	金额（万元）	单位成本（元）	数量（件）	金额（万元）	单位成本（元）
直管淋浴器	182,549	6,183.41	338.73	128,560	4,026.89	313.23
水龙头类	595,404	6,665.05	112.01	825,328	3,164.79	38.35
洁具小件	1,804,615	2,105.91	11.67	2,123,309	2,552.32	12.02
浴室挂件	-	-	-	177,938	997.12	56.04
冲洗阀	-	-	-	91,659	758.23	82.72
洗槽类	17,909	455.37	254.27	17,252	314.72	182.43
合计	**2,600,477**	**15,409.74**	**59.26**	**3,364,046**	**11,814.08**	**35.12**

2014 年度五金洁具各细分产品自产成本与外协成本对比如下：

产品类别	自产成本			外协成本		
	数量（件）	金额（万元）	单位成本（元）	数量（件）	金额（万元）	单位成本（元）
直管淋浴器	153,743	5,191.00	337.64	98,171	3,221.34	328.14
水龙头类	600,861	7,065.30	117.59	816,052	2,817.35	34.52
洁具小件	1,419,111	1,745.20	12.30	1,602,956	1,812.96	11.31
浴室挂件	-	-	-	249,126	1,283.63	51.53
冲洗阀	-	-	-	79,631	591.83	74.32
洗槽类	11,811	344.69	291.84	37,461	656.55	175.26
合计	**2,185,526**	**14,346.19**	**65.64**	**2,883,397**	**10,383.66**	**36.01**

2013 年度五金洁具各细分产品自产成本与外协成本对比如下：

产品类别	自产成本			外协成本		
	数量（件）	金额（万元）	单位成本（元）	数量（件）	金额（万元）	单位成本（元）
直管淋浴器	118,918	4,351.96	365.96	68,351	2,140.77	313.20
水龙头类	456,042	5,466.54	119.87	731,922	2,844.10	38.86
洁具小件	1,034,285	1,545.96	14.95	1,086,050	1,323.19	12.18
浴室挂件	-	-	-	264,135	1,542.28	58.39
冲洗阀	-	-	-	84,819	641.16	75.59
洗槽类	30,018	810.41	269.98	23,973	434.46	181.23
合计	**1,639,263**	**12,174.87**	**74.27**	**2,259,250**	**8,925.96**	**39.51**

A、自主生产模式单位成本变化趋势

报告期内，公司自主生产的四类五金洁具类产品中，除洁具小件产品单位生产成本基本保持稳定外，直管淋浴器、水龙头和洗槽类产品的单位生产成本总体呈下降趋势，其中 2016 年 1-6 月下降最为明显。主要原因为：报告期内，五金洁具原材料和配件市场价格下降，加之公司议价能力增强，除铜锭采购价格下降外，花洒弯管、花洒软管等多种配件的采购价格也有不同程度下降，导致公司自产五金洁具产品单位成本下降。

B、外协生产模式单位成本变化趋势

报告期内，公司六大类五金洁具产品均存在外协采购。直管淋浴器、洗槽类、洁具小件、浴室挂件类产品外协采购单位成本基本保持稳定，水龙头和冲洗阀类产品单位成本波动较大。

a、水龙头类产品

水龙头类产品外协采购的单位成本由 2015 年的 38.35 元，下降至 2016 年 1-6 月的 31.04 元，主要原因为：公司 2016 年扩大了与海尔集团洗衣机业务的合作，造成外协采购洗衣机龙头占外协采购水龙头类产品的比例由 2015 年的 33.93%上升至 2016 年的 45.39%，洗衣机龙头的单位成本只有约 15 元，因此使得 2016 年单位成本有较大下降。除洗衣机龙头外，2015 年和 2016 年 1-6 月水龙头类产品外协采购的平均成本分别为 122.92 元和 120.89 元，差异较小。

b、冲洗阀类产品

冲洗阀类产品外协采购的单位成本由 2014 年的 74.32 元上升至 2015 年的 82.72 元，主要原因为：公司外协采购 HDK906B 脚踏大便冲洗阀的比例由 2014 年的 16%上升至 2015 年的 23%，HDK906B 脚踏大便冲洗阀的单位成本较其他产品平均成本高约 50%，造成 2015 年冲洗阀类产品的单位成本有较大提升。

冲洗阀类产品外协采购的单位成本由 2015 年的 82.72 元降低至 2016 年的 66.02 元，主要原因为：公司采购 HDK813 小便冲洗阀的比例由 2015 年的 8%上升至 2015 年的 16%，HDK813 小便冲洗阀的单位成本相对较低，平均为 48.72 元，造成 2016 年冲洗阀类产品的单位成本有所下降。

C、五金洁具自主生产与外协生产单位成本对比

对于公司既有自主生产又有外协生产的直管淋浴器、水龙头类、洁具小件和洗槽类产品，除洁具小件类产品各年度自产和外协单位成本均较为接近外，其余三类产品均存在差异，其具体原因如下：

a、直管淋浴器类产品

报告期内，直管淋浴器产品的自产单位成本经历了 2013 年高于外协单位成本、2014 年和 2015 年与外协单位成本持平到 2016 年低于外协单位成本的过程，主要原因为：公司多年来不断加强供应商采购管理，原材料和配件的采购价格逐年下降，使得自产产品单位成本报告期内下降明显。报告期内，公司外协采购直管淋浴器型号较为相似，单位成本未发生重大变化。综合以上因素，导致了公司直管淋浴器自产单位成本相较于外协成本由高到低的变化趋势。

b、水龙头类产品

水龙头类产品自产和外协单位成本存在较大差异，主要原因为：公司每年外协采购大量单位成本较低的洗衣机龙头和快开龙头，洗衣机龙头和快开龙头的单位成本只有约为 15 元，远低于公司其他水龙头类产品，而公司每年洗衣机龙头和快开龙头的采购金额占水龙头类产品外协采购金额的 30%-40%左右，造成水龙头类产品外协采购的单位成本远低于自主生产的单位成本。除洗衣机龙头和快开龙头外，水龙头类产品自主生产和外协采购的单位成本较为接近，具体如下表：

年份	自产成本			外协成本		
	数量（个）	金额（万元）	单位成本（元）	数量（个）	金额（万元）	单位成本（元）
2016 年 1-6 月	207,519	2,107.07	101.53	68,576	829.04	120.89
2015 年	586,546	6,652.99	113.43	153,208	1,883.31	122.92
2014 年	574,835	6,982.22	121.46	157,474	1,615.38	102.58
2013 年	423,246	5,368.51	126.84	136,063	1,872.33	137.61

c、洗槽类产品

报告期内，洗槽类产品自产单位成本均高于外协单位成本，主要原因为：公司对于自产和外协的产品定位有所差异，单位成本较高的水槽洗碗槽套装产品主

要由公司自主生产。占自产总成本 20%以上的“HDSC8822E-T 套装”、“HDSC8813-T 套装”、“HDSC8830-2-T 套装”等几款套装产品的单位成本可达到约 400 元，而外协采购占比较大的“HDSC8706E 不锈钢水槽”、“HDSC8825 不锈钢水槽”、“HDSC8828 不锈钢水槽”和“HDSC8702 不锈钢水槽”几款产品的单位成本均在 200-300 元左右，因此洗槽类产品自主生产单位成本较高。

D、五金洁具产品外协定价公允性分析

公司根据各产品规格、型号测算出外协产五金洁具产品的材料成本，以及根据工序、工时测算相应的人工费用，并考虑损耗率、报废率、折旧等制造费用后，与外协供应商协商确定采购价格。总体而言，公司自产单位成本略高于外协单位成本，其主要原因如下：a、公司五金洁具类产品种类繁多，自主生产及外采产品种类差异较大，自主生产产品主要定位中端市场，外协采购产品定位于中端和低端市场；b、公司五金洁具外协厂商主要集中于广东珠海、开平和泉州等地，该地区是中国五金产品主要生产基地，产业集中度极高，遍布于该地区的五金生产厂商产量较大，设备和人力的利用率较高，能够形成有效的规模效应，从而降低生产成本；c、公司为绝大部分员工缴纳了社会保险，外协厂商在社保问题的规范程度上较为欠缺，因此公司的人工成本较外协厂商不具备优势。因此，公司五金洁具类产品外协价格费用定价公允，不存在利益输送情形。

（5）公司控制外协产品质量的具体措施及产品质量责任分摊

①公司控制外协产品质量的具体措施

A、公司对公司各部门在外协加工中的不同职责作出了较为详细的规定，由采购部作为外协加工过程管控的责任部门。该部门组织相关部门收集备选外协企业的信息，包括：外协企业的规模、信誉、主要生产类别、生产工艺、设备能力、产品质量证明材料、合法经营证书等，负责编写《合格供应商名录》，并定期对合格的供方进行评审。采购部根据销售计划和公司生产计划提出外协申请，外协申请由主管销售的副总经理进行审核。

B、公司向外协企业派驻管理人员，对外协企业产品的生产进行全程跟踪。公司管理人员在对产品进行全程质量监控时，如发现某一工段作业（或技术参数）偏离标准，应及时通知外协企业，以确保产品生产的质量受控。

C、公司建立生产过程中对板制度，在批量委托加工前，技术部门和品质管理部门对外协部件进行检验，合格后小批量试用，继而进行批量生产。品管部根

据检验规范对部件进行后续日常检验。

D、公司对外协企业所生产的产品进行全面检验时，检测 率保证在 95%以上。

②公司与外协方关于产品质量责任分摊的具体安排

A、公司派驻的管理人员应根据双方协商的质量标准、图纸和技术参数进行质量验收，若发现不合格产品应及时通知外协企业，外协企业应在接到通知后的两个工作日内或者双方协商确定的时间内将不合格产品全部调换，如一个批次产品经抽查不合格率达到 3%，公司有权要求外协企业调换本批次所有产品，或有权解除合同，并由外协企业承担因此给甲方造成的损失。

B、自外协企业交付至公司之日起，产品保修期为 24 个月，保修期内发生以下情况经双方确认后，产品退回至外协企业调换，运费由外协企业自行承担：a、保修期内同一故障连续 2 次无法修复的；b、不合格产品；c、非订单产品。

C、如遇公司客户投诉，无论产品是否有质量问题，均由公司先行处理，外协企业再会同公司共同对余下库存进行检测分析，根据双方所协定的质量标准协调处理。

（6）募集资金项目实施后对生产模式的影响

①公司目前各类产品的生产模式

A、卫生陶瓷产品是公司的核心产品，报告期内平均占主营业务收入约 60%左右。公司绝大多数卫生陶瓷产品均为自主生产，仅外协采购智能便盖等产品，外协比例很小。

B、报告期内，五金洁具产品平均占公司主营业务收入约 15%左右，中端及高端产品由公司自主生产，部分中端和低端产品外协采购，自主生产和外协采购比例分别约为 60%和 40%。

C、公司陶瓷砖产品主要分为仿古砖、内墙砖和抛光砖三类，其中仿古砖和抛光砖全部通过外协采购，内墙砖以自主生产为主。报告期内，公司陶瓷砖产品外协比例较大，可达到 60%以上的比重。

D、浴室柜和浴缸浴房产品以自主生产为主，外协采购的比例较低，报告期内平均为 10%-20%左右。

②募集资金项目实施后对生产模式的影响

公司本次募集资金将用于实施年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目、年产 300 万平方米全抛釉砖生产线、营销网络建设、信息化建设项目、研发设计中心建设

项目以及补充流动资金和偿还银行贷款。其中“年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目”和“年产 300 万平方米全抛釉砖生产线”为生产线扩建项目，其对生产模式的影响如下：

A、年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目对生产模式的影响

年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目建成后，主要生产连体坐便器、分体坐便器、智能坐便器、蹲便器、配套水箱和盆类等卫生陶瓷产品，预计新增产能共 280 万件/年，能有效地满足市场对公司卫生陶瓷类产品的需求，提高公司的生产效率及技术装备水平，增强公司的盈利能力和整体竞争力。该项目的建设是对公司现有生产线产能的有效扩充。本次扩建项目产品大部分为公司核心产品，拥有自己的核心技术及完整的生产工艺，公司已熟练掌握该类产品的生产工艺技术，具备批量生产的技术水平与经验。由于公司绝大多数卫生陶瓷类产品均为自产，该项目实施后不会使卫生陶瓷类产品的生产模式发生变化。

B、年产 300 万平方米全抛釉砖生产线项目对生产模式的影响

年产 300 万平方米全抛釉砖生产线预计投入 11,810 万元人民币建设一条全抛釉砖生产线。目前，公司陶瓷砖产品产能有限，不能有效的满足市场需求，因此公司每年均要从外协厂商处采购大量的陶瓷砖来补充现有产能的不足。该项目建成后主要生产 800*800 全抛釉砖，预计生产能力为 300 万平米/年，将进一步完善公司现有的产品线，缓解陶瓷砖的产能瓶颈，符合公司业务发展的需求。

目前公司陶瓷砖产品外协加工生产比例约占 70%，自主生产比例约为 30%。在该项目实施后，陶瓷砖自主生产比例将提高到约 60%。但由于全抛釉砖与内墙砖的技术工艺较为接近，且公司目前内墙砖已基本实现自主生产，相关生产人员储备充足，熟悉陶瓷砖生产主要采用的“一次烧成工艺”、“釉下彩全抛釉生产工艺”及“喷墨印花上色技术”等技术工艺，因此公司实施年产 300 万平方米全抛釉砖生产线不存在重大技术瓶颈，在人员、技术等方面准备充分，不存在重大不确定性。

（六）发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方及持有发行人 5%以上股份的股东在前五大客户和供应商中所占权益的情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方及持有公司 5%以上股份的股东在供应商中所占权益情况如下表所示：

关联方	公司名称	注册资本	持有权益情况
董化忠之子董子军、王彦庆之妻孙丽萍、王彦庆之女王佳、王彦庆之妻弟孙成国、王彦庆之连襟赵祥启、王彦伟	贺祥机电	3,500万元	董化忠之子董子军持0.29%；王彦庆之妻孙丽萍持0.34%；王彦庆之女王佳持0.34%；王彦庆之妻弟孙成国持0.31%；王彦庆之连襟赵祥启持64.46%；王彦伟持0.34%。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方及持有公司 5%以上股份的股东未在公司报告期内的前五大供应商和客户中持有权益。

（七）发行人环境保护和安全生产情况

1、环境保护情况

（1）主要污染物及治理

本公司及子公司在生产过程中产生的污染物如下表所示：

序号	公司	噪音	废气	固体废弃物	废水
1	惠达股份	有	有	有	有
2	惠美陶瓷	有	有	有	有
3	惠联陶瓷	有	有	有	有
4	惠达洁具	有	有	有	有
5	艾尔斯	有	有	有	有
6	时尚家具	有	有	有	有
7	惠达油品	无	无	无	无
8	惠达世研	无	无	无	无
9	惠达建筑	无	无	无	无
10	永乐惠达	无	无	无	无

公司生产过程中的主要污染源和污染物包括废气、废水、噪音及固体废弃物，公司对于主要污染源和污染物采取了有效的控制和治理措施，具体如下：

①废气。公司主要大气污染物为料场扬尘、破碎工序产生的粉尘、热风炉废气、施釉废气、隧道窑废气及锅炉烟气。公司对于料场粉尘的防治措施为针对不同物料通过洒水、加盖防尘罩、罩棚堆放及建设防风抑尘墙等；对于破碎工序产生的粉尘通过加装布袋式除尘器抑尘；热风炉及隧道窑均采用焦炉煤气，燃料中 H_2S 和烟尘浓度较低，监测达标后排放；施釉工序中产生的废气经水浴除尘器进行处理，处理达标后排放。

②废水。公司主要废水污染源包括生产废水和生活废水，其中生产废水包括

生产工序废水、冲洗地坪水、锅炉排水、水浴除尘器排水等。公司对于生产废水与初级处理后的生活污水经厂内废水处理站处理后，部分回用，其余排入市污水处理站，达标后排放。

③噪音。公司主要噪声源包括破碎机、球磨机、除尘风机、鼓风机等设备。公司主要噪声源设备均放置于室内，同时公司从设备选型上尽量选择噪声低、振动小的设备；并通过在风机的进出风口加装消声器降噪。

④固体废弃物。公司固体废弃物主要包括生产过程中产生的废瓷品、沉淀釉料、污水处理站污泥、废石膏模型等。公司对于废瓷品回收后碾碎作为原材料使用；对于沉淀釉料回收后重新配比用作釉料生产；对于污水处理站回收的污泥作为墙地砖原材料使用；对于废石膏模型销售给水泥厂作为原材料。

（2）公司环保投入

公司历来重视环境保护工作，近年更是加大了对环境保护的投入。公司环保设施主要包括污水处理站、除尘设备设施、环保数据采集及监测设备。公司主要产品生产线都配置了污水处理站，包括卫生陶瓷、瓷砖、浴缸浴房、五金洁具、橱柜木门及纸箱生产线共计 6 座污水处理站，2013 年公司对污水处理站进行了升级改造，大大增强了污水处理能力。

报告期内，公司环保投入主要包括环保排污费、环保工程设施折旧、环保辅助材料，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
环保排污费	25.84	111.21	88.17	80.53
环保设施折旧	102.70	231.49	209.06	106.85
辅助材料	39.33	99.53	86.73	59.86
合计	**167.87**	**442.23**	**383.96**	**247.24**
占主营业务收入比例	0.16%	0.20%	0.18%	0.13%

2016 年 1 至 6 月环保排污费较以往年度下降较多，主要原因为：2015 年及以前年度当地环保局按照全部排污设备满负荷运转的统一费用收取排污费，自 2016 年起改由企业根据实测浓度自行申报环保排污费。由于公司大部分锅炉等需要排放废气的设施均为厂房供暖设备，3 月至 10 月基本处于停运状态，所以环保排污费较以往年度有较大幅度的降低。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司关键环保设备成新率及用途如下表所示：

单位：万元

序号	环保设备名称	所属公司	原值	净值	成新率	用途
1	污水处理站	惠达股份	768.11	573.17	74.62%	废水处理设施
2	锅炉除尘器	惠达股份	158.29	136.76	86.40%	废气过滤设施
3	脉冲布袋式除尘器	惠达股份	42.55	29.43	69.17%	废气过滤设施
4	合裙边除尘设备	惠达股份	38.09	37.78	99.21%	废气过滤设施
5	防风抑尘网	惠达股份	33.49	27.13	81.02%	废气处理设施
6	集尘设备	惠达洁具	68.54	33.92	49.48%	废气处理设施
7	电镀污水处理车间	惠达洁具	44.39	22.84	51.45%	废水处理设施
8	污水处理设备	惠达洁具	40.38	7.81	19.35%	废水处理设施
9	脉冲袋式除尘器	惠达洁具	32.91	18.84	57.27%	废气处理设施
10	污水处理池	时尚家具	191.02	168.80	88.37%	废水处理设施
11	实木车间除尘设备	时尚家具	85.46	43.07	50.35%	废气处理设施
12	板式车间除尘设备	时尚家具	62.94	30.58	48.58%	废气处理设施
13	科技园排污水管道工程	时尚家具	44.34	32.76	73.87%	废水处理设施
14	污水处理设备	时尚家具	29.91	22.34	74.67%	废水处理设施
15	污水处理站	艾尔斯	71.71	39.76	55.44%	废水处理设施
16	污水处理工程	惠联陶瓷	198.01	64.35	32.50%	废水处理设施
17	废泥回收池	惠联陶瓷	24.92	16.44	65.98%	废水处理设施
	合计	**-**	**1,935.06**	**1,305.78**	**67.48%**	**-**

公司环保设施性能较高，综合成新率良好，可以较好的支持公司废水、废气的处理需求。报告期内环保相关费用成本、环保设施折旧费及环保排污费与处理公司生产经营场所产生的污染物相匹配。

（3）环境保护认证

公司先后取得了《环境管理体系认证证书》和《职业健康安全管理体系认证证书》，遵循相关管理体系要求。公司制定了《质量、环境、职业健康安全手册》，并在生产经营活动中严格执行。

报告期内，环保监测部门向公司及其子公司出具环境监测报告如下表所示：

序号	公司	报告
1	惠达股份	2013 年 5 月 3 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2013）第 424 号《监测报告》，确认惠达股份产生的废水、废气监测结果均为达标
		2014 年 5 月 23 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2014）第 417 号《监测报告》，确认惠达股份产生的废水、废气监测结果均为达标
		2015 年 3 月 31 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2015）第 512 号《监测报告》，确认惠达股份产生的废水、废气监测结果均为达标
		2016 年 4 月 17 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2016）第 121 号《监测报告》，确认惠达股份产生的废水、废气监测结果均为达标
2	惠美陶瓷	2012 年 12 月 20 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2012）第 445 号《监测报告》，确认惠美陶瓷产生的废水、废气监测结果均为达标
		2014 年 5 月 15 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2014）第 111 号《监测报告》，确认惠美陶瓷产生的废水、废气监测结果均为达标
		2015 年 3 月 31 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2015）第 116 号《监测报告》，确认惠美陶瓷产生的废水、废气监测结果均为达标
		2016 年 4 月 17 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2016）第 121 号《监测报告》，确认惠美陶瓷产生的废水、废气监测结果均为达标
3	惠联陶瓷	2013 年 5 月 3 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2013）第 423 号《监测报告》，确认惠联陶瓷产生的废水、废气监测结果均为达标
		2014 年 5 月 15 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2014）第 110 号《监测报告》，确认惠联陶瓷产生的废水、废气监测结果均为达标
		2015 年 3 月 31 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2015）第 214 号《监测报告》，确认惠联陶瓷产生的废水、废气监测结果均为达标
		2016 年 4 月 17 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2016）第 227 号《监测报告》，确认惠联陶瓷产生的废水、废气监测结果均为达标
4	艾尔斯	2013 年 5 月 2 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2013）第 114 号《监测报告》，确认艾尔斯产生的废水、废气监测结果均为达标
		2014 年 5 月 21 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2014）第 218 号《监测报告》，确认艾尔斯产生的废水、废气监测结果均为达标
		2015 年 4 月 1 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2015）第 308 号《监测报告》，确认艾尔斯产生的废水、废气监测结果均为达标
		2016 年 4 月 15 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2016）第 228 号《监测报告》，确认艾尔斯产生的废水、废气监测结果

		均为达标
5	惠达洁具	2013 年 5 月 29 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2013）第 432 号《监测报告》，确认惠达洁具产生的废水、废气监测结果均为达标
		2014 年 7 月 7 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2014）第 525 号《监测报告》，确认惠达洁具产生的废水、废气监测结果均为达标
		2015 年 7 月 27 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2015）第 527 号《监测报告》，确认惠达洁具产生的废水、废气监测结果均为达标
6	时尚家具	2013 年 11 月 30 日，唐山市丰南区环境监测站出具编号为 2012030034U 的《建设项目竣工环境保护验收监测表》，确认时尚家具已按照环评批复要求落实，且产生的废气、废水、污染物排放总量均为达标
		2013 年 11 月 28 日，唐山市丰南区环境监测站出具丰字（2014）第 413 号《监测报告》，确认时尚家具产生的废水、废气监测结果均为达标
		2015 年 8 月 25 日，唐山市丰南区环境监测站出具《监测报告》，确认时尚家具产生的废水、废气监测结果均为达标

综上，公司及其子公司对在生产过程中产生的污染物，采取了有效的污染处理措施，经环保监测部门检测，结果均为达标或合格，公司有关污染处理的相关环保设施运转正常有效。

（4）不存在重大环保污染事故或重大环保处罚

报告期内，公司未发生任何环保事故，也未因环保问题受到有关环保部门的处罚。公司当地环境保护部门于 2014 年 7 月出具了《关于惠达卫浴股份有限公司首次上市环境保护核查情况的函》，证明公司及子公司能够遵守国家有关环境保护的法律、法规，生产经营符合环境保护要求，不存在因违反环境保护法律、法规而遭受行政处罚的情形。公司未发生过任何环境污染集体性投诉或群体性事件。公司亦不存在因环保问题受到行政处罚而产生的额外支出。

2、安全生产

（1）报告期公司安全生产情况

公司根据我国安全生产的有关要求，建立了安全生产管理制度，实行安全生产责任制。公司总经理是安全生产第一责任人，各部门负责人担负各自的安全生产职责，职工积极参加安全生产教育。

报告期内，公司未发生重大安全生产事故，也未因安全生产问题受到有关部门的处罚。当地安全生产监督管理部门出具了证明文件，证明公司及子公司已经依法取得安全生产所需的全部批准和许可，符合国家及地方有关安全生产法律、

法规和规范性的规定，在报告期内未发生重大违法违规行为，亦不存在因重大违法违规行为受到行政处罚的情形。

（2）安全生产费用的形成原因和具体内容

公司子公司惠达建筑和惠达油品属于《企业安全生产费用提取和使用管理办法》（以下简称《管理办法》）规定的高危行业企业，其中惠达建筑属于建筑工程施工企业，惠达油品属于危险品生产与存储企业。除此之外，公司及其他子公司所处行业不属于高危行业。

依据《管理办法》的规定，报告期内公司安全生产费计提和使用情况如下：

单位：万元

项目	2013 年度			
	期初余额	当期计提	当期使用	期末余额
惠达油品	92.28	67.32	-	159.60
惠达建筑	907.44	-	-	907.44
合计	**999.72**	**67.32**	**-**	**1,067.04**

单位：万元

项目	2014 年度			
	期初余额	当期计提	当期使用	期末余额
惠达油品	159.60	-	-	159.60
惠达建筑	907.44	-	13.02	894.43
合计	**1,067.04**	**-**	**13.02**	**1,054.03**

单位：万元

项目	2015 年度			
	期初余额	当期计提	当期使用	期末余额
惠达油品	159.60	-	5.05	154.55
惠达建筑	894.43	-	-	894.43
其他	-	-	-	-15.46
合计	**1,054.03**	**-**	**5.05**	**1,033.52**

【注】其他项主要系对控股子公司唐山市丰南区惠达油品有限公司在合并报表层面计算安全生产费计提影响的少数股东权益金额调整（2013 年、2014 年未在合并层面进行调整）。

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月			
	期初余额	当期计提	当期使用	期末余额
惠达油品	154.55	-	0.30	154.25
惠达建筑	894.43	-	-	894.43
其他	-15.46	-	-	-15.43
合计	**1,033.52**	**-**	**0.30**	**1,033.25**

（3）安全生产费用专项储备的会计处理方法

资产负债表日，惠达油品和惠达建筑按照《管理办法》规定的比例计提专项储备并确认相关成本费用。

根据《管理办法》第十四条规定：中小微型企业和大型企业上年末安全费用结余分别达到本企业上年度营业收入的 5%和 1.5%时，经当地县级以上安全生产监督管理部门、煤矿安全监察机构与财政部门同意，企业本年度可以缓提或者少提安全费用。惠达油品和惠达建筑属于中小微企业，报告期内成品油销售业务和建设工程业务的安全生产费用结余均已达到《管理办法》中规定的上年度营业收入的 5%，且公司已于 2014 年 6 月 25 日取得了唐山市丰南区安全生产监督管理局出具的《核准通知书》,《核准通知书》注明由于惠达油品和惠达建筑的安全生产费用结余金额已达到上年度营业收入的 5%，可不再提取安全生产费用。综上所述，报告期内公司安全生产专项储备已按规定足额计提，具体测算结果如下：

单位：万元

项目	测算期间			
	2016 年 1-6 月份	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、收入	4,812.19	7,409.81	11,127.39	18,735.37
上年成品油业务收入	1,766.67	2,551.23	3,044.72	3,192.07
上年建设工程业务收入	3,045.52	4,858.58	8,082.67	15,543.30
二、计提限额测算				
中小微企业（5%)	5%	5%	5%	5%
惠达油品	88.33	127.56	152.24	159.60
惠达建筑	152.28	242.93	404.13	777.16
三、期末专项储备余额				
惠达油品	154.25	154.55	159.60	159.60
惠达建筑	894.43	894.43	894.43	907.44
四、应补提安全生产费				
惠达油品	-	-	-	-
惠达建筑	-	-	-	-

【注】测算所用各期收入与报告披露收入差异主要系合并抵消所致。

（4）报告期公司安全生产费用使用情况

报告期内公司安全生产费用使用情况如下：

项目	发生日期	凭证号	金额（元）	备注
油品公司付尹卫生油气回收施工费	2015-1-31	记-0041	39,999.96	与费用相关
油品公司付山东南昌工程设计有限公司河北分公司油气回收设计费	2015-1-31	记-0042	10,500.00	与费用相关
油品公司付河北科环安全评价有限公	2016-3-31	记-0090	3,000.00	与费用相关

项目	发生日期	凭证号	金额（元）	备注
司安全评价费				
建筑公司 280 万生产一期支领密目网	2014-4-20	转-0026	18,900.00	与费用相关
建筑公司280万生产一期支领安全网、安全帽等	2014-4-20	转-0044	111,250.00	与费用相关
合计			**183,649.96**	

公司申报期使用的安全生产经费 18.36 万元均属于费用性支出，在实际使用时直接冲减专项储备。

五、发行人主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备、运输工具等。截至 2016 年 6 月 30 日，公司主要固定资产价值情况如下：

单位：万元

类别	原值	折旧年限	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	92,145.84	10-35 年	24,139.29	15.26	67,991.30
机器设备	66,096.73	5-30 年	30,158.69	84.22	35,853.82
运输工具	1,831.75	4-6 年	1,497.87	-	333.88
电子及办公设备	2,163.70	3-10 年	1,705.26	0.03	458.41
其他设备	2,147.53	4-11 年	1,858.02	0.68	288.83
合计	**164,385.55**		**59,359.13**	**100.18**	**104,926.24**

1、公司主要生产设备

（1）公司主要生产设备情况

截至 2016 年 6 月 30 日，惠达股份主要生产设备情况如下：

序号	固定资产	数量	单位	成新率
1	窑炉	17	条	46.79%
2	高压成型机	61	台	48.94%
3	输送线	35	条	83.25%
4	球磨机	121	台	42.12%
5	施釉机械手	43	台	62.22%
6	注塑机	38	台	31.48%
7	起吊线	109	条	67.95%
8	瓦楞纸板生产线	2	条	44.67%
9	热风炉	34	台	63.04%
10	锅炉	12	台	89.14%

序号	固定资产	数量	单位	成新率
11	煤气管道	1	条	16.96%
12	搅拌机	302	台	43.30%
13	印花机	13	台	62.85%
14	半成品周转车	2,646	辆	71.70%
15	油压机	15	台	22.31%
16	吊链提升线	40	条	76.26%
17	全自动液压机	1	台	81.02%
18	开槽机	4	台	6.25%
19	取坯机械手	1	台	63.64%

（2）惠联陶瓷主要生产设备情况

截至 2016 年 6 月 30 日，惠联陶瓷主要生产设备情况如下：

序号	固定资产	数量	单位	成新率
1	窑炉	7	条	42.97%
2	施釉机械手	12	台	28.45%
3	热风炉	11	台	31.90%
4	球磨机	41	台	15.87%
5	吊链提升线	42	条	63.58%
6	高压成型机	1	台	75.51%
7	污水处理设备	1	台	31.75%
8	施釉移裁机	1	台	75.51%
9	空气压缩系统	1	套	19.75%
10	模型成型系统	1	套	75.51%

（3）艾尔斯主要生产设备情况

截至 2016 年 6 月 30 日，艾尔斯主要生产设备情况如下：

序号	固定资产	数量	单位	成新率
1	球磨机	14	台	10.00%
2	高压成型机	11	台	10.00%
3	窑炉	2	条	10.00%
4	热风炉	7	台	34.71%
5	机械手	10	台	61.07%

（4）惠美陶瓷主要生产设备情况

截至 2016 年 6 月 30 日，惠美陶瓷主要生产设备情况如下：

序号	固定资产	数量	单位	成新率
1	窑炉	1	条	10.00%

序号	固定资产	数量	单位	成新率
2	吊链提升线	25	条	67.24%
3	锅炉	2	台	10.00%
4	球磨机	9	台	10.00%

（5）惠达洁具主要生产设备情况

截至 2016 年 6 月 30 日，惠达洁具主要生产设备情况如下：

序号	固定资产	数量	单位	成新率
1	电镀生产线	2	条	59.03%
2	液压拉伸机	5	台	61.22%
3	CNC 立式加工设备	8	台	49.37%
4	地源热泵机组	1	组	65.96%
5	水龙头组装线	9	条	52.75%
6	低压铸造设备	1	台	49.37%
7	高精度强力架冲床	9	台	57.27%
8	数控车床	19	台	39.04%
9	数显龙门铣床	1	台	62.80%
10	重力铸造机	4	台	32.04%
11	龙门式滚镀锌自动线	1	台	81.79%

（6）时尚家具主要生产设备情况

截至 2016 年 6 月 30 日，时尚家具主要生产设备情况如下：

序号	固定资产	数量	单位	成新率
1	封边机	11	台	51.85%
2	砂光机	15	台	56.88%
3	地源热泵机组	1	组	64.96%
4	数控加工设备	3	台	46.75%
5	UV 辊涂线	1	条	47.78%
6	面漆房	27	间	61.17%
7	排钻	12	台	49.78%

2、公司房屋建筑物情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及子公司的房产情况如下：

序号	产权证号	建筑面积（平方米）	座落位置	用途	登记时间	所有权
1	丰南区房权证黄各庄镇字第201201142号	6,422.78	丰南区黄各庄镇黄各庄三村	工业	2012.7.31	惠达股份
2	丰南区房权证黄各庄镇字第201201148号	267,584.40	丰南区黄各庄镇河涧路西	工业	2012.7.31	惠达股份
3	房权证兴庆区字第2014001636号	113.86	兴庆区新华东街南侧友爱中	商业	2014.1.15	惠达股份

序号	产权证号	建筑面积（平方米）	座落位置	用途	登记时间	所有权
			心路西侧隆鑫综合市场5号楼12号商业房			
4	房权证兴庆区字第2014001637号	113.86	兴庆区新华东街南侧友爱中心路西侧隆鑫综合市场5号楼11号商业房	商业	2014.1.15	惠达股份
5	房权证兴庆区字第2014001638号	113.86	兴庆区新华东街南侧友爱中心路西侧隆鑫综合市场5号楼3号商业房	商业	2014.1.15	惠达股份
6	房权证兴庆区字第2014001639号	113.86	兴庆区新华东街南侧友爱中心路西侧隆鑫综合市场5号楼4号商业房	商业	2014.1.15	惠达股份
7	秦皇岛市房权证秦房字第000050270号	240.36	海港区和平大街158-1号	商业	2012.8.16	惠达股份
8	京房权证兴字第096847号	2,882.00	大兴区西红门路28号1至4层全部	商业	2012.10.19	惠达股份
9	唐山房权证路北（里）字第505001265号	276.47	路北区大里路103号	商业	2012.11.5	惠达股份
10	唐山房权证路北（里）字第505001266号	269.79	路北区大里路105号	商业	2012.11.5	惠达股份
11	丰南区房权证黄各庄镇字第201301166号	7,379.37	丰南区黄各庄镇米厂村北河涧路东	工业	2013.4.1	惠达股份
12	丰南区房权证黄各庄镇字第201301167号	30,779.5	丰南区黄各庄镇米厂村北河涧路东	工业	2013.4.1	惠美陶瓷
13	丰南区房权证黄各庄镇字第201403162号	19,910.02	丰南区黄各庄镇米厂村北河涧路东	工业	2014.9.23	惠达股份
14	丰南区房权证黄各庄镇字第201301169号	12,933.27	丰南区黄各庄镇米厂村北河涧路东	工业	2013.4.1	惠达股份
15	丰南区房权证西葛镇字第201301170号	43,740.19	丰南区黄各庄镇米厂村北河涧路东	工业	2013.4.1	艾尔斯
16	丰南区房权证黄各庄镇字第201301174号	71,003.52	丰南区黄各庄镇李家庄村西	工业	2013.4.1	惠联陶瓷
17	丰南区房权证柳树0镇字第201301175号	60,543.26	丰南区沿海工业区	工业	2013.4.1	惠达洁具
18	丰南区房权证柳树0镇字第201301176号	89,031.54	丰南区沿海工业区	工业	2013.4.1	时尚家具

序号	产权证号	建筑面积（平方米）	座落位置	用途	登记时间	所有权
19	丰南区房权证黄各庄镇字第 201305625 号	29,466.90	丰南区黄各庄镇宋家坨村	工业	2013.11.27	惠达股份

3、固定资产与可比上市公司的对比情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司固定资产的规模和分布状态与同行业上市公司比较情况如下：

单位：万元

公司名称	固定资产规模	固定资产占总资产的比例	固定资产分布状态			
			房屋及建筑物	机器设备	运输工具	其他设备
和成股份	36,954.21	16.49%	23,548.77	7,525.53	670.35	5,209.56
海鸥卫浴	47,959.63	25.10%	29,344.70	15,846.13	241.43	2,527.38
帝王洁具	12,798.63	27.56%	9,251.62	2,317.09	161.24	1,068.67
航标控股	15,783.10	6.87%	9,370.90	5,774.30	416.2	221.70
东鹏控股	126,076.50	24.68%	55,528.30	67,644.00	1357.3	1,546.90
四通股份	9,412.29	12.73%	5,601.21	3,339.41	333.92	137.76
惠达股份	104,926.24	32.11%	67,991.30	35,853.82	333.88	747.24

【注】和成股份、海鸥卫浴和四通股份数据来自于 2016 年半年报；由于帝王洁具和航标控股 2016 年半年报未披露固定资产明细，东鹏控股已于 2016 年退市，因此该三家公司用 2015 年年报数据代替。

与同行业上市公司对比来看，公司固定资产规模较大，固定资产占总资产的比例与上述可比公司较为接近。航标控股固定资产规模占总资产比例较低的原因是由于航标控股于 2015 年收购了收购福建裕德源置业有限公司 70%股权，总资产规模大幅增长，而福建裕德源置业有限公司作为房地产开发项目公司，固定资产占总资产比例较低，因此造成航标控股固定资产占比明显偏低。公司所处的陶瓷卫浴生产行业需要大量的房屋建筑物、厂房和机器设备等固定资产投入，属于重资产行业。公司与各可比公司的固定资产中，房屋及建筑物和机器设备占固定资产的比例均达到 90%以上，因此公司固定资产的规模和分布状态以及较高的固定资产占比符合公司所处的行业特征，能满足公司当下的产能、产量和经营规模扩张的需要。

4、固定资产规模和分布状态对生产规模和未来发展的影响

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及子公司拥有的固定资产分生产线的规模和分布情况如下：

单位：万元

产品	固定资产	惠达股份	惠联陶瓷	惠美陶瓷	艾尔斯	惠达洁具	时尚家具	合计
卫生陶瓷	房屋与建筑物	36,159.75	3,412.60	670.41	1,484.64	-	-	41,727.41
	机器设备	22,755.13	2,895.68	367.27	958.32	-	-	26,976.40
五金洁具	房屋与建筑物	-	-	-	-	9,908.90	-	9,908.90
	机器设备	-	-	-	-	2,734.22	-	2,734.22
浴室柜	房屋与建筑物	-	-	-	-	-	10,562.62	10,562.62
	机器设备	-	-	-	-	-	2,209.90	2,209.90
陶瓷砖	房屋与建筑物	504.33	-	-	-	-	-	504.33
	机器设备	1,382.10	-	-	-	-	-	1,382.10
浴缸浴房	房屋与建筑物	4,667.92	620.13	-	-	-	-	5,288.05
	机器设备	2,414.97	136.23	-	-	-	-	2,551.20
合计	**房屋与建筑物**	**41,332.00**	**4,032.73**	**670.41**	**1,484.64**	**9,908.90**	**10,562.62**	**67,991.30**
	机器设备	**26,552.19**	**3,031.91**	**367.27**	**958.32**	**2,734.22**	**2,209.90**	**35,853.82**

【注】由于公司房屋及建筑物和机器设备占固定资产比例超过 95%，且运输工具和电子及办公设备可能用于多个生产线难以拆分，因此上表只列示了房屋及建筑物和机器设备两类固定资产的金额。

公司固定资产主要分布于惠达股份、惠联陶瓷、惠美陶瓷、艾尔斯、惠达洁具和时尚家具六家公司。惠达股份作为母公司，收入和产量占公司 60%以上的比例，并拥有公司 60%左右的固定资产。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司各主要生产线房屋与建筑物和机器设备两类固定资产的分布、各主要生产线收入占主营业务收入比例情况如下：

项目	卫生陶瓷	五金洁具	浴室柜	陶瓷砖	浴缸浴房
固定资产金额（万元）	68,703.81	12,643.12	12,772.51	1,886.43	7,839.24
占固定资产比例	65.48%	12.05%	12.17%	1.80%	7.47%
收入（万元）	59,614.77	16,011.10	10,244.66	10,097.02	3,213.57
占主营业务收入比例	56.95%	15.30%	9.79%	9.65%	3.07%

公司各主要产品的销售收入占比与固定资产占比较为接近，陶瓷砖产品线固定资产金额占比明显小于收入占比的原因系公司陶瓷砖产品主要采用外协生产模式。公司的固定资产被合理分配到各子公司和各产品线上，使得公司的生产经营和收入结构均保持相对稳定，公司目前的固定资产规模和分布状态可以满足生

产的需要。但是，公司目前的产能利用率仍处于较高水平，公司仍需不断的加大固定资产的投入来满足公司未来生产经营规模不断扩大的需要。

公司募集资金拟投资项目“年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目”是对公司现有生产线产能的有效扩充。本次扩建项目产品大部分为公司核心产品，拥有自己的核心技术及完整的生产工艺，产品产销两旺。随着人们收入水平持续提高，对居住环境和生活质量不断提出新的要求，卫生陶瓷产品的实际市场容量将会不断增加。该项目的投产能够有效缓解公司的产能瓶颈，为公司的持续发展奠定基础。

5、固定资产成新率情况对公司生产规模和未来发展的影响

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及各子公司固定资产成新率情况如下：

类别	惠达股份	惠联陶瓷	艾尔斯	惠达洁具	时尚家具
房屋及建筑物	79.96%	54.24%	51.55%	75.80%	74.94%
机器设备	56.85%	36.10%	26.19%	52.20%	59.90%
运输工具	21.53%	63.25%	-	12.38%	6.63%
电子及办公设备	27.19%	10.31%	11.36%	7.63%	27.99%
其他设备	16.15%	14.14%	10.00%	19.48%	24.30%

公司生产设备成新率处于中等水平，对于固定资产规模在 1 亿元以上的惠达股份、惠达洁具和时尚家具三家公司，其房屋及建筑物和机器设备两类固定资产的成新率情况较好，主要生产设备均处于良好的使用状态，能够基本完成设计性能，满足现有加工工艺要求，未产生因生产设备使用状况不良而影响生产和产品质量的问题。公司已经制定了切实可行的募集资金投资计划，计划完成后将进一步扩大公司的固定资产规模和提高生产设备的成新率，从而显著提升公司的研发、生产和检测等能力，将有利于公司创新能力和成长性的提升。

（二）主要无形资产情况

公司主要无形资产包括商标、专利、土地使用权和软件，截至 2016 年 6 月 30 日，公司主要无形资产账面价值情况如下：

单位：万元

类别	取得方式	原值	摊销年限	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	出让	22,975.89	50 年	3,103.91	-	19,871.98
软件	购买	488.87	5 年	223.23	-	265.64
合计		**23,464.76**		**3,327.14**	**-**	**20,137.62**

1、商标

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及子公司共拥有境内外商标 189 项，其中境内

商标有 105 项，与公司业务紧密的主要商标有 26 项；境外商标共有 84 项。

（1）境内主要商标

序号	商标	注册号	类别	有效期限	权利人
1	惠达	8185194	11	2011.5.7 至 2021.5.6	惠达股份
2		8186120	19	2011.5.21 至 2021.5.20	惠达股份
3	HUIDA	8185206	11	2011.5.7 至 2021.5.6	惠达股份
4		8188236	19	2012.3.14 至 2022.3.13	惠达股份
5	huida 惠达	1366844	11	2000.2.21 至 2020.2.20	惠达股份
6		1928864	19	2002.11.21 至 2022.11.20	惠达股份
7	Aito	1763078	11	2002.5.7 至 2022.5.6	惠达股份
8	爱陶	1743027	11	2002.4.7 至 2022.4.6	惠达股份
9	SmartCover	4803717	11	2008.6.7 至 2018.6.6	惠达股份
10	PORTA	3600705	11	2005.9.14 至 2025.9.13	惠达股份
11	洁美康 SmartCover	4803716	11	2008.6.7 至 2018.6.6	惠达股份
12	SmartCover	4803718	11	2008.6.7 至 2018.6.6	惠达股份
13	epo	6354960	11	2010.4.21 至 2020.4.20	惠达股份
14	HUIDA 惠达	6040889	11	2010.1.21 至 2020.1.20	惠达股份
15	HUIDA 惠达	6040890	11	2010.1.21 至 2020.1.20	惠达股份
16	huida	1265305	19	2009.4.21 至 2019.4.20	惠达股份
17	aito	9795031	11	2012.10.28 至 2022.10.27	惠达股份
18	HUIDA	6548299	19	2011.4.14 至 2021.4.13	惠达股份
19	WOO LIM 宇林	3051144	11	2003.6.7 至 2023.6.6	惠达股份
20	JIEMEIKANG	4803715	11	2008.6.7 至 2018.6.6	惠达股份
21	WOOLIM	3430297	11	2004.8.21 至 2024.8.20	惠达股份
22	PORTA	3051145	11	2004.1.28 至 2024.1.27	惠达股份
23	DOFINY	6409337	11	2010.4.28 至 2020.4.27	艾尔斯
24		6409335	19	2010.3.28 至 2020.3.27	艾尔斯
25	杜菲尼	6409338	11	2010.3.28 至 2020.3.27	艾尔斯
26		6409336	19	2010.3.28 至 2020.3.27	艾尔斯

（2）境外主要商标

序号	所有人	国家/地区	商　标	类别	注册号	有效期	注册方式（马德里商标国际注册/逐一国家注册）
1	惠达股份	阿尔巴尼亚		11	9166	2002.1.4-2022.1.4	逐一国家注册
2	惠达股份	巴基斯坦		11	177107	2002.4.9-2019.4.8	逐一国家注册
3	惠达股份	巴林		11	31341	2002.5.9-2022.5.9	逐一国家注册
4	惠达股份	德国		11	30200418.1/11	2002.1.31-2022.1.31	逐一国家注册
5	惠达股份	法国		11	023140991	2002.1.9-2022.1.9	逐一国家注册
6	惠达股份	拉脱维亚		11	M50516	2002.1.10-2022.1.10	逐一国家注册
7	惠达股份	黎巴嫩		11	90761	2002.6.3-2017.6.3	逐一国家注册
8	惠达股份	毛里求斯		11	A/52 No.65	2002.1.29-2019.1.29	逐一国家注册
9	惠达股份	塔吉克斯坦		11	TJ5680	2002.1.21-2022.1.21	逐一国家注册
10	惠达股份	文莱		11	34685	2002.4.25-2022.4.24	逐一国家注册
11	惠达股份	希腊		11	147375	2002.1.11-2022.1.11	逐一国家注册
12	惠达股份	伊拉克		11	41030	2002.6.3-2017.6.3	逐一国家注册
13	惠达股份	以色列		11	155137	2002.5.5-2023.2.4	逐一国家注册

14	惠达股份	俄罗斯	Huida	11	214665	2000.8.9-2020.8.9	逐一国家注册
15	惠达股份	哈萨克斯坦	Huida	11	10643	1999.3.24-2018.3.24	逐一国家注册
16	惠达股份	澳大利亚	Huida	11	845624	2000.8.9-2020.8.9	逐一国家注册
17	惠达股份	丹吉尔	Huida	11	18011	2000.8.10-2020.8.10	逐一国家注册
18	惠达股份	加拿大	Huida	11	TMA594988	2003.11.18-2018.11.18	逐一国家注册
19	惠达股份	柬埔寨	Huida	11	KH014619/01	2001.1.24-2021.1.24	逐一国家注册
20	惠达股份	马来西亚	Huida	11	01000837	2001.1.19-2021.1.19	逐一国家注册
21	惠达股份	美国	Huida	11	2668305	2002.12.31-2022.12.31	逐一国家注册
22	惠达股份	摩洛哥	Huida	11	74473	2000.8.10-2020.8.10	逐一国家注册
23	惠达股份	俄罗斯	Aito	11	270580	2003.6.3-2023.6.3	逐一国家注册
24	惠达股份	约旦	Aito	11	86669	2006.5.1-2016.5.1	逐一国家注册
25	惠达股份	香港	Aito	11	300017135	2003.5.12-2023.5.11	逐一国家注册
26	惠达股份	爱沙尼亚	PORTA	11	34555	2001.8.24-2021.8.24	逐一国家注册
27	惠达股份	巴基斯坦	PORTA	11	186801	2003.7.4-2020.7.4	逐一国家注册
28	惠达股份	拉脱维亚	PORTA	11	M53610	2003.5.9-2023.5.9	逐一国家注册
29	惠达股份	立陶宛	PORTA	11	49124	2003.5.8-2023.5.8	逐一国家注册
30	惠达股份	乌克兰	PORTA	11	49049	2003.6.19-2023.6.19	逐一国家注册
31	惠达股份	香港	惠達	11	08113/2001	2000.8.9-2017.8.9	逐一国家注册
32	惠达股份	香港	sanart	11	300473418	2005.8.9-2025.8.8	逐一国家注册

33	惠达股份	日本	惠 达	11	5033592	2007.3.16-2017.3.16	逐一国家注册
34	惠达股份	日本	Huida	11	5033591	2007.3.16-2017.3.16	逐一国家注册
35	惠达股份	黎巴嫩	HUIDA	11	112929	2007.9.24-2022.9.24	逐一国家注册
36	惠达股份	乌兹别克斯坦	PORTA	11	MGU 15347	2006.8.17-2016.8.17	逐一国家注册
37	惠达股份	摩洛哥	HUIDA	11	112874	2008.1.21-2018.1.21	逐一国家注册
38	惠达股份	德国	HUIDA	11	307 66 253	2007.12.10-2017.12.10	逐一国家注册
39	惠达股份	澳大利亚	HUIDA	11	1200432	2007.9.24-2017.9.24	逐一国家注册
40	惠达股份	台湾	Huida 惠达	11	01307777	2008.4.16-2018.4.15	逐一国家注册
41	惠达股份	台湾	HUIDA	11	01307778	2008.4.16-2018.4.15	逐一国家注册
42	惠达股份	大不列颠及北爱尔兰	HUIDA	11	2467614	2007.9.24-2017.9.24	逐一国家注册
43	惠达股份	日本	HUIDA	11	5152833	2008.7.18-2018.7.18	逐一国家注册
44	惠达股份	吉尔吉斯斯坦	PORTA	11	8432	2006.8.30-2016.8.30	逐一国家注册
45	惠达股份	卡塔尔	HUIDA	11	46706	2007.9.25-2017.9.25	逐一国家注册
45	惠达股份	香港	HUIDA	11	300959635	2007.9.21-2017.9.21	逐一国家注册
47	惠达股份	突尼斯	HUIDA	11	EE07.2195	2007.8.31-2017.8.31	逐一国家注册
48	惠达股份	柬埔寨	HUIDA	11	KH/30553/09	2007.9.28-2017.9.28	逐一国家注册
49	惠达股份	海地	HUIDA	11	230 Reg-162	2008.5.23-2018.5.23	逐一国家注册
50	惠达股份	也门	HUIDA	11	33632	2007.10.31-2017.10.31	逐一国家注册
51	惠达股份	韩国	HUIDA	11	40-0778562	2009.2.6-2019.2.6	逐一国家注册
52	惠达股份	科威特	HUIDA	11	77670	2007.9.3-2017.9.3	逐一国家注册
53	惠达股份	俄罗斯	HUIDA	11	363901	2007.9.26-2017.9.26	逐一国家注册
54	惠达股份	约旦	HUIDA	11	97523	2007.9.5-2017.9.5	逐一国家注册
55	惠达股份	哈萨克斯坦	PORTA	11	25387	2006.9.15-2016.9.15	逐一国家注册
56	惠达股份	西班牙	HUIDA	11	2.902.063	2010.2.25-2020.2.25	逐一国家注册
57	惠达股份	匈牙利	HUIDA	11	200 206	2010.4.29-2020.4.29	逐一国家注册

58	惠达股份	蒙古	HUIDA	11	7935	2009.9.15-2019.9.15	逐一国家注册
59	惠达股份	加拿大	HUIDA	11	TMA731，669	2009.1.5-2024.1.5	逐一国家注册
60	惠达股份	沙特	HUIDA	11	1017/70	2007.11.25-2017.8.6	逐一国家注册
61	惠达股份	芬兰	HUIDA	11	248119	2010.1.29-2020.1.29	逐一国家注册
62	惠达股份	文莱	HUIDA	11	40592	2009.9.16-2019.9.16	逐一国家注册
63	惠达股份	希腊	HUIDA	11	152 762	2007.10.1-2017.10.1	逐一国家注册
64	惠达股份	塔吉克斯坦	PORTA	11	TJ7538	2006.8.14-2016.8.14	逐一国家注册
65	惠达股份	阿尔及利亚	HUIDA	11	74500	2007.11.13-2017.11.13	逐一国家注册
66	惠达股份	菲律宾	HUIDA	11	4-2009-011009	2010.3.04-2020.3.4	逐一国家注册
67	惠达股份	巴拿马	HUIDA	11	186179	2009.12.3-2019.12.3	逐一国家注册
68	惠达股份	希腊	HUIDA	11	154935	2013.3.19-2021.3.15	逐一国家注册
69	惠达股份	印度尼西亚	HUIDA	11	IDM000298272	2011.3.15-2019.10.2	逐一国家注册
70	惠达股份	科威特	HUIDA	11	97812	2011.03.06-2021.03.06	逐一国家注册
71	惠达股份	巴布亚新几内亚	HUIDA	11	69680	2011.4.28-2021.4.28	逐一国家注册
72	惠达股份	菲律宾	HUIDA	11	4-2011-002464	2011.08.25-2021.08.25	逐一国家注册
73	惠达股份	玻利维亚	HUIDA	11	133152-C	2012.12.20-2022.12.20	逐一国家注册
74	惠达股份	塞浦路斯	HUIDA	11	77499	2009.10.5-2016.10.5	逐一国家注册
75	惠达股份	巴基斯坦	HUIDA	11	241901	2007.9.26-2017.9.26	逐一国家注册
76	惠达股份	阿联酋	Aito	11	53744	2003.6.15-2023.6.15	逐一国家注册
77	惠达股份	塞拉利昂	HUIDA	11	18546	2007.11.30-2021.11.30	逐一国家注册
78	惠达股份	塞拉利昂	HUIDA	11	18539	2007.11.30 -2021.11.16	逐一国家注册
79	惠达股份	巴基斯坦	PORTA	19	302532	2011.6.2-2021.6.2	逐一国家注册
80	惠达股份	印度	HUIDA	11	1860129	2009.9.8-2019.9.8	逐一国家注册
81	惠达股份	意大利	HUIDA	11	1386190	2009.10.21-2019.10.21	逐一国家注册
82	惠达股份	巴林	HUIDA	11	85536	2011.3.8-2021.3.8	逐一国家注册

83	艾尔斯	美国	杜菲尼	11	3667422	2008.2.27-2018.2.27	逐一国家注册
84	艾尔斯	美国	DOFINY	11	3566804	2008.2.27-2018.2.27	逐一国家注册

【注】上述注册号为 86669、8432、TJ7538、MGU15347 和 25387 的商标正在办理续期手续。

2、专利

截至 2016 年 6 月 30 日，公司共拥有专利 168 项，其中发明专利 18 项，实用新型专利 18 项，外观设计专利 132 项，具体情况如下表所示：

序号	申请类别	名称	专利号	申请日	有效期
1	外观设计	挂盆（WL005）	ZL200730157150.4	2007.5.29	自申请日起十年
2	外观设计	柜盆（FL027）	ZL200730157151.9	2007.5.29	自申请日起十年
3	外观设计	联体座便器（C161）	ZL200730157161.2	2007.5.29	自申请日起十年
4	外观设计	柱盆（LP167）	ZL200730157157.6	2007.5.29	自申请日起十年
5	外观设计	柱盆（LP300）	ZL200730157154.2	2007.5.29	自申请日起十年
6	外观设计	柱盆（LP301）	ZL200730157153.8	2007.5.29	自申请日起十年
7	外观设计	分体座便器（C301P）	ZL200730107012.5	2007.6.19	自申请日起十年
8	外观设计	分体座便器（C269）	ZL200730107007.4	2007.6.19	自申请日起十年
9	外观设计	分体座便器（C300P）	ZL200730107011.0	2007.6.19	自申请日起十年
10	实用新型	节水且不易堵塞的座便器	ZL200820106407.2	2008.10.31	自申请日起十年
11	外观设计	柜盆（FL185）	ZL200830084194.3	2008.11.21	自申请日起十年
12	外观设计	座便器（C313）	ZL200830084191.X	2008.11.21	自申请日起十年
13	外观设计	柜盆（FL309A）	ZL200830084347.4	2008.12.1	自申请日起十年
14	外观设计	水箱（C309）	ZL200830084351.0	2008.12.2	自申请日起十年
15	外观设计	联体座便器（C8801）	ZL200830084352.5	2008.12.2	自申请日起十年
16	外观设计	柜盆（FL6109）	ZL200930125278.1	2009.7.13	自申请日起十年
17	外观设计	连体座便器（C191）	ZL200930125284.7	2009.7.13	自申请日起十年
18	外观设计	净身器（c6106）	ZL200930125277.7	2009.7.13	自申请日起十年
19	外观设计	柜盆（FL073）	ZL200930125282.8	2009.7.13	自申请日起十年
20	外观设计	连体座便器（C6109）	ZL200930125283.2	2009.7.13	自申请日起十年
21	外观设计	连体座便器（C190）	ZL200930125285.1	2009.7.13	自申请日起十年
22	外观设计	连体座便器（C8183）	ZL200930125276.2	2009.7.13	自申请日起十年
23	外观设计	连体座便器（C6106）	ZL200930125280.9	2009.7.13	自申请日起十年
24	外观设计	连体座便器（C189）	ZL200930125286.6	2009.7.13	自申请日起十年
25	外观设计	柜盆（FL056）	ZL200930125418.5	2009.7.13	自申请日起十年
26	外观设计	压差式进水阀（A2002）	ZL201030037366.9	2010.1.18	自申请日起十年
27	外观设计	双档排水阀（P2802-1）	ZL201030037363.5	2010.1.18	自申请日起十年
28	外观设计	压差式进水阀（G2002-1）	ZL201030037365.4	2010.1.18	自申请日起十年
29	外观设计	双档排水阀（P2212）	ZL201030037364.X	2010.1.18	自申请日起十年

30	外观设计	压差式进水阀（GR2004）	ZL201030037367.3	2010.1.18	自申请日起十年
31	外观设计	压差式进水阀（A2003）	ZL201030103452.5	2010.2.2	自申请日起十年
32	发明	一种精陶质卫生陶瓷坯体及其制造方法	ZL201010120606.0	2010.3.10	自申请日起二十年
33	外观设计	单档排水阀（P2812）	ZL201030128722.8	2010.3.31	自申请日起十年
34	发明	一种利用废石膏模型制作再生石膏粉的方法	ZL201010162061.X	2010.4.30	自申请日起二十年
35	实用新型	一种改进的陶瓷微压成型机	ZL201020177173.8	2010.5.4	自申请日起十年
36	实用新型	一种节水型坐便器	ZL201020186306.8	2010.5.12	自申请日起十年
37	实用新型	一种台板盆类卫生陶瓷脱模设备	ZL201020186324.6	2010.5.12	自申请日起十年
38	实用新型	一种陶瓷高压注浆成型机的产品输送装置	ZL201020191732.0	2010.5.14	自申请日起十年
39	发明	一种薄壁轻量化卫生陶瓷坯体及其制造方法	ZL201010173611.8	2010.5.17	自申请日起二十年
40	发明	一种立便器成型机	ZL201010187730.9	2010.6.1	自申请日起二十年
41	发明	一种高效率的座便器高压成型机	ZL201010202170.X	2010.6.18	自申请日起二十年
42	发明	一种高硬度自洁釉及制备方法	ZL201010230337.3	2010.7.20	自申请日起二十年
43	外观设计	座便器（HDE1101）	ZL201030279704.X	2010.8.19	自申请日起十年
44	实用新型	一种改进的节水型座便器	ZL201120016825.4	2011.1.20	自申请日起十年
45	外观设计	联体座便器（C6131）	ZL201130383650.6	2011.10.26	自申请日起十年
46	外观设计	联体座便器（C6151）	ZL201130383652.5	2011.10.26	自申请日起十年
47	外观设计	座便器（智能 C6158）	ZL201130383655.9	2011.10.26	自申请日起十年
48	外观设计	联体座便器（C6155）	ZL201130390454.1	2011.10.28	自申请日起十年
49	外观设计	座便器（智能 C6156）	ZL201130390453.7	2011.10.28	自申请日起十年
50	外观设计	柜盆（FL079A）	ZL201130390441.4	2011.10.28	自申请日起十年
51	外观设计	联体座便器（HDC6108）	ZL201130390451.8	2011.10.28	自申请日起十年
52	外观设计	柜盆（FL6131A）	ZL201130390452.2	2011.10.28	自申请日起十年
53	外观设计	立便器（HDU011）	ZL201130390455.6	2011.10.28	自申请日起十年
54	发明	一种高压连体坐便器生产线	ZL201110387209.4	2011.11.29	自申请日起二十年
55	发明	一种陶瓷湿坯连续烘干室	ZL201110389948.7	2011.11.30	自申请日起二十年
56	发明	一种微压陶瓷成型机	ZL201110400755.7	2011.12.6	自申请日起二十年
57	发明	一种改进的陶瓷微压成型立浇线	ZL201110400750.4	2011.12.6	自申请日起二十年
58	外观设计	净身器（B339）	ZL201230045781.8	2012.3.2	自申请日起十年
59	外观设计	坐便器（C370P）	ZL201230126952.X	2012.4.24	自申请日起十年
60	外观设计	坐便器（C405G）	ZL201230126951.5	2012.4.24	自申请日起十年
61	外观设计	坐便器（C400PZ）	ZL201230126949.8	2012.4.24	自申请日起十年
62	外观设计	水箱（S405）	ZL201230127984.1	2012.4.24	自申请日起十年
63	外观设计	水箱（S400）	ZL201230127429.9	2012.4.24	自申请日起十年
64	外观设计	水箱（S370C）	ZL201230127490.3	2012.4.24	自申请日起十年
65	外观设计	座便器（C405PZ）	ZL201230126953.4	2012.4.24	自申请日起十年

66	发明	一种卫生瓷立体存储输送线	ZL201210340330.6	2012.9.14	自申请日起二十年
67	发明	一种石膏模型上线助力设备	ZL201210348526.X	2012.9.19	自申请日起二十年
68	实用新型	一种蒸汽换热器	ZL201220478867.4	2012.9.19	自申请日起十年
69	发明	一种圈体同机生产的高压坐便成型机	ZL201210348847.X	2012.9.19	自申请日起二十年
70	发明	一种卫生陶瓷泥坯周转、烘干、修整生产线	ZL201210357251.6	2012.9.24	自申请日起二十年
71	外观设计	妇洗器（BI424BTW）	ZL201230541185.9	2012.11.8	自申请日起十年
72	外观设计	妇洗器（BI425BTW）	ZL201230540811.2	2012.11.8	自申请日起十年
73	外观设计	柜盆（FL319 ）	ZL201230541257.X	2012.11.8	自申请日起十年
74	外观设计	座便器（CI424BTW）	ZL201230540937.X	2012.11.8	自申请日起十年
75	外观设计	连体盆（WL414）	ZL201230541191.4	2012.11.8	自申请日起十年
76	外观设计	妇洗器（B427BTW）	ZL201230541875.4	2012.11.9	自申请日起十年
77	外观设计	妇洗器（B427WH）	ZL201230541903.2	2012.11.9	自申请日起十年
78	外观设计	座便器（C427BTW）	ZL201230541947.5	2012.11.9	自申请日起十年
79	外观设计	座便器（C427WH）	ZL201230543598.0	2012.11.9	自申请日起十年
80	外观设计	座便器（CI423BTW）	ZL201230543481.2	2012.11.9	自申请日起十年
81	外观设计	座便器（CI424WH）	ZL201230541974.2	2012.11.9	自申请日起十年
82	外观设计	座便器（CI425BTW）	ZL201230543449.4	2012.11.9	自申请日起十年
83	外观设计	妇洗器（BI424WH ）	ZL201230546698.9	2012.11.12	自申请日起十年
84	外观设计	柱盆（LPI425+P425）	ZL201230547750.2	2012.11.13	自申请日起十年
85	外观设计	柜盆（FL427）	ZL201230550928.9	2012.11.14	自申请日起十年
86	外观设计	座便器（C427+S427）	ZL201230552234.9	2012.11.14	自申请日起十年
87	实用新型	一种高效节水型坐便器	ZL201220656116.7	2012.12.4	自申请日起十年
88	外观设计	浴缸（HD6128）	ZL201330074906.4	2013.3.21	自申请日起十年
89	外观设计	联体座便（ HDC6128 ）	ZL201330074812.7	2013.3.21	自申请日起十年
90	外观设计	洗手盆（A6128）	ZL201330075371.2	2013.3.22	自申请日起十年
91	外观设计	半柱盆（LP427+P427H）	ZL201330109037.4	2013.4.11	自申请日起十年
92	外观设计	半柱盆（LP423+P423H）	ZL201330108893.8	2013.4.11	自申请日起十年
93	外观设计	连体半柱盆（WL425）	ZL201330109126.9	2013.4.11	自申请日起十年
94	外观设计	挂式盆（WL453A）	ZL201330109101.9	2013.4.11	自申请日起十年
95	外观设计	洗盆（艺术盆 A453A）	ZL201330111013.2	2013.4.12	自申请日起十年
96	外观设计	洗盆（艺术盆 A453B）	ZL201330111026.X	2013.4.12	自申请日起十年
97	外观设计	净身器（B423BTW ）	ZL201330109709.1	2013.4.12	自申请日起十年
98	外观设计	净身器（B453BTW/WH）	ZL201330111349.9	2013.4.12	自申请日起十年
99	外观设计	座便器（C453BTW/WH）	ZL201330111324.9	2013.4.12	自申请日起十年
100	外观设计	挂式净身器（B423WH）	ZL201330479349.4	2013.10.11	自申请日起十年
101	外观设计	净身器（B425）	ZL201330479339.0	2013.10.11	自申请日起十年
102	外观设计	净身器（B457BTW）	ZL201330479338.6	2013.10.11	自申请日起十年
103	外观设计	挂式净身器（B457WH）	ZL201330479357.9	2013.10.11	自申请日起十年

104	外观设计	分体座便器（C423P（C）+S423）	ZL201330480292.X	2013.10.11	自申请日起十年
105	外观设计	挂式座便器（C423WH）	ZL201330479358.3	2013.10.11	自申请日起十年
106	外观设计	分体座便器（C425C\P+S425）	ZL201330479369.1	2013.10.11	自申请日起十年
107	外观设计	分体座便器（C451PZ+S396B）	ZL201330480056.8	2013.10.11	自申请日起十年
108	外观设计	分体座便器（C452PZ+S452）	ZL201330479377.6	2013.10.11	自申请日起十年
109	外观设计	座便器（C457BTW）	ZL201330479370.4	2013.10.11	自申请日起十年
110	外观设计	分体座便器（C457PC+S396B）	ZL201330479378.0	2013.10.11	自申请日起十年
111	外观设计	挂式座便器（C457WH）	ZL201330479840.7	2013.10.11	自申请日起十年
112	外观设计	立柱盆（LP457+P457）	ZL201330479386.5	2013.10.11	自申请日起十年
113	外观设计	半柱盆（LP457+P457H）	ZL201330479380.8	2013.10.11	自申请日起十年
114	外观设计	挂盆（WL453B）	ZL201330479396.9	2013.10.11	自申请日起十年
115	外观设计	连体半柱盆（WL457）	ZL201330479394.X	2013.10.11	自申请日起十年
116	外观设计	分体座便器（C453+S453A ）	ZL201330480010.6	2013.10.11	自申请日起十年
117	外观设计	分体座便器(C453+S453B)	ZL201330480293.4	2013.10.11	自申请日起十年
118	发明	红铜色的金属光泽釉及其制备方法	ZL201410001295.4	2014.1.2	自申请日起二十年
119	实用新型	陶瓷产品自动施釉装置	ZL201420028275.1	2014.1.17	自申请日起十年
120	实用新型	一种冲落坐便器	ZL201420036291.5	2014.1.21	自申请日起十年
121	外观设计	净身器（HDB391WH）	ZL201430081974.8	2014.4.9	自申请日起十年
122	外观设计	净身器（HDB425WH）	ZL201430082161.0	2014.4.9	自申请日起十年
123	外观设计	面盆（HDFL6193）	ZL201430082169.7	2014.4.9	自申请日起十年
124	外观设计	面盆（HDL505）	ZL201430082711.9	2014.4.9	自申请日起十年
125	外观设计	面盆（HDL506）	ZL201430082125.4	2014.4.9	自申请日起十年
126	外观设计	陶瓷盆（HDFI6192）	ZL201430085150.8	2014.4.11	自申请日起十年
127	外观设计	柱盆（HDLP427+P427）	ZL201430085147.6	2014.4.11	自申请日起十年
128	外观设计	座便器（HDC391WH）	ZL201430085212.5	2014.4.11	自申请日起十年
129	外观设计	座便器（HDC425WH）	ZL201430085251.5	2014.4.11	自申请日起十年
130	外观设计	座便器（HDC6192）	ZL201430085136.8	2014.4.11	自申请日起十年
131	外观设计	座便器（HDC6193）	ZL201430085135.3	2014.4.11	自申请日起十年
132	外观设计	浴缸（HD6192）	ZL201430094821.7	2014.4.18	自申请日起十年
133	外观设计	挂便器（HDU016）	ZL201430217480.8	2014.7.2	自申请日起十年
134	外观设计	坐便器（C510BTW）	ZL201430439443.1	2014.11.10	自申请日起十年
135	外观设计	艺术碗盆（A510）	ZL201430439530.7	2014.11.10	自申请日起十年
136	外观设计	净身器（B510BTW）	ZL201430439495.9	2014.11.10	自申请日起十年
137	外观设计	分体坐便器（C510+S510）	ZL201430439450.1	2014.11.10	自申请日起十年
138	外观设计	柜盆（FL510）	ZL201430439529.4	2014.11.10	自申请日起十年
139	外观设计	坐便器盖板（HD1261H 智能）	ZL201530018227.4	2015.1.22	自申请日起十年

140	外观设计	坐便器（HDE1116 智能）	ZL201530018226.X	2015.1.22	自申请之日起十年
141	外观设计	坐便器（HD1263H 智能）	ZL201530018228.9	2015.1.22	自申请之日起十年
142	发明	高压坐便器自动成型系统	ZL201410024574.2	2014.1.20	自申请之日起二十年
143	发明	卫生陶瓷的修补料及修补方法	ZL201410001746.4	2014.1.3	自申请之日起二十年
144	实用新型	一种生产大型洗面器的高压自动成型设备	ZL201520281479.0	2015.5.5	自申请之日起十年
145	实用新型	一种高压面具自动成型设备	ZL201520281489.4	2015.5.5	自申请之日起十年
146	实用新型	新型水龙头	ZL201520338951.X	2015.5.25	自申请之日起十年
147	发明	一种马桶盖板铰链快速拆装结构	ZL201410029171.7	2014.1.22	自申请日起二十年
148	实用新型	一种能提高冲刷效果及清洁方便的坐便器	ZL201520157367.4	2015.3.19	自申请日起十年
149	实用新型	一种方圈类坐便器立浇模型结构	ZL201520713691.X	2015.9.16	自申请日起十年
150	外观设计	面盆（DP4936)	ZL201430558513.5	2014.12.29	自申请日起十年
151	外观设计	连体座便器（DB1936)	ZL201430558262.0	2014.12.29	自申请日起十年
152	外观设计	浴缸（DW3736)	ZL201430558253.1	2014.12.29	自申请日起十年
153	外观设计	坐便器（C520P/C+S520)	ZL201530403306.7	2015.10.19	自申请日起十年
154	外观设计	洗盆（LP520A/B）	ZL201530400821.X	2015.10.16	自申请日起十年
155	外观设计	洗盆（艺术碗 A051）	ZL201530400756.0	2015.10.16	自申请日起十年
156	外观设计	靠墙妇洗器（B520BTW)	ZL201530400890.0	2015.10.16	自申请日起十年
157	外观设计	坐便器(HDC6206)	ZL201530404511.5	2015.10.19	自申请日起十年
158	外观设计	靠墙妇洗器（C520BTW)	ZL201530400986.7	2015.10.19	自申请日起十年
159	外观设计	洗盆（艺术碗 A054）	ZL201530401068.6	2015.10.16	自申请日起十年
160	外观设计	挂式妇洗器(B520WH)	ZL201530401109.1	2015.10.16	自申请日起十年
161	外观设计	挂坐便器(C520WH)	ZL201530400851.0	2015.10.16	自申请日起十年
162	外观设计	洗盆（艺术碗 A055)	ZL201530403236.5	2015.10.19	自申请日起十年
163	外观设计	洗盆（艺术碗 A052)	ZL201530400779.1	2015.10.16	自申请日起十年
164	外观设计	洗盆（艺术碗 A053)	ZL201530400992.2	2015.10.16	自申请日起十年
165	实用新型	一种机器人自动施釉设备	ZL201521045704.7	2015.12.15	自申请日起十年
166	实用新型	一种可升降的分体结构浴缸	ZL201521013634.7	2015.12.9	自申请日起十年
167	实用新型	一种青坯立体存储输送线	ZL201521030250.6	2015.12.10	自申请日起十年
168	外观设计	浴缸（HD1138）	ZL201530403319.4	2015.10.19	自申请日起十年

3、土地使用权

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及子公司拥有的土地使用权均为国有土地使用权，具体情况如下：

序号	使用权人	土地证号	坐落	用途	取得方式	使用权面积（㎡）	使用权终止日期
1	惠达	丰南国用（2012）	黄各庄镇米厂	工业	出让	12,354.80	2062.3.13

	股份	第 78 号	村北、河涧公路西侧				
2	惠达股份	丰南国用（2012）第 118 号	黄各庄镇黄各庄三村	工业	出让	10,368.00	2062.4.12
3	惠达股份	丰南国用（2012）第 119 号	黄各庄镇黄各庄二村	工业	出让	17,903.00	2062.4.12
4	惠达股份	丰南国用（2012）第 120 号	黄各庄镇河涧路西侧	工业	出让	87,573.00	2062.4.12
5	惠达股份	丰南国用（2012）第 121 号	黄各庄镇惠达卫浴股份有限公司老厂区内	工业	出让	63,000.00	2062.4.12
6	惠达股份	丰南国用（2012）第 122 号	黄各庄镇黄各庄二村	工业	出让	41,107.00	2062.4.12
7	惠达股份	丰南国用（2012）第 123 号	黄各庄镇河涧路西	工业	出让	36,638.00	2062.4.12
8	惠达股份	丰南国用（2012）第 124 号	西葛镇越友五村	工业	出让	65,575.00	2062.4.12
9	惠达股份	丰南国用（2012）第 125 号	黄各庄镇宋家坨村	工业	出让	41,660.00	2062.4.12
10	惠达股份	丰南国用（2012）第 127 号	黄各庄镇人民政府南侧	住宅	出让	2,233.33	2068.2.5
11	惠达股份	丰南国用（2012）第 128 号	惠达卫浴股份有限公司四分厂厂区内	工业	出让	60.00	2037.4.7
12	惠达股份	丰南国用（2012）第 129 号	惠达卫浴股份有限公司老厂区内	工业	出让	107,453.33	2043.5.15
13	惠达股份	丰南国用（2012）第 131 号	黄各庄镇信用合作社西、惠联大街南	工业	出让	66,600.00	2051.5.14
14	惠达股份	丰南国用（2012）第 132 号	黄各庄镇信用社南河涧公路西侧	工业	出让	3,474.00	2049.6.15
15	惠达股份	丰南国用（2012）第 133 号	惠达卫浴股份有限公司厂区内（11#生产线、塑料厂位置）	工业	出让	76,697.70	2054.2.19
16	惠达股份	丰南国用（2012）第 134 号	惠达卫浴股份有限公司老厂区内（成品库区）	工业	出让	40,000.30	2052.11.12
17	惠达股份	丰南国用（2012）第 137 号	惠达卫浴股份有限公司厂区内（四分厂污泥站位置）	工业	出让	3,333.20	2037.2.28
18	惠达股份	丰南国用（2012）第 138 号	惠达卫浴股份有限公司厂区内（河涧路东、六分厂位置）	商业	出让	796.00	2038.5.7

19	惠联陶瓷	丰南国用（2013）第 1132 号	丰南区黄各庄镇李家庄村西	工业	出让	33,333.40	2056.12.28
20	惠联陶瓷	丰南国用（2013）第 1133 号	丰南区黄各庄镇李家庄村西	工业	出让	49,542.00	2062.4.12
21	时尚家具	丰南国用（2013）第 1134 号	丰南区沿海工业区	工业	出让	114,326.00	2060.5.21
22	惠达股份	丰南国用（2013）第 1135 号	丰南区沿海工业区	工业	出让	147,691.50	2060.5.21
23	惠达洁具	丰南国用（2013）第 1136 号	丰南区沿海工业区	工业	出让	110,070.50	2060.5.21
24	惠达股份	冀唐国用（2012）第 7876 号	路北区大里路 103 号	商业	出让	152.96	2041.2.6
25	惠达股份	冀唐国用（2012）第 7877 号	路北区大里路 105 号	商业	出让	161.75	2041.2.6
26	惠达股份	秦籍国用（2012）第商 1736 号	海港区和平大街 158-1 号	商业	出让	58.34	2043.9.10
27	惠达股份	京兴国用（2012 出）第 00188 号	大兴区西红门镇第肆村	工业	出让	1,102.20	2049.6.3
28	惠达股份	哈国用（2013）第 04005390 号	道外区太古街 677 号-1-4 层	商业	出让	268.00	2037
29	惠达股份	丰南国用（2015）第 3088 号	丰南区黄各庄镇	工业	出让	22,541.00	2065.7.20
30	惠达股份	丰南国用（2015）第 3089 号	丰南区黄各庄镇	工业	出让	12,951.00	2065.7.20
31	惠达股份	丰南国用（2015）第 3108 号	丰南区黄各庄镇	其他商服用地	出让	3,703.00	2055.7.20
32	惠达股份	丰南国用（2015）第 3109 号	丰南区黄各庄镇	其他商服用地	出让	3,544.00	2055.7.20
33	惠达股份	丰南国用（2016）第 1901 号	丰南区黄各庄镇惠达医院西侧	城镇住宅用地批发零售用地	出让	12,400.00	2086.4.29 2056.4.29
34	惠达股份	丰南国用（2016）第 1902 号	河涧路东，米宋路北侧	其他商服用地	出让	7,600.00	2056.4.29
合计						**1,196,272.31**	**-**

公司及子公司拥有的上述国有土地使用权均履行了相关手续，签订了土地出让合同，缴纳了土地出让金及相关税费，办理了国有土地使用证，因此公司及子公司取得上述国有土地使用权合法合规，不存在违反《土地管理法》等法律法规的规定。

（三）资产许可和被许可使用情况

1、土地租赁情况

（1）公司土地租赁的基本情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司土地租赁的基本情况及用途情况如下：

序号	座落地址	租赁面积（亩）	起止日期	承租人	出租人	年租金（元）	土地性质	是否建有地上建筑
1	丰碱公路东侧，丰碱线惠达路入口处北	6.60	2005.04-2025.04	惠达股份	黄各庄镇黄三村村委会	7,920.00	集体建设用地	是
2	丰碱连接线黄各庄支线南侧，黄各庄变电站西侧	46.12	2008.01-2028.01	惠达股份	黄各庄镇红花园村村委会	36,896.00	集体建设用地	否
3	墙地砖厂生产车间南、成品库房西侧料场	33.00	2003.01-2023.01	惠达股份	黄各庄镇东黄各庄村委会	66,000.00	集体建设用地	否
4	黄各庄镇河西村南、丰碱公路东侧	19.34	2006.01-2026.01	惠达股份	黄各庄镇河西村委会	13,155.00	集体建设用地	否
合计		**105.06**				**123,971.00**		

【注】1 亩=666.67 平方米（㎡），105.06 亩=70,040.00 平方米（㎡）。

公司目前共拥有 34 宗国有土地使用权，租用 4 处集体土地。公司租用集体土地面积占比较低，具体情况如下：

租用集体土地面积（m^2）	拥有国有土地使用权面积（m^2）	拥有国有土地使用权和租用集体土地总面积（m^2）	租用集体土地面积占土地总面积比例
70,040.00	1,196,272.31	1,266,312.31	5.53%

公司租赁黄各庄镇红花园村、黄各庄镇黄各庄村以及黄各庄镇河西村共 98.46 亩土地，未建设有房产、车间等建筑，一直用于堆放原材料，未改变土地用途。由于堆放原材料对公司的生产经营仅具有辅助作用，公司堆放原材料的选址具有可替代性，即使变更选址也不会对公司的生产经营造成重大影响。

公司租赁黄各庄镇黄三村的 6.6 亩土地，用于建加油站，建有加油站营业室、罩棚等地上建筑物、构筑物及其他附属设施。报告期内，惠达油品对外营业收入及毛利额占公司主营业务收入及毛利额比重较低，具体情况如下：

单位：万元

项 目	单位名称	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年
主营业务收入	惠达油品	590.77	1,441.84	2,150.78	2,535.63
	惠达股份	104,681.16	222,283.05	207,695.70	183,601.16
	占比	0.56%	0.65%	1.03%	1.37%
毛利额	惠达油品	190.18	268.65	236.76	293.63
	惠达股份	28,808.95	58,022.22	54,995.32	45,525.48
	占比	0.66%	0.46%	0.43%	0.64%

惠达油品对公司的主营业务收入和毛利额贡献较低，极端情况下即使惠达油品的地上建筑物被没收或者拆除，惠达油品停业，其对公司的经营业绩也并不产

生重大影响，不会对公司本次发行构成实质性的法律障碍。

（2）公司租用集体土地的合规情况

《土地管理法》第四条第二款规定：使用土地的单位和个人必须严格按照土地利用总体规划确定的用途使用土地。因此，公司租用的上述四处集体土地均为建设用地，且符合规划用途，不存在改变土地用途的违法行为，符合《土地管理法》的规定。

《土地管理法》第六十三条规定：农民集体所有的土地的使用权不得出让、转让或者出租用于非农业建设。因此，公司租赁四处集体建设用地用于堆放原材料和建设加油站的行为，不符合上述规定，存在法律瑕疵。

《土地管理法》第八十一条规定：擅自将农民集体所有的土地的使用权出让、转让或者出租用于非农业建设的，由县级以上人民政府土地行政主管部门责令限期改正，没收违法所得，并处罚款。因此，上述四处集体土地的出租方将集体土地出租给公司的行为，可能导致出租方受到土地行政主管部门的处罚，同时可能使承租人即公司租赁的上述四处集体土地被收回，导致公司与相关出租方的租赁合同提前终止，公司需将上述四处集体土地恢复原状。

唐山市丰南区住房和城乡建设局于 2014 年 11 月出具确认函，确认在可预见的期间内，不会对惠达油品进行处罚或限期拆除该地块上的建筑物、构筑物及其他附属设施，惠达油品的行为不属于重大违法违规事项。

唐山市丰南区黄各庄镇人民政府于 2016 年 9 月 8 日出具确认函，确认公司租赁的该地块，符合丰南区黄各庄镇城市规划，在可预见的期间内，不会对公司及惠达油品进行处罚或限期拆除该地块上的建筑物、构筑物及其他附属设施，公司及惠达油品的行为不属于重大违法违规事项。

唐山市国土资源局丰南区分局于 2016 年 9 月 8 日出具确认函，确认公司租赁的该地块，符合丰南区土地利用总体规划，可以依法办理土地使用权证。

目前公司租赁四处集体土地正在办理土地使用权手续，惠达油品在获得加油站所在地块的土地使用权后，将办理地上建筑物及构筑物的相关产权证书。

综上，公司租用集体土地并在地上堆放原材料及构造建筑物的法律瑕疵虽不符合《土地管理法》等相关法律法规的规定，但该瑕疵不属于重大违法违规行为，不会对公司本次发行构成实质性的法律障碍。

2、房屋出租情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司房屋出租情况如下：

序号	座落地址	房产证号	建筑面积	起止日期	承租人	出租人	租金
1	海港区和平大街 158-1 号	秦皇岛市房权证秦房字第 000050270号	240.36 平方米	2016.1.1-2016.12.31	秦皇岛惠久贸易有限公司	惠达股份	10 万元/年
2	路北区大里路 103号	唐山房权证路北（里）字第 505001265号	276.47 平方米	2016.1.1-2016.12.31	唐山市唐宗商贸有限公司	惠达股份	14.8 万元/年
3	路北区大里路 105号	唐山房权证路北（里）字第 505001266号	269.79 平方米				
4	金茂家居生活港 B 区 5 号楼 3 号营业房	房权证兴庆区字第 2014001636 号	113.86 平方米	2016.1.1-2016.12.31	宁夏冀唐陶瓷有限公司	惠达股份	10 万元/年
5	金茂家居生活港 B 区 5 号楼 4 号营业房	房权证兴庆区字第 2014001637 号	113.86 平方米				
6	金茂家居生活港 B 区 5 号楼 11 号营业房	房权证兴庆区字第 2014001638 号	113.86 平方米				
7	金茂家居生活港 B 区 5 号楼 12 号营业房	房权证兴庆区字第 2014001639 号	113.86 平方米				
8	惠达卫浴股份有限公司老厂区内	丰南区房权证黄各庄镇字第 201201146 号	30 平方米	2011.11.15-2031.11.15	鼎立投资	惠达股份	3,000 元/年
9	惠达卫浴股份有限公司老厂区内	丰南区房权证黄各庄镇字第 201201146 号	30 平方米	2011.11.15-2031.11.15	伟业投资	惠达股份	3,000 元/年
10	惠达卫浴股份有限公司老厂区内	丰南区房权证黄各庄镇字第 201201146 号	30 平方米	2011.11.15-2031.11.15	助达投资	惠达股份	3,000 元/年
11	惠达卫浴股份有限公司老厂区内	丰南区房权证黄各庄镇字第 201201146 号	30 平方米	2011.11.15-2031.11.15	庆伟投资	惠达股份	3,000 元/年

除上述情况外，公司不存在其他资产许可和被许可情况。

六、发行人特许经营权情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司无特许经营权情况。

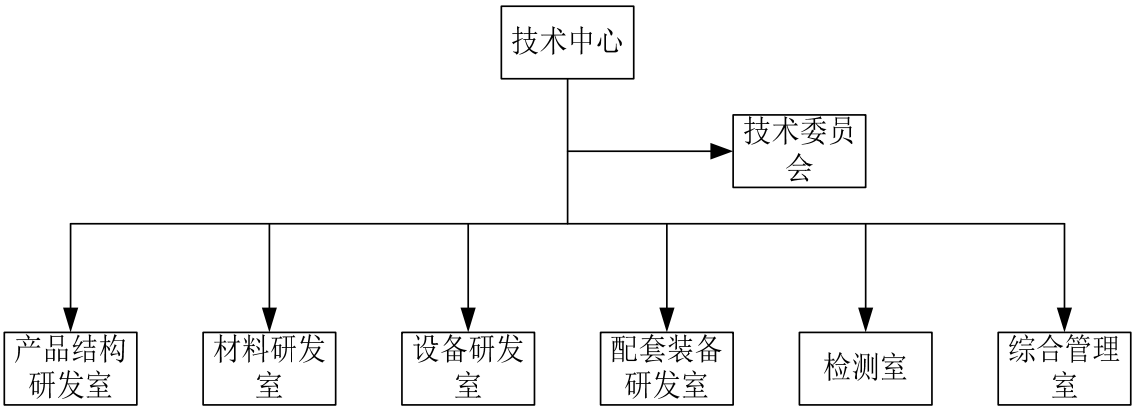
七、发行人主要技术及研发情况

（一）研发体系

1、研发机构

公司技术中心下设技术委员会、产品结构研发实验室、材料研发实验室、设备研发实验室、配套装置研发实验室、检测室、综合管理室。2013 年 12 月，公司技术中心通过了国家发改委、科学技术部、财政部、海关总署、国家税务总局 5 部委关于“国家认定企业技术中心”的联合认定，成为国内卫浴行业少数几家国家认定的企业技术中心之一。

公司研发机构的设置情况如下图所示：



公司设有一名技术中心主任，主要负责组织对技术中心发展战略、企业技术进步及技术创新重大政策和规划编制等进行评审；负责组织技术委员会成员、单位主要负责人与技术带头人共同对课题立项进行全方位评价审核；负责中心科研成果的产业化推广、技术交流等工作。

公司技术委员会对公司研究发展方向、经费预算和重大技术问题提出决策性意见；负责对技术中心的工作绩效进行整体评估，提出意见。

公司各研发实验室根据技术中心研发计划，按照各自职责开展分工协作。产品结构研发实验室具体负责产品各项功能性指标的提升，深入开展节水型及结构创新型产品的研发工作；材料研发实验室具体负责泥釉浆性能优化，降低原料配方生产成本，通过开发新型釉面来不断提升产品的实用性；设备研发实验室具体负责公司生产机械化及节能减排改造，对窑炉进行改造并对生产线进行工艺优化；配套装置研发实验室具体负责通过研发艺术化、品味化、科技化的陶瓷配套装置及产品，满足产品多样化需求，提高产品附加值；检测室具体负责卫浴产品的检测；综合管理室具体负责技术中心科研项目进展情况的信息收集，技术材料

的统一管理。

2、研发设备

公司研发设备主要用于模具制造、材料研发、设备研发和成品检测。公司共计拥有研发设备 387 台，其中包括 32 台进口精密仪器，为公司技术研发提供了良好的支持。

（1）模具制造设备

公司建立了高精密、数字化的模具加工中心，配置了先进的三坐标测量手臂和配套的软件开发系统。公司利用三坐标测量手臂采集到的数字信息，通过软件处理后输入到加工中心进行加工制作，可得到高精度模型胎具。

（2）材料研发设备

公司建立了功能完备、性能优越的材料研发平台。材料研发实验室配置了多台进口先进仪器设备，包括等离子体发射光谱仪、差热-热重分析仪、激光衍射粒度仪和显微硬度计等。公司通过对陶瓷原料化学属性和物理属性进行精密分析，可使制备的泥、釉浆与原配方精确一致。同时公司建立起了对铅、镉溶出量和放射性元素的动态监测管理体系，更好地保护了环境。

（3）机械研发设备

公司建立了高效的设备研发平台，配备了液压带锯床、液压折弯机以及二氧化碳保护焊、氩弧焊技术设备等多台加工用仪器设备，可满足卫浴行业机械、设备的研发需求。

（4）成品检测设备

公司成品检测室拥有卫生陶瓷检测系统、耐荷重试验机等专门的质量检测仪器、设备，专业检测工具齐全，可满足国标、欧标等多个国家、地区的产品标准检测要求。

3、研发人员

截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有研发人员 471 人。科研人员专业领域覆盖了无机非金属、陶瓷艺术设计、热能与动力工程、材料学、机械设计制造和计算机信息等专业，形成了专业门类齐全的专业技术队伍。

公司核心技术人员基本情况如下：

宋子春，副总经理，高级工程师，公司技术中心总工程师，技术中心主任兼产品结构研发负责人，现任全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会副主任委员。先

后主持和参与开发了低压快排水成型项目、卫生洁具高压注浆成型技术及装备开发项目、一种具有自洁釉面的卫生洁具项目和内墙砖防渗透底釉等多个科研项目，其中“卫生洁具高压注浆成型技术及装备开发”项目通过了河北省科学技术成果鉴定，并获全国建材行业技术革新技术开发类一等奖。

吴萍萍，副总经理，高级工程师，技术中心自动化设备研发负责人。主持完成的卫生陶瓷施釉机器人开发及应用项目，通过河北省科学技术成果鉴定，居国内先进水平；主持完成的卫生洁具高压注浆成型技术及装备开发项目，通过河北省科学技术成果鉴定，居国内先进水平，获全国建材行业技术革新技术开发类一等奖；主持完成的利用热风炉替代低效燃煤锅炉项目，获全国建材行业技术革新技术改造类一等奖。

（二）创新机制

公司始终将设计与创新作为产品的灵魂，坚持以市场需求为导向，通过人才引进与培养、员工激励、合作研发，不断提高公司的自主创新能力，建立了科学、有效的创新机制。

1、市场导向机制

公司通过市场调研，充分了解客户需求，并建立新产品市场数据库，对同类产品的竞争状况进行分析等手段来确定产品的市场定位和消费群体。以市场需求为导向的产品开发机制有利于准确把握市场脉搏，以保证公司新产品上市后符合消费者要求。

2、人才引进与培养机制

公司重视人才引进工作，每年以优厚的待遇和舒适的工作环境吸引创新人才到公司工作，进行梯队培养，提升研发团队的创新能力。同时公司注重人才培养工作，定期组织研发人员参加培训，提高研发人员的综合素质；对表现优异的员工给予外出培训、在职学习的优先权，并提供一定资助。

3、员工激励机制

公司建立了员工考核机制，对各环节研发人员的工作质量进行考核，并根据研发人员的绩效考核情况决定发放奖金的额度，奖惩分明，充分调动了员工的积极性。公司鼓励研发人员开展自主知识产权的技术研发，对成绩突出、取得国家专利和科技成果的研发人员，经技术中心评定后给予奖励。

4、合作研发机制

公司与国内外设计师建立了良好的合作关系，通过举办设计论坛，成立设计师俱乐部，获得最新的设计资讯，引领卫浴产品的设计潮流。公司与国内外科研院校展开技术交流与合作，充分发挥各自的技术优势和资源优势，为公司创新提供了良好的科研环境，提升了公司竞争优势，使公司研发水平始终处于行业发展的前沿。

（三）主要产品生产技术及所处阶段

公司在卫浴行业有 30 多年的技术沉淀，主要生产技术处于国内领先水平，部分生产技术处于国际领先水平。公司主要产品生产技术情况如下：

1、卫生陶瓷主要生产技术

（1）卫生陶瓷高压注浆成型技术

该技术是以高压成型机设备为主体，高压树脂模具为辅助，采用全自动注浆工艺生产卫生陶瓷半成品的技术。

该技术通过自动化生产方式，减少了人为缺陷的发生；通过高压强制脱水，坯体成型快，强度高，不易破损，提高了半成品成活率；半成品外形规整、线条流畅，保证了产品设计理念的实现；最终产品表面光滑，尺寸精度较高，成品缺陷率低。

公司通过自主研发掌握了高压注浆生产线的设计组装、专用模具的开发、运行程序的设计、泥浆配方的研发等技术难点，率先在国内同行业实现了卫生陶瓷半成品的自动化生产，技术水平居国内领先。公司产品采用该技术的覆盖率已经达到 30%，处于大规模生产阶段，获得河北省科技成果证书、唐山市科技进步二等奖，“金隅杯”全国建材行业革新一等奖，取得发明专利“一种高效率的座便器高压成型机”。

（2）机械手施釉技术

该技术采用全自动电脑静电喷釉机械手，通过机械手模仿人手的施釉动作，实现产品的自动施釉。

该技术采用机械手施釉，操作人员可以远离喷釉柜，操作环境大大改善，同时大大降低了工人的体力劳动强度；每件产品间喷釉质量的差别很小，有利于产品质量的稳定；除配备专门的程序示教人员外，对操作工人的技术水平要求很低，

易于实现流水作业，提高了生产效率。

该技术是在 2005 年公司与河北理工大学合作研发并掌握的自动化施釉技术设备基础上，引进北京莫托曼机器人有限公司的成熟技术。公司施釉机械手能完成六轴运动，重现误差可小于 0.1mm，技术水平居国内领先。该技术目前处于小批量生产阶段，获得河北省科学技术三等奖。

（3）具有纳米自洁釉面的卫生洁具制造技术

该技术将纳米材料和银系材料引入卫生陶瓷的釉面中，通过合理控制釉原料的粒度分布和优化配方，提高底釉、面釉平滑度；使用纳米抗菌剂实现高效抗菌效果；采用双层釉设计，使低含量抗菌剂高浓度富集于表面，可以实现卫生陶瓷产品表面长期稳定的易清洁、抗菌保健的功能作用。该项技术为公司自行研制，处于大规模生产阶段，取得发明专利“一种具有自洁釉面的卫生洁具”，处于国内领先水平。

（4）利用热风炉替代燃煤低效锅炉技术

该技术是利用燃气热风炉设备和主换热器对空气进行加热，通过热风管路把空气送至生产车间，对车间的环境温度直接进行升温的技术。该项技术的燃料为焦炉煤气，且以空气为加热介质，工艺简单，节能高效。与以燃煤锅炉加热方法比较，该项技术无燃煤和水的消耗，在生产车间面积相同的情况下，燃料费用降低 70%以上。该项技术为公司自行研制，为国内少数几家采用该项技术的卫浴生产企业之一。

（5）精陶质卫生陶瓷坯体配方开发及其制品的制造技术

该技术通过改变配方，利用成本较低的国产原料，生产出具备低变形和抗龟裂特性的精陶质卫生陶瓷制品。该项技术主要应用于超大尺寸、高规整度、结构复杂的高端产品，提升产品艺术效果。该技术仅国内少数几家卫浴企业掌握，打破了国外的技术垄断与原料垄断，于 2011 年获得“华新杯”全国建材行业革新一等奖，获得河北省科学技术进步二等奖，取得发明专利“一种精陶质卫生陶瓷坯体及其制造方法”，处于国内领先水平。

（6）圈体同机高压注浆成型技术

圈体同机高压注浆成型技术是在坐便圈、坐便体分机生产、单独控制的基础上，通过立体式工艺布局，以及圈、体模型的运动，实现圈、体同机生产和同一控制。该项技术与坐便圈、坐便体单机生产相比，减少了人工、降低了设备成本、

解决以往设备座圈因集中生产，变产时需整线停机的问题，提高了设备利用率。该项技术为公司自行研制，已取得了实用新型专利“一种圈体同机生产的高压坐便成型机”，处于国内领先水平。

（7）宽断面隧道窑烧成技术

该技术采用 3.8 米宽断面隧道窑装备，通过全自动程序控制实现卫生陶瓷产品的快速烧成。隧道窑采用低导热率、低蓄热的轻质耐火隔热材料制成，配备了高速调温烧嘴和分组控制燃烧系统。窑炉控制系统通过计算机、模糊控制器、可编程序控制器（PLC）和智能仪表，实现高精度的双回路串级自动调节控制和管理。该技术具有自动调节温度、生产效率高、产品质量好、产量大、节能降耗等显著特点。该技术为公司自主研发，已经在公司成熟运用，处于大规模生产阶段，技术水平居国内领先。

（8）高硬度自洁釉技术

该技术是在自洁釉的基础上引入熔块等原材料，改变材料构成，形成釉面材料硬度高、易清洁的釉面产品，增强产品耐用性。该项技术已大规模应用，荣获全国建材行业技术革新二等奖，取得发明专利“一种高硬度自洁釉及制备方法”，处于国内领先水平。

（9）卫生陶瓷低压快排水连续注浆工艺

通常石膏模型注浆完成后，需将其烘干才可继续注浆，该工艺可以利用压缩空气将石膏模型内吸收的水分强制排出，达到不烘干连续注浆的目的，提高了生产效率。该技术为公司自行研制，目前处于大规模生产阶段，获得了唐山市科技局科研项目奖励。

（10）节水且不易堵塞的坐便器技术

该技术通过产品结构设计，将坐便器的水道内径扩大至 50mm，达到不易堵塞的目的，进一步优化现有产品的冲洗功能和用水量。该技术目前处于大规模生产阶段，获得唐山市技术创新优秀项目二等奖，取得实用新型专利“节水且不易堵塞的座便器”。

（11）智能坐便总装测试线技术

该技术是智能坐便生产的重要环节之一，包括智能卫浴产品的在线总装、功能测试和产品包装。该技术已经开始大批量应用，主体为可积放的倍速链输送线，辅助设备包括供水、回水系统、自动打包机等。

（12）热塑性塑料注塑成型工艺

该工艺使用热塑性塑料生产便器盖和水件，通过在材料内加入内脱模剂提高产品的生产效率和合格率；成型前对材料进行冷冻干燥，成型过程中使用冰水机对模具温度进行控制，提高材料表面光洁度和零件强度；成型后对产品使用定型工具进行定型，提高了产品的一致性。该工艺处于大批量生产阶段。

（13）热固性塑料压注成型工艺

该工艺使用热固性塑料生产便器盖，通过对材料性能的长期测试，对材料的含湿率进行测定和控制，并对模具温度进行监测，确定优化的产品工艺，提高产品强度和生产效率，延长生产产品的使用寿命。该工艺处于大批量生产阶段。

2、五金洁具主要生产技术

（1）重力铸造技术

该技术是将熔化的金属液注入用耐高温材料制作的中空铸型内，冷凝后得到预期形状的铸件。目前国内企业通常采用普通的砂模制造技术，公司引进了自动控制的重力铸造机，可以完成高难度、结构复杂的产品，与普通的砂铸件相比具有金属结构佳、表面质量好等特点。该技术处于大规模生产阶段。

（2）CNC 柔性加工技术

该技术主要采用先进的 CNC 加工中心、数控机床为主要设备，并备有刀库，能自动更换刀具，可以适应少量多样的弹性生产。该技术目前处于大规模生产阶段，技术国内领先。

（3）无铅绿色水龙头技术

该技术通常在常温下操作，应用独特工艺实现了电镀后除铅，确保了铅金属不溶出镀层，该技术易掌握，除铅时间短，除铅成本低。该技术获得唐山市技术创新优秀项目二等奖，目前处于大规模应用阶段。

（4）五金洁具电镀废水回收技术

该技术对五金洁具生产线自动控制全程实时监控并进行实时参数调整；通过单独收集 7 种电镀废水的先进工艺，把铬、镍分开处理，浓水单独处理，中水回收率 70%以上。该项技术目前处于大规模生产阶段。

3、浴缸浴房主要生产技术

（1）聚氨酯材料配方及喷涂工艺

该技术采用聚氨酯材料生产浴缸，并通过改进喷涂积层工艺，实现产品的一

次性作业，耗时减少，变形减小，提升耐热水、防潮性能。该工艺目前处于大批量生产阶段。

（2）亚克力材料与不饱和树脂的防腐处理技术

该技术利用单独涂层处理生产玻璃纤维增强浴缸，避免坯体材料和粘结材料间的融胀破坏情况，达到粘结、加固目的。

（3）亚克力浴缸一体成型技术

该技术采用组合模具模式生产亚克力浴缸，充分利用热塑性材料的延伸性能，实现浴缸产品的一体化、缸裙无缝化。该技术目前处于大规模生产阶段。

（4）亚克力层修复技术

该技术主要用于修复亚克力材质浴缸，利用相似相溶原理，将亚克力材料与修复材料作同色粘结修复，达到外观、性能恢复目的，减少破损报废。该技术目前处于大规模生产阶段。

（5）玻璃钢固化环境恒温技术

该技术主要是在生产环境中建立温度调节系统，使整个作业环境和材料固化条件处于常温状态，达到充分保证产品使用性能的目的。该技术目前处于大规模生产阶段。

4、浴室柜主要生产技术

（1）UV 涂辊技术

该技术采用先进的 UV 涂辊机为主要设备，通过自动辊涂将 UV 漆涂到浴室柜面板上。与传统喷涂技术比较，该技术漆面固化时间短，表面平整均匀，生产效率高，油漆损耗低。该技术目前处于大规模生产阶段，技术水平国内领先。

（2）CNC 加工技术

该技术主要采用先进的 CNC 加工中心、数控机床为主要设备，部件经一次夹装后，数控系统自动选择和更换刀具，自动改变机床主轴旋转、进给量和刀具轨迹，依次完成工件多种工序的加工，可以适应少量多样的弹性加工。该技术目前处于大规模生产阶段，技术水平国内领先。

5、陶瓷砖主要生产技术

（1）一次烧成技术

传统的陶瓷砖生产工艺是先烧坯、后烧釉。一次烧成技术是在坯上涂上釉层送入窑炉，坯、釉同时烧制成型。该生产工艺的优点是节省能源，可以使坯、釉

结合度更好。该技术目前处于大规模生产阶段，技术水平国内领先。

（2）利用废泥生产陶瓷砖技术

废泥是生产卫生陶瓷过程中，在泥沟回收的含有一定杂质的再生泥料，其化学成分与陶瓷原料类似。公司通过多次试验，掌握了利用废泥生产陶瓷砖技术，通过在陶瓷砖坯体配方中加入约 23%的废泥，可以烧制符合国家标准的陶瓷砖。该项技术可以充分利用废泥，产生循环经济，并且可以降低陶瓷砖生产成本。该技术为公司自行研制，生产技术处于国内领先水平。

（3）利用废瓷生产陶瓷砖技术

废瓷是生产卫生陶瓷过程中产生的陶瓷废品。公司通过多次试验，在陶瓷砖坯体中加入约 4%的废瓷，可以烧制各项指标符合国家标准的陶瓷砖。该项技术可以增加废瓷的利用率，产生循环经济，并且可以降低陶瓷砖成本。该项技术为公司自行研制，生产技术处于国内领先水平。

（四）在研项目

截至 2016 年 6 月 30 日，本公司主要在研项目情况如下：

名称	主要内容	研发方式	项目进展
超粗水道坐便器研发	产品仍然采用喷射虹吸的工作原理，加大虹吸管道直径，内径达到 58mm，进一步增强产品的排污和抗堵塞能力	自主研发	实验室研究
同层排水壁挂式虹吸坐便器	国内市场主流坐便器排污方式均为下排式。近几年随着同层排水建筑的推广，墙排式产品的需求不断增加。本项目旨在研发一种适用于同层排水建筑的墙排式虹吸产品。既能满足同层排水的安装需求，又能兼顾国人的使用习惯	自主研发	实验室研究
CAD/CAE/CAM 在产品研发中的应用	以计算机辅助为手段的全新的研发模式，其精度高、制作速度快，通过计算机建模，计算机数据分析，数控编程和数控机床加工来完成产品研发的一系列工作，缩短开发周期，提升企业竞争力，降低研发成本	自主研发	实验室研究
蹲便类产品机械化改造	本项目主要考虑将效率低、劳动强度大、销量大的蹲便类产品改造为立浇成型工艺，从而提高生产效率、降低劳动强度	自主研发	实验室研究
卫生陶瓷低温烧成技术的开发	通过调整卫生陶瓷坯体配方，显著降低坯体烧结温度，大幅减少单位产品能耗和废气排放，实现卫生陶瓷制造过程节能减排	自主研发	实验室研究
卫生陶瓷残品低温重烧修补技术	现行的重烧修补技术属于高温烧成，温度约为 1200℃-1220℃，仍然存在不足。如果能够采用 950-1000℃的低温重烧修补技术，将极大缩短交货时间，有效提高生产效率，节约有限的燃料能源和矿产资源，大量减少有	自主研发	实验室研究

	毒有害气体排放，改善人居环境，具有重要的经济、社会、技术价值		
静电施釉项目	本研发项目主要是在公司现有机器人喷釉技术基础上，增加静电喷涂设备，更换大口径喷枪，以达到提高施釉效率、提高釉面质量、降低釉浆消耗的目的	自主研发	实验室研究
电子马桶自动控制排水系统	根据人在马桶前面的站立在马桶前面或座在马桶上的时间控制排水量;停电后可实现手动排水。根据用户习惯设置不同的排水量，既能够节水又能够达到有效冲洗的目的。并能统计每周/每月用水量	自主研发	实验室研究
卫生陶瓷石膏模型微波连续干燥系统	立足于研发一种隧道式连续干燥窑系统，采取微波、热风相结合的干燥方式，为便于微波穿透，窑体采取小断面大纵深的结构布局，在干燥窑前段适当安装微波设备，利用微波穿透作用加速模型干燥初期模型内部排水速度，使模型内外干燥更加均匀，在干燥窑后段安装动态热风干燥系统，干燥窑顶安装排湿设备，系统采用温湿度曲线自动控制	自主研发	实验室研究
卫生陶瓷高压注浆成型产品鼓包缺陷机理研究	减少高压产品回烧后鼓包发生率，回烧后鼓包发生率由当前的 10%以上降低到 2%以下	自主研发	实验室研究
卫生陶瓷高光泽釉开发	通过引入低温助熔剂及调整釉浆颗粒级配来提高釉浆光泽	自主研发	实验室研究
连体半成品修检及在线吹风、灌釉、擦坯生产线	在连体修检区安装多组无动力修检线，线的末端安装一条有动力的合流线，产品经合流线输送到多层多列立体存储系统内自然干燥，从立体存储系统出来的半成品输送到自动灌釉区，经在线吹风后用机器人自动完成水道灌釉，灌釉后的产品经擦坯生产线人工擦坯，之后输送到施釉工序	自主研发	实验室研究
冲落式坐便器超旋冲水结构优化	现有冲落式超旋冲水结构导流槽上部任然有半封闭式的上圈沿，再生产制作时造成锅内活块操作费时费力，施釉时半封闭水圈下部操作不方便极易造成施釉不良的问题。本项目旨在在现有的冲落式无水圈超旋坐便器结构基础上，优化产品结构，简化生产操作过程，在用户的日常使用时更方便清洁清理	自主研发	实验室研究
全包虹吸式连体坐便器成型提效结构改进	全包连体坐便器由于产品及模型结构复杂，成型操作阶段费时费力，是企业提升产能的一个重要制约。研发新的结构简化现有产品及模型结构，缩短成型期间的操作时间和操作难度，达到效率提升提高产能的目的。	自主研发	实验室研究
双层副线自动上坯设备	在立浇线副线上安装带有流利条的二层副线，两端安装具有升降和推进功能的自动移载机设备，提高生产线湿坯存储能力，同时可以降低职工劳动强度	自主研发	实验室研究

（五）研发投入

1、研发费用的范围界定

（1）直接投入：公司为实施研究开发项目而领用的原材料、能源材料、燃料和动力费用等相关支出。研发部门从库房领取材料时，依据领料单、出库单等单据计算该项目耗用的原材料数量及金额。

（2）工资薪金及各项社保费用：从事研究开发的人员的全年工资薪酬，包括基本工资、奖金、津贴、补贴、年终加薪、加班工资以及与其任职或者受雇有关的其他支出，根据人力资源部门提供的工资计算单据进行核算。

（3）设备折旧费：研发部门使用的机器设备、办公用房以及部分工具类设备的折旧费用，财务中心根据相应资产的原值、折旧或摊销年限及残值计算出每月的折旧金额进行归集、核算。

（4）其他：为研究开发活动所发生的其他费用，如办公费、差旅费、通讯费和专利申请维护费等。

2、研发费用的会计核算情况

公司根据《企业会计准则》的相关规定，建立健全了会计政策，完善了内部控制制度。其中关于研发费用的会计政策如下：

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的确认为无形资产，否则于发生时计入当期损益：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司研发费用核算的会计政策符合《企业会计准则第 6 号-无形资产》的相关规定，对研发项目研究阶段的支出全部计入当期管理费用。由于公司在新技术、新产品研发成功的初期尚无法明确判断其市场前景，能否给公司带来经济利益尚存在重大的不确定性，不满足研发支出资本化的条件，按照谨慎性原则公司将报告期发生的研发费用全部计入当期损益。

3、研发费用的具体构成

报告期内，公司研发费用具体构成及占营业收入比例如下：

单位：万元

年度	直接投入	人员工资	折旧	其他	合计
2013 年	3,970.55	1,680.84	142.20	120.71	5,914.31
2014 年	3,718.45	2,500.45	137.84	349.08	6,705.81
2015 年	3,944.69	2,835.99	247.43	150.50	7,178.61
2016 年 1-6 月	1,856.85	1,499.37	76.89	16.58	3,449.69

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
研发投入	3,449.69	7,178.61	6,705.81	5,914.31
营业收入	105,403.47	223,174.62	209,323.69	185,618.73
占营业收入比例	3.27%	3.22%	3.20%	3.19%

报告期内，公司研发费用总额逐年增加，主要由于公司持续加大产品研发的人力资源投入，使得研发费用中人员工资费用有较大幅度增长。截至 2016 年 6 月 30 日，公司已拥有研发人员 471 人，公司技术中心负责人宋子春担任全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会副主任委员，技术部部长杨晖担任中国硅酸盐学会陶瓷分会建筑卫生陶瓷专业委员。公司科研人员的专业领域覆盖了无机非金属、陶瓷艺术设计、热能与动力工程、材料学、机械设计制造和计算机信息等专业，已形成了专业门类齐全的专业技术队伍。

（六）合作研发

报告期内，公司在自主创新的同时，与科研院校合作研发情况如下：

序号	合作研发单位	合作协议主要内容
1	北京格创科技有限责任公司	甲方：惠达股份 乙方：北京格创科技有限责任公司 项目名称：卫生陶瓷隧道窑成品智能搬运系统项目 有效期限：2013年1月1日至2013年6月30日 技术目标：提供智能搬运机器人样机2台。 研发经费：97.50万元 成果分配：研究开发成果及相关知识产权归乙方所有，乙方享有专利的申请权及专利申请后的专利权，在专利有效保护期内甲方在本企业范围内享有专利无偿使用权。此知识产权如转让，乙方应确认受让方也受本条款限制。
2	燕山大学	甲方：惠达股份 乙方：燕山大学 丙方：博士后研究人员 项目名称：半成品库物流传输系统开发 有效期限：2013年1月至2014年12月 技术目标：根据惠达生产需要，开发一套半成品库物流传输系统 研发经费：每年向燕山大学提供管理费共1万元，每月向博士后研究人员提供不低于5000元的基本工资和生活补贴。

		成果分配：研发成果归三方共同享有
3	河北联合大学	甲方：惠达股份 乙方：河北联合大学 项目名称：卫生陶瓷风惊开裂的机理研究和解决方案 有效期限：2014年6月至2015年12月 技术目标：利用各种先进的测试和分析手段，找出风惊产生的机理并提出解决方案 研发经费：由甲方一次性支付乙方10万元整 成果分配：研发成果归甲乙方共同享有，申请专利的权利归甲方享有

八、发行人境外生产经营情况

本公司在马来西亚参股 HUIDA Malaysia，具体情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股或参股公司情况”。

除上述情况外，公司无其他境外生产经营情况。

九、发行人主要产品的质量控制情况

产品质量是公司生存和发展的基础，公司十分重视产品质量，严格遵守质量控制标准，执行严格的产品质量控制措施，质量控制效果良好。

（一）质量控制标准

公司先后通过了多项质量体系认证，主要包括 ISO9001 品质管理体系认证、ISO9002 品质管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证，并在质量体系认证的基础上建立了完善的质量控制制度。

公司严格按照国家和行业有关规定对产品进行质量控制，主要产品执行标准具体情况如下：

序号	产品名称	执行标准名称
1	卫生陶瓷	《卫生陶瓷》GB 6952-2005 《建筑卫生陶瓷单位产品能源消耗限额标准》GB21252-2007 《卫生洁具便器用重力式冲洗装置及洁具机架》GB 26730-2011 《卫生洁具便器用压力冲水装置》GB/T 26750-2011
2	五金洁具	《陶瓷片密封水嘴》GB 18145-2003 《卫生间附属配件》QB/T 1560-2006 《卫生洁具淋浴用花洒》GB/T 23447-2009 《卫生洁具软管》GB/T 23448-2009
3	浴缸浴房	《淋浴房》QB 2584-2007 《喷水按摩浴缸》QB 2585-2007 《玻璃纤维增强塑料浴缸》JC/T 779-2010
4	浴室柜	《卫浴家具》GB 24977-2010
5	陶瓷砖	《陶瓷砖》GB/T 4100-2015

（二）质量控制措施

1、组织机构建设

公司建立了质量管理组织架构，制定了完善的质量管理制度，实施全过程质量控制。公司各生产单位、职能部门各尽其职，对质量目标进行量化和分解，不断优化质量控制执行程序。公司品质管理中心对实施情况进行督导检查，保证公司质量管理体系有效、良好的运行。

公司制定了《品质例会制度》，由品质管理中心每月召开品质例会，将客户反馈意见及时传达到责任部门，限期整改；公司还制定了《质量事故责任追究制度》，按事故性质、事故范围及损失情况对责任人进行追究。

2、采购过程质量管理

公司建立了《采购控制程序》、《合格供方确认（评价）办法》、《原料供应商环境行为控制办法》等管理程序，制定了详细的采购工作程序流程，明确了职责，对公司的原材料采购以及供应商实施了科学、全面的管理。

公司供应部负责对供应商进行实地考察，对其经营情况、质量体系、工艺水平等信息进行综合评比，经公司取样检验合格后将其列入供应商名录，并对合格供应商进行定期评价和动态管理，为稳定获得保质保量的原材料打下基础。

3、生产过程的质量控制

公司制定了作业指导文件和质量控制参数，生产员工都能在第一时间准确、及时的了解作业指导文件要求，有效识别缺陷产品，杜绝缺陷产品流入下一工序。公司每条生产线都配有专业的工艺管理人员，负责核实产品质量标准和客户特殊要求等信息，并对生产加工制具的使用情况进行管理。公司工艺部负责对生产单位的技术、工艺要求执行情况进行督导检查，对发现的违规操作进行及时指导和纠正，组织协调各单位产品品质改进工作。

4、成品入库及出库的质量控制

公司根据国家及行业产品质量标准，制定了公司质量检测标准。公司为每条生产线配置了数量相当的产品质量检验人员，产品下线后必须全部经过检验，合格后方可入库。产品入库后，按照客户信息分类合理存放，并由专业物流团队负责产品的防潮、防火、防磕碰等管理，妥善维护库存产品的质量。产品发货前，公司质量抽检组负责对发货产品进行抽检，确保产品质量合格。

5、售后服务的质量控制

公司建立了完善的国内、国外售后服务体系，制定了《顾客满意度调查实施办法》、《惠达阳光服务管理制度》等制度，对通过顾客回访等形式获取的顾客反馈信息进行定期的分析、总结，并制定针对性的质量改进措施，以优质的售后服务使顾客满意。

（三）质量控制效果

1、质量合法合规情况

公司严格执行我国法律、法规和产品质量标准的规定。当地质量技术监督部门出具了相应的证明，证明本公司及子公司在报告期内遵守国家及地方有关产品技术质量方面的法律、法规，不存在因其产品质量、技术标准等违反国家及地方有关产品技术质量方面的法律、法规而遭受行政处罚的情形。

2、质量纠纷情况

公司设立了国内、国外客户服务部，建立了完善的客户管理和质量纠纷处理机制，制定了严格的《投诉控制流程》以及退换货、投诉制度，能够及时妥善的处理消费者退换货和投诉等事宜。

报告期内，公司未发生重大质量纠纷情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立运营

公司在资产、人员、财务、机构和业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，具有完整的业务体系，具有直接面向市场独立自主经营的能力。

（一）资产完整

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。公司资产与股东资产严格分开，不存在股东及其他关联方侵占公司资产的情况。

（二）人员独立

1、公司的董事、监事及高级管理人员按照《公司法》、《公司章程》等有关规定选举或聘任产生，履行了合法程序。

2、公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，亦未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。

3、公司的财务人员专职在公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领薪。

4、公司已经按照国家有关法律规定建立起独立的劳动、人事和分配管理制度，根据《中华人民共和国劳动合同法》和公司劳动管理制度等有关规定与公司员工签订劳动合同，由公司人力资源部负责公司员工的聘任、考核和奖惩。

（三）财务独立

公司设立了独立的财务部门并拥有专门的财务人员，财务运作独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司开立独立的银行帐户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行帐户的情形。

（四）机构独立

公司根据《公司法》与《公司章程》的要求建立了完善的法人治理结构，股东大会、董事会、监事会严格按照《公司章程》规范运作；公司建立了健全的内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司具有独立、完整的产、供、销系统，具有面向市场自主经营业务的能力。公司在业务上独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，按照生产经营计划自主组织生产经营，独立开展业务，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间同业竞争或者显失公平的关联交易。公司的采购、生产、销售等重要职能完全自行承担，不存在营业收入和净利润依赖关联方的情形，也不存在公司业务受制于股东和其他关联方的情形。

保荐机构认为，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业保持独立，具备独立经营的能力，上述发行人的独立运营情况真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）发行人不存在同业竞争的情况

公司是一家以满足消费者对高品质卫浴家居产品的需求为目标，通过卫浴产品的设计、研发、生产和销售，为消费者提供一站式卫浴产品综合解决方案的企业。公司产品涵盖了卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房、浴室柜和陶瓷砖五大类上千个品种。

截至 2016 年 6 月 30 日，控股股东、实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟除控制本公司外，不存在对其他企业实施控制或具有重大影响的情形。因此，亦不存在公司控股股东、实际控制人控制的其他企业从事与公司相同或相似业务、与公司形成同业竞争的情形。

（二）有关避免同业竞争的承诺

为避免未来发生同业竞争，公司控股股东、实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、于本承诺函签署之日，本人及本人拥有权益的除发行人外的其他企业均

未生产、开发任何与发行人生产的产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与发行人经营的业务构成竞争或可能竞争的业务；

2、自本承诺函签署之日起，本人及本人拥有权益的除发行人外的其他企业将不生产、开发任何与发行人生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与发行人经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务；

3、自本承诺函签署之日起，如发行人进一步拓展其产品和业务范围，本人及本人拥有权益的除发行人外的其他企业将不与发行人拓展后的产品或业务相竞争；若与发行人拓展后的产品或业务产生竞争，本人及本人拥有权益的除发行人外的其他企业将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式、或者将相竞争的业务纳入到发行人经营的方式、或者将相竞争的业务转让给无关联关系第三方的方式避免同业竞争；

4、如本承诺函被证明是不真实或未被遵守，本人将向发行人赔偿一切直接和间接损失。

三、关联方与关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号-关联方披露》等相关规定，本公司的关联方和关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人

惠达股份的控股股东和实际控制人为王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟，其中王惠文与王彦庆、王彦伟为父子关系，王彦庆、王彦伟为兄弟关系。

（二）其他持有发行人 5%以上股份的股东

序号	关联方名称	关联关系
1	黄各庄经管站	直接持有发行人 18.03%的股份
2	鼎立投资	直接持有发行人 14.13%的股份
3	庆伟投资	直接持有发行人 6.87%的股份
4	助达投资	直接持有发行人 6.33%的股份

上述持有发行人 5%以上股东的情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人的基本情况”部分相关内容。

（三）本公司控股、参股公司

公司类型	公司名称	注册资本（万元）	持股比例（%）
全资子公司	惠联陶瓷	8,743.59	100.00
	惠达建筑	2,009.10	100.00
	惠达宾馆	1,000.00	100.00
	永乐惠达	500.00	100.00
控股子公司	惠达世研	500.00	55.00
	惠达洁具	8,999.23	60.00
	惠美陶瓷	400.00（万美元）	75.00
	惠达油品	300.00	90.00
	时尚家具	12,653.85	60.00
	艾尔斯	400.00（万美元）	75.00
参股公司	达丰焦化	10,000.00	40.00
	冀东天然气	600.00	30.00
	HUIDA Malaysia	80.00（万林吉特）	29.00
	中陶投资	5,875.00	2.13

控股、参股公司的具体情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股或参股公司情况”部分相关内容。

（四）关联自然人直接或间接控制、重大影响的其他企业

直接或间接持有本公司 5%以上股份的自然人以及发行人的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，均为发行人的关联自然人。其中关系密切的家庭成员是指“配偶、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”。

公司关联自然人直接或间接控制、重大影响的其他企业情况如下：

关联方名称	与公司关联关系
北京时间投资合伙企业（有限合伙）	公司独立董事彭雪峰持股 10%
北京腾颐科技有限公司	公司独立董事彭雪峰持股 10%
北京亮相文化传媒有限公司	公司独立董事彭雪峰持股 13.2%
天津蜜香园科技发展有限公司	公司董事会秘书肖铁山先生的兄弟姐妹及兄弟姐妹的配偶共同控制的公司

公司董事、监事与高级管理人员的基本情况请参见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

（五）与公司有其他关联关系的企业或个人

序号	关联方名称	关联关系
1	贺祥机电	持有惠达洁具 40%的股份

2	赵祥启	总经理王彦庆配偶的妹妹的配偶
3	贺祥锆业	为赵祥启控制
4	赵立新	董事长王惠文妹妹的儿子
5	王贵志	持有时尚家具 40%的股份
6	宜家木业	为王贵志所控制的公司

（六）报告期内曾经存在的关联方

1、唐恩设计

报告期内，公司实际控制人之一董化忠曾持有唐恩设计 20%的股份，并担任该公司执行董事兼总经理。唐恩设计成立于 2010 年 11 月 15 日，注册资本 50 万元。经营范围为技术开发、技术转让、产品设计、工艺美术设计、包装装潢设计；设计、制作广告；企业策划、设计；销售家具等。

2013 年 7 月董化忠将 20%股权转让给李久太，并辞去执行董事兼总经理职务，唐恩设计与本公司已不存在关联关系。

2、已注销子公司

报告期内，惠达股份出于经营发展需要，作出战略调整，注销或吸收合并了惠达包装等 8 家子公司，详细情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股或参股公司情况”部分相关内容。

四、关联交易

（一）经常性关联交易

1、采购商品及接受劳务

报告期内，公司向关联方采购商品及接受劳务的情况如下：

关联方	关联交易	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
		金额（万元）	占同类交易比例（%）	金额（万元）	占同类交易比例（%）	金额（万元）	占同类交易比例（%）	金额（万元）	占同类交易比例（%）
达丰焦化	采购焦炉煤气	1,726.91	36.34	3,559.53	31.56	4,114.06	36.69	3,463.24	36.42
冀东天然气	采购天然气	292.51	6.16	1,082.07	9.59	1,012.38	9.03	823.96	8.67
贺祥机电	采购机器设备	281.01	64.15	808.18	34.83	1,756.52	22.33	1,026.47	23.69
贺祥锆业	采购硅酸锆粉	474.37	1.65	781.41	1.22	837.78	1.26	2,453.67	3.98
宜家木业	采购木箱、浴室柜等	871.52	5.53	1,850.06	6.35	1,809.64	7.65	1,791.57	7.29

赵立新	采购原煤	32.08	0.68	813.91	7.22	695.42	6.20	259.97	2.73
赵立新	采购紫木节等泥原料	570.63	1.99	1,929.93	3.02	1,872.25	2.81	1,533.85	2.48

（1）向达丰焦化关联采购

①采购内容

报告期内，公司与达丰焦化签订了《产品供货合同》，约定公司向达丰焦化采购焦炉煤气。2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，采购金额分别为 3,463.24 万元、4,114.06 万元、3,559.53 万元和 1,726.91 万元。具体焦炉煤气采购情况如下：

年度	数量(万立方米）	金额（万元）	占当期同类采购比重
2016 年 1-6 月	4,866.46	1,726.91	36.34%
2015 年度	10,055.68	3,559.53	31.56%
2014 年度	11,622.22	4,114.06	36.69%
2013 年度	11,039.11	3,463.24	36.42%
合计	**37,583.47**	**12,863.74**	

焦炉煤气是公司生产经营所需的主要能源之一。由于焦炉煤气主要采用管道方式运输，其输气管道的修建和维护成本比较高，所以焦炉煤气的运输半径受到限制，近距离运输能够有效降低采购成本。达丰焦化厂区与公司生产场所地理位置较为接近，管道运输便利，其提供的煤气质量符合公司生产经营要求，销售价格合理，货源供应充足、稳定，所以公司选择从达丰焦化采购焦炉煤气。公司每年年初与达丰焦化签订产品供货合同，约定当年的采购价格和供货数量。报告期内公司焦炉煤气全部从达丰焦化采购，采购金额占当期能源采购的比例平均在35%左右。

②采购原因

焦炉煤气是公司生产经营所需的主要能源之一。由于焦炉煤气主要采用管道方式运输，其输气管道的修建和维护成本比较高，所以焦炉煤气的运输半径受到限制，近距离运输能够有效降低采购成本。达丰焦化厂区与公司地缘接近，管道运输便利，其提供的煤气质量符合公司生产经营要求，销售价格合理，货源供应充足、稳定，所以公司选择从达丰焦化采购焦炉煤气。

③采购价格

报告期内，达丰焦化向公司及其他客户销售焦炉煤气的情况如下：

销售客户	单价（元）	数量（万立方米）	金额（万元）	占比
2016 年 1-6 月份焦炉煤气销售情况				
惠达股份	0.35	4,866.46	1,722.64	28.71%
唐山万丰兴化工产品有限公司	0.35	10,894.60	3,856.50	64.28%
2015 年度焦炉煤气销售情况				
惠达股份	0.35	10,055.68	3,559.53	29.02%
唐山万丰兴化工产品有限公司	0.35	22,080.99	7,816.28	63.73%
2014 年度焦炉煤气销售情况				
惠达股份	0.35	11,622.22	4,114.06	31.89%
唐山万丰兴化工产品有限公司	0.35	22,164.57	7,845.86	60.81%
2013 年度焦炉煤气销售情况				
惠达股份	0.31	11,039.11	3,463.24	29.36%
唐山万丰兴化工产品有限公司	0.33	22,679.76	7,498.13	63.58%

报告期达丰焦化焦炉煤气的销售客户保持稳定，其中销售给公司焦炉煤气约占各期其焦炉煤气销售收入的 30%左右。除 2013 年外，达丰焦化销售给本公司的焦炉煤气价格均与向其采购的第一大客户唐山万丰兴化工产品有限公司单价一致。达丰焦化不存在因与本公司的关联关系从而低价销售焦炉煤气给公司的情形。双方交易定价公允合理，未见明显波动或重大异常。

④达丰焦化整体销售情况

报告期内，达丰焦化按产品分类收入情况如下：

收入类型	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额 (万元)	占比（%）	金额 (万元)	占比（%）	金额 (万元)	占比（%）	金额 (万元)	占比（%）
焦炭	56,364.60	80.05	128,232.79	81.48	178,376.06	81.56	204,440.18	83.09
焦炉煤气	5,999.71	8.52	12,263.77	7.79	12,902.05	5.90	11,793.84	4.79
焦油	4,378.36	6.22	9,476.84	6.02	14,958.36	6.84	16,312.87	6.63
粗苯	3,281.80	4.66	6,470.98	4.11	11,667.83	5.34	12,589.54	5.12
硫酸铵	391.19	0.56	943.37	0.60	798.85	0.37	905.82	0.37
合计	**70,415.66**	**100.00**	**157,387.75**	**100.00**	**218,703.15**	**100.00**	**246,042.26**	**100.00**

报告期内，达丰焦化焦炉煤气销售占比均未达到当期主营业务收入的 10%，不存在对惠达股份依赖的情况。

（2）向冀东天然气关联采购

①采购内容

报告期内，公司与冀东天然气签署《天然气购销合同》，约定公司向冀东天然气采购天然气。2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，采购金额

分别为 823.96 万元、1,012.38 万元、1,082.07 万元和 292.51 万元。

②采购原因

天然气是公司生产经营所需的主要能源之一。与焦炉煤气一样，天然气也是采用管道方式运输，近距离运输能够降低采购成本。公司在充分考虑天然气的质量和货源充足性等因素后，选择地缘接近的冀东天然气作为主要天然气供应商。除冀东天然气外，公司还向唐山市丰南燃气有限公司采购天然气。

③采购价格

报告期内，冀东天然气向公司及其他客户销售天然气的价格对比如下：

单位：元/立方米

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年度	2013 年度
销售给惠达股份价格	2.39	2.94	2.96	2.48
销售给其他客户价格	2.40	2.94	2.94	2.68

由上表可见，冀东天然气向公司及其他客户销售天然气的价格差异较小，该项关联交易价格公允合理。

（3）向贺祥机电关联采购

①采购内容

报告期内，公司向贺祥机电采购的产品为定制的卫生陶瓷专用设备和配件。2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，采购金额分别为 1,026.47 万元、1,756.52 万元、808.18 万元和 281.01 万元。

②采购原因

报告期内，公司从贺祥机电采购卫生陶瓷设备具体原因的如下：

A、贺祥机电为专业的卫生陶瓷设备提供商，具有 10 余年的卫生陶瓷设备设计和制造经验，已多次向 TOTO、科勒等知名卫浴企业供货，其产品在性能和质量上能够满足公司生产经营的要求。

B、陶瓷设备多为大宗笨重商品，运输成本较高，公司与贺祥机电距离近，运输半径小，能够有效降低运输成本。另外，机器设备需定期检查维修，较短的运输距离方便及时与贺祥机电保持沟通，保证机器设备的性能维护和正常运转。

③采购价格

报告期内，公司与贺祥机电在交易中以各自利益最大化为目的进行商务谈判，交易价格遵循自愿、公正、协商一致的原则，双方按照成本和合理利润的方式确定交易价格，交易价格公允合理。

报告期内，贺祥机电向本公司及其他客户销售陶瓷设备及配件的毛利率对比情况如下表所示：

毛利率	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
向本公司销售	24.44%	25.11%	26.03%	21.68%
向其他客户销售	31.23%	34.02%	29.47%	23.65%

报告期内，贺祥机电向本公司销售产品的毛利率低于向其他客户销售的毛利率，造成该种差异的原因体现为产品采购条件、采购规模、采购品种、商业信誉等因素，具体原因分析如下：

A、采购条件差异

贺祥机电在产品销售交易中，需要负责将产品运输至客户并承担相应运费。公司与贺祥机电均处于唐山市丰南区，贺祥机电销售给公司机电设备运输成本较低，而其他省外或境外客户由于运输距离远，运输成本相对较高。

B、采购规模差异

机电设备具备较高的规模效应，较大规模的采购可以显著降低供应商的生产和销售成本。报告期内，公司作为贺祥机电采购量较大的客户，在相同的产品种类、规格和质量条件下，享有更加优惠的采购价格。

C、采购品种差异

贺祥机电所生产的机械产品中包括高附加值的高压系列产品，其毛利率较高，而对公司的销售不包括此类高压产品。由此造成 2015 年贺祥机电机械产品对公司销售的毛利率明显低于对其他客户的销售。

D、商业信誉差异

公司在与贺祥机电合作中，保持了良好的商业信誉，每次采购均能按约定时间付款，因此贺祥机电给予公司一定的价格优惠。

（4）向贺祥锆业关联采购

①采购内容

报告期内，公司向贺祥锆业采购的产品为卫生陶瓷生产所需的原材料硅酸锆粉。2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，采购金额分别为 2,453.67 万元、837.78 万元、781.41 万元和 474.37 万元。

②采购原因

自 2004 年起，本公司与贺祥锆业建立了合作关系，10 余年来贺祥锆业一直

向本公司提供硅酸锆粉，其产品能够满足公司产品生产的质量和技术要求。

③采购价格

报告期内，贺祥锆业向公司及其他客户销售的硅酸锆粉价格对比如下：

单位：元/吨

采购内容及价格	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年度	2013 年度
向本公司销售价格	9,230.77	9,283.52	12,229.68	9,572.65
向其他客户销售价格	9,234.50	9,296.89	12,771.91	10,470.21

本公司向贺祥锆业采购硅酸锆粉，按照市场化原则商定采购价格，与贺祥锆业的向其他客户销售价格差异较小。另外，本公司向贺祥锆业采购原材料金额占当期营业成本的比例不足 2%。因此，上述关联采购对公司业绩影响较小。

（5）向宜家木业采购浴室柜

①采购内容

报告期内，公司与宜家木业签订了《贴牌生产暨采购合同框架协议》，约定公司向宜家木业采购浴室柜等家具类产品。2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，采购金额分别为 1,791.57 万元、1,809.64 万元、1,850.06 万元和 871.52 万元。

②采购原因

报告期内，公司向宜家木业采购浴室柜的具体原因如下：

A、定制化产品

宜家木业提供的仿古浴室柜系定制化产品，客户根据居所环境和自身喜好对仿古浴室柜的材料、质地、规格及外观样式等提出不同的需求和标准，宜家木业根据客户的订单要求设计产品图纸，针对不同的产品及原料采用相应的生产工艺进行加工制造，个别产品需人工加工（如雕饰、磨花等工艺）方能达到预期效果，以满足客户需求。

本公司生产的浴室柜主要为大规模的标准化产品，通过标准化无差别的流水线生产统一规格样式的浴室柜产品，满足大众客户的需求。同时，为满足市场日益多样化、个性化的购买需求，公司选择从宜家木业采购定制化产品以丰富公司产品线，开发小众市场为客户提供全方位、多样化的产品选择。

B、机器设备具有专用性

宜家木业生产的仿古浴室柜所使用的机器设备具有专用性且购置成本高，与时尚家具所配备的机器设备显著不同，出于成本管理及生产工艺等方面因素的考

虑，本公司选择采用 OEM 加工方式生产仿古浴室柜。

C、原材料及员工配置的特殊性

宜家木业使用实木作为材料生产仿古浴室柜，与时尚家具采用复合板材为主要原料进行加工生产截然不同。在人员配置方面，由于生产过程中对工艺手法等方面均有特殊要求，宜家木业招聘了大量具有娴熟工艺、经验丰富的技术工人为其生产加工提供支持和保障。

③采购价格

本公司与宜家木业关联交易的价格按照成本加成方法，最终由交易双方协商确定。宜家木业生产的家具为根据本公司的要求定制，无市场相同产品的售价数据比较，且宜家木业 90%以上的产品均销售给本公司，因此宜家木业的利润率基本可以代表销售给本公司产品的利润水平。

宜家木业毛利率与行业平均毛利率对比情况如下表所示：

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
宜家木业毛利率	14.35%	14.00%	14.77%	12.43%
行业平均毛利率	37.08%	37.04%	36.61%	35.81%

【注】行业平均毛利率为索菲亚、喜临门、宜华木业、好莱克等上市公司毛利率算术平均值。

报告期内，宜家木业毛利率低于行业平均水平，主要原因为：（1）宜家木业的客户相对单一，主要为惠达股份，宜家木业的议价能力有限；（2）宜家木业规模较小，与其他上市公司相比，尚未形成规模效应，因此毛利率较低。

综上，公司与宜家木业签订了产品购销合同，交易定价采用成本加成的方式确定，宜家木业营业利润率较低但属合理范围，不存在向发行人输送利益的情形。

（6）向赵立新关联采购

①采购内容

报告期内，公司与赵立新签署《采购合同框架协议》，约定公司向赵立新采购卫生陶瓷产品生产所需要的瓷石、紫木节和原煤等原材料。2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，采购金额分别为 1,793.82 万元、2,567.67 万元、2,743.84 万元和 602.71 万元。

报告期内，公司向赵立新采购情况具体如下：

单位：万元

采购内容	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
瓷石	167.78	335.19	463.13	411.74
佳洁球土	179.16	901.27	777.93	470.37
钾长石	-	107.18	45.79	200.17
石粉	79.28	153.65	92.01	24.99
石英	60.78	167.16	150.47	160.81
石灰石	45.14	-	50.23	10.21
飞天燕水洗泥	38.48	-	-	-
紫木节	-	243.26	280.69	255.55
四节	-	22.21	12.01	-
原煤	32.08	813.91	695.42	259.97
合计	**602.71**	**2,743.84**	**2,567.67**	**1,793.82**

公司向赵立新采购泥原料和煤，2013 年-2015 年采购金额逐年上升，与公司营业收入变动趋势一致。2016 年 1-6 月采购金额较去年同期下降 952.95 万元，主要原因为：A、为提升生产效率，公司逐步进行锅炉改造，原煤需求量逐渐下降，公司从 2015 年下半年开始原煤采购量逐渐下降，2016 年 1-6 月原煤采购量同比减少 568.34 万元；B、为履行减少关联交易承诺，公司在 2016 年 1-6 月逐步向非关联供应商采购同类原材料替代向赵立新采购，2016 年 1-6 月向赵立新采购泥原料金额较 2015 年同期有所下降。

报告期内，公司向赵立新采购的个别泥原料金额波动较大，主要原因为：为降低采购成本，公司结合泥原料的储备情况、价格和生产需求情况安排采购，选择在原材料价格低谷进行大量采购，在原材料价格上涨时消耗库存，因此公司向赵立新采购佳洁球土、钾长石等原材料金额波动较大。

②采购原因

赵立新长期从事与陶瓷生产相关的矿物材料贸易业务，积累了大量上游供应商资源，其对陶瓷原材料市场及品质有较好的判断能力，其提供的原材料质量稳定，能够满足公司生产技术的需要，所以公司选择从赵立新处采购瓷石、紫木节等原材料。

③采购价格

报告期内，公司与赵立新在平等协商、互惠互利的基础上参考市场公允价格协商定价。在具体定价过程中，双方以公司供应部门市场询价结果、从其他供应商处采购同类材料的价格作为定价的参考依据。

报告期内，公司从赵立新处采购原材料的价格与第三方价格对比情况如下：

单位：元/吨

年份	原材料名称	采购价格	第三方价格	第三方企业名称
2013 年度	瓷石	177.67	183.76	天津市帅洪商贸有限公司
	球土	306.24	347.09	江门市盛强精细材料有限公司
	钾长石	417.48	598.29	河北恒岳商贸有限公司
	石粉	1,166.77	1,264.96	山阴县金运昌贸易有限公司
	石英	431.56	509.03	凤阳杜氏矿业有限公司
	石灰石	92.23	90.00	唐山开平区双桥乡王国民采石厂
	紫木节	248.68	229.06	山阴县金运昌贸易有限公司
	原煤（4000 大卡）	403.37	423.35	兴和县洪广源煤业有限责任公司
	原煤（5000 大卡）	589.86	609.68	
2014 年度	瓷石	177.67	179.49	天津五矿三合商贸有限公司
	球土	321.43	347.10	江门市盛强精细材料有限公司
	钾长石	417.48	598.29	河北恒岳商贸有限公司
	石粉	1,153.74	1,264.96	山阴县金运昌贸易有限公司
	石英	432.40	499.15	凤阳杜氏矿业有限公司
	石灰石	92.41	90.00	唐山开平区双桥乡王国民采石厂
	紫木节	249.51	229.06	山阴县金运昌贸易有限公司
	原煤（4000 大卡）	340.04	360.87	兴和县洪广源煤业有限责任公司
	原煤（5000 大卡）	544.31	564.50	
2015 年度	瓷石	177.67	188.03	博爱县柏山鑫地陶瓷原料厂
	球土	318.90	346.64	江门市盛强精细材料有限公司
	钾长石	417.48	572.65	承德市双滦厂沟村石英长石矿
	石粉	1,153.91	1,153.85	山阴县金运昌贸易有限公司
	石英	428.40	427.35	江西省芦溪县南方石英粉厂
	石灰石	92.23	89.74	抚宁驻操营俊才陶土矿
	紫木节	249.51	247.86	山阴县金运昌贸易有限公司
	四节	81.20	93.16	抚宁驻操营俊财陶土矿
	原煤（4000 大卡）	374.64	376.07	兴和县洪广源煤业有限责任公司
	原煤（5000 大卡）	538.32	564.10	
2016 年 1-6 月	瓷石	177.67	188.03	博爱县柏山鑫地陶瓷原料厂
	球土	293.63	347.36	江门市盛强精细材料有限公司
	石粉	1,153.85	1,247.86	山阴县金运昌贸易有限公司
	石英	427.99	439.82	江西省芦溪县南方石英粉厂
	石灰石	92.23	87.18	抚宁县驻操营镇俊财陶土矿
	飞天燕水洗泥	385.06	388.11	潮州桥东荣民瓷泥厂
	原煤（5000 大卡）	422.21	495.73	兴和县洪广源煤业有限责任公司

【注】第三方价格是指公司从其他供应商采购价格及公司向其他供应商询价价格。

由上表可见，除钾长石外，公司从赵立新处采购的其他原材料价格与第三方价格差异较小。钾长石采购价格与第三方价格差异较大的原因为河北恒岳商贸有限公司、承德市双滦厂沟村石英长石矿销售的是高品位的钾长石，其主要元素中钾钠含量占比超过 18%，使用时不需要添加辅助材料；公司从赵立新处采购的钾长石中钾钠含量占比低于 14%，生产时需要添加多种辅助材料，因此采购成本低于第三方销售价格。

综上，报告期内，公司向赵立新采购原材料的关联交易行为符合公司生产经营需要，定价合理，交易过程公平、公正，不存在损害公司利益的情形。

④向赵立新采购的付款方式

单位：万元

付款方式	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
银行承兑汇票	495.00	511.43	-	-
转账支票	141.97	3,063.97	2,386.08	1,732.32
银行转账	26.45	99.67	-	-
合计	**663.42**	**3,675.07**	**2,386.08**	**1,732.32**

公司向赵立新付款采用银行承兑汇票、支票和银行转账方式，不存在现金付款的情况。

⑤采购管理制度执行情况

公司建立了较为健全的采购管理制度，公司向赵立新采购按照采购管理制度执行，公司采购管理制度请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（五）发行人采购情况”之“1、公司采购管理制度”。

⑥公司向关联自然人采购的进一步规范措施

为进一步履行减少关联交易承诺，自 2016 年上半年公司开始逐渐减少从赵立新采购原材料，并于 2016 年 9 月 1 日停止向赵立新采购，由公司直接向非关联供应商采购。

2、销售商品及提供劳务

关联方	关联交易	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
		金额（万元）	占同类交易比例（%）	金额（万元）	占同类交易比例（%）	金额（万元）	占同类交易比例（%）	金额（万元）	占同类交易比例（%）
达丰焦化	建筑施工建设	-	-	-	-	-	-	22.17	0.56
达丰焦化	销售成品油	7.13	1.21	18.99	1.32	22.78	1.06	47.72	1.88

宜家木业	销售成品油	1.13	0.19	1.99	0.14	1.70	0.08	-	-
宜家木业	木箱、纸箱等	9.13	0.32	-	-	-	-	-	-
宜家木业	销售焦炉煤气	-	-	-	-	-	-	6.77	1.39
贺祥机电	销售卫浴产品	4.65	0.005	1.20	0.001	4.12	0.002	202.55	0.12
贺祥锆业	销售卫浴产品	0.13	0.0001	6.14	0.003	4.91	0.002	10.09	0.01

3、租赁房产

2011 年 11 月 15 日，惠达股份与鼎立投资签订了《房屋租赁协议书》，后于 2012 年 4 月 1 日，发行人与鼎立投资签订了《<房屋租赁协议书>补充协议》，约定将发行人的房屋 30 平方米出租给鼎立投资使用，租赁期限为签订协议之日起至 2031 年 11 月 15 日，租金为每年每平方米 100 元，即每年租金为 3,000 元。

2011 年 11 月 15 日，惠达股份与庆伟投资签订了《房屋租赁协议书》，后于 2012 年 4 月 1 日，发行人与庆伟投资签订了《<房屋租赁协议书>补充协议》，约定将发行人的房屋 30 平方米出租给庆伟投资使用，租赁期限为签订协议之日起至 2031 年 11 月 15 日，租金为每年每平方米 100 元，即每年租金为 3,000 元。

2011 年 11 月 15 日，惠达股份与助达投资签订了《房屋租赁协议书》，后于 2012 年 4 月 1 日，发行人与助达投资签订了《<房屋租赁协议书>补充协议》，约定将发行人的房屋 30 平方米出租给助达投资使用，租赁期限为签订协议之日起至 2031 年 11 月 15 日，租金为每年每平方米 100 元，即每年租金为 3,000 元。

2011 年 11 月 15 日，惠达股份与伟业投资签订了《房屋租赁协议书》，后于 2012 年 4 月 1 日，发行人与伟业投资签订了《<房屋租赁协议书>补充协议》，约定将发行人的房屋 30 平方米出租给伟业投资使用，租赁期限为签订协议之日起至 2031 年 11 月 15 日，租金为每年每平方米 100 元，即每年租金为 3,000 元。

（二）偶发性关联交易

报告期内，公司的偶发性关联交易为与关联方之间的资金往来，具体情况如下：

1、公司与王贵志资金往来

王贵志系公司子公司时尚家具的少数股东，持有时尚家具 40%的股权。2011 年时尚家具新生产线投产后，产销规模迅速扩大，但由于资本规模有限，一定时期资金周转出现困难，王贵志向其提供了流动资金支持，且未收取资金占用费。2013 年以来，时尚家具进行了两次增资，充实了公司的资本金实力，截至 2013

年末，时尚家具已全部退还从王贵志的借款。

报告期内，时尚家具与王贵志之间资金往来情况如下：

单位：万元

期间	期初债务	本期增加	本期偿还	期末债务
2013 年	1,403.69	-	1,403.69	-
2014 年	-	-	-	-
2015 年	-	-	-	-
2016 年 1-6 月	-	-	-	-

2、公司与惠达宾馆的资金往来

出于公司经营发展的需要，本公司将惠达宾馆委托给第三方承包经营，因惠达宾馆不作自主经营，其所留存的资本金已无明确用途。为提高公司资金的使用效率，2009 年 1 月 1 日，惠达宾馆与本公司签订《借款协议》，约定将 1,000 万元闲置资金借给本公司使用，借款期限为 10 年，不收取资金占用费。

报告期内，本公司与惠达宾馆之间资金往来情况如下：

单位：万元

期间	期初债务	本期增加	本期偿还	期末债务
2013 年	1,000.00	-	-	1,000.00
2014 年	1,000.00	-	-	1,000.00
2015 年	1,000.00	-	-	1,000.00
2016 年 1-6 月	1,000.00	-	-	1,000.00

报告期内，公司与关联方之间应收应付款项余额如下：

单位：万元

项目	关联方	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应收账款	宜家木业	0.18	0.67	0.21	138.08
应收账款	达丰焦化	6.45	5.13	5.43	10.47
应收账款	贺祥锆业	-	-	-	1.52
应付账款	贺祥机电	106.80	50.23	308.51	-
应付账款	宜家木业	351.12	432.54	324.48	-
应付账款	达丰焦化	92.76	-	-	86.89
应付账款	贺祥锆业	410.08	355.07	120.82	-
应付账款	冀东天然气	30.01	49.72	61.44	20.12
应付账款	赵立新	70.23	69.55	594.63	199.91
预付账款	贺祥机电	6.35	11.57	-	12.98
预付账款	宜家木业	-	-	-	43.36
预付账款	达丰焦化	-	-	16.18	-
预付账款	贺祥锆业	-	-	-	59.38

五、发行人对关联交易决策权利与程序的规定

为规范关联交易行为，公司根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规，制订《公司章程》、《关联交易管理制度》，对关联交易决策权利与程序作出了一系列规定。

（一）《公司章程》的规定

《公司章程》第六十九条规定：“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；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。在对有关关联交易事项进行表决前，会议主持人应向出席会议的股东说明本章程规定的关联股东回避制度并宣布需回避表决的关联股东的名称。需回避表决的关联股东不应参与投票表决，如该关联股东参与投票表决的，该表决票作为无效票处理。公司独立董事应对重大关联交易的程序及公允性明确发表独立意见。”

（二）《关联交易管理制度》的规定

公司依照《公司章程》，制定了《关联交易管理制度》，对公司关联交易作出了进一步规定。

《关联交易管理制度》第二十条规定：除应当及时披露外，还应当提交董事会审议的关联交易：（1）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上但未达 3,000 万元，或在 30 万元以上但占公司最近一期经审计净资产绝对值未达 5%的关联交易（公司提供担保、受赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外），由公司董事会审议批准后方可实施；（2）公司与关联法人发生的单笔交易金额在 300 万元人民币至 3,000 万元人民币之间，或占公司最近一个会计年度经审计净资产绝对值的比例在 0.5%至 5%的关联交易（公司提供担保、受赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外），由公司董事会审议批准后方可实施。

《关联交易管理制度》第二十一条规定：除应当及时披露外，还应当提交董事会和股东大会审议的关联交易：（1）交易（公司提供担保、受赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的重大关联交易；（2）公司为关联人提供担保。

《关联交易管理制度》第二十七条规定：公司拟与关联人发生重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的

5%的关联交易）的，应当在独立董事发表事前认可意见后，提交董事会审议。独立董事作出判断前，可以聘任独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据，公司审计委员会应当同时对该关联交易事项进行审核，形成书面意见，提交董事会审议，并报告监事会。审计委员会可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

《关联交易管理制度》第二十八条规定：公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数不足三人的，公司应当将交易提交股东大会审议。

《关联交易管理制度》第二十九条规定：公司股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东应当回避表决，也不得代理其他股东行使表决权。

（三）《独立董事制度》的规定

《独立董事制度》第十五条规定：为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除应当具有法律、行政法规、规范性文件及《公司章程》赋予董事的职权外，公司拟与关联人达成的总额高于300万元或高于公司最近一期经审计净资产绝对值5%的关联交易应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论；独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

六、发行人报告期内关联交易执行情况及独立董事、监事会的意见

（一）公司报告期内关联交易的执行情况

发行人具有独立的采购、生产和销售系统，报告期内发生的关联交易均为公司生产经营所需，履行了必要的决策程序，定价公允，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。公司建立了《关联交易管理制度》，公司与关联方之间的关联交易按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等相关规定，根据关联交易全年预计交易金额，将经常性关联交易提交董事会和股东大会审批，进行审议时，关联董事和关联股东履行了回避程序。

（二）独立董事关于公司关联交易的意见

1、独立董事事前认可意见

公司独立董事对报告期内发生的关联交易出具了事前认可意见，认为：“公司经常性关联交易符合公司实际经营需要，涉及的价格按市场原则公允定价，符合公开、公正、公平原则，不损害公司与全体股东尤其是中小股东的利益，同意将该议案提交公司董事会审议。”

2、独立董事独立意见

公司独立董事对报告期内发生的关联交易进行了审查，并出具了相关意见，独立董事认为：“公司报告期内发生的关联交易价格公允，不存在损害公司及股东，特别是中小股东利益的情况；公司报告期内发生的关联交易履行的审议程序合法。”

（三）监事会关于公司关联交易的意见

报告期内，公司监事会对关联交易的的审议、表决、披露、履行等情况进行监督，并在年度报告中发表意见：“公司关联交易的审议和表决程序符合《公司法》、《上海交易所股票上市规则》、《公司章程》等有关规定。关联交易定价方式公平、公正，不存在损害公司及股东的利益的情况。”

七、发行人减少关联交易的措施

公司报告期内发生的关联交易履行了《公司章程》等规定的程序。公司将尽量减少未来关联交易的发生。对于不可避免的关联交易，公司将严格按照《公司章程》和《关联交易管理制度》的规定，履行相应的审批程序。

2014 年 11 月 12 日，公司实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠和王彦伟已就减少和规范关联交易作出如下承诺：

1、不利用控股股东地位及与公司之间的关联关系损害公司利益和其他股东的合法权益。

2、本承诺函出具日，本人未以任何理由和方式占用过公司的资金或其他资产，且今后本人及本人控制的其他企业亦将不会以任何理由和方式占用公司的资金或其他资产。

3、尽量减少与公司发生关联交易，如关联交易无法避免，将按照公平合理和正常的商业交易条件进行，将不会要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

4、将严格和善意地履行与公司签订的各种关联交易协议，不会向公司谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

5、本人将通过对所控制的其他企业的控制权，促使该等企业按照同样的标准遵守上述承诺。

6、若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任，包括但不限于由此给公司及其他股东造成的全部损失。

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

截至本招股说明书签署之日，本公司共有董事 9 名，其中独立董事 3 名。全体董事均由董事会提名，公司股东大会选举产生，每届任期三年，独立董事连任不得超过两届，其他董事任期届满可连选连任。各位董事均为中国国籍，无境外永久居留权。公司董事简历如下：

王惠文先生，董事长，公司创始人，中国国籍，无境外永久居住权，1943 年生，高级经济师。自公司成立至今历任公司董事长兼总经理、董事长。王惠文先生多次受到国家、河北省的表彰和奖励，曾任第十一届全国人民代表大会代表，先后获得“全国优秀企业家”、“全国五一劳动奖章”、“河北省杰出企业家”、“全国劳动模范”、“全国陶瓷行业十大影响力领军人物”、“中国建筑卫生陶瓷行业终身成就奖”等荣誉称号。

王彦庆先生，董事，中国国籍，无境外永久居住权，1963 年生，上海交通大学 EMBA。自公司成立至今历任公司销售处长、总经理。王彦庆先生多次受到国家、河北省的表彰和奖励，现任第十二届河北省人大代表，先后获得“全国五一劳动奖章”、“全国建材行业劳动模范”、“河北省十大风云人物”、“河北省优秀企业家”、“河北省劳动模范”、“河北省杰出企业家”等荣誉称号。

董化忠先生，董事，中国国籍，无境外永久居住权，1954 年生。自公司成立至今历任公司财务处长、财务总监、副总经理兼财务总监，其中 2012 年 11 月至 2013 年 4 月兼任董事会秘书。董化忠先后获得“唐山市劳动模范”、“唐山市优秀工会工作者”和“河北省职工劳动模范”等荣誉称号。

王彦伟先生，董事，中国国籍，无境外永久居住权，1973 年生。自公司成立至今历任公司供应处处长、副总经理。

杜国锋先生，董事，中国国籍，无境外永久居住权，1976 年生，大学本科。1998 年 9 至 1999 年 8 月任广东《惠州晚报》任编辑、记者；1999 年 10 月至 2000 年 12 月任共青团惠州市委《惠州青年》杂志副总编；2001 年 3 月至 2007 年 12

月任广东惠州德赛集团营销中心公关传媒主任、助理新闻发言人；2007 年 12 月至 2012 年 1 月历任雷士照明控股有限公司媒体策划部部长、市场中心经理、市场中心总监；2012 年 2 月至今，任公司副总经理，负责国内销售工作。

张波先生，董事，中国国籍，无境外永久居住权，1973 年生，法律硕士。张波先生 1996 年 8 月至 2010 年 2 月历任河北石家庄拖拉机厂技术员、北京市京大律师事务所律师，2010 年 3 月至今任昆吾九鼎投资管理有限公司投资总监。2014 年 1 月至今担任公司董事。

缪斌先生，独立董事，中国国籍，无境外永久居住权，1959 年生，大学本科，教授级高级工程师。缪斌先生 1982 至 1996 年曾担任中国建筑材料科学研究院陶瓷研究所课题组长、研究室主任；1997 年至今历任中国建筑卫生陶瓷协会副秘书长、秘书长、副会长兼秘书长；2003 年至今，任全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会副主任委员。缪斌先生自 2014 年 11 月至今担任公司独立董事。

彭雪峰先生，独立董事，中国国籍，无境外永久居住权，1962 年生，北京大学法学博士。彭雪峰先生自 1992 年至今历任北京市大成律师事务所律师、主任、高级合伙人；彭雪峰先生同时担任河南中孚实业股份有限公司、国寿安保基金管理有限公司、山东海运股份有限公司独立董事，北京万物长阳科技有限公司监事。彭雪峰先生 2012 年 12 月至今担任公司独立董事。

张双才先生，独立董事，中国国籍，无境外永久居住权，1961 年生，南开大学管理学博士。2004 年至今任河北大学管理学院教授、博士生导师，担任乐凯胶片股份有限公司、博深工具股份有限公司和东旭光电科技股份有限公司独立董事。2012 年 12 月至今担任公司独立董事。

（二）监事会成员

截至本招股说明书签署之日，公司共有 3 名监事，其中 2 名监事由监事会提名，股东大会选举产生，1 名职工监事由职工代表大会选举产生，任期 3 年，任期届满可连选连任。本公司监事基本情况如下：

董敬安先生，监事会主席，中国国籍，无境外永久居住权，1963 年生。1997 年至今任公司办公室主任。

李洪武先生，监事，中国国籍，无境外永久居住权，1973 年生，本科学历。2004 年 11 月至 2009 年 1 月任西葛镇财政所所长；2009 年 1 月至今任黄各庄镇

财政所所长。

王凤山先生，职工监事，中国国籍，无境外永久居住权，1942 年生，经济师职称。1989 年 10 月至 1996 年 12 月任农业银行丰南支行行长；1997 年 1 月至 1998 年 8 月任农业银行唐山分行所属典当行行长；1998 年至 2011 年 11 月任公司审计部负责人，2011 年 11 月至今任公司证券事务部副部长。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署之日，公司高级管理人员共 9 人，分别为王彦庆先生、董化忠先生、王彦伟先生、李开元先生、杜国锋先生、肖铁山先生、宋子春先生、吴萍萍女士和邢锦荣女士，其中王彦庆先生、董化忠先生、王彦伟先生和杜国锋先生的简历请参见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”。

李开元先生，副总经理，中国国籍，无境外永久居住权，1962 年生。自公司成立至今历任公司销售部经理、副总经理，负责子公司时尚家具和惠达洁具的经营管理工作。

肖铁山先生，董事会秘书，中国国籍，无境外永久居住权，1981 年生，上海交通大学管理学硕士，中欧国际工商学院 EMBA 在读。三星电子有限公司助理工程师；2009 年至 2013 年 4 月历任上海上创信德投资管理有限公司投资经理、昆吾九鼎投资管理有限公司投资副总监；2013 年 4 月至今任公司董事会秘书。

宋子春先生，副总经理，中国国籍，无境外永久居住权，1970 年生，北京大学 EMBA，高级工程师。自公司成立至今历任公司研发中心主任、副总经理，负责公司技术的研发革新。先后主持开发了低压快排水成型项目、卫生洁具高压注浆成型技术及装备开发项目、一种具有自洁釉面的卫生洁具项目和内墙砖防渗透底釉等多个科研项目，其中“卫生洁具高压注浆成型技术及装备开发”项目通过了河北省科学技术成果鉴定，并获全国建材行业技术革新技术开发类一等奖。

吴萍萍女士，副总经理，中国国籍，无境外永久居住权，1968 年生，北京大学 EMBA。1990 年 7 月至 1997 年 7 月任职于丰南化肥厂；自公司成立至今历任公司设备部处长、公司副总经理，主管生产设备采购及维护。主持完成的卫生陶瓷施釉机器人开发及应用项目，通过河北省科学技术成果鉴定，居国内先进水平；主持完成的卫生洁具高压注浆成型技术及装备开发项目，通过河北省科学技术成

果鉴定，获全国建材行业技术革新技术开发类一等奖。

邢锦荣女士，副总经理，中国国籍，无境外永久居住权，1971 年生，北京大学 EMBA。1991 年至 1992 年任职于唐山市土畜产出口公司；1992 年至 1996 年任职于唐山市轻工工艺品进出口公司；自公司成立至今历任公司外销部部长、公司副总经理，主管海外市场开发和维护。

（四）核心技术人员

宋子春简历请参见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（三）高级管理人员”。

吴萍萍简历请参见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“（三）高级管理人员”。

二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况

（一）直接持有发行人股份的情况

姓名	与本公司关系	持股数（万股）	持股比例（%）
王惠文	董事长	47,782,464	22.42
王彦庆	董事、总经理	16,619,950	7.90
董化忠	董事、副总经理、财务总监	9,610,547	4.51
王彦伟	董事、副总经理	7,271,283	3.41
肖铁山	董事会秘书	60.00	0.28
杜国锋	董事、副总经理	60.00	0.28

（二）间接持有发行人股份的情况

本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属间接持有本公司股份的情况如下表：

姓名	与本公司关系	间接持股主体	间接持有公司比例（%）
王彦庆	董事、总经理	鼎立投资	0.49
董敬安	监事	鼎立投资	0.49
王凤山	监事	鼎立投资	0.10
李开元	副总经理	鼎立投资	0.73
宋子春	副总经理	鼎立投资	0.93
吴萍萍	副总经理	鼎立投资	0.73
邢锦荣	副总经理	鼎立投资	0.63

除上述情形外，本公司其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属，不存在直接或间接持有本公司股份的情况。本公司上述股东所持股份，不存在质押或冻结情况，亦不存在其他有争议的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

公司董事、监事和高级管理人员的其他对外投资情况如下：

序号	姓名	投资公司名称	出资金额（万元）	持有权益比例（%）
1	王惠文	唐山万丰兴化工产品有限公司	56.07	1.40
2	王彦庆		24.17	0.60
3	王彦伟		14.50	0.36
4	董化忠		9.67	0.24
5	董敬安		4.83	0.12
6	吴萍萍		4.83	0.12
7	邢锦荣		4.83	0.12
8	宋子春		3.87	0.10
9	李开元		2.90	0.07
10	王凤山		1.93	0.05

截至 2016 年 6 月 30 日，除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员均不存在其他对外投资，亦无与公司存在利益冲突的投资。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

（一）上述人员（不含独立董事）2015 年度从公司领取薪酬情况

姓名	职务	2015 年薪（万元）
王惠文	董事长	74.27
王彦庆	董事、总经理	80.78
王彦伟	董事、副总经理	62.46
董化忠	董事、副总经理、财务总监	69.12
杜国锋	董事、副总经理	71.20
肖铁山	董事会秘书	47.82
李开元	副总经理	40.36
宋子春	副总经理	41.74
吴萍萍	副总经理	41.74
邢锦荣	副总经理	50.46
董敬安	监事会主席	23.87
王凤山	职工监事	5.13

张波为九鼎十一家合伙企业派驻公司的董事，李洪武为公司股东黄各庄经管站派驻公司的监事，上述二人均未在公司领取薪酬。

（二）独立董事津贴

公司自 2012 年起开始聘请独立董事，每年向独立董事支付津贴 6 万元。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至 2016 年 6 月 30 日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在其他单位兼职情况如下：

姓名	职务	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位与公司的关系
王惠文	董事长	惠联陶瓷、惠美陶瓷	董事长、总经理	控股子公司
		达丰焦化、冀东天然气	副董事长	参股公司
		艾尔斯	董事	控股子公司
		惠达宾馆	执行董事、经理	控股子公司
		惠达洁具、惠达油品	监事	控股子公司
		鼎立投资、助达投资、伟业投资、庆伟投资	执行董事、总经理	发行人股东
王彦庆	董事、总经理	惠达洁具、时尚家具、艾尔斯	董事长	控股子公司
		惠联陶瓷、惠美陶瓷	董事	控股子公司
董化忠	董事、副总经理	惠达世研	执行董事、经理	控股子公司
		时尚家具、惠达洁具、惠联陶瓷、艾尔斯、惠美陶瓷	董事	控股子公司
		惠达宾馆	监事	控股子公司
		达丰焦化、冀东天然气	董事	参股公司
王彦伟	董事、副总经理	时尚家具、惠达洁具	董事	控股子公司
张波	董事	康乃尔化学工业股份有限公司	董事	无
		丹东医创药业有限责任公司	董事	无
		山东汇锋传动股份有限公司	董事	无
		徐州世通重工机械制造有限公司	董事	无
		江苏剑牌农化股份有限公司	董事	无
		河北冀衡化学股份有限公司	董事	无
		辽宁唐人神曙光农牧集团有限公司	董事	无
		曲靖众一精细化工股份有限公司	董事	无
		江苏飞船股份有限公司	监事	无
		石家庄科林电气股份有限公司	董事	无

		广东奔朗新材料股份有限公司	董事	无
		辽宁田园实业有限公司	董事	无
		上海荣泰健康科技股份有限公司	董事	无
		北京踏浪者科技有限公司	董事	无
		九信资产管理股份有限公司	监事	无
彭雪峰	独立董事	北京大成律师事务所	主任	无
		中国建筑材料集团有限公司	外部董事	无
		国寿安保基金管理有限公司	独立董事	无
		河南中孚实业股份有限公司	独立董事	无
		北京万物长阳科技有限公司	监事	无
张双才	独立董事	河北大学管理学院	教授	无
		乐凯胶片股份有限公司	独立董事	无
		博深工具股份有限公司	独立董事	无
		东旭光电科技股份有限公司	独立董事	无
缪斌	独立董事	中国建筑卫生陶瓷协会	副会长兼秘书长	无
		全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会	副主任委员	无
董敬安	监事会主席	鼎立投资、助达投资、伟业投资、庆伟投资	监事	发行人股东
		惠联陶瓷	监事	控股子公司
		达丰焦化	监事	参股公司
李洪武	监事	黄各庄镇财政所	所长	无
王凤山	监事	惠达建筑	监事	控股子公司
		鼎立投资	监事	发行人股东
吴萍萍	副总经理	唐山市节能协会	副会长	无
		冀东天然气	监事	参股公司

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情况

上述人员中，除王惠文与王彦庆、王彦伟为父子关系，王彦庆与王彦伟为兄弟关系外，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员相互之间不存在配偶关系、三代以内直系或旁系亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签署的协议及做出的重要承诺

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签署的

协议

本公司按照国家相关规定与所有内部董事、内部监事、高级管理人员及核心技术人员均签订了劳动合同，就劳动期限、劳动报酬及福利待遇、劳动纪律、劳动合同的变更及解除、违约责任等内容进行了约定。另外，本公司与内部董事、内部监事、高级管理人员和核心技术人员签订了《保密协议》。除此之外，本公司与董事、监事、高级管理人员和核心技术人员之间不存在其他协议安排。

本公司董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺详见“第五节 发行人基本情况”之“十一、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况”。

上述协议和承诺在报告期内均得到良好履行。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员做出的重要承诺

公司董事、监事及高级管理人员作出的重要承诺主要包括：

1、关于持股锁定期的承诺，具体请参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、公司股东股份锁定及减持承诺”。

2、关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺，具体请参见本招股说明书“重大事项提示”之“七、公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于招股说明书真实性、准确性、完整性的承诺”。

八、董事、监事及高级管理人员的任职资格

公司董事、监事、高级管理人员符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》规定的任职资格。

九、董事、监事、高级管理人员近三年的变动情况及原因

（一）董事变动情况

2012 年 12 月 8 日，公司召开股东大会，选举彭雪峰、孙铁石、张双才为公司独立董事。公司董事会成员为王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、肖铁山、彭雪峰、孙铁石、张双才。

2014 年 1 月 26 日，公司召开股东大会，通过肖铁山先生辞去公司董事的议

案，选举张波先生为公司董事。公司董事会成员为王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、张波、彭雪峰、孙铁石、张双才。

2014 年 11 月 15 日，公司召开股东大会，通过孙铁石先生辞去公司独立董事的议案，选举缪斌先生为公司独立董事。公司董事会成员为王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、张波、彭雪峰、缪斌、张双才。

2015 年 6 月 18 日，公司召开股东大会，选举第四届董事会，董事会成员为王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、张波、彭雪峰、缪斌、张双才。

（二）监事变动情况

2012 年 6 月 15 日，公司召开职工代表大会，选举王凤山为职工监事；2012 年 6 月 18 日，公司召开股东大会，选举第三届监事会，监事会成员为董敬安、李洪武、王凤山。

2015 年 6 月 15 日，公司召开职工代表大会，选举王凤山为职工监事；2015 年 6 月 18 日，公司召开股东大会，选举第四届监事会，监事会成员为董敬安、李洪武、王凤山。

（三）高级管理人员变动情况

2012 年 6 月 18 日，公司召开董事会，聘任王彦庆为公司总经理；聘任董化忠、王彦伟、杜国锋、李开元、宋子春、吴萍萍、邢锦荣为副总经理。

2012 年 11 月 19 日，公司召开董事会，聘任董化忠为公司董事会秘书。

2013 年 4 月 22 日，公司召开董事会，同意董化忠辞去董事会秘书职务，同时聘任肖铁山为董事会秘书。

2015 年 6 月 18 日，公司召开董事会，聘任王彦庆先生为公司总经理；聘任董化忠为副总经理、财务总监；聘任王彦伟、杜国锋、李开元、宋子春、吴萍萍、邢锦荣为副总经理；聘任肖铁山为董事会秘书。

公司董事、监事、高级管理人员最近三年内未发生重大变化。公司上述董事、监事和高级管理人员的变动符合《公司法》等法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定，并履行了必要的法律程序。

第九节 公司治理

本公司成立以来，股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度逐步建立健全。公司已建立了科学和规范的法人治理结构，并能依法规范运作及履行职责，公司治理结构的功能已不断完善。

一、股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会是本公司最高权力机构。1997 年 12 月 3 日，本公司召开创立大会选举产生了股份公司第一届董事会和第一届监事会，审议通过了《公司章程》。2012 年 12 月 8 日，本公司 2012 年度第六次临时股东大会审议通过了《股东大会议事规则》和《公司章程》对相关事项进行了详细规定。

报告期内，本公司共召开了 12 次股东大会。本公司历次股东大会均按照《公司法》、《公司章程》及《股东大会议事规则》规定的程序召开，对本公司董事、监事选举、财务预决算、利润分配、重大投资、重要规章制度的制订和修改、首次公开发行股票的决策和募集资金投向等重大事宜作出了有效决议。股东大会制度的建立及有效执行对完善公司治理结构发挥了积极的作用。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

根据《公司章程》的规定，本公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。目前公司董事会成员为王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟、杜国锋、张波、彭雪峰、缪斌、张双才，其中独立董事为彭雪峰、缪斌、张双才。2012 年 12 月 8 日，本公司召开的 2012 年第六次临时股东大会审议通过了《董事会议事规则》，对董事会的召集、出席、议事、表决、决议及会议记录等进行了详细规定。

公司在董事会下设立了审计、提名、战略、薪酬与考核四个专门委员会。其中，审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数，并由独立董事担任主任委员。审计委员会中张双才担任主任委员，为会计专业人士。

报告期内，本公司共召开 16 次董事会。本公司历次董事会均按照《公司章程》规定的程序召开。公司董事会除审议日常事项外，在高管人员任免、重大投

资、基本规章制度的制订等方面切实发挥了作用，依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

根据《公司章程》的规定，本公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名。目前公司监事会成员为董敬安、李洪武与王凤山，其中董敬安为监事会主席，王凤山为职工代表监事。2012 年 12 月 8 日，本公司 2012 年第六次临时股东大会审议通过了《监事会议事规则》，在《公司章程》的基础上对监事会的职权、召集、决议、会议记录等进行了详细规定。

根据《公司章程》的规定，监事由股东代表和公司职工代表担任。公司董事、经理和其他高级管理人员不得兼任监事。

报告期内，本公司共召开了 10 次监事会。本公司历次监事会均按照《公司章程》规定的程序召开，对公司董事会、高级管理人员工作的监督、公司重大生产经营决策、重大项目的投向等重大事宜实施了有效监督。

（四）独立董事制度

根据《公司章程》的规定，公司在董事会中设立 3 名独立董事。2012 年 12 月 8 日，本公司 2012 年第六次临时股东大会审议通过了《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、选聘、任期、职权、发表独立意见等作了详细的规定，独立董事负有诚信与勤勉义务，独立履行职责，维护公司整体利益。

独立董事制度进一步完善了公司的法人治理结构，使公司在保护中、小股东利益不受侵害，科学决策等方面有了制度保障。独立董事在本次募集资金投资项目、公司经营管理、发展方向及发展战略的选择上均起到了相应的作用。

（五）董事会秘书

根据《公司章程》规定，本公司董事会设董事会秘书，董事会秘书由董事长提名，经董事会聘任或者解聘。2012 年 12 月 19 日，本公司第三届董事会第四次会议聘任董化忠为公司董事会秘书，并审议通过了《董事会秘书制度》，对董事会秘书的任职资格、职责进行了详细规定，建立了董事会秘书制度。目前公司董事会秘书为肖铁山。

本公司董事会秘书负责本公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及本公司投资者关系管理、信息披露等事宜。

（六）董事会专门委员会

董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会，制定了《惠达卫浴股份有限公司战略委员会议事规则》、《惠达卫浴股份有限公司提名委员会议事规则》、《惠达卫浴股份有限公司薪酬和考核委员会议事规则》和《惠达卫浴股份有限公司审计委员会议事规则》。各专业委员会由不少于三名董事组成，各专门委员会各设一名召集人，负责召集和主持委员会工作。

1、战略委员会

战略委员会由王惠文、王彦庆、缪斌三名董事组成，其中王惠文担任召集人。战略委员会的主要职责为：负责对公司长期发展战略规划、重大投融资方案、重大资本运作、资产经营项目及其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查、评估，并对检查、评估结果提出书面意见等。

2、提名委员会

提名委员会由王彦庆、缪斌、彭雪峰三位董事组成，其中独立董事彭雪峰担任召集人。提名委员会的主要职责为：根据公司经营活动、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成提出建议；研究董事与高级管理人员选择标准和程序并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人员的人选进行审查并提出建议。

3、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会由董化忠、缪斌、张双才三位董事组成，其中独立董事缪斌担任召集人。薪酬与考核委员会的主要职责为：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；审查公司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；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜。

4、审计委员会

审计委员会由张双才、彭雪峰、王彦伟三名董事组成，其中独立董事张双才为会计专业人员并担任召集人。审计委员会的主要职责为：提议聘请或者更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；有权要求公司管理层对相关管理建议书给以回复，并对落实情况予以监督；负责内部审计与外部审计之间的沟通，有权单独召集审计师会议；审核公司的财务信息及其披露等。

二、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严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营，报告期内不存在违法违规行为。

三、规范运行情况

公司有严格的资金管理制度，报告期内不存在资金被控股股东及实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。公司已制订并执行对外担保的审批权限和审议程序，报告期内不存在为控股股东及实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

四、管理层对本公司内部控制的说明以及会计师对本公司内部控制的鉴证报告

（一）发行人管理层对内部控制制度的自我评价

根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷的情况，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（二）会计师对发行人内部控制制度的评价

根据天职国际出具的《内部控制鉴证报告》，本公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2016 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的与财务报告相关内部控制。

第十节 财务会计信息

本节的财务会计数据及有关的分析反映了公司近三年经审计的财务状况，引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经天职国际审计的财务报表。投资者欲对公司的财务状况、经营成果和会计政策进行详细的了解，应当认真阅读经审计的财务报表及附注。

一、注册会计师的审计意见及财务报表编制基础

（一）注册会计师的审计意见

天职国际接受本公司的委托，审计了公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 6 月 30 日的资产负债表和合并资产负债表以及 2013 年度、2014 年度 2015 年度和 2016 年 1-6 月的利润表和合并利润表、现金流量表和合并现金流量表、股东权益变动表和合并股东权益变动表，并出具了编号为天职业字[2016]15236 号的标准无保留意见审计报告。

（二）财务报表编制基础

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》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

二、合并财务报表范围及变化情况

（一）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、报告期末纳入合并报表范围的子公司基本情况

（1）通过设立或投资控股的子公司

子公司名称	注册地	注册资本（万元）	持股比例（%）
惠联陶瓷	唐山	8,743.59	100.00
惠达油品	唐山	300.00	90.00
惠达建筑	唐山	2,009.10	100.00
惠达世研	北京	500.00	55.00
时尚家具	唐山	12,653.85	60.00
永乐惠达	北京	500.00	100.00
子公司名称	**注册地**	**注册资本（万美元）**	**持股比例（%）**
艾尔斯	唐山	400.00	75.00
惠美陶瓷	唐山	400.00	75.00

（2）非同一控制下企业合并取得的子公司

子公司名称	注册地	注册资本（万元）	持股比例（%）
惠达洁具	唐山	8,999.23	60.00

2、关于子公司惠达宾馆不纳入合并报表范围的说明

（1）惠达宾馆主要财务数据占公司比例较低

报告期内，惠达宾馆和公司主要财务数据对比情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月/2016.06.30			2015 年度/2015.12.31			2014 年度/2014.12.31			2013 年度/2013.12.31		
	惠达宾馆	公司	占比(%)	惠达宾馆	公司	占比(%)	惠达宾馆	公司	占比(%)	惠达宾馆	公司	占比(%)
总资产	1,000.00	326,419.98	0.31	1,000.00	311,041.99	0.32	1,000.00	323,607.20	0.31	1,000.00	309,352.24	0.32
总负债	-	123,770.84	-	-	108,616.79	-	-	122,489.02	-	-	117,009.77	-
净资产	1,000.00	188,099.83	0.53	1,000.00	187,466.15	0.53	1,000.00	187,169.05	0.53	1,000.00	180,646.65	0.55
营业收入	-	105,403.47	-	-	223,174.62	-	-	209,323.69	-	-	185,618.73	-
净利润	-	7,027.29	-	-	7,989.96	-	-	13,990.51	-	-	9,357.28	-

注：上表中公司财务数据为合并报表层面。

从上表可以看出，惠达宾馆的主要财务数据占公司的比例较小，惠达宾馆对公司的财务状况不构成重大影响。

（2）惠达宾馆的资产、承包收入已经计入公司财务报表

报告期内，公司将对惠达宾馆的股权投资 1,000.00 万元计入可供出售金融资产，将惠达宾馆承包费收入计入其他业务收入，与惠达宾馆相关的归属于公司的资产和收入已经包含在公司的财务报表中。

（3）公司未参与惠达宾馆的实际经营

报告期内，虽然惠达宾馆在工商部门登记的执行董事为王惠文，但根据承包协议，承包人的经营管理权限已涵盖了惠达宾馆财务和经营政策决定权，承包人

享有惠达宾馆重大事项的决定权，除向承包人收取固定承包费外，公司无法从惠达宾馆的经营活动中获取利益，惠达宾馆执行董事王惠文并未参与惠达宾馆实际经营管理，公司未参与惠达宾馆的财务和经营决策。

（4）公司已将惠达宾馆股权转让给第三方

为了降低公司经营风险，突出主营业务，公司决定将持有的惠达宾馆 100%股权转让给承包人王东新。

2016 年 9 月 17 日，惠达宾馆股东作出股东决定，同意将其持有的惠达宾馆100%股权，转让给自然人王东新。

2016 年 9 月 18 日，惠达股份与王东新签订了《股权转让协议》，约定惠达股份将其持有的惠达宾馆 100%的股权以 1,000.00 万元的价格转让给自然人王东新，每 1.00 元注册资本对应的转让价格为 1.00 元。

2016 年 9 月 19 日，惠达宾馆在唐山市丰南区工商局完成工商登记变更。

（5）将惠达宾馆纳入公司合并范围对公司影响较小

如果将惠达宾馆纳入合并范围，对公司财务数据的影响如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-6 月/2016.06.30			2015 年度/2015.12.31		
	合并前	合并后	影响金额	合并前	合并后	影响金额
可供出售金融资产	1,125.00	125.00	-1,000.00	1,125.00	125.00	-1,000.00
资产总额	326,419.98	325,419.98	-1,000.00	311,041.99	310,041.99	-1,000.00
其他应付款	4,578.84	3,578.84	-1,000.00	4,555.40	3,555.40	-1,000.00
负债总额	123,770.84	122,770.84	-1,000.00	108,616.79	107,616.79	-1,000.00
归属于母公司股东权益	188,099.83	188,099.83	-	187,466.15	187,466.15	-
营业收入	105,403.47	105,403.47	-	223,174.62	223,174.62	-
归属于母公司所有者的净利润	7,027.29	7,027.29	-	7,989.96	7,989.96	-

项目	2014 年度/2014.12.31			2013 年度/2013.12.31		
	合并前	合并后	影响金额	合并前	合并后	影响金额
可供出售金融资产	1,125.00	125.00	-1,000.00	1,000.00	-	-1,000.00
资产总额	323,607.20	322,607.20	-1,000.00	309,352.24	308,352.24	-1,000.00
其他应付款	5,403.03	4,403.03	-1,000.00	4,431.63	3,431.63	-1,000.00
负债总额	122,489.02	121,489.02	-1,000.00	117,009.77	116,009.77	-1,000.00
归属于母公司股东权益	187,169.05	187,169.05	-	180,646.65	180,646.65	-
营业收入	209,323.69	209,323.69	-	185,618.73	185,618.73	-

归属于母公司所有者的净利润	13,990.51	13,990.51	-	9,357.28	9,357.28	-

从上表可以看出，如果将惠达宾馆纳入合并范围进行合并抵消，使得公司资产总额和负债总额分别减少 1,000.00 万元，对公司的财务报表影响较小。

综上所述，惠达宾馆主要财务数据占公司比例较小，公司未参与惠达宾馆实际经营管理，目前公司已经将持有的惠达宾馆股权转让给第三方。同时，经过测算，如果将惠达宾馆纳入合并报表进行合并抵消，对公司的财务报表影响较小。因此，公司未将惠达宾馆纳入合并范围。

3、报告期内合并报表范围的变化情况

（1）报告期内新纳入合并报表范围的子公司

子公司简称	注册地	注册资本（万元）	持股比例（%）	纳入合并报表的原因	纳入合并报表时间
永乐惠达	北京	500.00	100.00	新设	2013.4

（2）报告期内不再纳入合并报表范围的子公司

子公司简称	注册地	注册资本（万元）	持股比例（%）	不再纳入合并报表的原因	不再纳入合并报表时间
惠群有限	唐山	625.00	100.00	吸收合并	2013.06
惠达塑料	唐山	136.00	100.00	吸收合并	2013.06
惠达包装	唐山	100.00	100.00	吸收合并	2013.06
进出口公司	唐山	800.00	100.00	吸收合并	2013.06
乐雅窑业	唐山	2,600.00	100.00	吸收合并	2013.06
京冀惠达	北京	100.00	100.00	法人注销	2013.08
惠凯陶瓷	唐山	3,200.00	75.00	法人注销	2013.12
Ayers Bath	10713 Norwalk Avenue, Santa Fe Springs, CA	20.00（万美元）	100.00	法人注销	2015.07

三、近三年财务报表

（一）合并财务报表

1、资产负债表

单位：元

项 目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产：				
货币资金	443,421,938.62	235,083,145.77	329,136,633.33	305,464,990.13

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	5,475,271.00
应收票据	75,628,132.73	59,584,278.74	25,753,925.00	54,624,372.08
应收账款	356,985,942.42	379,576,327.21	350,617,596.20	333,724,446.29
预付款项	30,489,451.77	43,908,000.30	73,479,542.99	99,619,444.30
其他应收款	10,371,685.59	13,175,673.74	12,859,511.98	8,515,341.36
存货	622,593,760.27	626,276,368.76	641,660,482.70	620,667,286.28
其他流动资产	720,997.63	1,165,688.05	30,606,446.08	32,390,395.30
流动资产合计	**1,540,211,909.03**	**1,358,769,482.57**	**1,464,114,138.28**	**1,460,481,546.74**
非流动资产：				
可供出售金融资产	11,250,000.00	11,250,000.00	11,250,000.00	10,000,000.00
长期股权投资	333,575,542.49	339,503,496.53	381,097,768.45	368,098,508.43
固定资产	1,049,262,419.24	1,019,207,595.91	950,745,199.21	996,170,334.15
在建工程	61,862,458.47	118,419,071.74	193,982,246.12	39,513,842.30
固定资产清理	-	5,760,339.27	-	-
无形资产	201,376,188.58	190,308,207.89	181,826,329.11	185,135,521.25
长期待摊费用	11,392,044.78	13,721,444.41	16,993,343.81	2,852,232.02
递延所得税资产	35,182,032.31	36,562,340.54	36,063,019.52	31,270,434.79
其他非流动资产	20,087,189.00	16,917,885.00	-	-
非流动资产合计	**1,723,987,874.87**	**1,751,650,381.29**	**1,771,957,906.22**	**1,633,040,872.94**
资产总计	**3,264,199,783.90**	**3,110,419,863.86**	**3,236,072,044.50**	**3,093,522,419.68**
流动负债：				
短期借款	620,000,000.00	500,000,000.00	670,000,000.00	669,198,645.00
交易性金融负债	3,037,000.00	-	713,700.00	-
应付票据	-	-	5,000,000.00	1,148,845.68
应付账款	202,503,598.57	164,598,152.38	141,146,071.15	140,813,944.94
预收款项	39,057,719.19	34,843,155.15	43,379,479.58	41,899,092.24
应付职工薪酬	116,967,832.17	130,432,591.33	114,953,627.59	93,957,164.60
应交税费	43,166,939.59	39,169,595.41	28,755,968.12	25,419,942.04
应付利息	-	875,694.43	902,500.00	-
应付股利	224,105.79	184,985.79	2,816,572.44	6,489,004.52
其他应付款	45,788,351.89	45,554,000.21	54,030,293.21	44,316,262.16
流动负债合计	**1,070,745,547.20**	**915,658,174.70**	**1,061,698,212.09**	**1,023,242,901.18**
非流动负债：				
预计负债	2,444,003.33	2,444,003.33	2,444,003.33	2,444,003.33
递延收益	164,518,815.45	168,065,706.81	160,748,028.39	143,589,494.49
递延所得税负债	-	-	-	821,290.65
非流动负债合计	**166,962,818.78**	**170,509,710.14**	**163,192,031.72**	**146,854,788.47**
负债合计	**1,237,708,365.98**	**1,086,167,884.84**	**1,224,890,243.81**	**1,170,097,689.65**

所有者权益：				
实收资本（股本）	213,111,111.00	213,111,111.00	213,111,111.00	213,111,111.00
资本公积	242,741,969.30	242,741,969.30	242,741,969.30	242,741,969.30
其他综合收益	28,156.87	28,156.87	31,769.38	-6,234.08
专项储备	10,332,580.41	10,335,280.41	10,540,333.77	10,670,483.77
盈余公积	93,278,076.74	93,278,076.74	87,667,810.94	78,213,815.71
未分配利润	1,321,506,394.32	1,315,166,869.76	1,317,597,545.78	1,261,735,328.54
归属于母公司所有者权益合计	**1,880,998,288.64**	**1,874,661,464.08**	**1,871,690,540.17**	**1,806,466,474.24**
*少数股东权益	145,493,129.28	149,590,514.94	139,491,260.52	116,958,255.79
所有者权益合计	**2,026,491,417.92**	**2,024,251,979.02**	**2,011,181,800.69**	**1,923,424,730.03**
负债和所有者权益总计	**3,264,199,783.90**	**3,110,419,863.86**	**3,236,072,044.50**	**3,093,522,419.68**

2、利润表

单位：元

项 目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	**1,054,034,690.94**	**2,231,746,194.95**	**2,093,236,936.19**	**1,856,187,270.50**
其中：营业收入	1,054,034,690.94	2,231,746,194.95	2,093,236,936.19	1,856,187,270.50
二、营业总成本	**971,393,279.80**	**2,071,497,092.36**	**1,918,682,069.19**	**1,742,473,243.48**
其中：营业成本	762,290,438.27	1,646,442,976.42	1,535,513,146.17	1,393,407,387.61
营业税金及附加	12,887,637.79	22,668,573.74	19,442,569.36	18,481,114.28
销售费用	74,309,855.72	164,898,338.97	135,740,703.35	96,698,095.12
管理费用	104,977,467.38	204,294,923.08	195,408,978.63	197,892,009.47
财务费用	13,700,822.03	18,086,163.39	23,791,024.54	25,549,481.68
资产减值损失	3,227,058.61	15,106,116.76	8,785,647.14	10,445,155.32
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	-3,037,000.00	713,700.00	-6,188,971.00	5,475,271.00
投资收益	-5,636,474.46	-41,479,931.92	13,303,667.77	17,969,925.76
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-5,636,474.46	-41,479,931.92	13,303,667.77	17,969,925.76
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	**73,967,936.68**	**119,482,870.67**	**181,669,563.77**	**137,159,223.78**
加：营业外收入	29,113,296.07	25,603,355.46	14,948,195.77	9,514,562.50
其中：非流动资产处置利得	7,729,018.40	1,037,176.91	57,868.92	505,315.45
减：营业外支出	20,316.05	6,142,314.47	341,111.47	5,029,987.83
其中：非流动资产处置损失	-	6,106,292.14	28,767.81	4,429,987.85
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	**103,060,916.70**	**138,943,911.66**	**196,276,648.07**	**141,643,798.45**
减：所得税费用	20,929,144.80	36,970,499.21	32,438,542.02	31,336,065.57

五、净利润（净亏损以“－”号填列）	**82,131,771.89**	**101,973,412.45**	**163,838,106.05**	**110,307,732.88**
归属于母公司所有者的净利润	70,272,857.56	79,899,589.78	139,905,101.32	93,572,790.77
少数股东损益	11,858,914.33	22,073,822.67	23,933,004.73	16,734,942.11
六、其他综合收益的税后净额	**-**	**-3,612.51**	**38,003.46**	**66,994.93**
七、综合收益总额	**82,131,771.89**	**101,969,799.94**	**163,876,109.51**	**110,374,727.81**
归属于母公司所有者的综合收益总额	70,272,857.56	79,895,977.27	139,943,104.78	93,639,785.70
归属于少数股东的综合收益总额	11,858,914.33	22,073,822.67	23,933,004.73	16,734,942.11
六、每股收益				
基本每股收益	0.33	0.37	0.66	0.45
稀释每股收益	0.33	0.37	0.66	0.45

3、现金流量表

单位：元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	1,125,796,013.61	2,016,173,236.99	1,863,806,155.39	1,899,204,655.00
收到的税费返还	139,412.05	17,328,214.94	13,720,079.06	40,856,598.11
收到其他与经营活动有关的现金	22,763,516.52	36,949,853.36	53,533,872.39	42,356,932.27
经营活动现金流入小计	**1,148,698,942.18**	**2,070,451,305.29**	**1,931,060,106.84**	**1,982,418,185.38**
购买商品、接受劳务支付的现金	475,418,791.27	872,381,650.63	832,177,286.56	978,804,190.46
支付给职工以及为职工支付的现金	298,696,028.25	600,517,178.15	547,935,336.89	506,396,720.36
支付的各项税费	107,163,835.01	190,152,963.75	173,229,125.39	194,088,545.89
支付其他与经营活动有关的现金	83,986,951.93	177,545,849.30	164,279,881.18	121,485,039.02
经营活动现金流出小计	**965,265,606.46**	**1,840,597,641.83**	**1,717,621,630.02**	**1,800,774,495.73**
经营活动产生的现金流量净额	**183,433,335.72**	**229,853,663.46**	**213,438,476.82**	**181,643,689.65**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	25,000,000.00	20,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	300,000.00	241,900.00	750,000.00	600,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	13,489,357.67	198,667.47	1,146,628.53	5,492,772.03
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	-	-	5,917,683.50	3,000,004.41

现金				
投资活动现金流入小计	**13,789,357.67**	**25,440,567.47**	**27,814,312.03**	**9,092,776.44**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	20,747,831.12	49,972,539.52	93,775,086.21	93,986,751.11
投资支付的现金	-	127,560.00	26,695,592.25	34,708,437.50
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	-	1,836,500.00	-	-
投资活动现金流出小计	**20,747,831.12**	**51,936,599.52**	**120,470,678.46**	**128,695,188.61**
投资活动产生的现金流量净额	**-6,958,473.45**	**-26,496,032.05**	**-92,656,366.43**	**-119,602,412.17**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	14,000,000.00	38,212,300.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	14,000,000.00	32,612,300.00
取得借款收到的现金	520,000,000.00	720,000,000.00	835,079,601.00	925,620,467.87
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	**520,000,000.00**	**720,000,000.00**	**849,079,601.00**	**963,832,767.87**
偿还债务支付的现金	400,000,000.00	890,000,000.00	834,278,246.00	780,458,767.59
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	88,718,433.68	122,712,579.30	118,271,206.26	120,984,329.45
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	15,916,880.00	9,497,535.00	18,594,161.08	9,541,866.48
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	9,499,200.53
筹资活动现金流出小计	**488,718,433.68**	**1,012,712,579.30**	**952,549,452.26**	**910,942,297.57**
筹资活动产生的现金流量净额	**31,281,566.32**	**-292,712,579.30**	**-103,469,851.26**	**52,890,470.30**
四、汇率变动对现金的影响	1,182,969.19	**1,604,972.75**	**1,095,528.30**	**-2,388,858.13**
五、现金及现金等价物净增加额	**208,939,397.78**	**-87,749,975.14**	**18,407,787.43**	**112,542,889.65**
加：期初现金及现金等价物的余额	234,181,339.68	321,931,314.82	303,523,527.39	190,980,637.74
六、期末现金及现金等价物余额	**443,120,737.46**	**234,181,339.68**	**321,931,314.82**	**303,523,527.39**

（二）母公司财务报表

1、资产负债表

单位：元

资产	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产：				

货币资金	372,676,803.38	210,384,934.68	248,317,899.25	251,231,280.66
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	5,475,271.00
应收票据	67,854,095.73	49,080,268.74	20,980,100.00	33,898,372.08
应收账款	327,577,905.86	332,535,927.08	340,393,891.12	293,322,540.72
预付款项	36,345,371.08	43,000,837.83	138,432,871.99	115,712,346.93
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	28,883,638.79	40,833,514.65	89,505,256.89	111,757,268.65
存货	493,232,057.89	501,850,306.33	456,430,600.62	444,451,926.24
其他流动资产	716,349.58	1,161,040.00	10,045,170.37	30,750,015.16
流动资产合计	**1,327,286,222.31**	**1,178,846,829.31**	**1,304,105,790.24**	**1,286,599,021.44**
非流动资产：				
可供出售金融资产	11,250,000.00	11,250,000.00	11,250,000.00	10,000,000.00
长期股权投资	630,778,533.36	636,706,487.40	678,300,759.32	644,301,499.30
固定资产	729,921,776.37	685,032,862.45	587,843,573.77	599,690,537.58
在建工程	59,433,213.61	115,879,640.88	195,182,795.28	39,367,595.29
固定资产清理	-	5,760,339.27	-	-
无形资产	138,887,492.45	126,940,403.90	116,641,881.73	118,114,761.32
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	7,595,860.00	8,889,961.63	10,091,225.03	2,852,232.02
递延所得税资产	25,832,824.05	25,851,960.35	26,831,441.48	21,781,679.44
其他非流动资产	20,087,189.00	16,917,885.00	-	-
非流动资产合计	**1,623,786,888.84**	**1,633,229,540.88**	**1,626,141,676.61**	**1,436,108,304.95**
资产总计	**2,951,073,111.15**	**2,812,076,370.19**	**2,930,247,466.85**	**2,722,707,326.39**
流动负债：				
短期借款	620,000,000.00	500,000,000.00	670,000,000.00	619,498,645.00
交易性金融负债	3,037,000.00	-	713,700.00	-
应付票据	-	-	-	1,148,845.68
应付账款	207,223,305.08	167,072,102.50	143,270,980.80	93,492,488.72
预收款项	292,309,008.17	319,110,686.89	287,802,872.36	233,285,910.93
应付职工薪酬	57,632,761.00	59,004,924.32	50,153,685.59	44,113,527.21
应交税费	26,373,588.62	24,751,570.50	12,773,362.96	9,911,373.24
应付利息	-	875,694.43	902,500.00	-
应付股利	-	-	-	478,271.00
其他应付款	39,881,693.36	39,933,404.66	49,552,714.58	41,988,920.78
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	**1,246,457,356.23**	**1,110,748,383.30**	**1,215,169,816.29**	**1,043,917,982.56**

非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	2,444,003.33	2,444,003.33	2,444,003.33	2,444,003.33
递延收益	164,068,815.45	167,615,706.81	160,748,028.39	143,589,494.49
递延所得税负债	-	-	-	821,290.65
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	**166,512,818.78**	**170,059,710.14**	**163,192,031.72**	**146,854,788.47**
负债合计	**1,412,970,175.01**	**1,280,808,093.44**	**1,378,361,848.01**	**1,190,772,771.03**
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（股本）	213,111,111.00	213,111,111.00	213,111,111.00	213,111,111.00
资本公积	178,357,362.11	178,357,362.11	178,357,362.11	178,357,362.11
盈余公积	102,988,551.81	102,988,551.81	97,378,286.01	87,924,290.78
未分配利润	1,043,645,911.22	1,036,811,251.83	1,063,038,859.72	1,052,541,791.47
所有者权益合计	**1,538,102,936.14**	**1,531,268,276.75**	**1,551,885,618.84**	**1,531,934,555.36**
负债和所有者权益总计	**2,951,073,111.15**	**2,812,076,370.19**	**2,930,247,466.85**	**2,722,707,326.39**

2、利润表

单位：元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	**1,050,026,509.75**	**2,326,273,430.16**	**2,167,490,096.63**	**1,908,663,041.82**
其中：营业收入	1,050,026,509.75	2,326,273,430.16	2,167,490,096.63	1,908,663,041.82
二、营业总成本	**1,017,387,136.01**	**2,262,786,669.43**	**2,110,295,476.44**	**1,871,031,904.17**
其中：营业成本	851,459,448.72	1,940,421,866.42	1,834,855,850.60	1,636,928,486.27
营业税金及附加	8,664,161.14	10,905,028.57	7,525,715.07	6,256,120.38
销售费用	61,577,262.56	136,083,409.65	105,571,619.44	67,883,814.46
管理费用	78,035,536.77	150,286,076.10	140,009,410.79	142,916,261.59
财务费用	13,010,860.82	14,825,236.96	17,413,067.54	14,938,696.09
资产减值损失	4,639,866.00	10,265,051.73	4,919,813.00	2,108,525.38
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	-3,037,000.00	713,700.00	-6,188,971.00	5,475,271.00
投资收益	21,231,525.54	-17,767,180.75	36,403,667.77	258,963,131.39
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-5,636,474.46	-41,479,931.92	13,303,667.77	17,969,925.76
汇兑收益（损失以“－”号填列）	-	-	-	-

三、营业利润（亏损以“－”号填列）	**50,833,899.28**	**46,433,279.98**	**87,409,316.96**	**302,069,540.04**
加：营业外收入	28,137,950.69	25,453,838.88	14,387,252.71	7,105,579.57
其中：非流动资产处理利得	7,412,096.58	1,012,569.70	34,886.61	490,816.24
减：营业外支出	20,310.80	1,906,925.42	257,516.12	337,279.68
其中：非流动资产处置损失	-	1,886,914.42	22,954.37	89,178.23
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	**78,951,539.17**	**69,980,193.44**	**101,539,053.55**	**308,837,839.93**
减：所得税费用	8,183,546.78	13,877,535.53	6,999,101.22	9,450,580.72
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	**70,767,992.39**	**56,102,657.91**	**94,539,952.33**	**299,387,259.21**
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	**70,767,992.39**	**56,102,657.91**	**94,539,952.33**	**299,387,259.21**

3、现金流量表

单位：元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	716,268,597.59	1,825,274,263.96	2,069,279,601.75	1,873,584,870.99
收到的税费返还	-	17,328,214.94	13,233,937.06	32,228,159.55
收到其他与经营活动有关的现金	31,736,945.57	33,359,573.32	141,703,974.73	225,081,714.15
经营活动现金流入小计	**748,005,543.16**	**1,875,962,052.22**	**2,224,217,513.54**	**2,130,894,744.69**
购买商品、接受劳务支付的现金	355,362,572.14	873,812,316.17	1,598,460,584.77	1,552,408,073.32
支付给职工以及为职工支付的现金	166,284,016.12	292,557,470.80	251,356,966.67	169,200,427.56
支付的各项税费	55,958,715.41	56,916,365.12	44,854,709.06	55,290,982.14
支付其他与经营活动有关的现金	75,673,712.37	385,606,370.02	228,006,355.97	154,596,077.53
经营活动现金流出小计	**653,279,016.04**	**1,608,892,522.11**	**2,122,678,616.47**	**1,931,495,560.55**
经营活动产生的现金流量净额	**94,726,527.12**	**267,069,530.11**	**101,538,897.07**	**199,399,184.14**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	5,000,000.00	20,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	27,168,000.00	15,241,900.00	23,850,000.00	600,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	13,172,435.85	183,958.73	871,859.56	2,329,301.60
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	-	-	5,917,683.50	3,000,004.41
投资活动现金流入小计	**40,340,435.85**	**20,425,858.73**	**50,639,543.06**	**5,929,306.01**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	20,264,880.28	45,522,834.52	81,419,557.98	43,038,095.19
投资支付的现金	-	127,560.00	27,695,592.25	39,708,437.50
支付其他与投资活动有关的现金	-	1,836,500.00	-	-

投资活动现金流出小计	**20,264,880.28**	**47,486,894.52**	**109,115,150.23**	**82,746,532.69**
投资活动产生的现金流量净额	**20,075,555.57**	**-27,061,035.79**	**-58,475,607.17**	**-76,817,226.68**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	5,600,000.00
取得借款收到的现金	520,000,000.00	720,000,000.00	813,069,601.00	865,620,467.87
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	**520,000,000.00**	**720,000,000.00**	**813,069,601.00**	**871,220,467.87**
偿还债务支付的现金	400,000,000.00	890,000,000.00	762,568,246.00	756,121,822.87
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	72,801,553.68	107,951,871.00	97,840,615.16	110,507,194.82
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**472,801,553.68**	**997,951,871.00**	**860,408,861.16**	**866,629,017.69**
筹资活动产生的现金流量净额	**47,198,446.32**	**-277,951,871.00**	**-47,339,260.16**	**4,591,450.18**
四、汇率变动对现金的影响	**891,944.62**	**1,313,924.53**	**1,098,733.08**	**-2,029,377.71**
五、现金及现金等价物净增加额	**162,892,473.63**	**-36,629,452.15**	**-3,177,237.18**	**125,144,029.93**
加：期初现金及现金等价物的余额	209,483,128.59	246,112,580.74	249,289,817.92	124,145,787.99
六、期末现金及现金等价物余额	**372,375,602.22**	**209,483,128.59**	**246,112,580.74**	**249,289,817.92**

四、主要会计政策和会计估计

（一）会计期间和记账本位币

本公司会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

本公司采用人民币为记账本位币。

（二）收入

1、销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：（1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；（3）收入的金额能够可靠地计量；（4）相关的经济利益很可能流入；（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

本公司销售商品收入确认方法及其时点与依据具体如下：

（1）国内经销模式收入确认方法：由于在国内经销模式下，销售的商品交货地点为公司的仓库，商品在出库后相关的风险和收益已转移给了经销商，因此公司在库存商品发出后确认销售收入。

国内经销模式收入确认时点和依据：在业务人员收到经销商的产品订单后，交由销售主管判定订单性质。一般情况下，销售部门依照客户订单规格和交货日

期，对照库存中货物情况制定《发货单》。之后，物流部门确认《发货单》上的货物数量和发货日期无误后安排发货。在产品装车完毕后，发货员请信息部于系统上确认装车信息并生成《销售出库单》。销售部门在收到《销售出库单》后，审核并交给财务部门备案。因公司与经销商之间的销售模式为买断式销售，产品一经出库，相关的风险和收益就已转移给了经销商。因此，财务部门以《销售出库单》为依据，出库单上日期为时点，核对无误后确认收入。

（2）国内直销模式收入确认方法及其时点与依据如下：

①工程客户。销售的商品在客户的指定地点交货，因公司不负责商品安装，商品在运输到客户指定的地点且由客户验收后相关风险和收益已转移给了客户，因此公司在商品经客户验收后确认销售收入。

在业务人员收到工程客户订单后草拟相应业务合同。合同经销售、财务、法律等部门审核无误后交由工程客户签字确认。根据业务合同上约定的时间与地点，公司负责将货物运送到指定施工现场。货物完成运输后，工程客户需在 12 小时内完成卸货并进行数量、质量验收。验收合格后，工程客户开具《产品收货单》并签字盖章确认。在工程客户完成验收并出具《产品收货单》后相关风险和收益已转移给了客户。因此，财务部门以《产品收货单》为依据，收货单上日期为时点，核对无误后确认收入。

②零售。公司的零售业务主要发生在公司总部及子公司惠达洁具的展厅，公司与客户在展厅交货并由客户提货，公司不负责商品安装，因此公司在客户交完货款并提货后确认销售收入。

公司的零售业务主要发生在公司总部及子公司惠达洁具的展厅，公司与客户在展厅交货并在同一时间为客户开具发票。财务部门以开具的发票为依据，发票上日期为时点，核对无误后确认收入。

③网络销售。公司通过淘宝、京东等电商平台进行网络销售，公司不负责商品的安装，公司于客户在网络平台点击确认收到货物后确认销售收入。

在网络销售模式下，消费者将货款支付至网络支付平台。公司发出商品并同时为客户开具发票。消费者收到商品确认无误后会在网络销售平台中点击确认收货。财务部门以发票和发出商品的发货单为依据，消费者确认收货为时点，核对无误后确认收入。

（3）国外收入确认方法及其时点与依据：在国外销售的商品在检验合格后

运抵指定港口，办理报关手续，在报关手续批准后，由港口直接将产品装船发运，此时公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，与交易相关的经济利益能够流入公司，因此公司在办理完报关手续时确认销售收入。

在业务人员收到经销商的产品订单后，交由销售主管判定订单性质。审定合格、确认可以履行后，业务人员根据合同约定的交货期和数量编制《订舱委托书》和报验单据，物流协调员执行订舱，报检员负责商检。公司将货物装车后由物流公司运送到相应出口港口，之后由相关专员将信息整理后办理报关手续，待批准后领取《出口货物报关单》。根据海外经销合同约定，产品装船发运后公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户。因此，财务部门以《出口货物报关单》为依据，报关单上日期为时点，核对无误后确认收入。

2、提供劳务

提供劳务交易结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经提供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确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

公司按照合同或协议价款确定提供劳务收入总额，并制定《劳务服务成本预算表》。资产负债表日，公司根据已经发生的成本占估计总成本的比例确定完工百分比，按照劳务收入总额乘以完工百分比，扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入。

3、让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

4、建造合同

（1）建造合同的结果在资产负债表日能够可靠估计的，根据完工百分比法确认合同收入和合同费用。建造合同的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用；若合同成本不可能收回的，在发生时立即确认为合同费用，不确认合同收入。

（2）固定造价合同同时满足下列条件表明其结果能够可靠估计：合同总收入能够可靠计量、与合同相关的经济利益很可能流入、实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量、合同完工进度和为完成合同尚需发生的成本能够可靠地计量。成本加成合同同时满足下列条件表明其结果能够可靠估计：与合同相关的经济利益很可能流入、实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量。

（3）确定合同完工进度的方法为累计实际发生的合同成本占合同预计总成本的比例/已经完成的合同工作量占合同预计总工作量的比例。

（4）资产负债表日，合同预计总成本超过合同总收入的，将预计损失确认为当期费用。执行中的建造合同，按其差额计提存货跌价准备；待执行的亏损合同，按其差额确认预计负债。

（三）同一控制下和非同一控制下企业合并

1、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

（1）同一控制下企业合并的会计处理方法

本公司在一次交易取得或通过多次交易分步实现同一控制下企业合并，企业合并中取得的资产和负债，按照合并日于被合并方在最终控制方合并财务报表中的的账面价值计量。本公司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；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并，应按以下顺序处理：

①对长期股权投资的账面余额进行调整。购买方应当以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，应当在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益转入当期投资收益。达到企业合并前长期股权投资采用成本法核算的，其账面余额一般无需调整；达到企业合并前长期股权投资采用权益法核算的，应进行调整，将其账面价值调整至取得投资时的初始投资成本，相应调整留存收益等。

②比较达到企业合并时每一单项交易的成本与交易时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值的份额，确定每一单项交易应予确认的商誉或是应计入发生当期损益的金额。购买方在购买日确认的商誉（或计入损益的金额）应为每一单项交易产生的商誉（或应予确认损益的金额）之和。

③对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，确认有关投资收益，同时将与其相关的其他综合收益转为投资收益。

2、分步处置股权至丧失对子公司控制权的情形

（1）判断分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易是否属于“一揽子交易”的原则

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

（2）分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易属于“一揽子交易”的会计处理方法

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，应当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，在合并财务报表中应当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。

在合并财务报表中，对于剩余股权，应当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子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

（3）分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易不属于“一揽子交易”的会计处理方法

处置对子公司的投资未丧失控制权的，合并财务报表中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计入资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，应当调整留存收益。

处置对子公司的投资丧失控制权的，在合并财务报表中，对于剩余股权，应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

（四）合并财务报表

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（五）合营安排

1、合营安排的认定和分类

合营安排，是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排。合营安排具有下列特征：（1）各参与方均受到该安排的约束；（2）两个或两个以上的参与方对该安排实施共同控制。任何一个参与方都不能够单独控制该安排，对该安排具有共同控制的任何一个参与方均能购阻止其他参与方或参与方组合单独控制该安排。

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关

活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。

合营安排分为共同经营和合营企业。共同经营，是指合营方享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。合营企业，是指合营方仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。

2、合营安排的会计处理

共同经营参与方应当确认其与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：（1）确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；（2）确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；（3）确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；（4）按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；（5）确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

合营企业参与方应当按照《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》的规定对合营企业的投资进行会计处理。

（六）现金流量表之现金及现金等价物

现金流量表的现金指企业库存现金及可以随时用于支付的存款。现金等价物指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（七）外币业务和外币报表折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的月初汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，确认为其他综合收益。

（八）金融资产和金融负债

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

本公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

本公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：（1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；（2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；（2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；（3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：1）按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；2）初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动损益；在资产持

有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。（2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别按下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4、主要金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或源生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值

的基础。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

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，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。

按摊余成本计量的金融资产，期末有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额确认减值损失。在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失。

可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，确认其减值损失，并将原直接计入所有者权益的公允价值累计损失一并转出计入减值损失。

（九）应收款项坏账准备

资产负债表日如果有客观证据表明应收款项发生减值，则将其账面价值减计至可收回金额，减计的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。

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	应收款项余额在 500 万元以上（含 500 万元），其他应收款余额在 100 万元以上。
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，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

组合名称	按组合计提坏账准备的计提方法	确定组合的依据
账龄分析法组合	账龄分析法	相同账龄的应收账款具有类似信用风险特征

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	3.00	3.00
1－2 年	10.00	10.00
2－3 年	30.00	30.00
3－4 年	50.00	50.00
4－5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

对单项金额不重大但个别信用风险特征明显不同，已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

单项计提坏账准备的理由	年末账龄超过信用期限的应收款项、年末账龄在信用期限以内且有迹象表明该应收款项未来现金流量现值低于其账面价值的单项金额不重大的应收款项
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。 单独测试未发生减值的应收账款、其他应收款，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

合并范围内子公司往来款，单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

对应收票据、预付款项、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（十）存货

1、存货的分类

存货分类为：原材料、自制半成品和库存商品等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。低值易耗品、包装物领用时采用一次转销法核算。

3、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

4、存货跌价准备的计提方法

年末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

年末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减计存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

（十一）长期股权投资

1、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积(资本溢价或股本溢价)；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

分步实现同一控制下企业合并的，应当以持股比例计算的合并日应享有被合并方账面所有者权益份额作为该项投资的初始投资成本。初始投资成本与其原长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股份新支付对价的公允价值之和的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公

允价值作为其初始投资成本。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；投资者投入的，按照投资合同或协议约定的价值作为其初始投资成本（合同或协议约定价值不公允的除外）。

2、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资,在本公司个别财务报表中采用成本法核算；对具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

采用成本法时，长期股权投资按初始投资成本计价，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，按享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益，并同时根据有关资产减值政策考虑长期投资是否减值。

采用权益法时,长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，归入长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法时，取得长期股权投资后,按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额，确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，按照本公司的会计政策及会计期间，并抵消与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分(但内部交易损失属于资产减值损失的,应全额确认)，对被投资单位的净利润进行调整后确认。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。本公司确认被投资单位发生的净亏损，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，本公司负有承担额外损失义务的除外。对于被投资单位除净损益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所有者权益。

3、确定对被投资单位具有控制、重大影响的依据

控制，是指拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可

变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额；重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

4、长期股权投资的处置

（1）部分处置对子公司的长期股权投资，但不丧失控制权的情形

部分处置对子公司的长期股权投资，但不丧失控制权时，应当将处置价款与处置投资对应的账面价值的差额确认为当期投资收益。

（2）部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的情形

部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的，对于处置的股权，应结转与所售股权相对应的长期股权投资的账面价值，出售所得价款与处置长期股权投资账面价值之间差额，确认为投资收益（损失）；同时，对于剩余股权，应当按其账面价值确认为长期股权投资或其它相关金融资产。处置后的剩余股权能够对子公司实施共同控制或重大影响的，应按有关成本法转为权益法的相关规定进行会计处理。

5、减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，在资产负债表日有客观证据表明其发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

（十二）固定资产

1、固定资产确认条件、计价和折旧方法

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。

固定资产以取得时的实际成本入账，并从其达到预定可使用状态的次月起采用年限平均法计提折旧。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	预计净残值率（%）	预计可使用年限（年）	年折旧率（%）
房屋、建筑物	3.00-10.00	10-35	2.57-9.70
机器设备	3.00-10.00	5-30	3.00-19.40
运输工具	4.00-10.00	4-6	15.00-24.00
电子及办公设备	3.00-10.00	3-10	9.00-32.33
其他设备	3.00-10.00	4-11	8.18-24.25

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

符合下列一项或数项标准的，认定为融资租赁：（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人；（2）承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将会行使这种选择权；（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分【通常占租赁资产使用寿命的 75%以上（含75%）】；（4）承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值【90%以上（含 90%）】；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值【90%以上（含 90%）】；（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

融资租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值中较低者入账，按自有固定资产的折旧政策计提折旧。

（十三）在建工程

1、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

2、资产负债表日，有迹象表明在建工程发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

（十四）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用。

2、借款费用资本化期间

（1）当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：①资产支出已经发生；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并

且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

（3）当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化利息金额。

（十五）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、计算机软件等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	50 年	法定使用权
计算机软件	5 年	预计收益期限

3、使用寿命确定的无形资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备；使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

4、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发

阶段的支出能够可靠地计量。

5、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取新的技术和知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

（十六）长期待摊费用

长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十七）应付职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的除股份支付以外各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。本公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

1、短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中，非货币性福利按照公允价值计量。

2、辞退福利

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

3、设定提存计划

本公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。本公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例，按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。本公司在职工提供服务的会计期间，将

根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（十八）预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

2、公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

（十九）股份支付及权益工具

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

（1）存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定。

（2）不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

3、确认可行权权益工具最佳估计的依据

根据最新取得的可行权职工数变动等后续信息进行估计。

4、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务

取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（二十）政府补助

1、政府补助包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

2、政府补助为货币性资产的，按收到或应收的金额计量；为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

3、与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿以前的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（二十一）经营租赁、融资租赁

1、经营租赁

本公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

本公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

2、融资租赁

本公司为承租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

本公司为出租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

（二十二）递延所得税资产和递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产相关利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的

金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（二十三）主要会计政策、会计估计的变更及前期会计差错更正

1、会计政策变更

财政部于 2014 年陆续发布《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》、《企业会计准则第 9 号—职工薪酬》、《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》、《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》、《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》、《企业会计准则第 39 号—公允价值计量》、《企业会计准则第 40 号—合营安排》及《企业会计准则第 41 号—在其他主体中权益的披露》，要求除《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》自 2014 年度财务报表起施行外，其他准则自 2014 年 7 月 1 日起施行。

公司根据《企业会计准则第 2 号-长期股权投资》（2014 修订）将本公司对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的投资从长期股权投资中分类至可供出售金融资产核算；公司根据《企业会计准则第 30 号--财务报表列报（2014 年修订）》列报要求将递延收益、其他综合收益单独列报。

2、会计估计变更

报告期内，本公司无会计估计变更事项。

3、前期会计差错更正

2013 年 12 月 23 日，惠达股份召开股东大会，全体股东一致同意九鼎投资十一家合伙企业以每股 1.8 元的价格认购公司 31.1111 万股股份，新增股东杨春、杜国锋、肖铁山和王涛以每股 1.8 元的价格认购公司 280.00 万股股份，均以现金方式出资，上述事项构成股份支付。

根据企业会计准则的规定，授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。公司 2013 年在增资时认为该次增资仅是对母公司惠达股份进行增资，因此是以母公司口径的每股净资产作为公允价格计算依据，并确认股份支付费用 1,543.80 元。考虑到公司合并口径的每股净资产更能体现公司的公允价值，

并参考近年来申请首次公开发行股票并上市企业的相关案例，公司本次以合并口径的每股净资产作为公允价格计算依据，应确认股份支付费用 1,897.16 万元。公司因此对 2013 年度财务报表进行追溯调整，调增管理费用 353.35 万元，调增资本公积 353.35 万元，调减盈余公积 35.34 万元，调减未分配利润 318.01 万元。

五、公司的主要税项及相关税收优惠

（一）公司的主要税项

1、企业所得税

（1）本公司 2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月适用的企业所得税税率为 15%。

（2）本公司之子公司惠达建筑 2013 年采取核定方式计征企业所得税，即按照当期销售收入的 10%计算确认应纳税所得额，按照 25%所得税税率确认应纳企业所得税。自 2014 年起惠达建筑改以查账征收方式计征企业所得税，适用企业所得税税率为 25%。

（3）本公司其他子公司适用的企业所得税税率为 25%。

2、增值税

公司及子公司增值税率为 17%和 13%，出口销售的产品享受出口退税政策，出口退税按“免、抵、退”办法执行。公司陶瓷类产品出口退税率为 9%，五金洁具类产品出口退税率为 15%。

2016 年 3 月，财政部、国家税务总局发布《财政部、国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》，在全国范围内全面推开营业税改征增值税试点。按照上述规定，自 2016 年 5 月 1 日起，公司的建筑劳务收入和不动产租赁收入按照 11%计缴增值税，公司的动产租赁收入按照 17%计缴增值税。

3、营业税

2013 年 1 月 1 日至 2016 年 4 月 30 日，惠达建筑的建筑劳务收入按营业额的 3%计缴，其他子公司按营业收入的 5%计缴。

4、城市维护建设税

本公司及子公司按应缴流转税税额的 7%计缴。

5、教育费附加

本公司及子公司按应缴流转税税额的 5%计缴（含 2%的地方教育费附加）。

6、其他税项

按国家和地方有关规定计缴。

（二）公司享受的税收政策

1、企业所得税政策

本公司于2008年12月通过了河北省科学技术厅的高新技术企业认定并获得了GR200813000130号认定证书，有效期三年，2008年至2010年享受减按15%的税率征收所得税的优惠政策。2011年8月，本公司通过河北省科学技术厅的复审，获得了高新技术企业认定证书，编号为GF201113000010，有效期三年，2011年至2013年享受减按15%的税率征收所得税的优惠政策。2014年9月，本公司通过河北省科学技术厅的复审，取得高新技术企业证书，证书编号为GR201413000057，有效期三年，2014年至2016年享受减按15%的税率征收所得税的优惠政策。

2、子公司惠达塑料所得税、增值税优惠

2010年1月1日，河北省民政厅向唐山惠达塑料福利厂（惠达塑料制品的前身）颁发了福企证字第13000206011号《社会福利企业证书》，有效期限为2010年1月至2012年12月；2012年唐山惠达塑料福利厂改制为公司制后，2012年3月27日河北省民政厅向惠达塑料制品颁发了福企证字第13000206011号《社会福利企业证书》，有效期限为2012年至2014年。

根据《财政部、国家税务总局关于促进残疾人就业税收优惠政策的通知》（财税[2007]92号）相关规定：（1）在增值税方面。对安置残疾人的单位，实行由税务机关按单位实际安置残疾人的人数，限额即征即退增值税或减征营业税的办法。实际安置的每位残疾人每年可退还的增值税或减征的营业税的具体限额，由县级以上税务机关根据单位所在区县适用的经省级人民政府批准的最低工资标准的6倍确定，但最高不得超过每人每年3.5万元；（2）在企业所得税方面。单位支付给残疾人的实际工资可在企业所得税前据实扣除，并可按支付给残疾人实际工资的100%加计扣除；对单位按照规定取得的增值税退税或营业税减税收入，免征企业所得税。

惠达塑料于2013年6月注销，不再享受上述税收优惠政策。

六、非经常性损益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（2008）的规定，公司报告期非经常性损益情况列示如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
（一）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	772.90	-506.91	2.91	-392.47
（二）越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
（三）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	2,081.96	2,455.72	1,459.62	894.25
（四）计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
（五）企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
（六）非货币性资产交换损益	-	-	-	-
（七）委托他人投资或管理资产的损益	61.65	191.33	181.76	15.71
（八）因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
（九）债务重组损益	-	-	-	-
（十）企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
（十一）交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
（十二）同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
（十三）与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
（十四）除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-410.98	-112.28	-311.45	1,163.66
（十五）单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
（十六）对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
（十七）采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
（十八）根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
（十九）受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
（二十)除上述各项之外的其他营业外收入和支出	54.44	-2.71	-1.83	-53.32
(二十一)其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-1,897.16
非经常性损益合计	**2,559.96**	**2,025.15**	**1,331.01**	**-269.33**
减：所得税影响金额	395.77	256.20	196.59	-61.99
扣除所得税影响后的非经常性损益	**2,164.19**	**1,768.95**	**1,134.42**	**-207.34**
其中：归属于母公司所有者的非经常性损益	2,152.20	1,754.68	1,121.43	-142.46

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
归属于少数股东的非经常性损益	11.99	14.27	12.99	-64.88

其他符合非经常性损益定义的损益项目系 2013 年发生的股份支付费用。

七、最近一期末主要资产情况

（一）存货

截至2016年6月30日，公司存货构成如下：

单位：万元

项目	期末余额	跌价准备	账面价值
原材料	24,051.42	-	24,051.42
自制半成品	4,433.09	-	4,433.09
库存商品	31,983.21	677.74	31,305.47
发出商品	2,469.40	-	2,469.40
合计	**62,937.11**	**677.74**	**62,259.38**

（二）长期股权投资

截至2016年6月30日，公司长期股权投资构成如下：

单位：万元

被投资单位	核算方法	持股比例（%）	初始投资额	账面价值
达丰焦化	权益法	40.00	4,000.00	32,817.15
冀东天然气	权益法	30.00	180.00	540.41
HUIDA Malaysia	权益法	29.00	44.56	-
合计				**33,357.55**

公司对惠达宾馆、中陶投资的股权投资按可供出售金融资产确认并核算。

（三）固定资产

截至2016年6月30日，公司固定资产构成如下：

单位：万元

类别	原值	折旧年限	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	92,145.84	10-35 年	24,139.29	15.26	67,991.30
机器设备	66,096.73	5-30 年	30,158.69	84.22	35,853.82
运输工具	1,831.75	4-6 年	1,497.87	-	333.88
电子及办公设备	2,163.70	3-10 年	1,705.26	0.03	458.41
其他设备	2,147.53	4-11 年	1,858.02	0.68	288.83
合计	**164,385.55**		**59,359.13**	**100.18**	**104,926.24**

八、最近一期末主要债项

（一）银行借款

截至 2016 年 6 月 30 日，公司无长期借款，短期借款情况如下：

单位：万元

序号	借款性质	借款金额
1	信用借款	62,000.00
2	抵押借款	-
3	保证借款	-
合计		**62,000.00**

（二）应付职工薪酬

截至2016年6月30日，公司应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项目	金额	占比（%）
工资、奖金、津贴和补贴	6,712.01	57.38
社会保险费	3.70	0.03
离职后福利中的设定提存计划负债	446.71	3.82
住房公积金	72.23	0.62
工会经费及职工教育经费	4,462.14	38.15
合计	**11,696.78**	**100.00**

九、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：

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
股本	21,311.11	21,311.11	21,311.11	21,311.11
资本公积	24,274.20	24,274.20	24,274.20	24,274.20
其他综合收益	2.82	2.82	3.18	-0.62
专项储备	1,033.26	1,033.53	1,054.03	1,067.05
盈余公积	9,327.81	9,327.81	8,766.78	7,821.38
未分配利润	132,150.64	131,516.69	131,759.75	126,173.53
归属于母公司所有者权益合计	**188,099.83**	**187,466.15**	**187,169.05**	**180,646.65**
少数股东权益	14,549.31	14,959.05	13,949.13	11,695.83
所有者权益合计	**202,649.14**	**202,425.20**	**201,118.18**	**192,342.47**

十、现金流量情况

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量净额	18,343.33	22,985.37	21,343.85	18,164.37
二、投资活动产生的现金流量净额	-695.85	-2,649.60	-9,265.64	-11,960.24
三、筹资活动产生的现金流量净额	3,128.16	-29,271.26	-10,346.99	5,289.05
四、汇率变动对现金的影响	118.30	160.50	109.55	-238.89
五、现金及现金等价物净增加额	20,893.94	-8,775.00	1,840.78	11,254.29
六、期末现金及现金等价物余额	44,312.07	23,418.13	32,193.13	30,352.35

十一、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

1、处置惠达宾馆 100%股权

为了降低公司经营风险，突出主营业务，2016 年 9 月 18 日，公司与王东新签订了《股权转让协议》，约定公司将其持有的惠达宾馆 100%的股权以 1,000 万元的价格转让给自然人王东新。本次股权转让后，公司不再持有惠达宾馆股权。

2016 年 9 月 19 日，惠达宾馆在唐山市丰南区工商行政管理局完成工商登记变更。

2、利润分配

2016 年 12 月 28 日，公司 2016 年第二次临时股东大会通过议案，公司拟以 2016 年 6 月 30 日的股本总额 213,111,111 股为基数，以未分配利润向全体股东每股派发现金红利 0.375 元（含税），拟分配利润总额为 7,991.67 万元。截至本招股说明书签署日，上述利润分配尚未实施。

（二）或有事项

1、未决诉讼

截至本招股说明书签署之日，发行人存在的重大诉讼情况请参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、重大诉讼或仲裁事项”。

2、其他或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他或有事项。

（三）承诺事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的重大承诺事项。

十二、报告期内发行人主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2016-06-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动比率（倍）	1.44	1.48	1.38	1.43
速动比率（倍）	0.86	0.80	0.75	0.79
母公司资产负债率（%）	47.88	45.55	47.04	43.73
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例（%）	0.13	0.09	0.10	0.02
财务指标	**2016 年 1-6 月**	**2015 年度**	**2014 年度**	**2013 年度**
应收账款周转率（次）	2.59	5.54	5.44	4.47
存货周转率（次）	1.21	2.57	2.42	2.35
息税折旧摊销前利润（万元）	16,495.12	26,647.84	31,756.59	25,676.07
利息保障倍数（倍）	7.60	4.86	5.85	5.32
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.86	1.08	1.00	0.85
每股净现金流量（元/股）	0.98	-0.41	0.09	0.53

【注】上述财务指标的计算方法：

1、流动比率=流动资产÷流动负债

2、速动比率=（流动资产-存货-一年内到期的非流动资产-其他流动资产）÷流动负债

3、资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100%

4、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额

5、存货周转率=营业成本÷存货平均余额

6、息税折旧摊销前利润=利润总额＋利息支出＋折旧费用＋摊销费用

7、利息保障倍数=（利润总额＋利息支出）÷利息支出

8、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生现金流量净额÷期末普通股股份总数

9、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末普通股股份总数

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 修订）的规定，本公司加权平均计算的净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下表所示：

报告期利润	报告期间	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于母公司普通股股东的净利润	2016 年 1-6 月	3.76	0.33	0.33
	2015 年度	4.31	0.37	0.37
	2014 年度	7.71	0.66	0.66
	2013 年度	5.42	0.45	0.45

报告期利润	报告期间	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
扣除非经常损益后归属于母公司普通股股东的净利润	2016 年 1-6 月	2.61	0.23	0.23
	2015 年度	3.36	0.29	0.29
	2014 年度	7.09	0.60	0.60
	2013 年度	5.50	0.45	0.45

【注】上述财务指标的计算方法：

1、基本每股收益=P÷S

S= S0 + S1 + Si×Mi÷M0 - Sj×Mj÷M0－Sk

其中：P为归属于公司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为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；Mj为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

2、稀释每股收益=[P+（已确认为费用的稀释性潜在普通股利息－转换费用）×（1-所得税率）]/（S0 ＋ S1 ＋ Si×Mi÷M0 － Sj×Mj÷M0—Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）。其中，P为归属于公司普通股股东的净利润。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达到最小。

十三、历次资产评估情况

（一）设立评估

1997 年 10 月 24 日，唐山会计师事务所出具了《资产评估报告》 (唐会评（1997）102 号)，以 1997 年 8 月 31 日为评估基准日，对集团厂等四家企业及集团厂投资设立的七家企业进行整体评估，评估确认上述企业实体的净资产为 10,964.34 万元。扣除少数股东享有的惠联陶瓷等五家中外合资企业的权益后，归属于黄各庄经联社的净资产评估值为 8,943.60 万元。

单位：万元

资产项目	账面原值	账面净值	清查调整后数		重置价值	评估值	净值增加值	增值率（%）
			原值	净值				
流动资产	10,139.92	10,139.92	10,488.91	10,488.91	11,000.18	11,000.18	511.27	4.87
长期投资	3,252.86	3,252.86	3,252.86	3,252.86	3,252.86	3,252.86	-	-
在建工程	1,063.45	1,063.45	1,063.45	1,063.45	1,063.45	1,063.45	-	-
建筑物	5,181.96	4,263.45	5,005.35	4,175.11	5,194.85	4,238.89	63.78	1.53
机器设备及车辆	4,295.96	3,282.85	4,253.21	3,252.58	4,555.60	3,284.19	31.61	1.00
其他资产	240.66	240.66	240.66	240.66	-	-	-240.66	-100.00
资产总计	24,174.81	22,243.20	24,304.44	22,473.57	25,066.94	22,839.57	366.00	1.63
流动负债	-	6,524.04	-	6,864.40	-	7,013.62	149.22	2.17
长期负债	-	4,861.61	-	4,861.61	-	4,861.61	0.00	-
负债总计	-	11,385.65	-	11,726.01	-	11,875.23	149.22	1.27

净资产	-	10,857.55	-	10,747.56	-	10,964.34	216.78	2.02

（二）设立评估复核

2012年3月10日，沃克森对公司设立时的评估报告进行复核，并出具了《唐山惠达陶瓷集团组建唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司资产评估报告复核报告书》（沃克森评报字[2012]第0041号），复核确认集团厂等四家企业及集团厂投资设立的七家企业在评估基准日1997年8月31日净资产评估值为8,987.92万元，较原评估机构评估后净资产评估值10,964.34万元减少1,976.42万元，具体情况如下：

单位：万元

资产项目	账面原值	账面净值	清查调整后数		重置价值	评估值	长投单位调整数	评估调整数	调整后评估值
			原值	净值					
流动资产	10,139.92	10,139.92	10,488.91	10,488.91	11,000.18	11,000.18	-1,996.23	-21.01	8,982.93
长期投资	3,252.86	3,252.86	3,252.86	3,252.86	3,252.86	3,252.86	-	-1,343.13	1,909.73
在建工程	1,063.45	1,063.45	1,063.45	1,063.45	1,063.45	1,063.45	-	-	1,063.45
建筑物	5,181.96	4,263.45	5,005.35	4,175.11	5,194.85	4,238.89	-2,838.81	118.49	1,518.57
机器设备及车辆	4,295.96	3,282.85	4,253.21	3,252.58	4,555.60	3,284.19	-2,180.23	5.00	1,108.96
其他资产	240.66	240.66	240.66	240.66	-	-	-	-	-
资产总计	24,174.81	22,243.20	24,304.44	22,473.57	25,066.94	22,839.57	-7,015.27	-1,240.65	14,583.65
流动负债	-	6,524.04	-	6,864.40	-	7,013.62	-770.16	-994.93	5,248.54
长期负债	-	4,861.61	-	4,861.61	-	4,861.61	-3,437.60	0.00	1,424.01
负债总计	-	11,385.65	-	11,726.01	-	11,875.23	-4,207.76	-994.93	6,672.55
净资产	-	10,857.55	-	10,747.56	-	10,964.34	-2,807.51	-245.72	7,911.11
少数股东损益	-	-	-	-	-	-	-	1,076.82	1,076.82
合计	-	-	-	-	-	-	-	-	8,987.92

十四、历次验资情况

公司设立时及以后历次验资情况请参见“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”部分相关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

本节的财务数据及有关的分析说明反映了公司及下属子公司2013年度、2014年度、2015年度和2016年1-6月经审计的财务报表及有关附注的主要内容，所引用的财务数据，非经特别说明，均引自经天职国际审计的公司财务报表。本公司提醒投资者，若欲对本公司的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策进行更详细的了解，应当认真阅读相关的审计报告。

一、报告期财务状况分析

（一）资产构成分析

1、总体资产构成及变化

报告期内，公司资产结构情况如下：

项目	2016-6-30		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（%）
流动资产	154,021.19	47.18	135,876.95	43.68	146,411.41	45.24	146,048.15	47.21
非流动资产	172,398.79	52.82	175,165.04	56.32	177,195.79	54.76	163,304.09	52.79
总计	**326,419.98**	**100.00**	**311,041.99**	**100.00**	**323,607.20**	**100.00**	**309,352.24**	**100.00**

报告期内，公司资产总额基本保持稳定，经营稳健，资产规模较大。公司资产构成情况与其生产经营活动特点相适应，资产结构合理。

2、流动资产构成与分析

公司流动资产主要由货币资金、应收账款和存货等构成，为公司日常运营所必需的经营性资产，构成情况如下：

项目	2016-6-30		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（%）
货币资金	44,342.19	28.79	23,508.31	17.30	32,913.66	22.48	30,546.50	20.92
交易性金融资产	-	-	-	-	-	-	547.53	0.37
应收票据	7,562.81	4.91	5,958.43	4.38	2,575.39	1.76	5,462.44	3.74
应收账款	35,698.59	23.18	37,957.63	27.94	35,061.76	23.95	33,372.44	22.85
预付款项	3,048.95	1.98	4,390.80	3.23	7,347.95	5.02	9,961.94	6.82
其他应收款	1,037.17	0.67	1,317.57	0.97	1,285.95	0.88	851.53	0.58

项目	2016-6-30		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（%）
存货	62,259.38	40.42	62,627.64	46.09	64,166.05	43.83	62,066.73	42.50
其他流动资产	72.10	0.05	116.57	0.09	3,060.64	2.09	3,239.04	2.22
合计	**154,021.19**	**100.00**	**135,876.95**	**100.00**	**146,411.41**	**100.00**	**146,048.15**	**100.00**

（1）货币资金

报告期内，公司货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
现金	44.68	19.88	31.84	198.41
银行存款	44,267.39	23,398.25	32,161.29	30,153.94
其他货币资金	30.12	90.18	720.53	194.15
合计	**44,342.19**	**23,508.31**	**32,913.66**	**30,546.50**

2015 年末，货币资金余额较 2014 年末减少 9,405.35 万元，降幅为 28.58%，主要原因为：报告期各内，公司根据资金需求和现金流情况合理安排借款，受公司借款安排和业务办理进度影响，各期末借款余额有所波动，2015 年末借款余额较 2014 年末有所减少。

2016年6月末，货币资金余额较2015年末增加20,833.88万元，增幅为88.62%，主要原因为：（1）2016年1-6月，为提高资金使用效率，公司加强应收账款催收力度，取得了良好效果，美商富凯、碧桂园等大客户应收账款余额较上年末均有所减少，公司销售收款情况良好；（2）2016年6月末借款余额较2015年末增加12,000.00万元。

（2）应收票据

报告期内，公司应收票据情况如下：

单位：万元

票据种类	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
银行承兑汇票	7,562.81	5,360.96	2,575.39	5,462.44
商业承兑汇票	-	597.47	-	-
合计	**7,562.81**	**5,958.43**	**2,575.39**	**5,462.44**

报告期内，公司根据客户的需求，对部分销售业务以票据承兑方式结算。公司的应收票据主要为银行承兑汇票，信用风险较小。在当前公司现金较为宽裕的前提下，应收票据的增加不会增加公司的经营风险。

（3）应收账款

报告期内，公司应收账款总体情况如下：

项目	2016-6-30		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（%）
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	684.79	1.73	-	-	-	-	1,747.60	4.56
按账龄组合计提坏账准备的应收账款	38,813.86	98.27	41,952.35	100.00	38,596.06	100.00	36,614.91	95.44
合计	**39,498.65**	**100.00**	**41,952.35**	**100.00**	**38,596.06**	**100.00**	**38,362.51**	**100.00**

①应收账款变动分析

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应收账款余额	39,498.65	41,952.35	38,596.06	38,362.51
营业收入	105,403.47	223,174.62	209,323.69	185,618.73
应收账款余额/营业收入	—	18.80%	18.44%	20.67%

报告期内，公司在营业收入持续增长的同时，严格控制了应收账款规模，提升了公司的收益质量。2014 年度，公司营业收入同比增长 12.77%，同期应收账款余额仅增长 0.61%，远低于营业收入的增长速度；2015 年度，公司营业收入同比增长 6.62%，同期应收账款余额增长 8.70%，略高于营业收入的增长速度。

②应收账款账龄分析

报告期内，应收账款按账龄分布的具体情况如下：

账龄	2016-6-30		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	余额（万元）	比例（%）	余额（万元）	比例（%）	余额（万元）	比例（%）	余额（万元）	比例（%）
1 年以内	30,360.49	78.22	34,156.29	81.42	30,573.22	79.20	26,841.00	73.31
1-2 年	4,899.79	12.62	3,003.48	7.16	3,568.77	9.25	3,742.02	10.22
2-3 年	2,058.72	5.30	2,171.03	5.18	597.12	1.55	4,997.93	13.65
3-4 年	571.29	1.47	419.48	1.00	3,403.97	8.82	889.32	2.43
4-5 年	561.75	1.45	1,868.56	4.45	376.53	0.98	40.35	0.11
5 年以上	361.81	0.93	333.51	0.79	76.45	0.20	104.29	0.28
合计	**38,813.86**	**100.00**	**41,952.35**	**100.00**	**38,596.06**	**100.00**	**36,614.91**	**100.00**

【注】上表不含单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款。

报告期内，公司不断加强对应收账款的管理，各期末公司应收账款的账龄主要集中在一年以内。截至 2015 年末，公司 4-5 年及 5 年以上应收账款余额金额较大，主要来自于黄各庄镇政府应收账款 922.41 万元、河北太行国宾馆 673.59 万元。其中，公司已于 2016 年上半年收回河北太行国宾馆欠款 350 万元，其余尚未收回部分已全额计提坏账准备。截至 2016 年 6 月 30 日，公司 4-5 年及 5 年以上应收账款余额主要来自于黄各庄镇政府欠款 453.41 万元。

③黄各庄镇政府应收账款情况

黄各庄镇政府的应收账款主要系公司子公司惠达建筑为黄各庄镇政府修建镇锅炉房、便民服务大厅、食堂、老年公寓、黄各庄四清路等市政工程而产生的工程款项。

报告期内，公司对黄各庄镇政府应收账款变动及坏账计提情况如下：

单位：万元

年度	期初余额	本期新增	本期减少	期末余额	计提坏账准备	坏账计提比例
2013-12-31	1,141.48	1,382.24	106.73	2,416.99	498.71	20.63%
2014-12-31	2,416.99	728.00	15.42	3,129.57	683.39	21.84%
2015-12-31	3,129.57	268.91	5.53	3,392.95	1,276.51	37.62%
2016-06-30	3,392.95	-212.76	328.79	2,851.40	888.73	31.17%

【注】2016 年 1-6 月份“本期新增”数据为负数主要系项目完工后决算审定的收入与以前年度完工进度确认的收入差额，在当期冲回所致。

报告期内，公司对黄各庄镇政府应收账款账龄分布情况如下：

单位：万元

年度	应收账款余额	账龄及余额					
		1 年以内	1 年至 2 年	2 年至 3 年	3 年至 4 年	4 年至 5 年	5 年以上
2013-12-31	2,416.99	1,225.27	-	1,119.18	-	-	72.55
2014-12-31	3,129.57	909.34	1,225.27	-	922.41	-	72.55
2015-12-31	3,392.95	268.91	903.81	1,225.27	-	922.41	72.55
2016-06-30	2,851.40	268.91	829.61	1,073.79	225.68	453.41	-

根据黄各庄镇政府提供的财政预算报告显示，黄各庄镇政府 2013 年全年可支配财政收入 6,453.11 万元、财政支出 5,875.00 万元；2014 年全年可支配财政收入 6,503.03 万元、财政支出 6,555.90 万元；2015 年全年可支配财政收入 9,899.23 万元、财政支出 9,908.48 万元。由于上级区政府会根据镇政府的财政支出需求划拨其可支配财政收入，所以近年来黄各庄镇政府财政收支基本持平。根据 2016 年黄各庄镇政府出具的还款计划，黄各庄镇政府将分两年还清上述欠款，并拟将每年还款金额在当期财政预算报告中列示。黄各庄镇政府信用较有保障，发生坏

账风险可能性极低，但出于谨慎性原则考虑，公司对黄各庄镇政府欠款计提了足额的坏账准备。

④应收账款质量情况

A、报告期内前五名应收账款客户及其回款情况

报告期各期前五名应收账款客户较为稳定，主要集中于碧桂园、美商富凯、黄各庄镇政府、中信建设等单位。除 2013 年 12 月 31 日外，报告期前五名应收账款余额客户占应收账款总额比例均在 50%左右，应收账款较为集中。

a、2016 年 6 月 30 日前五名应收账款余额、结算政策及期后回款情况

单位：万元

客户名称	2016年6月30日应收账款余额	占应收账款总额的比例（%）	结算政策及账期	期后结算账期回款
碧桂园	9,425.35	23.86	货到验收合格后六个月内结清货款	2,016.14
美商富凯	5,019.48	12.71	T/T 60 日	4,561.98
黄各庄镇政府	2,851.40	7.22	与黄各庄镇政府协商制定还款期限	-
WAHEED SONS	1,288.97	3.26	D/P 即期（单据流转 45 天）	1,288.97
中信建设	609.11	1.54	预付款 30%，货物离开国内港口 3 个月内付 55%，现场安装完毕付 10%，剩余 5%货款为一年质量保证金	5.69
合计	**19,194.31**	**48.59**		**7,872.78**

2016 年 6 月 30 日期后结算账期回款情况统计的是 2016 年 7、8 月的回款情况，未达到完整结算政策规定的账期，所以回款金额相对较低。中信建设多为海外工程项目，其所欠应收账款多为尚未完成安装的货款及质量保证金，故期后结算账期回款较小。

b、2015 年 12 月 31 日前五名应收账款余额、结算政策及期后回款情况

单位：万元

客户名称	2015 年 12 月 31 日应收账款余额	占应收账款总额的比例（%）	结算政策及账期	期后结算账期回款
碧桂园	10,363.43	24.70	货到验收合格后六个月内结清货款	10,209.87
美商富凯	7,634.41	18.20	T/T 60 日	7,634.41
黄各庄镇政府	3,392.95	8.09	与黄各庄镇政府协商制定还款政策	328.79
中信建设	1,501.40	3.58	预付款 30%，货物离开国内港口后 3 个月内付 55%，现场安装完毕付 10%，剩余 5%货款为一年质量保证金	850.85
唐素梅	1,064.36	2.54	信用额度外的部分先款后货（基础信用额度 200 万元、工程信用额度 800 万元，信用期为六个月）	909.46
合计	**23,956.55**	**57.10**		**19,933.38**

中信建设是公司重点合作的工程客户，享有较为宽松的信用政策，故各期末

应收账款余额较大。唐素梅为公司国内成都地区经销商，于 2015 年承接一大型酒店工程项目导致其资金周转不畅，特申请工程信用额度 800 万元，造成期末应收账款余额较高。

c、2014 年 12 月 31 日前五名应收账款余额、结算政策及期后回款情况

单位：万元

客户名称	2014 年 12 月 31 日应收账款余额	占应收账款总额的比例（%）	结算政策及账期	期后结算账期回款
碧桂园	6,838.11	17.72	货到验收合格后六个月内结清货款	6,147.56
美商富凯	6,742.51	17.47	T/T 60 日	6,742.51
黄各庄镇政府	3,129.57	8.11	与黄各庄镇政府协商制定还款政策	5.53
唐山新天地美域房地产开发有限公司	1,924.72	4.99	预付款 30%，货到付款 50%，验收合格付款 15%，剩余 5%为两年质保金。	1,918.18
唐山市丰南区天保房地产开发有限公司	1,469.65	3.81	预付款 30%，货到付款 50%，验收合格付款 15%，剩余 5%为两年质保金。	1,382.80
合计	**20,104.56**	**52.09**		**16,196.58**

唐山新天地美域房地产开发有限公司应收账款为工程销售款项，由于受到房地产市场环境的影响，其商品房销售进度较慢，资金周转困难，未能按照合同约定偿还公司货款。经与公司协商，唐山新天地美域房地产开发有限公司以商品房抵偿公司货款。

d、2013 年 12 月 31 日前五名应收账款余额、结算政策及期后回款情况

单位：万元

客户名称	2013 年 12 月 31 日应收账款余额	占应收账款总额的比例（%）	结算政策及账期	期后结算账期回款
美商富凯	4,293.91	11.19	T/T 60 日	4,293.91
唐山市丰南区天保房地产开发有限公司	2,544.65	6.63	预付款 30%，货到付款 50%，验收合格付款 15%，剩余 5%为两年质保金。	1,075.00
碧桂园控股集团有限公司	2,136.02	5.57	货到验收合格后六个月内结清货款	2,136.02
黄各庄镇政府	2,416.99	6.30	与黄各庄镇政府协商制定还款政策	15.42
唐山荣盛房地产开发有限公司	1,267.63	3.30	预付款 30%，货到付款 50%，验收合格付款 15%，剩余 5%为两年质保金。	1,210.08
合计	**12,659.20**	**33.00**		**8,730.43**

B、报告期前五名应收账款客户的基本情况

序号	客户名称	基本情况及交易背景	获取方式	是否存在关联关系

1	美商富凯	美商富凯总部于 1987 年在美国纽约新泽西州设立，于加拿大、德国、英国、香港、台北、山东、深圳、东莞、佛山、潮州、杭州、宁波等地设有贸易公司或直属办事处，专业从事生产和销售室内外家具、厨房用具及销售卫浴产品等现代家居用品，大型零售商业巨头的优秀供货商。2000 年美商富凯成为公司经销客户，合作模式主要为贴牌合作	2000 年开始合作，客户上门寻求合作	否
2	碧桂园	碧桂园集团，位于中国广东顺德，是一家以房地产为主营业务，涵盖建筑、装修、物业管理、酒店开发及管理、教育等行业的国内著名综合性企业集团，中国房地产十强企业。下辖国家一级资质建筑公司、国家一级资质物业管理公司、甲级资质设计院等专业公司；涉及酒店、教育等多个行业。碧桂园是惠达股份现阶段最大的工程客户	2009 年开始合作，公司通过投标的方式开始与碧桂园合作	否
3	中信建设	中信建设有限责任公司成立于 1986 年，为中国中信集团公司旗下从事国内外工程总承包及相关业务的全资子公司。公司致力于在 EPC 工程总承包、PPP、BOT 融资建设、项目管理等方面成为国内领先、国际知名的大型国际工程承包商。在中国对外工程承包企业中，公司新签合同额、完成营业额分别位居第 3 名、第 10 名。2011 年 8 月 29 日，中信建设有限责任公司入选中国建筑施工企业联合会评选的中国建筑 500 强，排名第 10 位	从 2013 年开始合作，公司通过投标的方式开始与中信建设合作。	否
4	黄各庄镇政府	黄各庄镇地处唐山市丰南区，惠达建筑主要为其提供基础设施建筑服务	公开渠道招标	否
5	宣庄一街村委会	宣庄地处唐山市丰南区，惠达建筑主要为其提供基础设施建筑服务	公开渠道招标	否
6	唐素梅	唐素梅：女，1978 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。 2001 年 7 月至 2009 年 4 月任职于惠达卫浴股份有限公司国内营销中心销售部经理；2009 年 5 月至 2010 年 1 月任职惠达卫浴股份有限公司成都营销中心总经理，2010 年 1 月，为惠达股份成都地区经销商	原直销处转制	否
7	唐山市丰南区天保房地产开发有限公司	唐山市丰南区天保房地产开发有限公司经营范围为房地产开发与经营，注册资本 500 万元。	投标获得	否
8	唐山新天地美域房地产开发有限公司	唐山新天地美域房地产开发有限公司经营范围为房地产开发经营，注册资本 5000 万元。	投标获得	否
9	唐山荣盛房地产开发有限公司	唐山荣盛房地产开发有限公司经营范围为房地产开发与经营、酒店投资、经营与管理、房屋及设备租赁、房地产信息咨询，注册资本 5000 万元。	投标获得	否

报告期，公司采取各种手段加强客户信用管理和回款管理，提高应收账款周转效率。公司应收账款周转率和应收账款集中度都有所增加，其中美商富凯和碧桂园占公司每年应收账款余额的 40%左右。美商富凯为公司合作多年的知名国际贸易公司，其期后账期内回款稳定，从未发生过坏账，信用记录良好。碧桂园是一家在国内知名的大型房地产开发商，近年来与公司合作日益加深，资金实力雄厚，信誉良好。除此之外，中信建设为中国中信集团公司全资子公司，主要从事国内外工程项目，同样资金实力雄厚，信誉较好。黄各庄镇政府和宣庄一街村民委员会为政府机构或村民集体组织，虽还款周期较长，但信誉较有保障，发生坏账可能性较小。综上，近年来公司应收账款质量较好，坏账风险小，并且公司坏

账准备计提合理充分，符合公司实际情况和谨慎性原则。

⑤应收账款的核销

单位：万元

期末	应收账款余额	核销坏账	坏账准备余额	核销坏账比例	计提坏账比例
2013-12-31	38,362.51	868.21	4,990.06	2.26%	13.01%
2014-12-31	38,596.06	1,747.60	3,534.30	4.53%	9.16%
2015-12-31	41,952.35	-	3,994.72	-	9.52%
2016-06-30	39,498.65	-	3,800.06	-	9.62%

报告期内，公司坏账发生率较小，各期核销的坏账比例均小于发行人实际计提坏账的比例。

A、原直销处坏账核销

2009年以前公司国内销售以直销为主，即通过在全国各地设置直销处销售产品，自2009年起公司陆续取消和处置了原来设置的直销处，改为以经销商为主的国内销售模式。截至2009年末，公司已全部处置了原有直销处，但原直销处在历史经营过程中形成的部分零星应收账款经多次催收后无果。根据上述客观实际情况并基于谨慎性原则，2013年4月，公司对通过核查确认难以收回的应收账款进行了核销，共核销应收账款868.21万元。

B、境外坏账核销

a、Kwan HeeYo非法侵占公司资产1,747.60万元后潜逃的具体情况

2007 年 10 月公司为开拓美国的陶瓷砖业务，决定与当地具有丰富陶瓷砖产品运营经验的 Kwan HeeYo 合作，投资设立 AYERS BATH CORPORATION。AYERS BATH CORPORATION 登记注册的首席运营官为王彦庆，首席财务官为 Kwan HeeYo，公司秘书为 Kwan HeeYo。公司董事为王彦庆、董化忠、Kwan HeeYo。

AYERS BATH CORPORATION 成立后，一直由 Kwan HeeYo 在美国实际负责该公司经营。公司在北美销售陶瓷砖业务的运营模式为公司根据 AYERS BATH CORPORATION 提供的需求订单发货给 AYERS BATH CORPORATION，由 AYERS BATH CORPORATION 在当地进行销售，销售后再回款给公司。

2008 年 11 月，因 AYERS BATH CORPORATION 欠艾尔斯货款共计金额达 2,805,042.23 美元出现回款异常情况，艾尔斯决定停止向 AYERS BATH CORPORATION 发货，并开始催要货款，但已无法联系到 Kwan HeeYo。其后，艾尔斯实际接管了 AYERS BATH CORPORATION。

2010 年 2 月 10 日，AYERS BATH CORPORATION 向加利福尼亚州洛杉矶中区法院起诉，指控 Kwan HeeYo 违反公司董事、高级管理人员的信托义务，侵占公司财产和欺诈，要求法庭判决 Kwan HeeYo 赔偿 AYERS BATH CORPORATION 的损失 2,805,042.23 美元并支付相应利息；判决禁止 Kwan HeeYo 进一步转移和出售 AYERS BATH CORPORATION 公司资产；判决 Kwan HeeYo 立即归还赔偿 AYERS BATH CORPORATION 的所有公司文件和记录；判决 Kwan HeeYo 赔偿 AYERS BATH CORPORATION 支付惩罚性的赔偿金。2010 年 9 月 21 日，法庭作出缺席判决，判决 Kwan HeeYo 赔偿 AYERS BATH CORPORATION 损失 2,805,042.23 美元，并支付相关成本 2,082.25 美元，合计 2,807,124.48 美元。上述判决生效后，因无法找到 Kwan HeeYo，故上述判决至今未能得到执行。

2010 年 6 月 21 日，AYERS BATH CORPORATION 解散并在加利福尼亚州州务卿处备案。

b、将该笔款项列为应收账款核算的依据，2014年核销该笔款项的依据

公司在会计处理上将对 AYERS BATH CORPORATION 的销售金额计入应收账款。截至 2008 年 11 月艾尔斯停止向 AYERS BATH CORPORATION 供货，艾尔斯对 AYERS BATH CORPORATION 的应收账款为 280.50 万美元（1,747.60 万元）。

2010 年 6 月 21 日，AYERS BATH 解散并在加利福尼亚州州务卿处备案。

公司一直将对 AYERS BATH CORPORATION 销售金额列为应收账款。2010 年美国当地法院作出裁决后，公司出于谨慎性原则考虑，对该笔应收款项全额计提了坏账准备。2014 年经公司总经理办公会决议，对该笔应收款项予以核销。

针对该笔会计处理，公司应当在 AYERS BATH CORPORATION 注销时将上述应收账款转为其他应收款，但由于已核销且不影响当期损益，公司没有进行重分类调整。

⑥公司坏账计提比例与同行业可比公司比较分析

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
帝王洁具	5%	10%	50%	80%	90%	100%
海鸥卫浴	3%	20%	50%	100%	100%	100%
四通股份	5%	10%	30%	50%	70%	100%
本公司	3%	10%	30%	50%	80%	100%

【注】由于公司其余可比公司东陶集团、和成股份、航标控股、东鹏控股均在境外上市，

未披露应收账款坏账计提比例，因此仅选择国内上市公司进行比较。

公司一年内坏账计提比例较低，主要由于一年内应收账款多为应收经销商及工程客户的货款，其风险较小。其中针对国内经销商客户，公司会给予其一定的信用额度，但会于每年 6 月末、12 月末进行清缴，发生坏账可能性较低。针对海外经销商客户，公司会根据运输船期的长短给予其一定的付款账期，同时对海外经销商的应收账款进行投保，其整体坏账风险较小。公司工程客户应收账款较主要来自与碧桂园，考虑到其为国内知名大型房地产上市企业，资金实力雄厚，信用较好，发生坏账的可能性较小。综上所述，公司一年内应收账款回收风险较小。同时，公司绝大部分应收账款账龄在一年以内，因此坏账计提比例较低。

公司与帝王洁具、海鸥卫浴的坏账政策均存在一定差异，与四通股份坏账政策较为接近。按照可比公司应收账款坏账政策，模拟测算对公司报告期净利润的具体影响情况如下：

单位：万元

年份	现有政策计提坏账准备余额	帝王洁具政策测算坏账余额	对报告期净利润影响（“-”为调增利润）	海鸥卫浴政策测算坏账余额	对报告期净利润影响	四通股份政策测算坏账余额	对报告期净利润影响
2016-06-30	3,115.27	4,370.96	-194.06	4,421.09	-31.91	3,675.48	44.22
2015-12-31	3,994.72	5,444.47	-338.55	5,332.45	-195.99	4,510.71	-56.39
2014-12-31	3,534.30	5,322.60	-36.51	5,068.01	-128.48	4,106.68	22.02
2013-12-31	3,242.47	5,067.28	492.72	4,904.66	27.91	3,792.83	-5.91

测算结果显示，若按帝王洁具坏账政策执行，2013 年度公司需补提坏账准备 492.72 万元，其余年度需补充计提坏账准备较小或无需补充计提。若以海鸥卫浴、四通股份坏账政策执行，各期需补充计提坏账准备金额普遍较小。

综上所述，公司坏账政策符合企业自身实际情况，坏账准备计提政策谨慎，期末计提金额充分。

（4）预付款项

报告期内，预付款项主要为公司向供应商预先支付的部分货款。报告期内，按账龄列示的预付款项情况如下：

单位：万元

项目	2016-6-30		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（%）
1 年以内	2,696.66	88.45	3,677.32	83.75	6,409.48	87.23	9,565.91	96.02
1-2 年	33.11	1.08	359.04	8.18	603.07	8.21	93.24	0.94

项目	2016-6-30		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（%）
2-3 年	282.91	9.28	20.01	0.45	32.61	0.44	2.79	0.03
3 年以上	36.26	1.19	334.43	7.62	302.79	4.12	300.00	3.01
合计	**3,048.95**	**100.00**	**4,390.80**	**100.00**	**7,347.95**	**100.00**	**9,961.94**	**100.00**

2014 年末，公司预付款项较 2013 年末减少了 2,613.99 万元，降幅为 26.24%，主要原因为：2013 年年产 280 万件卫生陶瓷生产线和卫浴浴缸厂等工程项目开工建设，公司预付了供应商的工程款及设备款项，使得 2013 年末预付账款余额较大，2014 年公司预付的上述工程和设备款项逐步转入在建工程科目核算。

2015 年末，公司预付款项较 2014 年末减少了 2,957.15 万元，降幅为 40.24%，主要系 2015 年公司积极消化陶瓷砖产品的现有库存，减少了外采的陶瓷砖产品数量，从而预付外协厂商的货款有所下降。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司预付款项金额前五名情况如下：

单位名称	与本公司关系	余额（万元）	占比（%）
唐山市丰南区黄各庄镇黄三村村民委员会	非关联方	400.00	13.12
淄博金狮王科技陶瓷集团有限公司	非关联方	296.12	9.71
永年县鸿基陶瓷有限公司	非关联方	250.00	8.20
中海壳牌石油化工有限公司	非关联方	244.80	8.03
山东金煜陶瓷科技有限公司	非关联方	224.60	7.37
合计		**1,415.52**	**46.43**

（5）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款主要系向客户或供应商缴纳的保证金和上市费用，其占公司流动资产的比例较低。

2016 年 6 月 30 日，其他应收款余额前五名情况如下表：

单位名称	金额（万元）	年限	占其他应收款比例（%）	款项性质
上市费用	752.97	1-5 年	45.32	上市费用
网销周转金	75.47	1 年以内	4.54	网销周转金
佛山市中城物业管理有限公司南庄分公司	68.96	2-3 年	4.15	仓库租赁保证金
上海惠宝陶瓷销售有限公司	50.01	5 年以上	3.01	投标保证金
浙江怡和卫浴有限公司	50.00	2-3 年	3.01	保证金
合计	**997.41**		**60.03**	

（6）存货

①存货结构分析

报告期内，公司存货余额构成情况如下：

项目	2016-6-30		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	余额（万元）	比例（%）	余额（万元）	比例（%）	余额（万元）	比例（%）	余额（万元）	比例（%）
原材料	24,051.42	38.22	25,521.01	40.28	27,549.75	42.69	26,788.34	42.92
自制半成品	4,433.09	7.04	3,764.66	5.94	5,486.74	8.50	4,074.50	6.53
库存商品	31,983.21	50.82	32,589.24	51.44	30,223.00	46.83	30,508.08	48.88
发出商品	2,469.40	3.92	1,483.32	2.34	1,271.95	1.97	1,038.94	1.66
合计	**62,937.11**	**100.00**	**63,358.23**	**100.00**	**64,531.45**	**100.00**	**62,409.86**	**100.00**

报告期内，公司存货主要为原材料和库存商品，合计占报告期内存货余额平均比例在 90%以上，具体原因分析如下：

A、原材料

报告期内，原材料在存货中所占比重较大，其主要原因是：a、原材料在公司主要产品的成本构成中所占比重较大，报告期内平均占比超过40%；b、公司产品线覆盖较广，产品种类较多，每个产品线都需要保持一定量的原材料库存储备，而大部分原材料均从异地采购，公司需要保持一定的原材料安全库存；c、公司出于战略考虑，对于部分稀缺、易于存储的泥料及釉料等原材料进行了战略储备。

B、库存商品

报告期内，公司库存商品在存货中所占比例较高，主要原因是随着公司销售规模的快速增长，为保证及时向客户供货，公司需保持一定规模的库存商品。报告期内，公司库存商品余额较为稳定，一般储备2-3个月的销售库存量。

②存货变动分析

报告期内，公司加强存货管理，不断提高存货周转速度，存货余额/主营业务成本比例逐渐降低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末/2016 年 1-6 月	2015 年末/2015 年度	2014 年末/2014 年度	2013 年末/2013 年末
主营业务成本	75,872.81	164,260.83	152,700.38	138,075.68
存货余额	62,937.11	63,358.23	64,531.45	62,409.86

③存货项目匹配分析

A、原材料采购与使用计划的平衡关系

公司生产部根据销售部提供的订单或市场需求预测，制定生产计划和原材料

使用计划，并结合原材料库存情况，向供应部提出原材料采购需求，供应部根据库存情况、市场供需情况制定月采购计划和临时采购计划，报主管生产副总经理批准并经财务部审核后实施。

公司采用长期采购与临时采购两种方式采购原材料，对于用量大的原材料，公司与主要供应商建立了长期合作关系，议定长期价格；对于用量较小的辅料、包装材料，公司根据具体需求综合考虑价格、质量等因素实时采购。同时，公司建立了合格供应商名册，防止由于单个供应商出现突发事件影响公司正常生产。

报告期内，公司原材料的采购与使用情况如下：

单位：万元

年度	原材料期初余额	本期增加	本期减少					原材料期末余额
		采购	生产领用	研发领用	销售出库	工程领用	其他	
2016 年 1-6 月	24,264.08	28,715.85	27,684.51	1,838.02	61.59	315.46	59.57	23,020.78
2015 年	26,400.61	63,897.08	60,175.08	3,820.68	77.04	1,869.60	91.22	24,264.08
2014 年	25,620.66	66,630.86	58,770.99	3,508.10	371.51	3,165.19	35.13	26,400.61
2013 年	24,584.86	61,726.65	54,938.44	3,623.92	829.98	1,290.86	7.65	25,620.66

【注1】上表中原材料期初和期末余额中不包含原煤、焦炉煤气等能源。

【注2】上表中研发领用金额不包括公司研发使用的能源动力，因此该金额小于研发费用中直接投入金额。

【注3】上表中其他出库为公司销售部门和管理部门领用的原材料。

报告期内，公司采购和使用原材料金额相当，各期末原材料金额基本保持稳定。综合来看，公司原材料采购和使用计划相匹配，符合公司实际情况。

B、产能与产出的数量平衡关系

报告期内，公司生产投入与产出情况如下：

单位：万元

年度	自制半成品期初余额	本期增加				本期减少	自制半成品期末余额
		直接材料	人工费	制造费用	燃料动力	完工产成品	
2016 年 1-6 月	3,764.66	27,684.51	19,273.49	6,598.22	4,676.26	57,564.04	4,433.09
2015 年	5,486.74	60,175.08	44,608.61	13,655.55	10,753.54	130,914.85	3,764.66
2014 年	4,074.50	58,770.99	42,296.14	13,396.11	10,497.35	123,548.35	5,486.74
2013 年	3,069.58	54,938.44	37,770.34	12,275.75	9,562.70	113,542.31	4,074.50

公司生产成本构成包括直接材料、人工费、制造费用和燃料动力，生产成本各项构成占比在报告期内保持稳定。整体来看，公司生产安排符合实际情况，产能、生产投入和产出相匹配。

报告期内，公司主要产品类别的产能、产量及销量情况请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（四）发行人销售情况”之“1、发行人产品的产能、产量及销量情况”。

报告期内，公司卫生陶瓷、浴室柜、浴缸浴房和陶瓷砖的产能利用率基本保持在80%以上，产能利用率高；为分散经营风险，公司对利润空间较小的低端产品、开发风险较大的新品选用外协加工的模式进行生产，使得公司五金洁具产能利用率低于其他产品，但随着公司逐步自行生产畅销产品，五金洁具的产能利用率稳步提升。随着公司销售规模逐年上升，公司通过陆续新建厂房、新增设备和改造生产线等方式以提高整体的生产能力，满足客户不断增长的需求，报告期内，产能与产出整体呈现上升态势，产能利用率总体较高，产能与产出相匹配。

C、出库量与销售计划的平衡关系

报告期内，公司产品入库与出库情况如下：

单位：万元

年度	库存商品期初余额	本期增加			本期减少			库存商品期末余额
		采购入库	生产入库	其他	销售出库	发出商品	其他	
2016 年 1-6 月	32,589.24	16,221.97	57,564.04	187.48	72,028.64	2,469.40	81.48	31,983.21
2015 年	30,223.00	30,238.56	130,914.85	175.68	157,421.31	1,483.31	58.23	32,589.24
2014 年	30,508.08	25,469.73	123,548.35	19.38	147,972.09	1,271.95	78.50	30,223.00
2013 年	26,233.15	26,842.44	113,542.31	-	134,250.31	1,038.94	820.56	30,508.08

【注】上表中采购入库包括采购外协加工产品和油品金额；其他入库为供应商向公司提供切割陶瓷砖劳务金额；其他出库为公司销售残次品和以及运输过程中损毁产品金额。

公司生产部根据销售部提供的订单或市场需求预测，制定年度生产计划和月度生产计划，结合订单和库存情况制定具体生产任务并实施，公司产品完工入库和销售出库存在对应关系。从上表可见，公司采购产成品、产品完工入库和销售出库金额相匹配，公司各期末库存商品余额基本保持稳定，公司生产安排较为恰当，库存商品管理水平较高。

④公司原材料可供使用时间

A、公司主要原材料基本情况

公司各类产品主要原材料如下：

产品类别	主要原材料名称
卫生陶瓷	泥原料、釉原料、模具原料和包装材料，其中泥原料主要包括长石、高岭土、瓷石和粘土等；釉原料主要包括硅酸锆粉、石英粉、色料和陶瓷熔块等；模具原料主要是石膏粉
五金洁具	铜锭、铜棒和铜管等铜材
浴室柜	木料、多层板、油漆和银镜等
陶瓷砖	泥原料、釉原料、模具原料和包检材料，其中泥原料主要包括叶蜡石、地石、硅灰石和净化泥等；釉原料主要包括熔块等；模具原料主要包括石膏粉等
浴缸浴房	复合板、树脂、亚克力板和钢化玻璃等

B、主要原材料可供使用时间

a、卫生陶瓷

年度	原材料种类	期末结存数量（万吨）	当期消耗数量（万吨）	各月平均消耗数量（万吨）	期末结存数量可供使用时间（月）
2016 年 1-6 月	泥原料	44.12	11.64	1.94	22.74
	釉原料	1.30	1.01	0.17	7.72
2015 年	泥原料	44.49	27.81	2.32	19.20
	釉原料	1.52	2.82	0.24	6.47
2014 年	泥原料	45.35	25.18	2.10	21.61
	釉原料	2.03	2.81	0.23	8.67
2013 年	泥原料	46.26	23.49	1.96	23.63
	釉原料	2.49	2.63	0.22	11.36

报告期各期末，公司卫生陶瓷泥原料可供使用时间为 19-24 个月，釉原料可供使用时间为 6-12 个月，两类原材料可供使用时间较长，主要系生产需要和战略储备需要：I、公司原材料在卫生陶瓷的成本构成中所占比重较大，大部分原材料均从异地采购，需要保持一定量的原材料储备；II、公司对原材料采购进行长远规划，对部分稀缺、易于存储的泥料及釉料等原材料进行了战略储备。

b、五金洁具

年度	原材料种类	期末结存数量（吨）	当期消耗数量（吨）	各月平均消耗数量（吨）	期末结存数量可供使用时间（月）
2016 年 1-6 月	铜锭等	85.86	278.01	46.34	1.85
2015 年	铜锭等	50.44	923.65	76.97	0.66
2014 年	铜锭等	155.27	777.75	64.81	2.40
2013 年	铜锭等	116.85	865.55	72.13	1.62

c、浴房浴房

年度	原材料种类	期末结存数量（吨）	当期消耗数量（吨）	各月平均消耗数量（吨）	期末结存数量可供使用时间（月）
2016 年 1-6 月	浴房浴房主要材料	265.01	660.63	110.11	2.41
2015 年	浴房浴房主要材料	464.72	1,589.23	132.44	3.51
2014 年	浴房浴房主要材料	455.08	1,805.98	150.50	3.02
2013 年	浴房浴房主要材料	272.00	1,418.52	118.21	2.29

d、浴室柜

年度	原材料种类	计量单位	期末结存数量	当期消耗数量	各月平均消耗数量	期末结存数量可供使用时间（月）
2016 年 1-6 月	木料	万立方米	0.21	0.14	0.02	9.00
	多层板等	万张	1.02	5.97	1.00	1.03
	油漆类	吨	51.54	490.30	81.72	0.63
	银镜等	万张	0.06	0.82	0.14	0.44
2015 年	木料	万立方米	0.21	0.17	0.01	14.82
	多层板等	万张	1.23	12.06	1.01	1.22
	油漆类	吨	63.24	965.36	80.45	0.79
	银镜等	万张	0.10	1.56	0.13	0.77
2014 年	木料	万立方米	0.19	0.23	0.02	9.91
	多层板等	万张	1.71	15.26	1.27	1.34
	油漆类	吨	49.65	1,003.47	83.62	0.59
	银镜等	万张	0.12	1.85	0.15	0.78
2013 年	木料	万立方米	2.41	2.58	0.22	11.21
	多层板等	万张	2.48	19.03	1.59	1.57
	油漆类	吨	83.75	1,010.53	84.21	0.99
	银镜等	万张	0.11	2.63	0.22	0.50

报告期各期末，公司浴室柜主要原材料多层板、油漆类和银镜等可供使用时间保持在 2 个月以内，木料的可供使用时间较长，主要系为控制采购木料的质量和成本，公司的木料全部直接从林业局采购，根据林业局规定，木料采购需提前一年报备计划，公司需储存大量木料以保证生产使用。

e、陶瓷砖

年度	原材料种类	期末结存数量（吨）	当期消耗数量（吨）	各月平均消耗数量（吨）	期末结存数量可供使用时间（月）
2016 年 1-6 月	泥原料	4.58	2.20	0.37	12.49
	釉原料	0.10	0.15	0.03	4.00
2015 年	泥原料	4.20	4.79	0.40	10.52
	釉原料	0.12	0.31	0.03	4.65

年度	原材料种类	期末结存数量（吨）	当期消耗数量（吨）	各月平均消耗数量（吨）	期末结存数量可供使用时间（月）
2014 年	泥原料	4.37	5.67	0.47	9.25
	釉原料	0.13	0.34	0.03	4.59
2013 年	泥原料	5.45	3.77	0.31	17.35
	釉原料	0.12	0.12	0.01	12.00

报告期各期末，与卫生陶瓷泥原料和釉原料情况类似，公司为满足生产需要，并对部分品种进行战略储备，陶瓷砖的泥原料和釉原料可供使用时间较长。

综上所述，公司对泥原料、釉原料进行战略储备，对供应周期长的木材大量备货，均符合公司生产经营需要，除该等原材料外，公司其他原材料可供使用时间较短，能够保证资金使用效率和生产需要。整体来看，公司的原材料库存较为合理，不存在原材料积压的情况。

⑤公司库存商品可供销售时间

报告期各期末，公司主要库存商品可供销售时间如下：

A、卫生陶瓷

年度	期末结存数量（万件）	当期销售数量（万件）	各月平均销售数量（万件）	期末结存数量可供销售时间（月）
2016 年 1-6 月	115.32	362.38	60.40	1.91
2015 年	107.44	816.60	68.05	1.58
2014 年	72.31	741.59	61.80	1.17
2013 年	74.41	725.61	60.47	1.23

B、五金洁具

年度	期末结存数量（万件）	当期销售数量（万件）	各月平均销售数量（万件）	期末结存数量可供销售时间（月）
2016 年 1-6 月	39.54	100.73	16.79	2.36
2015 年	36.76	216.09	18.01	2.04
2014 年	49.19	203.63	16.97	2.90
2013 年	48.14	183.03	15.25	3.16

C、浴缸浴房

年度	期末结存数量（万套）	当期销售数量（万套）	各月平均销售数量（万套）	期末结存数量可供销售时间（月）
2016 年 1-6 月	0.85	3.61	0.60	1.41
2015 年	1.02	7.75	0.65	1.57
2014 年	0.92	8.81	0.73	1.26
2013 年	0.80	8.44	0.70	1.14

D、浴室柜

年度	期末结存数量（万套）	当期销售数量（万套）	各月平均销售数量（万套）	期末结存数量可供销售时间（月）
2016 年 1-6 月	11.73	29.15	4.86	2.41
2015 年	11.90	57.12	4.76	2.50
2014 年	15.52	61.25	5.10	3.04
2013 年	17.84	54.12	4.51	3.96

E、陶瓷砖

年度	期末结存数量（万平米）	当期销售数量（万平米）	各月平均销售数量（万平米）	期末结存数量可供销售时间（月）
2016 年 1-6 月	423.93	313.83	52.31	8.10
2015 年	398.89	559.13	46.59	8.56
2014 年	367.05	550.67	45.89	8.00
2013 年	376.80	399.31	33.28	11.32

报告期各期末，公司卫生陶瓷、五金洁具、浴室柜和浴缸浴房产品的可供销售时间较短，均维持在1-4月之间，能够满足存货周转需要。

2014年末、2015年末和2016年6月末公司陶瓷砖可供销售时间为8-9月，主要受陶瓷砖市场和生产特点影响：A、公司瓷砖销售主要通过经销和工程渠道，以市场畅销产品为主，单个订单的销量较大，各类型号具有较高市场敏感性，为保持市场响应速度，公司会对畅销产品做出预测保有部分库存；B、公司销售陶瓷砖品种较多，生产过程中不同产品的生产转换需要进行工艺和设备的调整，为减少转换成本，公司单个批次产量较大，公司自产陶瓷砖存在一定库存量；公司陶瓷砖以外协加工为主，为降低采购成本，公司一般进行单个型号批量采购，从而产生一定的库存量。

2013年末，公司陶瓷砖可供销售时间达到11.32个月，除上述原因外，公司部分房地产客户未能按期完成相关房地产开发项目，公司无法按照原计划向其发货，导致该年末陶瓷砖库存量较大。

整体来看，公司库存商品能够满足公司销售需求，不存在产品积压，可供销售时间处于合理范围，符合公司生产经营需要。

⑥存货跌价准备分析

A、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，公司对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰

低提取或调整存货跌价准备。

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的原材料和自制半成品，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

资产负债表日，公司按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减计存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

B、报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况

单位：万元

存货种类	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
原材料	-	-	-	-
自制半成品	-	-	-	-
库存商品	677.74	730.60	365.40	343.13
发出商品	-	-	-	-
合计	**677.74**	**730.60**	**365.40**	**343.13**

公司存货分为原材料、自制半成品、库存商品和发出商品。存货项目的减值测试主要是通过盘点观察是否存在积压存货、账实是否相符、存货质量是否良好，以及比较存货成本和可变现净值等方式进行。公司各类存货跌价准备计提如情况下：

a、原材料、自制半成品

报告期内，公司存在少量的直接出售原材料，主要系公司向天津宏辉创意科技有限公司等客户出售配置的陶瓷砖粉料和零星处置边角料，其中陶瓷砖粉料售价高于成本。公司出售原材料的收入规模非常小，且公司在各期末不存在持有以

备出售的原材料。

公司定价时考虑相同产品市场价格，并结合财务部门上报的各产品相关成本费用制定产品的销售价格，保证合理的利润空间和价格竞争力，在正常销售情况下，公司产成品的可变现净值高于产成品生产成本。报告期各期末，公司原材料和自制半成品对应的产成品均正常销售，其可变现净值高于预计生产成本，公司的原材料和自制半成品无须计提跌价准备。

b、库存商品

由于公司定价时会考虑各产品的利润空间，正常销售情况下，库存商品可变现净值均高于账面成本，公司库存商品无须计提存货跌价准备。报告期各期末，库存商品计提跌价准备系部分库存商品款式过时、库龄较长，考虑销售费用和税金后，可变现净值低于存货成本，相应计提了存货跌价准备。

c、发出商品

公司发出商品为发往客户且尚未达到收入确认条件的产品，上述产品均有对应的销售合同，约定了销售价格，扣除相应销售费用和税金后，高于发出商品的账面价值，为盈利合同。因此，发出商品不存在减值迹象，不需要计提跌价准备。

C、存货跌价准备计提比例与同行业可比公司的比较情况

由于东陶集团在东京交易所上市，航标控股和东鹏控股在香港交易所上市，上述企业公开文件中未披露存货跌价准备数据，因此在与同行业可比公司对比存货跌价准备计提比例时，未选取上述公司进行对比。报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与可比公司比较情况如下：

项目	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
帝王洁具	4.34%	4.28%	3.41%	3.86%
海鸥卫浴	4.76%	4.11%	3.84%	3.50%
和成股份	-	7.05%	7.29%	7.85%
四通股份	3.16%	2.18%	0.97%	0.57%
平均	**4.09%**	**4.41%**	**3.88%**	**3.95%**
惠达股份	**1.08%**	**1.15%**	**0.57%**	**0.55%**

【注】由于和成股份 2016 年半年度报告中未披露存货跌价准备数据，因此上表中未列示和成股份存货跌价准备计提比例。

由上表可见，公司的存货跌价准备计提比例与四通股份差异较小，与帝王洁具、海鸥卫浴、和成股份存在显著差异。公司和四通股份均以陶瓷产品为主，生产工艺流程较为接近，存货结构具备一定的可比性，与四通股份情况类似，公司

仅对库存商品计提存货跌价准备，存货跌价准备计提比例不存在显著差异。帝王洁具、海鸥卫浴、和成股份对各类主要存货均计提了跌价准备，且计提的比例显著高于公司，具体原因如下：

I、公司与帝王洁具存在差异的原因分析

公司存货跌价准备计提比例显著低于帝王洁具，主要系原材料构成差异和对样品、展览品处理方式差异所致，具体如下：

i、帝王洁具的主要原材料为用于生产亚克力板的甲基丙烯酸甲酯（MMA）、树脂和聚氯乙烯塑料（PVC板）等，帝王洁具对不再生产的产品所对应的专用原材料全额计提存货跌价准备，对一般原材料按成本与可变现净值孰低原则，计提存货跌价准备，帝王洁具对原材料计提跌价准备比率为1.80%-5.50%；公司主要产品的原材料为原纸材料、泥原料、釉原料、铜锭、木料和石膏粉等，用于生产正常销售的产品，经测试，不需要计提存货跌价准备。

ii、帝王洁具对未销售的样品和展览品全额计提存货跌价准备；由于公司的样品和展览品能够正常销售且金额较小，公司将生产的合格样品、唐山和北京两个展厅的展览品作为库存商品记录，在销售时结转成本。公司的样品和展览品不存在跌价准备。

II、公司与海鸥卫浴存在差异原因分析

公司存货跌价准备计提比例显著低于海鸥卫浴，主要系产品构成和市场环境差异所致。公司在境内销售自有品牌产品，在境外销售OEM、ODM和自有品牌产品，海鸥卫浴主要为境外客户提供OEM五金洁具及配件。海鸥卫浴主要面向海外市场，五金洁具配件行业产能过剩、价格竞争日益激烈，同时，海鸥卫浴的定期报告显示其浴缸、陶瓷类产品规模较小，且处于持续亏损状态，海鸥卫浴的市场环境和产品构成决定其存货跌价准备计提比例较高。

III、公司与和成股份存在差异原因分析

公司存货跌价准备计提比例显著低于和成股份，主要系市场环境差异所致。

公司产品定位中高端市场，在境内和境外市场均有较大的销售规模，市场空间巨大，境内市场需求稳步增长，境外市场需求相对稳定。和成股份产品主要在台湾市场销售，市场空间较小，近年来受经济环境和房地产市场不景气影响，消费者购房意愿不强，导致台湾卫浴市场低迷，进而影响和成股份产品售价，造成和成股份存货跌价准备计提比例较高。

综上所述，公司存货跌价准备计提比例与四通股份差异较小；与帝王洁具、海鸥卫浴和和成股份存货跌价准备存在显著差异，但该等差异均有合理原因，公司存货跌价准备计提比例符合公司的实际情况。

（7）其他流动资产

公司其他流动资产主要为待认证尚未抵扣的增值税进项税额及购买的银行理财产品。2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，公司其他流动资产余额分别为 3,239.04 万元、3,060.64 万元、116.57 万元和 72.10 万元，占流动资产的比例分别为 2.22%、2.09%、0.09%和 0.05%。

2015 年末，公司其他流动资产较 2014 年末减少 2,944.07 万元，主要原因为：①2015 年公司购买的银行理财产品到期，收回理财投资资金 2,500 万元；②2015 年末留抵增值税较 2014 年末减少 489.62 万元。

3、非流动资产的构成和分析

报告期内，非流动资产主要由可供出售金融资产、长期股权投资、固定资产、在建工程及无形资产组成，构成情况如下：

项目	2016-6-30		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（%）
可供出售金融资产	1,125.00	0.65	1,125.00	0.64	1,125.00	0.63	1,000.00	0.61
长期股权投资	33,357.55	19.35	33,950.35	19.38	38,109.78	21.51	36,809.85	22.54
固定资产	104,926.24	60.86	101,920.76	58.19	95,074.52	53.66	99,617.03	61.00
在建工程	6,186.25	3.59	11,841.91	6.76	19,398.22	10.95	3,951.38	2.42
固定资产清理	-	-	576.04	0.33	-	-	-	-
无形资产	20,137.62	11.68	19,030.82	10.86	18,182.63	10.26	18,513.55	11.34
长期待摊费用	1,139.20	0.66	1,372.14	0.78	1,699.33	0.96	285.22	0.17
递延所得税资产	3,518.20	2.04	3,656.23	2.09	3,606.30	2.03	3,127.04	1.91
其他非流动资产	2,008.72	1.77	1,691.79	0.97	-	-	-	-
合计	**172,398.79**	**100.00**	**175,165.04**	**100.00**	**177,195.79**	**100.00**	**163,304.09**	**100.00**

（1）可供出售金融资产

截至2016年6月30日，公司可供出售金融资产情况如下：

项目	持股比例（%）	期末余额（万元）
惠达宾馆	100.00	1,000.00
中陶投资	2.13	125.00
合计		**1,125.00**

出于经营发展需要，公司对惠达宾馆采取经营租赁方式，根据承包协议规定，公司对惠达宾馆不具有控制权、经营管理权，对惠达宾馆每年的利润不享有分红权，每年仅收取固定的租金收入。因此，惠达宾馆不纳入公司合并报表范围，对其投资按可供出售金融资产核算。

公司持有中陶投资2.13%的股权，公司对其不具有控制、共同控制和重大影响。因此，公司对其投资按可供出售金融资产核算。

（2）长期股权投资

截至2016年6月30日，公司长期股权投资具体情况如下：

被投资单位	核算方法	持股比例（%）	初始投资额（万元）	账面价值（万元）
达丰焦化	权益法	40.00	4,000.00	32,817.15
冀东天然气	权益法	30.00	180.00	540.41
Huida（Mas）	权益法	29.00	44.56	-
合计				**33,357.55**

报告期内，公司收到被投资单位现金分红情况如下：

单位：万元

被投资单位	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
达丰焦化	-	-	-	-
冀东天然气	30.00	24.19	75.00	60.00
Huida（Mas）	-	-	-	-
合计	**30.00**	**24.19**	**75.00**	**60.00**

达丰焦化近年来收入有所下滑，2015 年开始出现经营亏损的情况，2016 年 1-6 月达丰焦化经营状况依然处于亏损的状态。据此，公司判断达丰焦化已经连续亏损超过一个完整的会计年度，对达丰焦化的长期投资股权可能存在减值迹象，故聘请第三方中介机构沃克森对该长期投资进行评估。经沃克森评估并出具的《评估报告》（沃克森咨报字【2016】第 0913 号）结果显示：截至 2016 年 6 月 30 日，惠达股份对达丰焦化的长期股权投资评估价值为 35,956.12 万元，与账面价值 32,817.15 万元相比不存在减值情况。

（3）固定资产

报告期内，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
一、固定资产原值	**164,385.55**	**157,242.05**	**145,482.15**	**141,735.12**
房屋及建筑物	92,145.84	87,581.02	82,309.32	80,819.07
机器设备	66,096.73	63,337.83	56,942.15	54,641.38
运输工具	1,831.75	2,059.70	2,045.64	2,345.53
电子及办公设备	2,163.70	2,159.72	1,977.80	1,772.25
其他设备	2,147.53	2,103.78	2,207.24	2,156.89
二、累计折旧	**59,359.13**	**55,144.51**	**50,230.85**	**42,118.09**
房屋及建筑物	24,139.29	22,272.51	20,162.53	16,532.21
机器设备	30,158.69	27,873.64	25,385.18	21,377.72
运输工具	1,497.87	1,611.70	1,604.67	1,552.32
电子及办公设备	1,705.26	1,623.65	1,457.40	1,288.17
其他设备	1,858.02	1,763.01	1,621.08	1,367.67
三、固定资产减值准备	**100.18**	**176.78**	**176.78**	**-**
房屋及建筑物	15.26	36.87	36.87	-
机器设备	84.22	138.81	138.81	-
运输工具	0.00	-	-	-
电子及办公设备	0.03	0.03	0.03	-
其他设备	0.68	1.07	1.07	-
四、固定资产账面价值	**104,926.24**	**101,920.76**	**95,074.52**	**99,617.03**
房屋及建筑物	67,991.30	65,271.64	62,109.92	64,286.86
机器设备	35,853.82	35,325.38	31,418.17	33,263.66
运输工具	333.88	448.00	440.97	793.21
电子及办公设备	458.41	536.04	520.37	484.08
其他设备	288.83	339.70	585.10	789.22

报告期内，公司固定资产规模逐步增加，主要系公司为扩大生产能力增加车间及机器设备投入，这些固定资产为公司产能的进一步扩张提供了基础条件，随着现有产品产能的扩大和未来募集资金投资项目的建成投产，公司的盈利能力将进一步提升。

2015年末，公司固定资产原值较2014年末增加11,759.90万元，增幅为8.08%，主要原因为年产280万件卫生陶瓷生产线一期和一分厂生产线改造等项目达到预定可使用状态，转入固定资产科目核算。

2016年6月末，公司固定资产原值较2015年末增加7,143.50万元，增幅为4.54%，主要原因为卫浴浴缸生产线改造工程项目达到预定可使用状态，转入固

定资产科目核算。

（4）在建工程

报告期各期末，公司在建工程余额如下：

单位：万元

项目名称	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
包装车间技术改造	-	-	-	234.05
年产 280 万件卫生陶瓷生产线	4,240.85	3,393.86	13,725.61	2,134.60
窑炉节能技改项目	-	-	-	603.11
污水改造项目	-	-	-	385.81
卫浴浴缸生产线	-	6,564.28	5,246.03	110.71
一分厂生产线改造	34.70	338.70	190.19	-
高压成型车间连续烘干室	-	-	110.86	-
年产 60 万件卫浴橱柜项目	1,020.70	801.00	-	-
年产 300 万平米全抛釉砖生产线	12.00	12.00	-	-
其他	877.99	732.07	125.52	483.10
合计	**6,186.25**	**11,841.91**	**19,398.22**	**3,951.38**

2014 年末，公司在建工程余额较上年末增加 15,446.84 万元，主要原因为公司在年产 280 万件卫生陶瓷生产线和卫浴浴缸生产线项目投入较多。

2015年末，公司在建工程余额较上年末减少7,556.31万元，主要原因为年产280万件卫生陶瓷生产线一期达到预定可使用状态，转入固定资产核算。

2016年6月末，公司在建工程余额较上年末减少5,655.66万元，主要原因为卫浴浴缸生产线改造工程项目达到预定可使用状态，转入固定资产核算。

公司对在建工程按照账面余额与可收回金额孰低计量，报告期各期末不存在在建工程发生减值的情况，因此无需计提在建工程减值准备。

①报告期在建工程具体施工情况

报告期内，公司在建工程具体施工情况如下：

序号	工程项目	主要施工方（设备采购方）	建造方式	面积（平方米）	改造费用（元）/平方米
1	重点产业 2 号生产线项目	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司 河北钢铁股份有限公司唐山分公司 唐山开元松下焊接销售有限公司 唐山贺祥机电股份有限公司	外包	58,590.65	1,742.71

序号	工程项目	主要施工方（设备采购方）	建造方式	面积（平方米）	改造费用（元）/平方米
2	年产 280 万件卫生陶瓷生产线工程(一期工程+模型车间）	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司 河北钢铁股份有限公司唐山分公司 唐山贺祥机电股份有限公司 深圳市宇诚铭自动化机械设备有限公司	外包	60,937.03	1,335.05
3	卫浴浴缸生产线	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司 河北钢铁股份有限公司唐山分公司 北京曼肯自动化机械有限公司 广州朗高科技有限公司	外包	34,370.81	1,358.56
4	惠达公寓项目	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司 河北钢铁股份有限公司唐山分公司	外包	21,596.57	2,946.06
5	新厂建设工程	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司 河北钢铁股份有限公司唐山分公司 湖北京山宏发机械有限公司 佛山市铭威机械设备有限公司	外包	28,208.22	1,672.23
6	窑炉节能技改项目	萨克米机械（佛山南海）有限公司 唐山兰琪商贸有限公司	外包	不适用	不适用
7	16#、17#窑维修	苏州新创悬挂输送机械有限公司 唐山贺祥机电股份有限公司	外包	不适用	不适用
8	立便楼改造工程	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司 唐山市丰南区铸成机械制造有限公司	外包	不适用	不适用
9	锅炉改造工程	唐山市丰南区宏盛锅炉安装有限公司 唐山信德锅炉集团有限公司	外包	不适用	不适用
10	污水改造项目	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司	外包	不适用	不适用
11	唐山新天地美域门面房	唐山新天地美域房地产开发有限公司	外包	不适用	不适用
12	检包流水线维	唐山市京华机电有限公司	外包	不适用	不适用

序号	工程项目	主要施工方（设备采购方）	建造方式	面积（平方米）	改造费用（元）/平方米
	修	高碑店市京华风机厂			
13	分厂生产线改造	耗用小件	外包	不适用	不适用
14	包装厂技术改造项目	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司	外包	不适用	不适用
15	南大坑北路砼路面及厂区排水工程	唐山市丰南区惠达建筑工程有限公司 唐山市丰南区银丰建筑有限公司搅拌站	外包	不适用	不适用
16	高压成型车间连续烘干室	耗用小件	外包	不适用	不适用
17	开发部实验车间	耗用小件	外包	不适用	不适用

【注】工程项目涉及新建厂房的按实际建成的面积填报，改造费用按项目建安支出除以建设面积计算填报。技术改造及附属工程项目无法填写面积和改造费用等信息。

②报告期转固在建工程支出情况

报告期内，各在建工程项目支出明细如下：

单位：万元

序号	工程项目	建安支出	设备支出	待摊支出				项目支出合计
				职工薪酬	利息资本化支出	试运行支出	其他	
1	重点产业 2 号生产线项目	10,210.66	4,336.35	768.59	775.00	954.99	-	17,045.59
2	年产 280 万件卫生陶瓷生产线一期工程	8,135.39	5,288.35	347.96	662.25	-	19.70	14,453.65
3	卫浴浴缸生产线	4,669.49	1,634.65	80.49	484.40	-	23.65	6,892.68
4	惠达公寓项目	6,362.48	-	-	-	-	-	6,362.48
5	新厂建设工程	4,717.06	951.02	-	-	-	-	5,668.08
6	窑炉节能技改项目	-	1,189.18	176.37	-	-	-	1,365.55
7	16#、17#窑维修	-	881.27	-	-	-	-	881.27
8	锅炉改造工程	-	474.65	-	-	-	-	474.65
9	污水改造项目	412.74	-	-	-	-	-	412.74
10	唐山新天地美域门面房	283.94	-	-	-	-	-	283.94
11	检包流水线维修	-	267.68	-	-	-	-	267.68
12	一分厂生产线改造	-	263.26	-	-	-	-	263.26
13	包装车间技术改造	236.26	-	-	-	-	-	236.26
14	立便楼改造工程	186.09	-	-	-	-	-	186.09
15	南大坑北路砼路面及厂区排水工程	179.97	-	-	-	-	-	179.97
16	高压成型车间连续烘干室	-	111.83	-	-	-	-	111.83
17	开发部实验车间	103.34	-	-	-	-	-	103.34

序号	工程项目	建安支出	设备支出	待摊支出				项目支出合计
				职工薪酬	利息资本化支出	试运行支出	其他	
18	其他零星项目	-	510.99	-	-	-	-	510.99
	合计	35,497.42	15,909.23	1,373.41	1,921.65	954.99	43.35	55,700.05

报告期内，公司在建工程支出主要包括建安支出、设备支出以及资本化的职工薪酬、利息支出、试运行支出等。对于资本化的职工薪酬和试运行支出的具体说明如下：

A、资本化的职工薪酬

资本化职工薪酬主要是指从事自制设备生产、安装、调试工作的人员工资，以及从事技术改造类项目安装、调试工作的人员工资。

与“年产280万件卫生陶瓷生产线一期项目”相比，“重点产业2号生产线项目”的资本化职工薪酬较大，主要系如下两个原因：a、“重点产业 2 号生产线项目”中包含公司投入人员自行建造的原料库，该原料库在设计上为“重点产业 2 号生产线项目”与“年产 280 万件卫生陶瓷生产线一期项目”所共用，其发生的人工支出已全部计入“重点产业2号生产线项目”，而“年产 280 万件卫生陶瓷生产线一期项目”没有此项人工支出；b、由于“年产 280 万件卫生陶瓷生产线一期项目”为后建项目，其生产布局、技术工艺、设备设施等方面均采用了与“重点产业 2 号生产线项目”相似的安排，在之前项目经验的基础上，工人对相应设备的安装、调试技术较为成熟，因此所用人员数量和时间都较之前项目有所减少。

B、资本化的试运行支出

试运行支出主要是指相应的工程建设项目在能够进行连续稳定生产从而达到设计使用目标之前，为测试调整生产线状态，从而实现生产线稳定运行所发生的必要原材料、能源及人工支出。

“重点产业2号生产线项目”发生试运行支出的原因主要系：该项目是公司对传统生产技术进行升级改造的初次系统化尝试，公司开创性的建造了（宽度）3.98m×（高度）1.3m 的超大型断面隧道窑炉，并在生产布局、工序流转、半成品存储、圈体成型、高压制造以及生产线自动化等方面均进行了较大程度的探索创新，采用的新工艺、新设备较多，并且由于这些新工艺、新设备大多是公司依据多年行业经验自行设计开发的、适应自身生产需求特点的非标设备，均为公司首次使用，在试运行期出现的问题较多，因此使得试运行投入相应增加。

“年产280万件卫生陶瓷生产线一期项目”以及“卫浴浴缸生产线项目”为之后建设项目，相关技术工艺和设备安装调试已相对成熟，试运行投入较少，因此公司未确认试运行支出，直接计入生产成本。

C、在建工程项目转固情况

报告期内，公司在建工程项目转固情况如下：

项目	工程项目	2013 年		2014 年		2015 年		2016 年		结转依据
		结转时间	结转金额（万元）	结转时间	结转金额（万元）	结转时间	结转金额（万元）	结转时间	结转金额（万元）	
1	重点产业 2 号生产线项目	03-31	17,045.59	-	-	-	-	-	-	财务决算审计报告:唐正会审字（2016）326 号
2	年产 280 万件卫生陶瓷生产线一期	-	-	-	-	01-31 03-31 12-31	12,188.68 860.38 1,404.59	-	-	财务决算审计报告:唐正会审字（2016）327 号
3	卫浴浴缸生产线	-	-	-	-	-	-	05-30	6,892.68	财务决算审计报告:唐正会审字（2016）328 号
4	惠达公寓项目	06-30	6,362.48	-	-	-	-	-	-	工程造价咨询报告书:冀中原审字（2013）第 015 号
5	新厂建设工程	05-31	5,668.08	-	-	-	-	-	-	财务决算审计报告:唐正会审字（2016）329 号
6	窑炉节能技改项目	-	-	06-30	1365.55	-	-	-	-	窑炉节能技改项目财务决算审计报告
7	16#、17#窑维修	12-30	881.27	-	-	-	-	-	-	16、17 号窑改造项目财务决算审计报告
8	锅炉改造工程	-	-	-	-	10-29	474.65	-	-	锅炉改造工程项目财务决算审计报告
9	污水改造项目	-	-	06-30	412.74	-	-	-	-	工程造价咨询报告书:唐山众诚审字（2013）第 15 号
10	唐山新天地美域门面房	-	-	05-10	283.94	-	-	-	-	商品房买卖合同:唐山新天地美域预

项目	工程项目	2013 年		2014 年		2015 年		2016 年		结转依据
		结转时间	结转金额（万元）	结转时间	结转金额（万元）	结转时间	结转金额（万元）	结转时间	结转金额（万元）	
										字第 02491 号
11	检包流水线维修	12-30	267.68	-	-	-	-	-	-	检包生产线项目财务决算审计报告
12	一分厂生产线改造	-	-	-	-	12-30	257.94	05-16	5.32	惠联分厂生产线改造项目财务决算审计报告
13	包装车间技术改造	-	-	6-30	236.26	-	-	-	-	包装厂技术改造项目财务决算审计报告
14	立便楼改造工程	-	-	-	-	12-28	186.09	-	-	惠联分厂生产线改造项目财务决算审计报告
15	南大坑北路砼路面及厂区排水工程	-	-	06-30	179.97	-	-	-	-	工程造价咨询报告书：唐山众诚审字（2013）第 15 号
16	高压成型车间连续烘干室	-	-	-	-	12-29	111.83	-	-	惠美高压成型车间连续烘干室项目财务决算审计报告
17	开发部实验车间	-	-	06-17	103.34	-	-	-	-	开发部试验车间项目财务决算审计报告
18	其他	-	63.82	-	145.09	-	265.53	-	36.54	
	合计		30,288.93		2,726.89		15,749.70		6,934.54	

公司对于规模较大的项目会聘请第三方中介结构进行竣工决算审计，审核确定转固金额。其他较小项目由公司资产管理部门进行竣工财务决算审计并确定转固金额。

（5）无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值如下：

单位：万元

项目	2016-6-30		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（%）
土地使用权	19,871.98	98.68	18,839.64	99.00	17,976.40	98.87	18,467.87	99.75
软件	265.64	1.32	191.18	1.00	206.23	1.13	45.68	0.25
合计	**20,137.62**	**100.00**	**19,030.82**	**100.00**	**18,182.63**	**100.00**	**18,513.55**	**100.00**

公司对无形资产按照账面净值与可收回金额孰低计量，报告期各期末不存在无形资产预计可收回金额低于其账面净值的情况，因此无需计提减值准备。

（6）长期待摊费用

报告期内，公司长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
模具费	147.53	192.87	243.23	231.18
装修费	955.15	1,165.94	1,408.80	54.04
佛山运营中心租赁费	36.53	13.33	47.31	-
合计	**1,139.20**	**1,372.14**	**1,699.33**	**285.22**

2014 年末，公司长期待摊费用余额较 2013 年末增幅较大，主要系 2014 年公司支付了北京永乐惠达大厦和佛山运营中心的装修费用。

（7）递延所得税资产

①已确认的递延所得税资产

报告期内，确认的递延所得税资产如下：

单位：万元

项目	2016-06-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
存货跌价准备	129.55	124.86	61.02	69.57
存货（未实现内部销售利润）	97.22	191.72	120.79	134.33
固定资产（未实现内部销售利润）	784.85	814.16	786.83	769.30
政府补助	2,461.03	2,525.49	2,626.95	2,153.84
公允价值计量变动计入损益的资产、负债	45.56	-	10.71	-
合计	**3,518.20**	**3,656.23**	**3,606.30**	**3,127.04**

②未确认的递延所得税资产

出于谨慎性原则，本公司未确认应收账款和其他应收账款坏账准备以及未弥补亏损所形成的递延所得税资产，相关明细如下：

单位：万元

项目		2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
可抵扣暂时性差异	应收账款坏账准备	3,800.06	3,994.72	3,534.30	4,990.06
	其他应收款坏账准备	624.45	553.69	327.26	225.34
	小计	**4,424.50**	**4,548.41**	**3,861.56**	**5,215.40**
未弥补亏损		442.66	599.85	466.18	1,666.54
合计		**4,867.17**	**5,148.26**	**4,327.74**	**6,881.94**

（8）其他非流动资产

2016 年 6 月 30 日，公司其他非流动资产为 2,087.72 万元，主要为唐山新天地房地产开发有限公司（以下简称“唐山新天地”）抵债商品房。报告期内，公司向唐山新天地销售卫浴产品，受市场环境影响，其商品房销售进度较慢，资金周转困难，短期内无力偿还公司货款。经双方协商，唐山新天地以商品房抵偿欠公司货款，截至本招股说明书签署日，相关产权变更手续正在办理当中。

4、资产减值准备情况

报告期各期末，公司各项资产减值准备余额如下：

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
坏账准备	4,424.50	4,548.41	3,861.56	5,215.40
存货跌价准备	677.74	730.59	365.40	343.13
固定资产减值准备	100.18	176.78	176.78	-
合计	**5,202.42**	**5,455.78**	**4,403.73**	**5,558.53**

公司在目前的生产经营模式下，资产流动性较强，资产结构较为合理，能够较好的满足公司业务规模的迅速增长，整体资产优良。公司根据实际情况制定了稳健的资产减值准备提取政策，主要资产的减值准备提取情况与资产质量实际状况相符，计提减值准备足额、合理。

（二）负债结构分析

报告期内，公司负债主要为流动负债，各期末公司负债构成情况如下：

项目	2016-6-30		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（%）
流动负债	107,074.55	86.51	91,565.82	84.30	106,169.82	86.68	102,324.29	87.45
非流动负债	16,696.28	13.49	17,050.97	15.70	16,319.20	13.32	14,685.48	12.55
负债合计	**123,770.84**	**100.00**	**108,616.79**	**100.00**	**122,489.02**	**100.00**	**117,009.77**	**100.00**

1、流动负债

项目	2016-6-30		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（%）
短期借款	62,000.00	57.90	50,000.00	54.60	67,000.00	63.11	66,919.86	65.40
交易性金融负债	303.70	0.28	-	-	71.37	0.07	-	-
应付票据	-	-	-	-	500.00	0.47	114.88	0.11
应付账款	20,250.36	18.91	16,459.82	17.98	14,114.61	13.29	14,081.39	13.76
预收款项	3,905.77	3.65	3,484.31	3.81	4,337.95	4.09	4,189.91	4.09

应付职工薪酬	11,696.78	10.92	13,043.26	14.23	11,495.36	10.83	9,395.72	9.18
应交税费	4,316.69	4.03	3,916.96	4.28	2,875.60	2.71	2,541.99	2.48
应付利息	-	-	87.57	0.10	90.25	0.09	-	-
应付股利	22.41	0.02	18.50	0.02	281.66	0.27	648.90	0.63
其他应付款	4,578.84	4.28	4,555.40	4.98	5,403.03	5.09	4,431.63	4.33
合计	**107,074.55**	**100.00**	**91,565.82**	**100.00**	**106,169.82**	**100.00**	**102,324.29**	**100.00**

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款具体情况如下：

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
信用借款	62,000.00	50,000.00	67,000.00	66,919.86
抵押借款	-	-	-	-
保证接口款	-	-	-	-
合计	**62,000.00**	**50,000.00**	**67,000.00**	**66,919.86**

报告期各期末，公司短期借款全部为信用借款。公司根据营运资金和项目建设资金需求，同时考虑资金成本，合理安排借款规模。

截至2016年6月30日，公司的银行借款明细如下表所示：

借款银行	借款金额（万元）	借款期限	利率（%）
农行丰南支行	7,000.00	2016-01-04 至 2016-12-05	4.35
	8,000.00	2016-01-20 至 2017-01-19	4.35
	5,000.00	2016-03-04 至 2017-03-03	4.35
	6,000.00	2016-03-23 至 2017-03-22	4.35
	4,000.00	2016-06-24 至 2017-06-23	4.35
	5,000.00	2015-09-10 至 2016-09-06	4.60
工行丰南支行	5,000.00	2015-08-21 至 2016-08-19	4.85
中行丰南支行	10,000.00	2016-01-25 至 2017-01-25	浮动利率
交行卫国路支行	7,000.00	2016-03-21 至 2016-09-19	4.35
汇丰唐山分行	5,000.00	2016-02-23 至 2016-08-19	4.1325
合计	**62,000.00**	-	-

报告期内，公司银行借款信用记录良好，不存在拖欠本金和利息的情况。

（2）应付账款

公司应付账款主要为应支付给原辅材料及工程设备供应商的采购款。2013年末、2014年末、2015年末和2016年6月末，公司应付账款余额分别为14,081.39万元、14,114.61万元、16,459.82万元和20,250.36万元，占流动负债的比例分别

为 13.76%、13.29%、17.98%和 18.91%。

公司与主要供应商建立了稳固的合作关系，由于公司具备良好的商业信用，供应商通常会给予公司一定的信用期。报告期各期末，公司应付账款余额随着业务规模扩大保持增长。

（3）应付职工薪酬

报告期内，公司应付职工薪酬情况如下：

项目	2016-6-30		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	余额（万元）	比例（%）	余额（万元）	比例（%）	余额（万元）	比例（%）	余额（万元）	比例（%）
工资、奖金、津贴和补贴	6,712.01	57.38	8,187.78	62.77	7,266.99	63.22	5,023.43	53.47
社会保险费	3.70	0.03	2.70	0.02	20.35	0.18	99.26	1.06
离职后福利中的设定提存计划负债	446.71	3.82	566.00	4.34	516.07	4.49	1023.48	10.89
住房公积金	72.23	0.62	90.12	0.69	71.36	0.62	145.66	1.55
工会经费及职工教育经费	4,462.14	38.15	4,196.66	32.18	3,620.60	31.50	3,103.89	33.04
合计	**11,696.78**	**100.00**	**13,043.26**	**100.00**	**11,495.36**	**100.00**	**9,395.72**	**100.00**

2013 年至 2015 年，公司应付职工薪酬余额变化较大，主要原因为：①报告期内公司销售规模增长显著，公司计提与发放的工资和绩效奖金数额逐年增加；②报告期内，公司分别按职工工资薪金总额的 2%和 1.5%计提工会经费和职工教育经费，报告期各期末应付工会经费及职工教育经费逐年增加。

报告期内，公司不存在拖欠职工薪酬福利的情况。

（4）应交税费

报告期各期末，公司应交税费明细情况如下：

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
增值税	1,309.25	537.42	595.56	505.19
营业税	-	53.31	61.98	213.05
企业所得税	1,615.25	2,074.47	1,400.95	651.39
城市维护建设税	136.71	81.73	73.53	168.08
房产税	315.09	304.53	182.15	64.85
土地使用税	572.03	572.03	455.48	466.78
个人所得税	270.29	233.96	52.37	352.59

教育费附加	98.08	59.50	53.58	120.06
合计	**4,316.69**	**3,916.96**	**2,875.60**	**2,541.99**

报告期各期末，公司应交税费主要为企业所得税、增值税和土地使用税，随着公司业务规模持续增长，期末应交税费逐年增加。

2016年6月末应交增值税较2015年末增加771.83万元，主要原因系公司按月缴纳增值税，年末为公司销售淡季，年末需要缴纳的增值税额相对较少。

（5）其他应付款

2013年末、2014年末、2015年末和2016年6月末，公司其他应付款余额分别为4,431.63万元、5,403.03万元、4,555.40万元和4,578.84万元，占流动负债的比例分别为4.33%、5.09%、4.98%和4.28%，主要为代扣医疗保险、代扣养老保险、经销商保证金和物料押金等。

截至2016年6月30日，公司前五名其他应付款明细如下：

性质或内容	金额（万元）
惠达宾馆	1,000.00
代扣医疗保险	454.65
建筑公司物业维修基金	236.01
国外客户模具费	158.41
国外客户押金	147.54
合计	**1,996.61**

2、非流动负债

项目	2016-6-30		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（%）
预计负债	244.40	1.46	244.40	1.43	244.40	1.50	244.40	1.66
递延收益	16,451.88	98.54	16,806.57	98.57	16,074.80	98.50	14,358.95	97.78
递延所得税负债	-	-	-	-	-	-	82.13	0.56
合计	**16,696.28**	**100.00**	**17,050.97**	**100.00**	**16,319.20**	**100.00**	**14,685.48**	**100.00**

报告期内，本公司非流动负债主要为递延收益，具体明细如下：

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
土地平整及基础设施补偿款	2,798.37	2,830.23	2,893.95	2,957.67
热风炉改造项目	602.70	688.80	861.00	1,033.20
高压注浆工程	960.50	979.33	1,017.00	1,054.67
废水处理工程	499.53	516.75	551.20	585.65

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
能量系统优化项目奖励资金	850.00	866.67	900.00	933.33
一分厂卫生陶瓷生产线技术改造项目	76.50	78.00	81.00	84.00
职工公寓建设项目	4,403.79	4,485.34	4,648.45	4,811.55
卫生陶瓷技术改造项目	713.20	726.91	754.33	781.75
薄壁轻量化卫生陶瓷产品开发项目	314.17	322.78	180.00	186.67
一分厂窑炉改造及余热利用项目	147.05	149.93	155.70	161.47
公司改扩建项目	1,068.00	1,139.20	1,281.60	1,424.00
墙地砖厂窑炉技术改造项目	95.00	101.00	113.00	120.00
锅炉改造项目	52.50	56.00	63.00	70.00
卫生陶瓷数字化开发与智能化成型工艺研究项目	100.00	100.00	100.00	100.00
惠群窑炉节能技改项目	43.54	46.29	51.79	55.00
公司改扩建项目	1,064.79	1,132.04	1,266.54	-
年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目	475.00	483.33	500.00	-
窑炉节能改造项目	71.25	75.75	84.75	-
3000t/d 陶瓷废水处理项目	130.63	138.88	155.38	-
卫浴浴缸生产线	610.12	610.12	416.12	-
卫生陶瓷生产线技术改造项目（重点产业振兴）	237.07	250.88	-	-
时尚家具卫浴橱柜生产线 VOC 治理项目	45.00	45.00	-	-
节能循环经济和资源节约重大项目补助项目	969.44	983.34	-	-
燃煤锅炉整治项目	123.73	-	-	-
合计	**16,451.88**	**16,806.57**	**16,074.80**	**14,358.95**

（三）偿债能力分析

1、公司偿债能力指标分析

报告期内，公司的偿债能力指标具体情况如下表所示：

指标	2016-06-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动比率	1.44	1.48	1.38	1.43
速动比率	0.86	0.80	0.75	0.79
资产负债率（母公司）	47.88%	45.55%	47.04%	43.73%
指标	**2016 年 1-6 月**	**2015 年度**	**2014 年度**	**2013 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	16,627.32	26,647.84	31,756.59	25,676.07
利息保障倍数	7.60	4.86	5.85	5.32

（1）流动比率和速动比率

2013年末、2014年末、2015年末和2016年6月末，公司流动比率分别为1.43、1.38、1.48和1.44，速动比率分别为0.79、0.75、0.80和0.86，报告期内保持相对稳定。

公司流动比率和速动比率相对较低，这是公司快速发展期的阶段性现象。报告期内，公司业绩保持较快增长，产销规模不断扩大，使得公司对流动资金的需求逐年增加；另外，报告期内公司先后推进了卫生陶瓷新2号生产线、年产280万件卫生陶瓷生产线、浴缸厂改造等工程建设，固定资产投资的资金需求较大。为解决上述资金需求，公司选择成本较低的短期银行借款筹集资金，使得公司负债呈现短期化趋势，从而拉低了公司的流动比率和速动比率。

（2）资产负债率

2013年末、2014年末、2015年末和2016年6月末，母公司资产负债率分别为43.73%、47.04%、45.55%和47.88%，报告期内母公司的资产负债率基本维持稳定。

由于公司生产规模不断扩大，生产经营活动的资金需求逐渐增加。资金紧张已经成为影响公司发展的重要瓶颈之一，现阶段银行借款是公司的资金的主要来源，给公司经营带来一定的偿债风险，一定程度上制约了公司进一步扩张。本次公开发行，将在大幅降低公司资产负债率的同时提高公司的持续融资能力，并改善公司的财务结构，增强公司的偿债能力。

（3）息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

报告期内公司盈利能力较强，息税折旧摊销前利润和利息保障倍数较高，资金周转顺畅，未发生过拖欠银行借款本息的情况。此外，公司不存在对正常生产经营活动有重大影响的需特别披露的或有负债，亦不存在表外融资的情况。

2、可比公司相关财务指标对比分析

目前，在境内外上市的卫浴企业（以下简称“可比公司”）主要有东陶集团、和成股份、海鸥卫浴、帝王洁具、航标控股、东鹏控股和四通股份。

可比公司的财务指标如下表所示：

项目	公司简称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
流动比率	东陶集团	1.58	1.71	1.69
	和成股份	1.33	1.28	1.32
	海鸥卫浴	2.16	1.31	1.29
	帝王洁具	4.07	2.93	2.81
	航标控股	1.24	2.69	2.60

	东鹏控股	1.53	1.52	1.32
	四通股份	11.21	4.87	3.38
	算术平均值	**3.30**	**2.33**	**2.06**
	惠达股份	**1.48**	**1.38**	**1.43**
速动比率	东陶集团	1.22	1.29	1.26
	和成股份	0.81	0.80	0.83
	海鸥卫浴	1.47	0.80	0.81
	帝王洁具	2.83	1.94	1.84
	航标控股	1.13	2.48	2.41
	东鹏控股	1.03	0.90	0.82
	四通股份	8.98	2.86	2.23
	算术平均值	**2.50**	**1.58**	**1.46**
	惠达股份	**0.80**	**0.75**	**0.79**
资产负债率（%）	东陶集团	46.76	45.84	46.14
	和成股份	49.98	49.32	50.87
	海鸥卫浴	37.67	50.99	51.67
	帝王洁具	16.55	21.99	24.39
	航标控股	51.97	36.46	34.20
	东鹏控股	42.38	40.77	48.94
	四通股份	14.29	19.80	21.27
	算术平均值	**37.09**	**37.88**	**39.64**
	惠达股份	**45.55**	**47.04**	**43.73**

【注】由于四通股份、帝王洁具上市时间较短，流动资金较为充足，导致其流动比率、速动比率较高，资产负债率较低。

报告期内，公司的流动比率、速动比率略低于行业平均水平，主要是由于公司较多利用短期借款解决长期资产投资所需资金，致使公司短期偿债能力指标偏低。公司上市后，随着融资渠道的拓宽，短期借款等流动负债占比将进一步降低，短期偿债能力相应增强；报告期内，公司的资产负债率高于大部分可比公司，主要原因是公司尚未通过上市取得股权融资。总体而言，公司负债水平合理，与自身经营现状相吻合，能够满足偿债要求。

（四）资产周转能力分析

1、公司资产周转率分析

报告期内，公司资产周转能力指标具体情况如下表所示：

指标	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
应收账款周转率（次）	2.59	5.54	5.44	4.47
存货周转率（次）	1.21	2.57	2.42	2.35

报告期内，公司应收账款周转率逐年上升，主要是由于公司在不断加大对国内外市场开拓的同时，也加大了对相关客户的收款力度，提高了公司的盈利质量；报告期内，公司不断加强存货管理，存货周转率稳步提高。

2、可比公司相关财务指标对比分析

项目	公司简称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
应收账款周转率（次）	东陶集团	5.93	5.55	5.97
	和成股份	3.22	3.10	3.03
	海鸥卫浴	4.60	4.13	3.72
	帝王洁具	5.09	7.40	8.30
	航标控股	5.53	5.17	5.96
	东鹏控股	7.92	8.32	9.15
	四通股份	4.84	7.10	6.53
	算术平均值	**5.30**	**5.82**	**6.09**
	惠达股份	**5.54**	**5.44**	**4.47**
存货周转率（次）	东陶集团	5.41	5.70	6.57
	和成股份	2.23	2.33	2.28
	海鸥卫浴	3.58	3.19	3.51
	帝王洁具	2.85	3.22	3.06
	航标控股	4.23	5.17	5.96
	东鹏控股	2.50	2.58	2.21
	四通股份	3.18	3.80	4.16
	算术平均值	**3.43**	**3.71**	**3.96**
	惠达股份	**2.57**	**2.42**	**2.35**

报告期内，公司应收账款周转率与行业平均值较为接近；存货周转率低于行业平均水平，主要原因为：a、公司产品线覆盖较广，产品种类较多，每个产品线都需要保持一定量的原材料库存储备，而大部分原材料均从异地采购，公司需要保持一定的原材料安全库存；b、公司出于战略考虑，对于部分稀缺、易于存储的泥料及釉料等原材料进行了战略储备。剔除对原材料进行战略储备因素的影响，公司应收账款周转率与行业平均水平基本相当。

总体来看，报告期内公司资产周转能力保持相对稳定，与可比公司基本相当。公司对营运资金运用、货款回收、存货周转等方面的有效控制和管理，反映出公司良好的生产经营管理能力和风险控制能力。

二、盈利能力分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成分析

报告期内，公司营业收入的构成情况如下表所示：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
主营业务收入	104,681.76	99.32	222,283.05	99.60	207,695.70	99.22	183,601.16	98.91
其他业务收入	721.71	0.68	891.57	0.40	1,627.99	0.78	2,017.57	1.09
合计	**105,403.47**	**100.00**	**223,174.62**	**100.00**	**209,323.69**	**100.00**	**185,618.73**	**100.00**

报告期内，公司营业收入主要来源于主营业务收入，公司主营业务突出。

2、主营业务收入的构成分析

（1）主营业务收入的产品构成分析

报告期内，公司按照产品系列划分的主营业务收入及构成情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
卫生陶瓷	59,614.77	56.95	129,272.89	58.16	113,690.84	54.74	105,051.25	57.22
五金洁具	16,011.10	15.30	35,140.21	15.81	31,419.98	15.13	25,079.43	13.66
浴室柜	10,244.66	9.79	20,252.78	9.11	21,387.04	10.30	17,653.86	9.62
陶瓷砖	10,097.02	9.65	18,621.27	8.38	19,547.24	9.41	14,856.86	8.09
浴缸浴房	3,213.57	3.07	7,253.85	3.26	8,248.96	3.97	7,547.89	4.11
其他	5,500.65	5.25	11,742.06	5.28	13,401.65	6.46	13,411.89	7.30
合计	**104,681.76**	**100.00**	**222,283.05**	**100.00**	**207,695.70**	**100.00**	**183,601.16**	**100.00**

报告期内，公司主营业务收入构成基本保持稳定，卫生陶瓷、五金洁具、浴室柜、陶瓷砖和浴缸浴房等五大类产品的销售收入占公司主营业收入的比例在90%以上。

①卫生陶瓷

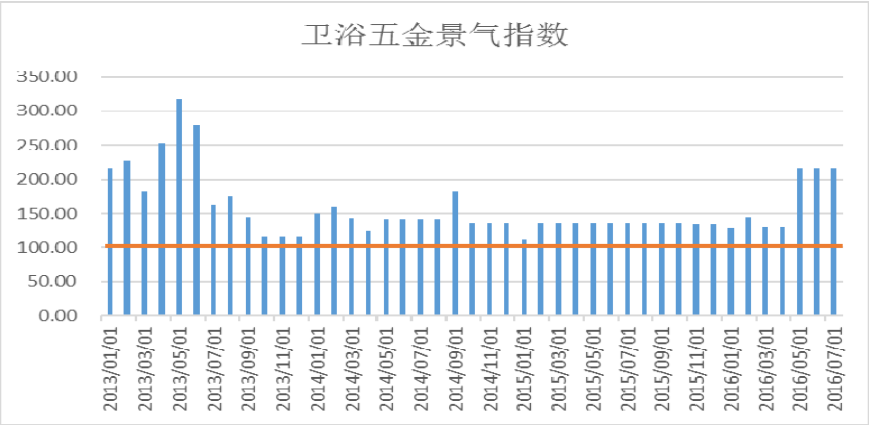
卫生陶瓷属于卫生陶瓷制品行业。近年来，随着我国城镇化进程的推进和人民生活水平的显著提高，为卫生陶瓷制品行业带来新的发展机遇。新市场的崛起与原有市场的二次需求都为卫生陶瓷制品生产企业提供了持续的终端需求。国家

统计局统计数据显示，2014 年卫生陶瓷制品行业销售额为 572 亿元，较 2013 年度同比增长 16.50%，2015 年卫生陶瓷制品行业销售额为 632 亿元，较 2014 年度同比增长 10.49%。公司作为该行业的龙头企业受惠于行业终端消费的不断增长和品牌集中度的持续提升，使得公司相关产品营业收入呈现稳定增长的趋势。公司 2014 年度、2015 年度卫生陶瓷营业收入较上年增长率分别为 8.22%、13.71%，收入的变化与行业变化基本一致。

数据来源：WIND，国家统计局

②五金洁具

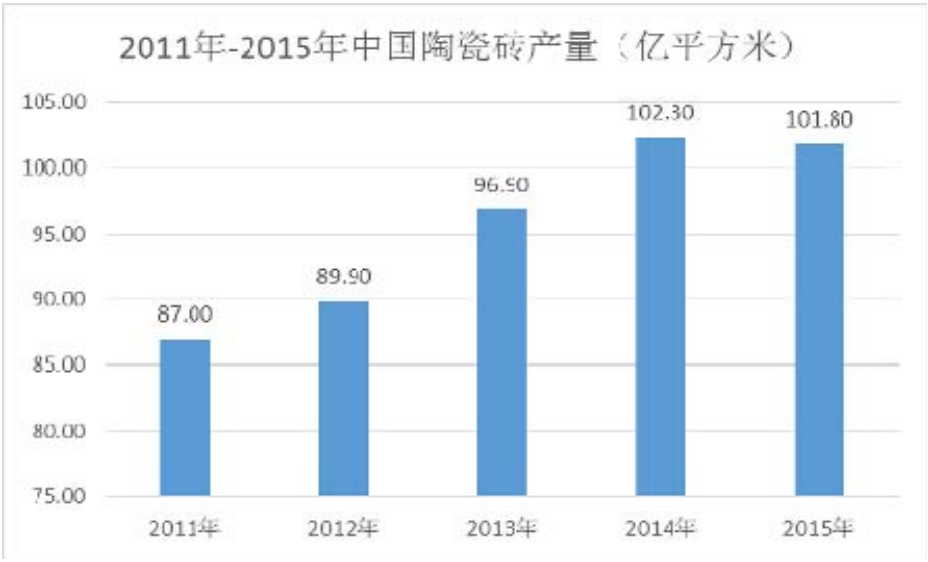
五金洁具行业在我国发展较晚，在全球卫浴五金行业中，具有代表性的品牌厂商主要为美国 Delta、德国 Grohe、日本 TOTO、美国美标等欧美品牌。与此同时，本土卫浴五金洁具小微企业众多，品牌遍布，同质化竞争比较严重，能真正被消费者熟知并且认可的品牌极少。近年来，我国卫浴五金洁具行业的竞争是品牌、品质及渠道的竞争，行业集中度将进一步提升。根据卫浴五金行业景气指数显示，2013 年 1 月 1 日以来，五金洁具行业一直处于较为景气的状态。公司作为进入行业较早、品牌更具有竞争力的领军公司，五金洁具营业收入持续提高。公司五金洁具 2014 年度、2015 年度营业收入较上年分别增长 25.28%、11.84%。公司五金洁具的收入持续保持较高的增长率，其变化与行业变化基本一致。



【注】100 为景气度指数的临界值，当景气指数大于 100 时，表明所处行业状况趋于上升或改善，处于景气状态，当景气指数小于 100 时，表明行业所处状况趋于下降或恶化，处于不景气状态。

③陶瓷砖

近年来，由于我国工业化、城镇化进程的加速推进、装修装饰的需求向高端化发展，陶瓷砖现代化生产工艺和装备性能不断提升。我国陶瓷砖产量在原有基础上保持持续增长。中国已成为世界陶瓷砖最大的生产国、消费国和出口国。据中国建筑卫生陶瓷协会统计，2011 年至 2014 年，我国陶瓷砖产量由 87.00 亿平方米快速增长至 102.30 亿平方米，2015 年较 2014 年稍有回落。2014 年，公司新签约大型工程客户较多，2015 年大型工程客户数量相对有所缩减。公司陶瓷砖的营业收入经历了 2013 至 2014 年的大幅增长后在 2015 年稍有回落。公司 2015 年陶瓷砖产品收入的下降主要是由用量较大的工程客户减少引起的，与行业变化趋势基本一致。



数据来源：中国建筑卫生陶瓷年鉴

④浴室柜

家具行业增速步入下行通道，行业增长率已由过去的每年 30%至 40%，下降到 2015 年的 9%。与此同时，随着我国居民生活水平的不断提高，居民对生活质量要求的提升，从最初的满足家居产品的功能性需求到现阶段需同时满足“美观、功能性、个性化”等多种需求，对传统家具企业产生较大冲击。根据国家统计局数据，2015 年全国规模家居制造企业主营业务收入 7,872.50 亿元，较 2014 年增长 9.53%。

与陶瓷砖情况类似，公司 2013 年至 2014 年浴室柜收入的增长主要来自于新签约的工程客户。2014 年至 2015 年，随着定制化家具的持续走俏，公司浴室柜销售受到一定程度的打压。在终端零售逐渐缩减的影响下，2015 年浴室柜的营业收入较 2014 年下降 5.30%。公司浴室柜产品的收入变化与行业趋势基本一致。

数据来源：WIND，国家统计局

⑤其他产品

单位：万元

原分类	明细分类	2016 年 1-6 月	占比	2015 年度	占比	2014 年度	占比	2013 年度	占比
其他	配套小件	624.34	0.60%	1,274.59	0.57%	1,098.67	0.53%	1,231.89	0.67%
	感应器	1,556.96	1.49%	3,161.46	1.42%	2,540.86	1.22%	1,721.25	0.94%
	包装纸箱	2,849.44	2.72%	4,796.69	2.16%	4,980.65	2.40%	3,342.21	1.82%
	成品油	590.77	0.56%	1,441.84	0.65%	2,150.78	1.04%	2,535.63	1.38%
	建设工程	-212.76	-0.20%	268.91	0.12%	1,801.32	0.87%	3,956.13	2.15%
	其他	91.89	0.09%	798.57	0.36%	829.37	0.40%	624.78	0.34%
合计		**5,500.64**	**5.26%**	**11,742.06**	**5.28%**	**13,401.65**	**6.46%**	**13,411.89**	**7.30%**

【注】2016 年 1-6 月份建筑工程数据为负数主要系项目完工后决算审定的收入与以前年度完工进度确认的收入差额，在当期冲回所致。明细分类中其他收入较为分散，包括销售粉料、提供劳务等。

由上表所示，其他产品收入中，主要应用于智能卫浴产品的感应器收入及占

比明显上升，符合智能卫浴、智能家装行业快速发展的趋势。

A、感应器

近年来，卫浴产品智能化发展日益深化。目前，智能化坐便器、智能化淋浴等产品已逐渐在全国普及，同时一些智能卫浴生产厂商正在探索更多智能化可能，包括智能化控制平台等，都是重要的创新方向。随着卫浴智能化程度的不断推进，感应器作为智能卫浴产品的重要组成部分，销量也随之上涨。公司感应器收入每年均有较大幅度的增长，2014 年、2015 年感应器营业收入的增长率分别为 47.62%与 24.42%，与目前的行业大环境相互契合。

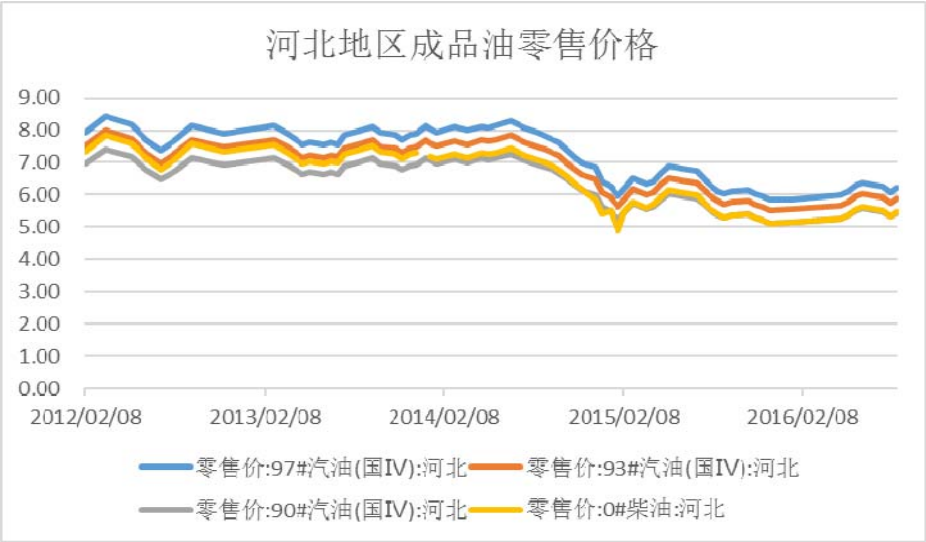
B、包装纸箱

公司包装纸箱产品的营业收入主要来自箱纸板产品。根据全国统计局数据显示，全国箱纸板消费量从 2013 年度的 2,106 万吨持续增长到 2015 年度的 2,297 万吨。公司包装纸箱产品的营业收入在经过 2014 年的大幅增长后，在 2015 年与 2014 年基本保持一致。公司该类产品收入与行业变化基本一致。

数据来源：WIND，国家统计局

C、成品油

公司成品油的收入主要来自于惠达油品加油站的现金自营收入。2013 年至 2015 年，受累于国际原油价格的持续下调，国内汽油、柴油价格亦有不同程度的下跌。根据河北省物价局的统计数据显示，河北地区成品油价格在 2012 年之后步入下行通道。截至 2015 年年末，97#汽油零售价格较 2012 年年初跌幅达到 31%。因此，加油站的营业收入普遍下滑。公司成品油营业收入下降较快，2015 年度成品油营业收入较 2014 年度下降 32.96%，成品油营业收入的波动与行业变化基本一致。



数据来源：WIND，国家统计局

D、建筑工程

公司建筑工程类收入主要来自于黄各庄及周边村庄的政府公益类工程项目。随着黄各庄及周边村庄的各类公益设施不断完善，政府部门建筑工程招标数量不断缩减，公司建筑工程营业收入下跌较快。因建筑工程项目可延续性较差，政府部门招标亦存在一定不确定性，公司建筑工程类收入存在一定的波动。

（2）主营业务收入的营销模式构成分析

报告期内，公司按照营销模式划分的主营业务收入及构成情况如下：

项目		2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
		金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
经销	境内	51,681.36	49.37	101,075.82	45.47	100,651.52	48.46	80,151.81	43.66
	境外	36,302.64	34.68	80,317.84	36.13	66,438.88	31.99	63,693.13	34.69
经销小计		**87,984.00**	**84.05**	**181,393.65**	**81.60**	**167,090.40**	**80.45**	**143,844.94**	**78.35**
直销	工程	10,545.65	10.07	28,468.26	12.81	24,948.81	12.01	25,166.63	13.71
	其他	6,152.10	5.88	12,421.14	5.59	15,656.49	7.54	14,589.59	7.95
直销小计		**16,697.75**	**15.95**	**40,889.40**	**18.40**	**40,605.30**	**19.55**	**39,756.22**	**21.65**
合计		**104,681.76**	**100.00**	**222,283.05**	**100.00**	**207,695.70**	**100.00**	**183,601.16**	**100.00**

①境内经销

2013年至2015年，境内经销收入占比基本稳定。2015年境内经销收入金额较2013年增长26.11%，主要原因为：近年来，随着我国城镇化进程的推进和人民生活水平的显著提高，境内经销收入金额受惠于行业终端消费的不断增长和品牌集

中度的上升亦有所增加。与此同时，公司2014年加大对境内经销商的补贴和激励政策，带动经销商收入的大幅增长。

②境外经销

A、境外销售的总体情况

报告期内，公司境外销售全部通过经销商进行销售，基本情况如下：

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
境外销售收入（万元）	36,302.64	80,317.84	66,438.88	63,693.13
境外销售增长率	-	20.89%	4.31%	9.55%
主营营业收入（万元）	104,681.76	222,283.05	207,695.70	183,601.16
主营营业收入增长率	-	7.02%	13.1%	4.53%
境外销售占比	34.68%	36.13%	31.99%	34.69%

2013 年-2015 年，公司境外销售收入分别为 63,693.13 万元、66,438.88 万元、80,317.84 万元，同比增长率分别为 9.55%、4.31%和 20.89%，2013 年和 2015 年均高于营业收入的增长速度。2016 年 1-6 月公司境外销售收入为 36,302.64 万元，与 2015 年同期基本持平。报告期内，公司境外销售收入占比较为稳定，占营业收入的比例平均为 35%左右。公司境外销售全部通过经销商进行销售，主要通过与境外有实力的经销商、超市合作，采取联合品牌、贴牌代工生产等方式，利用境外合作伙伴的已有品牌及渠道开拓境外客户。公司目前已建立起覆盖了美国、韩国、巴基斯坦、加拿大、英国、澳大利亚等 80 多个国家和地区的营销网络，与美商富凯、韩国 ROYAL &CO., LTD、巴基斯坦 WAHEED SONS、英国 BATHSTORE 等境外经销商开展了长期而稳定的合作关系，支撑起了公司境外销售的稳步增长。公司未来将会持续加强与境外核心经销商的合作力度，以实现境外销售业务的持续快速增长。

B、境外销售产品类别及占比分析

报告期内，公司境外销售产品类别及占比情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
卫生陶瓷	30,028.47	82.72	68,352.80	85.10	55,737.38	83.89	55,218.95	86.70
五金洁具	1,445.51	3.98	2,532.67	3.15	1,986.83	2.99	2,021.08	3.17
浴室柜	781.11	2.15	1,264.92	1.57	975.76	1.47	1,077.74	1.69

陶瓷砖	2,558.98	7.05	5,427.65	6.76	5,113.22	7.70	2,574.55	4.04
浴缸浴房	951.40	2.62	1,724.02	2.15	1,905.26	2.87	2,152.68	3.38
其他	537.17	1.48	1,015.77	1.26	720.43	1.08	648.14	1.02
合计	**36,302.64**	**100.00**	**80,317.84**	**100.00**	**66,438.88**	**100.00**	**63,693.13**	**100.00**

由上表可见，报告期内公司各类产品销售占境外销售收入的比例较为稳定。公司境外销售以卫生陶瓷产品为主，其占境外销售收入比重约为 85%。另外，陶瓷砖类产品占比 6%-8%左右，其余产品占比 8-10%左右。公司报告期内境外销售收入变动分析如下：

a、2015年较2014年境外销售收入变动分析

2015年公司境外销售收入较2014年增长13,878.96万元，增幅为20.89%，主要由于2015年卫生陶瓷产品收入较2014年增长12,615.42万元所致，公司2014年和2015年卫生陶瓷产品境外销售收入明细如下：

项目	2015 年		2014 年		增长率（%）
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	
坐箱合包类	25,719.27	37.63	17,416.57	31.25	47.67
分体类	13,839.57	20.25	12,089.04	21.69	14.48
水箱类	6,675.14	9.77	5,820.03	10.44	14.69
柱盆类	5,176.13	7.57	5,134.88	9.21	0.80
联体类	4,135.89	6.05	3,802.56	6.82	8.77
台上盆类	3,178.33	4.65	2,790.61	5.01	13.89
整柱类	1,961.90	2.87	2,012.97	3.61	-2.54
台下盆类	1,799.12	2.63	1,450.65	2.60	24.02
艺术盆类	1,173.42	1.72	1,065.34	1.91	10.15
挂盆类	1,116.84	1.63	1,022.14	1.83	9.26
立便类	1,050.39	1.54	707.28	1.27	48.51
柜盆类	521.11	0.76	404.96	0.73	28.68
其他	2,005.69	2.93	2,020.35	3.62	-0.73
合计	**68,352.80**	**100.00**	**55,737.38**	**100.00**	**22.63**

2015 年卫生陶瓷产品中坐箱合包类、分体类和水箱类产品较 2014 年分别增长 8,302.69 万元、1,750.53 万元和 855.11 万元，增幅分别为 47.67%、14.48%和 14.69%，该三类产品的高速增长支撑了公司 2015 年境外销售收入的增长。

I、坐箱合包类产品

2015年美国经济企稳复苏，美国居民购房和装修需求恢复增长，因此经销商

美商富凯的最大终端客户Home Depot扩大了坐箱合包类产品的采购量，使公司三款坐箱合包类产品“HDC371A分体/S371水箱合包”、“HDC371A分体/S416水箱合包”和“HDC416HR分体/S416水箱合包”销量与收入大幅增长，收入分别增长了4,330.92万元、2,431.48万元和1,338.52万元。

II、分体类产品

分体类产品符合境外市场的消费需求，较受境外消费者青睐，2015年公司加强了与韩国ROYAL、巴基斯坦WAHEED SONS和英国BATHSTORE三家经销商的合作力度，上述经销商从公司采购的分体类产品金额分别较上年增加了656.49万元、331.90万元和284.84万元，由此带动了分体类产品的增长。

b、2014年较2013年境外销售收入变动分析

2014年公司境外销售收入较2013年增长2,475.75万元，增幅为4.3%，主要系2014年陶瓷砖产品增长2,538.67万元所致，其他类产品销售金额保持稳定。陶瓷砖产品增长主要由于公司在利比亚和巴基斯坦进行了约40种全抛釉砖的市场推广，其中有38种产品形成订单，使得全抛釉砖销量大幅增长，因此2014年利比亚ALAQ和巴基斯坦WAHEED SONS的采购金额分别较上年增加1,443.55万元和750.36元。

C、境外销售国家地区及占比分析

报告期内，公司境外销售国家及地区占比情况如下：

国家及地区	2016年1-6月		2015年		2014年		2013年	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
美国	9,707.67	26.74	30,102.06	37.48	21,178.38	31.88	16,980.23	26.66
韩国	5,604.02	15.44	9,930.56	12.36	6,884.33	10.36	6,777.10	10.64
巴基斯坦	4,960.14	13.66	7,708.61	9.60	5,595.77	8.42	4,374.80	6.87
加拿大	4,810.05	13.25	9,961.20	12.40	8,986.25	13.53	9,129.07	14.33
英国	1,662.05	4.58	3,645.10	4.54	2,771.03	4.17	2,513.87	3.95
澳大利亚	1,112.04	3.06	1,946.97	2.42	1,855.32	2.79	2,059.45	3.23
斯里兰卡	842.92	2.32	1,105.31	1.38	769.96	1.16	708.76	1.11
乌克兰	540.76	1.49	734.34	0.91	1,025.38	1.54	1,906.21	2.99
意大利	523.25	1.44	695.03	0.87	627.80	0.94	990.00	1.55
利比亚	523.15	1.44	897.88	1.12	2,588.21	3.90	1,596.94	2.51
德国	462.86	1.28	894.18	1.11	1,610.89	2.42	2,132.01	3.35

阿联酋	302.65	0.83	902.57	1.12	751.00	1.13	917.01	1.44
其他	5,251.07	14.46	11,794.04	14.68	11,794.56	17.75	13,607.68	21.36
合计	**36,302.64**	**100.00**	**80,317.84**	**100.00**	**66,438.88**	**100.00**	**63,693.13**	**100.00**

公司境外销售国家及地区占比总体保持稳定，报告期内销往美国、韩国、加拿大、巴基斯坦、英国等 12 个国家的销售收入占境外销售总收入的 80%以上，2015 年公司销往美国、韩国和巴基斯坦的收入增长较快，主要原因为：a、美国是世界最大的卫浴产品进口国，2015 年经济企稳并稳步复苏，美元汇率走高，民众消费能力增强，2015 年公司对北美经销商美商富凯的销售收入增长 29.50%；b、韩国是东亚地区较为发达的经济体，消费市场成熟，经多年合作当地经销商竞争实力不断增强，工程订单增长较快，2015 年公司对韩国经销商 ROYAL &CO., LTD 的销售收入较上年增长 25.81%；c、巴基斯坦是新兴的发展中国家市场，卫浴市场空间巨大，当地经销商建立起覆盖三大中心城市的完整经销网络，使得惠达品牌影响力日益广泛，2015 年公司对巴基斯坦经销商 WAHEED SONS 的销售收入较上年增长 37.76%。

D、海外贴牌销售金额和比例及主要贴牌销售客户

公司海外销售存在自主品牌销售和贴牌销售两种模式，报告期内贴牌销售的金额和占海外销售的比重情况如下：

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
海外贴牌销售金额（万元）	24,672.26	59,641.14	46,617.03	44,176.67
海外销售收入（万元）	36,302.64	80,317.84	66,438.88	63,693.13
海外贴牌销售占比	67.96%	74.26%	70.17%	69.36%

由上表可见，报告期内公司海外贴牌销售金额占海外销售收入的比重均在65%以上，主要由于公司前两大海外客户美商富凯和ROYAL均为贴牌销售客户。

报告期内，公司前五大海外贴牌销售客户名称、销售收入金额如下：

年度	海外贴牌客户名称	金额（万元）
2016 年 1-6 月	美商富凯	15,007.09
	ROYAL &CO., LTD	4,422.15
	HANKOOK CHINAWARE Co., Ltd.	1,085.75
	BATHSTORE PURCHASE LEDGER	885.00
	EUROPEAN BATHROOM LTD	729.02
	合计	22,129.00
2015 年度	美商富凯	40,848.51

	ROYAL &CO., LTD	8,660.83
	BATHSTORE PURCHASE LEDGER	2,123.89
	EUROPEAN BATHROOM LTD	1,484.65
	HANKOOK CHINAWARE Co., Ltd.	1,259.19
	合计	54,377.07
2014 年度	美商富凯	31,543.96
	ROYAL &CO., LTD	6,884.33
	BATHSTORE PURCHASE LEDGER	1,420.28
	AGROMAT LLT	1,025.38
	EUROPEAN BATHROOM LTD	810.69
	合计	41,684.64
2013 年度	美商富凯	24,051.47
	ROYAL &CO., LTD	6,771.61
	DELTA FAUCET COMPANY	4,199.00
	AGROMAT LLT	1,906.21
	BATHSTORE PURCHASE LEDGER	1,354.60
	合计	38,282.88

E、境外与境内产品价格差异分析

公司境外销售中80%以上是卫生陶瓷类产品，卫生陶瓷类产品中各主要产品与境外销售单价对比如下：

产品类型		2016 年 1-6 月		2015 年	
		国内	海外	国内	海外
坐箱合包类	销售收入（万元）	40.93	6,289.05	60.02	25,719.27
	销售数量	1,631	220,366	2,291	915,512
	销售单价（元）	250.95	285.39	261.98	280.93
分体类	销售收入（万元）	437.86	7,597.97	1,739.03	13,835.59
	销售数量	28,374	454,909	100,491	870,267
	销售单价（元）	154.32	167.02	173.05	158.98
水箱类	销售收入（万元）	193.05	3,618.64	869.14	6,676.20
	销售数量	28,220	409,289	107,603	768,022
	销售单价（元）	68.41	88.41	80.77	86.93
柱盆类	销售收入（万元）	268.40	2,942.39	989.96	5,176.35
	销售数量	42,204	307,122	129,712	549,829
	销售单价（元）	63.60	95.81	76.32	94.14
联体类	销售收入（万元）	14,316.89	2,311.07	33,530.62	4,135.89
	销售数量	350,104	49,591	789,397	86,347
	销售单价（元）	408.93	466.03	424.76	478.98
台上盆类	销售收入（万元）	199.45	1,674.43	445.29	3,178.44

	销售数量	24,534	303,095	50,807	591,566
	销售单价（元）	81.29	55.24	87.64	53.73
整柱类	销售收入（万元）	167.79	1,257.23	558.69	1,962.87
	销售数量	44,296	242,364	133,642	402,500
	销售单价（元）	37.88	51.87	41.81	48.77
台下盆类	销售收入（万元）	913.87	1,164.21	2,297.30	1,799.12
	销售数量	96,726	134,411	223,279	214,144
	销售单价（元）	94.48	86.62	102.89	84.01
艺术盆类	销售收入（万元）	421.87	710.07	1,197.52	1,172.46
	销售数量	24,980	33,489	69,242	61,995
	销售单价（元）	168.88	212.03	172.95	189.12
挂盆类	销售收入（万元）	1.61	549.12	1.77	1,120.02
	销售数量	55	33,894	76	69,142
	销售单价（元）	292.73	162.01	232.89	161.99
立便类	销售收入（万元）	1,043.14	646.15	2,290.23	1,050.75
	销售数量	41,447	20,321	86,802	32,262
	销售单价（元）	251.68	317.97	263.85	325.69
产品类型		2014 年		2013 年	
		国内	海外	国内	海外
坐箱合包类	销售收入（万元）	35.13	17,416.57	50.38	16,606.62
	销售数量	1,351	650,243	1,929	598,179
	销售单价（元）	260.04	267.85	261.16	277.62
分体类	销售收入（万元）	2,323.87	12,267.26	2,365.94	12,497.62
	销售数量	134,417	759,774	150,075	775,383
	销售单价（元）	172.89	161.46	157.65	161.18
水箱类	销售收入（万元）	1,081.98	5,890.73	1,162.71	5,622.99
	销售数量	139,750	671,014	155,673	676,686
	销售单价（元）	77.42	87.79	74.69	83.10
柱盆类	销售收入（万元）	1,230.15	5,171.99	929.03	5,029.49
	销售数量	184,539	559,593	139,762	554,872
	销售单价（元）	66.66	92.42	66.47	90.64
联体类	销售收入（万元）	32,035.97	3,802.56	27,891.31	3,169.87
	销售数量	745,090	76,859	671,345	67,929
	销售单价（元）	429.96	494.74	415.45	466.64
台上盆类	销售收入（万元）	407.04	2,790.61	586.44	3,341.59
	销售数量	49,303	528,633	61,199	647,323
	销售单价（元）	82.56	52.79	95.83	51.62
整柱类	销售收入（万元）	756.46	2,012.97	551.30	1,934.83
	销售数量	180,683	409,790	133,967	410,888

	销售单价（元）	41.87	49.12	41.15	47.09
台下盆类	销售收入（万元）	2,308.27	1,450.65	1,882.87	963.66
	销售数量	217,636	173,709	198,542	117,570
	销售单价（元）	106.06	83.51	94.83	81.96
艺术盆类	销售收入（万元）	1,070.19	1,065.34	877.01	1,373.22
	销售数量	62,359	54,669	52,308	75,838
	销售单价（元）	171.62	194.87	167.66	181.07
挂盆类	销售收入（万元）	3.06	1,022.14	13.94	978.44
	销售数量	388	67,103	1,304	68,501
	销售单价（元）	78.84	152.32	106.91	142.84
立便类	销售收入（万元）	857.43	707.28	658.19	1,071.80
	销售数量	20,766	23,924	16,974	35,739
	销售单价（元）	412.90	295.64	387.76	299.90

由上表可见，公司各类产品境内与海外的平均销售单价均存在一定差异，其中柱盆类、联体类、台上盆类、台下盆类和立便类产品的平均销售单价差异较大，具体原因如下：

a、公司境内与海外销售的产品结构不同

由于境内和海外消费者的用户习惯差异较大，因此公司在境内和海外销售的产品类别也存在较大不同，柱盆类和台上盆类产品主要销往海外，联体类产品主要在境内销售，而台下盆类和立便类产品在境内外的销售金额差异不大。对每类产品而言，公司为满足境内和海外相关监管部门对产品质量和规格的要求，向境内和海外销售产品的型号、生产成本也基本完全不同，加之公司各类产品的种类繁多，因此境内和海外的平均销售单价并不完全具有可比性。

柱盆类、联体类和立便类产品较大的价格差异主要由产品结构不同而造成，具体分析如下：

I、柱盆类产品：由于境内厂家的消费引导，在具有类似功能的柱盆类产品和柜盆类产品中，目前境内消费者会更多选择拥有储物优势的柜盆类产品。境内柱盆类产品的主要销售渠道是工程客户，产品种类较少，销量最大的三款产品为HD304洗盆、HD4洗盆和HD303洗盆，单位销售价格分别为41.60元、46.97元和74.60元，总体拉低了境内柱盆类产品销售平均价格。国外消费者对于柱盆类产品接受度较高，公司向海外市场销售超百余种各档次的产品，其中单件超过150元的高端产品销售比例约占20%左右，价格在80-150元之间的中端产品销售比例占50%左右，因此向国外销售的柱盆类产品平均价格较高。

II、联体类产品：由于消费者使用习惯原因，公司联体类产品主要在境内销售，海外主要销往美国、韩国和巴基斯坦。海外销售中公司主要向美商富凯和韩国ROYAL销售的HDC6153A联体、HDC131F联体和HDC6170HE联体等产品成本与毛利率均较高，产品单价均在600元以上，相较境内销售产品价格高20%左右，因此海外销售的联体类产品平均价格偏高。

III、立便类产品：报告期内，立便类产品境内外销售价格差异波动较大，主要原因如下：

公司在国外通过韩国ROYAL销售立便类产品的比例达到90%以上，2015年以来国外立便类产品平均销售价格上涨幅度较大，主要原因系HDU960B立便产品的销售占比由15%上升到30%所致，由于该型号的产品平均售价较其他国外销售的立便类产品高30%左右，从而拉高了立便类产品的海外销售价格。

境内销售的立便类产品的平均单价自2015年后出现较大下降，主要原因为：2013年和2014年公司在境内销售的均为高端立便类产品，销售价格在400元以上的占50%以上的比例。2015年公司加大了立便类产品的推广力度，推出了HDU620、HDU718等销售价格在300元以下新款中低端产品，上述几款型号的产品约占2015年境内立便类产品的50%以上，因此2015年后销售规模大幅上升的同时平均单价出现了明显的下降。

b、公司境内和海外的销售策略不同

为应对境内外不同的市场竞争环境，公司会制定不同的销售策略，使得境内和海外销售的产品在成本相似的情况下，销售价格存在较大差异。台上盆类和台下盆类产品的销售价格差异即由不同的销售策略导致，具体说明如下：

I、台上盆产品：公司台上盆产品主要在国外销售，国外销售收入占台上盆产品总销售收入的80%以上。公司在国外通过美商富凯销售台上盆的比例约占80%，公司为拓展美国市场及继续扩大与美商富凯的合作，对台上盆产品采取薄利多销的策略。报告期内占总销量60%以上的HDL405台上盆和HDL406台上盆两款产品均在国外销售，其毛利率约为25%-30%，而境内销售的台上盆产品平均毛利约为60%，因此公司台上盆海外销售的平均售价相比于境内较低。

II、台下盆产品：与台上盆产品类似，公司台下盆产品在国外通过美商富凯销售的比例约占80%，销售策略也同样是通过降低售价和毛利的方式抢占市场，HDLU020台下盆、HDLU022台下盆、HDLU001台下盆和HDLU023台下盆四款产

品占台下盆海外销售的80%左右，其平均毛利率约为50%，单位平均成本约42元/套；境内主要销售HDLU001、HDLU002和HDLU003三款产品，该三款产品占台下盆境内销售的70%左右，其平均毛利率约为60%，高于国外销售的台下盆产品。由于境内和国外销售的台下盆产品的单位成本差异较小，因此境内台下盆产品的销售价格相比国外较高。

③工程直销

2013年、2014年工程收入总体保持稳定，2015年达到28,468.26万元，相比2014年增长14.11%。在唐山本地及周边工程项目减少的情况下，为拓展业务和提高抗御风险能力，公司深挖大型房企客户潜力，工程收入的增长主要来自对碧桂园的销售收入。公司对碧桂园销售产品包括卫生陶瓷、陶瓷砖、五金洁具等多种系列、型号，涉及地产项目包括“碧桂园·十里金滩（山东海阳）”、“碧桂园·十里银滩（广东惠州）”、“句容碧桂园”、“芜湖碧桂园”等。

综上所述，公司报告期内不同营销渠道结构基本稳定，与相应渠道营销策略及客户变动相互匹配。发行人“经销+直销”的策略执行效果良好，收入增长合理稳定并具有可持续性。

（3）主营业务收入的地域结构分析

报告期内，公司按照地域划分的主营业务收入及构成情况如下：

区域	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
华北	21,087.51	20.14	43,466.39	19.55	51,577.31	24.83	49,331.38	26.87
华东	19,060.26	18.21	37,372.36	16.81	33,719.84	16.24	26,964.05	14.69
华中	7,897.64	7.54	17,230.43	7.75	14,221.32	6.85	11,703.33	6.37
华南	4,919.14	4.70	12,859.14	5.79	12,503.19	6.02	7,402.98	4.03
东北	6,100.95	5.83	11,772.80	5.30	10,468.32	5.04	10,359.66	5.64
西北	4,391.11	4.19	9,824.91	4.42	10,369.35	4.99	8,699.55	4.74
西南	4,922.52	4.70	9,439.19	4.25	8,397.50	4.04	5,447.08	2.97
海外	36,302.64	34.68	80,317.84	36.13	66,438.88	31.99	63,693.13	34.69
合计	**104,681.76**	**100.00**	**222,283.05**	**100.00**	**207,695.70**	**100.00**	**183,601.16**	**100.00**

报告期内，公司立足于自身产品的品质优势和服务优势，依靠不断完善的营销体系和日益提升的品牌知名度，实现了国内各区域市场的快速发展。在公司大力发展国内市场同时，公司境外市场销售额总体稳定增长。

报告期内，公司深化与碧桂园的合作，对碧桂园的销售收入从2013年的

4,015.65万元，增长到2015年的18,959.90万元，由于碧桂园的房地产项目主要集中在广东省和江苏省，所以报告期内华南和华东地区的销售收入增长明显。

（4）主营业务收入的季节性分析

报告期内，公司各季度主营业务收入情况如下：

期间	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
一季度	44,690.85	-	47,048.34	21.17	39,019.18	18.79	35,117.91	19.13
二季度	59,990.91	-	57,920.47	26.06	52,361.95	25.21	45,531.70	24.80
三季度	-	-	59,692.80	26.85	61,592.50	29.66	55,237.81	30.09
四季度	-	-	57,621.44	25.92	54,722.07	26.35	47,713.76	25.99
合计	**104,681.76**	**-**	**222,283.05**	**100.00**	**207,695.70**	**100.00**	**183,601.16**	**100.00**

公司产品销售存在一定的季节性特征，第一季度通常是全年的销售淡季，主要是由于第一季度受到天气寒冷、春节假期等因素的影响，工程施工量及房屋装修量较小。受上述因素影响，公司的销售收入呈现季节性波动，下半年销售收入高于上半年，第一季度占全年销售收入的比重最低。

3、主营业务收入变动分析

2013年、2014年、2015年和2016年1-6月，公司主营业务收入分别为183,601.16万元、207,695.70万元、222,283.05万元和104,681.76万元，整体呈上升趋势，主要原因如下：

（1）市场需求规模的稳步扩大

近年来，随着我国国民经济的快速发展，居民生活水平的不断提高，居民可支配收入的不断提高带动了卫浴行业需求的稳步增加；城镇化程度的不断提高及“新型城镇化”战略的提出，房地产的快速发展和国家对保障房的大力投入也带来了卫浴行业市场规模的扩大；此外，家庭二次装修带来的卫浴产品更换需求也是影响卫浴产品需求量的重要因素。具体分析请参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”。

（2）不断推出技术含量高、迎合市场潮流的新产品

近年来，随着各国政府节能减排、绿色环保的产业政策逐步推行，节能减排、绿色环保消费理念已在消费者中不断形成。鉴于此，公司投入巨额的研发资金，先后研发出节能减排，绿色环保的新技术、新工艺，包括但不限于利用热风炉替代燃煤低效锅炉技术、薄壁轻量化卫生陶瓷产品技术、卫生洁具高压注浆成型技

术、节水且不易堵塞的座便器技术、喷射虹吸式4.8升水座便器技术、具有纳米自洁釉面的卫生洁具制造技术、高硬度自洁釉技术等，从产品生产环节开始至产品最终使用环节，始终贯穿节能减排、绿色环保的理念。公司利用研发出的新技术、新工艺、不断推出迎合市场潮流的新产品，为公司持续发展以及不断抢占市场份额提供了重要保障。

（3）公司国内营销网络的不断完善

A、经销商覆盖范围不断扩大、营业网点数量不断增加

截至2016年6月30日，公司的经销商已经覆盖全国所有省份，在国内拥有320家经销商，门店达3,004家，其中专卖店达到2,632家，省会级市场覆盖率96.77%，地市级市场覆盖率90.20%，县级市场覆盖率70.46%，并不断向乡镇市场发展。同时，跟随我国城镇化步伐，公司围绕“品牌上行、渠道下沉”的战略，不断向空白市场和三四线城市进行渠道下沉，占领先机，强化公司的竞争优势。公司门店数量的快速增加以及覆盖范围的不断扩大为公司营业收入的不断增长奠定了坚实的基础。

B、不断加强与工程客户合作

近年来，随着精装房、保障房的大力推广和海外房建工程的增加，房地产开发商工程客户的消费需求快速增长。报告期内，公司先后与碧桂园、恒大集团和万达集团等国内知名房地产开发商签署了战略合作，成为大型房地产公司的合作供应商；公司与海外工程承包商中信建设合作，为其在安哥拉、委内瑞拉等地区海外房建工程提供卫浴产品；与此同时，公司不断加大与星级酒店和连锁酒店的合作力度，目前公司已与佛山希尔顿酒店、上海和平饭店及上海香格里拉大酒店等高端酒店均建立了合作关系。

（4）过硬的产品质量及显著的品牌优势

公司制定并一直执行着“精工细做、优化功能、追求最佳、顾客满意”的质量方针，严格按照国家和行业有关规定对产品进行质量控制。公司质量管理体系覆盖了供应商管理、产品开发管理、原材料、生产过程、检验与出厂等全过程。公司通过建立科学完善的组织架构和制定完善的生产工艺操作规程与质量控制、监督、反馈的制度规范，从组织架构与制度规范上确保产品质量。公司先后先后通过了多项管理体系认证，同时公司还取得了美国、澳大利亚和韩国等多个国家的产品认证。公司及公司生产的惠达系列产品先后荣获国家住房和城乡建设部、

国家工商行政管理总局商标局、国家质量监督检验检疫总局、河北省人民政府、中国陶瓷工业协会及各类机构颁发的众多荣誉称号。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本的构成情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
主营业务成本	75,872.81	99.52	164,260.83	99.77	152,700.38	99.45	138,075.68	99.10
其他业务成本	356.23	0.47	383.47	0.23	850.93	0.55	1,265.06	0.90
合计	**76,229.04**	**100.00**	**164,644.30**	**100.00**	**153,551.31**	**100.00**	**139,340.74**	**100.00**

报告期内，主营业务成本占营业成本的比重超过了 99%。

2、主营业务成本产品构成分析

报告期内，公司主营业务成本按产品构成分类如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
卫生陶瓷	42,748.47	56.34	93,670.44	57.03	82,209.53	53.84	76,934.01	55.72
五金洁具	11,441.15	15.08	26,580.52	16.18	23,574.75	15.44	20,470.64	14.83
浴室柜	6,803.61	8.97	14,047.97	8.55	14,402.23	9.43	11,674.34	8.46
陶瓷砖	8,104.12	10.68	15,190.53	9.25	15,809.70	10.35	11,635.51	8.43
浴缸浴房	2,635.50	3.47	5,990.25	3.65	6,430.60	4.21	6,320.12	4.58
其他	4,139.96	5.46	8,781.12	5.35	10,273.56	6.73	11,041.06	7.99
合计	**75,872.81**	**100.00**	**164,260.83**	**100.00**	**152,700.38**	**100.00**	**138,075.68**	**100.00**

报告期内，公司的主营业务成本构成保持稳定，其中卫生陶瓷等五大类产品占主营业务成本的比例超过了 90%，为主营业务成本的主要组成部分。

（三）毛利及毛利率变动分析

1、公司毛利及毛利率总体分析

（1）公司毛利构成

报告期内，公司毛利构成情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）

主营业务毛利	28,808.95	98.75	58,022.22	99.13	54,995.32	98.61	45,525.48	98.37
其他业务毛利	365.48	1.25	508.10	0.87	777.06	1.39	752.50	1.63
合计	**29,174.43**	**100.00**	**58,530.32**	**100.00**	**55,772.38**	**100.00**	**46,277.99**	**100.00**

报告期内，公司主营业务毛利占毛利总金额的比例均超过 98%，是公司毛利的主要来源。

（2）主营业务产品毛利构成

报告期内，公司主要产品的毛利构成情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
卫生陶瓷	16,866.30	58.55	35,602.45	61.36	31,481.30	57.24	28,117.24	61.76
五金洁具	4,569.95	15.86	8,559.69	14.75	7,845.22	14.27	4,608.78	10.12
浴室柜	3,441.05	11.94	6,204.81	10.69	6,984.81	12.70	5,979.52	13.13
陶瓷砖	1,992.90	6.92	3,430.73	5.91	3,737.54	6.80	3,221.35	7.08
浴缸浴房	578.07	2.01	1,263.60	2.18	1,818.36	3.31	1,227.77	2.70
其他	1,360.69	4.72	2,960.94	5.10	3,128.08	5.68	2,370.82	5.20
合计	**28,808.95**	**100.00**	**58,022.22**	**100.00**	**54,995.32**	**100.00**	**45,525.48**	**100.00**

报告期内，公司的毛利构成保持稳定，其中卫生陶瓷等五大类产品的毛利额占公司毛利总额的比例超过 90%，为公司利润的主要来源。

（3）主营业务综合毛利率变动分析

报告期内，发行人主要产品综合毛利率及其变动情况如下：

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
卫生陶瓷	28.29%	27.54%	27.69%	26.77%
五金洁具	28.54%	24.36%	24.97%	18.38%
浴室柜	33.59%	30.64%	32.66%	33.87%
陶瓷砖	19.74%	18.42%	19.12%	21.68%
浴缸浴房	17.99%	17.42%	22.04%	16.27%
其他	24.74%	25.22%	23.34%	17.68%
合计	27.52%	26.10%	26.48%	24.80%

由上表所示，2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，综合毛利率分别为 24.80%、26.48%、26.10%和 27.52%，随着公司销售规模的不断扩大和品牌影响力的提高，公司综合毛利率整体呈现稳步增长态势。其中，2014 年较 2013 年、2016 年 1-6 月较 2015 年小幅度提高，2015 年综合毛利率较 2014 年保持平稳，具体分析如下：

①各产品收入结构对综合毛利率的影响分析

报告期内，发行人各产品收入占比变动对综合毛利率的影响情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年		2013 年
	收入占比	对毛利率影响百分点	收入占比	对毛利率影响百分点	收入占比	对毛利率影响百分点	收入占比
卫生陶瓷	56.95%	-0.34	58.16%	0.94	54.74%	-0.69	57.22%
五金洁具	15.30%	-0.15	15.81%	0.17	15.13%	0.37	13.66%
浴室柜	9.79%	0.23	9.11%	-0.36	10.30%	0.22	9.62%
陶瓷砖	9.65%	0.25	8.38%	-0.19	9.41%	0.25	8.09%
浴缸浴房	3.07%	-0.03	3.26%	-0.12	3.97%	-0.03	4.11%
其他	5.25%	-0.01	5.28%	-0.30	6.45%	-0.20	7.30%
合计	100.00%	-0.05	100.00%	0.13	100.00%	-0.07	100.00%

【注】本期影响毛利率百分点=（本期该类产品销售收入占比-上期该类产品销售收入占比）×本期该类产品毛利率。

发行人各产品的收入结构较为稳定，2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月收入结构分别影响公司综合毛利率-0.07、0.13 和-0.05 个百分点，收入结构变动对公司综合毛利率影响较小。

②各产品毛利率变动对综合毛利率的影响分析

报告期内，发行人各产品毛利率变动对综合毛利率的影响情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年		2013 年
	产品毛利率	对毛利率影响百分点	产品毛利率	对毛利率影响百分点	产品毛利率	对毛利率影响百分点	产品毛利率
卫生陶瓷	28.29%	0.44	27.54%	-0.08	27.69%	0.53	26.77%
五金洁具	28.54%	0.66	24.36%	-0.09	24.97%	0.90	18.38%
浴室柜	33.59%	0.27	30.64%	-0.21	32.66%	-0.12	33.87%
陶瓷砖	19.74%	0.11	18.42%	-0.07	19.12%	-0.21	21.68%
浴缸浴房	17.99%	0.02	17.42%	-0.18	22.04%	0.24	16.27%
其他	24.74%	-0.03	25.22%	0.12	23.34%	0.41	17.68%
合计	27.52%	1.47	26.10%	-0.51	26.48%	1.76	24.80%

【注】本期影响毛利率百分点=（本期该类产品毛利率-上期该类产品毛利率）×上期该类产品销售收入占比。

由上表可见，发行人 2014 年综合毛利率较 2013 年、2016 年 1-6 月综合毛利率较 2015 年均小幅度提高，均主要受公司卫生陶瓷和五金洁具产品毛利率提高影响。发行人产品种类较多，卫生陶瓷和五金洁具产品毛利率变动受各明细产品结构、定价策略、汇率波动、生产成本等因素综合影响。

2、公司主要产品毛利率变动分析

（1）卫生陶瓷毛利率变动分析

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司卫生陶瓷产品毛利率分别 26.77%、27.69%、27.54%和 28.29%，2015 年较 2014 年基本保持稳定，2014 年较 2013 年、2016 年 1-6 月较 2015 年均有小幅度提高。

2014 年卫生陶瓷产品毛利率为 27.69%，较 2013 年上升 0.92 个百分点，主要原因如下：

①工程渠道卫生陶瓷毛利率提高。2014 年公司加强深化与碧桂园等大型房地产企业合作，相应为其提供了部分附加值较高的高端产品，同时公司定价较高的省外工程项目销售占比有所提高，使得公司工程渠道销售卫生陶瓷的毛利率有所提高。

②国内经销渠道卫生陶瓷销售折扣降低。2014 年公司增加了以费用报销形式结算经销商补贴金额，以销售折扣方式结算的经销商补贴金额相应减少，境内经销产品的销售折扣率由 2013 年的 8.14%降低至 2014 年的 7.33%，一定程度拉高了卫生陶瓷产品毛利率。

2016 年 1-6 月卫生陶瓷产品毛利率为 28.29%，较 2015 年上升 0.75 个百分点，主要系汇率变动提高了外销卫生陶瓷产品价格所致。自 2015 年 9 月以来，人民币持续贬值，2016 年 1-6 月平均美元兑人民币汇率较 2015 年提高 4.95 个百分点，使得境外销售卫生陶瓷平均售价有所提高。受此影响，2016 年 1-6 月坐箱合包类、分体类、水箱类、柱盆类和台上盆类等以外销为主的卫生陶瓷产品毛利率均有所提高，带动 2016 年 1-6 月卫生陶瓷产品毛利率较 2015 年有所提高。

（2）五金洁具毛利率变动分析

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司五金洁具产品毛利率分别 18.38%、24.97%、24.36%和 28.54%，报告期内整体呈现上升趋势，2015 年毛利率较 2014 年基本保持稳定。

2014 年五金洁具类产品毛利率为 24.97%，较 2013 年上升 6.59 个百分点，主要原因为：2014 年，随着公司产品市场接受程度不断提高，公司加大高附加值五金洁具产品推广力度，高附加值水龙头和直管淋浴器销售占比均有所提高，如 2014 年新推出的 HDA0932M 型号、HDA0191M 型号等高档水龙头销售占比达到 14.04%；HDB088LY 等型号高附加值直管淋浴器占直管淋浴器类收入比例由 2013

年的 3.51%提高到 2014 年的 16.56%，同时 2014 年五金洁具主要原材料铜的采购价格持续下降，使得 2014 年五金洁具毛利率较 2013 年有所提高。

2016 年 1-6 月五金洁具类产品毛利率为 28.54%，较 2015 年上升 4.18 个百分点，主要原因为：2016 年原材料铜锭的价格继续走低，以铜为原材料的配件价格也随之下降，加之上游五金洁具原材料市场竞争加剧，公司议价能力增强，公司逐步向质量高和价格低的供应商集中采购，使得公司铜锭采购价格较 2015 年下降 10.46 个百分点，五金洁具产品多种配件的采购价格也有所降低，拉低了五金洁具产品的单位成本，带动五金洁具毛利率提高。

（3）浴室柜毛利率变动分析

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司浴室柜产品毛利率分别 33.87%、32.66%、30.64%和 33.59%，报告期内呈现小幅度波动态势，2014 年较 2013 年基本保持稳定，2015 年较 2014 年小幅度下降，2016 年 1-6 月有所回升。

2015 年浴室柜产品毛利率为 30.64%，较 2014 年下降 2.02 个百分点，主要原为：2015 年，为应对市场竞争，提高市场占有率，公司加大了浴室柜的降价促销力度，使得浴室柜的平均售价较上年下降 6.42 个百分点；2015 年浴室柜主要原材料楸木价格较上年下降 5.24 个百分点，加之浴室柜销售数量较上年增加 8.35%，规模效应显现，浴室柜平均成本下降 3.89 个百分点。由于浴室柜平均售价下降幅度大于单位成本下降幅度，2015 年浴室柜产品毛利率较 2014 年有所下降。

2016 年 1-6 月浴室柜产品毛利率为 33.59%，较 2015 年提高 2.95 个百分点，主要系受木材市场供需状况的影响，主要原材料楸木规格料和多层板的价格分别较上年下降 13.31%和 3.40%，使得浴室柜的单位成本有所降低所致。

（4）陶瓷砖毛利率变动分析

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司陶瓷砖产品毛利率分别 21.68%、19.12%、18.42%和 19.74%，2014 年陶瓷砖毛利率较 2013 年小幅度下降，2014 年-2016 年 6 月陶瓷砖毛利率基本保持稳定。

2014 年陶瓷砖产品毛利率为 19.12%，较 2013 年下降 2.56 个百分点，主要受抛光砖价格下降和内墙砖成本下降综合影响，其中抛光砖价格下降对陶瓷砖产品毛利率影响较大，具体如下：

①2014 年公司为扩大抛光砖销售规模，以较低价格向巴基斯坦、利比亚地区推广该类产品，导致 2014 年抛光砖平均售价较 2013 年有所下降，抛光砖毛利率

随之下降，使得陶瓷砖产品毛利率降低；

②公司内墙砖生产线在 2013 年完成改造，产量大幅度提高，使得 2014 年单个产品分摊的固定成本减少，单位成本随之下降。同时，公司内墙砖自产比例提高，由于公司自产成本低于外协产品成本，也在一定程度拉低了单位成本，2014 年内墙砖毛利率较 2013 年有所提高，一定程度拉高了陶瓷砖毛利率。

（5）浴缸浴房毛利率变动分析

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司浴缸浴房产品毛利率分别 16.27%、22.04%、17.42%和 17.99%，报告期内呈现小幅波动态势，2014 年浴缸浴房毛利率较 2013 年有所上升，2015 年浴缸浴房毛利率较 2014 年有所下降，2016 年 1-6 月较 2015 年基本保持稳定。

2014 年浴缸浴房产品毛利率为 22.04%，较 2013 年提高 5.77 个百分点，主要原因如下：

①产品结构变化影响。2014 年，公司为提高浴缸产品的品牌影响力，加大了高附加值浴缸的推广力度，使得该类产品销售占比上升，如 HD102、HD103 等型号高品质龙头浴缸销售比例有所提高，其毛利率高于普通龙头浴缸约 14%；2014 年，公司新推出的特殊型号定制裙边浴缸毛利率为 69.71%，远高于普通型号裙边浴缸，该型号裙边浴缸销售收入占比达到 9.38%。综上因素，龙头浴缸和裙边浴缸毛利率提高，拉高了浴缸浴房产品毛利率。

②简易淋浴房销售价格提高。2014 年，为提高简易淋浴房利润空间，公司减少了该产品销售折扣，各型号的简易淋浴房产品售价均较上年有不同程度的提高，使得 2014 年简易淋浴房毛利率较 2013 年提高 7.07 个百分点，简易淋浴房占浴缸浴房产品销售收入比例约为 16%，一定程度拉高了浴缸浴房产品毛利率。

2015 年浴缸浴房产品毛利率为 17.42%，较 2014 年下降 4.62 个百分点，主要原因如下：

①2015 年，为提升浴缸产品品质，公司优化部分龙头浴缸、按摩浴缸和船型浴缸产品结构和配置，加大树脂用量、升级水龙头等配件，使得原材料和配件成本有所上升，拉高了龙头浴缸、按摩浴缸、裙边浴缸的平均成本，上述三个类别浴缸毛利率均有所降低，使得浴缸浴房产品毛利率所有下降。

②为应对市场形势的变化，稳固简易淋浴房市场占有率，2015年公司加大简易淋浴房销售折扣力度，使得简易淋浴房平均售价有所下降，简易淋浴房毛利率

随之下降3.23个百分点，一定程度拉低了浴缸浴房产品毛利率。

3、毛利率计算依据

（1）收入的确认与相关成本费用归集和结转配比

①收入确认的原则和方法

收入确认的原则和方法请参见本招股说明书之“第十节 财务会计信息”之“四、主要会计政策和会计估计”之“（二）收入”。

②成本的归集、分配和结转

公司主要产品为卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房、浴室柜和陶瓷砖，各类产品成本费用的归集、分配与结转情况如下：

A、生产成本归集

a、直接材料，指构成产品实体的原料、主要材料以及有助于产品形成的辅助材料。公司原材料以实际成本入库，原材料生产领用出库时采用月末一次加权平均法计价，直接归集到生产成本。

b、直接人工，指直接从事生产的人员的职工薪酬，各月末，公司根据员工工资表金额在生产成本进行归集。

c、制造费用，指公司为生产产品而发生的各项间接费用，包括各生产部门为生产产品或提供服务而发生的非直接生产人员的职工薪酬、产品生产用固定资产或生产场地的折旧费、摊销费、租赁费、燃料费、水电费、修理费用等间接支出，根据发生金额在生产成本进行归集。

B、生产成本分配

各月末，公司编制产品成本计算表，将归集入生产成本的料工费按照完工产成品与自制半成品的定额成本权重进行分配，生产成本结转计入库存商品和自制半成品，再将产成品成本按照明细产品的定额成本权重分摊计入各明细产品成本。产成品和在产品的定额成本由生产部门根据实际各工序耗用料工费等情况综合制定，公司根据原材料、人工费用和制造费用变动情况，定期对定额成本进行调整。在生产成本归集的料工费具体分配方法如下：

各月末，直接原材料在产成品与在产品之间分配，计算公式如下：

分配率=（各月初在产品实际成本+当月实际发生的生产费用）/(各月完工产品当月定额成本合计+各月末在产品定额成本合计）

产成品实际成本=产成品当月定额成本合计*分配率

在产品实际成本=在产品当月定额成本合计*分配率

生产工人工资、制造费用分配方法与直接材料分配方法相同。

C、存货成本结转

公司利用用友 ERP 系统进行存货管理和核算，成本归集和分配到各产品后，在系统中记录产成品金额。公司按照销售订单安排存货出库、发运，每一笔销售收入均形成对应的产品清单，各月末，公司按照系统记录的出库情况，使用月末一次加权平均法计算出库存货成本金额，结转计入营业成本或发出商品。发出商品达到收入确认条件，确认收入时将发出商品结转计入营业成本。公司存货成本结转与收入确认相匹配。

（2）营业成本和期间费用中各项目构成与划分

公司在归集产品成本和期间费用时，严格按照“谁受益，谁承担”的原则，对发生的各项费用，如工资、社会保险费和住房公积金、折旧、办公费、差旅费、修理费等按发生部门进行清晰划分。

①成本费用归集按受益原则分部门划分如下：

成本费用项目	部门
生产成本	生产部门
管理费用	总经理办公室、法律部、财务部、人力资源部、信息技术部、设备部、供应部、供应链部、品管中心、研发中心、审计部
销售费用	国内营销中心、国际营销中心

②产品成本构成

产品成本构成范围包含原材料、人工、制造费用和燃料动力。各构成项目具体核算内容如下：

A、原材料：是指构成产品的主要材料及辅助材料等。公司原材料以实际成本入库，原材料生产领用出库时采用月末一次加权平均法计价，归集入生产成本；

B、人工费用：主要核算各生产部门直接从事生产的人员的职工薪酬；

C、制造费用：主要核算各生产部门为生产产品而发生的各项间接成本，如车间管理人员职工薪酬、折旧费、燃料动力费、修理费等；

③期间费用构成

期间费用是指销售费用、管理费用、财务费用。公司按照费用支出的经济性质设置核算项目，各期间费用项目具体核算内容如下：

A、销售费用项目：主要核算国内营销中心和国际营销中心的职工薪酬、办

公费、差旅费、运杂费、广告费、展览费、保险费、商检认证费、装修费、租赁费、安装费、电商服务费、经销商补贴以及其他与销售业务相关的费用；

B、管理费用项目：主要核算技术开发费、仓储费、环保排污费、保险费、商标专利费、认证费、无形资产摊销、长期待摊费用摊销、管理部门的职工薪酬、办公费、差旅费、交易应酬费、折旧费、装修费、费用性税金以及其他与管理相关的费用；

C、财务费用项目：主要核算利息支出、利息收入、银行手续费、汇兑损益等费用。

4、按销售地区和销售渠道分析毛利率差异

（1）公司分地区毛利率情况

报告期内，公司境内和境外的毛利率变化情况如下：

地区	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
境内	28.08%	27.27%	27.39%	23.84%
境外	26.72%	24.04%	24.55%	26.59%

境内外市场的竞争环境、定价策略、产品销售结构均有所不同，同时境外产品销售价格还受汇率波动的影响，使得境内外销售产品的毛利率存在一定的差导。由上表可见，报告期内公司境内和境外销售的毛利率不存在显著差异。

（2）公司分销售渠道毛利率情况

报告期内，公司分销售渠道的毛利率变化情况如下：

销售模式		2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
经销	境内	25.27%	24.23%	24.66%	22.13%
	境外	26.72%	24.04%	24.55%	26.59%
直销	工程	42.46%	38.48%	39.71%	31.05%
	展厅零售	44.17%	41.25%	38.11%	32.64%
	网络销售	43.97%	44.81%	44.61%	43.93%
	其他	17.33%	12.02%	15.64%	11.41%

报告期内，公司经销渠道的毛利率显著低于工程、网络销售和展厅零售，主要原因为：①工程渠道销售和网络销售的运输和售后服务费用由公司负责，因此公司定价相对较高；②公司工程渠道销售、网络销售和展厅零售均直接面向终端客户，经销渠道销售增加了中间流转环节，公司需向经销商让渡部分利润空间，导致经销商渠道销售定价低于工程渠道销售、网络销售和展厅零售。

5、公司毛利率与同行业可比公司比较分析

公司产品主要包括卫生洁具和陶瓷砖，其中卫生洁具包括卫生陶瓷、五金洁具、浴缸浴房和浴室柜，陶瓷砖包括内墙砖、抛光砖和仿古砖。

公司选择与公司业务、产品领域相似的上市公司进行对比。东陶集团、和成股份、航标控股和帝王洁具收入主要来源于卫生洁具；海鸥卫浴主要产品为五金洁具及配件；四通股份主要生产销售日用陶瓷、卫生陶瓷和艺术陶瓷，卫生陶瓷收入占比约为20%；东鹏控股（已退市）主要生产销售陶瓷砖和卫浴产品，陶瓷砖为其主要收入来源；上述企业和公司具备一定的可比性。

最近三年，公司综合毛利率与可比公司对比如下：

公司名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
东陶集团	38.09%	38.06%	38.25%
和成股份	28.11%	27.02%	27.87%
海鸥卫浴	20.81%	24.75%	22.70%
帝王洁具	31.85%	31.88%	31.60%
航标控股	39.87%	43.53%	46.79%
东鹏控股	39.08%	38.47%	37.07%
四通股份	27.27%	26.17%	26.31%
行业平均值	32.15%	32.84%	32.94%
惠达股份	26.10%	26.48%	24.80%

报告期内，公司综合毛利率低于同行业平均水平。其中，东陶集团以高端品牌为主；东鹏控股的陶瓷砖销售规模较大、品牌知名度较高；航标控股注重产品设计，定价较高，该等公司毛利率维持较高水平。除东陶集团、东鹏控股和航标控股外，公司与其他可比公司毛利率水平较为接近，公司综合毛利率水平基本合理，与可比公司不存在显著差异。

最近三年，公司分产品类别与可比上市公司对应产品毛利率对比情况如下：

（1）卫生陶瓷产品

公司卫生陶瓷毛利率与可比上市公司毛利率对比如下：

公司名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
四通股份	21.80%	20.02%	21.63%
航标控股	39.87%	43.53%	46.79%
东鹏控股	22.96%	26.57%	26.81%
帝王洁具	29.02%	28.69%	26.56%
行业平均值	28.41%	29.70%	30.45%
惠达股份	27.54%	27.69%	26.77%

【注】由于东陶集团和和成股份分别在东京和台湾交易所上市，其公开文件中未披露卫

生陶瓷产品的毛利率，因此未选取这两家公司卫生陶瓷毛利率进行对比。

从上表可以看出，除航标控股卫生陶瓷的毛利率远高于行业平均水平，公司与其他可比公司卫生陶瓷的毛利率水平较为接近，公司卫生陶瓷毛利率与行业平均值不存在显著差异。

（2）五金洁具产品

公司五金洁具毛利率与可比上市公司毛利率对比如下：

公司名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
海鸥卫浴	20.92%	26.60%	23.81%
惠达股份	24.36%	24.97%	18.38%

海鸥卫浴主要为境外客户提供 OEM 五金洁具及配件，公司主要向境内经销客户和工程客户提供五金洁具产品，面对的市场和客户均有所不同，因此公司与海鸥卫浴五金洁具的毛利率可比性较差。其中，公司 2013 年五金洁具毛利率显著低于海鸥卫浴，主要系公司为提高境内市场占有率，公司在 2013 年采取了适当低价推广策略，导致五金洁具毛利率较低所致。

（3）浴室柜产品

公司浴室柜毛利率与可比上市公司毛利率对比如下：

公司名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
帝王洁具	37.22%	40.35%	38.20%
惠达股份	32.17%	30.64%	32.66%

报告期内，公司浴室柜毛利率显著低于帝王洁具，主要原因为：帝王洁具生产销售的浴室柜类产品一般由柜体、亚克力面盆和水龙头等组成，公司浴室柜类产品仅包括浴室柜单品和浴室镜等，不含柜盆及水龙头，由于柜盆类产品的毛利率较高，报告期内平均为 50%左右，导致公司浴室柜毛利率显著低于帝王洁具。

（4）陶瓷砖产品

公司陶瓷砖毛利率与可比上市公司毛利率对比如下：

公司名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
东鹏控股	41.86%	40.41%	38.25%
惠达股份	18.42%	19.12%	21.68%

报告期内，公司陶瓷砖毛利率显著低于可比上市公司对应产品，主要原因为：①公司陶瓷砖产能不足，报告期内外协加工比例超过 60%，产品成本高于可比上市公司；②公司陶瓷砖销售规模较小，东鹏控股收入主要来源于陶瓷砖，其陶瓷

砖品牌知名度较高，定价能力较强，公司陶瓷砖销售定价低于东鹏控股。

（5）浴缸浴房产品

公司浴缸浴房毛利率与可比上市公司毛利率对比如下：

产品名称	公司名称	2015 年度	2014 年度	2013 年度
浴缸	帝王洁具	36.67%	40.10%	37.85%
	惠达股份	18.98%	25.37%	20.92%
淋浴房	帝王洁具	22.88%	25.75%	27.62%
	惠达股份	15.34%	19.37%	12.33%

报告期内，公司浴缸毛利率显著低于帝王洁具，主要原因为：①公司生产浴缸使用的原材料亚克力板和复合板为对外采购，帝王洁具浴缸的主要原材料亚克力板为自行生产，公司的原材料成本较高；②公司浴缸产品品种丰富，能够满足不同客户需求，帝王洁具浴缸产品品种较少，主要集中在售价较高的中高端浴缸，公司浴缸平均售价低于帝王洁具。

报告期内，公司淋浴房毛利率显著低于帝王洁具，主要原因为：公司的主力产品为简易淋浴房，为保持市场竞争力，维持适当低价策略；帝王洁具淋浴房主要定位于具备一定消费能力的客户，其定价、成本和毛利率较高。公司淋浴房与可比公司市场定位和定价策略不同，导致公司淋浴房毛利率显著低于帝王洁具。

（四）期间费用分析

报告期内，期间费用金额及其占营业收入比例的情况如下所示：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
销售费用	7,430.99	7.05	16,489.83	7.39	13,574.07	6.48	9,669.81	5.21
管理费用	10,497.75	9.96	20,429.49	9.15	19,540.90	9.34	19,789.20	10.66
财务费用	1,370.08	1.30	1,808.62	0.81	2,379.10	1.14	2,554.95	1.38
合计	**19,298.81**	**18.31**	**38,727.94**	**17.35**	**35,494.07**	**16.96**	**32,013.96**	**17.25**

由上表可见，在营业收入持续增长的同时，公司对各项费用的支出进行了有效管控，期间费用总额呈现增长趋势，占营业收入的比重基本稳定。

1、销售费用

公司的销售费用主要由广告费、职工薪酬、运杂费、经销商补贴等构成。2013年度、2014年度、2015年度、2016年1-6月，公司销售费用为9,669.81万元、13,574.07万元、16,489.83万元、7,430.99万元。报告期内，公司销售费用呈现较快的增长

态势，主要系公司为应对日益加剧的行业竞争与进一步刺激公司销售业绩提高了相关费用的投入，其中广告费、职工薪酬、运杂费和经销商补贴等费用增长较快。

报告期内，公司销售费用明细如下所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
广告费	1,328.93	2,880.89	2,267.30	2,149.43
展览费	210.60	529.67	405.09	623.06
保险费	119.85	184.42	225.37	227.28
差旅费	336.99	676.86	528.38	469.03
职工薪酬	1,585.91	2,872.89	2,404.32	2,064.35
运杂费	2,367.21	5,311.91	4,066.39	3,257.16
商检、认证费	14.34	26.27	78.10	77.59
办公费	312.45	268.21	266.31	206.96
装修费	125.17	282.01	223.20	102.23
安装费	28.30	10.64	34.22	86.37
租赁费	62.49	127.61	194.94	26.19
电商服务费	178.00	308.64	226.23	231.46
经销商补贴	718.08	2,684.48	2,546.24	113.46
其他	42.67	325.33	107.98	35.24
合计	**7,430.99**	**16,489.83**	**13,574.07**	**9,669.81**

2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，公司销售费用为 9,669.81 万元、13,574.07 万元、16,489.83 万元和 7,430.99 万元。公司销售费用主要由广告费、职工薪酬、运杂费和经销商补贴等费用构成。报告期内公司销售费用逐年上升，主要原因如下：

（1）广告费

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	与主营业务收入比例	2015 年度	与主营业务收入比例	2014 年度	与主营业务收入比例	2013 年度	与主营业务收入比例
广告费	1,328.93	1.26%	2,880.89	1.30%	2,267.30	1.09%	2,149.43	1.17%

卫浴产品属于家庭耐用消费品，消费者格外关注不同品牌之间的影响力和美誉度。报告期内，随着公司品牌知名度不断提高，公司更加注重打造品牌特色，提升消费者品牌认可度。公司不断升级广告宣传策略，逐渐由建材市场、展销会户外广告向多渠道、多平台、多种类广告组合宣传转变，现在公司广告已全面覆

盖户外、杂志、电视、网站等多种渠道。与此同时，公司广告宣传策略由以往的主打品牌宣传逐渐演变为针对不同消费群体的“品牌+产品”搭配宣传。随着广告宣传渠道的逐步丰富和具有针对性的“品牌+产品”宣传策略的落地实施，公司近年来主推的产品市场份额快速提高，销售规模亦相应迅速增长。

随着公司实施更丰富和精细的广告宣传方案，公司在电视广告、高铁广告、广告设计方面支出不断提高。公司2014年广告费较2013年增长5.48%，新增广告费用主要来自于四川分时广告传媒有限公司户外广告费453.40万元；公司2015年广告费较2014年增长27.06%，与主营业务比例上升至1.30%，其主要系公司为推广智能卫浴产品，加大了在央视和高铁的广告宣传力度。2015年新增广告费主要来自北京盛和传媒广告有限公司全国高铁投放费816万元；2016年1-6月，广告费与主营业务比例为1.26%，较上年度略有降低，主要系公司春节前后广告投放较少，一般会在下半年旺季集中向市场投放广告，并且本年度在央视的广告从8月份开始播放。随着下半年部分广告的集中投放和在央视的广告正式播放，广告费与主营业务比例将会有所上升。

（2）职工薪酬

项目	2016 年 1-6 月	与营业收入比例	2015 年度	与营业收入比例	2014 年度	与营业收入比例	2013 年度	与营业收入比例
职工薪酬	1,585.91	1.51%	2,872.89	1.29%	2,404.32	1.15%	2,064.35	1.11%

根据公司销售制度，销售人员的职工薪酬与其销售业绩直接挂钩。为保障公司的销售业绩，公司近年来逐步组建更加专业的销售团队并提升销售人员激励措施。报告期内，公司销售人员数量稳定在 350 人左右，没有明显的波动。随着现有销售人员的基本素质普遍强化和专业化销售团队的更新换代，销售人员基础工资水平普遍提升。2013 年度销售人员平均基础工资约为 4,700 元，截至 2016 年 6 月销售人员平均基础工资已提高至 5,600 元，涨幅约为 19%。与此同时，随着报告期内公司产品销售收入的持续增加，销售人员奖金提成亦相应提高。综上因素，2014 年和 2015 年销售人员职工薪酬分别较上年增长了 16.47%和 19.49%，与主营业务比例分别为 1.15%和 1.29%。

（3）运杂费

公司的运杂费包括运输费、港杂费和报关费。根据公司与客户的合同约定，公司部分工程客户的销售需要负责将货物运抵施工项目地点；公司对海外经销客

户的销售需要负责将货物运送到出海港口。所以，运输费主要包括两部分：公司工程渠道销售将产品运送至客户要求地点的运输费用；公司境外经销销售将产品运送至出关港口的运输费用。港杂费为公司境外销售将产品运送至港口后装船前的保管费用、搬运费用等。报关费为公司向海关提交出口材料发生的相关费用。报告期内，公司运杂费明细组成如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
运输费	1,727.03	3,664.28	2,746.87	2,009.58
港杂费	636.45	1,592.67	1,288.84	1,212.16
报关费	3.73	54.97	30.68	35.42
合计	**2,367.21**	**5,311.91**	**4,066.39**	**3,257.16**

①运输费的变动分析

报告期内，公司运输费与境外销售、工程销售的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
运输费（a）	1,727.03	3,664.28	2,746.87	2,009.58
境外销售收入（b）	36,302.64	80,317.84	66,438.88	63,693.13
工程销售收入[注]（c）	7,981.38	19,761.20	17,291.65	21,150.98
其中：唐山市内工程销售	629.52	2,343.41	3,212.90	5,721.08
唐山市外工程销售	7,351.86	17,417.79	14,078.75	15,429.90
工程销售收入与境外销售收入合计（d=b+c）	44,284.02	100,079.04	83,730.53	84,844.11
运输费与相对应销售收入的比例（a/d）	3.90%	3.66%	3.28%	2.37%

【注】由于碧桂园广东省内工程较多，为提升效率，公司将该等工程销售的运输交由当地经销商负责，公司通过补贴方式支付给经销商，上表中工程销售收入不含碧桂园广东省工程销售收入。

从上表所示，报告期内，公司运输费用上升较快，与境外及工程销售合计收入的比例亦不断提高，主要原因如下：

公司境外销售主要通过天津、深圳的港口出口，境外销售的运输费用高于唐山市内工程销售运输费用。报告期内，境外销售规模不断提升带动运输费亦相应增加。与此同时，随着公司全国销售的展开，唐山市外工程销售收入占工程收入比例大幅提高，远程工程客户的运费亦增长较快。上述销售结构的变化导致报告期内运输费用与收入的比例有所提升。除此之外，随着与碧桂园的合作持续加深，其工程项目经常需要单独运输样品间所需的少量样品，该类散件运输的费用明显

高于整车运输，也导致整体运输费用及与营业收入比例均略有增加。

②港杂费和报关费的变动分析

报告期内，公司港杂费和报关费与境外销售匹配情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
港杂费	636.45	1,592.67	1,288.84	1,212.16
报关费	3.64	54.97	30.68	35.42
港杂费和报关费合计	640.10	1,647.64	1,319.52	1,247.58
境外销售收入	36,302.64	80,317.84	66,438.88	63,693.13
港杂费和报关费合计金额/境外销售收入	1.76%	2.05%	1.99%	1.96%

由上表所示，公司港杂费和报关费与境外销售收入的变动趋势基本一致，港杂费和报关费合计金额占境外销售收入的比例较为稳定。2016 年 1-6 月报关费大幅度下降，主要因为全国海关总署响应国务院降低实体经济企业成本的号召，降低企业货物通关成本，由原先的委托报关行报关变更为企业自主报关。因此，公司 2016 年除委托报关行加急报关产生的费用外不再产生其他报关费用。

③运杂费核算的内容、归集方法

公司的运杂费核算内容包括运输费、港杂费和报关费。其中，运输费主要包括两部分：公司工程渠道销售将产品运送至客户要求地点的运输费用；公司境外经销销售将产品运送至出关港口的运输费用。港杂费为公司境外销售将产品运送至港口后装船前的保管费用、搬运费用等。报关费为公司向海关提交出口材料发生的相关费用。

公司的运输劳务均由第三方运输公司提供，因此产生的运输费用，公司按照运输订单进行归集，具体归集流程如下：

因销售产生运输需求时，销售部门联系运输公司装运，运输公司将货物运送至指定地点或港口并向公司销售部门反馈验收单据，由销售部门确认运输完成，并通知运输公司结算。销售部门按订单归集运输费用后，汇总运输验收单据和运输公司开具的发票，定期提交财务部门结算。财务部门确认验收单据和发票无误后付款，并根据相应单据和发票为凭证，验收时间为时点进行账务处理。

公司对海外经销客户的销售需缴纳港杂费与报关费。公司按照境外销售批次对港杂费和报关费进行归集。公司销售部门负责联系出口代理公司和报关行提供相应的港口服务和报关服务，完成某批次装船后，出口代理公司和报关行将提供

港口服务单据和海关确认单据反馈至销售部门，销售部门确认后由出口代理公司和报关行开具发票。销售部门按批次归集港杂费和报关费后，汇总服务单据和发票后定期提交财务部门结算。财务部门确认单据和发票无误后付款，并根据相应单据和发票为凭证，发票开具时间为时点进行账务处理。

（4）经销商补贴

报告期内，公司计入销售费用的经销商补贴主要包括广告费补贴和工程项目返点，其具体构成如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
广告费补贴	219.72	997.28	2,106.31	93.73
工程项目返点	498.36	1,687.20	439.93	19.73
合计	**718.08**	**2,684.48**	**2,546.24**	**113.46**

广告费补贴和工程项目返点金额波动较大，主要原因为：公司结算经销商补贴主要通过销售折扣和费用报销两种方式，该两种方式的会计处理方法不同，一部分经销商补贴通过销售折扣后的收入和成本反映，而另一部分通过“销售费用-经销商补贴”科目反映。报告期内广告费补贴及工程项目返点通过上述两种形式结算的比例存在较大波动，因此各年计入“销售费用-经销商补贴”的金额存在较大差异。若将销售折扣与费用报销形式综合考虑，公司报告期内实际发生的广告费补贴和工程项目返点金额如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
广告费补贴	730.40	2,641.32	2,989.19	1,766.26
工程项目返点	580.14	1,807.85	498.46	159.28
合计	**1,310.54**	**4,449.17**	**3,487.65**	**1,925.54**

2014 年经销商广告费补贴较 2013 年增长 1,222.93 万元，增幅为 69.24%，主要原因为：①经历了 2013 年的低谷后，2014 年卫生洁具市场情况好转，经销商对未来市场持续向好的信心提升，在广告宣传方面加大投入的意愿增强，公司也相应地在广告费补贴方面为其提供了全面的支持；②公司在市场向好的情况下全面加大了市场投入和品牌建设的力度，系统性地组织各地经销商推出了“百城户外”品牌宣传计划，有效地提升了公司品牌形象，同时公司承担了经销商在“百城户外”活动中 60%以上的广告宣传费用支出。综合以上因素，公司 2014 年的广告费补贴出现大幅增长。2016 年 1-6 月，经销商广告补贴较低主要系春节前后广告

投放较少，公司主要销售旺季在下半年，相应下半年的广告投入较大，因此上半年广告费补贴相对较低。

公司工程项目返点主要包括碧桂园和一般工程项目产生的返点费用。2015年公司工程项目返点金额较2013和2014年增长较大，主要原因为：公司与碧桂园合作逐渐深化，2013年-2015年公司对碧桂园的销售收入分别为4,015.65万元、11,873.60万元和18,959.90万元，相应碧桂园的工程回款2015年增长较大。根据公司与经销商的约定，公司按每年碧桂园工程回款金额作为计算基数给予经销商工程项目返点，因此碧桂园工程项目产生的工程项目返点金额大幅增长。

（5）电商服务费

公司电商服务费为网络销售平台向公司收取的网络销售服务费用。公司目前拥有天猫旗舰店、京东商城旗舰店以及搜房网和新浪商城的网店，公司电商服务费主要为支付天猫和支付宝的销售服务费。

公司按照各网络平台归集电商服务费。公司在网络平台上接受订单后进行发货，客户在网络平台点击确认收到货物后，网络平台将扣除电商服务费后的净额定期支付给公司，并向公司开具发票，网络销售部门确认各网络平台费用无误后，将销售单据和发票提交财务部门，财务部门审核后入账。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用明细如下所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
职工薪酬	2,437.62	4,856.24	4,741.75	4,705.17
折旧费	572.02	1,191.63	1,342.44	1,384.07
办公费	194.31	378.05	513.31	525.25
差旅费	47.49	80.90	116.84	92.03
交际应酬费	134.96	238.30	269.51	310.99
税金	925.87	1,812.95	1,836.33	1,670.12
保险费	941.14	1,093.85	950.79	799.91
无形资产摊销	292.84	553.51	519.41	525.38
检测费	33.49	83.92	53.73	66.71
咨询费	70.54	65.74	98.92	177.46
环保排污费	25.84	111.21	88.17	80.53
商标专利费	27.48	127.74	46.77	57.26
技术开发费	3,452.10	7,178.61	6,705.81	5,914.31
认证费	4.49	21.42	27.81	28.14

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
仓储费	841.92	1,696.18	1,414.71	1,118.41
股份支付	0.00	-	-	1,897.15
租赁费	60.40	84.70	138.86	54.34
长期待摊费用摊销	9.16	24.94	24.94	20.79
装修费	105.47	246.97	195.65	-
其他费用	320.63	582.63	455.15	361.20
合计	**10,497.75**	**20,429.49**	**19,540.90**	**19,789.20**

公司的管理费用主要是职工薪酬、折旧费、税金、保险费、技术开发费和仓储费。2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，公司管理费用占营业收入的比例分别为 10.66%、9.34%、9.15%和 9.96%，总体保持平稳。

总体来说，公司管理费用的增长与其业务规模的发展相匹配。在公司业务收入持续增长的过程中，公司管理费用的增长得到了有效控制，其中技术开发费的持续投入有效地保证了公司的可持续发展，增强了公司的核心竞争力。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用明细如下所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2015 年度	2013 年度
利息支出	1,452.04	3,120.51	3,194.31	3,061.45
减：利息收入	156.34	284.42	287.86	136.56
汇兑损益	10.55	-1,136.29	-713.57	-526.44
银行手续费	63.82	108.82	186.22	156.50
合计	**1,370.08**	**1,808.62**	**2,379.10**	**2,554.95**

公司的财务费用主要是利息支出。利息收入和汇兑损益一定程度上冲减了财务费用。2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，财务费用占营业收入的比例分别为 1.38%、1.14%、0.81%和 1.30%，总体保持稳定。

4、公司期间费用率与同行业可比公司比较分析

报告期内，公司与可比上市公司的期间费用率比较如下表：

项目	公司简称	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
销售费用率（%）	东陶集团	-	-	-	-
	和成股份	16.08	16.98	15.82	15.96
	海鸥卫浴	3.03	2.90	5.47	4.92
	帝王洁具	15.74	14.20	16.05	12.55
	航标控股	11.14	13.96	9.64	8.22

	东鹏控股	-	15.09	12.99	12.59
	四通股份	4.30	4.82	5.26	4.52
	算术平均值	10.06	11.33	10.87	9.79
	惠达股份	7.05	7.39	6.48	5.21
管理费用率（%）	东陶集团	-	-	-	-
	和成股份	8.95	8.39	8.82	9.30
	海鸥卫浴	13.24	13.26	13.70	12.24
	帝王洁具	8.86	7.45	5.88	6.13
	航标控股	13.20	9.12	7.95	7.60
	东鹏控股	-	6.81	7.22	6.39
	四通股份	10.94	10.60	8.66	9.34
	算术平均值	11.04	9.27	8.71	8.50
	惠达股份	9.96	9.15	9.34	10.66
财务费用率（%）	东陶集团	0.03	0.02	0.02	0.03
	和成股份	1.37	1.31	1.33	1.44
	海鸥卫浴	-0.85	0.24	1.79	2.28
	帝王洁具	-0.47	-0.06	-0.11	-0.11
	航标控股	12.08	2.80	2.05	1.54
	东鹏控股	-	0.54	0.92	1.13
	四通股份	-2.77	-1.53	0.51	1.55
	算术平均值	1.57	0.47	0.93	1.12
	惠达股份	1.30	0.81	1.14	1.38

【注】上表数据均来自于各上市公司公布的年报和中报；因东陶集团公布的报告中，销售费用和管理费用没有分列，故未单独比较销售费用率和管理费用率。因东陶集团的财务年度为每年的4月1日至次年的3月31日，故上表中东陶集团年度数据依据其财务年度数据。上述上市公司数据中，东陶集团公布2016年半年报，故用2016年4-6月的数据计算相关指标。东鹏控股于2016年已退市，故2016年半年报数据空缺。

本公司的管理费用率、财务费用率均与行业平均值基本一致，无明显差异。本公司的销售费用率处于行业中间水平，比行业平均值略低。主要原因是公司宣传策略以口碑宣传为主，广告投入略低于和成股份、帝王洁具、航标控股、东鹏控股等公司。此外，公司部分地区宣传工作由经销商代为承担，此类广告费用部分通过销售折扣方式兑现，未计入销售费用，间接导致公司销售费用率偏低。

（五）资产减值损失

报告期内，公司资产减值情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
坏账损失	-123.90	686.85	393.75	762.43

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
存货跌价损失	446.61	823.76	308.04	282.08
固定资产减值损失	-	-	176.78	-
合计	**322.71**	**1,510.61**	**878.56**	**1,044.52**

（六）公允价值变动损益

报告期内，公司在出口贸易中采取的主要结算货币为美元和欧元。公司为了减少汇率波动的影响，进行了外汇衍生产品交易，在一定程度上减少了汇率波动给公司带来的不利影响。2013年度、2014年度、2015年度和2016年1-6月，公司未到期的远期汇率协议产生了公允价值变动损益分别为547.53万元、-618.90万元、71.37万元和-303.70万元。

1、公司开展外汇衍生产品交易的背景

随着经济全球化的不断发展，国际间的进出口贸易与日俱增。中国作为全球第二大经济体，特别是在加入世贸组织后，中国企业的进出口业务不断增多，外币结算较为频繁，汇率的波动对中国企业进出口的利润产生比较大的影响，进出口企业面临外汇汇率波动的风险。

目前，国际外汇市场波动剧烈，给外向型企业的经营带来了很大的不确定性。因此，开展远期结售汇或外汇掉期业务，加强企业的外汇风险管控，成为对外企业稳定经营的迫切需求。

2、公司开展外汇衍生产品交易的必要性

目前国内与国外的商品贸易往来日趋频繁，由于汇率变动是经常性的，因此时间越长汇率变动所带来的风险也越大。进出口商从签订买卖合同到交货、付款往往需要较长时间，因此导致的因汇率变动而遭受损失的可能性也将越大。进出口企业可以通过远期外汇合同，将国际贸易和国际金融上的外汇成本或收益固定下来，有效避免或减少外汇风险造成的损失。

公司的出口业务占比较大，报告期内占营业收入的比重均达到30%以上，公司外币结算业务频繁，境外销售主要以美元和欧元结算。近年来，受国际政治、经济等因素影响，汇率和利率震荡幅度不断加大，外汇市场风险显著增加。为了规避外汇市场风险，防范汇率大幅波动对公司生产经营、成本控制造成不良影响，公司开展了以锁定未来时点的交易成本或收益为目的的外汇远期结售汇业务。

3、公司外汇衍生产品交易的具体内容

公司所开展的外汇衍生产品交易为远期结售汇交易，远期结售汇是经中国人民银行批准的外汇避险金融产品。其交易原理是与银行签订远期结售汇合约，约定将来办理结汇或售汇的外汇币种、金额、汇率和期限，在到期日外汇收入或支出发生时，再按照该远期结售汇合同约定的币种、金额、汇率办理结汇或售汇业务，从而锁定当期结售汇成本。

4、公司外汇衍生产品交易相关参数的选择和确定依据

公司外汇衍生产品交易中的主要参数包括到期日、美元金额以及交割汇率。银行远期结售汇产品支持各类币种和各类期限，公司综合考虑自身经营需求，判断未来一段时间内可收回的需要进行远期结售汇的外汇金额，与银行协商决定远期结售汇的到期日和美元金额。远期结售汇合同中的交割汇率主要采用国际市场远期外汇交易的计算方法，取决于即期汇率、美元与人民币的利率以及交割期限的长短等因素，公司可与银行进行协商以获取对自身最有利的交割汇率。

5、外汇衍生产品交易的会计处理方法

根据《企业会计准则第22号-金融工具确认和计量》，远期结售汇合同符合交易性金融资产确认的条件，应作为交易性金融资产进行确认和计量。远期结售汇交易在各个时点的会计核算方法如下：

（1）合同日

企业在签订远期结售汇合同后，只需支付一定比例的保证金（缴纳保证金比例根据与不同银行签订的具体协议确定），不需付出其他资金成本。因此，远期结售汇合同在初始签订时，不作任何会计处理。

（2）资产负债表日

在每个资产负债表日，公司对未到期交割的远期外汇合约，按照资产负债表日的远期外汇汇率（资产负债表日至交割日的剩余月份的远期合约汇率）与合同约定的外汇合约汇率的差异，计入公允价值变动损益和交易性金融资产或交易性金融负债。具体会计处理如下：

借：交易性金融资产-远期结售汇合同-公允价值变动

贷：公允价值变动损益-远期结售汇合同

或者

借：公允价值变动损益-远期结售汇合同

贷：交易性金融负债-远期结售汇合同-公允价值变动

（3）交割日

在合约交割日结算的收益或亏损，即合约交割日当日的即时外汇结汇汇率与远期结售汇合约约定的汇率导致的损益变动，计入财务费用，已确认的公允价值变动损益同时转出。具体会计处理如下：

借：银行存款-人民币

财务费用-汇兑损失/财务费用-汇兑收益（红字）

贷：银行存款-美元

借：公允价值变动损益-远期结售汇合同

贷：交易性金融资产-远期结售汇合同-公允价值变动

6、公司为控制外汇衍生品交易的风险，拥有的人力资源及相应的内控制度

（1）外汇衍生产品的风险分析

公司开展的外汇远期结售汇业务遵循锁定汇率风险的原则，不做投机性和套利性的交易操作，但远期结售汇业务依然存在如下风险：

①内部控制风险：远期结售汇交易属于外汇衍生品交易，专业性较强，复杂程度高，可能会由于实际执行人员缺乏专业判断以及内控制度的不完善造成风险。

②客户违约风险：客户应收账款发生逾期，货款无法在预测的回款期内收回，会造成远期结汇无法按期交割导致公司损失。

③回款预测风险：公司业务部根据客户订单和预计订单进行回款预测，实际执行过程中，客户可能调整自身订单和预测，造成公司回款预测不准确，导致远期结汇延期交割风险。

（2）相关责任部门及责任人

财务总监是公司远期结售汇业务的日常管理人员，负责公司远期结售汇业务的日常运作和管理，行使相关职责：①负责对公司从事远期结售汇业务交易进行监督管理；②负责审议远期结售汇业务的交易方案，根据交易金额，提交总经理、董事会或股东大会审批；③负责交易风险的应急处理。

财务部为远期结售汇业务的经办部门，负责远期结售汇业务交易方案制订、资金筹集、业务操作及日常联系与管理，在出现重大风险或可能出现重大风险时，及时向财务总监提交分析报告和解决方案，同时向公司董事会秘书报告。财务总监为责任人。

审计部负责审查和监督远期结售汇业务的实际运作情况，包括资金使用情况、盈亏情况、会计核算情况、制度执行情况、信息披露情况等。审计部负责人为责任人。

参与公司远期结售汇业务的所有人员已充分理解远期结售汇交易的风险，严格按照相关制度进行业务操作。相关人员及合作的金融机构须遵守公司的保密制度，未经允许不得泄露公司的远期结售汇业务交易方案、交易情况、结算情况、资金状况等与公司远期结售汇业务有关的信息。

（3）公司采取的风险控制措施

①公司已制定《远期结售汇管理制度》，对远期结售汇业务的操作原则、审批权限、责任部门及责任人、内部操作流程、信息隔离措施、内部风险报告制度及风险处理程序、信息披露等作了明确规定。公司将严格按照相关规定的要求及董事会或股东大会批准的远期结售汇业务交易额度，控制交易风险。

②公司将采用银行远期结汇汇率向客户报价，以便确定订单后公司能够对客户报价汇率进行锁定；当汇率发生大幅波动，如果远期结汇汇率已经远低于对客户报价汇率，公司将提出要求，与客户协商调整价格。

③为防止出现远期结汇延期交割的情况，公司将进一步严格应收账款的管理，积极催收应收账款，避免出现应收账款逾期的现象。

④公司远期结售汇业务须严格按照公司的外币收款预测进行，远期结售汇业务额度不得超过实际进出口业务外汇收支总额，将公司可能面临的风险控制在可承受的范围内。

（七）投资收益

报告期内，公司投资收益如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
权益法核算的长期股权投资收益	-563.65	-4,147.99	1,330.37	1,796.99
处置长期股权投资产生投资收益	-	-		-
合计	**-563.65**	**-4,147.99**	**1,330.37**	**1,796.99**

报告期内，权益法核算下长期股权投资收益明细如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
达丰焦化	-579.21	-4,164.54	1,247.05	1,751.35

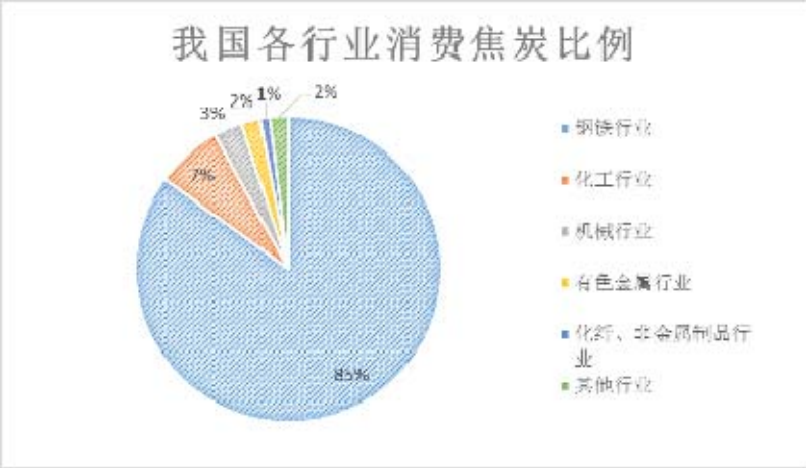
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
冀东天然气	29.10	41.54	102.95	45.65
HUIDA Malaysia	-13.54	-24.99	-19.64	-
合计	**-563.65**	**-4,147.99**	**1,330.37**	**1,796.99**

2015 年度，公司确认投资损失 4,147.99 万元，主要原因是按《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》的规定，公司对参股公司达丰焦化、冀东天然气和 Huida（Mas）采用权益法进行后续计量，并确认对上述企业的投资损益。其中，2015 年确认的参股公司达丰焦化的投资损失金额较大，主要原因为受下游钢铁行业不景气的影响，国内焦炭市场持续呈下滑趋势，焦炭及相关化工产品价格持续下跌，达丰焦化受行业下行影响，2015 年经营业绩大幅下滑，公司相应确认对其投资损失 4,164.54 万元。公司对达丰焦化未来的经营情况分析如下：

1、煤焦化行业分析

以煤炭为原料的相关化工产业被统称为煤化工行业。煤化工按不同的工艺路线可以分为煤焦化（热解）、煤气化和煤液化。达丰焦化的主营业务为生产及销售焦炭、焦油、硫磺、硫铵、粗苯和煤气，属于煤焦化行业。

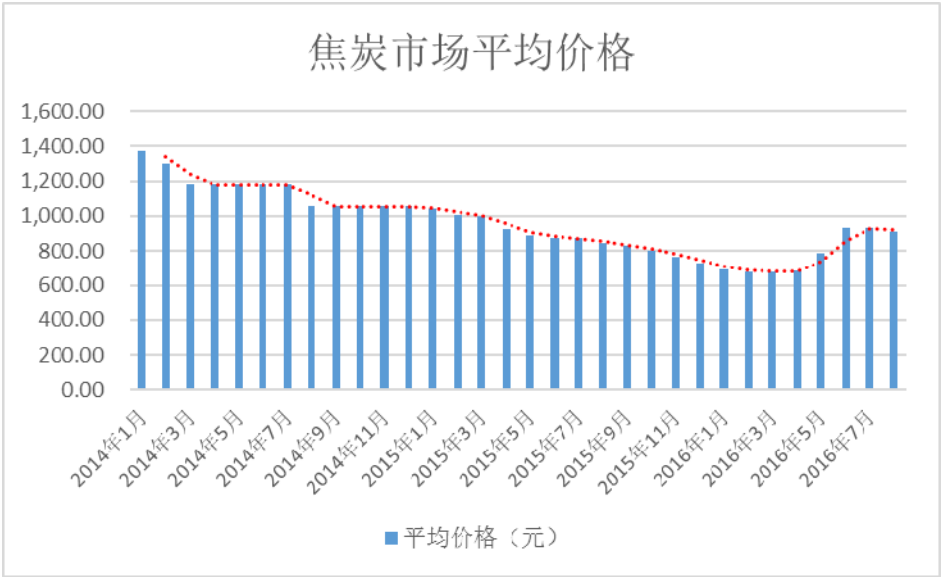
钢铁行业是煤焦化行业主产品焦炭的重要下游消费者，占焦炭消费总量的 85%，其它行业占比较小且非常分散。



随着钢铁供给侧改革的实施以及中国经济增速的放缓，钢铁厂对焦炭需求持续减少，从而影响了焦炭的消费，近年来全国焦炭产量持续下降。根据国家统计局统计数据，2015 年中国焦炭产量为 4.48 亿吨，同比下降 6.67%。2016 年初钢铁形势小幅反弹，钢铁产量略有回升。受此影响，煤焦化行业形势在 2016 年 3 月之后有所好转，2016 年 5 月、6 月单月焦炭产量分别同比上升 0.32%、0.42%。

在国家宏观经济下行的背景下，焦炭市场受到产能过剩、过度竞争的影响，国内焦炭价格屡破新低。2014 年、2015 年全国焦炭市场平均价格持续走低。焦炭附属化工产品价格亦受到石油、化工行业影响下跌明显，煤焦化行业利润受到严重挤压，产业亏损加剧。

2016年3月份之后，钢铁行业受下游基建和房地产回暖影响，钢材价格触底反弹，炼钢高炉开工率也明显回升。受此影响，钢铁厂对原材料需求有所增加，焦炭市场行情也随之好转。焦炭现货价格有所回升并逐渐稳定。2014年1月至2016年7月焦炭市场平均价格如下图所示：



综上，在经历了 2015 年和 2016 年初的低谷后，煤焦化行业于 2016 年 3 月开始逐渐复苏并基本企稳。未来，随着中国实体经济的逐步复苏，煤焦化企业的利润水平有进一步增长。

2、达丰焦化经营情况

报告期内，达丰焦化经审计主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2016.06.30 /2016 年 1-6 月	2015.12.31 /2015 年度	2014.12.31 /2014 年度	2013.12.31 /2013 年度
资产总额	136,603.42	137,148.41	158,276.06	193,556.32
负债总额	54,560.55	53,657.51	64,373.82	102,771.70
归属于母公司股东权益	82,042.87	83,490.90	93,902.24	90,784.62
营业收入	74,324.08	163,943.98	225,138.75	252,203.36
营业利润	-486.40	-10,464.68	4,221.81	5,209.92
利润总额	-1,435.65	-10,366.68	4,262.11	5,471.85
归属于母公司所有者净利润	-1,448.03	-10,411.34	3,117.62	4,378.37

达丰焦化的收入主要来自于国丰钢铁等河北地区的钢铁企业。报告期内，受到钢铁供给侧改革实施、中国经济增速放缓和唐山承办世界园艺博览会等因素的影响，国丰钢铁等唐山地区钢铁企业的高炉开工率持续下滑，对焦炭的采购量也随之降低。达丰焦化的营业收入、净利润均存在较为明显的下滑。未来，随着房地产和基建行业的回暖，钢铁企业开工率和采购量均将迎来触底反弹并带动煤焦化行业的整体复苏。随着下游采购需求的增加、利润空间的提升，达丰焦化的营业利润也会随之回升。2016 年上半年，达丰焦化较去年亏损幅度大幅收窄，全年有望实现扭亏为盈。

截至2016年6月末，公司持有达丰焦化40%的股权，该项投资账面价值为32,817.15万元。按照严格意义推算，公司对达丰焦化长期股权投资的风险敞口为32,817.15万元，但达丰焦化2016上半年业绩较上年同期大幅提升，下半年继续恶化的可能性较小，公司不会因该笔长期股权投资的损益影响其持续盈利能力。

鉴于煤焦化行业未来发展仍存在一定的不确定性，为避免再度出现因投资亏损影响公司利润的情形，公司正在积极寻找潜在买家，拟将持有的达丰焦化 40%股权出售。截至本招股说明书签署之日，公司已与多个买家就出售达丰焦化股权事宜进行了洽谈，目前尚未取得实质性进展。

（八）营业外收入与支出

1、营业外收入

（1）营业外收入变化分析

报告期内，公司营业外收入构成及变化如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置利得	772.90	103.72	5.79	50.53
无需支付的尾款收入	-	-	26.00	6.07
政府补助	2,081.96	2,455.72	1,459.62	894.25
其他	56.47	0.90	3.41	0.61
合 计	**2,911.33**	**2,560.34**	**1,494.82**	**951.46**

报告期内，公司营业外收入变化较大，主要系政府补助收入波动影响所致，政府补助具体明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	批文/依据	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
1	热风炉改造项目	唐财建【2007】194 号、冀财建【2008】323 号、唐财建【2008】216 号、唐财建【2009】183 号	86.10	172.20	172.20	172.20
2	废水处理工程	冀财建【2009】477 号等	17.22	34.45	34.45	34.45
3	土地平整费、基础设施补偿	《用地协议》及《补充协议》	31.86	63.72	63.72	63.72
4	高压注浆工程	唐财建【2011】90 号、发改投资【2009】999 号	18.83	37.67	37.67	37.67
5	能量系统优化项目奖励资金	唐财建【2011】128 号	16.67	33.33	33.33	33.33
6	第一分厂卫生陶瓷生产线技术改造项目（能量优化系统）	冀财建【2011】455 号	1.50	3.00	3.00	3.00
7	卫生陶瓷技术改造项目（能量优化系统）	丰财预【2012】4 号、丰财预复【2013】692 号	13.71	27.42	27.42	22.25
8	薄壁轻量化卫生陶瓷产品开发项目（能量优化系统）	薄壁轻量化卫生陶瓷产品开发的相关补助	5.83	7.22	6.67	6.67
9	一分厂窑炉改造及余热利用项目（能量优化系统）	丰财预复【2012】292 号	2.88	5.77	5.77	5.77
10	增值税退税政府补贴	财税【2007】92 号	-	-	-	207.08
11	丰南科技局专利补贴款	-	-	-	-	2.95
12	丰南区财政局纳税大户奖励资金	丰南字【2013】9 号	-	-	-	50.00
13	丰南区财政局投资大户奖金	丰南字【2013】9 号	-	-	-	10.00

序号	项目名称	批文/依据	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
14	唐山市商务局中小企业开拓资金	唐商字【2013】117 号	-	-	-	14.00
15	出口信用补贴	唐财建【2015】112 号	-	2.19	-	80.68
16	职工公寓建设项目	丰黄政字【2012】4 号	81.55	163.10	163.10	81.55
17	河北省财政厅专利申请资助金	河北省知识产权局关于印发《2012 年度专利申请资助办法》的通知	-	-	-	0.68
18	丰南科技局专利补贴款	唐知函【2015】号、唐山市科学技术局下发《关于印发唐山市 2012 年度专利奖评选办法》的通知	-	3.52	-	2.50
19	丰南科技局专利补贴款	唐山市科学技术局下发《关于印发唐山市 2012 年度专利奖评选办法》的通知	-	-	-	0.59
20	唐山财政局集中收付中心 2012 年引进国外智力项目经费	唐山市外国专家局下发《关于下拨 2012 年度国家、省级引进国外技术、管理人才项目（示范项目）配套经费的通知》	-	-	-	7.00
21	唐山财政局集中收付中心博士后科学基金资助	中国博士后科学基金面上资助实施办法	-	-	-	5.00
22	唐山市财政局集中收付中心在线监测补助资金	唐山市环境保护局下发《关于下发 2013 年度在线监测补助资金使用的通知》	-	-	-	3.69
23	丰南区财政局就业见习生补贴款	就业见习补贴审核认定表	-	-	-	23.65
24	再生资源补贴	关于拨付可再生能源建筑应用城市示范推广示范项目补助资金的说明	-	-	6.49	9.73
25	丰南集中支付中废水回收补贴	唐水政资【2013】35 号	-	-	-	10.00
26	唐山市环境保护局在线监测补助资金	环发【2008】6 号	-	-	-	5.54
27	唐山市商务局信用保证保险扶持资金	-	-	-	-	0.55
28	惠达集团改扩建项目	唐财预【2012】120 号、冀工信规【2013】526 号	138.45	276.90	220.86	-
29	墙地砖厂窑炉技术改造项目	丰财预复【2013】189 号	6.00	12.00	7.00	-
30	锅炉改造项目	关于 2013 年区级节能专项资金分配请示	3.50	7.00	7.00	-
31	窑炉节能技改项	唐发改环资【2013】686	2.75	5.50	3.21	-

序号	项目名称	批文/依据	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
	目	号				
32	年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目	冀财预【2013】249 号	-	16.67	-	-
33	窑炉节能改造项目	冀财建【2013】451 号、唐财建【2013】254 号	4.50	9.00	5.25	-
34	3000t/d 陶瓷废水处理项目（以奖代补专项资金）	唐财建【2013】232 号	8.25	16.50	9.63	-
35	技术创新奖励资金	唐财企【2013】81 号	-	-	100.00	-
36	河北省卫生陶瓷工程技术研究中心仪器设备更新改造补助资金	唐科计【2014】3 号	-	-	30.00	-
37	智能马桶技术研发平台	唐财企【2013】60 号	-	-	30.00	-
38	技术创新奖励资金	唐财企【2014】11 号	-	-	20.00	-
39	电子商务平台建设财政扶持资金	唐财外【2013】21 号	-	-	15.00	-
40	惠达卫浴产品设计研发资金	关于下达 2013 年度国家引进国外技术管理人才项目经费的通知	-	-	5.00	-
41	国家技术创新示范企业	唐财企【2014】56 号	-	-	100.00	-
42	模型制作工序废水回收利用项目	丰水【2014】10 号	-	-	10.00	-
43	电子商务平台建设财政扶持资金	唐财外【2014】8 号	-	-	70.00	-
44	惠达卫浴产品设计研发（技术管理人才）	唐山市外国专家局下发《关于下达配套 2013 年度国家引进国外技术管理人才项目经费的通知》	-	-	5.00	-
45	惠达卫浴产品设计（引智项目计划）	唐外专发【2014】9 号	-	-	5.00	-
46	河北省卫生陶瓷工程技术研究中心	唐科技【2014】16 号	-	-	20.00	-
47	利用废泥生产陶瓷砖技术研究与开发	唐山市丰南区科学技术研究与发展计划项目任务书	-	-	40.00	-
48	2013 年德国法兰克福展会项目（省级外贸基地建设）	唐财企复【2014】17 号	-	-	27.00	-

序号	项目名称	批文/依据	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
49	新型墙体材料专项基金建筑节能示范项目	唐财建【2013】220 号	-	-	50.00	-
50	在线监测设备第三方运营	-	-	-	6.00	-
51	专利补贴	-	-	-	8.24	-
52	出口信用保险专项补贴	-	23.92	-	31.17	-
53	开拓资金	-	-	-	12.36	-
54	外经贸发展提升国际经营能力项目资金	冀财企【2014】110 号	-	-	2.25	-
55	丰南区环保局在线检测设备第三方运营补助资金	-	-	-	9.00	-
56	丰南科技局专利补贴款	-	-	-	0.85	-
57	卫生陶瓷机器人施釉替代人工施釉项目技术改造	丰财预复【2014】62 号	25.00	-	55.00	-
58	精陶质卫生陶瓷坯体配方开发及其制品的研制	冀政函【2014】156 号、唐科成函【2014】1 号	-	5.00	1.00	-
59	丰南区环保局在线检测设备第三方运营补助资金	唐政函【2013】98 号	-	10.00	-	-
60	丰南科技局专利补贴款	唐科知函【2015】号	-	0.72	-	-
61	卫生陶瓷生产线技术改造项目（重点产业振兴）	唐财企【2014】73 号	13.81	25.32	-	-
62	节能循环经济和资源节约重大项目补助项目	唐财建【2015】109 号	-	16.66	-	-
63	唐山市财政局 2014 年省级专利申请资助	唐山市知识产权局关于组织申报市 2015 年上半年专利申请资助的通知	-	2.68	-	-
64	援企稳岗资金	关于援企稳岗资金拨付使用情况的说明	1,575.35	1,438.17	-	-
65	丰南区环境保护局在线监测设备第三方运营补助资金	唐政函【2013】98 号	-	6.70	-	-
66	收丰南区科技局专利补贴款	唐科知函【2015】号	-	1.94	-	-
67	中央外经贸发展专项资金	中央外经贸发展专项资金	-	1.07	-	-

序号	项目名称	批文/依据	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
68	2014 年省级专利申请资助	2014 年省级专利申请资助	-	0.15	-	-
69	唐山市财政局我省 2014 年大气污染防治专项资金	唐财建【2014】189 号	-	0.15	-	-
70	2015 省级工业转型升级	唐财建【2015】82 号	-	50.00	-	-
71	燃煤锅炉整治项目	唐财资环【2015】77 号	4.27	-	-	-
-	合计		2,081.96	2,455.72	1,459.62	894.25

由上表可见，公司 2014 年收到的技术创新奖励以及技改项目补助较多，使得 2014 年政府补助较 2013 年有较大增幅；2015 年、2016 年政府补助金额较大主要系公司收到的援企稳岗资金补助所致。

（2）援企稳岗资金资金补助具体情况

河北省人民政府 2014 年 3 月下发《河北省人民政府办公厅关于使用失业保险金援企稳岗的意见》（冀政办函[2014]18 号）文，对因实施产业结构调整政策经营受到影响，依法参加失业保险并连续缴费 1 年以上且无欠缴，并采取多种措施稳定岗位，无裁员或少裁员（裁员 20 人以内且裁员人数占企业职工总人数 10%以内）的企业，从失业保险基金中给予稳定岗位补贴，稳定岗位补贴包括转岗培训补助、岗位补助和社会保险补助。

2014 年 5 月，河北省人力资源和社会保障厅、河北省财政厅关于贯彻落实河北省人民政府办公厅《关于使用失业保险金援企稳岗的意见》有关问题的通知（冀人社字[2014]125 号），进一步明确了享受扶持政策的企业范围、享受扶持政策的条件、稳岗补贴申请及审核程序等。

2014 年 7 月，唐山市人民政府办公厅下发《唐山市使用失业保险金援企稳岗工作实施意见的通知》（唐政办[2014]20）文，规定了唐山市享受扶持政策的企业范围、享受扶持政策的条件、扶持政策执行的时限（从本《意见》印发之日起至 2017 年 12 月 31 日）、审核及拨付程序。

报告期内，公司及子公司根据上述规定，向有关部门申请了援企稳岗资金补助，经唐山市财政局、唐山市人力资源和社会保障局等部门审批后，补助资金分批拨付至公司及子公司银行账户，具体明细如下：

公司名称	资金拨付时间	金额（万元）	确认补助收入年度
惠达股份	2014 年 12 月 31 日	1,438.17	2015 年度
惠达股份	2016 年 1 月 28 日	1,550.55	2016 年 1-6 月
惠达洁具	2016 年 5 月 5 日	5.45	2016 年 1-6 月
时尚家具	2016 年 5 月 5 日	19.35	2016 年 1-6 月

按照市人力资源和社会保障局规定，拨付的社会保险补助用于缴纳社会保险费，公司及子公司在实际缴纳使用时计入对应的会计期间。

2、营业外支出

报告期内，公司的营业外支出具体情况如下所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损失	-	610.63	2.88	443.00
捐赠支出	0.5	2.00	17.76	-
其他	1.53	1.60	13.47	60.00
合计	**2.03**	**614.23**	**34.11**	**503.00**

报告期内，营业外支出主要为固定资产处置损失和捐赠支出等。公司为响应国家的产业政策，淘汰落后产能，对原有的落后生产线进行技术升级改造，从而产生相关固定资产处置损失。

（九）营业税金及附加、所得税费用

1、营业税金及附加

单位：万元

项目	计缴标准	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业税	3%、5%	4.51	101.51	172.98	264.84
城建税	7%	748.68	1,258.69	1,031.27	922.59
教育费附加	5%	535.57	906.66	740.01	660.68
合计		**1,288.76**	**2,266.86**	**1,944.26**	**1,848.11**

随着公司经营规模的逐年扩大，实际缴纳增值税税额逐年增加，城建税、教育费附加等相应增加；惠达建筑主要在黄各庄镇及周边地区提供建筑施工服务，报告期内业务量逐年下降，其缴纳的营业税相应减少。

2、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
所得税费用	2,092.91	3,697.05	3,243.85	3,133.61
其中：当期所得税	1,954.88	3,746.98	3,805.24	3,319.36
递延所得税	138.03	-49.93	-561.39	-185.75

报告期内，子公司惠达建筑 2013 年采取核定方式计征所得税，即按照当期销售收入的 10%计算确认应纳税所得额，按照 25%所得税税率确认应纳企业所得税。自 2014 年 1 月 1 日起，主管税务机关唐山市丰南区国税局开始对其按照 25%的所得税率实行查账征收。

报告期内，公司所得税费用与会计利润的关系如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、所得税费用	2,092.91	3,697.05	3,243.85	3,133.61
二、利润总额	10,306.09	13,894.39	19,627.67	14,164.38
三、所得税费用/利润总额	20.31%	26.61%	16.53%	22.12%

2014 年度，公司所得税费用占利润总额比例低于 2013 年度，主要系经主管税务机关批准，公司将以前年度产生的坏账损失 1,747.60 万元在所得税前列支。

2015年度，公司所得税费用占利润总额比例高于2014年度，主要原因为公司按照权益法计量对参股企业的长期股权投资，2015年确认投资损失金额较大，依据税法相关规定，按权益法确认的投资损失不能够在所得税前列支。

（十）净利润分析

报告期内，本公司主要利润数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业利润	7,396.79	11,948.29	18,166.96	13,715.92
利润总额	10,306.10	13,894.39	19,627.66	14,164.38
净利润	8,213.18	10,197.34	16,383.81	11,030.77

2014 年度，公司净利润较上年增加了 5,353.04 万元，增幅为 48.53%，主要原因为：（1）公司营业收入较上年增加了 23,704.97 万元，同时公司积极调整产品结构，开发了多种适合工程客户的高附加值卫浴产品，综合毛利率较上年提高了 1.68 个百分点，使得毛利额较上年增加了 9,469.83 万元；（2）在营业收入快速增长的同时，公司对各项费用进行了有效控制，期间费用总额较上年增加了 3,480.11 万元，低于公司毛利额的增长速度。

2015 年度，公司净利润较上年度减少了 6,186.47 万元，降幅为 37.76%，主要原因为：（1）在卫浴市场整体需求不振的形势下，公司采取拓展海外业务、挖掘重点客户等多种措施加以应对，全年营业收入较上年增加了 13,850.93 万元，综合毛利率较上年略降 0.38 个百分点，使得毛利额较上年增加了 2,757.94 万元；（2）因市场推广投入及出口运杂费等支出增加，销售费用较上年增加了 2,915.76 万元；（3）参股公司达丰焦化因所属行业不景气，经营业绩大幅下滑，公司对其投资收益较上年减少 5,411.58 万元。

三、现金流量分析

报告期内，公司的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	18,343.33	22,985.37	21,343.85	18,164.37
投资活动产生的现金流量净额	-695.85	-2,649.60	-9,265.64	-11,960.24
筹资活动产生的现金流量净额	3,128.16	-29,271.26	-10,346.99	5,289.05
汇率变动对现金的影响	118.30	160.50	109.55	-238.89
现金及现金等价物净增加额	20,893.94	-8,775.00	1,840.78	11,254.29

报告期内，为了扩大生产能力、提高生产效率，公司购置土地使用权，并新建了多条生产线，导致报告期内投资活动产生的现金流量净额均为负数；公司主要依靠银行借款和股东增资方式筹集资金，同时每年均会分派现金股利，报告期内公司筹资活动产生的现金净流量净额变动较大，主要原因为公司根据资金需求和资金成本调整银行贷款规模，公司每年银行贷款余额变动情况不一致。

报告期内，公司现金流状况良好，公司通过自有资金积累、银行借款和股东增资等来满足业务规模扩大、资本性支出增加等资金需求。

（一）经营活动产生的现金流量净额

报告期内，公司经营活动现金流量及营业收入、成本的对比情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	105,403.47	223,174.62	209,323.69	185,618.73
营业成本	76,229.04	164,644.30	153,551.31	139,340.74
净利润	8,213.18	10,197.34	16,383.81	11,030.77
销售商品、提供劳务收到的现金	112,579.60	201,617.32	186,380.62	189,920.47
购买商品、接受劳务支付的现金	47,541.88	87,238.17	83,217.73	97,880.42

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	18,343.33	22,985.37	21,343.85	18,164.37

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额保持正数且持续增长。公司累计经营活动现金流量净额为80,836.92万元，累计净利润为45,825.10万元，累计经营活动现金流量净额大于累计净利润。经营活动产生的现金流量净额的变动趋势显示公司经营活动获取现金的能力持续增强。

（二）投资活动产生的现金流量净额

2013年度、2014年度、2015年度和2016年1-6月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-11,960.24万元、-9,265.64万元、-2,649.60万元和-695.85万元。公司投资活动产生的现金流量净额均为负数，主要是公司为扩大经营规模、提高生产能力，实现盈利能力的持续增长，购置了土地使用权，推进了年产280万件卫生陶瓷生产线、窑炉节能技术改造和浴缸厂改造等项目。2013年度、2014年度、2015年年度和2016年1-6月，公司购建固定资产、无形资产等长期资产现金支出分别为9,398.68万元、9,377.51万元、4,997.25万元和2,074.78万元，投资活动现金流量净额与在建工程和固定资产的增长趋势相当。

（三）筹资活动产生的现金流量净额

报告期内，公司筹资活动现金流量净额合计为-47,378.04万元。报告期内，公司通过吸收投资和利用银行借款，补充生产项目建设资金和营运资金需求，保证了公司固定资产建设以及生产经营活动的顺利开展。报告期内，公司每年向股东分配股利，满足股东对投资回报的要求。

四、重大资本性支出

（一）报告期重大资本性支出

2013年度、2014年度、2015年度和2016年1-6月，公司重大资本性支出分别为9,398.68万元、9,377.51万元、4,997.25万元和2,074.78万元，主要用于建造厂房、购买机器设备和土地使用权。随着在建项目的建成，公司的产能持续扩大，生产效率得以提高，经营办公场所软硬件设施得以改善，为公司业务规模的进一步扩大及提升奠定了基础。

（二）未来重大资本性支出计划

公司未来重大资本性支出计划主要为本次募集资金投资项目，包括年产280万件卫生陶瓷生产线项目、年产300万平米全抛釉砖生产线项目、研发设计中心建设项目、营销网络扩建项目、品牌建设项目以及信息化建设项目，具体情况请见“第十三节 募集资金投资运用”。

五、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项分析

（一）重大担保事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保事项。

（二）重大诉讼事项

截至本招股说明书签署之日，发行人存在的重大诉讼情况请参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、重大诉讼或仲裁事项”。

（三）期后事项、或有事项及其他重要事项

截至本招股说明书签署之日，发行人存在的期后事项、或有事项及其他重要事项请参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十一、期后事项、或有事项及其他重要事项”。

六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）行业快速发展带来的良好的机遇

随着国民经济的快速发展，城镇化进程的加快以及新农村建设的推进，卫浴产品的需求量仍将不断增大；同时随着人民生活水平的提高，房屋维修和重新装修的频率在加快，装修的标准也将逐步升级；卫浴产品市场将在中长期内持续保持快速增长的良好势头。公司将依托行业快速发展的机遇，进一步加强产品研发和技术创新，提升产品质量和设计水平，加大市场开拓的力度，以在中长期内不断提高公司的盈利能力。

（二）募集资金投资项目的实施将增强公司未来的盈利能力

本次发行募集资金投资项目“年产280万件卫生陶瓷生产线”、“年产300万平米全抛釉砖生产线”建成投产后将进一步扩大公司生产规模，提高公司卫生瓷产品以及陶瓷砖产品的供应能力，提高公司生产的自动化水平。募集资金投资项目

“研发设计中心建设”将进一步提高产品的工艺设计水平，推出节能环保、适应消费时代潮流的新产品，综合提高公司产品的市场竞争力。募集资金投资项目“营销网络扩建及品牌建设项目”及“信息化建设”将依托公司现有成熟稳定的营销服务网络，提升公司营销服务水平以及品牌知名度，进一步提高主导产品的市场占有率和盈利能力。

预计未来几年，本公司财务状况、盈利能力将随着募投项目的陆续实施而持续改善，公司整体竞争能力将得以提高，行业地位将得以进一步巩固和提升。

（三）营销网络的扩大和品牌知名度的提高将推动公司业务进一步的扩张

目前，公司已经建立了覆盖全国的营销网络，形成了一支成熟、专业、创新且具有极强学习能力的营销队伍，同时公司拥有的“惠达”、“杜菲尼”差异化定位的核心品牌，已经具备了较高的市场知名度，为公司进一步开拓市场奠定了良好的基础。未来公司将依靠产品的品牌优势和渠道优势，加强营销网络的下沉力度并推动营销体系的扁平化，发挥营销队伍的积极性和创造能力，提高公司营销活动的创新性、科学性及规范性，实现公司业务的持续快速增长。

七、公司发行上市后股利分配规划和计划

为规范公司在首次公开发行股票并上市后建立科学、持续、稳定的股东回报机制，增加利润分配决策透明度和可操作性，切实保护公众投资者合法权益，根据《公司法》、中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红指引》等有关规定，本公司制定了《公司发行上市后股利分配规划和计划》（以下简称“本规划”），并经 2014 年第二次临时股东大会审议通过，内容如下：

（一）制定本规划考虑的因素

公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析企业实际经营发展情况、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来的盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求及债权融资环境等因素，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。

（二）本规划的制定原则

1、合理回报投资者，保证公司的可持续发展；

2、进一步增强公司利润分配特别是现金分红的透明度，以便投资者形成稳定的回报预期；

3、保持利润分配政策的连续性和稳定性；

4、严格遵循相关法律法规和公司首次公开发行股票并上市后实施的《公司章程（草案）》（以下简称“《公司章程》”）对利润分配的有关规定。

（三）本规划的具体内容

1、公司实施连续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利；具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红进行利润分配；在公司面临现金流不足时可以考虑采用发放股票股利的利润分配方式；在公司经营状况良好，确保足额现金股利分配的前提下，综合考虑公司成长性、每股净资产和每股收益的摊薄等因素，可以采用股票股利方式进行利润分配。

2、在当年归属于母公司的净利润为正的前提下，公司原则上每年进行一次利润分配，董事会可以根据盈利和资金需求情况提议公司进行中期利润分配。

3、满足《公司章程》规定的现金分红条件时，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。

（四）本规划的执行和调整的决策及监督机制

1、公司董事会将充分发挥决策和战略管理作用,推进和监督本规划的贯彻执行,并在定期报告或其他报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况。

2、公司按照《公司章程》及本规划制定现金分红具体方案时,董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见；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；股东大会对现金分红具体方案进行审议前,公司将通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流,充分听取中小股东的意见和诉求,及时答复中小股东关心的问题。

3、公司未按本规划制定年度利润分配方案,应在年度报告中详细披露具体原因、留存收益的资金用途,独立董事应对此发表明确意见。

4、公司以三年为一个周期制定股东回报规划。如因法律法规、外部监管环境变化以及公司战略规划、经营情况和长期发展需要,确需调整股东回报规划的,调整后的规划不得违反法律法规、监管要求以及《公司章程》的规定。有关调整股东回报规划的议案应充分考虑中小股东的意见,董事会审议通过的有关调整股东回报规划的议案，独立董事应当发表明确意见，且该议案应当先经监事会审议通过后，再提交股东大会进行审议，并须经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（五）附则

本规划未尽事宜须按照相关法律法规、监管要求及《公司章程》规定执行。本规划由公司董事会负责解释，自公司首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起实施,如之前制定的回报规划与本规则不一致的，以本规则为准。

八、本次融资募集资金到位完成当年公司每股收益相对上年度每股收益的变动趋势

（一）公司首次公开发行股票对每股收益的影响分析

公司首次公开发行股票完成后，公司的股本和净资产规模将较发行前有较大幅度的提高，由于募集资金投资项目产生效益需要一定的时间，因此本次发行完成后的短时间内，因股本和净资产规模增长较快将摊薄每股收益。但从中长期看，本次发行募集资金带来的资本金规模增长将有效促进公司业务规模的扩张，进一步提升公司的业务规模和盈利能力。公司将积极采取各种措施提高净资产和资本金的使用效率，以获得良好的收益。

1、主要假设和前提

（1）本次发行方案于 2016 年 11 月 30 日实施完成；该完成时间仅用于计算本次发行摊薄即期回报的影响，最终时间以经证监会核准并实现发行完成时间为准；

（2）本次发行数量预计为 7,104 万股，募集资金总额预计 82,542.29 万元，不考虑发行费用等的影响；

（3）宏观经济环境、政策、行业发展状况、市场情况等方面没有发生重大变化；

（4）不考虑本招股说明书签署日至2016年末可能的分红影响，即不考虑除本次发行、净利润之外的因素对净资产的影响，该假设仅用于预测，实际分红情况以公司公告为准；

2、对公司每股收益的影响分析

基于上述假设前提，预计2016年实现归属于母公司股东的净利润为13,000.00万元。该假设分析仅作为测算本次发行摊薄即期回报对公司每股收益财务指标的影响之用，并不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

指标	2015年	2016年	
		发行前	发行后
归属于母公司股东的加权平均净资产（万元）	185,399.60	193,966.15	200,844.67
归属于母公司股东的净利润（万元）	7,989.96	13,000.00	13,000.00
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	6,235.28	11,245.32	11,245.32
归属于母公司股东的基本每股收益（元/股）	0.37	0.61	0.59
扣非后归属于母公司股东的基本每股收益（元/股）	0.29	0.53	0.51
扣非后归属于母公司股东的稀释每股收益（元/股）	0.29	0.53	0.51
归属于母公司股东的加权平均净资产收益率（%）	4.31	6.70	6.47
扣非后归属于母公司股东的加权平均净资产收益率（%）	3.36	5.80	5.60

【注】上述财务指标的计算方法：

（1）发行前归属于母公司股东的基本/稀释每股收益=当期归属于母公司股东的净利润/发行前总股本；

（2）发行后归属于母公司股东的基本/稀释每股收益=当期归属于母公司股东的净利润/（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）；

（3）发行前扣非后归属于母公司股东的基本/稀释每股收益=扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润/发行前总股本；

（4）发行后扣非后归属于母公司股东的基本/稀释每股收益=扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润/（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）；

（5）发行前归属于母公司股东的加权平均净资产=期初归属于母公司股东的净资产+当期归属于母公司股东的净利润/2）；

（6）发行后归属于母公司股东的加权平均净资产=期初归属于母公司股东的净资产+当期归属于母公司股东的净利润/2+本次募集资金*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分析

截至2016年6月30日，公司资产总额为326,419.98万元，公司具有管理较

大规模资产及投资项目的经验和能力，本次募集资金主要投资于“年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目”、“年产 300 万平米全抛釉砖生产线项目”、“研发设计中心建设项目”、“营销网络扩建及品牌建设项目”、“信息化建设项目”和“偿还银行借款”，募集资金总额为 82,542.29 万元，占公司资产总额的 25.29%，与公司的现有经营规模相适应。公司财务状况、盈利能力将随着募投项目的陆续实施而持续改善，公司整体竞争能力将得以提高，行业地位将得以进一步巩固和提升。

本次发行的必要性和合理性详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“二、募集资金投资项目介绍”。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金主要投资于“年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目”、“年产 300 万平米全抛釉砖生产线项目”、“研发设计中心建设项目”、“营销网络扩建及品牌建设项目”、“信息化建设项目”和“偿还银行借款”。

本次发行募集资金投资项目“年产280万件卫生陶瓷生产线”、“年产300万平米全抛釉砖生产线”建成投产后将进一步扩大公司生产规模，提高公司卫生瓷产品以及陶瓷砖产品的供应能力，提高公司生产的自动化水平。募集资金投资项目“研发设计中心建设”将进一步提高产品的工艺设计水平，推出节能环保、适应消费时代潮流的新产品，综合提高公司产品的市场竞争力。募集资金投资项目“营销网络扩建及品牌建设项目”及“信息化建设”将依托公司现有成熟稳定的营销服务网络，提升公司营销服务水平以及品牌知名度，进一步提高主导产品的市场占有率和盈利能力。募集资金投资项目“偿还银行借款”将降低公司借款规模，缓解公司短期偿债压力，节省财务费用支出，提高公司盈利水平。

（四）公司从事募投项目在人员、市场资源等方面的储备情况

1、人员储备

募集资金投资项目运行所需的骨干人员将以内部培养为主，部分生产人员和基础工作人员从外招聘。经过三十多年的发展，公司已经积累和储备了超过 1000 人的管理、研发和销售团队，以及具备丰富经验的生产团队。

公司重视人才引进工作，每年以优厚的待遇和舒适的工作环境吸引创新人才到公司工作，进行梯队培养，提升研发团队的创新能力。同时公司注重人才培养

工作，定期组织研发人员参加培训，提高研发人员的综合素质；对表现优异的员工给予外出培训、在职学习的优先权，并提供一定资助。

2、技术储备

公司拥有先进的研发设备、专业的研发团队和先进的生产技术，截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有专利多达 168 项，其中发明专利 18 项，实用新型专利 18 项，外观设计专利 132 项。公司始终将设计与创新作为产品的灵魂，坚持以市场需求为导向，通过人才引进与培养、员工激励、合作研发，不断提高公司的自主创新能力，建立了科学、有效的创新机制。经过多年的自主创新，公司积累了丰富的产品研发经验，在卫浴行业具有较强的技术优势，为募投项目实施奠定了技术基础。

3、市场储备

公司与经销商和工程客户建立了长期稳定的业务合作关系，截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有 320 家国内经销商，遍及 30 个省、自治区和直辖市，门店达 3,004 家，其中专卖店达到 2,632 家，省会级市场覆盖率 96.77%，地市级市场覆盖率 90.20%，县级市场覆盖率 70.46%，国外销售遍布 80 多个国家和地区，形成了覆盖全球主要市场的销售网络。经过三十多年的积累和沉淀，“惠达”品牌已经成为国内卫浴行业的知名品牌之一，在消费者心中形成了良好的口碑和品牌知名度。公司拥有较强的销售渠道优势和品牌优势，为募投项目奠定了良好的市场基础。

（五）公司现有业务板块运营状况及发展态势

公司是一家以满足消费者对高品质卫浴家居产品的需求为目标，通过卫浴产品的设计、研发、生产和销售，为消费者提供一站式卫浴产品综合解决方案的企业。公司 2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月营业收入分别为 185,618.73 万元、209,323.69 万元、223,174.62 万元和 105,403.47 万元。公司卫生陶瓷、五金洁具、浴室柜、陶瓷砖和浴缸浴房等五大类产品的销售收入占公司主营业务收入的比例在 90%以上。公司注重提升产品质量和品牌优势，不断推出技术含量高、迎合市场潮流的新产品，不断完善国内营销网络，公司的营业收入稳定并持续增长。

预计 2016 年我国经济下行压力仍然较大，但随着我国国民经济持续增长，

居民可支配收入的不断提高，城镇化程度不断提高及“新型城镇化”战略的提出，卫浴行业的市场需求将稳定增长。公司将依托过往 30 余年经营过程中所积累的品牌知名度、市场占有率、行业地位、管理经验以及制造能力等方面的综合优势，通过营销创新、管理创新、研发创新、制造升级，不断提升品牌形象、开拓营销渠道、优化产品结构、提高制造水平和培养引进优秀人才。在保持公司卫浴行业领军企业市场地位的同时，进一步巩固和强化公司在品牌、产品、制造和研发等领域的核心竞争优势。

（六）公司对本次公开发行摊薄即期回报及提高未来回报能力采取的措施

为降低本次公开发行可能导致的对公司即期回报摊薄的风险，公司拟通过大力发展主营业务提高公司整体市场竞争力和盈利能力、加强募集资金管理、完善利润分配等措施，以提高对股东的即期回报。

1、继续加大设计研发投入

在产品设计研发方面，本公司将以市场需求为导向，对消费市场进行长期跟踪调研，在深入研究各类人群的消费特点和产品偏好的基础上，适时推出符合市场消费潮流的创新产品。本公司将加大设计研发所需的基础性投资和设计研发费用支出，升级公司现有设计研发体系，其职能主要包括：前期市场调研及分析、制定符合公司品牌定位及产品战略的设计路线、设计研发符合消费潮流且具有科技领先性的新产品、维护和改进公司原有的代表性产品、研发适合公司生产的新型制造工艺和制造技术、与国内外优秀设计师和知名院校开展相关合作等。

公司计划通过引进人才并激励现有研发团队、加大设计研发资金投入等手段，实现公司设计研发体系在更高水平上的新突破，打造一支具有国际一流产品设计研发实力的人才队伍，进一步提高产品附加值的同时强化公司核心竞争力。

2、加强市场渠道建设

本公司将加大投入进一步巩固和拓展市场销售渠道。优化以经销商为核心的线下销售渠道，同时加大网络营销等新兴渠道的开拓力度；深入开发现有市场潜力并积极开拓新兴市场，进一步提升公司营销网络的渗透力度和市场覆盖率。公司将致力于打造覆盖全国、深度与广度并重经销商网络体系。

另外，本公司将进一步加强对经销商体系的管理和支持力度。一方面，通过

“统一策划、统一管理、统一形象”，增强经销商销售活动的整体性和一致性，发挥联合营销的优势，提高销售业绩；另一方面，通过公司指导和组织学习，不断提升经销商的经营管理水平，在业务运营、服务水平提升等方面实现经销商与公司的共同进步，促进经销商体系的良性发展。

未来三年，本公司将投入人才和资金进一步加大市场渠道的建设力度，经销商和经销商专卖店数量将保持合理的增长速度，持续开拓国内新兴渠道，加强与海外核心市场经销商的合作力度，以实现公司总体业务收入的快速增长。

3、注重品牌建设

公司实施双品牌战略，已成功运营了“惠达”和“杜菲尼”两大品牌，经过多年发展，已赢得了较高的市场知名度和美誉度。

公司为进一步提升品牌形象，未来将加大品牌建设投入力度：计划继续在销售潜力大、市场空间广阔的区域增加广告投放；在机场、高铁等辐射力强、客流量大的场所投放户外广告；提高对经销商在店面设计装修、广告投放以及品牌营销活动等方面的支持和补贴标准；在核心销售区域建立高标准的卫浴家居产品体验馆，为消费大众及重要客户提供一个充分体验惠达产品的平台，在为其提供全方位产品体验的同时，宣传惠达产品理念，全面提升品牌影响力。

4、保证募集资金有效合理使用，加快募集资金投资项目进度，提高资金使用效率

公司将按照《公司法》等法律、法规、规范性文件的规定，将对募集资金的专户存储、使用、管理和监督进行明确规定。并定期对募集资金进行内部审计、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。同时，公司也将抓紧募投项目的前期工作，统筹合理安排项目的投资建设，力争缩短项目建设期，实现募投项目的早日投产和投入使用。

5、进一步完善利润分配政策，注重投资者回报及权益保护

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报，公司进一步细化了《公司章程（草案）》中关于股利分配原则的条款，增加股利分配决策的透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司制定了《公司发行上市后股利分配规划和计划的议案》，对公司上市后的利润分配作出了进一步安排。未来公司将严格执行利润分配规定，切实保障投资者合法权益。

（七）公司董事及高级管理人员对填补回报措施能够得到切实履行作出承诺

根据《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证券监督管理委员会公告[2015]31 号）要求，公司的董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。为贯彻执行上述规定和文件精神，公司全体董事、高级管理人员作出以下承诺（上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证）：

“1、本人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、本人承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、本人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、本人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、若公司后续推出公司股权激励政策，本人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。”

第十二节 业务发展目标

一、公司发展规划及发展目标

（一）发展愿景

追求卓越，打造具有国际竞争力的一流卫浴产品生产经营企业。在为股东创造财富的同时，致力于为人类提供更舒适、更健康、更时尚的家居卫浴环境。

（二）经营宗旨

公司秉承“以人为本、品质至上、追求创新”的经营理念，努力为广大消费者持续提供高品质的卫浴产品和服务。注重客户、员工和股东价值的共同实现。

（三）发展战略

公司致力于高品质综合家居卫浴产品的设计、研发、生产和销售。依托公司过往 30 余年经营过程中所积累的品牌知名度、市场占有率、行业地位、管理经验以及制造能力等方面的综合优势，通过营销创新、管理创新、研发创新、制造升级，不断提升品牌形象、开拓营销渠道、优化产品结构、提高制造水平和培养引进优秀人才。在保持公司卫浴行业领军企业市场地位的同时，进一步巩固和强化公司在品牌、产品、制造和研发等领域的核心竞争优势。

（四）未来三年的发展规划

未来三年，公司将通过上市融资等方式，继续巩固和加强在产品研发、管理信息化、营销网络、制造规模等方面的竞争实力。

通过募投项目的实施，公司品牌的市场知名度将进一步提升，渠道网络将得以大幅度深化和拓展，公司的产品设计和研发能力将实现更高水平的突破，管理信息化水平的提高也将进一步提升公司的运营效率，公司产能规模进一步扩大的同时制造能力也将随着生产自动化水平的大幅提高而显著加强。

公司将立足优势产品，在巩固和发展卫生陶瓷产品业务的同时，实施集中多元化发展策略，进一步加大对陶瓷砖、浴室柜和五金洁具的市场开拓力度和运营支持；公司在大力开拓国内中高端卫浴产品市场的同时，将谋求对海外市场的进一步开发和拓展。

二、公司拟采取的主要措施

（一）继续加大设计研发投入

在产品设计研发方面，本公司将以市场需求为导向，对消费市场进行长期跟踪调研，在深入研究各类人群的消费特点和产品偏好的基础上，适时推出符合市场消费潮流的创新产品。本公司将加大设计研发所需的基础性投资和设计研发费用支出，升级公司现有设计研发体系，其职能主要包括：前期市场调研及分析、制定符合公司品牌定位及产品战略的设计路线、设计研发符合消费潮流且具有科技领先性的新产品、维护和改进公司原有的代表性产品、研发适合公司生产的新型制造工艺和制造技术、与国内外优秀设计师和知名院校开展相关合作等。

公司计划通过引进人才并激励现有研发团队、加大设计研发资金投入等手段，实现公司设计研发体系在更高水平上的新突破，打造一支具有国际一流产品设计研发实力的人才队伍，进一步提高产品附加值的同时强化公司核心竞争力。

（二）加强市场渠道建设

本公司将加大投入进一步巩固和拓展市场销售渠道。优化以经销商为核心的线下销售渠道，同时加大网络营销等新兴渠道的开拓力度；深入开发现有市场潜力并积极开拓新兴市场，进一步提升公司营销网络的渗透力度和市场覆盖率。公司将致力于打造覆盖全国、深度与广度并重经销商网络体系。

另外，本公司将进一步加强对经销商体系的管理和支持力度。一方面，通过“统一策划、统一管理、统一形象”，增强经销商销售活动的整体性和一致性，发挥联合营销的优势，提高销售业绩；另一方面，通过公司指导和组织学习，不断提升经销商的经营管理水平，在业务运营、服务水平提升等方面实现经销商与公司的共同进步，促进经销商体系的良性发展。

未来三年，本公司将投入人才和资金进一步加大市场渠道的建设力度，经销商和经销商专卖店数量将保持合理的增长速度，持续开拓国内新兴渠道，加强与海外核心市场经销商的合作力度，以实现公司总体业务收入的快速增长。

（三）注重品牌建设

公司实施双品牌战略，已成功运营了“惠达”和“杜菲尼”两大品牌，经过多年发展，已赢得了较高的市场知名度和美誉度。

公司为进一步提升品牌形象，未来将加大品牌建设投入力度：计划继续在销售潜力大、市场空间广阔的区域增加广告投放；在机场、高铁等辐射力强、客流量大的场所投放户外广告；提高对经销商在店面设计装修、广告投放以及品牌营销活动等方面的支持和补贴标准；在核心销售区域建立高标准的卫浴家居产品体验馆，为消费大众及重要客户提供一个充分体验惠达产品的平台，在为其提供全方位产品体验的同时，宣传惠达产品理念，全面提升品牌影响力。

（四）产能扩充计划

本公司计划加大生产设施、设备的研发和投入力度，拟投资建设年产280万件卫生陶瓷生产线以及年产300万平方米全抛釉砖生产线，并对现有浴缸浴房生产线进行优化升级改造。在提高卫浴产品生产的自动化水平、保障产品质量的同时，通过规模效应的提升，进一步降低生产成本、提高生产效率；另外，根据未来市场需求情况及公司产能利用状况，公司将适度选择质量稳定可靠、市场信用状况良好的优质OEM厂商生产部分技术含量相对较低的卫浴配套产品，从而优化公司的产能结构，提高公司整体经营效率，实现生产规模的不断扩大。

（五）人才培养计划

根据公司总体发展战略，本公司不断完善用人制度，遵循优化结构与提高效率相结合的原则，持续提高公司用人制度的开放性与科学性。公司将持续加强对管理人员和员工的培训，积极招聘高素质人才，为公司的规模发展、高效运营提供充足的人力资源保障。

1、引进高素质人才。随着公司经营规模的扩大和经营水平的提升，公司计划持续引进优秀的研发、营销及管理人才，进一步提升公司研发、营销及管理水平，优化人员结构，满足公司可持续发展需求。

2、公司将致力于加强企业文化建设，引进先进的人力资源管理方法。对企业经营发展需求、人才招聘趋势、企业人才状况进行科学预测、评估，制定企业总体及中高层人力资源规划，指导人力资源配置。建立用人制度科学化、用人机制市场化、用人形式多样化、用人管理规范化的人力资源管理体系。

3、建立完善的全员绩效考核体系。公司推行任务目标制的绩效考核体系，对不同岗位、不同部门，根据工作性质设定不同的考核标准，并建立与绩效挂钩的薪酬体系，奖罚并举，建立有序的竞争、激励和淘汰机制。

（六）积极参与行业标准、国家标准的制定或修改

公司作为卫浴行业的领先企业，先后参与了国家发改委发布的中华人民共和国建材行业标准——《面盆水嘴》（JC/T 758-2008）、《坐便器坐圈和盖》（JC/T 764-2008）、《卫生陶瓷包装》（JC/T694-2008）、《淋盆及淋浴水嘴》（JC/T 760-2008）的制定；参与了国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会联合发布的中华人民共和国国家标准《卫生陶瓷》（GB6952-2005）、《卫生洁具便器用重力式冲水装置及洁具机架》（GB26730-2011）、《建筑卫生陶瓷分类及术语》（GB/T 9195-2011）、《卫生间配套设备》（GB/T 12956-2008）、《卫生洁具便器用压力冲水装置》（GB/T 26750-2011）、《水嘴用水效率限定值及用水效率等级》（GB25501-2010）、《坐便器用水效率限定值及用水效率等级》（GB25502-2010）的制定；参与了国家质量监督检验检疫总局发布的《建筑卫生陶瓷单位产品能源消耗限额》（GB21252-2007）的制定。未来，公司还将继续积极参与行业标准、国家标准的制定或修改，从而提升公司的技术影响力和核心竞争力。

（七）收购兼并及对外扩张计划

公司目前暂无具体的收购兼并计划，但随着公司经营能力的提高，资本实力的增强和营销区域的拓展，公司将根据发展战略和经营规划，本着对股东负责及对公司发展有利的原则，选择恰当的时机收购国内同行业企业或跨区域建设生产线，进一步降低运输成本，扩大市场份额，提升公司竞争力。

三、公司制定上述发展规划和目标所依据的假设条件

（一）公司所处的宏观经济、政治和社会环境处于正常发展状态，没有对本公司发展有重大影响的不可抗力因素发生；

（二）本公司所处行业不出现重大的产业政策调整或其它重大不利情况；

（三）公司高级管理人员、核心技术人员不发生重大流失；

（四）资金来源可保证投资项目计划如期完成，并投入运行；

（五）现行外汇汇率处于正常波动范围内；

（六）无其它不可抗拒或不可预见的因素对公司造成重大不利影响等。

四、实施公司发展规划及目标可能面临的困难及公司拟采取的措施

（一）实施公司发展规划及目标可能面临的主要困难

1、资金瓶颈

顺利实施上述发展规划及目标，均需要具备充足的资金支持。公司通过自身积累及债务融资可满足目前经营活动的资金需求，但若要达到未来规划中的预期目标，必须要采用公开发行股票等其他融资手段，为公司业务进一步发展筹措充足资金。

2、管理瓶颈

随着公司募投项目的实施，公司产能、人员、业务规模较目前都将会有显著增加，与之相对应的生产组织管理、资金管理、研发管理、人力资源管理以及内部控制等配套管理水平均需要大幅度提升，及时提升管理水平、合理配置各种资源是公司即将面临的巨大挑战。

3、人才瓶颈

随着产能规模、销售规模的扩大，公司需要招聘大量人才，其中包括高素质的管理人才、研发技术人才、销售人才以及大量娴熟的技术工人，由于人员扩张规模较大，对公司的人才招聘工作造成一定困难，若不能及时招聘或引进专业人员，公司业务的进一步发展将会受到阻碍。

（二）确保实现规划和目标采用的方法或途径

1、拓宽融资渠道

通过本次公开发行股票取得募集资金，并配合一定的债务融资工具，可以为实现上述规划和目标提供资金支持。

2、进一步提升管理水平

通过不断完善公司法人治理结构，加强公司内部控制制度建设，不断优化组织架构，提升管理水平，将为实现上述规划和目标提供制度保障。

3、加大人才引进力度

通过完善公司的薪酬激励制度、人才培养制度、技术创新制度，增加对人才的吸引力，以不断充实和完善公司的管理团队、研发团队、生产团队和营销团队，

从而为实现上述规划和目标提供人才保障。

五、公司发展规划和目标与现有业务的关系

公司自成立以来，一直致力于整体家居卫浴产品的研发、生产和销售，上述发展规划和目标与现有业务紧密相连、互为依托。现有业务是公司制定上述规划和目标的基石，公司上述发展规划和目标是在充分考虑了国家产业政策和行业发展趋势对公司业务的影响，结合公司现有业务所涉及到的资产状况、技术储备、人员规模、管理经验和客户资源等诸多因素的基础上制定的。

公司的上述规划和目标又是对现有业务的深化和发展，发展规划和目标的实施有利于扩大公司业务发展规模，提高技术水平和盈利能力，强化公司在行业的竞争优势以及市场地位，从而提升公司的核心竞争力。

六、本次发行上市对实现发展规划和目标的作用

本次发行上市对于实现前述业务发展目标意义重大，主要体现在：

（一）拓展公司融资渠道，为公司实现上述业务目标提供了稳定、可靠的资金来源，保证公司可以持续、快速、健康发展；

（二）有利于提升公司的研发能力和持续创新的能力；

（三）有利于巩固和提升公司的行业竞争优势，增强公司中长期发展后劲；

（四）有助于公司完善法人治理结构，提升管理水平，稳步实施发展战略和实现发展目标；

（五）有利于提升公司的知名度和商业信誉，强化公司的品牌影响力；

（六）有利于公司更好地吸引和留住人才，增强公司的人力资源优势。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用计划

（一）本次发行募集资金规模及专户安排

公司本次拟向社会公开发行不超过 7,104 万股的人民币普通股，实际募集资金扣除发行费用后的净额为【】万元，全部用于公司的主营业务相关项目及主营业务发展所需的营运资金。

公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。开户银行为【】，账号为【】。

（二）本次募集资金投资项目

经公司 2014 年第二次临时股东大会审议，本次募集资金用途如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金	募集资金运用进度		
				第一年	第二年	第三年
1	年产 280 万件卫生陶瓷生产线	30,683.00	30,683.00	14,270.00	16,413.00	-
2	年产 300 万平米全抛釉砖生产线	11,810.00	11,810.00	11,810.00	-	-
3	研发设计中心建设	5,000.29	5,000.29	2,000.12	1,500.09	1,500.08
4	营销网络扩建及品牌建设项目	10,049.00	10,049.00	4,200.00	3,200.00	2,649.00
5	信息化建设项目	5,000.00	5,000.00	1,000.00	2,000.00	2,000.00
6	偿还银行借款	20,000.00	20,000.00	20,000.00		
合计		**82,542.29**	**82,542.29**	**53,280.12**	**23,113.09**	**6,149.08**

公司将严格按照有关的管理制度使用募集资金。如实际募集资金不足以按上述计划投资以上项目，公司将通过银行借款等途径自筹资金来解决资金缺口，从而保证项目的实施。

募集资金投资项目已开始建设，截至 2016 年 6 月 30 日，年产 280 万件卫生陶瓷生产线实际投入建设资金 18,694.50 万元，年产 300 万平米全抛釉砖生产线实际投入建设资金 12.00 万元。本公司还将持续进行该项目的建设，待募集资金到位后，根据《募集资金管理制度》的有关规定用募集资金予以置换。

（三）本次募集资金投资项目履行的核准情况

本次募集资金拟投资项目已在河北省唐山市丰南区发展改革局备案，项目履行的备案程序如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	项目备案文号	项目总投资额	环保批复
1	年产 280 万件卫生陶瓷生产线	丰发改投资备字[2012]47 号	30,683.00	丰环发[2012]44 号
2	年产 300 万平米全抛釉砖生产线	丰发改投资备字[2014]18 号	11,810.00	丰环发[2014]18 号
3	研发设计中心建设	丰发改投资备字[2012]46 号	5,000.29	丰环表[2012]069 号
4	营销网络扩建及品牌建设项目	-	10,049.00	-
5	信息化建设	丰发改投资备字[2014]85 号	5,000.00	-
6	偿还银行借款		20,000.00	

（四）募集资金专项存储制度的建立及执行情况

2012 年第六次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度》，并于 2014 年第二次临时股东大会对该办法进行了修订。规定了公司实行募集资金的专户存储制度，并明确了募集资金的储存、使用、实施管理、报告和披露，以及监督和责任追究等管理措施。本次募集资金到位后，公司将严格遵守《募集资金管理制度》中的规定，建立募集资金专户，对募集资金进行专项管理。

（五）募集资金投向符合国家产业政策等法规的说明

公司本次公开发行股票募集资金将全部用于公司的主营业务。本次募集资金主要投资于“年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目”、“年产 300 万平米全抛釉砖生产线项目”、“研发设计中心建设项目”、“营销网络扩建及品牌建设项目”、“信息化建设项目”和“偿还银行借款”，上述募集资金投资项目已经按照相关要求在当期发展改革部门备案，并获得当地环保主管部门的批复。上述项目符合国家产业政策，符合环境保护、土地管理和其他法律、法规和规章的相关规定。

保荐机构认为，发行人本次募集资金拟投资的项目已经有相关政府部门的备案或批准，符合国家产业政策，符合环境保护、土地管理和其他法律、法规和规章的相关规定。

发行人律师认为：“发行人本次募集资金投资项目符合国家产业政策，不涉及与他人进行合作的情形，亦不会导致同业竞争，并已经发行人内部批准和有权政府部门备案或批准，符合相关法律、法规、部门规章和规范性文件的规定。”

（六）募集资金投资项目不产生同业竞争且对发行人的独立性不产生影响

公司专注于卫浴行业，公司财务状况、盈利能力将随着募投项目的陆续实施而持续改善，公司整体竞争能力将得以提高，行业地位将得以进一步巩固和提升。本次募集资金投资项目实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其下属企业之间产生同业竞争，亦不会对公司独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目介绍

（一）年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目

1、项目概述

公司拟投资 30,683 万元在原厂区（河北省唐山市丰南区黄各庄镇惠达路 7 号）建设两条以宽断面节能隧道窑为主的卫生陶瓷产品生产线，建设周期 2 年。项目建成后，主要生产连体坐便器、分体坐便器、智能坐便器、蹲便器、配套水箱和盆类等卫生陶瓷产品，预计新增产能共 280 万件/年，能有效地满足市场对公司卫生陶瓷类产品的需求，提高公司的生产效率及技术装备水平，增强公司的盈利能力和整体竞争力。

2、项目建设的必要性

（1）扩大产能是公司业务发展的必要途径

目前，公司卫生陶瓷产品的产能利用率较高，产能瓶颈一定程度上制约了公司的发展速度，尤其是随着国外经济复苏和国内经济企稳，公司卫生陶瓷产品的出口和内销需求均较为旺盛。为满足市场需求，公司有必要新建生产线，积极谋求扩大再生产，不断丰富产品类型，把握市场机遇，积极扩大市场份额。

该项目的建设是对公司现有生产线产能的有效扩充。本次扩建项目产品大部分为公司核心产品，拥有自己的核心技术及完整的生产工艺，产品产销两旺。随着人们收入水平持续提高，对居住环境和生活质量不断提出新的要求，卫生陶瓷产品的实际市场容量将会不断增加。该项目的投产能够有效缓解公司的产能瓶颈，为公司的持续发展奠定基础。

（2）项目产品为改善人民居住环境的必需产品

随着国民经济的快速发展及人民收入水平的持续增长，人们对生活品质的要

求不断提高，同时也对居住环境提出了更高的要求，而卫生陶瓷由于其在改善、美化人们居住环境及卫生条件的巨大作用，就成了改善人民居住环境的必需产品。目前，国内对卫生陶瓷产品的需求主要集中在坐便器及盆类产品，这些产品符合现阶段我国人民生活水平及卫生习惯，属于新建住宅及装修翻新房屋的必需品。为满足人们对这些卫生陶瓷产品的需求，公司有必要对现有产品产能进行扩充，以满足城乡居民装修新居或产品更新换代的需求。

（3）新型卫生陶瓷生产工艺是国家节能降耗政策的必然要求

卫生陶瓷行业是传统耗能产业，从原料加工、成型干燥到烧瓷成型，每一个环节都消耗着大量的能源，节能降耗是今后一个时期卫生陶瓷行业技术改造的重点。《建筑卫生陶瓷工业“十二五”发展规划》中提出：“建筑卫生陶瓷工业增加值年均增长10%以上，全行业单位工业增加值能耗降低20%的节能目标”。

根据卫生陶瓷行业节能降耗的目标，生产规模化、节能设备普及化及材料减量化将是行业发展的必经之路，本项目主要采用宽断面节能隧道窑，使用卫生陶瓷生产的先进技术与节能工艺，实现关键设备运行的自动化、连续化。本项目的产品主要为节水型、轻量薄壁型产品，能在提高生产效率的同时，降低能源的消耗，提升产品质量，具有显著的经济效益和社会效益。

3、项目建设的可行性

（1）建设项目符合国家产业政策的支持方向

为保障国民经济可持续健康发展，国家明确支持节能、节材环保等技术的开发、应用及生产。国家产业政策的大力支持将是本项目顺利开展实施并取得经济效益的重要支撑。相关行业政策请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（一）行业管理体制、法律法规及产业政策”中的具体内容。

（2）巨大的市场空间是本项目顺利实施的重要前提

作为家居生活的重要消费品，卫浴产品在世界各地应用广泛，新建工程、翻新工程及商业或公共场所均对卫浴产品产生持续增长的需求，具体需求分析见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业基本情况”。

（3）项目技术水平处于行业领先地位

本项目拟投产的产品包括连体坐便器、分体坐便器、智能坐便器、蹲便器和盆类等产品，这些产品的生产工艺通过自主研发、合作研发及引进吸收再创新等

方式获得，主要核心技术形成了自主发明专利或实用新型专利。目前，公司已熟练掌握该类产品的生产工艺技术，具备批量生产的技术水平与经验。

本项目相关产品所使用的主要核心技术或工艺处于行业领先，如已取得发明专利的半成品高压注浆成型工艺、机械手施釉工艺及纳米自洁釉技术等，公司已有行业领先的技术优势为公司产品顺利实现经济效益提供了充分保障。

（4）公司现有的品牌优势和营销能力可保证本项目的经济效益

公司通过几十年的行业积累以及过硬的产品质量，使“惠达”和“杜菲尼”成为国内卫浴行业知名品牌，在消费者心中形成了良好的口碑和知名度。依托于公司强大的品牌实力，本项目拟生产的卫生陶瓷产品是公司业务系列中历史最悠久、品牌效应最明显的产品，投产之后将顺利实现预期的经济效益。

公司产品在国内外均建立了有效的销售渠道。对于国外市场，公司主要通过与有实力的经销商、超市合作，采取联合品牌、贴牌代工生产等方式，利用国外合作伙伴的已有品牌及渠道开拓海外客户，有效降低了占领海外市场的难度，同时保证了出口业务的持续稳定增长；对于国内市场，公司主要通过政府采购及工程大客户直销、分级经销商销售等方式建立了覆盖全国的营销网络，在抓住政府工程及大型工程直销机会塑造品牌形象同时，通过经销商向空白市场和三四线城市的渠道下沉，占领城镇化进程中的新兴市场。直销与经销商销售相互补充，保证了内销业务的快速发展。此外，在成熟的营销渠道外，公司积极发掘创新销售方式，将卫生陶瓷产品与互联网营销相结合，建立了网上商城。

总之，公司的品牌优势和营销网络将保证本次募集资金投资项目产品取得良好的市场销售业绩和经济效益。

（5）规模优势及丰富的管理经验为项目顺利实施提供保障

公司是国内规模较大的建筑卫生陶瓷生产企业，目前拥有 12 条卫生陶瓷生产线，卫生陶瓷产品的产能为 840 万件/年，具有明显的规模优势，能够有效降低公司生产成本、缩短供货周期、提高产品质量稳定性。同时，公司在几十年的发展历程中，积累了丰富的生产线管理经验，具有较强的多产品线管理能力，通过产品部统筹规划，根据市场趋势变动合理安排产能，使公司产品结构实现最佳组合。

因此，本公司的规模优势及多年生产经验有能力保证相关生产线的顺利建成，并生产出高质量的卫生陶瓷产品。

4、建设项目投资规模

本项目预计投入 30,683 万元人民币，其中建设投资 28,550 万元，铺底流动资金 2,133 万元，具体投资构成如下表所示。

序号	投资项目	金额（万元）	所占比例（%）
1	工程费用	26,692.00	86.99
1.1	建筑工程费	10,629.00	34.64
1.2	设备购置费	12,850.00	41.88
1.3	安装工程费	3,213.00	10.47
2	其它工程费	233.00	0.76
3	预备费	1,625.00	5.30
4	铺底流动资金	2,133.00	6.95
	合计	**30,683.00**	**100.00**

5、项目建设具体内容与产品方案

（1）项目建设的具体内容

本项目主要投入建设 2 条以宽断面节能隧道窑为主的卫生陶瓷产品生产线，每条生产线分别有各自的成型车间、施釉车间、烧成车间、检验包装车间、配电、供水、供气等设施，以及配套的模型车间、机修车间、光瓷库房、成品库房等辅助生产工程。根据项目的需要，拟购买的设备及建筑工程投资情况如下：

① 设备

序号	名称	型号规格	数量（台）	单价(万元/台)	总价（万元）
	成型设备				
1	立浇微压成型机	20 米	360	3.40	1,224.00
2	立浇起吊设备	20 米	300	2.80	840.00
3	水箱高压成型机	GY-SX12	4	140.00	560.00
4	坐便器高压成型机	GY-ZB8	4	420.00	1,680.00
5	面具高压成型机	GY-MJJ8	4	120.00	480.00
6	热风炉及配套管路	100Kcal	16	54.00	864.00
7	悬挂输送机	GY-SX12（2000 米）	2,000	0.075	150.00
8	气动隔膜泵	S15B	180	0.38	68.40
9	半成品干燥室	-	2	120.00	240.00
10	半成品周转车	2 米*1.2 米三层	1,400	0.12	168.00
11	螺旋桨搅拌机	¢750300 转/分	12	0.80	9.60
12	液压升降机	3t/2.5*3*2 四层四站	4	13.50	54.00

13	液压升降机	5t/3.5×3×2.5 三层三站	2	16.50	33.00
	小计				**6,371.00**
	施釉设备				
14	施釉机器人	YR-HP20-A20	20	28.50	570.00
15	施釉机器人配套系统	-	20	20.00	400.00
16	施釉釉橱	双工位	50	5.50	275.00
17	人工施釉除尘系统	-	50	4.80	240.00
18	液压升降机	-	8	3.75	30.00
	小计				**1,515.00**
	烧成设备				
19	窑炉（含窑具）	3.96 米×128 米	2	900.00	1,800.00
20	顶车机、拖车、步进机	YZDC	2	17.00	34.00
21	梭式窑	100m^3	2	350.00	700.00
	小计				**2,534.00**
	检包设备				
22	检验包装流水线设备	-	2	120.00	240.00
23	坐便器漏气试水检验机	ZLSJ	16	2.39	38.20
24	平面研磨机	PY400/1200	6	3.80	22.80
	小计				**301.00**
	制模设备				
25	石膏自动给料系统	SG-ZG	1	38.00	38.00
26	真空石膏搅拌机	ZKJ-1	20	2.60	52.00
27	电动葫芦	20 米	10	0.70	7.00
28	模型烘干室	-	3	120.00	360.00
	小计				**457.00**
	辅助设备				
29	变压器	2000KVA	2	16.00	32.00
30	空气压缩机	LU90-890Kw	10	20.00	200.00
31	配电及动力线路、照明系统	-	3	180.00	540.00
32	蒸汽锅炉	SZL15-1.25-AII	3	80	240.00
33	锅炉除尘系统	-	3	50	150.00
34	烟气余热系统	-	3	10	30.00
35	管路系统	-	3	160.00	480.00
	小计				**1,672.00**
合计					**12,850.00**

② 建筑工程

序号	投资项目	金额（万元）	所占比例（%）
1	主要生产工程	9,280.0	90.84
1.1	一期	4,887.00	45.98
1.2	二期	4,393.00	41.33
1.3	模型车间	1,349.00	12.69
	合计	**10,629.00**	**100.00**

（2）项目建设的产品方案

本项目建成后，拟用于 12 类卫生陶瓷产品的生产，具体内容如下：

生产线	产品名称	核心技术及工艺	主要竞争对手/品牌	新增产能（万件）
一期	连体坐便器	薄壁轻量化坯体技术、节水且不易堵塞的座便器技术、半成品高压注浆成型工艺、机械手施釉工艺、低温快速烧成工艺、自洁釉面卫生洁具技术等	TOTO、科勒、箭牌、安华	20
	智能坐便器	半成品高压注浆成型工艺、机械手施釉工艺、低温快速烧成工艺、自洁釉面卫生洁具技术、智能坐便器总装测试线技术等	TOTO、箭牌	2
	大中洗盆	薄壁轻量化坯体技术、卫生陶瓷低压快排水连续注浆工艺、机械手施釉工艺、低温快速烧成工艺、台板盆类卫生陶瓷脱模技术等	TOTO、科勒、箭牌、安华	15
	柜盆			15
	台盆			20
	艺术碗			3
	蹲便器	薄壁轻量化坯体技术、半成品高压注浆成型工艺、机械手施釉工艺、低温快速烧成工艺、自洁釉面卫生洁具技术等	TOTO、科勒、箭牌、安华	30
	立柱	薄壁轻量化坯体技术、卫生陶瓷低压快排水连续注浆工艺、低温快速烧成工艺、反膨胀法制备低变形陶瓷技术等	TOTO、科勒、箭牌、安华	35
二期	连体坐便器	薄壁轻量化坯体技术、节水且不易堵塞的座便器技术、半成品高压注浆成型工艺、机械手施釉工艺、低温快速烧成工艺、自洁釉面卫生洁具技术等	TOTO、科勒、箭牌、安华	20
	分体坐便器	薄壁轻量化坯体技术、节水且不易堵塞的座便器技术、半成品高压注浆成型工艺、机械手施釉工艺、低温快速烧成工艺、自洁釉面卫生洁具技术等	TOTO、科勒、箭牌、安华	40
	配套水箱	薄壁轻量化坯体技术、半成品高压注浆成型工艺、低温快速烧成工艺、反膨胀法制备低变形陶瓷技术等	箭牌、法恩莎、安华	40
	柜盆	薄壁轻量化坯体技术、卫生陶瓷低压快排水连续注浆工艺、机械手施釉工艺、低温快速烧成工艺、台板盆类卫生陶瓷脱模技术等	TOTO、科勒、箭牌	10
	立柱盆		TOTO、科勒、箭牌	15
	配套柱	薄壁轻量化坯体技术、卫生陶瓷低压快排水	箭牌、法恩	15

		连续注浆工艺、低温快速烧成工艺、反膨胀法制备低变形陶瓷技术等	莎、安华	
合计				**280**

本项目两条生产线投产后预计总产能 280 万件/年，其中，一期主要生产连体坐便器、智能坐便器、大中洗盆、柜盆、台盆、艺术碗、蹲便器、立柱 8 种产品，总产能 140 万件/年；二期主要生产连体坐便器、分体坐便器、配套水箱、柜盆、立柱盆、配套柱 6 种产品，总产能 140 万件/年。

6、项目选址

本项目拟在公司原有土地上实施，项目用地系 2012 年通过出让方式取得的工业用地（丰南国用（2012）第 121 号）。该项目所在地基础设施完善，已具备项目建设基础。

7、产品工艺流程

本项目的卫生陶瓷产品工艺流程请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务情况”。

8、主要原辅材料及能源供应

本项目主要产品为卫生陶瓷产品，所需原辅材料品种与公司目前生产经营所需一致，原有原材料供应商体系均能提供相应物料需求，相关原材料及能源供应情况请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务情况”中的相关内容，本项目所需的主要原辅材料如下表所示。

类别	物料名称	执行标准	年耗量（吨）	主要供应商
原材料	长石	硅含量 69%-75%，主要产地卢龙	52,693	卢龙县竟辉石料场
	沁阳土	铝含量 34%-40%，主要产地河南	29,274	博爱柏山鑫地原料厂
	盛超粘土	铝含量 26%-30%，主要产地江门	35,129	江门盛强精细材料公司
	紫木节	铝含量 36%-41%，主要产地山西	14,637	赵立新
	方解石	钙含量 53%-57%，主要产地丹东	40,984	丹东市药用滑石粉厂
	钾长石	钾大于 10%，主要产地唐山	52,693	赵立新
	江门石英	硅大于 98%，主要产地江门	90,749	江门市盛强精细材料有限公司
	飞天燕土	铝含量 20%-25%，主要产地潮州	11,710	潮州桥东荣民瓷泥厂
	合计		**327,869**	

本项目所需主要能源为水、电、焦炉煤气，厂区内现有能源供应条件，可以充分保证项目的能源供应需求，项目所需能源情况如下表所示：

序号	名称	年用量	
		单位	数量
1	水	万 m^3	71.31
2	电	万 kWh	1,404.00
3	焦炉煤气	万 m^3	2,336.40

9、项目的组织实施及进度计划

本项目的建设期为 24 个月，项目的主要内容包括前期调研、施工设计、土建施工、设备采购及安装调试、人员培训等方面，具体进度如下所示：

阶段	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12-17	18	19	20	21	22	23	24
项目前期工作																			
施工设计																			
施工准备及土建																			
设备招标及采购																			
设备安装和调试																			
人员培训																			
试生产																			
验收投产																			

10、环保情况

本项目生产过程中产生的废气、废水、废物和扬尘、噪声均经过相应的环保设施处理，对周围环境不会造成污染，符合我国环保法规所规定的污染物经处理后排放的标准。2012 年 7 月 4 日，唐山市丰南区环境保护局作出《关于惠达卫浴股份有限公司年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目环境影响报告书的批复》（丰环发[2012]44 号），同意该募投项目的建设。

11、新增产能的市场前景分析

本项目新增产能的市场前景分析请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业基本情况”。

12、经济效益分析

本项目建设期为 2 年，项目建设达产销售收入为 46,581.20 万元，年平均利润总额为 5,411.00 万元，内部收益率为 17.22%（所得税后），具体情况如下：

序号	项目	指标	备注
1	营业收入（万元）	46,581.20	达产后年均值

2	利润总额（万元）	5,411	达产后年均值
3	税后利润（万元）	4,599	达产后年均值
4	内部收益率（%）	17.22%	所得税后
5	投资回收期（年）	6.91	所得税后

（二）年产 300 万平方米全抛釉砖生产线

1、项目概述

公司拟投资 11,810 万元在原厂区（河北省唐山市丰南区黄各庄镇惠达路 7 号）建设一条全抛釉砖生产线，建设周期 1 年。项目建成后，主要生产 800mm*800mm 全抛釉砖，预计生产能力为 300 万平米/年。本项目的投产将有助于进一步提高公司建筑陶瓷的生产能力，减少公司对外协采购的依赖。

2、项目建设的必要性

（1）本项目建设是公司业务发展的必然需求

目前，公司陶瓷砖产品产能有限，不能有效的满足市场需求，因此公司每年均要从外协厂商处采购大量的陶瓷砖来补充现有产能的不足。陶瓷砖的产能瓶颈一方面影响了公司作为卫浴产品综合解决方案提供商的战略定位，另一方面也影响了公司的盈利能力。本项目建设后，将进一步完善公司现有的产品线，缓解陶瓷砖的产能瓶颈，能更好的为客户提供一站式服务。因此，建设新的陶瓷砖生产线是公司业务发展的必然需求。

（2）本项目建设是改善人民居住条件的必然需求

随着国民经济的高速发展、人民收入水平的不断提高，人们对居住环境提出了更高的要求，对瓷砖产品的需求也相应增长。与此同时，随着我国国际影响力的逐步增强，越来越多的展会及体育赛事等大型活动在我国举办，对室内配套陶瓷砖产品的需求也越来越大。为满足上述需求，公司有必要新建陶瓷砖生产线。

（3）新型陶瓷砖生产工艺是节能降耗政策的必然要求

建筑陶瓷行业是传统的耗能产业，从制粉压坯、素坯成型到施釉烧制，每一个环节都消耗着大量的能源。为降低能耗，《建筑卫生陶瓷工业“十二”五发展规划》中提出：“建筑卫生陶瓷工业增加值年均增长 10%以上，全行业单位工业增加值能耗降低 20%的节能目标”。根据建筑陶瓷行业节能降耗目标，生产规模化、节能设备普及化及材料减量化将是行业发展的必经之路。

本项目建设的全抛釉砖生产线主要采用“一次烧成工艺”、“釉下彩全抛釉

生产工艺”及“喷墨印花上色技术”，能有效的降低能耗、提高生产效率及产品质量，具有显著的经济效益和社会效益。

3、项目建设的可行性

本项目建设的可行性分析与“年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目”类似，请参见本节“二、募集资金投资项目介绍”之“（一）年产 280 万件卫生陶瓷生产线项目”之“3、项目建设的可行性”。

4、建设项目的投资规模

本项目预计投入 11,810 万元人民币，其中建设投资（包括各车间的建筑工程费及设备购置、安装费）11,316 万元，铺底流动资金 494 万元，具体构成如下：

序号	投资项目	金额（万元）	所占比例（%）
1	工程费用	10,268.00	86.94
1.1	建筑工程费	4,552.00	38.54
1.2	设备购置费	5,364.00	45.42
1.2.1	生产用设备购置费	4,703.48	39.83
1.2.2	非生产设备购置费	660.52	5.59
1.3	安装工程费	352.00	2.98
2	其它工程费	509.00	4.31
3	预备费	539.00	4.56
4	铺底流动资金	494.00	4.18
	合计	**11,810.00**	**100.00**

5、项目建设具体内容

本项目主要建设 1 条全抛釉砖生产线，包括生产线联合车间、原料车间、制粉车间、抛光车间、成品库房、料棚和配套设施，计划购置的生产用设备具体情况如下：

（1）设备

序号	名称	型号规格	数 量（台）	单价(万元/台)	总价(万元)
原料输送设备					
1	入料机	60T	2	20.00	40.00
2	球磨机	QMP-60T	6	40.00	240.00
3	振动筛	XMZ-1200	16	1.50	24.00
4	柱塞泥浆泵	NB200-10	8	3.50	28.00
5	电动隔膜泵	DBY-65	10	1.17	11.7
6	平桨搅拌机	PJB-4500	8	3.90	31.2
7	电动葫芦	CD1-5T	2	0.51	1.02

8	料仓	70 立方米	30	15.00	450.00
9	喷雾干燥塔	TCIP-5000	1	150.00	150.00
10	磁力槽式除铁器		8	5.40	43.20
11	球磨机	QMP-5T	8	8.00	64.00
12	球磨机	QMP-1.0T	4	3.00	12.00
13	球磨机	QMP-0.2T	2	1.40	2.80
14	双头超细磨	SKC-J	2	12.00	24.00
15	伺服罐/平浆搅拌机	HX1800	1	7.00	7.00
16	高速分散机	YZ-7.5	1	1.50	1.50
17	螺旋搅拌机	Φ750	8	1.17	9.36
18	原料输送系统	DK800	150	0.10	15.00
19	喷雾塔粉料入仓输送	DK600	90	0.08	7.20
20	粉料压机输送系统	DK600	120	0.08	9.60
	小计		**477**	**-**	**1,171.58**
成型工序设备					
1	国产柯达压机	KD4800	3	150.00	450.00
2	布料系统	KD836A	4	95.00	380.00
3	翻坯机	KD813A	4	7.00	28.00
4	压机承接辊台 1	W1600/L2180	2	1.60	3.20
5	压机承接辊台 2	W1600/L4260	2	3.10	6.20
6	压机横线 1	W1000/L3570	2	1.60	3.20
7	压机横线 2	W1000/L4570	2	2.10	4.20
8	摆臂升降	W1000/L6000	2	2.00	4.00
	小计		**19**	**-**	**878.80**
干燥工序设备					
1	干燥器双层入坯辊台	W3200/ L（上 3310＋下 5390）	1	17.00	17.00
2	与干燥器同速辊台 1	2W3200/L1140	1	1.80	1.80
3	双层干燥器	2W3200/L107800	1	476.00	476.00
4	与干燥器同速辊台 2	2W3460/L4400	1	1.90	1.90
5	干燥器双层出坯辊台	2W3450/ L（上 2320＋下 6880）	1	18.00	18.00
6	干燥器单层出坯辊台	W3450/L2130	2	1.20	2.40
7	干燥后翻坯机	W3450/L1280	2	2.00	4.00
	小计		**9**		**521.1**
釉线工艺设备					
1	出干燥器下层输送线	W1000/L24360	1	9.70	9.70
2	出干燥器上层输送线	W1000/L127850	1	51.10	51.10
3	过渡辊台	W3000/L3300	1	2.60	2.60
4	摆臂升降	W1000/L6000	1	2.00	2.00

5	圆带转弯机	W1000/R1400	2	1.50	3.00
6	扫尘机、吹尘机	W1000	1	1.80	1.80
7	釉线辅助设备	-	3	150.00	450.00
8	喷墨印花机	KDP8800	2	400.00	800.00
	小计		**12**		**1,320.20**
烧成工序设备					
1	窑炉入坯辊台	W2500/L4490	1	11.00	11.00
2	与窑炉同速辊台	W3100/L1140	1	0.90	0.90
3	窑头储坯器	W2500/130M2	1	15.00	15.00
4	国产辊道窑	KD300	1	360.00	360.00
5	窑炉出砖辊台	W2800/L17930	1	12.50	12.50
6	干燥器单层出坯辊台	W3450/L2130	2	1.20	2.40
7	干燥后翻坯机	W3450/L1280	2	2.00	4.00
	小计		**9**		**405.80**
抛光工序设备					
1	圆带转弯机	W1000/R1400	1	1.50	1.50
2	输送线	W1000/L33873	1	13.50	13.50
3	抛光线	KPX800/28B+16C+48A+32B＋KGG0.8/15.4-1(F)＋FW800/2＋6	1	295.00	295.00
4	超洁亮抛光线	LUXCO800/16＋2	1	72.00	72.00
5	抛光连接线及拣选线	W1m/L60M	1	24.00	24.00
	小计		**5**		**406.00**

（2）建筑工程

序号	名称	金额（万元）	所占比例（%）
1	主要生产工程相关车间		
1.1	联合车间	1,646.008	36.16
1.2	原料车间	349.272	7.67
1.3	制粉车间	310.464	6.82
1.4	抛光车间	646.408	14.20
2	辅助生产工程相关车间		
2.1	成品库房	862.40	18.95
2.2	原料棚	220.32	4.84
2.3	实验室网版室	47.808	1.05
3	公用工程		
3.1	配电变电站	53.28	1.17
3.2	煤气站	209.412	4.60
3.3	循环水池	206.628	4.54
	合计	**4,552.00**	**100.00**

6、项目选址

项目拟在公司原有土地上实施，项目用地系 2001 年通过出让方式取得的工业用地（丰南国用（2012）第 131 号）。该项目所在地基础设施完善，已具备项目建设基础。

7、产品主要工艺及生产流程

本项目的陶瓷砖产品工艺流程见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（二）发行人主要产品工艺流程图”相关内容。

8、主要原辅材料及能源供应

本项目所需要的原辅材料品种，与公司目前瓷砖等产品生产所需要的原材料品种基本相同。主要原辅料属于已经大面积开采的矿物质，市场供应充足，可以通过市场直接采购。公司通过长期的遴选和合作，已经形成了一批实力雄厚、信誉良好的固定供应商，双方形成了良好的合作关系，在未来较长时期内能够保证公司原有产能及新增产能的原辅料供应。

因此，本项目投产所需要的原辅料供应稳定，主要原辅材料具体情况如下。

（1）坯体原辅材料

序号	名称	年用量（吨）	主要供应商
1	长石	20,526.00	滦县雨源硅砂厂
2	黄砂岩	10,263.00	丰润黄家屯永兴瓷石矿
3	四节粘土	3,080.00	赵立新
4	洁具废泥	22,000.00	—
5	洁具废瓷	6,600.00	—
6	黑泥	12,315.60	江门市盛强精细材料有限公司
7	瓷石	4,070.00	赵立新
8	玻璃水	451.00	唐山市丰南区永利化工厂
9	纯碱	84.00	唐山融祥商贸有限公司
10	增强剂	227.00	上海延恩化工产品有限公司
	合计	**79,616.60**	

（2）釉料材料

序号	名称	年用量		主要供应商
		单位	年用量	
1	面釉	吨	2,035.00	上海大鸿制釉有限公司
2	抛釉料	吨	1,518.00	河南科海陶瓷科技有限公司
3	喷墨耗材	万平米	330.00	淄博东科司马化工销售有限公司

（3）能源动力

本项目所需主要能源为水、电、焦炉煤气，厂区内现有能源供应条件可以充分保证项目的能源供应需求。项目所需能源情况如下所示：

序号	名称	年用量	
		单位	数量
1	水	万 m^3	8.13
2	电	万 kWh	1,677.70
3	焦炉煤气	万 m^3	1,900.00

9、项目的组织实施及进度计划

本项目的建设期为 12 个月，项目的主要内容包括前期调研、施工设计、土建施工、设备采购及安装调试、人员培训等方面，具体进度如下所示：

阶段	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
项目前期工作	■	■										
施工设计			■									
施工准备及土建施工				■	■	■	■	■				
设备采购							■	■	■			
设备安装和调试										■	■	
人员培训											■	
验收投产												■

10、环保情况

本项目生产过程中产生的废气、废水、废物和扬尘、噪声均经过相应的环保设施处理，对周围环境不会造成污染，符合我国环保法规所规定的污染物经处理后的排放标准。2014 年 3 月 24 日，唐山市丰南区环境保护局作出《关于惠达卫浴股份有限公司一条年产 300 万 m^2 全抛釉砖生产线项目环境影响报告书的批复》（丰环发[2014]18 号），同意该项目的建设。

11、新增产能的市场前景分析

本项目新增产能的市场前景分析请参见本招股说明书“第六节业务和技术”之“二、发行人所处行业基本情况”。

12、经济效益分析

本项目建设期为 1 年，项目建设完成后设计产能达产销售收入为 12,564.10 万元，年平均利润总额为 2,424 万元，内部收益率为 17.69%（所得税后），具体情况如下表所示：

序号	项目	指标	备注
1	营业收入（万元）	12,564.10	达产后年均值
2	利润总额（万元）	2,424.00	达产后年均值
3	税后利润（万元）	2,050.00	达产后年均值
4	内部收益率（%）	17.69	所得税后
5	投资回收期（年）	5.42	所得税后

（三）研发设计中心建设项目

1、项目概述

公司拟投资 5,000.29 万元在原厂区新建研发楼和设备开发车间各一座，共占地 5,408.70m^2。该项目拟建设产品结构优化与节水技术中心、功能化新材料技术中心、自动化装备与技术中心、配套产品科技化技术中心共四个子中心，项目建设周期为 32 个月。项目建成后，将进一步增强公司的研发能力及科技成果转化的能力，推动公司进一步向科技创新型企业转变，为公司可持续发展奠定基础，促进公司业务健康、快速发展。

2、项目建设的必要性

（1）技术研发是满足消费者需求多样化的必然要求

近年来，我国卫浴行业发展迅速，已经成为全球最大的卫浴产品生产与销售基地。随着我国居民人均收入水平的提高和消费观念的转变，人们越来越重视住宅装修的质量和品位，消费者已经不仅仅满足于卫浴产品的实用性，对产品的安全性、舒适性、环保性、节能节水、时尚美观等要求更高，这使得卫浴市场有巨大的发展潜力。

总之，我国城乡居民购买力的增强以及传统消费观念的转变，都要求卫浴行业的产品从设计、材料、生产工艺、成品外观等方面不断更新换代，只有不断推出新的、符合时代要求的产品，公司才能在激烈的市场竞争中取得优势。

（2）技术研发是提高公司竞争力的必然要求

目前，我国大部分本土品牌卫浴企业普遍存在研发投入不足、产品开发能力较差的情况。作为我国本土卫浴品牌的领军企业之一，公司虽然每年在技术研发方面投入较大，但在产品科技含量及核心竞争力方面，与国际知名的卫浴企业相比仍然有一定差距。因此，为提高公司竞争力，达到国际知名卫浴企业的设计研发水平，进一步加大研发投入、提高公司产品的技术含量是公司的必然选择。

3、项目建设的可行性

（1）符合国家产业政策的支持方向

为保障国民经济可持续发展，国家明确支持节能、节水、节材环保等技术的开发、应用及生产，《国家中长期科学和技术发展规划纲要》中明确了节水、节能的工业发展思路。其他相关行业政策请参见本招股说明书“第六节业务和技术”之“二、公司所处行业基本情况”之“（一）行业管理体制、法律法规及产业政策”中的具体内容。

本项目建设的四个研发子中心，将进一步增强公司的自主研发能力，加快研发更节水、更节材和更具技术含量的符合国家产业政策的高端卫浴产品。

（2）强大的研发队伍

公司是国家级高新技术企业、省级企业技术中心单位、“河北省卫生陶瓷工程技术研究中心”企业，是卫浴类产品的住宅产业化基地企业。经过多年的建设和发展，公司已经具备了较为完善的研发体系，拥有先进的工艺装备、领先的技术水平及强大的研发队伍。截至 2016 年 6 月 30 日，公司拥有研发人员 471 人。科研人员专业领域覆盖了无机非金属、陶瓷艺术设计、热能与动力工程、材料学、机械设计制造和计算机信息等专业，形成了专业门类齐全的专业技术队伍，为本项目的顺利实施提供了重要保障。

（3）丰富的研发经验

近年来，公司承担多项研究开发项目，取得了多项专利，具有丰富的研发经验。截至 2016 年 6 月 30 日，公司共拥有专利 168 项，其中发明专利 18 项，实用新型专利 18 项，外观设计专利 132 项。此外，公司研发的多项技术分别获得了“金隅杯”全国建材行业技术革新一等奖、“华新杯”全国建材行业技术革新一等奖和河北省科技成果奖等多个奖项。

综上，丰富的研发经验及丰硕的研发成果为本项目的实施提供了基本保障。

4、建设项目的投资规模

本项目预计投入 5,000.29 万元人民币，全部为建设投资（包括建筑工程费及设备购置、安装费等），具体构成如下。

序号	投资项目	金额（万元）	所占比例（%）
1	工程费用	4,246.92	84.93
1.1	建筑工程费	2,279.76	45.59
1.2	设备购置费	1,725.72	34.51
1.3	安装工程费	241.44	4.83

2	其他工程费	382.98	7.66
3	预备费	370.39	7.41
	合计	**5,000.29**	**100.00**

5、项目建设具体内容

该项目主要建设内容包括公司研发设计中心主楼和设备开发车间建设，其中研发设计中心包括综合管理室、产品结构研发实验室、材料研发实验室、设备研发实验室、配套装置研发实验室和检测室。此外，除上述工程建设外，本项目还需要为研发室及实验室采购相应的设备。设备采购及工程建设的具体明细如下。

（1）设备

序号	设备名称	规格型号	数量 台(套)	单价 （万元）	总价 （万元）
产品结构研发室					
1	三坐标扫描仪	JD-SCAN-400 三维扫描仪	1	50.00	50.00
2	数据库服务器	惠普 PowerEdge T320	1	5.00	5.00
3	高配图形工作站	戴尔 DELL PRECISION T5400	2	3.00	6.00
4	空压机	LIUTECH LU5-8	1	10.00	10.00
5	龙门吊	5 吨电动单梁桥式起重机	1	10.00	10.00
6	除尘设备	布袋除尘器 HMC-32	1	10.00	10.00
7	大型平台及配套模框	QT400-600	1	1.00	1.00
8	石膏搅拌设备	H-90 真空石膏搅拌机	1	1.00	1.00
9	电子叉车	卓沃 ZW10003 踏板式全电动搬运车	1	1.00	1.00
10	小型热风炉	RS70	1	5.00	5.00
11	普通计算机	DELL PRESION 490	5	2.00	10.00
12	高精度水平仪	DLM800	1	0.50	0.50
13	数控刀具	Φ80 盘铣刀/Φ40 端铣刀/Φ25 端铣刀/Φ25 球刀/Φ25 立铣刀	1	10.00	10.00
14	万能磨刀机	台湾元禄亦 YN-3	1	2.00	2.00
15	UG 正版软件	UG 8.0	1	10.00	10.00
16	geomagic studio/geomagic qualify	geomagic qualify 9.0	1	20.00	20.00
17	ANSYS	ANSYS 12.0	1	50.00	50.00
18	POWERMILL	POWERMILL 10.0	1	10.00	10.00
	小计		**23**		**211.50**
材料研发室					
1	X 射线荧光光谱仪	日本理学：ZSX Primus Ⅱ	1	250.00	250.00

序号	设备名称	规格型号	数量台(套)	单价（万元）	总价（万元）
2	高温激光共聚焦显微镜	日本 Lasertec 公司：VL2000DX-SVF15FB	1	250.00	250.00
3	高温热膨胀仪	日本岛津公司：TMA-60H 或德国耐驰公司：TMA 402 C	1	50.00	50.00
4	材料试验机	日本岛津公司：AG-IS	1	50.00	50.00
5	激光粒度仪	英国马尔文公司：Mastersizer3000	1	55.00	55.00
6	旋转流变仪	英国马尔文公司：Kinexus	1	55.00	55.00
7	zeta 电位仪	英国马尔文公司：Zetasizer Nano ZS	1	50.00	50.00
8	全自动压汞仪	美国麦克公司：AutoPoreⅣ 9510 型	1	30.00	30.00
9	全自动真密度/开闭孔率分析仪	美国麦克公司：AccuPyc II 1340	1	50.00	50.00
	小计		**9**		**840.00**
设备研发室					
1	车床	CA6140A	2	6.25	12.50
2	车床	CW6180B	1	15.50	15.50
3	摇臂钻	Z3050×16/1	2	7.85	15.70
4	立式升降台铣床	B1-400K	1	18.75	18.75
5	端面铣床	DX30-15	1	27.00	27.00
6	液压牛头刨床	BY60100B	1	8.50	8.50
7	喷砂机	CJ-1515A	1	3.30	3.30
8	加工中心	CV-2000	1	108.00	108.00
9	剪板机	QC12Y	1	19.00	19.00
10	折弯机（数显）	WC6Y-100/2500	1	6.50	6.50
11	液压卷板机	W11S-17×2500	1	19.00	19.00
12	螺旋管卷管机	SBJX-1500D	1	8.90	8.90
13	数控等离子切割机	ArtMasterⅡ	1	28.00	28.00
14	双立柱带锯床	G4250/70	1	4.10	4.10
15	攻钻两用机	ZS4032	1	1.20	1.20
16	台钻	Z516	2	0.30	0.60
17	综合型磨刀机	MG6065C	1	1.68	1.68
18	天车	10t	1	15.00	15.00
19	天车	5t	2	12.50	25.00
20	叉车	3t	1	6.15	6.15
21	喷漆房	6m×6m	1	10.00	10.00
22	划线平台	2.5m×1.5m	2	2.30	4.60
23	戴尔图形工作站	T5610	5	2.50	12.5
24	爱普生激光绘图仪	SureColorT3080	1	10.00	10.00

序号	设备名称	规格型号	数量 台(套)	单价 （万元）	总价 （万元）
25	佳能彩色激光打印机	7010C	1	0.50	0.50
	小计		**34**		**381.98**
检测室					
1	卫生陶瓷后续水检测系统	TW-C1	1	20.00	20.00
2	卫生陶瓷冲水试验机（符合美标）	BCH-J	1	20.00	20.00
3	卫生陶瓷抗龟裂试验设备	PCL	1	10.00	10.00
4	吸水率测试系统	2KW 电炉， 千分之一天平	1	10.00	10.00
5	螺纹检测仪	全套	1	5.00	5.00
6	防凝结（隔热）水箱测试系统	SYS-FNJ-01	1	12.00	12.00
7	扭矩仪	DB100N-S	1	10.00	10.00
8	噪音检测室（含噪音检测仪）	MA-28	1	60.00	60.00
9	18m 输送管道（1°倾斜）	L-18	1	5.00	5.00
10	角度仪	0-220°	5	0.40	2.00
11	穿孔萃取仪	TH01	1	1.50	1.50
12	检测工作平台	1.2m×1.2m×1m	3	1.00	3.00
13	水封尺	100mm	5	0.10	0.50
14	电子称	200kg	2	0.25	0.50
15	电子称	5kg	1	0.50	0.50
16	空气压缩泵	40502	1	2.50	2.50
17	储气罐	R04-111	1	2.50	2.50
18	自来水过滤器	KL-2500C	1	0.50	0.50
19	储物架	SYS-ZWJ-（01-10）	10	0.05	0.50
20	置物柜	SYS-CCG-(01-10)	10	0.05	0.50
21	档案柜	SYS-DAG-(01-10)	10	0.05	0.50
22	数显游标卡尺	150mm	10	0.10	1.00
23	面盆冷热冲击实验装置	TS-80(-70℃-150℃)	1	25.00	25.00
24	软管拉伸寿命试验装置	HDPS-14	1	5.00	5.00
25	便器坐圈和盖摇摆试验机	YBJ-20A	1	14.00	14.00
26	401AB 老化试验箱	A0001	1	2.50	2.50
27	测厚仪	DJH-E	1	1.00	1.00
28	盐雾腐蚀试验箱	YWX/Q-750	1	2.50	2.50

序号	设备名称	规格型号	数量台(套)	单价（万元）	总价（万元）
29	快速分析仪	DFH82	1	1.50	1.50
30	数显水份测定仪	PT-90E	1	2.00	2.00
31	理化干燥箱	LG050B	1	1.00	1.00
32	软管脉冲及热老化试验装置	YBT-3023	1	24.00	24.00
33	《卫生洁具淋浴用花洒》检测设备	HDPS-7	1	25.00	25.00
34	带尺锥台	500mm	2	0.15	0.30
35	欧洲标准水箱	SYS-SX-01 122mm×400mm×300mm	1	2.00	2.00
36	分光光度仪	CM-2600d/2500d	2	7.50	15.00
37	其他辅助工具购置费	-	1	3.44	3.44
	小计		**85**		**292.24**

（2）建筑工程

序号	投资项目	金额（万元）	比例（%）
1	主要生产性工程	2,249.76	98.68
1.1	研发中心	1,253.55	54.99
1.2	设备开发车间	996.21	43.70
2	辅助工程	30.00	1.32
	合计	**2,279.76**	**100.00**

6、主要研究内容

该项目拟建设产品结构优化与节水技术中心、功能化新材料技术中心、自动化装备与技术中心、配套产品科技化技术中心四个子中心，主要用于 4 大研究方向共 12 类专项的技术研发，相关内容的基本情况如下。

研究方向	研究专项	主要研究内容
产品结构优化与节水技术	节水卫浴技术	以节水为主线，深入探索流体力学的物理学原理，通过对坐便器内部水道进行科学设计，反复试验，开展在无附加动力的条件下超节水、双档式坐便器的研制
	信息化原胎设计加工技术	通过对产品与市场信息的采集分析、三维设计、加工制造、样品展示的网络化、信息化等内容进行重点研究，力求缩短新产品开发周期，提高设计精度
	产品结构与力学关系模型的计算机模拟技术	通过建立卫生瓷产品结构与流体力学、烧结动力学关系模型，计算机模拟卫生瓷产品冲水过程中流体力学性能变化及烧结过程材料力学性能变化，预测评价产品冲洗过程用水量与冲洗效果，预测产品各部位烧结后的应力大小及分布，预测各部位烧结收缩与变形的大小与分布，从而优化产品冲洗效果、减少制品烧结开裂，缩短产品设计周期，提高产品设计水平
功能化新材料技术	废石膏回收再利用技术	重点对废石膏回收再利用的可行性进行研究，解决废石膏作为原料再次使用时投放比例难以控制，容易造成成品发泡、变形

		等缺陷，影响使用的问题
	薄壁轻量化卫生瓷坯体配方及制品制造技术	通过减少熔剂含量及优化泥浆粒度分布等手段，获得变形度小、抗折强度高的瓷质卫生陶瓷坯体配方，可以显著减薄坯体厚度和减轻制品单重，从而减轻劳动强度，降低生产成本，节约有限的矿产资源、燃料能源，提高资源和能源利用率
	特殊釉面装饰技术	通过工艺美术瓷的装饰方法，研究卫生瓷个性化、艺术化的釉面装饰工艺与技术，提高卫生陶瓷的艺术品位与审美价值
自动化装备与技术	高压注浆技术及装备工程化开发	通过对新型高低压液压工艺、气动-电动联合驱动技术、可编程控制系统以及石英与环氧树脂混合模型等工艺进行系统集成，开发复杂立便器、挂便器、连体坐便器、大规格洗面器的高压注浆自动成型机，并开发耐高压微孔树脂模型、调优泥浆工艺性能参数与高压注浆机配套集成
	机器人施釉技术	将 PIC 单片机与并联机械手控制系统、伺服系统、输供釉系统以及工件转台与工件输送系统等有机集成，开发应用于卫生陶瓷全能喷釉的仿真机器人
	全动态热风干燥系统技术	根据陶瓷坯体与模具干燥过程需要大量蒸汽锅炉供热的现状，利用回焰燃烧技术，开展以自然空气为导热介质，以焦炉煤气为热能的全动态热风干燥系统研究；配合低温快烧工艺，进行窑炉余热回用研究
	其他自动化生产装备或助力机械装置研发	根据现有卫浴产品生产工艺，逐步研制和推广能够减轻劳动强度、提高产品生产效率的助力或全自动设备装置，例如根据预设定程序按照规定路线行驶的半成品自动输送车、自动坯体输送线和装、卸载机械手等
配套产品科技化技术	电子卫浴系列产品研发	通过研究红外线感应技术在卫生洁具中的应用，以及研究卫生洁具的免接触技术、智能节水技术、智能节电技术等，把传统的小便器、蹲便器、水龙头等升级为具备节水、节电、免接触技术功能的现代化智能卫浴洁具
	高效能塑料配件研发	提升卫浴产品的配套性和享用性，提高卫浴配套产品如内部水件、五金配件等的使用性能、节水效果

7、项目选址

项目拟在公司原有土地上实施，项目用地系 2000 年通过出让方式取得的工业用地（丰南国用（2012）第 129 号），拟占用面积为 5,408.70m^2。该项目所在地基础设施完善，已具备项目建设基础。

8、项目的组织实施及进度计划

本项目的建设期为 32 个月，主要内容包括前期调研、施工设计、土建施工、设备采购及安装调试、人员培训等方面，具体进度如下所示：

阶段	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32
项目前期工作	■	■														
初步设计			■													
施工设计				■												
设备考察及订购					■	■	■	■	■	■	■					
土建施工					■	■	■	■								
设备安装和调试									■	■	■	■	■	■	■	

阶段	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32
人员培训																
试运营																

9、项目的环保情况

项目以技术研发为主，所产生的环境污染主要集中在实验、试制过程中，公司将按照生产标准控制环境污染。项目建成后有关实验及试制、废物排放及废品处理均符合国家和地方环保规定，不存在环境污染问题，符合环保政策的要求。

10、项目效益分析

本项目为非生产项目，虽然不直接产生经济效益，但通过本项目的实施，可以增强公司的自主创新能力，不断提高产品的技术含量和竞争力，为公司的长远发展提供了强有力的技术保障。

（四）营销网络扩建及品牌建设项目

本项目共包括营销网络扩建和品牌建设两个子项目，投资额分别为 6,049.00 万元和 4,000.00 万元，相关项目建设具体内容如下文所述：

1、营销网络扩建项目

（1）项目概述

本项目总投资 6,049.00 万元，建设期为 3 年，具体建设内容如下：以通过补贴经销商的方式建设销售网点 1,059 家，其中省会城市及直辖市专卖店 30 家、地级市专卖店 62 家、县镇级专卖店 967 家。

（2）项目建设的必要性

①本项目建设是完善公司营销网络的必然选择

近年来，卫浴行业持续发展，市场竞争日益激烈。知名卫浴企业不仅在一线城市扩建营销网络，并逐步将销售渠道重心转向二、三线城市。作为国内知名的卫生陶瓷生产企业，公司在卫生陶瓷行业已基本建立了体系完整的营销网络。截至 2016 年 6 月 30 日，公司在地级市市场覆盖率为 90.20%，县级市场覆盖率为 70.46%，共有门店 3,004 家，其中专卖店 2,632 家。与地级市市场相比，公司在县级市场的覆盖率偏低，在未来几年，公司有必要增加县级市场的覆盖率。

②本项目建设是提升公司品牌竞争力的需要

卫浴行业竞争的多元化，使得各大卫浴生产企业对市场渠道中的专卖店体系更加的重视。面对竞争日趋激烈的卫浴市场，公司及时调整营销战略，拟在精心

维护现有的大中城市市场销售网点建设的同时，大力开发三、四线城、镇市场渠道，利用三年的时间，在全国新建卫浴专卖店 1,059 家。通过有效的扩大公司营销网络系统，将有利于“惠达”品牌向县级及镇级市场的渗透，增加“惠达”品牌的影响力及竞争力。

③本项目的建设是提升公司服务能力的必然要求

专卖店是公司品牌形象、企业文化的宣传窗口。本项目的建设有助于形成一大批忠诚度高的核心经销商和稳定的客户消费群体，增强公司对终端渠道的影响力及控制力。同时，本项目的建设将使公司更加及时的向经销商和消费者提供公司的新产品信息，并及时收集市场和渠道信息，在这些信息的基础上，公司的研发部门能及时、有效的推出新产品或对现有产品做出改进，能够给经销商及最终消费者提供更好的产品及服务。

（3）项目建设的可行性

①巨大的品牌影响力

卫浴行业品牌的形成主要源于长期以来客户对产品质量的认可及消费体验。通过数十年的行业积累和过硬的产品质量，“惠达”已成为国内卫浴行业最知名的品牌之一，在消费者心中形成了良好的口碑和知名度。依托于公司强大品牌实力，新建的专卖店容易得到最终客户的认可，为本项目的顺利实施提供了保障。

②丰富的渠道建设经验

公司从成立至今，已在卫浴行业基本建立了体系完整的营销网络，在订单管理、产品配送、经销商管理及售后服务等诸多方面具有丰富的经验。截至 2016 年 6 月 30 日，公司的营销网点在地级市市场覆盖率为 90.20%，县级市场覆盖率为 70.46%，共有店面 3,004 家，其中专卖店 2,632 家。完整的销售网络体系及丰富的渠道建设经验为本项目的实施提供了有效的保障。

③广阔的市场空间

本项目主要针对目前公司销售网点布局的不足，对现有的销售网络进行完善及扩充，主要是对县、镇、乡级销售网点进行新建扩充。随着城镇化进程的加快及三、四线城市市场经济的发展，人们的生活水平不断提高，消费能力也在快速提升。因此，县（区）、镇乡是今后一段时间内，包括卫浴产品在内的建材产品非常有前景的一个大市场。巨大的市场空间对本项目的实施起到了巨大的推动作用，也为项目的成功实施提供了有力的保障。

（4）项目建设具体内容

①本项目拟设立的专卖店类型及特征

本项目拟设立省会及直辖市专卖店、地级市专卖店、县镇级专卖店三种类型，具体内容见下表所示：

专卖店类型	单店平均面积	特点及所起作用	选址要求
省会及直辖市专卖店	500-2,000m^2	用于公司产品的全品类展示，为大客户提供产品选型服务，产品发布及推广、招商等	选择在客流量密集路段的两侧、商业核心地带、当地具有较大影响力的建材市场
地级市专卖店	120-500 m^2	用于卫浴产品的展示及销售，服务家庭零售客户、装饰公司等；并作为电子商务的线下配送服务网点	
县镇级专卖店	30-100 m^2	用于卫浴产品展示及销售，服务城市社区、乡镇客户；并作为电子商务商模式下的线下服务网点	主要分布在建材街、社区、城郊及镇级市场

②本项目拟设立的专卖店网点布局情况

未来三年拟在全国范围内共设立专卖店 1,059 家，具体分布情况如下：

地 区		省会及直辖市专卖店	地级市专卖店	县镇级专卖店	合 计
东北	辽宁	1	3	31	35
	吉林	1	2	21	24
	黑龙江	1	3	27	31
西南	四川	1	4	45	50
	重庆	1	0	20	21
西北	宁夏	1	2	8	11
	新疆	1	1	20	22
	青海	1	3	10	14
	陕西	1	2	43	46
	甘肃	1	1	23	25
	内蒙	1	1	37	39
	山西	1	1	50	52
	西藏	1	1	14	16
华北	北京	1	0	24	25
	天津	1	0	22	23
	河北	0	2	64	66
	河南	1	2	55	58
	山东	1	3	52	56
华中	湖北	1	3	37	41
	湖南	1	2	40	43

	江西	1	2	40	43
华南	广东	1	3	36	40
	广西	1	7	15	23
	海南	1	0	6	7
	云南	1	3	32	36
	贵州	1	1	26	28
	福建	1	1	35	37
华东	江苏	1	2	31	34
	安徽	1	3	42	46
	浙江	1	4	39	44
	上海	1	0	22	23
合计		**30**	**62**	**967**	**1,059**

在上述计划新建的专卖店中，以县镇级专卖店为主；在行政区域方面，主要集中在西北和华北地区。上述布局完成后，公司能有效的提高在三、四线城镇的市场覆盖率，进一步完善公司的销售布局。

③本项目销售网点的建设方式

本项目建设中，通过一次性给予经销商新建专卖店装修费用补贴的方式，帮助企业建设门店。

（5）项目组织实施及进度控制

本项目建设中，计划在未来三年新建专卖店 1,059 家，计划总投资 6,049 万元。该项目的资金具体使用计划及进度安排如下：

序号	名称	总面积（平米）	第 1 年		第 2 年		第 3 年	
			数量（家）	补贴标准(元/平方米）	数量（家）	补贴标准(元/平方米)	数量（家）	补贴标准(元/平方米)
1	省会及直辖市专卖店	45,000.00	10	600.00	10	600.00	10	600.00
2	地级市专卖店	18,600.00	25	400.00	25	400.00	12	400.00
3	县镇级专卖店	96,760.00	400	250.00	400	250.00	167	250.00
小计		**167,800.00**	**435**		**435**		**189**	
合计（万元）				**2,275.62**		**2,275.62**		**1,497.76**

（6）环保情况

本项目建设内容主要为以补贴的方式帮助经销商建设门店，项目不涉及环保问题。

（7）经济效益分析

本项目为非生产项目，虽然不直接产生经济效益，但通过本项目的实施，可以明显提高公司的销售能力，完善公司的销售网络，为公司营业收入的稳步增长提供了基本保障。

2、品牌建设项目

（1）项目概述

本项目总投资 4,000.00 万元，建设期为 18 个月，全部使用本次发行股票并上市的募集资金，项目不单独计算经济效益。公司计划通过户外广告、视频广告及品牌系统建设三种方式进行品牌建设，具体的投入情况如下表所示：

序号	项目名称	拟投资额（万元）
1	户外广告	2,000.00
2	视频广告	1,050.00
3	品牌系统建设	950.00
	合计	**4,000.00**

（2）项目建设的必要性

①品牌建设是品牌营销时代的必然选择

随着我国卫浴行业逐渐进入品牌营销时代，越来越多的卫浴企业逐渐意识到强大的品牌效应是在市场竞争中生存和发展的关键因素。知名品牌卫浴企业受宏观环境影响较小，而一些没有品牌或知名度不高的企业则受影响较大，容易在行业洗牌中被淘汰；同时，越来越多的消费者在购买卫浴产品时不仅关注产品价格、质量、售后服务，更关注品牌的知名度和商家的美誉度，很多情况下，甚至仅仅是品牌就决定了消费者的购买决策。因此，在品牌营销时代，品牌建设是企业的必然选择。

②品牌建设是提升高端市场占有率的保障

我国已成为全球最大的卫浴产品消费市场，少部分国内卫浴品牌的性能和质量达到甚至超越了国外品牌，然而 TOTO 等国外卫浴品牌利用强大的资金实力和较高的品牌知名度，在中国高端卫浴市场具有较高的占有率。除历史原因外，国内企业品牌意识不强及品牌影响力较弱是导致这种局面的重要原因。因此，为提高公司产品的市场占有率，公司有必要加大品牌建设的力度。

③品牌建设是公司发展历程的重要组成部分

“惠达”品牌在几十年的发展过程中，以其过硬的产品质量及良好的售后服

务，已成为国内卫浴行业最知名的品牌之一，在消费者心中形成了良好的口碑和知名度。良好的品牌效应促进了公司销售规模不断扩大，而销售规模的扩大又进一步提升了公司的品牌影响力及知名度，二者相辅相成。在公司扩大生产规模的同时，品牌影响力的提升对消化相应产能有着重要的作用。因此，强化品牌建设是公司持续发展的必然选择。

（3）项目建设的可行性

①品牌建设符合国家对卫浴行业民族品牌的支持政策

为实施品牌战略，促进中国建筑陶瓷、卫生洁具行业的快速发展，中国建筑卫生陶瓷协会从 2002 年起就开展了“中国建筑陶瓷知名品牌”和“中国卫生洁具知名品牌”的评选活动。该项活动的开展，有效促进了本土卫浴品牌知名度的提升。公司的“惠达”品牌连续多年被评为中国卫生洁具知名品牌，以此为基础，公司如果进一步加大广告投入，将有效的提升公司的品牌影响力。

②公司具有品牌建设及推广的经验

在几十年的发展历程中，公司以过硬的产品质量为基础，在规模不断扩大的同时，逐渐形成了良好的口碑和知名度，创立了“惠达”这一卫浴行业的知名品牌。为稳固及提升公司的品牌影响力，公司每年投入约 2,000 万元进行品牌宣传及推广，在塑造卫浴行业品牌方面有着丰富的经验。

（4）项目建设具体内容与产品方案

①户外广告

A、重点城市户外广告

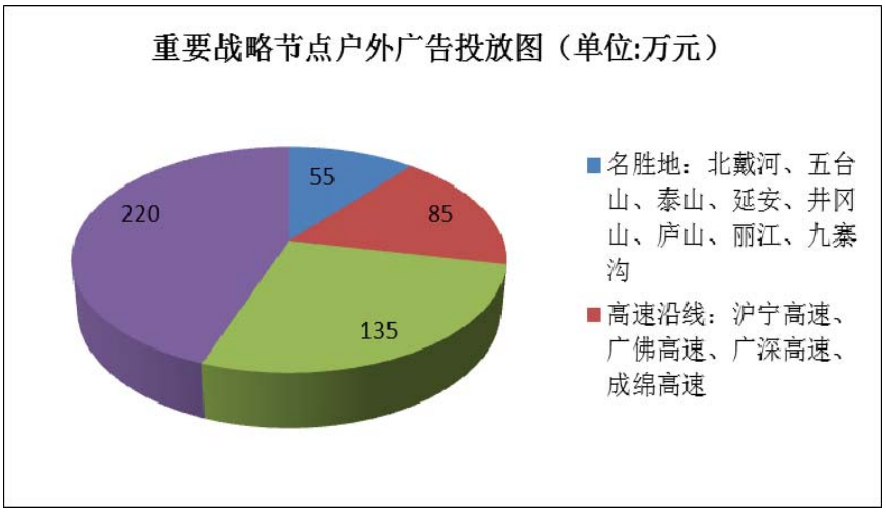
随着人们生活节奏的加快，传统的报纸、杂志广告和电波广告都逐渐在走向衰落。目前在城市中，最有效的广告形式为户外路牌广告、墙体广告和城市中心区户外 LED 大屏幕广告等。针对这种情况，公司计划以建材市场或者城市中心区作为广告投放的主要区域。公司结合自身情况，计划在以下 43 个城市共投放广告 1,505 万元，平均每个城市投入 35 万元，具体投放情况如下表所示：

行政区域	省及直辖市	具体投放城市名称
华北	北京、天津、河北、山西、内蒙古	皇岛、承德、保定、石家庄、邢台、邯郸、沧州、呼和浩特
华东	上海、山东、江苏、安徽、江西、浙江、福建、台湾	济南、烟台、青岛、南京、苏州、徐州、金华、宁波、上海、合肥、芜湖、福州、泉州、厦门
华中	湖北、湖南、河南	郑州、新乡、南阳、洛阳、武汉、长沙

华南	广东、广西、海南、香港、澳门	广州、深圳、南宁、三亚
西南	重庆、四川、贵州、云南、西藏	贵阳、昆明、大理、成都、绵阳
西北	陕西、甘肃、宁夏、新疆、青海	乌鲁木齐、银川、兰州
东北	黑龙江、吉林、辽宁	哈尔滨、长春、沈阳

B、重要战略节点户外广告

重要的战略节点主要指著名的旅游景点、重要高速公路沿线和高铁枢纽站点等，这些地点都具有辐射大片区域甚至全国的能力。在这些战略节点投放广告具有投资少、影响面广的特点。公司结合自身情况，计划投入情况如下图所示：

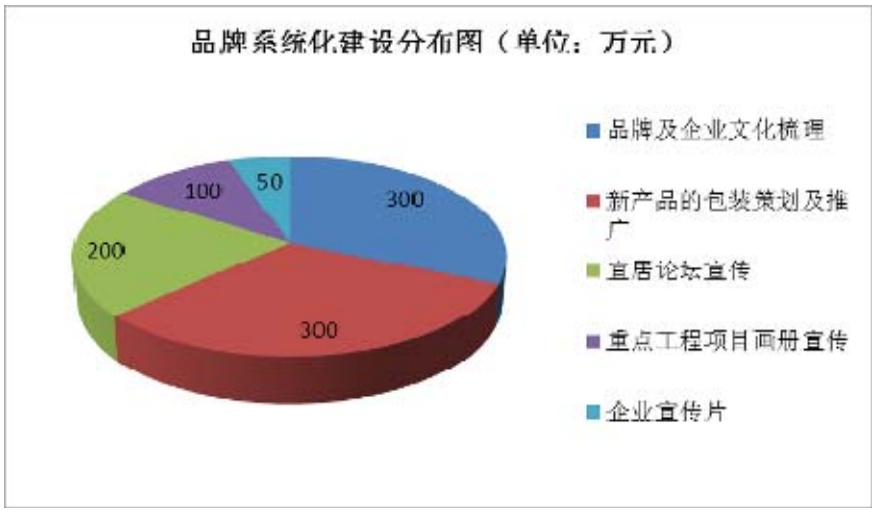


②视频广告

目前，人们观看视频的方式逐渐从电视转换为互联网。因此，公司选择在一些大的视频平台的热播电视剧、娱乐节目等受消费者欢迎的节目中投放视频贴片广告，以达到以下效果：一是精确地锁定目标客户；二是互联网贴片广告具有强制性，可以保证广告的到达率。对于视频平台广告投放，公司拟投入 120 万元制作视频广告，投入 930 万元进行广告投放。

③品牌系统建设

品牌建设是一个缓慢、复杂的系统工程，除上述广告投入外，公司还计划投资以下五个项目：一是品牌和企业文化梳理，主要涉及品牌理念、品牌定位和品牌传播以及企业文化系统诊断咨询等项目；二是智能卫浴等新产品的系统策划及推广；三是大型论坛的推广；四是重点工程项目画册、企业分类产品画册、企业综合画册的企划和制作；五是公司宣传片的制作。上述五项预算投入共计 950 万元，具体投入预算情况如下图所示：



（5）项目的组织方式、项目周期及实施进展情况

本项目计划投放周期为 18 个月，具体进度如下表所示。

阶段	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
户外广告																		
视频广告																		
品牌系统建设																		

（6）环保情况

本项目建设内容主要为广告投放，不涉及到环境污染问题。

（7）经济效益分析

本项目为非生产项目，虽然不直接产生经济效益，但通过本项目的实施，可以明显提高公司的品牌影响力，同时提升公司的销售业绩，为公司营业收入的稳步增长提供了基本保障。

（五）信息化建设项目

1、项目概述

本项目的建设是通过对公司现有的信息化办公环境进行改造，提升和完善信息系统功能，使公司各个部门之间能够实现资源的全面共享。

本项目总投资估算为 5,000 万元，主要建设内容是软件建设、信息化平台建设、人才引进及培训。其中软件建设主要包括购买用友的 NCv6.3 产品及购买数据库软件等；信息化平台建设主要包括数据中心、服务器建设、网络优化、网络全建设、OA 系统建设等方面；人才引进及培训主要包括聘请专业人才参与项目建设及对项目人员进行系统的管理培训。

2、项目建设的必要性

（1）有利于公司提高生产制造水平

公司现有 5 大产品系列，2,000 多种细分产品，生产工艺复杂，公司生产计划的下达、工艺要求的传递、生产调度等方面均未完全实现信息化。本项目的实施将实现公司对产品生产的全过程进行控制与追踪，进而提高公司产品生产制造水平。

（2）有利于提高公司营销管理效率

公司已经在国内建立了以销售网点支撑的营销网络，包括经销、工程、零售、电子商务等多种渠道。同时公司还建立了覆盖多个国家地区的海外营销系统。未来三年，公司还将加大开拓三、四线城镇市场的力度，每年将新增约 350 家专卖店。随着公司的营销网络逐步扩大，公司需要尽快提升营销管理工作效率。

公司目前搭建的信息化平台仅限于业务层面，对市场数据的重新提取与深度挖掘工作尚不能开展。公司在客户管理、售后服务管理、分销管理等方面的信息化建设也有待进一步加强。本项目的实施将有助于公司及时掌握各项市场信息，进一步做好各个销售渠道的维护、拓展工作，提升营销管理水平，为销售决策提供有力支持。

（3）有利于提高公司研发效率

公司是国家级企业技术中心、河北省卫生陶瓷工程技术研究中心，具有较强的研发能力，但是公司的研发管理信息化水平相对较低，影响了研发效率。本项目的实施可以有效地整合公司现有的研发资源，规范产品研发过程，提高产品的研发速度及研发质量，节约研发资金，提高研发效率。

（4）有助于提高公司的科学决策能力

公司现有信息管理系统相对孤立，系统之间不能有效的传递信息，降低了工作效率。随着公司生产经营规模的日益扩大，公司需要逐步实现信息流、物流、资金流的同步匹配运行。本项目的实施将实现公司对市场的快速反应，有助于提高公司的科学决策能力。

3、项目建设的可行性分析

（1）丰富的 ERP 系统建设、维护及使用经验

公司早在 1995 年就开始采用用友 U8ERP 系统，并且随着公司业务规模的不断扩大，公司对 U8 系统不断升级，从最初的 U8v1.0 版本升级到目前的 U8v11.0 版本。在用友 U8ERP 系统升级的过程中，公司信息技术部积累了丰富的 ERP 建

设及维护经验；同时，公司财务、采购、销售及人力资源等各部门也不断加深了对 ERP 系统的认识。目前，公司各部门均能熟练的使用用友 U8ERP 系统，这就为本项目的成功实施奠定了坚实的基础。

（2）充足的信息化人才

目前，公司信息技术部有员工 25 人，其中具有 5 年以上软件开发及大型网络建设维护工作经验的 15 人，其余 10 人均具有 2 年以上软件开发或网络维护经验。同时，上述人员均参与了用友 U8ERP 系统的实施及维护，积累了较为丰富的经验，为项目将要建设的用友 NCV6.3 平台提供了充足的人才保障。

（3）具有较好的信息化硬件基础

目前，公司在实施信息化的过程中，已经拥有如下关键设备：核心服务器 25 台、华为防火墙设备 2 台、深信服上网行为管理设备 2 台；华为 3 层核心交换机 4 台、4 级防雷设施 1 套、终端 PC1,080 台。除此之外，为保证信息化的正常运行，公司已建成长度 50,000 米的内部光纤局域网，各种交换设备 300 部，并有 2 套额定功率 12,000 瓦的不间断电源设备。上述设备为本项目搭建新的用友 NC 平台提供了良好的硬件基础。

4、项目投资规模及主要建设内容

本项目计划投资 5,000 万元，全部为建设投资，具体情况如下。

序号	投资类别	合计（万元）	比例（%）
1	工程费用	4,667.00	93.34
1.1	主要建筑工程	700.00	14.00
1.2	应用软件建设	1,144.90	22.90
1.3	信息基础平台建设	2,822.10	56.44
2	工程建设其他费用	115.00	2.30
3	预备费用	218.00	4.36
合计		**5,000.00**	**100.00**

（1）主要建筑工程

序号	项目	工程费（万元）
1	信息中心的改造	400.00
2	网络布线施工	100.00
3	核心机房建设	200.00
合计		**700.00**

（2）应用软件建设

序号	名称	拟选品牌型号	数量	单位	单价（万元/套）	总价（万元）
1	ERP 软件	用友 NC	1	套	860.00	860.00
2	数据库	ORACLE	1	套	210.00	210.00
3	安装费用	-	-	-		74.90
合计						**1,144.90**

（3）信息基础平台建设

序号	名称	拟选品牌及型号	数量	单价（万元）	总价（万元）
1	数据中心				
1.1	HDS VM 高端存储	日立 HDS VM	2	500.00	1,000.00
1.2	安装费	-	-	-	70.00
2	网络优化				
2.1	上网行为深信服	深信服 VC6000	1	20.00	20.00
2.2	VPN	深信服 N-3020	5	20.00	100.00
2.3	负载均衡器	深信服 T-4215	2	15.00	30.00
2.4	内网管理系统	联软 IT 安全运维管理软件 V3.5	500	0.10	50.00
2.5	网络运维管理系统	联软 IT 安全运维管理软件 V3.5	1	50.00	50.00
2.6	核心交换设备	华为 S7706 系列智能路由交换机	2	25.00	50.00
2.7	安装费	-	-	-	21.00
3	IT 基础服务系统				
3.1	归档系统	赛门铁克 ENTERPRISE VAULT	1	25.00	25.00
3.2	文档管理系统	赛门铁克	500	0.10	50.00
3.3	统一应用发布网关	深信服 EC-4000	1	50.00	50.00
3.4	OA 管理系统	用友 V3	500	0.05	25.00
3.5	即时通讯管理系统	腾讯通 RTX2013 通讯系统	1	50.00	50.00
3.6	视频会议管理系统	保利通视频会议系统	1	80.00	80.00
3.7	桌面虚拟化	VMware View5.0	500	0.10	50.00
3.8	安装费	-	-	-	23.20
4	主机存储与灾备系统				
4.1	刀片服务器	Dell(TM)PowerEdge(TM) M1000e	10	38.00	380.00
4.2	数据存储	VNX5600、DS300B	2	82.00	164.00
4.3	数据备份一体机	赛门铁克 s5000	1	22.00	22.00
4.4	服务器虚拟化软件	VMware vCenter Server Standard 5.0	10	9.00	90.00
4.5	磁带库备份	EMC vc-1200	2	9.00	18.00
4.6	安装费	-	-	-	47.10
5	信息安全				
5.1	服务器版杀毒软件	趋势网络版杀毒软件	1,000	0.05	50.00
5.2	防火墙	深信服防火墙	2	36.00	72.00

5.3	入侵检测系统	深信服入侵检测系统	1	100.00	100.00
5.4	安装费	-	-	-	15.50
6	系统正版化				
6.1	办公软件	office 2013 标准版	100	0.30	30.00
6.2	系统软件	windows 8 专业版	50	0.20	10.00
6.3	系统软件	windows server 2012 企业版	5	5.60	28.00
6.4	客户端软件	windows server cal 客户端	50	0.03	1.50
6.5	数据中心软件	SQL server 2012 数据中心	2	21.00	42.00
6.6	安装费	-	-	-	7.80
合计					**2,822.10**

（4）工程建设其他费用

序号	费用名称	费率或标准	费用（万元）
1	建设单位管理费	-	115.00
合计			**115.00**

5、项目的组织实施及进度计划

本项目的计划建设期为 3 年，主要内容包括前期调研、管理咨询、硬件购买、软件调试及人员培训等方面，具体进度如下所示：

阶段	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
项目备案																		
项目建设方案设计																		
现有服务器改进																		
信息中心装修																		
软、硬件购买调试																		
人员培训																		
系统运行调试																		
竣工验收																		

6、环保情况

本项目建设内容为信息系统升级，非生产型项目，无污染源。

7、经济效益分析

本项目为非生产项目，虽然不直接产生经济效益，但通过本项目的实施，可以提升公司的信息化水平，提高公司的管理效率。

（六）偿还银行借款的必要性和合理性

公司拟使用 20,000 万元募集资金偿还银行借款，以便降低公司借款规模，缓

解公司短期偿债压力，节省财务费用支出，提高公司盈利水平。

1、缓解短期偿债压力

2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，公司流动比率分别为 1.43、1.38、1.48 和 1.44，速动比率分别为 0.79、0.75、0.80 和 0.86，均低于同行业可比公司的平均水平（具体情况请参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十二、报告期内发行人主要财务指标”），主要是由于公司融资渠道单一，依靠银行短期借款解决公司日常生产经营、固定资产投资所需资金。2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，短期借款占流动负债的比例分别为 65.40%、63.11%、54.61%和 57.90%，占流动负债比例较高，公司存在一定的短期偿债压力。通过偿还银行借款将提高流动比率和速动比率，缓解短期偿债压力，优化融资结构，降低公司财务风险。

2、节省财务费用，提高盈利水平

报告期内，公司银行借款全部为短期借款，无长期借款。报告期各期末，公司短期借款和利息支出情况如下：

项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度	平均值
短期借款（万元）	50,000.00	67,000.00	66,919.86	61,306.62
利息支出（万元）	3,120.51	3,194.31	3,061.45	3,125.42
利润总额（万元）	13,894.39	19,627.66	14,164.38	15,895.48
利息支出/利润总额	22.46%	16.27%	21.61%	19.66%

报告期内，公司短期借款和利息支出均维持在较高水平，利息支出对公司盈利状况具有一定程影响，公司通过本次募集资金偿还银行借款将有效降低银行借款规模，减少利息支出，提高公司盈利水平。

三、新增固定资产和无形资产折旧摊销对经营成果的影响

本次募集资金运用项目对固定资产和无形资产的投入较大，将产生较大的新增固定资产和无形资产。本次募集资金投资的三个项目建成后，本公司新增固定资产 47,980.39 万元，年折旧额 3,195.95 万元；新增无形资产 1,144.90 万元，年摊销额 228.98 万元，新增固定资产和无形资产折旧摊销合计占公司 2015 年利润总额的 24.65%。新增固定资产和无形资产折旧摊销在募集资金项目建成初期将对公司经营业绩构成一定影响，但随着募集资金项目的效益逐步产生以及公司盈利能力的持续稳定提升，新增固定资产折旧对公司经营业绩的影响将显著下降。

四、募集资金运用对公司未来财务状况及经营成果的影响

本次募集资金投入后，将对本公司的生产经营和财务状况等多方面产生较大影响，具体表现如下：

1、募集资金到位后，公司净资产及每股净资产均将大幅提高，这将进一步壮大公司整体实力，提高竞争力，增强抗风险能力。

2、由于募集资金投资项目需要一定的建设期，在项目未达产的短期内净资产收益率会因为财务摊薄而有一定程度的降低。从中长期来看，本次募集资金项目具有较高的投资回报率且能够显著的提高公司的经营管理效率，随着投资项目陆续产生效益，公司销售收入和利润水平将有大幅提高，公司盈利能力和盈利的稳定性将不断增强。

3、募集资金到位后，公司的资产负债率水平将大幅降低，有利于提高公司的间接融资能力，降低财务风险。

4、本次发行募集资金到位后，公司投资项目所需资金基本得到解决，负债规模在一定时期内不会有大幅增长，公司的资本结构在一定时期内将以自有资金为主，借贷资金为辅。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配政策

（一）股利分配的一般政策

股份公司设立后，本公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司可以采取现金、红股及法律法规允许的其他方式分配股利，可以进行中期现金分红。本公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

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不得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两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（二）报告期内股利分配情况

2013年、2014年、2015年和2016年1-6月，经股东大会审议通过，本公司分别向股东分配利润7,350.00万元、7,458.89万元、7,672.00万元和6,393.33万元。截至本招股说明书签署日，上述利润分配已经全部实施完毕。

二、本次发行完成前滚存利润分配安排

截至2016年6月30日，本公司经会计师审计的母公司累计未分配利润为104,364.59万元。

经本公司 2014 年第二次临时股东大会决议，本公司首次公开发行人民币普通股（A 股）前的滚存利润分配方案如下：公司本次股票发行前的滚存未分配利润，由本次股票发行后的新老股东按发行完成后的持股比例共享。

三、上市后的股利分配政策

为加强股东回报的稳定性和连续性，公司 2014 年 5 月 4 日召开的 2014 年第一次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，有关股利分配的政策为：

公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，兼顾公司的可持续发展，并遵守以下规定：

（一）利润分配的原则

公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报和有利于公司长远发展，利润分配政策应保持连续性和稳定性，公司积极履行现金分红的政策并坚持如下原则：

1、按法定顺序分配的原则；

2、存在未弥补亏损，不得向股东分配利润的原则；

3、同股同权、同股同利的原则。

（二）利润分配形式和间隔期间

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利；具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红进行利润分配；利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

在当年归属于母公司的净利润为正的前提下，公司原则上每年进行一次利润分配，董事会可以根据盈利情况和资金需求情况提议公司进行中期利润分配。

（三）现金分红的条件和最低比例

当公司当年实现的可供分配利润为正数且审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告且在公司外部经营环境和自身经营状况未发生重大不利变化、无重大投资计划或重大现金支出发生、满足公司正常生产经营的资金需求的情况下，公司应当首先采取现金方式分配利润，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%；

重大投资计划或者重大现金支出指以下情形之一：

1、公司未来 12 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%；

2、公司未来 12 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%。

上述重大投资计划或重大现金支出须经董事会批准，报股东大会审议通过后方可实施。

（四）发放股票股利的具体条件

在公司面临现金流不足时可以考虑采用发放股票股利的利润分配方式；公司经营状况良好，公司可以在满足上述现金分红后，综合考虑公司成长性、每股净资产和每股收益的摊薄等因素，采用股票股利方式进行利润分配。

如公司同时采取现金及股票股利分配利润的，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司实施差异化现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

董事会每年在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，根据上述原则提出当年利润分配方案。

（五）利润分配应履行的审议程序

1、利润分配方案应经公司董事会审议通过后提交股东大会审议。董事会在审议利润分配方案时，须经全体董事过半数表决同意，独立董事对利润分配方案发表独立意见。监事会应对董事会制定利润分配方案的决策和程序进行监督。

2、股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上表决同意；

在特殊情况下公司无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。股东大会审议当年利润分配方案时应当提供网络投票表决方式，且该方案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审议通过。

（六）利润分配方案的研究论证程序

1、董事会在制定现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。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。

2、董事会、监事会和股东大会在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过接听投资者电话、公司公共邮箱、网络平台、召开投资者见面会等多种渠道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，及时答复中小股东关心的问题。

（七）调整利润分配政策的具体条件、决策机制与程序

1、公司因生产经营情况、投资规划和长期发展的需要,或者因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，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，“外部经营环境或者自身经营状况的较大变化” 是指以下情形之一：

（1）国家制定的法律法规及行业政策发生重大变化导致公司经营亏损；

（2）出现地震、台风、水灾、战争等不可抗力因素，对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经营亏损；

（3）中国证监会和证券交易所规定的其他事项。

2、董事会制定有关调整利润分配政策的议案时应当充分听取独立董事的意见；利润分配政策调整应经董事会审议通过后提交股东大会审议。董事会在审议调整利润分配政策时，须经全体董事过半数表决同意，董事会审议通过的有关调整利润分配政策的议案，独立董事应当发表明确意见。如该议案包含对公司章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的内容，股东大会审议该议案时应当提供网络投票表决方式，且该议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审

议通过。监事会对利润分配政策的调整进行监督。

（八）其他事项

存在股东违规占用公司资金情况的，公司进行利润分配时应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

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。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露管理

（一）信息披露

为保护投资者合法权益，加强公司信息披露工作的管理，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《上海证券交易所股票上市规则》等有关法律法规的要求，本公司已制定了较为严格的《信息披露管理制度》，自公司首次向社会公众公开发行股票并上市之日起实施。

（二）信息披露部门及人员

公司的信息披露工作由董事会统一领导和管理，董事会秘书负责具体的协调和组织信息披露事宜，证券事务代表协助董事会秘书工作。

董事会秘书：肖铁山

联系电话：0315-8328818

传真：0315-8526088

E-mail：info@huidagroups.com

公司网址：www.huidagroup.com

二、重要合同

（一）产品销售合同

1、惠达股份与国内经销商合作协议

公司与国内不同区域的经销商签订的《经销合同书》，公司授权各经销商在特定经销区域内从事“HUIDA”牌卫浴类产品销售、市场开拓、终端网络管理，并负责该区域惠达品牌所有产品的售后服务。《经销合同书》主要内容如下：

（1）公司授权经销商在特定的经销区域从事“HUIDA”牌卫浴类产品销售、市场开拓、终端网络管理，并负责该区域惠达品牌所有产品的售后服务；

（2）经销商在签订合同后，要努力开发区域内市场，签订合同三个月内还未开发的市场或渠道，本公司有权提出警示，同时，本公司有权收回授权，自行或委托第三方另行开发；

（3）为了保护经销商在授权区域内专营权利，在经销商正常经营情况下，本公司在该区域不再设立第二家经销商；

（4）本公司生产经营的卫生陶瓷、浴缸、浴房、浴室家具、浴室五金、厨房五金、电子卫浴、电子感应类等产品，经销商必须配套进货，配套展示，配套备货，配套销售。

此外，双方还对合作期限、保证金、产品推广、价格体系、结算方式、交货运输、展示要求、进货备货、市场支持政策、工程业务支持政策、售后服务政策、双方的其他责任与义务等方面内容进行了详细约定。

截至本招股说明书签署日，无正在履行的金额超过500万元的“惠达”品牌产品销售订单。

2、艾尔斯与国内经销商合作协议

艾尔斯与国内不同区域的经销商签订的《经销合同书》，公司授权各经销商在特定经销区域内从事“杜菲尼”牌卫浴类产品销售、市场开拓、终端网络管理，并负责该区域惠达品牌所有产品的售后服务。《经销合同书》主要内容如下：

（1）艾尔斯授权经销商在所经营区域内从事“杜菲尼”牌卫浴类产品销售、市场开拓、终端网络管理，并负责该区域杜菲尼品牌所有产品的售后服务。

（2）经销商在签订合同后，要全力集中人、财、物力，努力开发区域内市场，签订合同三个月内还未开发的市场或渠道，艾尔斯有权提出警示，同时有权收回授权，自行或委托第三方另行开；

（3）为了保护经销商在授权区域内专营权利，在经销商正常经营情况下，艾尔斯在该区域不再设立第二家经销商

（4）艾尔斯生产经营的卫生陶瓷、浴室家具、五金卫浴、浴缸浴房、电子智能卫浴及其它产品，经销商必须配套进货，配套展示，配套备货，配套销售。

此外，双方还对合同期限、保证金、价格体系、结算方式、销售任务、考核及奖励政策、交货运输、进货备货、市场支持政策、工程业务支持政策、其他双方责任及义务以及协议生效时间及争议解决方式等方面内容进行了详细约定。

截至本招股说明书签署日，无正在履行的金额超过500万元的“杜菲尼”品牌产品销售订单。

3、工程客户销售合同

截至本招股说明书签署日，本公司签订且正在履行的500万元以上的框架协

议或价格协议如下表所示：

序号	签署日期	客户名称	合同标的	备注
1	2015.01.29	碧桂园控股有限公司	按订单约定	采购框架协议
2	2015.05.23	江苏省第一建筑安装股份有限公司	墙地砖、卫生陶瓷、五金等产品	价格协议
3	2015.05.15	北京国泰建设集团有限公司	墙地砖、卫生陶瓷、五金等产品	价格协议
4	2016.03.18	广东腾安机电安装工程有限公司	卫生陶瓷	三方价格协议
5	2013.07.15	广东腾越建筑工程有限公司	卫生陶瓷	三方价格协议
6	2014.05.20	湖南拓展建设工程有限公司	卫生陶瓷、五金洁具	三方价格协议
7	2014.04.14	中国建筑第五工程局有限公司	卫生陶瓷	三方价格协议
8	2014.09.12	黑龙江省建工集团有限责任公司	卫生陶瓷、五金洁具	三方价格协议
9	2016.03.30	北京六建集团有限责任公司	卫生陶瓷	定做加工协议

为了保持长期稳定的合作关系，同时保障双方的合法权益，公司与碧桂园于2015年1月29日签订了《采购框架协议》。协议对采购的流程、产品质量标准、交货时间及方式、货款的结算及支付等做出了相关约定。当涉及具体工程项目时，若施工方为碧桂园公司或其子公司，则惠达股份与碧桂园按照框架协议约定签署采购单执行相关采购。若施工方为第三方建筑公司，则惠达股份、碧桂园及第三方建筑公司会签署三方协议，由惠达股份供货到指定施工地点交由第三方建筑公司验收，第三方建筑公司验收后将收货单交由碧桂园审核，碧桂园审核后付款给惠达股份。上述序号4-8列示的三方价格协议均为与碧桂园及第三方建筑公司签署的三方协议。

4、国外经销商合作协议

2000年10月20日，公司与美商富凯签订了框架性的《合作协议书》，该《合作协议书》旨在利用双方各自的资源和优势生产并销售适合美国、加拿大市场的陶瓷洁具产品，以获取商业利益。该协议约定美商富凯根据市场情况向本公司下达订单，并由本公司进行确认，或双方另行签订采购合约。本公司负责订单或采购合约中所涉及产品的生产。

（二）采购合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的500万元以上的采购合同如下：

序号	签署日期	供应商名称	合同标的	备注
1	2017.1.1	达丰焦化	焦炉煤气	框架协议

序号	签署日期	供应商名称	合同标的	备注
2	2016.12.28	冀东天然气	天然气	框架协议
3	2017.1.1	宜家木业	浴室柜、浴室镜等卫浴产品	框架协议
4	2017.1.1	贺祥锆业	硅酸锆超细粉	框架协议
5	2017.1.1	贺祥机电	卫生陶瓷专用设备及零部件	框架协议

（三）借款合同

截至本招股说明书签署之日，本公司正在履行的借款合同如下：

序号	合同编号	贷款银行	借款期限	余额（万元）	类别
1	13010120160000152	中国农业银行股份有限公司唐山丰南支行	2016.1.20-2017.1.19	8,000.00	信用
2	冀—06—2016—017	中国银行股份有限公司唐山丰南支行	2016.1.25-2017.1.25	10,000.00	信用
3	13010120160000480	中国农业银行股份有限公司唐山丰南支行	2016.3.4-2017.3.3	5,000.00	信用
4	13010120160000648	中国农业银行股份有限公司唐山丰南支行	2016.3.23-2017.3.22	6,000.00	信用
5	13010120160001415	中国农业银行股份有限公司唐山丰南支行	2016.6.24-2017.6.23	4,000.00	信用
6	CN11030000533-150613	汇丰银行（中国）有限公司唐山分行	2016.8.20-2017.2.23	5,000.00	信用
7	13010120160002053	中国农业银行股份有限公司唐山丰南支行	2016.9.18-2017.9.6	5,000.00	信用
8	A101T16009	交通银行股份有限公司唐山分行	2016.9.18-2017.2.15	7,000.00	信用
9	0040300131-2016 年（丰南）字 00167 号	中国工商银行股份有限公司唐山丰南支行	2016.9.23-2017.9.23	5,000.00	信用

（四）工程支持协议

报告期内，针对于碧桂园工程项目，公司与经销商陶美居签订工程支持协议，辅助公司维护碧桂园工程项目。根据合同约定，陶美居负责与碧桂园的货物运输、售后服务以及协助公司向碧桂园催款等事宜。公司根据碧桂园的回款金额，扣除运费、安装费等费用后净额的一定比例支付陶美居工程支付服务费用。

序号	协议期限	名称	合同内容
1	2015.12.29-2016.12.28	广州市陶美居建材有限公司	关于惠达股份向碧桂园供货，由陶美居提供相应工程支持等事宜

注：上述合同已到期，双方正在办理续期。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保事项。

四、重大诉讼或仲裁事项

（一）Ayers Bath、艾尔斯与美商富凯的诉讼情况

1、公司与美商富凯《合作协议书》签署情况

2000年10月20日，公司与美商富凯签订关于经销事项的《合作协议书》。

该协议第7.2条约定：C类产品（指乙方即惠达股份自行设计，并自行生产之产品）由甲方（美商富凯）根据市场需要，向乙方下达订货数量，予以采购。在美国、加拿大市场乙方C类所有产品由甲方独家销售（独占性），乙方不得许可第三人或自行在美国、加拿大市场销售。

该协议第8.1条约定：本协议生效后，乙方不得再与第三方签署许可其在美国、加拿大市场销售本协议约定之A类产品（指由甲方自行开发设计，并向乙方提供全套设计图纸/样品，委托乙方生产之产品）、B类产品（指在乙方原有产品基础之上，甲方根据美国、加拿大市场要求，提供修改图纸/样品，委托乙方生产之产品）和C类产品。

2、Ayers Bath 与美商富凯的诉讼进展情况

（1）该诉讼的起因及诉讼的提起情况

由于《合作协议书》签订时，双方对于美商富凯在美国、加拿大独家销售的C类产品的范围仅约定为“乙方自行设计，并自行生产之产品”，并未约定艾尔斯自行设计、生产并拥有独立品牌的产品是否也属于美商富凯独家销售的产品范围。受2008年金融危机影响，美商富凯2009年北美销售业绩并不理想，艾尔斯决定在美国设立Ayers Bath，由其在美国销售由艾尔斯自己设计、自己生产并拥有艾尔斯自主知识产权的产品。在设立Ayers Bath之前，艾尔斯就设立Ayers Bath销售艾尔斯旗下品牌卫浴产品是否违反惠达股份与美商富凯签署的《合作协议书》中关于美商富凯独家销售权的问题，曾多方咨询国内外知名律所，在获得国内外知名律所关于该事项不违反《合作协议书》的约定的认可时，艾尔斯于2010年3月在美国设立Ayers Bath并销售艾尔斯旗下产品。

2011 年 9 月 12 日，美商富凯以 Ayers Bath 为被告向美国加利福尼亚州中央区法庭提起诉讼，声称 Ayers Bath 侵犯其对惠达股份产品在美国和加拿大的独家经销权，妨碍未来的经济利益，侵犯合同关系，不正当竞争，不正当得利，侵犯商标专用权，要求法庭判令 Ayers Bath 赔偿其因上述侵权行为给美商富凯造成的

经济损失（以通过审判能够被证实的经济损失为准）以及费用、利息和律师费，另外，美商富凯还要求法庭判令 Ayers Bath 支付惩罚性赔偿金。同时，美商富凯向法庭申请临时禁令，禁止 Ayers Bath 分销惠达股份制造的卫浴产品。

（2）该诉讼的进展情况

针对美商富凯的诉讼请求，2011 年 10 月 27 日，Ayers Bath 向法庭提出请求，请求法庭对美商富凯提出的上述临时禁令不予准许。2011 年 11 月 10 日，Ayers Bath 向法庭提出请求，请求法庭驳回美商富凯的全部诉讼请求。

2011 年 12 月 20 日，法庭颁布临时禁令，禁止 Ayers Bath 分销其从艾尔斯购买的卫浴产品。2012 年 5 月 7 日，法庭裁定驳回了美商富凯有关侵犯商标专用权的诉讼请求，但是法庭此前颁布的临时禁令仍然有效。

2013 年 3 月 22 日，Ayers Bath 向美国当地破产法庭提出自愿破产申请，要求按次序清算资产。

2013 年 3 月 25 日，法庭确认美商富凯诉 Ayers Bath 的上述案件暂时中止审理，直至 Ayers Bath 破产案件作出裁决。

2015 年 7 月 24 日，Ayers Bath 破产案件的破产托管人出具的最终资产分配报告，将出售 Ayers Bath 资产后的净收入对所有已提起诉讼的债权人按比例清偿。其根据美商富凯提出的约 526.5 万美元因诉讼引起的债务，将 Ayers Bath 剩余可执行资产中的 7,757.24 美元向美商富凯进行了分配。2015 年 7 月 27 日，破产法庭批准了破产托管人出具的最终报告，Ayers Bath 破产案件终结。

美商富凯自 2015 年 7 月 27 日 Ayers Bath 破产案件终结后一直未启动该案的诉讼程序。截至本招股说明书签署日，Ayers Bath 与美商富凯的诉讼仍处于中止状态，无其他进展。

3、艾尔斯与美商富凯的诉讼进展情况

（1）该诉讼的起因及诉讼的提起情况

根据大成律师事务所洛杉矶分所出具的备忘录，2014 年 1 月 9 日，美商富凯向美国加利福尼亚州中央区法庭提出诉讼，以艾尔斯与 Ayers Bath 实际为同一实体为由，主张艾尔斯承担 Ayers Bath 对美商富凯的债务 526.5 万美元（外加利息），上述诉讼文书已由唐山市中级人民法院代为送达艾尔斯，艾尔斯也已经委托北京大成律师事务所洛杉矶分所律师应诉。

（2）该诉讼的进展情况

2015 年 10 月 28 日，该案法庭作出裁决，驳回美商富凯提交的针对艾尔斯的起诉书。法庭根据一事不再理原则，认为该案不应对已经经过审理的主张进行再次审理。法庭准许美商富凯在上述裁决作出后 21 天内提交经第一次修订的起诉书。

2015 年 11 月 17 日，美商富凯提交第一次修订的起诉书，以艾尔斯与 Ayers Bath 实际为同一实体为由，请求法庭责令艾尔斯应当对 Ayers Bath 的破产判决负责，应当由艾尔斯承担美商富凯对 Ayers Bath 提出的约 526.5 万美元的诉讼请求。

2016 年 1 月 6 日，该案法庭作出裁决，认为美商富凯不得再以艾尔斯与 Ayers Bath 实际为同一实体为由主张艾尔斯应对 Ayers Bath 破产判决负责，并再次驳回美商富凯提交的针对艾尔斯的起诉书（经第一次修订）。法庭准许美商富凯在 21 天内再次提交经第二次修订的起诉书。

2016 年 1 月 25 日，美商富凯向该案法庭提交了第二次修订的起诉书，以艾尔斯获得所有 Ayers Bath 的资产，使得破产实体 Ayers Bath 无剩余财产为由，请求法庭责令艾尔斯对 Ayers Bath 破产案判决负责。

2016 年 3 月 8 日，该案法庭认为美商富凯在该案诉讼之前，应首先向破产法庭申请修改关于 Ayers Bath 的破产判决，因此裁定中止该案诉讼程序。

截至本招股说明书签署日，美商富凯尚未向破产法庭申请修改关于 Ayers Bath 的破产判决，该案无其他进展。

综上，艾尔斯的美国代理律师认为：（1）就 Ayers Bath 与美商富凯的诉讼，鉴于 Ayers Bath 已经破产清算，其法人主体资格已经灭失，该案的诉讼自 2013 年 3 月 25 日至今一直处于中止状态，且美商富凯自 2015 年 7 月 27 日 Ayers Bath 破产案件终结后，也一直未向该案法庭申请重新启动该案的诉讼程序，因此从经济利益角度看，美商富凯重新启动该案诉讼程序的意义不大；（2）就艾尔斯与美商富凯的诉讼，鉴于美商富凯需先向破产法庭申请修改关于 Ayers Bath 的破产判决后方能重新启动该案的诉讼程序，但 Ayers Bath 的破产案已于 2015 年 7 月 27 日经破产法庭审结，因此从诉讼难度上看，美商富凯通过向破产法庭申请修改已审结的破产判决，进而重新启动其与艾尔斯的诉讼的难度较大，该案于 2016 年 3 月 8 日后一直处于中止状态。

公司控股股东和实际控制人王惠文、王彦庆、董化忠、王彦伟承诺：如因艾尔斯、Ayers Bath与美商富凯的诉讼致使公司权益受到损失，将对该等损失向公

司作出补偿，避免该等诉讼影响公司的正常生产经营。发行人亦在招股说明书相关章节就艾尔斯、Ayers Bath与美商富凯的诉讼可能对公司产生的影响进行了风险提示。

4、相关诉讼对公司经营情况的影响

艾尔斯及Ayers Bath与美商富凯的诉讼，是由公司与美商富凯对其在美国和加拿大市场独家销售权产品范围的约定不明引起的，对公司生产经营的影响主要体现在，为了不产生新的诉讼，公司在上述相关诉讼结束前无法自行或者授权其他经销商在美国和加拿大销售公司及子公司的产品，对公司通过美商富凯之外的渠道开拓美国和加拿大市场存在一定影响，对公司在国内及其他海外市场并未产生影响。同时，根据《合作协议书》第8.2条的约定，公司有权在每个年度都可以依据美商富凯是否实现上一年度双方约定的采购量来约定美商富凯的独家销售权是否延续，公司拥有对于是否授予美商富凯在美国和加拿大市场独家销售权的主动权。

虽然Ayers Bath和艾尔斯与美商富凯存在相关诉讼，但是并未影响公司与美商富凯的合作关系。主要原因如下：

（1）根据公司与美商富凯签订的《合作协议书》，公司拥有解除美商富凯独家经销权的主动权，可以督促其完成每年的销售目标。

（2）由于美商富凯为贸易经销商，其并没有自己的卫生陶瓷生产基地，需要实力雄厚，技术领先、品质稳定、供货能力强的卫浴生产企业为其供货。公司作为我国卫浴行业的领先企业之一，在卫生陶瓷细分行业具有明显的竞争优势：公司生产规模大、效率高、规模效应显著，具备成本优势以及大批量订单的及时交付能力；同时公司产品质量稳定，具备较高的市场美誉度，经过长年合作已经获得美商富凯下游主要客户的认可。公司是美商富凯在中国大陆最早的供应商，已合作超过15年时间，目前仍是其卫生陶瓷产品最主要的供应商。

（3）美商富凯与公司的合作属于经销商与生产商的良性产业链合作，业务本身所带来的商业利益是美商富凯经营利润的重要来源。因此，与公司保持积极的业务关系、共同开发做大市场符合美商富凯所关注的利益诉求。从商业利益的角度看，美商富凯不应以该案件的存在影响正常的业务合作，从而导致自己在常规业务上的利益受到损失。

2013年-2015年，公司对美商富凯的销售金额总体呈现逐步增长的态势，并未

受到上述相关诉讼的影响，双方合作关系比较稳定。

年度	销售金额（万元）	营业收入占比（%）
2016 年 1-6 月	15,007.09	14.24
2015 年	40,848.51	18.30
2014 年	31,543.96	15.07
2013 年	24,051.47	12.96

2016年1-6月，公司对美商富凯的销售金额较上年同期下降23.42%，主要系美商富凯的下游客户Home Depot减少了对美商富凯的采购，进而导致美商富凯对公司的采购金额有所下降，与上述相关诉讼并无直接关系。美商富凯作为公司的经销商存在年销售目标的压力，其已通过寻找其他新增客户及加大存量客户的销售等措施以完成全年销售目标，另外，公司上半年也将因美商富凯减少采购而释放的产能，以通过向境内外其他客户进行转移的方式降低其所带来的影响，2016年1-6月公司主营业务收入与上年同期相比基本持平，公司的生产经营未收到上述相关诉讼的影响，受美商富凯采购下降的影响亦较小。

上述相关诉讼并未影响公司与美商富凯的正常业务开展以及公司在其他国家和地区开展海外业务。最近三年，公司的海外业务呈现逐步增长的态势。

2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
36,302.64	34.68	80,317.84	36.13	66,438.88	31.99	63,693.13	34.69

根据《企业会计准则第13号—或有事项》第四条规定，与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：

1、该业务是企业承担的现时义务；

2、履行该义务很可能导致经济利益流出企业；

3、该义务的金额能够可靠计量。

该义务是企业承担的现时义务，是指与或有事项相关的义务是在企业当前条件下已承担的义务，企业没有其他现实的选择，只能履行该现时义务。目前，美商富凯与Ayers Bath的诉讼处于中止状态且Ayers Bath已破产清算；美商富凯与艾尔斯的诉讼亦于2016年3月8日之后一直处于中止状态算。截至目前，美商富凯未向破产法庭提起重开破产案并申请修改关于美国艾尔斯的破产判决。根据截至本招股说明书签署日可获得的证据、专家的意见判断，公司不存在承担赔偿责任的

现时义务，因此Ayers Bath、艾尔斯与美商富凯的诉讼不符合《企业会计准则第13号-或有事项》对确认预计负债的认定标准，不应确认为预计负债。

（二）本公司作为保证人与债权人黄各庄信用社的诉讼情况

1、为唐山市丰南区合金钢厂 215,000 元借款提供担保的诉讼情况

2007 年 5 月 24 日，黄各庄信用社与唐山市丰南区合金钢厂（以下简称“合金钢厂”）及本公司共同签署《保证担保借款合同》，约定合金钢厂向黄各庄信用社借款 215,000 元，月利率 10.95‰，期限为 1 年，本公司作为保证人提供连带保证，保证期限为自借款之日起至借款到期后两年。该合同同时约定，如合金钢厂“不按期归还贷款本金又未获准展期，从逾期之日起按日利率万分之五点四七五计收利息”，“不按期偿付贷款利息，贷款人对借款人未支付的利息计收复利”。

因上述贷款到期而合金钢厂未归还，所以黄各庄信用社将合金钢厂及本公司作为被告，向河北省唐山市丰南区人民法院提起诉讼。

2009 年 9 月 15 日，鉴于上述借款事实以及 2008 年 6 月 28 日合金钢厂偿还利息 2,118.83 元，原告表示对不按期偿付的贷款利息不再向二被告主张复利，唐山市丰南区人民法院作出判决，被告人合金钢厂和本公司自判决生效之日起三日内向原告偿还本金及利息合计 287,393.18 元，诉讼费用 2,804.00 元。

上述判决尚未执行且合金钢厂已被吊销营业执照，因此，本公司出于谨慎性会计原则考虑，已计提预计负债 290,197.18 元。

保荐机构和发行人律师认为，本诉讼案件不会对发行人生产经营造成重大影响，因此不会对本次发行构成实质性障碍。

2、为唐山市丰南区合金钢厂 399,000 元借款提供担保的诉讼情况

2007 年 11 月 27 日，黄各庄信用社与合金钢厂及本公司共同签署《保证担保借款合同》，约定合金钢厂从黄各庄信用社借款 399,000 元，月利率 12.15‰，期限为 1 年，本公司作为保证人提供连带保证，保证期限为自借款之日起至借款到期后两年。该合同同时约定，如合金钢厂“不按期归还贷款本金又未获准展期，从逾期之日起按日利率万分之六点零七五计收利息”，“不按期偿付贷款利息，贷款人对借款人未支付的利息计收复利”。

因贷款到期而合金钢厂未归还，所以黄各庄信用社将合金钢厂及本公司作为被告，向河北省唐山市丰南区人民法院提起诉讼。

2009 年 9 月 15 日，鉴于上述借款事实以及原告表示对不按期偿付的贷款利息不再向二被告主张复利，唐山市丰南区人民法院作出如下判决，被告人合金钢厂和本公司自判决生效之日起三日内向原告偿还本金及利息合计 507,107.06 元，诉讼费用 4,431.00 元。

上述判决尚未执行且合金钢厂已被吊销营业执照，因此，发行人出于谨慎性会计原则考虑，已计提预计负债 511,538.60 元。

保荐机构和发行人律师认为，本诉讼案件不会对发行人生产经营造成重大影响，因此不会对本次发行构成实质性障碍。

3、为唐山市丰南区黄各庄镇振兴纸厂 126.5 万元借款提供担保的诉讼情况

2009 年 3 月 27 日，黄各庄信用社与唐山市丰南区黄各庄镇振兴纸厂（以下简称“黄各庄振兴纸厂”）及本公司共同签署《保证担保借款合同》，约定黄各庄振兴纸厂从黄各庄信用社借款 126.5 万元，月利率 8.835‰，期限为 2009 年 3 月 27 日至 2010 年 3 月 7 日，本公司作为保证人承担连带保证，保证期限为自借款之日起至借款到期后两年。该合同同时约定，如黄各庄振兴纸厂“不按期归还贷款本金又未获准展期，从逾期之日起按日利率万分之四点四一七五计收利息”，“不按期偿付贷款利息，贷款人对借款人未支付的利息计收复利”。

因贷款到期而黄各庄振兴纸厂未归还，所以黄各庄信用社将黄各庄振兴纸厂及本公司作为被告，向河北省唐山市丰南区人民法院提起诉讼。

2011 年 11 月 12 日，鉴于上述借款事实唐山市丰南区人民法院做出如下判决，被告人黄各庄振兴纸厂自判决生效之日起三日内向原告偿还借款 1,265,000 元并支付截止日期到起诉之日的利息人民币 384,503.09 元，本公司承担连带责任。另外，诉讼费用 9,800 元由黄各庄振兴纸厂负担，本公司承担连带清偿责任。

上述判决尚未执行且黄各庄振兴纸厂已停止经营，本公司出于谨慎性考虑，已计提预计负债 1,659,303 元。

保荐机构和发行人律师认为，本诉讼案件不会对发行人生产经营造成重大影响，因此不会对本次发行构成实质性障碍。

除上述已披露的诉讼之外，截至本招股说明书签署日，本公司不存在其他尚未了结的或可预见的重大诉讼。

五、发行人控股股东、实际控制人、控股子公司以及董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人、控股子公司以及董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均无作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

六、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签名：

王惠文　　王彦庆　　董化忠

王彦伟　　杜国锋　　张　波

彭雪峰　　缪　斌　　张双才

全体监事签名：

董敬安　　王凤山　　李洪武

未担任董事的高级管理人员签名：

李开元　　邢锦荣　　宋子春

吴萍萍　　肖铁山

惠达卫浴股份有限公司

2017 年 1 月 3 日

二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、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（签名）：

张春玉

保荐代表人（签名）：

徐圣能

盛金龙

法定代表人（签名）：

詹露阳

平安证券股份有限公司

2017 年 1 月 3 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。

经办律师（签名）：

李广新

张彦博

张彦博

律师事务所负责人（签名）：

王　丽

北京德恒律师事务所

2017年1月3日

四、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办会计师（签名）：

中国注册会计师 周学民 110101420001

周学民

中国注册会计师 王军 340100030074

王军

会计师事务所负责人（签名）：

邱靖之

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

2017 年 1 月 3 日

五、资产评估复核机构声明

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复核报告无矛盾之处。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评估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。

经办资产评估师（签名）：

张基昌

张宏刚

资产评估机构法定代表人（签名）：

徐伟建

沃克森（北京）国际资产评估有限公司

2017 年 1 月 3 日

关于法定代表人变更的说明

惠达卫浴股份有限公司：

2012 年 3 月 10 日，我公司出具了《唐山惠达陶瓷集团组建唐山惠达陶瓷（集团）股份有限公司资产评估报告复核报告书》（沃克森评报字[2012]第 0041 号），在该报告中签字的法定代表人为郑文洋，2015 年 3 月我公司法定代表人变更为徐伟建。

特此说明！

沃克森（北京）国际资产评估有限公司

2017 年 1 月 3 日

六、验资机构声明

本机构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机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书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。

经办会计师（签名）：

中国注册会计师 周学民 340101420001

周学民

中国注册会计师 王军 340100030074

王军

会计师事务所负责人（签名）：

邱靖之

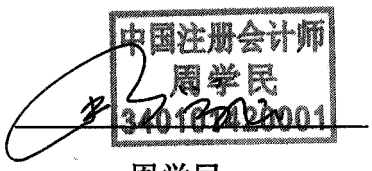
天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

2017 年 11 月 3 日

七、验资复核机构声明

本机构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机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书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。

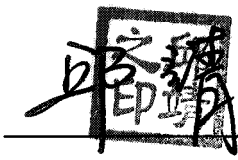
经办会计师（签名）：



周学民

王军

会计师事务所负责人（签名）：



邱靖之

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

2017 年 1 月 3 日

第十七节 备查文件

一、备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的法律文件，具体如下：

（一）发行保荐书；

（二）财务报表及审计报告；

（三）内部控制鉴证报告；

（四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（五）法律意见书及律师工作报告；

（六）公司章程（草案）；

（七）中国证监会核准本次发行的文件；

（八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间和地点

（一）查阅时间

每周一至周五上午 9:00～12:00，下午 1:00～5:00。

（二）查阅地点

1、发行人：惠达卫浴股份有限公司

办公地点：唐山市丰南区黄各庄镇惠达路 7 号

联系电话：0315-8328818

传真：0315-8526088

联系人：肖铁山

2、保荐人（主承销商）：平安证券股份有限公司

办公地点：北京市西城区金融大街 9 号金融街中心北楼 15 层

联系电话：010-56800150

传真：010-66024011

联系人：张春玉