

曼卡龙珠宝股份有限公司

MCLON JEWELLERY Co., Ltd.

(杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号

A-B102-473 室)

MCLON

曼卡龙

首次公开发行股票招股说明书

(申报稿)

保荐人 (主承销商)



民生证券股份有限公司
MINSHENG SECURITIES CO., LTD.

(北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 16-18 层)

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

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	不超过5,100万股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 20,400 万股
发行股份数量	<p>本次拟公开发行股票数量不超过 5,100 万股，不低于发行后总股本的 25%。</p> <p>在关于本次公开发行的股东大会召开后至本次发行前，监管机构颁布新的规定或对有关规定进行修订的，按新颁布或修订后的规定执行。本次公开发行股票的数量，由公司股东大会授权董事会与主承销商协商共同确定。</p>
本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺	<p>1、公司实际控制人孙松鹤承诺：自曼卡龙股票上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。</p> <p>2、公司控股股东万隆曼卡龙投资承诺：自曼卡龙股票上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。</p> <p>3、公司其他股东分别承诺：自曼卡龙股票上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。</p> <p>4、持有公司股份的公司董事、监事、高级管理人员分别承诺：自公司股票上市之日起十二个月内和本人离职后六个月内，不转让其直接或间接持有的曼卡龙股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。</p> <p>除前述锁定期外，在任职发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份数量不超过其直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五。</p> <p>5、公司控股股东、实际控制人及持有公司股份的董事、高级</p>

	<p>管理人员分别承诺：其所持曼卡龙股份在锁定期满后二十四个月内减持的，减持价格不低于发行价；如果曼卡龙股票自上市交易之日起六个月内连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市交易后六个月期末收盘价低于发行价，则其持有曼卡龙之股份的限售期限在原有的限售期基础上自动延长六个月。</p> <p>曼卡龙在该期限内存在派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项的，收盘价进行相应调整。</p> <p>持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员同时声明：本承诺不因其在公司岗位变动、职务变化、辞职、被辞退或免职、聘任或劳动合同到期等任何原因而被终止或放弃履行。</p>
保荐人（主承销商）	民生证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2017年4月5日

发行人声明

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

如招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，并已由有权部门作出行政处罚或人民法院作出相关判决的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。

如招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。

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

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

中国证监会、其他政府机关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收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》等的规定，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

本公司特别提醒投资者，在评价本公司本次发行的股票时，应特别关注下列重大事项和风险，相关风险事宜请认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

一、本次发行概况

经公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次发行方案如下：

本次公开发行的股票数量为不超过 5,100 万股，不低于本次发行后总股本的 25%。

在股东大会审议通过本议案后至本次发行前，监管机构颁布新的规定或对有关规定进行修订的，按新颁布或修订后的规定执行。本次公开发行股票的最终数量，由公司股东大会授权董事会与主承销商协商共同确定。

二、发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺

1、公司实际控制人孙松鹤承诺：自曼卡龙股票上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。

2、公司控股股东万隆曼卡龙投资承诺：自曼卡龙股票上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。

3、公司其他股东分别承诺：自曼卡龙股票上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。

4、持有公司股份的公司董事、监事、高级管理人员分别承诺：自曼卡龙股票上市之日起十二个月内和本人离职后六个月内，不转让其直接或间接持有的曼卡龙股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。

除前述锁定期外，在任职曼卡龙董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份数量不超过其直接或间接持有的曼卡龙股份总数的百分之二十五。

5、公司控股股东、实际控制人及持有公司股份的董事、高级管理人员分别承诺：其所持曼卡龙股份在锁定期满后二十四个月内减持的，减持价格不低于发行价；如果曼卡龙股票自上市交易之日起六个月内连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市交易后六个月期末收盘价低于发行价，则其持有曼卡龙之股份的限售期限在原有的限售期基础上自动延长六个月。

曼卡龙在该期限内存在派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项的，收盘价进行相应调整。

持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员同时声明：本承诺不因其在本公司的岗位变动、职务变化、辞职、被辞退或免职、聘任或劳动合同到期等任何原因而被终止或放弃履行。

三、关于稳定公司股价的预案

经公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过，关于上市后稳定公司股价的预案如下：

（一）启动稳定股价措施的条件

公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续 20 个交易日公司股票收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产时，则启动稳定股价措施。因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等除息、除权行为导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整。

（二）稳定股价的具体措施

1、公司回购

（1）公司应在符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，向社会公众股东回购股份。

（2）公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成

票。

(3) 公司为稳定股价之目的进行股份回购的，单次用于回购股份的资金不低于上一年度经审计的可供分配利润的 5%。

(4) 公司董事会公告回购股份预案后，公司股票收盘价格连续 10 个交易日超过公司最近一期经审计的每股净资产的，公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

2、控股股东增持

(1) 公司控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

(2) 控股股东承诺自增持义务触发之日起，单次增持总金额不少于人民币 500 万元，但单次增持公司股份数量不超过公司总股本的 1%；若一年内多次触发，一年内累计增持股份不超过公司总股本的 2%。

(3) 控股股东应在启动条件触发之日起 10 个交易日内，就增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告；并应在增持公告作出之日起 5 个交易日内开始启动增持，在履行完毕法律法规规定的程序后 6 个月内实施完毕。

(4) 控股股东增持公司股份方案公告后，公司股票收盘价格连续 10 个交易日超过公司最近一期经审计的每股净资产的，控股股东可以终止增持股份。

3、董事、高级管理人员增持

(1) 公司董事（独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外）、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等相关法律法规规定且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

(2) 公司董事（独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外）、高级管理人员承诺，连续十二个月内用于增持公司股份的资金总额不低于其上年度从公司取得薪酬的 30%，但不高于 80%。

(3) 公司董事（独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外）、高级管理人员增持公司股份方案公告后，公司股票收盘价格连续 10 个交易日超过公司最近一期经审计的每股净资产的，相关董事、高级管理人员可以终止增持股份。

（4）公司在首次公开发行股票上市后三年内新聘任的董事（独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外）和高级管理人员，应当遵守本预案并签署相关承诺。

（三）稳定股价措施的启动程序

1、公司回购

（1）公司董事会应在启动条件触发之日起 10 个交易日内做出实施回购股份的决议。

（2）公司董事会应当在做出决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案（应包括拟回购的数量范围、价格区间、完成时间等信息），并发布召开股东大会的通知。

（3）经股东大会决议决定实施回购的，公司应在公司股东大会决议做出之日起 5 个交易日内开始启动回购，并应在履行完毕法律法规规定的程序后 6 个月内实施完毕。

（4）公司回购方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，并依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、控股股东增持

（1）控股股东应在启动条件触发之日起 10 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告。

（2）控股股东应在增持公告作出之日起 5 个交易日内开始启动增持，并应在履行完毕法律法规规定的程序后 6 个月内实施完毕。

3、董事、高级管理人员增持

（1）在启动条件触发之日起 10 个交易日内，公司董事（独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外）、高级管理人员应就其增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告。

（2）董事、高级管理人员应在增持公告作出之日起 5 个交易日内开始启动增持，并应在履行完毕法律法规规定的程序后 6 个月内实施完毕。

4、其他措施

在上述公司回购股份，公司控股股东、董事（独立董事、未在公司领取薪酬

的董事除外)及高级管理人员增持股份等方案均实施完毕之日起6个月后,如果公司股票收盘价格连续20个交易日仍低于最近一期经审计的每股净资产,则应依照本预案的规定,再次履行公司回购股份,公司控股股东、董事(独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外)及高级管理人员增持股份的行为或其他股价稳定措施。

(四) 约束措施

1、公司负有回购股票义务,但未按本预案的规定提出回购计划和/或未实际实施回购计划的,公司控股股东、董事(独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外)及高级管理人员需增持应由公司回购的全部股票;

2、负有增持股票义务的公司控股股东、董事(独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外)及高级管理人员未按本预案的规定提出增持计划和/或未实际实施增持计划时,公司有权责令其在限期内履行增持股票义务。公司有权暂扣其应得的现金分红和薪酬,同时限制其转让直接及间接持有的公司股份,直至其履行完毕增持股票义务为止;

3、公司董事(独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外)、高级管理人员拒不履行本预案规定的股票增持义务且情节严重的,公司控股股东、董事会、监事会及半数以上的独立董事均有权提请股东大会同意更换相关董事,公司董事会有权解聘相关高级管理人员。

(五) 关于稳定股价的承诺

1、发行人承诺

(1) 公司股票自挂牌上市之日起三十六个月内,一旦出现连续二十个交易日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产的,本公司将按照《公司上市后三年内稳定股价预案》的要求,启动稳定股价措施的预案。

(2) 公司应在符合《上市公司回购社会公众股份管理办法(试行)》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下,向社会公众股东回购股份。

(3) 公司股东大会对回购股份做出决议,须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过,公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成

票。

（4）公司为稳定股价之目的进行股份回购的，单次用于回购股份的资金不低于上一年度经审计的可供分配利润的 5%。

（5）公司董事会公告回购股份预案后，公司股票收盘价格连续十个交易日超过公司最近一期经审计的每股净资产的，公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

2、控股股东承诺

（1）曼卡龙股票自挂牌上市之日起三十六个月内，一旦出现连续 20 个交易日股票收盘价均低于曼卡龙最近一期经审计的每股净资产时，万隆曼卡龙投资将启动稳定股价措施的预案，履行股票增持义务。

（2）万隆曼卡龙投资为稳定股价之目的进行股份增持的，其单次增持总金额不少于人民币 500 万元，但单次增持公司股份数量不超过公司总股本的 1%；若一年内多次触发，一年内累计增持股份不超过公司总股本的 2%。

（3）万隆曼卡龙投资应在启动条件触发之日起 10 个工作日内，就增持曼卡龙股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知曼卡龙并由曼卡龙进行公告；并应在增持公告作出之日起 5 个工作日内开始启动增持，在履行完毕法律法规规定的程序后 6 个月内实施完毕。

（4）若万隆曼卡龙投资增持股份方案公告后，曼卡龙股票收盘价格连续 10 个交易日超过曼卡龙最近一期经审计的每股净资产的，则万隆曼卡龙投资可以终止增持曼卡龙股份。

（5）曼卡龙股东大会对回购股份进行决议时，万隆曼卡龙投资承诺就该等事宜投赞成票。

3、董事（独立董事、未在公司领取薪酬的董事除外）、高级管理人员承诺

（1）曼卡龙股票首次公开发行并上市后三十六个月内，若股票价格触发《公司上市后三年内稳定股价预案》所规定的条件，本人将依据该预案要求履行承诺增持公司股票，实施稳定股价措施。

（2）在启动稳定股价措施的条件满足时，如上述稳定股价的措施没有实施，本人将在曼卡龙股东大会公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向曼卡龙股东和社会公众投资者道歉。

（3）如本人在任职期间未能按该预案的规定履行其增持义务，则曼卡龙应

按本人上年度薪酬的 50%扣除本人当年薪酬，用于代本人履行增持义务。如果当年薪酬不足以扣除，则曼卡龙将自其下一年度的薪酬中扣除剩余金额。

（4）如本人在任职期间连续两次未能主动履行增持义务，由控股股东、董事会、单独或者合计持有曼卡龙 10%以上股份的股东提请股东大会更换相关董事，由曼卡龙董事会解聘相关高级管理人员。

四、持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

截至招股说明书签署日，持有公司股份 5%以上的股东为万隆曼卡龙投资、孙松鹤、曹斌和天津天图。

（一）控股股东万隆曼卡龙投资

控股股东万隆曼卡龙投资未来持续看好发行人及其所处行业的发展前景，将会长期持有发行人股份。如因自身经济需要在锁定期届满后二十四个月内减持其所持发行人股份，将不会因减持而影响其作为发行人控股股东的地位。

在万隆曼卡龙投资所持有的发行人股票锁定期届满后二十四个月内，万隆曼卡龙投资减持发行人股票数量累计不超过发行人首次公开发行股票后股份总数的 10%，减持价格不低于发行价。上述期间内发行人如有派发股利、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项的，减持数量、减持价格作相应调整。

万隆曼卡龙投资减持发行人股份时，应提前三个交易日由发行人公告本次减持的数量、价格区间、时间区间等内容。

万隆曼卡龙投资将切实履行承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任，如违反承诺擅自减持、违规转让曼卡龙股份，擅自减持、违规转让所得归曼卡龙所有，如未将擅自减持、违规转让所得上交曼卡龙，则曼卡龙有权扣留应付万隆曼卡龙投资现金分红中与擅自减持、违规转让所得相等部分的金额。

（二）孙松鹤

实际控制人孙松鹤未来持续看好发行人及其所处行业的发展前景，将会长期持有发行人股份。如因自身经济需要在锁定期届满后二十四个月内减持其所持发

行人股份，将不会因减持而影响其作为发行人实际控制人的地位。

在孙松鹤持有的发行人股票锁定期届满后二十四个月内，其减持发行人股票数量累计不超过发行人首次公开发行股票后股份总数的 2%，同时每年减持数量不超过其持有发行人股份的 25%，减持价格不低于发行价。上述期间内发行人如有派发股利、转增股本、配股等除权除息事项，减持数量、减持价格作相应调整。

孙松鹤减持发行人股份时，应提前三个交易日由发行人公告本次减持的数量、价格区间、时间区间等内容。

孙松鹤将切实履行承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任，如违反承诺擅自减持、违规转让曼卡龙股份，擅自减持、违规转让所得归曼卡龙所有，如未将擅自减持、违规转让所得上交曼卡龙，则曼卡龙有权扣留应付孙松鹤现金分红、薪酬中与擅自减持、违规转让所得相等部分的金额。

（三）曹斌

在曹斌持有的发行人股票锁定期届满后二十四个月内，其减持发行人股票数量累计不超过发行人首次公开发行股票后股份总数的 2%，同时每年减持数量不超过其持有发行人股份的 25%，减持价格不低于发行价。上述期间内发行人如有派发股利、转增股本、配股等除权除息事项，减持数量、减持价格作相应调整。

曹斌减持发行人股份时，应提前三个交易日由发行人公告本次减持的数量、价格区间、时间区间等内容。

曹斌将切实履行关于股份锁定的承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任，如违反承诺擅自减持、违规转让曼卡龙股份的，擅自减持、违规转让所得归曼卡龙所有，如未将擅自减持、违规转让所得上交曼卡龙，则曼卡龙有权扣留应付曹斌现金分红、薪酬中与擅自减持、违规转让所得相等部分的金额。

（四）天津天图

在天津天图所持有的发行人股票锁定期届满后二十四个月内，天津天图减持发行人股票的价格不低于发行价。上述期间内发行人如有派发股利、送股、资本

公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项的，减持价格作相应调整。

天津天图减持发行人股份时，应提前三个交易日由发行人公告本次减持的数量、价格区间、时间区间等内容。

天津天图将切实履行承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任，如违反承诺擅自减持、违规转让曼卡龙股份，擅自减持、违规转让所得归曼卡龙所有，如未将擅自减持、违规转让所得上交曼卡龙，则曼卡龙有权扣留应付天津天图现金分红中与擅自减持、违规转让所得相等部分的金额。

五、关于无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（一）发行人承诺

发行人承诺公司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。

如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将按发行价格依法购回首次公开发行的全部新股。

经中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定，招股说明书及其摘要有虚假记载、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，则公司将依法回购首次公开发行全部新股。如届时有权机关相关规定已经明确回购价格，从其规定；如相关规定并未明确，则回购价格为经有权机关认定不符合上市条件之日的前一个交易日的平均交易价格。

如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，公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，公司将按照投资者直接遭受的可测算的经济损失或有权机关认定的赔偿金额通过与投资者和解、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，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述

引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行。

（二）控股股东承诺

发行人控股股东万隆曼卡龙投资承诺曼卡龙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。

如曼卡龙首发上市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，万隆曼卡龙投资将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，将按照投资者直接遭受的可测算的经济损失或有权机关认定的赔偿金额通过与投资者和解、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，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

如曼卡龙首发上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断曼卡龙是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，万隆曼卡龙投资将督促曼卡龙依法回购首次公开发行全部新股，在曼卡龙召开董事会、股东大会对曼卡龙回购股份作出决议时，将投赞成票。具体程序按中国证监会和上海证券交易所的规定办理。

如万隆曼卡龙投资违反上述承诺的，则曼卡龙有权暂时扣留应付本公司现金分红，直至其实际履行上述承诺义务为止。

（三）实际控制人承诺

实际控制人孙松鹤承诺发行人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。

如曼卡龙首发上市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，孙松鹤将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，将按照投资者直接遭受的可测算的经济损失或有权机关认定的赔偿金额通过与投资者和解、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，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

如曼卡龙首发上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断曼卡龙是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，孙松鹤将督促曼卡龙依法回购首次公开发行全部新股，在曼卡龙召开董事会、股东大会对曼卡龙回购股份作出决议时，将投赞成票。具体程序按中国证监会和上海证券交易所的规定办理。

如孙松鹤违反上述承诺的，则曼卡龙有权暂时扣留应付其现金分红、薪酬，直至本人实际履行上述承诺义务为止。

（四）董事、监事、高级管理人员承诺

发行人董事、监事、高级管理人员承诺发行人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。

经中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定，招股说明书及其摘要存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断曼卡龙是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，曼卡龙在召开董事会、股东大会对曼卡龙回购股份作出决议时，董事、监事、高级管理人员参与投票将投赞成票。

如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，董事、监事、高级管理人员将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，董事、监事、高级管理人员将按照投资者直接遭受的可测算的经济损失或有权机关认定的赔偿金额通过与投资者和解、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，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

如董事、监事、高级管理人员违反上述承诺的，则曼卡龙有权暂时扣留应付其现金分红、薪酬，直至其实际履行上述承诺义务为止。

（五）证券服务机构承诺

1、保荐机构民生证券股份有限公司承诺：“因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，

将先行赔偿投资者损失。”

2、发行人律师国浩律师（杭州）事务所承诺：“如国浩在本次发行工作期间未勤勉尽责，导致国浩所制作、出具的文件对重大事件作出违背事实真相的虚假记载、误导性陈述，或在披露信息时发生重大遗漏，导致发行人不符合法律规定的发行条件，造成投资者直接经济损失的，在该等违法事实被认定后，国浩将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，自行并督促发行人及其他过错方一并对投资者直接遭受的、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进行赔偿。国浩保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担相应的法律责任。”

3、发行人会计师天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。”

4、发行人评估机构深圳国艺珠宝艺术品资产评估有限公司承诺：“因本机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本机构没有过错的除外。”

六、未能履行承诺时的约束措施

（一）发行人作出的约束措施

若公司未能充分履行上述承诺，本公司将采取以下措施：

1、本公司将及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行承诺的具体原因；

2、本公司将停止发放董事、监事和高级管理人员的薪酬、津贴，直至本公司履行相关承诺；

3、本公司因违反承诺给投资者造成损失的，依法对投资者进行赔偿。

（二）发行人控股股东、实际控制人、其他股东、董事、监事、高级管理人员共同作出的约束措施

本公司（特指上述责任主体，下同）/本人将积极采取合法措施履行就本次发行并上市所做的所有承诺，当出现未能履行承诺情况时：

1、本人/本公司将通过曼卡龙及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、本人/本公司自愿接受社会和监管部门的监督，及时改正并继续履行有关公开承诺；

3、本人/本公司因违反承诺给曼卡龙或投资者造成损失的，依法对曼卡龙或投资者进行赔偿；

4、本人/本公司因违反承诺所产生的收益全部归曼卡龙所有，曼卡龙有权暂扣本人/本公司应得的现金分红，同时不转让本人/本公司直接及间接持有的曼卡龙之股份，直至本人/本公司将违规收益足额交付曼卡龙为止；

5、上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而失效（董事、监事、高级管理人员适用）。

保荐机构认为：发行人及其实际控制人、控股股东、其他股东、公司董事、监事及高级管理人员就本次公开发行所作出的各项承诺以及未履行承诺相关事宜的约束措施，均符合法律法规的相关规定，该等承诺及其约束措施合理有效且具备可操作性，能及时消除因相关承诺人失信行为对发行人及证券市场造成的不良影响，有利于保护中小投资者的合法权益。

保荐机构同时提请投资者注意：发行人及其控股股东等相关责任主体虽已作出承诺并在未履约的情形下提出了相应的约束机制，但若出现因未履行承诺导致赔偿投资者的金额较大的情形，赔偿或启动约束机制进行赔偿至全部偿付完毕的周期可能存在一定的不确定性，请投资者注意上述风险。

发行人律师认为：发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及相关中介机构等相关责任主体出具的各项承诺及约束措施系承诺方真实意思表示，且均具有完全民事行为能力。上述责任主体签署的承诺书相关内容未违反法律、法规的强制性规定，发行人相关责任主体签署的上述承诺合法、有效，符合《新股发行改革意见》的规定。

七、发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2015 年第二次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票前形成的滚存未分配利润由公司公开发行股票并上市后的新老股东按持股比例共享。

八、相关责任主体关于公司填补回报措施能够切实履行的承诺

（一）公司董事及高级管理人员承诺

公司全体董事及高级管理人员将忠实、勤勉的履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺，具体如下：

（1）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

（2）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

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

（5）承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（二）公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东曼卡龙投资、实际控制人孙松鹤承诺：不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

上述填补摊薄即期回报的措施已经公司 2017 年 3 月 2 日召开的 2016 年年度股东大会审议通过。

公司提请投资者注意，公司制定的上述填补摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。公司将在未来上市后定期报告中持续披露填补即期回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

九、发行上市后的利润分配政策和分红回报规划

根据公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过的上市后适用的《曼卡龙珠宝股份有限公司章程（草案）》和《公司上市后未来三年分红回报规划》，公司上市后利润分配政策及分红回报规划如下：

（一）股利分配原则和方式

公司实行同股同利的股利分配政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。公司重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的可持续发展。

公司可以采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配利润（优先采用现金分红的利润分配方式），利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

（二）公司利润分配具体政策

1、现金分红的期间间隔

公司在具备利润分配条件的情况下，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红。

2、现金分红的具体条件

除公司有重大投资计划或重大现金支出安排外，在公司当年盈利、累计未分配利润为正值且满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司应当采取现金方式分配股利。重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

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

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

3、现金分红的比例

公司当年如符合现金分红的条件，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供股东分配利润的百分之二十。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（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%；

（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

（三）公司上市后三年分红回报规划

公司将着眼于公司的长远和可持续发展，在综合分析企业经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、融资能力、银行信贷及债权融资环境等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性。

公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事会的意见制定或调整股利分配政策。除公司有重大资金支出安排外，在公司当年盈利、累计未分配利润为正且满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配或公积金转增。各期末未进行分配的利润将用于满足公司发展资金需求。

公司利润分配政策及股东未来分红回报规划的具体情况请参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

十、特别风险提示

公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险：

（一）主要原材料价格波动风险

公司主要原材料为黄金、铂金、钻石等。近年来，受国际、国内经济形势变动影响，上海黄金交易所黄金挂牌价格波幅较大，2013 年黄金价格单边快速下跌，2014 年至 2015 年年底，金价趋于稳定，处于低位震荡下行趋势，2015

年年底以来，受国际经济、政治形势影响，金价开始快速攀升，2016年下半年，受美联储加息和美元升值等影响，黄金价格呈下降趋势。铂金市场价格与黄金市场价格总体正相关。钻石市场价格从长期来看处于温和上涨趋势，对公司业绩影响较小。

2013年~2016年，上海黄金交易所金价波动情况如下图所示：



数据来源：Wind 资讯

公司素金饰品中计克类产品零售价格与金交所黄金、铂金挂牌价格联动。若在公司存货周转期内黄金、铂金等原材料市场价格出现大幅度下降，一方面公司存在因产品售价下降带来的产品毛利率下降的风险；另一方面公司也将面临因计提存货跌价准备导致经营业绩下降的风险。

（二）市场竞争加剧的风险

近年来中国珠宝首饰市场持续发展，目前珠宝首饰的消费需求已朝着个性化、多样化方向发展。当前中国珠宝首饰行业已经呈现出差异化竞争局面，行业内优秀企业通过深度挖掘特定群体的消费偏好，在某一细分领域形成竞争优势。市场竞争逐步从价格竞争转为品牌、商业模式、营销渠道、产品设计和质量的综合竞争，竞争趋于激烈、市场集中度逐渐提高。在未来发展中，若公司不能持续发挥自身优势，将存在因行业竞争加剧造成盈利能力下降的风险。

（三）加盟商管理风险

公司自 2012 年开始拓展品牌加盟业务，2014 年、2015 年、2016 年，加

盟业务收入占公司主营业务收入的比重分别为 13.06%、16.43%、17.75%。公司与加盟商签订加盟协议，加盟商获得公司授权并从事“曼卡龙”品牌产品销售运营，公司与加盟商不存在所有权关系，在财务上也不存在从属与管理关系，但是加盟商运营方式需符合加盟协议的要求。同时，公司在培训、督导等方面提供支持，并通过定期巡查、辅导整改、回访抽查、不定期抽查、第三方暗访等方式，确保加盟店的经营规范性及终端服务质量。

但加盟商的人员、资金、财务、经营和管理均独立于公司，若出现加盟商的经营活动有悖于公司的品牌经营宗旨，同时公司无法对加盟商进行及时管控的情形，将对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。

（四）销售区域集中及品牌拓展风险

整体而言，在珠宝首饰行业曼卡龙属于区域性品牌，尚未形成全国性的影响力。在资金实力有限的背景下，曼卡龙秉承立足浙江、逐步辐射周边省份乃至全国的理念，在品牌空白区域，首先通过设立直营店/专柜的方式开拓市场，树立一定品牌效应后再通过加盟方式引导业务有序扩张，通过自营与加盟的有机结合，同时发力网上销售渠道的建设，最终实现曼卡龙品牌的全面提升。作为浙江地区的知名品牌，浙江市场特别是杭州及宁波地区一直是公司的优势区域，最近三年公司销售收入主要来自于浙江省内杭州市及宁波市的销售，占比均在 70%左右。

未来如果发生公司在现有优势区域销售下降，同时浙江省外以及网络销售渠道的品牌拓展工作未能顺利进行的情形，公司经营业绩将受到不利影响。

（五）本次公开发行摊薄即期回报的风险

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司总股本将有所增加，由于募集资金投资项目存在一定的建设期，在项目全部建成后才能逐步达到预期的收益水平，因此公司净利润较难立即实现同步增长，故短期内存在每股收益被摊薄的风险。公司就本次发行对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，提出了填补被摊薄即期回报的具体措施及相关承诺，具体详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“七、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施”的相关内容。

目 录

第一节	释 义	26
第二节	概 览	28
	一、发行人基本情况.....	28
	二、控股股东及实际控制人.....	28
	三、发行人主要财务数据	30
	四、本次发行概况及募集资金用途	32
第三节	本次发行概况	34
	一、本次发行基本情况.....	34
	二、本次发行的有关当事人.....	35
	三、与本次发行上市相关的重要日期.....	36
第四节	风险因素	38
	一、主要原材料价格波动风险	38
	二、市场竞争加剧的风险	39
	三、市场需求下降风险.....	39
	四、加盟商管理风险.....	39
	五、销售区域集中及品牌拓展风险	40
	六、委外生产风险	40
	七、租赁物业不能续租及与商场合作关系不能延续的风险	40
	八、自营店数量增加带来的管理风险.....	41
	九、募集资金投资项目实施风险.....	41
	十、净资产收益率下降的风险	41
	十一、侵权风险.....	41
	十二、实际控制人控制风险.....	42
	十三、人民币汇率波动的风险	42
	十四、本次公开发行摊薄即期回报的风险	42
第五节	发行人基本情况	43
	一、发行人基本信息.....	43
	二、发行人的设立情况.....	43
	三、发行人历史沿革.....	45
	四、发行人重大资产购买情况	67
	五、历次验资情况	71
	六、发行人的组织结构.....	72
	七、发行人控股和参股公司情况.....	76
	八、发起人、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况	79

九、发行人有关股本情况	86
十、内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人等情况	89
十一、发行人员工及其社会保障情况.....	89
十二、重要承诺.....	94
第六节 业务与技术.....	96
一、公司主营业务和主要产品	96
二、公司所处行业基本情况.....	100
三、公司主营业务的具体情况	123
四、质量控制、安全生产及环境保护情况	179
五、公司的固定资产、无形资产及其他经营要素.....	181
六、发行人的技术研发情况.....	203
第七节 同业竞争与关联交易	207
一、公司独立运营情况.....	207
二、同业竞争	208
三、关联方及关联关系.....	210
四、关联交易	212
五、公司规范关联交易的制度安排	216
六、公司关联交易制度执行情况及独立董事关于关联交易所发表的意见.....	219
七、公司规范和减少关联交易的措施.....	220
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	222
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....	222
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况.....	226
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在发行前对外投资情况.....	227
四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员报酬情况	228
五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况	228
六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间的亲属关系.....	230
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员有关协议或承诺情况.....	230
八、董事、监事和高级管理人员任职资格	231
九、公司董事、监事和高级管理人员近三年的变动情况	231
第九节 公司治理	233
一、股东大会制度的建立、健全及运行情况	233
二、董事会制度的建立、健全及运行情况	236
三、监事会制度的建立、健全及运行情况	239
四、独立董事制度的建立、健全及运行情况	241

五、董事会秘书制度的建立、健全及运行情况	244
六、董事会专门委员会的设置情况	245
七、公司最近三年违法违规行为情况.....	249
八、公司近三年资金占用和对外担保的情况	250
九、公司内部控制制度情况	250
第十节 财务会计信息	251
一、注册会计师审计意见	251
二、最近三年经审计的财务报表.....	251
三、财务报表编制的基础、合并报表范围及变化情况.....	260
四、最近三年采用的主要会计政策和会计估计	261
五、最近三年主要税项	275
六、分部信息	277
七、最近一年重大收购兼并情况.....	277
八、非经常性损益	277
九、最近一期末主要资产情况	278
十、最近一期末主要债项情况	279
十一、最近三年所有者权益变动情况.....	280
十二、最近三年现金流量情况	283
十三、期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项	283
十四、主要财务指标.....	284
十五、发行人设立时及报告期资产评估情况	288
十六、发行人设立时及报告期历次验资情况	289
第十一节 管理层讨论与分析	290
一、财务状况分析	290
二、盈利能力分析	332
三、现金流量分析	388
四、资本性支出分析.....	391
五、公司财务状况和盈利能力的未来趋势	391
六、或有事项及期后事项分析	392
七、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施	392
第十二节 业务发展目标	401
一、发行人的发展战略和发展目标	401
二、发行人发行当年及未来两年的发展计划	402
三、拟定上述计划所依据的假设条件.....	404
四、实施上述计划将面临的主要困难以及实现上述计划拟采用的途径.....	404

五、业务发展计划与现有业务的关系.....	405
第十三节 募集资金运用.....	406
一、本次发行募集资金金额及使用安排.....	406
二、募投项目的背景.....	408
三、募投项目的具体情况.....	410
四、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响.....	430
第十四节 股利分配政策.....	432
一、最近三年股利分配政策.....	432
二、最近三年实际股利分配情况.....	432
三、本次发行后的股利分配政策.....	433
四、本次发行前滚存利润分配政策.....	436
五、保荐机构核查意见.....	436
第十五节 其他重要事项.....	437
一、信息披露和投资者服务的责任机构和相关人员.....	437
二、重要合同.....	437
三、对外担保情况.....	440
四、诉讼及仲裁事项.....	440
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	443
一、全体董事、监事、高级管理人员声明.....	443
二、保荐人（主承销商）声明.....	444
三、发行人律师声明.....	445
四、审计机构声明.....	446
五、验资机构声明.....	447
六、评估机构声明.....	448
第十七节 备查文件.....	449

第一节 释 义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称和术语具有如下含义：

本公司、公司、曼卡龙、股份公司、发行人	指	曼卡龙珠宝股份有限公司
万隆曼卡龙投资	指	浙江万隆曼卡龙投资有限公司，发行人控股股东，持有发行人 62.22%股权，曾用名“杭州曼卡龙投资有限公司”（简称“曼卡龙投资”）
迈卡咨询	指	杭州迈卡企业管理咨询有限公司，发行人股东，持有发行人 1.74%股权
天津天图	指	天津天图兴华股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东，持有发行人 6.53%股权
信海创业	指	浙江信海创业投资合伙企业（有限合伙），发行人股东，持有发行人 2.22%股权
浙商利海	指	浙江浙商利海创业投资合伙企业（有限合伙），发行人股东，持有发行人 2.22%股权
深圳天图	指	深圳天图股权投资基金管理企业（有限合伙），发行人股东，持有发行人 0.14%股权
宁波曼卡龙	指	宁波曼卡龙珠宝有限公司，发行人全资子公司
上海曼卡龙	指	上海曼卡龙珠宝有限公司，发行人全资子公司
戴曼克森	指	上海戴曼克森钻石贸易有限公司，发行人全资子公司
浙江玖瑞玖	指	浙江玖瑞玖商贸有限公司，发行人全资子公司
西藏曼卡龙	指	西藏曼卡龙珠宝有限公司，发行人全资子公司
宁波玖瑞玖	指	宁波玖瑞玖商贸有限公司，浙江玖瑞玖全资子公司
万隆曼卡龙珠宝	指	浙江万隆曼卡龙珠宝有限公司，发行人主要股东孙松鹤、曹斌曾经经营的公司
中宝协	指	中国珠宝玉石首饰行业协会
钻交所	指	上海钻石交易所
金交所	指	上海黄金交易所
珠宝首饰	指	使用贵金属材料、天然玉石珠宝以及人工玉石珠宝加工而成的，有一定价值并以装饰为主要目的首饰和工艺品
足金	指	含金量不低于 990‰的黄金制品
K 金	指	含金量低于 990‰的黄金制品
素金饰品	指	以黄金、铂金等贵金属为材质，不含珠宝玉石的首饰及工艺品，主要包括黄金饰品、铂金饰品、K 金饰品等

镶嵌饰品	指	以珠宝玉石为主要材质制成的首饰及工艺品，通常配以少量贵金属作支撑或烘托，主要包括钻石饰品、天然及人工玉石珠宝饰品等
自营	指	公司自行管理经营，享有店面全部货品的所有权，员工人事关系隶属于公司的业务
直营店	指	由公司出资，自行管理经营的曼卡龙珠宝零售网点，所有货品的所有权均归属于公司，工作人员隶属于公司
专柜	指	公司与商场运营方签署联营协议，由公司出资开设于商场中，由公司自行管理经营的曼卡龙珠宝零售网点，所有货品的所有权均归属于公司，工作人员隶属于公司
加盟店	指	由加盟商跟公司签署特许经营合同后开设的曼卡龙珠宝零售网点，所有货品的所有权归属于加盟商，工作人员隶属于加盟商
O2O	指	Online To Offline ，即将线下商务的机会与互联网结合在了一起，让互联网成为线下交易的前台
社会公众股、A股	指	本公司本次公开发行的每股面值为 1.00 元的人民币普通股
本次发行	指	本公司本次向社会公众公开发行不超过 5,100 万股人民币普通股的行为
上市	指	本次发行股票在证券交易所上市交易挂牌交易的行为
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人、主承销商、保荐机构	指	民生证券股份有限公司
承销团	指	民生证券股份有限公司为主承销商组成的本次 A 股发行的承销团
国浩律师事务所、发行人律师	指	国浩律师（杭州）事务所
天健会计师事务所、发行人会计师、审计机构、验资机构	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙），曾用名“天健会计师事务所有限公司”、“浙江天健东方会计师事务所有限公司”
国艺评估、评估机构	指	深圳国艺珠宝艺术品资产评估有限公司
《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	《曼卡龙珠宝股份有限公司章程》
最近三年/报告期	指	2014 年、2015 年及 2016 年
元/万元/亿元	指	人民币元/万元/亿元

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、发行人基本情况

公司名称：曼卡龙珠宝股份有限公司

英文名称：MCLON JEWELLERY Co.,Ltd.

注册资本：15,300 万元

法定代表人：孙松鹤

成立日期：2009 年 12 月 3 日

住 所：杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-473 室

发行人系经浙江省工商行政管理局批准，由杭州曼卡龙投资有限公司（杭州曼卡龙投资有限公司于 2011 年 2 月更名为浙江万隆曼卡龙投资有限公司）和孙松鹤等 18 位自然人于 2009 年 12 月 3 日共同发起设立的股份有限公司。

发行人是集珠宝首饰创意、销售、品牌管理为一体的珠宝首饰零售连锁企业。公司拥有“MCLON 曼卡龙”、“今古传奇”等珠宝首饰品牌，主要产品包括素金饰品及镶嵌饰品。

凭借稳健的发展、日臻成熟的品牌形象，近年来公司及其旗下的“MCLON 曼卡龙”品牌先后获得“中国珠宝首饰业驰名品牌”、“杭州市著名商标”、“浙江服务名牌”、“浙江省著名商标”、“中国广告长城奖”、“2015 年度中国珠宝玉石首饰行业优秀企业”等荣誉。

公司将曼卡龙珠宝品牌定位于“轻时尚”路线，将“年轻、轻奢、色彩、情感”的珠宝理念融入到产品创意中，聚焦于年轻消费群体，为顾客提供可以轻松拥有、具备轻快时尚内涵的珠宝首饰。

二、控股股东及实际控制人

（一）公司目前股权结构

本次发行前，发行人股东及持股比例如下表所示：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	万隆曼卡龙投资	95,200,000	62.22
2	孙松鹤	12,301,263	8.04
3	曹 斌	10,261,336	6.71
4	天津天图	9,984,270	6.53
5	信海创业	3,400,000	2.22
6	浙商利海	3,400,000	2.22
7	迈卡咨询	2,665,600	1.74
8	楼红豆	2,197,969	1.44
9	钱淼根	1,445,000	0.94
10	周 斌	1,413,060	0.92
11	瞿吾珍	1,107,366	0.72
12	姚来春	940,076	0.61
13	朱 晔	878,220	0.57
14	沈金星	850,000	0.56
15	翁晶晶	794,841	0.52
16	程加一	726,838	0.48
17	徐建龙	656,676	0.43
18	赵维江	563,450	0.37
19	泮亚飞	527,085	0.34
20	吴长峰	495,980	0.32
21	刘春燕	340,000	0.22
22	吴 昊	340,000	0.22
23	胡晓群	340,000	0.22
24	倪建伟	340,000	0.22
25	车慧珠	302,724	0.20
26	徐晓庆	240,000	0.16
27	高 波	232,038	0.15
28	宣 璐	224,528	0.15
29	深圳天图	215,730	0.14
30	吕利根	175,950	0.12
31	周 军	170,000	0.11
32	余汝辉	170,000	0.11
33	季方卿	100,000	0.07
	合 计	153,000,000	100.00

（二）公司控股股东介绍

本次发行前，发行人第一大股东为万隆曼卡龙投资，持有发行人 9,520 万股股份，持股比例为 62.22%，为发行人控股股东。

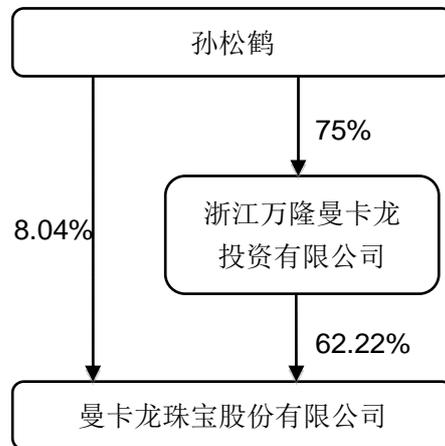
万隆曼卡龙投资成立于 2009 年 10 月 29 日，法定代表人为孙松鹤，注册资

本为 6,000 万元，注册地址为杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-474 室，股东为孙松鹤、曹斌、周斌等 13 名自然人。万隆曼卡龙投资目前主要从事投资管理，除持有发行人股权外，无其他对外股权投资。

万隆曼卡龙投资截至 2016 年 12 月 31 日经审计的总资产为 6,354.53 万元，净资产为 6,335.33 万元，2016 年实现净利润为 17.39 万元。

（三）公司实际控制人介绍

发行人实际控制人为孙松鹤。孙松鹤直接持有公司 8.04% 股权、通过万隆曼卡龙投资持有公司 62.22% 股权，合计控制公司 70.26% 股权，详情如下图所示：



孙松鹤，男，中国国籍，1963 年出生，毕业于浙江广播电视大学法律专业。曾就职于萧山区商业局百货公司、萧山区司法局。现任公司董事长、总经理，兼任万隆曼卡龙投资董事长，持有香港居民身份证，无境外永久居留权。

三、发行人主要财务数据

以下财务数据摘自天健会计师事务所出具的天健审（2017）178 号《审计报告》，财务指标根据上述审计报告财务数据计算而得。

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动资产总额	42,243.36	42,168.24	43,002.42
非流动资产总额	3,680.49	4,038.71	4,475.05
资产总额	45,923.85	46,206.94	47,477.47
流动负债总额	8,381.03	13,837.11	13,409.03
非流动负债总额	139.19	82.45	239.47
负债总额	8,520.23	13,919.56	13,648.50
归属于母公司所有者权益	37,403.62	32,287.38	33,828.97
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	37,403.62	32,287.38	33,828.97

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项 目	2016年度	2015年度	2014年度
营业收入	77,891.85	89,815.08	99,939.60
营业利润	5,308.32	2,811.97	945.32
利润总额	6,935.88	3,832.25	3,113.42
净利润	5,116.24	3,048.41	2,364.29
归属于母公司所有者的净利润	5,116.24	3,048.41	2,364.29
归属于母公司所有者扣除非经常性损益后的净利润	4,367.92	2,608.34	1,222.95

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项 目	2016年度	2015年度	2014年度
经营活动产生的现金流量净额	3,296.33	6,187.56	7,433.85
投资活动产生的现金流量净额	-249.23	-19.06	157.66
筹资活动产生的现金流量净额	-5,685.30	-2,212.07	-8,697.74
汇率变动对现金的影响	-98.08	-93.98	-59.74
现金及现金等价物净增加额	-2,736.29	3,862.46	-1,165.97

（四）主要财务指标

项 目	2016年12月31日 /2016年度	2015年12月31日 /2015年度	2014年12月31日 /2014年度
流动比率（倍）	5.04	3.05	3.21
速动比率（倍）	1.12	0.81	0.56
应收账款周转率（次/	17.76	25.84	29.33

年)			
存货周转率（次/年）	1.84	2.13	2.09
资产负债率（母公司，%）	42.52	50.19	37.56
期末每股净资产（元）	2.44	2.11	2.21
息税折旧摊销前利润（万元）	7,378.43	4,699.97	4,372.41
利息保障倍数（倍）	84.93	12.10	6.83
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.22	0.40	0.49
每股净现金流（元）	-0.18	0.25	-0.08
加权平均净资产收益率（%）	14.68	9.44	7.24
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（%）	12.54	8.08	3.75
基本每股收益（元）	0.33	0.20	0.15
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	0.29	0.17	0.08
稀释每股收益（元）	0.33	0.20	0.15
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元）	0.29	0.17	0.08

四、本次发行概况及募集资金用途

（一）本次发行概况

股票种类	境内上市人民币普通股（A股）
每股面值	人民币1元
发行股票数量	本次拟公开发行股票数量不超过5,100万股，不低于发行后总股本的25%。在关于本次公开发行的股东大会召开后至本次发行前，监管机构颁布新的规定或对有关规定进行修订的，按新颁布或修订后的规定执行。本次公开发行股票的数量，由公司股东大会授权董事会与主承销商协商共同确定。
发行价格	【 】元/股
发行方式	包括但不限于采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格条件的询价对象和在上海证券交易所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销

（二）募集资金运用

经公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过，本次募集资金扣除发行费用后，用于以下募集资金投资项目：

序号	项目名称	投资总额 (万元)	募集资金 投入金额 (万元)	项目核准/备案情况
1	营销网络建设项目	20,674	20,674	萧开经发[2015]7 号
2	电商管理平台建设项目	2,236	2,236	萧开经发[2015]8 号
3	研发及物流中心建设项目	2,162	2,162	深罗湖发改备案 [2015]0052 号
	合计	25,072	25,072	

若本次发行实际募集资金低于募集资金项目投资额，不足部分公司将通过自筹资金解决。

若本次发行实际募集资金高于募集资金项目投资额，剩余部分将补充至其他与主营业务相关的营运资金。

募集资金到位前，公司可根据募集资金投资项目的实际进度，以自有资金或者银行借款支付项目所需款项，募集资金到位后，公司可使用募集资金置换前期投入募集资金投资项目的资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	境内上市人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1 元
发行股票数量	本次拟公开发行股票数量不超过 5,100 万股，不低于发行后总股本的 25%。 在关于本次公开发行的股东大会召开后至本次发行前，监管机构颁布新的规定或对有关规定进行修订的，按新颁布或修订后的规定执行。本次公开发行股票的最终数量，由公司股东大会授权董事会与主承销商协商共同确定。
发行价格	【 】元/股
发行市盈率	【 】倍（每股收益按照【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【 】元（以【】年【】月【】日经审计的净资产计算）
发行后每股净资产	【 】元（以【】年【】月【】日经审计的净资产加上募集资金净额计算）
发行市净率	【 】倍（每股净资产按照【】年度经审计的净资产加上募集资金净额除以本次发行后总股本计算）
发行方式	包括但不限于采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格条件的询价对象和在上海证券交易所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【 】万元
预计募集资金净额	【 】万元
发行费用概算	
承销费用	【 】万元
保荐费用	【 】万元
审计费用	【 】万元
律师费用	【 】万元
发行手续费	【 】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：曼卡龙珠宝股份有限公司

住 所	杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-473 室
法定代表人	孙松鹤
联系电话	0571-89803195
传 真	0571-82823955
联 系 人	刘春燕

（二）保荐人（主承销商）：民生证券股份有限公司

住 所	北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 16-18 层
法定代表人	冯鹤年
联系电话	010-85127999
传 真	010-85127888
保荐代表人	曹倩华、王成林
项目协办人	臧宝玉
项目组成员	庄斌、张筱洁、拜晓东、时淑慧、何振

（三）律师事务所：国浩律师（杭州）事务所

住 所	浙江省杭州市杨公堤 15 号国浩律师楼
单位负责人	沈田丰
联系电话	0571-85775888
传 真	0571-85775643
经办律师	刘志华、刘莹、王锦秀

（四）会计师事务所：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

住 所	浙江省杭州市西溪路 128 号新湖商务大厦 4-10 层
执行事务合伙人	胡少先
联系电话	0571-88216888
传 真	0571-88216999
注册会计师	张芹、李明明

（五）验资机构：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

住 所	浙江省杭州市西溪路 128 号新湖商务大厦 4-10 层
执行事务合伙人	胡少先
联系电话	0571-88216888
传 真	0571-88216999
注册会计师	张芹、方国华

（六）评估机构：深圳国艺珠宝艺术品资产评估有限公司

住 所	广东省深圳市罗湖区贝丽南路 4 号国家珠宝检测中心大厦 1306 室
法定代表人	潘海华
联系电话	0755-22917250
传 真	0755-22927558
注册资产评估师	薛晓昕、程小双

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

住 所	上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼
电 话	021-68873878
传 真	021-68870064

（八）收款银行：

户 名	
账 号	

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

三、与本次发行上市相关的重要日期

（一）刊登发行公告的日期：【 】年【 】月【 】日

（二）开始询价推介的时间：【 】年【 】月【 】日

（三）刊登定价公告的日期：【 】年【 】月【 】日

（四）申购日期和缴款日期：【 】年【 】月【 】日

（五）股票上市日期：本次股票发行结束后发行人将尽快申请在上海证券交易所挂牌上市。

第四节 风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应该特别关注下述各项风险因素。下列风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但并不代表风险依排列次序发生。

一、主要原材料价格波动风险

公司主要原材料为黄金、铂金、钻石等。近年来，受国际、国内经济形势变动影响，上海黄金交易所黄金挂牌价格波幅较大，2013年黄金价格单边快速下跌，2014年至2015年年底，金价趋于稳定，处于低位震荡下行趋势，2015年年底以来，受国际经济、政治形势影响，金价开始快速攀升，2016年下半年，受美联储加息和美元升值等影响，黄金价格呈下降趋势。铂金市场价格与黄金市场价格总体正相关。钻石市场价格从长期来看处于温和上涨趋势，对公司业绩影响较小。

2013年~2016年，上海黄金交易所金价波动情况如下图所示：



数据来源：Wind 资讯

公司素金饰品中计克类产品零售价格与金交所黄金、铂金挂牌价格联动。若在公司存货周转期内黄金、铂金等原材料市场价格出现大幅度下降，一方面公司存在因产品售价下降带来的产品毛利率下降的风险；另一方面公司也将面临因计提存货跌价准备导致经营业绩下降的风险。

二、市场竞争加剧的风险

近年来中国珠宝首饰市场持续发展，目前珠宝首饰的消费需求已朝着个性化、多样化方向发展。当前中国珠宝首饰行业已经呈现出差异化竞争局面，行业内优秀企业通过深度挖掘特定群体的消费偏好，在某一细分领域形成竞争优势。市场竞争逐步从价格竞争转为品牌、商业模式、营销渠道、产品设计和质量的综合竞争，竞争趋于激烈、市场集中度逐渐提高。在未来发展中，若公司不能持续发挥自身优势，将存在因行业竞争加剧造成盈利能力下降的风险。

三、市场需求下降风险

珠宝首饰作为可选择性消费，其对市场需求、经济前景展望和消费者偏好尤其敏感。我国珠宝玉石首饰行业 2013 年销售总额达 4,700 亿元，成为全球珠宝玉石首饰行业增长最为明显的国家，已成为仅次于美国的世界第二大珠宝首饰市场。但由于近两年我国整体经济增速下滑，珠宝玉石首饰消费增长亦有所放缓。2014 年全国珠宝首饰行业企业普遍出现了收入下降或增速放缓的情形，若未来出现经济增速持续下滑，市场消费需求可能相应萎缩，从而将对公司经营状况带来重大不利影响。

四、加盟商管理风险

公司自 2012 年开始拓展品牌加盟业务，2014 年、2015 年、2016 年，加盟业务收入占公司主营业务收入的比重分别为 13.06%、16.43%、17.75%。公司与加盟商签订加盟协议，加盟商获得公司授权并从事“曼卡龙”品牌产品销售运营，公司与加盟商不存在所有权关系，在财务上也不存在从属与管理关系，但是加盟商运营方式需符合加盟协议的要求。同时，公司在培训、督导等方面提供支持，并通过定期巡查、辅导整改、回访抽查、不定期抽查、第三方暗访等方式，确保加盟店的经营规范性及终端服务质量。

但加盟商的人员、资金、财务、经营和管理均独立于公司，若出现加盟商的经营活动有悖于公司的品牌经营宗旨，同时公司无法对加盟商进行及时管控的情

形，将对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。

五、销售区域集中及品牌拓展风险

整体而言，在珠宝首饰行业曼卡龙属于区域性品牌，尚未形成全国性的影响力。在资金实力有限的背景下，曼卡龙秉承立足浙江、逐步辐射周边省份乃至全国的理念，在品牌空白区域，首先通过设立直营店/专柜的方式开拓市场，树立一定品牌效应后再通过加盟方式引导业务有序扩张，通过自营与加盟的有机结合，同时发力网上销售渠道的建设，最终实现曼卡龙品牌的全面提升。作为浙江地区的知名品牌，浙江市场特别是杭州及宁波地区一直是公司的优势区域，最近三年公司销售收入主要来自于浙江省内杭州市及宁波市的销售，占比均在 70% 左右。

未来如果发生公司在现有优势区域销售下降，同时浙江省外以及网络销售渠道的品牌拓展工作未能顺利进行的情形，公司经营业绩将受到不利影响。

六、委外生产风险

公司是集珠宝首饰创意、销售、品牌管理为一体的珠宝首饰零售企业，自身不拥有生产加工环节，全部产品均通过委外生产或外购。虽然公司对委外生产商进行了严格的筛选，并与委外生产商建立了良好的业务合作关系，但如委外生产商延迟交货，或者委外生产商的加工工艺和产品质量达不到公司所规定的标准，将会对公司的库存管理、品牌声誉乃至经营业绩产生不利影响。

七、租赁物业不能续租及与商场合作关系不能延续的风险

以租赁方式取得经营所需场所系珠宝首饰零售企业通行的方式。截至 2016 年 12 月 31 日，曼卡龙品牌零售终端网点共计 91 家。其中直营店 15 家，经营场所均系租赁取得；专柜 42 家，均系公司与商场运营方签署联营协议获取经营所需柜面；加盟店 34 家，经营场所均系加盟商通过租赁店面或者与商场签署联营协议等方式获得。未来如发生租赁物业不能续租，或与商场的合作关系不能按

时延续等情形，将对公司经营造成不利影响。

八、自营店数量增加带来的管理风险

公司拟通过募投项目的实施，增加直营店和专柜以进一步提升曼卡龙品牌的影响力。若本次公开发行成功，随着募集资金到位、募投项目的陆续实施，公司的经营规模将继续扩大，在资源整合、经营管理、人才培养等方面对公司提出了更高的要求。如果公司管理水平及人力资源不能及时适应公司未来经营规模的快速扩大，将影响公司的运营能力和发展动力，公司会面临一定的管理风险。

九、募集资金投资项目实施风险

公司本次募集资金拟投资于营销网络建设、电商管理平台、研发及物流中心等三个项目。上述项目如顺利实施，将进一步提升公司整体竞争力，同时也对公司的市场开拓能力、管理能力提出更高的要求。

项目建成后若未来行业发生波动、市场环境不如预期、项目实施进度延缓等情形，项目投产后可能导致实际收益低于预期，存在一定的项目实施风险。

十、净资产收益率下降的风险

本次募集资金投资项目从项目建设到实现预期效益存在一定时间周期，如本次发行成功，募集资金的到位以及募集资金投资项目产生效益的延后性，将大幅摊薄公司净资产收益率，公司存在发行后一段时期内净资产收益率下降的风险。

十一、侵权风险

公司通过申请商标及专利、广告宣传、市场督察等途径防止公司品牌和产品款式被冒用模仿。公司在经营理念上坚持通过产品设计、产品推广的形式塑造品牌要素，随着公司品牌影响力的不断提升，公司面临被同行业其他珠宝商抄袭款式和仿冒的风险。如果公司品牌被冒用、产品款式被模仿，则将影响公司品牌的市场口碑和美誉度。

十二、实际控制人控制风险

本次发行前，公司实际控制人孙松鹤直接持有公司 8.04% 股权、通过万隆曼卡龙投资持有公司 62.22% 股权，合计控制公司 70.26% 股权。本次发行后，孙松鹤仍将处于实际控制人地位，公司实际控制人可利用其控股地位，通过行使表决权对公司的人事、经营决策进行控制，存在利用其控制地位侵害中小股东利益的风险。

十三、人民币汇率波动的风险

公司合并报表的记账本位币为人民币。公司主要原材料中的钻石供应商部分为香港、印度等地的钻石供应商，与境外供应商的结算涉及美元，面临一定的汇率风险。2014 年度、2015 年度和 2016 年，公司境外采购金额分别为 7,652.61 万元、3,911.17 万元和 5,700.00 万元，占同期采购总额的比例分别为 9.72%、5.88% 和 9.38%。2014 年度、2015 年度和 2016 年，公司汇兑损失分别为 59.74 万元、93.98 万元和 98.08 万元。报告期内汇兑损益存在波动。

近年来，人民币对美元汇率波动较大。随着国际经济环境的变化，人民币汇率的不利波动可能会导致公司汇兑净损失，削弱公司的成本优势，降低公司的盈利能力。

十四、本次公开发行摊薄即期回报的风险

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司总股本将有所增加，由于募集资金投资项目存在一定的建设期，在项目全部建成后才能逐步达到预期的收益水平，因此公司净利润较难立即实现同步增长，故短期内存在每股收益被摊薄的风险。公司就本次发行对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，提出了填补被摊薄即期回报的具体措施及相关承诺，具体详见本招股说明书“第十一节管理层讨论与分析”之“七、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施”的相关内容。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

中文名称：曼卡龙珠宝股份有限公司

英文名称：MCLON JEWELLERY Co.,Ltd.

注册资本：15,300 万元

法定代表人：孙松鹤

成立日期：2009 年 12 月 3 日

注册地址：杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-473 室

邮政编码：311215

电话号码：0571-89803195

传真号码：0571-82823955

互联网址：www.mclon.com

电子信箱：lcy@mclon.com

二、发行人的设立情况

（一）设立方式

公司系经浙江省工商行政管理局批准，由杭州曼卡龙投资有限公司（以下简称“曼卡龙投资”）和孙松鹤等 18 名自然人于 2009 年 12 月 3 日共同发起设立的股份有限公司。公司设立时注册资本为 2,500 万元，全部为货币出资。根据公司章程规定，注册资本由全体出资人分两期于 2009 年 12 月 31 日之前缴足。

2009 年 11 月 17 日，浙江天健东方会计师事务所有限公司出具浙天会验（2009）221 号《验资报告》，对全体出资人首次缴纳的出资金额 500 万元进行了验证。

2009 年 12 月 3 日，公司取得浙江省工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，注册号为 330000000045009。

2009 年 12 月 25 日，浙江天健东方会计师事务所有限公司出具浙天会验

（2009）273号《验资报告》，对全体出资人缴纳的第二期出资金额2,000万元进行了验证。

（二）发起人

本公司设立时的发起人为曼卡龙投资和孙松鹤等18位自然人，公司设立时各发起人的持股情况如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	曼卡龙投资	17,500,000	70.00
2	曹 斌	2,765,800	11.06
3	孙松鹤	1,987,250	7.95
4	楼红豆	416,775	1.67
5	翁晶晶	302,400	1.21
6	周 斌	288,125	1.15
7	朱 晔	258,300	1.03
8	沈金星	250,000	1.00
9	瞿吾珍	214,900	0.86
10	姚来春	182,950	0.73
11	泮亚飞	155,025	0.62
12	宣 璐	132,075	0.53
13	徐建龙	130,500	0.52
14	吴长峰	94,725	0.38
15	赵维江	92,975	0.37
16	盛颖慧	67,500	0.27
17	姚必泉	61,225	0.24
18	吕利根	51,750	0.21
19	高 波	47,725	0.19
	合 计	25,000,000	100.00

（三）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

股份公司设立前，主要发起人孙松鹤、曹斌等人主要通过万隆曼卡龙珠宝从事珠宝首饰零售业务，并拥有与之相关的股权投资和实物等资产。发行人设立后，陆续购买了万隆曼卡龙珠宝各门店的珠宝类存货、设备类固定资产及办公用房。自此之后万隆曼卡龙珠宝无实际经营业务，主要发起人主要拥有本公司的股权投资，并通过本公司从事珠宝首饰零售业务。

（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发起人用作出资投入的货币资金。公司自成立至今，实际从事的主要业务为珠宝首饰零售。

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

公司系直接发起设立的股份有限公司，设立后公司拥有独立的产品设计、采购、销售等业务流程。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司设立前，主要发起人孙松鹤为万隆曼卡龙珠宝的实际控制人，并通过万隆曼卡龙珠宝从事珠宝首饰零售业务。

公司成立后陆续向万隆曼卡龙珠宝购买其门店的珠宝类存货、设备类固定资产以及办公用房产（购买资产的详细情况参见本节之“四、发行人重大资产购买情况”）。2012年2月22日，万隆曼卡龙珠宝召开股东会，决议注销公司，2013年4月25日，万隆曼卡龙珠宝办理完成工商注销登记手续。

目前公司完全独立经营，主要发起人孙松鹤除控股本公司并任公司董事长兼总经理外，未从事其他与珠宝首饰零售有关的业务。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司系发起设立，各发起人均以货币资金出资，不涉及出资资产的产权变更手续。

三、发行人历史沿革

2010年，本公司向实际控制人孙松鹤控股的万隆曼卡龙珠宝陆续购买了存货、设备类固定资产，2013年向其购买了办公用房产。相关资产购买具体情况详见本节“四、发行人资产购买情况”。现万隆曼卡龙珠宝已注销，与公司不存在法律主体资格的承继关系。

（一）万隆曼卡龙珠宝的历史沿革

1、万隆曼卡龙珠宝的股权演变过程

① 2006年8月成立

万隆曼卡龙珠宝由浙江万隆珠宝有限公司和吴长峰、高波 2 名自然人于 2006 年 8 月 29 日共同出资设立，出资方式为货币资金，注册资本 1,000 万元。万隆曼卡龙珠宝成立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（元）	出资比例（%）
1	吴长峰	5,000,000	50.00
2	高波	4,000,000	40.00
3	浙江万隆珠宝有限公司	1,000,000	10.00
	合计	10,000,000	100.00

本次出资经浙江韦宁会计师事务所有限公司浙韦会验[2006]120 号《验资报告》验证。

2006 年 8 月 29 日，杭州市工商行政管理局萧山分局向公司核发了注册号为 3301812034461 的《企业法人营业执照》。

② 2006年9月，第一次股权转让

2006 年 9 月 6 日，经万隆曼卡龙珠宝股东会审议通过，浙江万隆珠宝有限公司将其所持万隆曼卡龙珠宝 100 万元出资额转让给吴长峰。本次股权转让后，万隆曼卡龙珠宝的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（元）	出资比例（%）
1	吴长峰	6,000,000	60.00
2	高波	4,000,000	40.00
	合计	10,000,000	100.00

③ 2006年10月，第一次增资

2006 年 10 月 11 日，经万隆曼卡龙珠宝股东会审议通过，股东吴长峰和高波按各自持股比例对公司增资 2,000 万元。本次增资后，万隆曼卡龙珠宝的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（元）	出资比例（%）
1	吴长峰	18,000,000	60.00
2	高波	12,000,000	40.00
	合计	30,000,000	100.00

本次出资经浙江韦宁会计师事务所有限公司浙韦会验[2006]139 号《验资报

告》验证。

④ 2006年12月，第二次增资

2006年12月6日，经万隆曼卡龙珠宝股东会审议通过，股东吴长峰和高波按各自持股比例再次对公司增资2,000万元。本次增资后，万隆曼卡龙珠宝的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（元）	出资比例（%）
1	吴长峰	30,000,000	60.00
2	高波	20,000,000	40.00
	合计	50,000,000	100.00

本次出资经浙江韦宁会计师事务所有限公司浙韦会验[2006]159号《验资报告》验证。

⑤ 2008年7月，第二次股权转让

2008年7月1日，经万隆曼卡龙珠宝股东会审议通过，股东吴长峰将其所持的万隆曼卡龙珠宝全部出资3,000万元转让给孙松鹤，股东高波将其全部出资中的400万元出资转让给孙松鹤、763.75万元出资转让给曹斌、500万元出资转让给沈金星、336.25万元出资转让给周斌。本次股权转让后，万隆曼卡龙珠宝的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（元）	出资比例（%）
1	孙松鹤	34,000,000	68.000
2	曹斌	7,637,500	15.275
3	沈金星	5,000,000	10.000
4	周斌	3,362,500	6.725
	合计	50,000,000	100.000

2、万隆曼卡龙珠宝的业务发展历程

公司实际控制人孙松鹤先生自上世纪90年代开始从事珠宝首饰零售行业，经过多年积累，从最开始的一家万隆珠宝城开始，逐步扩大销售规模。

在不断积累客户、经验的基础上，万隆曼卡龙于2006年成立，主要从事珠宝首饰零售业务，商号为“万隆曼卡龙”。万隆曼卡龙成立后，借助黄金首饰行业快速发展的势头，陆续增设门店，经营地区逐渐从萧山扩展至义乌、慈溪、杭州市区、宁波等地区。所开设门店主要系传统商业街区的沿街店铺，产品亦以传统黄金首饰为主，产品来源主要系从首饰工厂采购成品首饰。

在业务不断发展过程中，万隆曼卡龙开始尝试设立商场专柜，并于杭州大厦开设第一家商场专柜。在开展商场业务的过程中，万隆曼卡龙的主要经营者深刻体会到品牌及资本的重要性，决定向连锁经营及上市方向进一步发展。

鉴于万隆曼卡龙在实际经营中更注重业务的拓展，并未建立起严格的财务内部控制管理制度、资产核算体系，且随着公司业务规模的不断扩大，原万隆曼卡龙简单的经营模式和粗放的管理模式已经无法满足市场拓展需要和吸引人才的需要，另一方面，随着珠宝首饰主力消费群体的年轻化，原“万隆”商号因偏传统已不符合公司市场定位，经过慎重考虑，公司股东决定舍弃品牌形象偏传统的“万隆”商号，而新设公司以品牌形象更年轻时尚的“曼卡龙”进行市场运营。

综合以上因素，万隆曼卡龙于 2010 年下半年停止经营，并最终注销。

3、万隆曼卡龙珠宝的注销情况

① 万隆曼卡龙珠宝注销的基本情况

2012 年 2 月 22 日，万隆曼卡龙珠宝召开股东会，决议注销公司，并成立清算小组。2012 年 2 月 28 日万隆曼卡龙珠宝在《浙江工人日报》刊登了注销公告；2012 年 11 月 1 日经杭州市萧山区国家税务局批准，2013 年 4 月 16 日经杭州市萧山区地方税务局批准，万隆曼卡龙珠宝依法分别办理了国税和地税的注销登记手续；2013 年 4 月 25 日，经杭州市工商行政管理局萧山分局核准，万隆曼卡龙珠宝依法办理了工商注销登记手续。

② 当地税务与工商部门的证明与认定文件

2015 年 1 月 19 日，杭州市萧山区国家税务局出具证明：浙江万隆曼卡龙珠宝有限公司已依法办理注销登记。该公司在存续期间所适用的税种、税率均符合相关法律、法规的规定，遵守国家税法及相关法律、法规，依法申报纳税，并已按税法规定及时、足额履行了纳税义务，未发现偷、漏、逃、欠税行为。

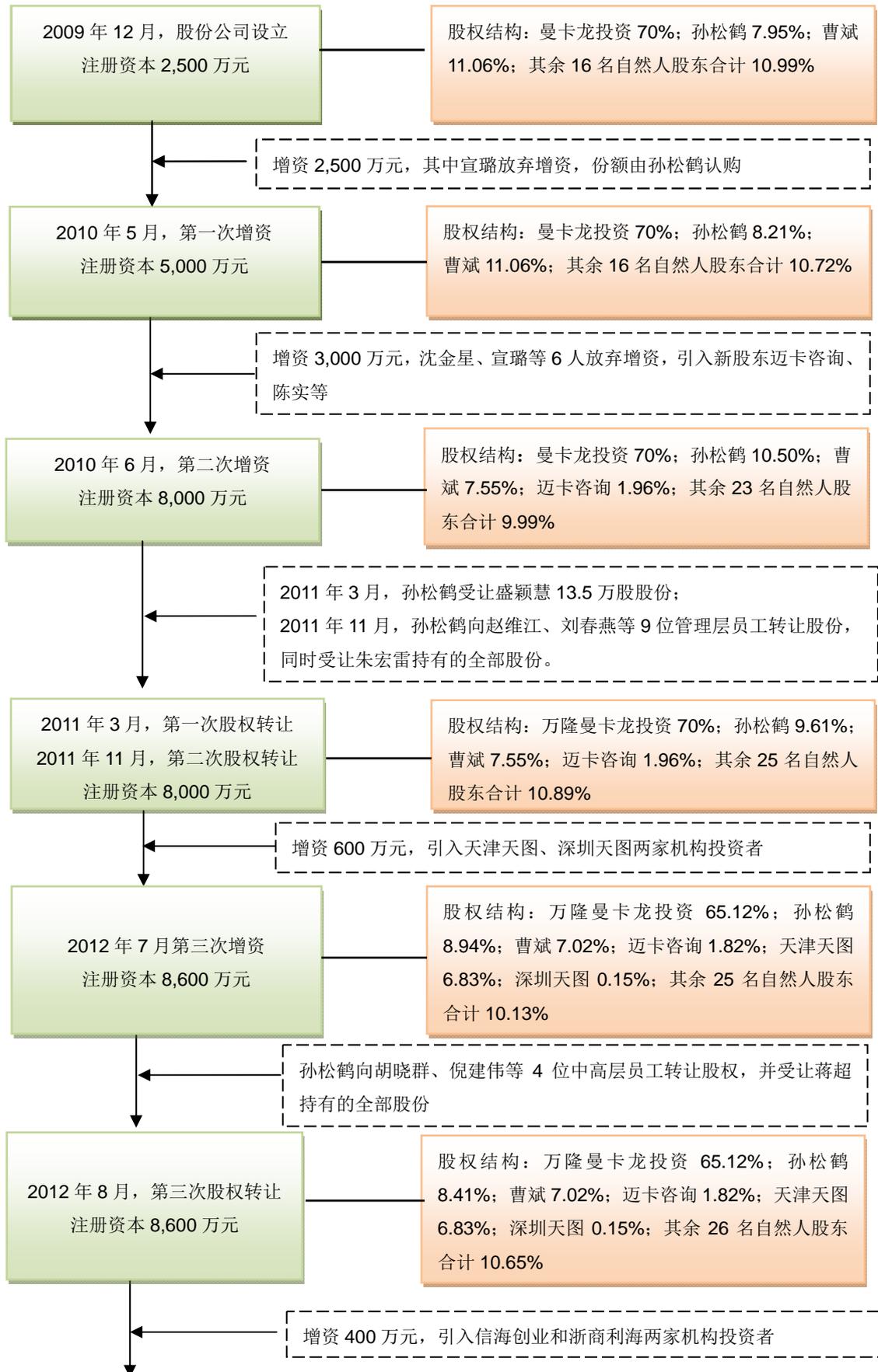
2015 年 1 月 19 日，杭州市萧山区地方税务局出具证明：浙江万隆曼卡龙珠宝有限公司，税务登记号：330181790940784。经《浙江地税信息系统》查询，该企业已依法办理注销登记，该公司在存续期间能够按税收法律、法规规定按期纳税申报和缴纳各项税费，尚未发现因税务违法行为而受到处罚的情形。

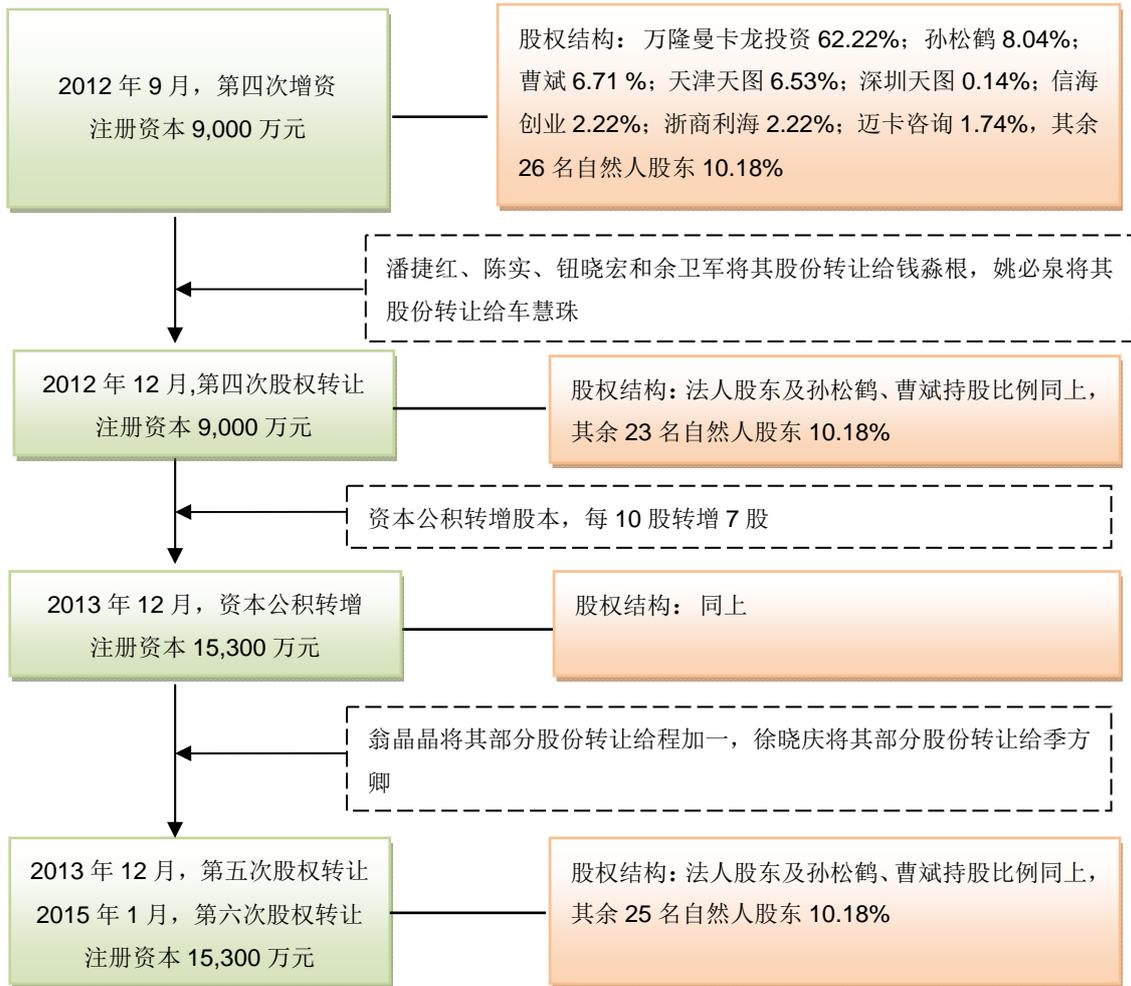
2015 年 1 月 4 日，杭州市工商行政管理局萧山分局出具证明：浙江万隆曼

卡龙珠宝有限公司曾系我局登记注册的单位。该单位已依法注销。经我局案件系统查询，未发现其有违反工商行政管理相关法律、法规、规章的行为而被我局处罚的记录。

（二）发行人的历史沿革

本公司股本形成及变化的简要情况如下图所示：





1、2009年12月，股份公司设立

2009年11月6日，杭州曼卡龙投资有限公司（以下简称“曼卡龙投资”）和孙松鹤等18名自然人签署《发起人协议》，约定共同发起设立浙江曼卡龙珠宝股份有限公司，出资方式均为货币出资。公司设立时股本总额为2,500万股，每股面值1元。根据公司章程规定，首期出资金额为500万元，于2009年11月16日前到位，剩余出资2,000万元于2009年12月31日之前足额缴纳。

公司设立时发起人出资及持股情况如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	曼卡龙投资	17,500,000	70.00
2	曹斌	2,765,800	11.06
3	孙松鹤	1,987,250	7.95
4	楼红豆	416,775	1.67
5	翁晶晶	302,400	1.21
6	周斌	288,125	1.15

7	朱 晔	258,300	1.03
8	沈金星	250,000	1.00
9	瞿吾珍	214,900	0.86
10	姚来春	182,950	0.73
11	泮亚飞	155,025	0.62
12	宣 璐	132,075	0.53
13	徐建龙	130,500	0.52
14	吴长峰	94,725	0.38
15	赵维江	92,975	0.37
16	盛颖慧	67,500	0.27
17	姚必泉	61,225	0.24
18	吕利根	51,750	0.21
19	高 波	47,725	0.19
合 计		25,000,000	100.00

2009年11月17日，浙江天健东方会计师事务所有限公司出具浙天会验（2009）221号《验资报告》，对全体发起人首次缴纳的出资金额500万元进行了验证。

2009年12月3日，公司取得浙江省工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，注册号为330000000045009。

2009年12月25日，浙江天健东方会计师事务所有限公司出具浙天会验（2009）273号《验资报告》，对全体出资者缴纳的第二期出资金额2,000万元进行了验证。

2、2010年5月，公司第一次增资

2010年4月10日，公司临时股东大会做出决议，公司注册资本由2,500万元增加至5,000万元，增资原因为增加公司资本金，提升公司市场竞争能力。本次增资过程中，股东宣璐放弃增资，其放弃的份额132,075元由孙松鹤认购，其余股东均按各自持股比例增资。本次增资的增资价格、定价依据、价款支付、资金来源等情况如下：

序号	股东名称	增资价格（元）	定价依据	支付情况	资金来源
1	曼卡龙投资	17,500,000	1元/股	已支付	自有资金
2	孙松鹤	2,119,325	1元/股	已支付	自有资金
3	曹斌	2,765,800	1元/股	已支付	自有资金
4	楼红豆	416,775	1元/股	已支付	自有资金

5	翁晶晶	302,400	1元/股	已支付	自有资金
6	周斌	288,125	1元/股	已支付	自有资金
7	朱晔	258,300	1元/股	已支付	自有资金
8	沈金星	250,000	1元/股	已支付	自有资金
9	瞿吾珍	214,900	1元/股	已支付	自有资金
10	姚来春	182,950	1元/股	已支付	自有资金
11	洋亚飞	155,025	1元/股	已支付	自有资金
12	徐建龙	130,500	1元/股	已支付	自有资金
13	吴长峰	94,725	1元/股	已支付	自有资金
14	赵维江	92,975	1元/股	已支付	自有资金
15	盛颖慧	67,500	1元/股	已支付	自有资金
16	姚必泉	61,225	1元/股	已支付	自有资金
17	吕利根	51,750	1元/股	已支付	自有资金
18	高波	47,725	1元/股	已支付	自有资金

本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	曼卡龙投资	35,000,000	70.00
2	曹斌	5,531,600	11.06
3	孙松鹤	4,106,575	8.21
4	楼红豆	833,550	1.67
5	翁晶晶	604,800	1.21
6	周斌	576,250	1.15
7	朱晔	516,600	1.03
8	沈金星	500,000	1.00
9	瞿吾珍	429,800	0.86
10	姚来春	365,900	0.73
11	洋亚飞	310,050	0.62
12	宣璐	132,075	0.26
13	徐建龙	261,000	0.52
14	吴长峰	189,450	0.38
15	赵维江	185,950	0.37
16	盛颖慧	135,000	0.27
17	姚必泉	122,450	0.24
18	吕利根	103,500	0.21
19	高波	95,450	0.19
合计		50,000,000	100.00

根据天健会计师事务所有限公司于2010年5月4日出具的天健验（2010）106号《验资报告》，截至2010年4月30日，本次新增注册资本2,500万元已

足额缴纳。

2010年5月7日，浙江省工商行政管理局向公司核发了变更后的《企业法人营业执照》。

3、2010年6月，公司第二次增资

2010年6月5日，公司临时股东大会做出决议，公司注册资本由5,000万元增加至8,000万元，增资原因为增加公司资本金，提升公司市场竞争能力。本次增资过程中，股东沈金星、宣璐、朱晔、盛颖慧、泮亚飞、吕利根等6人放弃增资权利，同时引入新股东迈卡咨询及陈实、潘捷红、余卫军、钮晓宏、吴昊、周军、朱宏雷等7人。本次增资的增资价格、定价依据、价款支付、资金来源等情况如下：

序号	股东名称	增资价格（元）	定价依据	支付情况	资金来源
1	曼卡龙投资	21,000,000	1元/股	已支付	自有资金
2	孙松鹤	4,294,462	1元/股	已支付	自有资金
3	曹斌	504,480	1元/股	已支付	自有资金
4	楼红豆	459,373	1元/股	已支付	自有资金
5	翁晶晶	290,305	1元/股	已支付	自有资金
6	周斌	254,962	1元/股	已支付	自有资金
7	迈卡咨询	1,568,000	1元/股	已支付	自有资金
8	瞿吾珍	221,592	1元/股	已支付	自有资金
9	姚来春	187,086	1元/股	已支付	自有资金
10	徐建龙	125,280	1元/股	已支付	自有资金
11	吴长峰	102,303	1元/股	已支付	自有资金
12	赵维江	95,491	1元/股	已支付	自有资金
13	姚必泉	55,623	1元/股	已支付	自有资金
14	高波	41,043	1元/股	已支付	自有资金
15	陈实	200,000	1元/股	已支付	自有资金
16	潘捷红	200,000	1元/股	已支付	自有资金
17	钮晓宏	100,000	1元/股	已支付	自有资金
18	吴昊	100,000	1元/股	已支付	自有资金
19	余卫军	100,000	1元/股	已支付	自有资金
20	周军	50,000	1元/股	已支付	自有资金
21	朱宏雷	50,000	1元/股	已支付	自有资金

本次增资完成后，股份公司股权结构如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	曼卡龙投资	56,000,000	70.00
2	孙松鹤	8,401,037	10.50
3	曹斌	6,036,080	7.55
4	迈卡咨询	1,568,000	1.96
5	楼红豆	1,292,923	1.62
6	翁晶晶	895,105	1.12
7	周斌	831,212	1.04
8	瞿吾珍	651,392	0.81
9	姚来春	552,986	0.69
10	朱晔	516,600	0.65
11	沈金星	500,000	0.63
12	徐建龙	386,280	0.48
13	洋亚飞	310,050	0.39
14	吴长峰	291,753	0.36
15	赵维江	281,441	0.35
16	陈实	200,000	0.25
17	潘捷红	200,000	0.25
18	姚必泉	178,073	0.22
19	高波	136,493	0.17
20	盛颖慧	135,000	0.17
21	宣璐	132,075	0.17
22	吕利根	103,500	0.13
23	钮晓宏	100,000	0.13
24	吴昊	100,000	0.13
25	余卫军	100,000	0.13
26	周军	50,000	0.06
27	朱宏雷	50,000	0.06
合计		80,000,000	100.00

根据天健会计师事务所有限公司于 2010 年 6 月 25 日出具的天健验(2010)178 号《验资报告》，截至 2010 年 6 月 24 日，本次新增注册资本 3,000 万元已足额缴纳。

2010 年 6 月 28 日，浙江省工商行政管理局向公司核发了变更后的《企业法人营业执照》。

4、2011 年 3 月，公司第一次股权转让

2011 年 2 月 21 日，盛颖慧因离职向孙松鹤转让其所持有的公司股权 13.5 万股。本次股权转让的转让价格、定价依据、价款支付、资金来源等情况如下：

序号	出让方	受让方	转让价格（元）	定价依据	支付情况	资金来源
1	盛颖慧	孙松鹤	135,000	1元/股	已支付	自有资金

本次股权转让后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	曼卡龙投资	56,000,000	70.00
2	孙松鹤	8,536,037	10.67
3	曹斌	6,036,080	7.55
4	迈卡咨询	1,568,000	1.96
5	楼红豆	1,292,923	1.62
6	翁晶晶	895,105	1.12
7	周 斌	831,212	1.04
8	瞿吾珍	651,392	0.81
9	姚来春	552,986	0.69
10	朱 晔	516,600	0.65
11	沈金星	500,000	0.63
12	徐建龙	386,280	0.48
13	洋亚飞	310,050	0.39
14	吴长峰	291,753	0.36
15	赵维江	281,441	0.35
16	陈 实	200,000	0.25
17	潘捷红	200,000	0.25
18	姚必泉	178,073	0.22
19	高 波	136,493	0.17
20	宣 璐	132,075	0.17
21	吕利根	103,500	0.13
22	钮晓宏	100,000	0.13
23	吴 昊	100,000	0.13
24	余卫军	100,000	0.13
25	周 军	50,000	0.06
26	朱宏雷	50,000	0.06
合 计		80,000,000	100.00

2011年3月29日，公司就本次股权转让事项办理了工商变更登记手续。

5、2011年11月，公司第二次股权转让

为提升管理团队凝聚力，促进公司长期持续发展，2011年7月，实际控制人孙松鹤与公司部分中高层员工签署《股权转让协议书》，向其转让部分股份，向其朋友余汝辉转让100,000股股份。同期，朱宏雷向孙松鹤转让其所持的公司股份。本次股权转让的转让价格、定价依据、价款支付、资金来源等情况如下：

序号	出让方	受让方	股份数 (股)	转让价格 (元)	定价依据	支付情况	资金来源
1	孙松鹤	蒋超	100,000	123,000	以 2010 年 12 月 31 日经审计的每股净资产 1.14 元为参考值，确定 1.23 元/股	已支付	自有资金
2		余汝辉	100,000	123,000		已支付	自有资金
3		赵维江	50,000	61,500		已支付	自有资金
4		吴昊	50,000	61,500		已支付	自有资金
5		刘春燕	200,000	246,000		已支付	自有资金
6		徐晓庆	100,000	123,000		已支付	自有资金
7		周军	50,000	61,500		已支付	自有资金
8		余卫军	50,000	61,500		已支付	自有资金
9		潘捷红	200,000	246,000		已支付	自有资金
10	朱宏雷	孙松鹤	50,000	61,500		已支付	自有资金

2011 年 10 月 21 日，公司临时股东大会审议通过了本次股权转让事项。本次股权转让后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	万隆曼卡龙投资*	56,000,000	70.00
2	孙松鹤	7,686,037	9.61
3	曹斌	6,036,080	7.55
4	迈卡咨询	1,568,000	1.96
5	楼红豆	1,292,923	1.62
6	翁晶晶	895,105	1.12
7	周斌	831,212	1.04
8	瞿吾珍	651,392	0.81
9	姚来春	552,986	0.69
10	朱晔	516,600	0.65
11	沈金星	500,000	0.63
12	潘捷红	400,000	0.50
13	徐建龙	386,280	0.48
14	赵维江	331,441	0.41
15	洋亚飞	310,050	0.39
16	吴长峰	291,753	0.36
17	陈实	200,000	0.25
18	刘春燕	200,000	0.25
19	姚必泉	178,073	0.22
20	吴昊	150,000	0.19
21	余卫军	150,000	0.19
22	高波	136,493	0.17
23	宣璐	132,075	0.17
24	吕利根	103,500	0.13

25	钮晓宏	100,000	0.13
26	周军	100,000	0.13
27	蒋超	100,000	0.13
28	徐晓庆	100,000	0.13
29	余汝辉	100,000	0.13
合 计		80,000,000	100.00

注：*杭州曼卡龙投资有限公司于 2011 年 2 月更名为浙江万隆曼卡龙投资有限公司（以下简称“万隆曼卡龙投资”）。

2011 年 11 月 22 日，公司就本次股权转让事项办理了工商变更登记手续。

6、2012 年 7 月，公司第三次增资

2012 年 6 月 25 日，为增加公司资本金，提升公司市场竞争能力，公司 2011 年度股东大会做出决议，引入天津天图和深圳天图两家机构投资者，公司注册资本由 8,000 万元增加至 8,600 万元。本次增资的增资价格、定价依据、价款支付、资金来源等情况如下：

序号	股东名称	增资价格（元）	定价依据	支付情况	资金来源
1	天津天图	50,902,000	按照 2012 年预计净利润 6500 万元的 12 倍计算的投后估值确定 8.67 元/股	已支付	自有资金
2	深圳天图	1,100,000		已支付	自有资金

本次增资完成后，股份公司股本结构如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	万隆曼卡龙投资	56,000,000	65.12
2	孙松鹤	7,686,037	8.94
3	曹 斌	6,036,080	7.02
4	天津天图	5,873,100	6.83
5	迈卡咨询	1,568,000	1.82
6	楼红豆	1,292,923	1.50
7	翁晶晶	895,105	1.04
8	周 斌	831,212	0.97
9	瞿吾珍	651,392	0.76
10	姚来春	552,986	0.64
11	朱 晔	516,600	0.60
12	沈金星	500,000	0.58
13	潘捷红	400,000	0.47
14	徐建龙	386,280	0.45
15	赵维江	331,441	0.39
16	泮亚飞	310,050	0.36

17	吴长峰	291,753	0.34
18	陈 实	200,000	0.23
19	刘春燕	200,000	0.23
20	姚必泉	178,073	0.21
21	吴 昊	150,000	0.17
22	余卫军	150,000	0.17
23	高 波	136,493	0.16
24	宣 璐	132,075	0.15
25	深圳天图	126,900	0.15
26	吕利根	103,500	0.12
27	钮晓宏	100,000	0.12
28	周 军	100,000	0.12
29	蒋 超	100,000	0.12
30	徐晓庆	100,000	0.12
31	余汝辉	100,000	0.12
合 计		86,000,000	100.00

根据天健会计师事务所于 2012 年 7 月 3 日出具的天健验(2012)224 号《验资报告》，截至 2012 年 7 月 2 日，公司已收到本次出资方缴纳的出资额合计 5,200.20 万元，新增注册资本 600 万元，计入资本公积 4,600.20 万元。

2012 年 7 月 6 日，浙江省工商行政管理局向公司核发了变更后的《企业法人营业执照》。

7、2012 年 8 月，公司第三权股权转让

为提升管理团队凝聚力，促进公司长期持续发展，2012 年 7 月，实际控制人孙松鹤与公司部分中高层员工签署《股权转让协议书》，向其转让部分股份。同期，蒋超因离职向孙松鹤转让其所持公司全部股份。本次股权转让的转让价格、定价依据、价款支付、资金来源等情况如下：

序号	出让方	受让方	股份数 (股)	转让价格 (元)	定价依据	支付情况	资金来源
1	孙松鹤	胡晓群	200,000	400,000	以 2012 年 6 月 30 日的每股净资产 1.96 元为参考值，确定 2 元/股	已支付	自有资金
2		倪建伟	200,000	400,000		已支付	自有资金
3		徐晓庆	100,000	200,000		已支付	自有资金
4		吴昊	50,000	100,000		已支付	自有资金
5	蒋超	孙松鹤	100,000	200,000		已支付	自有资金

2012 年 8 月 1 日，公司临时股东大会审议通过了本次股权转让事项。本次

股权转让后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	万隆曼卡龙投资	56,000,000	65.12
2	孙松鹤	7,236,037	8.41
3	曹 斌	6,036,080	7.02
4	天津天图	5,873,100	6.83
5	迈卡咨询	1,568,000	1.82
6	楼红豆	1,292,923	1.50
7	翁晶晶	895,105	1.04
8	周 斌	831,212	0.97
9	瞿吾珍	651,392	0.76
10	姚来春	552,986	0.64
11	朱 晔	516,600	0.60
12	沈金星	500,000	0.58
13	潘捷红	400,000	0.47
14	徐建龙	386,280	0.45
15	赵维江	331,441	0.39
16	泮亚飞	310,050	0.36
17	吴长峰	291,753	0.34
18	陈 实	200,000	0.23
19	刘春燕	200,000	0.23
20	吴 昊	200,000	0.23
21	徐晓庆	200,000	0.23
22	胡晓群	200,000	0.23
23	倪建伟	200,000	0.23
24	姚必泉	178,073	0.21
25	余卫军	150,000	0.17
26	高 波	136,493	0.16
27	宣 璐	132,075	0.15
28	深圳天图	126,900	0.15
29	吕利根	103,500	0.12
30	钮晓宏	100,000	0.12
31	周 军	100,000	0.12
32	余汝辉	100,000	0.12
合 计		86,000,000	100.00

2012年8月27日，公司就本次股权转让事项办理了工商变更登记手续。

8、2012年9月，公司第四次增资

2012年8月1日，为增加公司资本金，提升公司市场竞争能力，公司临时股东大会做出决议，引入信海创业和浙商利海两家机构投资者，公司注册资本由8,600万元增加至9,000万元，本次增资的增资价格、定价依据、价款支付、资金来源等情况如下：

序号	股东名称	增资价格（元）	定价依据	支付情况	资金来源
1	信海创业	17,334,000	按照 2012 年预计净利润 6500 万元的 12 倍计算的投后估值定价 8.67 元/股	已支付	自有资金
2	浙商利海	17,334,000		已支付	自有资金

本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	万隆曼卡龙投资	56,000,000	62.22
2	孙松鹤	7,236,037	8.04
3	曹 斌	6,036,080	6.71
4	天津天图	5,873,100	6.53
5	信海创业	2,000,000	2.22
6	浙商利海	2,000,000	2.22
7	迈卡咨询	1,568,000	1.74
8	楼红豆	1,292,923	1.44
9	翁晶晶	895,105	0.99
10	周 斌	831,212	0.92
11	瞿吾珍	651,392	0.72
12	姚来春	552,986	0.61
13	朱 晔	516,600	0.57
14	沈金星	500,000	0.56
15	潘捷红	400,000	0.44
16	徐建龙	386,280	0.43
17	赵维江	331,441	0.37
18	泮亚飞	310,050	0.34
19	吴长峰	291,753	0.32
20	陈 实	200,000	0.22
21	刘春燕	200,000	0.22
22	吴 昊	200,000	0.22
23	徐晓庆	200,000	0.22
24	胡晓群	200,000	0.22
25	倪建伟	200,000	0.22
26	姚必泉	178,073	0.20

27	余卫军	150,000	0.17
28	高波	136,493	0.15
29	宣璐	132,075	0.15
30	深圳天图	126,900	0.14
31	吕利根	103,500	0.12
32	钮晓宏	100,000	0.11
33	周军	100,000	0.11
34	余汝辉	100,000	0.11
合计		90,000,000	100.00

根据天健会计师事务所于 2012 年 8 月 29 日出具的天健验（2012）284 号《验资报告》，截至 2012 年 8 月 14 日，公司已收到本次出资方缴纳的出资额合计 3,466.80 万元，新增注册资本 400 万元，计入资本公积 3,066.80 万元。

2012 年 9 月 4 日，浙江省工商行政管理局向公司核发了变更后的《企业法人营业执照》。

9、2012 年 12 月，公司第四次股权转让

2012 年 12 月，潘捷红、陈实、钮晓宏、余卫军因离职向钱淼根转让其所持公司全部股份；姚必泉因离职向车慧珠转让其所持公司全部股份。本次股权转让的转让价格、定价依据、价款支付、资金来源等情况如下：

序号	出让方	受让方	股份数（股）	转让价格（元）	定价依据	支付情况	资金来源
1	潘捷红	钱淼根	400,000	2,800,000	协商定价 7 元/股	已支付	自有资金
2	陈实		200,000	1,400,000		已支付	自有资金
3	钮晓宏		100,000	700,000		已支付	自有资金
4	余卫军		150,000	1,050,000		已支付	自有资金
5	姚必泉	车慧珠	178,073	587,640.9	协商定价 3.3 元/股	已支付	自有资金

姚必泉的股权转让价格较低，系因为姚必泉将其所持的股份公司全部股份以及控股股东万隆曼卡龙投资 6 万元出资一并转让给车慧珠，考虑到万隆曼卡龙投资的股权变现较难，双方协商一并按 3.3 元/股的价格转让股份公司和万隆曼卡龙投资的股份，该转让价格超过股份公司截至 2012 年 6 月 30 日的每股净资产 1.96 元。

本次股权转让后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	股份数额（股）	持股比例（%）
1	万隆曼卡龙投资	56,000,000	62.22
2	孙松鹤	7,236,037	8.04
3	曹 斌	6,036,080	6.71
4	天津天图	5,873,100	6.53
5	信海创业	2,000,000	2.22
6	浙商利海	2,000,000	2.22
7	迈卡咨询	1,568,000	1.74
8	楼红豆	1,292,923	1.44
9	翁晶晶	895,105	0.99
10	钱淼根	850,000	0.94
11	周 斌	831,212	0.92
12	瞿吾珍	651,392	0.72
13	姚来春	552,986	0.61
14	朱 晔	516,600	0.57
15	沈金星	500,000	0.56
16	徐建龙	386,280	0.43
17	赵维江	331,441	0.37
18	泮亚飞	310,050	0.34
19	吴长峰	291,753	0.32
20	刘春燕	200,000	0.22
21	吴 昊	200,000	0.22
22	徐晓庆	200,000	0.22
23	胡晓群	200,000	0.22
24	倪建伟	200,000	0.22
25	车慧珠	178,073	0.20
26	高 波	136,493	0.15
27	宣 璐	132,075	0.15
28	深圳天图	126,900	0.14
29	吕利根	103,500	0.12
30	周 军	100,000	0.11
31	余汝辉	100,000	0.11
合 计		90,000,000	100.00

2012年12月7日，公司就本次股权转让事项办理了工商变更登记手续。

10、2013年7月，公司变更名称

2013年6月27日，公司召开2012年度股东大会，同意关于公司名称变更的章程修正案，公司名称变更为“曼卡龙珠宝股份有限公司”。2013年7月16日，公司就本次公司名称变更事项办理了工商变更登记手续。

11、2013年12月，公司资本公积转增股本

2013年11月29日，经公司临时股东大会审议通过，公司以资本公积转增股本，每10股转增7股，公司股本规模由9,000万股增加至15,300万股。

本次用于增资的资本公积为股东溢价增资所得，天健会计师事务所于2013年12月2日出具的天健验（2013）337号《验资报告》，截至2013年11月30日，公司已将资本公积（股本溢价）6,300万元转增实收资本6,300万元。本次增资的资金来源合法。

本次增资完成后，股份公司股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	万隆曼卡龙投资	95,200,000	62.22
2	孙松鹤	12,301,263	8.04
3	曹 斌	10,261,336	6.71
4	天津天图	9,984,270	6.53
5	信海创业	3,400,000	2.22
6	浙商利海	3,400,000	2.22
7	迈卡咨询	2,665,600	1.74
8	楼红豆	2,197,969	1.44
9	翁晶晶	1,521,679	0.99
10	钱淼根	1,445,000	0.94
11	周 斌	1,413,060	0.92
12	瞿吾珍	1,107,366	0.72
13	姚来春	940,076	0.61
14	朱 晔	878,220	0.57
15	沈金星	850,000	0.56
16	徐建龙	656,676	0.43
17	赵维江	563,450	0.37
18	泮亚飞	527,085	0.34
19	吴长峰	495,980	0.32
20	刘春燕	340,000	0.22
21	吴 昊	340,000	0.22
22	徐晓庆	340,000	0.22
23	胡晓群	340,000	0.22
24	倪建伟	340,000	0.22
25	车慧珠	302,724	0.20
26	高 波	232,038	0.15
27	宣 璐	224,528	0.15
28	深圳天图	215,730	0.14

29	吕利根	175,950	0.12
30	周 军	170,000	0.11
31	余汝辉	170,000	0.11
	合 计	153,000,000	100.00

根据天健会计师事务所于 2013 年 12 月 2 日出具的天健验（2013）337 号《验资报告》，截至 2013 年 11 月 30 日，公司已将资本公积（股本溢价）6,300 万元转增实收资本 6,300 万元。

2013 年 12 月 24 日，浙江省工商行政管理局向公司核发了变更后的《企业法人营业执照》。

12、2013 年 12 月，公司第五次股权转让

2013 年 11 月 14 日，股东翁晶晶因离婚进行财产分割，其所持发行人股份 1,521,679 股中的 726,838 股归其原配偶程加一所有，剩余 794,841 股归翁晶晶所有。本次股权转让不涉及支付对价，公司已于 2013 年 12 月 25 日就上述股权转让事项办理了工商变更登记手续。

13、2015 年 1 月，公司第六次股权转让

公司股东徐晓庆因离婚进行财产分割，原登记在徐晓庆名下的公司股份 340,000 股中的 100,000 股归季方卿所有，剩余 240,000 股归徐晓庆所有。本次股权转让不涉及支付对价，公司已于 2015 年 1 月 28 日就上述股权转让事项办理了工商变更登记手续。

报告期内公司新增股东个人履历如下：

序号	股东姓名	基本情况		
		国籍	中国	境外永久居留权
1	季方卿	身份证	3301021978****0323	
		住所	杭州市下城区东新园望景苑	
		个人履历	女，1978 年生，2003 年毕业于中共中央党校，无职称，曾任财通证券杭州凤起路营业部业务部经理助理、浙江广电集团浙江电视台经济生活频道栏目制作、杭州市市政府江干区信访办信访接待员，2008 年至 2014 年任银泰商业集团投资拓展部拓展助理，2015 年至今待业。	

上述股权转让完成后，股份公司股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	万隆曼卡龙投资	95,200,000	62.22
2	孙松鹤	12,301,263	8.04
3	曹 斌	10,261,336	6.71
4	天津天图	9,984,270	6.53
5	信海创业	3,400,000	2.22
6	浙商利海	3,400,000	2.22
7	迈卡咨询	2,665,600	1.74
8	楼红豆	2,197,969	1.44
9	钱淼根	1,445,000	0.94
10	周 斌	1,413,060	0.92
11	瞿吾珍	1,107,366	0.72
12	姚来春	940,076	0.61
13	朱 晔	878,220	0.57
14	沈金星	850,000	0.56
15	翁晶晶	794,841	0.52
16	程加一	726,838	0.48
17	徐建龙	656,676	0.43
18	赵维江	563,450	0.37
19	泮亚飞	527,085	0.34
20	吴长峰	495,980	0.32
21	刘春燕	340,000	0.22
22	吴 昊	340,000	0.22
23	胡晓群	340,000	0.22
24	倪建伟	340,000	0.22
25	车慧珠	302,724	0.20
26	徐晓庆	240,000	0.16
27	高 波	232,038	0.15
28	宣 璐	224,528	0.15
29	深圳天图	215,730	0.14
30	吕利根	175,950	0.12
31	周 军	170,000	0.11
32	余汝辉	170,000	0.11
33	季方卿	100,000	0.07
	合计	153,000,000	100.00

（三）历次股权变更对发行人业务、经营业绩、管理层及实际控制人的影响

公司的主营业务为珠宝首饰零售连锁业务，自公司成立以来主营业务未曾发生变化。历次股权变更后的实际控制人始终为孙松鹤，管理层基本稳定。股权变更未对公司的主营业务、实际控制人、管理层和经营业绩产生重大影响。

2012年8月，实际控制人孙松鹤向胡晓群等四人转让股份涉及股份支付。公司已采用2012年7月PE增资的价格8.67元/股作为公允价值，确认当期管理费用366.69万元。

2012年6月26日，天津天图、深圳天图与发行人及孙松鹤、万隆曼卡龙投资签署《投资协议》，2012年8月2日，信海创业、浙商利海与发行人及孙松鹤、万隆曼卡龙投资签署《投资协议》，分别约定若发行人未能在2015年12月31日之前完成公开发行并上市或2012年度经审计净利润低于5,500万元，则四家PE股东有权要求孙松鹤及万隆曼卡龙投资回购其持有的发行人全部投资。

2015年5月31日，天津天图、深圳天图与发行人及孙松鹤、万隆曼卡龙投资签署《补充协议》，信海创业、浙商利海与发行人及孙松鹤、万隆曼卡龙投资签署《补充协议》，约定若发行人申请在境内证券交易所公开上市并获得中国证监会受理，则《投资协议》中有关退出机制的约定将终止执行。但发行人事后撤回申报材料，或发行上市申请被驳回，或发行上市失败，则相关权利自动恢复效力。

四、发行人重大资产购买情况

2010年，本公司向万隆曼卡龙珠宝陆续购买了存货、设备类固定资产，2013年向其购买了办公用房产。资产收购的基本情况如下：

序号	内容	标的	评估报告	评估价值（元）	交易价格
1	第一次资产购买	万隆曼卡龙珠宝义乌店的珠宝类存货和设备类固定资产	浙勤评报[2010]53号	10,310,972.90	按评估值作价
2	第二次资产购买	万隆曼卡龙珠宝萧山仓库、深圳仓库及13家门店和11家专柜的珠宝类存货和设备类固定资产	浙勤评报[2010]235号	190,027,358.18	

		宁波万隆曼卡龙5家门店的珠宝类存货和设备类固定资产	浙勤评报 [2010]236号	45,259,032.83	
3	第三次资产购买	万隆曼卡龙珠宝萧山仓库及今古传奇萧山店、延安店的翡翠玉石类存货	坤元评报 [2010]320号	24,008,516.59	
4	第四次资产购买	华成国际发展大厦2001和2002室办公楼	万隆沪评报字 [2012]1101号	30,236,300.00	

1、评估报告

（1）浙勤评报[2010]53号《资产评估报告书》

2010年3月，浙江勤信资产评估有限公司以2010年1月31日为评估基准日，对万隆曼卡龙珠宝存放于义乌店的相关珠宝类存货和设备类固定资产进行了评估，并出具了评估报告。存货均系库存商品，包括黄金饰品、铂金饰品、钻石饰品和素翡翠饰品等，设备包括服务器、电脑、空调、监控设备和车辆等。评估结果如下：

资产名称	账面价值（元）	评估价值（元）	增值额（元）	增值率
存货—库存商品	7,389,148.05	7,702,841.90	313,693.85	4.25%
固定资产—设备类	2,667,899.22	2,608,131.00	-59,768.22	-2.24%

（2）浙勤评报[2010]235号《资产评估报告书》

2010年7月，浙江勤信资产评估有限公司以2010年6月25日为评估基准日，对万隆曼卡龙珠宝存放于萧山仓库、深圳仓库及13家门店和11家专柜的珠宝类存货和设备类固定资产进行了评估，并出具了评估报告。存货均系库存商品，包括黄金饰品、铂金饰品、钻石饰品和素翡翠饰品等，设备包括电脑、空调、监控设备等。评估结果见下表：

资产名称	账面价值（元）	评估价值（元）	增值额（元）	增值率
存货—库存商品	181,199,716.01	189,421,567.18	8,221,851.17	4.54%
固定资产—设备类	660,409.44	605,791.00	-54,618.44	-8.27%

（3）浙勤评报[2010]236号《资产评估报告书》

2010年7月，浙江勤信资产评估有限公司以2010年6月25日为评估基准

日,对宁波万隆曼卡龙存放于 5 家门店的珠宝类存货和设备类固定资产进行了评估,并出具了评估报告。存货均系库存商品,包括黄金饰品、铂金饰品、钻石饰品和素翡翠饰品等,设备包括电脑、空调、监控设备等。评估结果见下表:

资产名称	账面价值(元)	评估价值(元)	增值额(元)	增值率
存货—库存商品	44,130,275.98	45,041,095.83	910,819.85	2.06%
固定资产—设备类	225,708.39	217,937.00	-7,771.39	-3.44%

(4) 坤元评报[2010]320号《资产评估报告书》

2010年9月,坤元资产评估有限公司以2010年6月25日为评估基准日,对万隆曼卡龙珠宝存放于萧山仓库及今古传奇萧山店、延安店的翡翠玉石类存货进行了评估,并出具了评估报告。存货均系库存商品,包括素翡翠饰品、红蓝宝石饰品、珍珠饰品等。评估结果如下:

资产名称	账面价值(元)	评估价值(元)	增值额(元)	增值率
存货—库存商品	46,790,379.52	24,008,516.59	-22,781,862.93	-48.69%

(5) 万隆沪评报字[2012]1101号《资产评估报告书》

2012年10月,万隆(上海)资产评估有限公司以2012年10月15日为评估基准日,对万隆曼卡龙珠宝所属的位于杭州市江干区富春路308号的华成国际发展大厦2001室和2002室办公用房地产进行了评估,并出具了评估报告。评估结果如下:

资产名称	账面价值(元)	评估价值(元)	增值额(元)	增值率
华成国际发展大厦 20层办公楼	25,188,975.00	30,236,300.00	5,047,325.00	20.04%

2、资产购买情况

(1) 2010年3月购买万隆曼卡龙珠宝部分存货和设备资产

2010年3月12日,发行人与万隆曼卡龙珠宝签订《资产收购协议》,约定发行人向万隆曼卡龙珠宝购买其义乌店的珠宝类存货和设备类固定资产,交易价格按浙江勤信资产评估有限公司出具的浙勤评报(2010)53号《资产评估报告书》确认的评估值确定,交易金额为10,310,972.90元(不含税)。

(2) 2010年7月购买万隆曼卡龙珠宝及其子公司部分存货和设备资产

2010年7月18日，发行人及其子公司宁波曼卡龙与万隆曼卡龙珠宝签署《资产收购协议》、宁波曼卡龙与万隆曼卡龙珠宝子公司宁波万隆曼卡龙珠宝有限公司（以下简称“宁波万隆曼卡龙”）签署《资产收购协议》，具体情况如下：

①发行人及其子公司宁波曼卡龙向万隆曼卡龙珠宝购买其萧山仓库、深圳仓库及萧山店等13家门店和杭州大厦专柜等11家专柜的珠宝类存货和设备类固定资产。交易价格按浙江勤信资产评估有限公司出具的浙勤评报（2010）235号《资产评估报告书》确认的评估值确定，交易金额为190,027,358.18元（不含税）。

②宁波曼卡龙向宁波万隆曼卡龙购买其宁波店等5家门店的珠宝类存货和设备类固定资产，交易价格按浙江勤信资产评估有限公司出具的浙勤评报（2010）236号《资产评估报告书》确认的评估值确定，交易金额为45,259,032.83元（不含税）。

(3) 2010年10月购买万隆曼卡龙珠宝部分存货

2010年10月8日，发行人与万隆曼卡龙珠宝签订《资产收购协议》，约定发行人向万隆曼卡龙珠宝购买其今古传奇萧山店等翡翠玉石类存货，交易价格按浙江勤信资产评估有限公司出具的浙勤评报（2010）320号《资产评估报告书》确认的评估价格确定，交易金额为24,008,516.59元（不含税）。

(4) 2013年2月购买万隆曼卡龙办公用房产

2013年2月6日，发行人与万隆曼卡龙珠宝签订《房屋转让合同》，约定发行人向万隆曼卡龙珠宝购买其位于杭州市江干区富春路308号的华成国际发展大厦2001室和2002室办公用房地产，交易价格按万隆（上海）资产评估有限公司出具的万隆沪评报字（2012）1101号《资产评估报告书》确认的评估价格确定，交易金额合计为30,236,300.00元。

3、购买资产对公司经营状况的影响

通过上述四次资产购买，公司扩充了门店经营区域，增强了经营实力，解决了与万隆曼卡龙珠宝的同业竞争问题，保证了发行人的独立性和资产完整性。

五、历次验资情况

（一）验资情况

本公司成立以来共进行过七次验资，具体情况如下：

1、股份公司设立（首期出资）

2009年11月17日，浙江天健东方会计师事务所有限公司对股份公司（筹）截至2009年11月16日止的实收资本进行审验并出具浙天会验字（2009）221号《验资报告》，验证截至2009年11月16日止，公司已收到全体股东首次缴纳的注册资本合计人民币500万元。

2、股份公司设立（第二期出资）

2009年12月25日，浙江天健东方会计师事务所有限公司对股份公司截至2009年12月24日止的实收资本进行审验并出具浙天会验字（2009）273号《验资报告》，验证截至2009年12月24日止，公司已收到全体股东第二期缴纳的注册资本合计人民币2,000万元。

3、2010年5月股份公司第一次增资

2010年5月4日，天健会计师事务所有限公司对股份公司截至2010年4月30日止的实收资本进行审验并出具天健验（2010）106号《验资报告》，验证截至2010年4月30日止，公司已收到曼卡龙投资和曹斌、孙松鹤等17个自然人缴纳的新增注册资本人民币2,500万元。

4、2010年6月股份公司第二次增资

2010年6月25日，天健会计师事务所有限公司对股份公司截至2010年6月24日止的实收资本进行审验并出具天健验（2010）178号《验资报告》，验证截至2010年6月24日止，公司已收到曼卡龙投资、迈卡咨询和孙松鹤等19个自然人缴纳的新增注册资本人民币3,000万元。

5、2012年7月股份公司第三次增资

2012年7月3日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）对股份公司截至2012年7月2日止的实收资本进行审验并出具天健验（2012）224号《验资报告》，验证截至2012年7月2日止，公司已收到天津天图和深圳天图缴纳的新增注册

资本人民币 600 万元。

6、2012 年 9 月股份公司第四次增资

2012 年 8 月 29 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）对股份公司截至 2012 年 8 月 14 日止的实收资本进行审验并出具天健验（2012）284 号《验资报告》，验证截至 2012 年 8 月 14 日止，公司已收到浙商利海和信海创业缴纳的新增注册资本人民币 400 万元。

7、2013 年 12 月股份公司转增股本

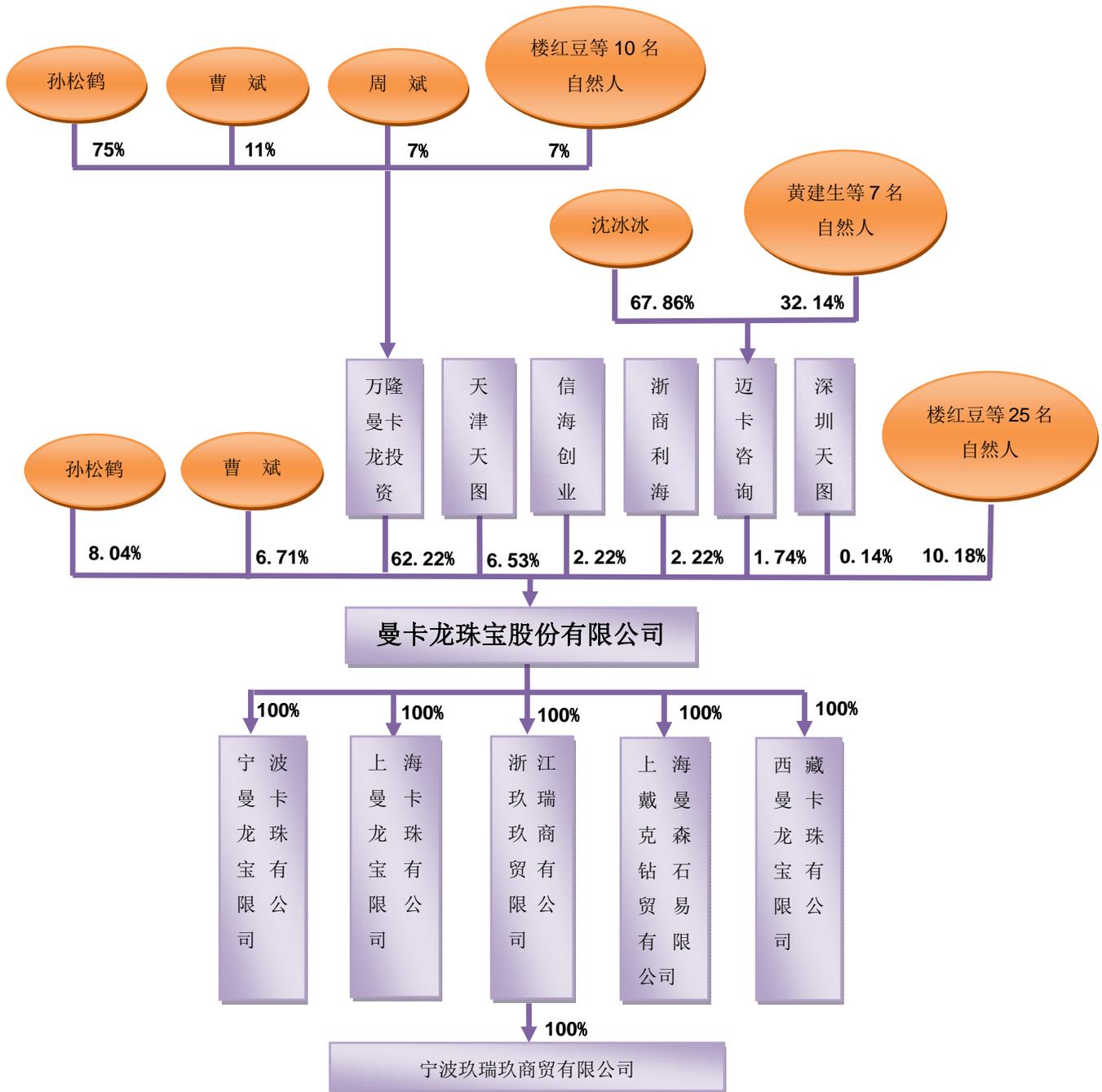
2013 年 12 月 2 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）对股份公司截至 2013 年 11 月 30 日止的实收资本进行审验并出具天健验（2013）337 号《验资报告》，验证截至 2013 年 11 月 30 日止，公司已将资本公积（股本溢价）6,300 万元转增注册资本 6,300 万元。

（二）发行人设立时发起人投入资产的计量属性

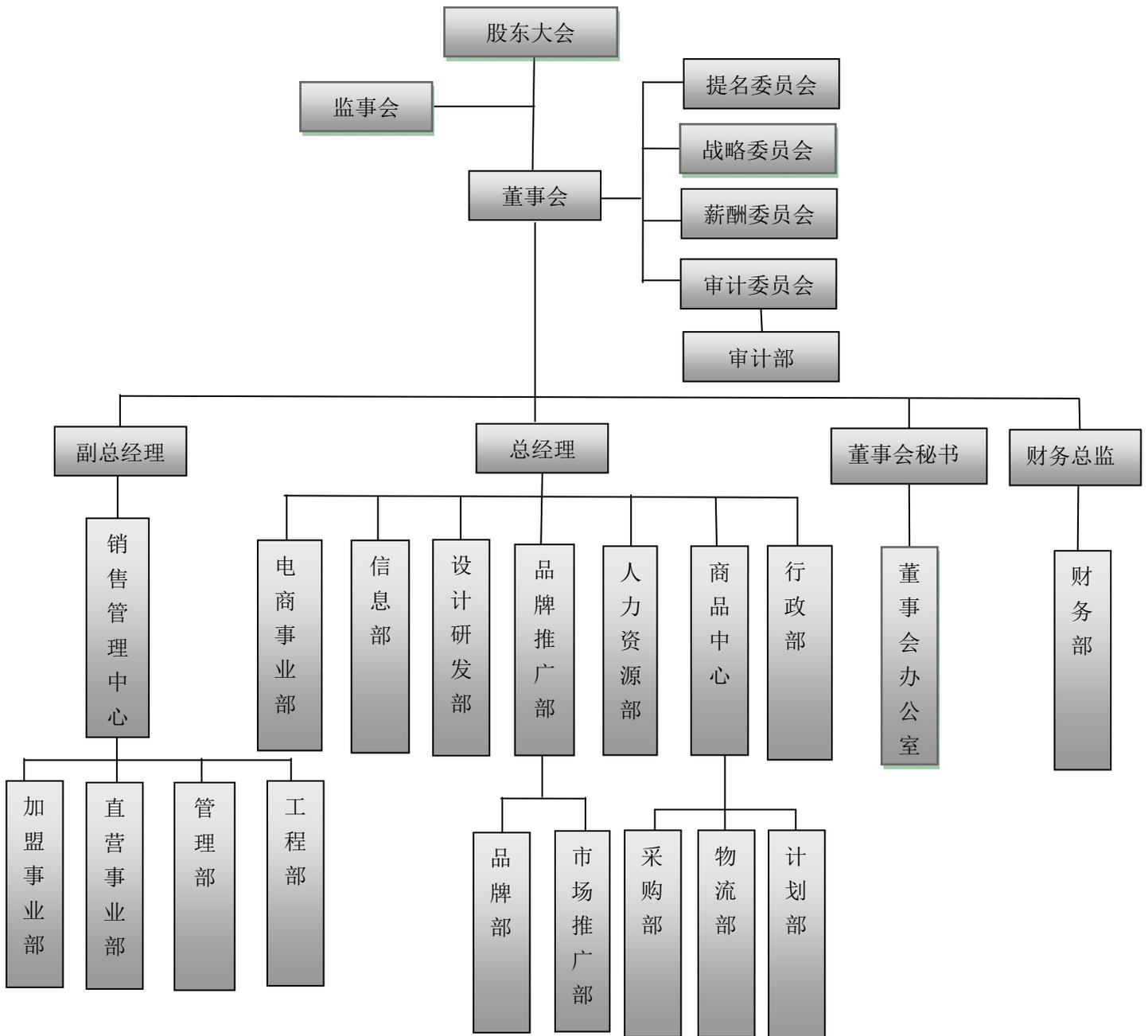
发行人系发起设立的股份有限公司，设立时发起人投入的资产均为货币资金。

六、发行人的组织结构

（一）发行人股权结构图



（二）发行人内部组织结构图



（三）公司的内部组织机构设置及运行情况

公司设有健全的股东大会、董事会和监事会。公司组织机构健全，运行情况良好。各机构主要职能如下：

董事会办公室 在董事会秘书的领导下，负责公司股票的发行上市及相关的证券业务，收集国家宏观经济政策及证券市场信息，保持与监管部门的联系，并向监管机构及时准确的披露公司信息和重大事项，负责投资者关系管理，组织筹备公司董事会，股东大会以及会议资料的保管。

审计部 在审计委员会的领导下，依据国家的法律法规和企业的规章制度，制定公司年度审计计划，审计公司财务支出及各项经营管理活动，对公司及下属公司实施全面的审计，维护公司经营秩序和财务制度，以确保公司合法经营、健康发展。

销售管理中心 负责直营门店及加盟门店的运营管理，具体为构建业务发展模式与规划、建立推行连锁运营标准，为终端提供包括日常运营支持、营销、配货、培训、督导、辅导的一站式、系统化服务，通过终端为顾客提供专业标准的整体销售服务体验，在达成业绩目标的同时，实现连锁标准模式的构建与品牌形象的落地。

电商事业部 负责电子商务渠道的产品规划、营销策划、宣传推广；受理电子商务渠道的在线咨询、产品销售、订单发货、客户服务、会员营销，以及电商业务线上线下整合，构建孵化支撑公司未来持续发展的业绩单元。

信息部 负责公司信息化管理系统的建设与运营维护，公司指定项目的开发与维护，公司零售终端及加盟商信息系统的安装维护，维护网络信息安全，确保网络通畅，为员工解决工作中遇到的软件与硬件问题。

设计研发部 负责公司新产品的开发和设计，根据公司市场营销、品牌策略、战略发展的需要，安排新产品的开发及定版，为公司经营销售提供新的技术和产品支持。

品牌推广部 负责品牌推广，制定公司年度产品开发计划，开发各类新款产品，收集分析行业动态、产品潮流及市场信息，实施品牌宣传和推广，终端形象建设与维护，持续提升公司品牌知名度、美誉度。

人力资源部 负责公司人事规章制度的拟定和执行，依据公司经营计划，制

定人力资源战略与规划，通过人力资源管理体系建设与运作，为公司持续健康经营提供人力资源保障，包括人才引进与调配、绩效目标分解与激励管理、员工培训与发展。

商品中心 负责产品采购及供应，具体为产品生命周期经营与维护、款式库基础建设；负责原料和供应商的开发与管理，负责原料采购实施、产品采购、货品仓储与流转管理，构建全面质量管理体系的质量管控，为公司提供高效、保质的产品供应。

财务部 参与制订公司的发展战略，为公司战略决策提供信息支持及建议，负责公司财务规章制度的拟定和执行，统筹财务管理、成本管理、预算管理、会计核算、资金管理，以及对外税务工作。

行政部 落实公司构建科学的管理体系战略要求，负责公司行政后勤服务与管理，包括行政监察、食宿管理、用车服务、办公环境维护、固定资产实物管理、消防安全管理、办公用品采购管理，为公司日常工作的开展做好支持性服务。

七、发行人控股和参股公司情况

截至本招股说明书签署日，本公司除拥有五家全资子公司及一家孙公司外，无其他控股和参股公司，具体情况如下：

（一）子公司情况

1、宁波曼卡龙珠宝有限公司

项目	基本情况
成立时间	2010年2月1日
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
法定代表人	曹斌
注册地	宁波高新区新明街道丁香路118号1号楼1115室
主要生产经营地	浙江省宁波市
股东构成	曼卡龙珠宝股份有限公司持有100%的股权
经营范围	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售；自营或代理各类货物和技术的进出口业务，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

宁波曼卡龙截至2016年12月31日的总资产为10,967.69万元，净资产

为 7,739.24 万元，2016 年实现净利润 1,051.35 万元（上述财务数据已经天健会计师事务所审计）。

2、上海曼卡龙珠宝有限公司

项目	基本情况
成立时间	2010 年 5 月 27 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
法定代表人	孙松鹤
注册地	上海市普陀区红柳路555弄68号2A-10室
主要生产经营地	上海市
股东构成	曼卡龙珠宝股份有限公司持有100%的股权
经营范围	销售：珠宝，金银饰品，工艺品（除专项），钟表；从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

上海曼卡龙截至 2016 年 12 月 31 日的总资产为 1,273.79 万元，净资产为 1,227.55 万元，2016 年实现净利润 191.29 万元（上述财务数据已经天健会计师事务所审计）。

3、上海戴曼克森钻石贸易有限公司

项目	基本情况
成立时间	2010 年 1 月 24 日
注册资本	1,500 万元
实收资本	1,500 万元
法定代表人	曹斌
注册地	中国（上海）自由贸易试验区东方路985号18A-02室
主要生产经营地	上海市
股东构成	曼卡龙珠宝股份有限公司持有100%的股权
经营范围	钻石、珠宝饰品的销售，从事货物与技术的进出口业务，珠宝设计。（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）

戴曼克森截至 2016 年 12 月 31 日的总资产为 2,887.54 万元，净资产为 2,199.64 万元，2016 年实现净利润-61.07 万元（上述财务数据已经天健会计师事务所审计）。

4、浙江玖瑞玖商贸有限公司

项目	基本情况
成立时间	2011 年 12 月 23 日
注册资本	1,000 万元

实收资本	1,000万元
法定代表人	曹斌
注册地	萧山经济技术开发区启迪路198号A-B102-475室
主要生产经营地	浙江省杭州市萧山区
股东构成	曼卡龙珠宝股份有限公司持有100%的股权
经营范围	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表、办公用品、电子产品、家具、日用百货、劳保用品、服装的批发、零售；货物和技术的进出口；其他无需报经审批的合法项目。（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）

浙江玖瑞玖截至2016年12月31日的总资产为17,338.25万元，净资产为9,360.68万元，2016年实现净利润1,899.43万元（上述财务数据已经天健会计师事务所审计）。

5、西藏曼卡龙珠宝有限公司

项目	基本情况
成立时间	2015年1月28日
注册资本	100万元
实收资本	100万元
法定代表人	刘春燕
注册地	拉萨市曲水县人民路雅江工业园401室
主要生产经营地	西藏自治区拉萨市
股东构成	曼卡龙珠宝股份有限公司持有100%的股权
经营范围	珠宝批发、零售；珠宝设计；品牌推广；营销策划；企业管理咨询；珠宝、金银饰品的网络销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

西藏曼卡龙截至2016年12月31日的总资产为1,487.91万元，净资产为1,195.06万元，2016年实现净利润456.76万元（上述财务数据已经天健会计师事务所审计）。

（二）孙公司情况

1、宁波玖瑞玖商贸有限公司

项目	基本情况
成立时间	2012年9月21日
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	刘春燕
注册地	宁波高新区丁香路118号2号楼1158室

主要生产经营地	浙江省宁波市
股东构成	浙江玖瑞玖商贸有限公司持有100%的股权
经营范围	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表、日用百货、办公用品、电子产品、家具、服装的批发、零售；自营或代理各类货物和技术的进出口业务，但国家禁止或限定经营的货物和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

宁波玖瑞玖截至 2016 年 12 月 31 日的总资产为 498.90 万元，净资产为 498.90 万元，2016 年实现净利润 248.97 万元（上述财务数据已经天健会计师事务所审计）。

八、发起人、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人

本公司的发起人为曼卡龙投资（“曼卡龙投资”于 2011 年 2 月 12 日更名为“万隆曼卡龙投资”）和孙松鹤等 18 位自然人。各发起人的基本情况如下：

1、万隆曼卡龙投资

截至招股说明书签署日，发行人控股股东万隆曼卡龙投资持有发行人 9,520 万股，持股比例为 62.22%，基本情况如下：

成立时间	2009 年 10 月 29 日	注册资本	6,000 万元
经营范围	实业投资，投资管理、咨询，企业管理咨询，商务咨询，其他无须报经审批的一切合法项目。（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）		
住所	杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-474 室	法定代表人	孙松鹤

截至招股说明书签署日，万隆曼卡龙投资的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	持股比例（%）	在发行人处任职情况
1	孙松鹤	4,500	75.00	董事长、总经理
2	曹斌	660	11.00	董事
3	周斌	420	7.00	监事会主席
4	楼红豆	90	1.50	/
5	赵维江	60	1.00	/
6	瞿吾珍	30	0.50	设计研发部经理 商品中心总监

7	姚来春	30	0.50	/
8	高波	30	0.50	/
9	潘捷红	60	1.00	/
10	沈冰冰	60	1.00	/
11	刘春燕	30	0.50	董事、董事会秘书
12	车慧珠	6	0.10	/
13	李忠	24	0.40	/
	合计	6,000	100.00	

万隆曼卡龙投资主要从事投资业务，除持有曼卡龙 62.22%股权外，未持有其他公司权益。

万隆曼卡龙投资截至 2016 年 12 月 31 日经审计的总资产为 6,354.53 万元，净资产为 6,335.33 万元，2016 年实现净利润为 17.39 万元。

2、18位自然人发起人

序号	股东名称	身份证号码	住所	在发行人处任职情况	是否具有境外永久居留权
1	曹斌	3301211964****3616	浙江省杭州市柳营路 12 号湖滨公寓	董事	否
2	孙松鹤	3301211963****0392	浙江省杭州市萧山区城厢街道崇四村	董事长、总经理	否
3	楼红豆	3301211965****0025	浙江省杭州市萧山区城厢街道泮水小区	/	否
4	翁晶晶	3390051977****3423	浙江省杭州市萧山区北干二苑	/	否
5	周斌	3401041968****1575	浙江省杭州市江干区濮家东村	监事会主席	否
6	朱晔	3301211965****0322	浙江省杭州市萧山区南市花园	/	否
7	沈金星	3301211971****6518	浙江省杭州市萧山区知稼苑	财务部员工	否
8	瞿吾珍	3301211970****9020	浙江省杭州市萧山区崇化小区	设计研部经理、商品中心总监	否
9	姚来春	3301271964****2710	浙江省杭州市万家花园	/	否
10	泮亚飞	3301211972****3447	浙江省杭州市萧山区河庄镇蜀南村	/	否
11	宣璐	3301031979****0016	浙江省杭州市环西新村	/	否
12	徐建龙	3301211975****6318	浙江省杭州市萧山区衙前镇吟龙村	/	否
13	吴长峰	3390051979****2710	浙江省杭州市萧山区义蓬镇后新庙村	副总经理	否
14	赵维江	5221291977****4011	浙江省杭州市萧山区北干一苑	/	否
15	盛颖慧	3390051975****0383	浙江省杭州市萧山区北干二苑	/	否
16	姚必泉	3326271976****0613	浙江省玉环县珠港镇	/	否
17	吕利根	3301211971****6918	浙江省杭州市萧山区城厢街道南门社区	财务部员工	否
18	高波	3390051977****3012	浙江省杭州市萧山区萧然人家	/	否

（二）持有发行人 5%以上股份主要股东

1、万隆曼卡龙投资

本次发行前，万隆曼卡龙投资持有发行人 9,520 万股，持股比例为 62.22%。万隆曼卡龙的具体情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况/八/（一）发起人”。截至招股说明书签署日万隆曼卡龙投资的出资情况如下：

序号	股东姓名/名称	股份数额（万股）	持股比例（%）
1	孙松鹤	4,500	75.00
2	曹斌	660	11.00
3	周斌	420	7.00
4	楼红豆	90	1.50
5	瞿吾珍	30	0.50
6	姚来春	30	0.50
7	赵维江	60	1.00
8	高波	30	0.50
9	潘捷红	60	1.00
10	刘春燕	30	0.50
11	沈冰冰	60	1.00
12	车慧珠	6	0.10
13	李忠	24	0.40
	合计	6,000	100.00

上述自然人的个人履历等情况如下：

序号	股东姓名	基本情况			
1	孙松鹤	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	3301211963****0392		
		住所	杭州市萧山区城厢街道崇四村		
		个人履历	男，1963 年生，1988 年毕业于浙江广播电视大学法律专业。曾就职于萧山区商业局百货公司、萧山区司法局。曾任万隆曼卡龙珠宝董事长、总经理；现任发行人董事长、总经理，浙江万隆曼卡龙投资董事长。2009 年被品牌中国评为年度“新锐人物”，2010 年被萧山区人民政府评为在“十二五期间”杰出贡献的企业家。		
2	曹斌	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	3301211964****3616		
		住所	杭州市上城区湖滨公寓		
		个人履历	男，1964 年生，1989 年毕业于浙江省金华财政学校财务管理专业，2007 年毕业于中南财经政法大学 EMBA。曾就职于杭州萧山税务局，曾任杭州伟成印刷有限公司总经理助理，曾任万隆曼卡龙珠宝财务总监，现任发行人董事。		
3	周斌	国籍	中国	境外永久居留权	无

		身份证	3401041968****1575		
		住所	浙江省杭州市江干区濮家东村		
		个人履历	男，1968年生，1986年就读于合肥工业大学，机械制造工艺及设备专业。曾就职于杭州汽轮动力集团、中英合资杭州司迈特电器有限公司、杭州司迈特水处理工程公司。曾任万隆曼卡龙珠宝执行董事、发行人副总经理、万隆曼卡龙投资监事，现任万隆曼卡龙投资监事、发行人监事会主席、杭州衡达投资管理有限公司总经理、杭州海衡投资管理有限公司总经理、宁波海衡投资管理有限公司总经理。		
4	楼红豆	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	3301211965****0025		
		住所	浙江省杭州市萧山区城厢街道泮水小区		
		个人履历	女，1965年生，1986年7月毕业于浙江广播电视大学商业企业管理 具有统计师职称。曾就职于萧山钱江饭店、萧山商业大厦电子化工公司、杭州萧山龙发招标代理有限公司任办公室主任、恒元控股集团有限公司之江分公司任财务经理，现任浙江万隆曼卡龙投资有限公司董事。		
5	瞿吾珍	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	3301211970****9020		
		住所	浙江省杭州市萧山区崇化小区		
		个人履历	女，1970年出生，大学本科。曾任万隆曼卡龙珠宝的珠宝顾问、采购总监，现任公司设计研发部经理、商品中心总监，兼任公司今古传奇翡翠项目负责人。		
6	姚来春	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	3301271964****2710		
		住所	浙江省杭州市万家花园		
		个人履历	男，1964年生，1982年毕业于浙江省物资学校，具有高级会计师职称，曾就职于浙江致中和酒业有限公司，曾任浙江万隆曼卡龙珠宝有限公司财务总监、曼卡龙珠宝股份有限公司监事；2011年至今任快鱼服饰有限公司财务总监、高级财务总监、副总裁。		
7	赵维江	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	5221291977****4011		
		住所	杭州市拱墅区珠儿潭巷		
		个人履历	男，1977年生，2001年毕业于中国计量学院。曾任职于杭州石林自动化公司、杭州畅红计算机科技有限公司；曾任职于万隆曼卡龙珠宝、曾任浙江宝若岚珠宝有限公司总经理；2012年至2014年任曼卡龙珠宝董事、副总经理。2014年至今待业。		
8	高波	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	3390051977****3012		
		住所	浙江省杭州市萧山区萧然人家		

		个人履历	男，1977年生，本科学历。2000年毕业于武汉科技大学。曾任职于杭州娃哈哈销售有限公司、浙江万隆曼卡龙珠宝有限公司等公司；2009-2012年任曼卡龙珠宝股份有限公司监事；2010-2011年任上海戴曼克森珠宝有限公司总经理；2012年至2014年，担任深圳贵天钻石有限公司副总经理职务；现任上海中钻珠宝有限公司董事长、杭州创梦鸟教育科技有限公司执行董事兼总经理职务；杭州千都装饰科技有限公司执行董事职务；杭州越金彩珠宝有限公司副总经理。		
9	潘捷红	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	3325281970****0046		
		住所	杭州市上城区春江花月江树苑		
		个人履历	女，1970年生，1993年至2003年任浙江省证券公司交易员、投行人员、资产管理部管理员等；曾任浙江凡思达投资顾问有限公司总经理、浙江恒兴力控股集团有限公司总经理助理、浙江万隆曼卡龙珠宝有限公司董事会秘书。2009年至2011年任浙江曼卡龙珠宝股份有限公司董事会秘书，现任杭州菲妮克丝珠宝有限公司总经理。		
10	刘春燕	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	2310261970****156X		
		住所	杭州市江干区茂悦府		
		个人履历	女，1970年生，1992年毕业于黑龙江八一农垦大学会计学专业，获经济学学士学位，会计师，中国注册会计师非执业会员。曾就职于哈尔滨电机有限责任公司计财部，曾任黑龙江北亚股份有限公司审计部主管，北京天健会计师事务所有限公司审计经理，北京润丰管理咨询有限公司财务顾问部经理，北京晓通网络科技有限公司财务经理。2010年4月加入公司，现任发行人董事、董事会秘书。		
11	沈冰冰	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	3302221962****0061		
		住所	浙江慈溪古塘街道孙塘新村		
		个人履历	女，1962年生，1979年毕业于慈溪中学。曾任慈溪百货大楼床上用品部柜组长，慈溪国贸大厦黄金商场经理；曾任浙江万隆曼卡龙珠宝有限公司销售经理；2010年至2014年任曼卡龙珠宝股份有限公司慈溪店经理、大客户经理；2015年至今任慈溪宗汉嘉和慧珠宝店、慈溪市古塘嘉和慧珠宝店合伙人。		
12	车慧珠	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	6501031955****3229		
		住所	北京市朝阳区青年路西里3号院		
		个人履历	女，1955年生，1988年毕业于新疆工学院；1972年至1980年任新疆十月拖拉机厂工人；		

			1980年至1992年任新疆齿轮厂工人； 1992年至2010年任乌鲁木齐市技术监督局主任科员； 2010年至今退休。		
13	李忠	国籍	中国	境外永久居留权	无
		身份证	1101031959****1855		
		住所	北京市海淀区万柳万泉新新家园		
		个人履历	男，1959年生，1983年毕业于北京航空学院第一分院， 工程师； 1983年至1988年任北京计算机外部设备三厂外经科长； 1989年至1990年任中国通广电子公司工程师； 1990年至今任北京晓通网络科技有限公司财务总监。		

2、孙松鹤

本次发行前，孙松鹤持有发行人 1,230.1263 万股，持股比例为 8.04%。
孙松鹤的具体情况详见本招股说明书之“第二节 概览/二/（三）公司实际控制人介绍”。

3、曹斌

本次发行前，曹斌持有发行人 1,026.1336 万股，持股比例为 6.71%。曹斌的具体情况详见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员/一/（一）、董事”。

4、天津天图

本次发行前，天津天图持有发行人 998.427 万股股份，持股比例为 6.53%。

天津天图的基本情况如下：

成立时间	2011年4月1日	注册资本	93,400.00 万元
住所	天津华苑产业园海泰西路 18 号北 2-02 工业孵化-3	执行事务合伙人	深圳天图资本管理中心（有限合伙）（委派代表：冯卫东）
经营范围	从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资及相关咨询服务。		

截至本招股说明书签署日，天津天图的出资情况如下：

序号	合伙人姓名/名称	出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人 类别
1	深圳天图资本管理中心（有限合伙）	934.00	1.00	普通合伙人
2	深圳市天图投资管理股份有限公司	92,466.00	99.00	有限合伙人
合计		93,400.00	100.00	

天津天图截至2016年6月30日未经审计的总资产74,215.56万元，净资产为73,504.68万元，2016年1-6月实现2,288.42万元（因天津天图之有限合伙人深圳市天图投资管理股份有限公司为全国中小企业股份转让系统的挂牌公司，其2016年年报尚未公告，截至目前无法获取天津天图2016年度财务信息）。

天津天图的股东穿透情况如下：

（1）深圳天图资本管理中心（有限合伙）

截至本招股说明书签署日，深圳天图资本管理中心（有限合伙）的出资情况如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类别
1	深圳天图兴诚投资管理有限公司	9,900.00	99.00	普通合伙人
2	杭州天图资本管理有限公司	100.00	1.00	普通合伙人
合计		10,000.00	100.00	-

深圳天图兴诚投资管理有限公司和杭州天图资本管理有限公司均为深圳市天图投资管理股份有限公司的全资子公司。

（2）深圳市天图投资管理股份有限公司

深圳市天图投资管理股份有限公司（以下简称“天图投资”）成立于2010年1月11日，住所为深圳市南山区北环路深云路交汇处智慧广场B栋2201，经营范围为受托资产管理、投资管理（不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理、保险资产管理等业务）；股权投资、投资咨询、企业管理咨询（不含限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）。该公司目前为全国中小企业股份转让交易系统挂牌企业，根据中国证券登记结算有限责任公司北京分公司出具的天图投资的证券持有人名册，截至2016年12月30日该公司股本总额为519,773,110股，证券持有人总户数为273户。

（三）实际控制人

发行人实际控制人为孙松鹤。

孙松鹤的简历详见本招股说明书之“第二节 概览/二/（三）公司实际控制人介绍”。

（四）控股股东控制的其他企业情况

公司控股股东万隆曼卡龙投资除控制本公司外，无控制的其他企业。

（五）实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除万隆曼卡龙投资外，公司实际控制人孙松鹤无控制的其他企业。

（六）股份质押和其他有争议情况

截至本招股说明书签署日，公司所有股东持有的发行人股份未发生质押和其他有争议的情况。

九、发行人有关股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前公司总股本15,300万股，本次新股发行数量不超过5,100万股，且不低于发行后总股本的25%。

按公开发行新股总数5,100万股计算，公司发行前后的股本变化情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例 (%)	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
一、有限售条件的股份		15,300.00	100.00	15,300.00	75.00
1	万隆曼卡龙投资	9,520.00	62.22	9,520.00	46.67
2	孙松鹤	1,230.13	8.04	1,230.13	6.03
3	曹 斌	1,026.13	6.71	1,026.13	5.03
4	天津天图	998.43	6.53	998.43	4.89
5	信海创业	340.00	2.22	340.00	1.67
6	浙商利海	340.00	2.22	340.00	1.67
7	迈卡咨询	266.56	1.74	266.56	1.31
8	深圳天图	21.57	0.14	21.57	0.11
9	其余 25 名自然人股东	1,557.18	10.18	1,557.18	7.63
二、无限售条件的股份				5,100.00	25.00
合计		15,300.00	100	20,400.00	100.00

（二）前十名股东

本次发行前，本公司前十名股东的持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	万隆曼卡龙投资	95,200,000	62.22
2	孙松鹤	12,301,263	8.04
3	曹 斌	10,261,336	6.71
4	天津天图	9,984,270	6.53
5	信海创业	3,400,000	2.22
6	浙商利海	3,400,000	2.22
7	迈卡咨询	2,665,600	1.74
8	楼红豆	2,197,969	1.44
9	钱淼根	1,445,000	0.94
10	周 斌	1,413,060	0.92
	合 计	142,268,498	92.98

（三）前十名自然人股东及其在本公司担任的职务

本次发行前，本公司前十名自然人股东的持股情况及任职情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	在发行人处任职情况
1	孙松鹤	12,301,263	8.04	董事长、总经理
2	曹 斌	10,261,336	6.71	董事
3	楼红豆	2,197,969	1.44	/
4	钱淼根	1,445,000	0.94	/
5	周 斌	1,413,060	0.92	监事会主席
6	瞿吾珍	1,107,366	0.72	设计研发部经理 商品中心总监
7	姚来春	940,076	0.61	/
8	朱 晔	878,220	0.57	/
9	沈金星	850,000	0.56	财务部员工
10	翁晶晶	794,841	0.52	/
	合计	32,189,131	21.04	/

（四）国有股份或外资股份情况

本公司本次发行前的股份为一般法人股或自然人股，不存在国有股、国有法人股及外资股。

（五）股东中的战略投资者持股及其简况

本次发行前，本公司股东中不存在战略投资者持股情况。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前各股东之间的关联关系具体如下：

1、公司控股股东万隆曼卡龙投资的股东中，孙松鹤、曹斌、周斌、楼红豆、赵维江、瞿吾珍、姚来春、高波、刘春燕、车慧珠等十人亦直接持有发行人股份，上述十人对发行人和万隆曼卡龙投资的持股情况如下表所示：

序号	股东姓名	持有发行人股份数量（万股）	持有发行人股份比例（%）	持有万隆曼卡龙投资出资额数量（万元）	持有万隆曼卡龙投资出资额比例（%）
1	孙松鹤	1,230.13	8.04	4,500.00	75.00
2	曹斌	1,026.13	6.71	660.00	11.00
3	周斌	141.31	0.92	420.00	7.00
4	楼红豆	219.80	1.44	90.00	1.50
5	赵维江	56.35	0.37	60.00	1.00
6	瞿吾珍	110.74	0.72	30.00	0.50
7	姚来春	94.01	0.61	30.00	0.50
8	高波	23.20	0.15	30.00	0.50
9	刘春燕	34.00	0.22	30.00	0.50
10	车慧珠	30.27	0.20	6.00	0.10

2、公司股东迈卡咨询的股东中，沈冰冰亦通过公司控股股东万隆曼卡龙投资间接持有发行人股份，其对万隆曼卡龙投资和迈卡咨询的持股情况如下表所示：

股东姓名	持有万隆曼卡龙投资出资额数量（万元）	持有万隆曼卡龙投资出资额比例（%）	持有迈卡咨询出资额数量（万元）	持有迈卡咨询出资额比例（%）
沈冰冰	60.00	1.00	135.74	67.87

公司股东迈卡咨询的股东中，程加一亦直接持有发行人股份，其对发行人和迈卡咨询的持股情况如下表所示：

股东姓名	持有发行人股份数量 (万股)	持有发行人股份 比例 (%)	持有迈卡咨询出 资额数量 (万元)	持有迈卡咨询 出资额比例 (%)
程加一	72.68	0.48	4.00	2.00

3、天津天图的执行事务合伙人为深圳天图资本管理中心（有限合伙）；深圳天图和深圳天图资本管理中心（有限合伙）均系由深圳天图兴诚投资管理有限公司担任执行事务合伙人。

4、公司股东浙商利海与信海创业的基金管理人均为浙商创投股份有限公司；浙商利海的有限合伙人之一浙江省二轻集团也是基金管理人浙商创投股份有限公司的股东。

5、公司股东车慧珠为刘春燕的弟弟的配偶的母亲。

除上述关系外，本次发行前其他各股东之间均不存在关联关系。

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示/二、发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺”。

十、内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人等情况

本公司没有发行过内部职工股，亦未有工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

十一、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，发行人（含子公司）员工人数及其变化情况如下表所示：

项目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
员工总人数（人）	583	550	600

2015年末，公司员工人数较2014年末减少50人，主要原因是2015年末

发行人直营店数量较 2014 年末减少 4 家。

2016 末，公司员工人数比 2015 年末有所增加，主要原因系 2016 年末发行人自营门店数量较 2015 年末净增加 8 家。

（二）员工专业结构

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人员工专业结构情况如下：

员工分类	人数（人）	占员工总数的比例
销售人员	341	58%
管理人员	207	36%
技术人员	13	2%
财务人员	13	2%
采购人员	9	2%
合计	583	100%

（三）员工受教育程度

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人员工受教育程度情况如下：

学历	人数（人）	占员工总数的比例
本科及本科以上	42	7%
大专	153	26%
中专（含高中）	325	56%
中专以下	63	11%
合计	583	100%

（四）员工年龄分布

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人员工年龄分布情况如下：

年龄区间	人数（人）	占员工总数的比例
30 岁以下	293	50%
31~40 岁	218	38%
41~50 岁	48	8%
51 岁以上	24	4%
合计	583	100%

（五）发行人执行社会保障制度、住房制度情况

报告期内，公司及其子公司按照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国

国劳动合同法》的规定，同全体员工签订了《劳动合同》。员工根据与公司签订的《劳动合同》承担义务并享受权利。

报告期内，公司社会保险及住房公积金缴纳情况如下：

序号	项目	2016 年末	2015 年末	2014 年末
1	员工总人数	583	550	600
2	缴纳社会保险人数	571	531	578
3	缴纳住房公积金人数	568	533	579

报告期内，发行人及其子公司严格执行国家及地方制定的关于建立、完善社会保障制度的配套文件，为员工依法缴纳了社会保险和住房公积金。

发行人及其子公司有部分员工于基准日未缴纳社会保险及住房公积金的主要原因如下：① 部分员工为基准日当月聘任的员工或试用期员工，发行人及其控股子公司于基准日尚未为其缴纳社会保险及住房公积金，截至招股说明书签署日，除已离职的员工外，发行人及其控股子公司已为其余员工办理并缴纳了社会保险和住房公积金；② 部分员工为退休返聘人员，无需缴纳社会保险，或已在其他单位参加社会保险及缴纳住房公积金，无需重复缴纳。

杭州市萧山区人力资源和社会保障局、宁波国家高新技术产业开发区人力资源和社会保障局、上海市社会保险事业管理中心浦东分中心等主管部门出具证明，确认发行人已为全体员工办理了社会保险，符合我国劳动用工及社会保险相关法律法规和规范性文件的规定和当地政策要求，发行人报告期内不存在违反劳动用工和劳动保障相关法律法规被处罚的情形。

杭州住房公积金管理中心萧山分中心、宁波市住房公积金管理中心、上海市公积金管理中心等主管部门出具证明，公司能够遵守国家 and 地方住房公积金相关法律、法规、规章及规范性文件，为员工按时足额缴纳住房公积金，不存在因违反住房公积金相关法律、法规、规章及规范性文件而受到行政处罚的情形。

（六）报告期内劳务派遣用工情况

报告期内，公司在岗位、技能等级、学历要求较低和可替代性较强的一线操作岗位，通过劳务派遣方式使用了派遣员工，以缓解部分岗位自有员工不能满足需求的状况。

1、报告期派遣员工情况

报告期内，公司自有员工与派遣员工的人数情况见下表：

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
自有员工人数（人）	583	550	600
派遣员工人数（人）	0	0	85

报告期内，劳务派遣用工并非本公司的主要用工方式，本公司自有员工数量远高于派遣员工数量。本公司已按照与劳务派遣公司签署的用工协议的规定，向劳务派遣公司足额支付了包括社会保险费和住房公积金在内的各项劳务费用，派遣员工与自有员工同工同酬，未发生故意损害派遣员工权益的行为。

截至2015年12月31日，公司已没有劳务派遣员工。

2、劳务费用支付情况

报告期内，公司主要通过广州仕邦人力资源有限公司、杭州智联易才人力资源管理有限公司、浙江省对外服务有限公司三家劳务派遣公司使用了派遣员工。根据公司与三家劳务派遣公司签订的劳务派遣服务合同，公司应当每月向派遣公司支付派遣员工的劳务费，劳务费由公司按实际使用的派遣员工数量，经定岗定级确定其工资标准后，按月向派遣公司支付劳务费用，其中包括派遣服务费、派遣员工的工资、社会保险金、住房公积金。报告期内，公司已按照与上述三家劳务派遣公司签署的协议规定，按月足额支付了包括社会保险费和住房公积金在内的劳务费用。

（七）员工薪酬情况

1、员工薪酬制度

为了适应公司运营发展需要，体现公平、公开、奖优罚劣的原则，公司制定了《薪酬管理制度》、《直营门店（专柜）薪酬人事管理制度》等薪酬管理制度。

公司及子公司（除门店、专柜员工之外）的运营管理人员的薪酬管理参照《薪酬管理制度》中的相关规定执行，上述人员的薪酬主要由月度薪资和年度绩效工资两部分构成。月度薪资由基本工资、岗位工资、保密工资、司龄工资、绩效工资等组成，年度绩效工资是依据公司（部门）经营业绩和个人工作绩效进行核发，完全与年度绩效挂钩，年度绩效的考核办法因不同职类不同部门而

有所区别。公司每年 12 月根据各部门下一年业务发展情况、部门年度工资预算情况结合员工工作业绩与工资等级匹配度情况对薪资进行一定的调整。

公司直营店、专柜员工的薪酬管理遵照《直营门店（专柜）薪酬人事管理制度》，上述人员的薪酬主要由固定工资、销售奖金、司龄工资和培训津贴组成。固定工资由基本工资、岗位工资、固定加班工资、餐贴和通讯补贴组成，基本工资根据直营店、专柜所在地区的经济及生活成本水平确定，岗位工资根据岗位性质制定，加班工资是由于直营店、专柜的工作特性，对各岗位的超时工作（法定节假日除外）而设置的加班补偿工资；销售奖金是根据不同岗位的提奖系数确定；司龄工资是根据员工在本公司工龄设置的工资。

2、各级别、各类岗位员工收入水平、大致范围及与当地平均工资水平比较情况

(1) 各级别员工收入水平情况

公司员工级别按职级大类可分为董监高、中层员工和普通员工三类，各级别员工平均收入情况如下表所示：

单位：万元

级别	2016 年		2015 年		2014 年	
	人均工资	当地平均工资水平	人均工资	当地平均工资水平	人均工资	当地平均工资水平
董监高	43.86	-	37.33	5.17	36.97	4.84
中层员工	15.44		15.12		16.05	
普通员工	6.34		6.05		5.96	

注：2014 年和 2015 年当地平均工资水平分别为浙江省人力资源和社会保障厅公布的数据，2016 年度当地平均工资水平尚未公布。

2、各类岗位员工收入水平

公司各类岗位员工的平均收入情况如下：

单位：万元

岗位	2016 年		2015 年		2014 年	
	人均工资	当地平均工资水平	人均工资	当地平均工资水平	人均工资	当地平均工资水平
管理人员	11.30	-	11.30	5.17	11.14	4.84
财务人员	9.72		9.91		9.56	
采购人员	10.32		8.54		10.24	
销售人员	5.74		5.52		5.36	
技术人员	6.57		6.18		5.93	

注：2014年和2015年当地平均工资水平分别为浙江省人力资源和社会保障厅公布的数据，2016年当地平均工资水平尚未公布。

报告期内公司各类岗位员工平均工资在一定的范围内出现波动，其中部分岗位，如采购人员工资在2015年有所下降，系公司采购部一名高级经理辞职导致部门人均工资较大幅度下降。总体来看，公司各类岗位员工工资水平变化趋势与公司整体业务发展变化一致。

3、公司未来薪酬制度及水平变化趋势

公平、公开、奖优罚劣是公司薪酬激励的指导原则，在保障员工基本薪酬的前提下，薪酬结构注重高弹性和绩效工资，物质激励与精神激励、短期与长期激励相结合。

未来公司将继续坚持具有竞争力的薪酬和福利政策，进一步完善绩效考核制度，并充分保障绩效考核制度的有效执行。同时，公司将不断完善员工福利制度，参照国内CPI指数、就业市场以及公司自身发展情况，协同考虑调整公司员工薪酬水平，力争实现逐年稳定增长，保障员工的合法利益。

十二、重要承诺

本次发行相关责任主体所作重要承诺如下：

（一）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示/二、发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺”。

（二）关于发行人及其控股股东、董事及高级管理人员关于稳定公司股价的预案

详见本招股说明书之“重大事项提示/三、关于稳定公司股价的预案”。

（三）持股5%以上股东的持股意向及减持意向

详见本招股说明书之“重大事项提示/四、持股5%以上股东的持股意向及减持意向”。

（四）发行人、控股股东及实际控制人、董事、监事和高级管理人员关于无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示/五、关于无虚假记载、误导性陈述或

者重大遗漏的承诺”。

（五）发行人、控股股东及实际控制人、其他股东、董事、监事和高级管理人员关于未履行承诺相关事宜的承诺函

详见本招股说明书之“重大事项提示/六、未能履行承诺时的约束措施”。

（六）控股股东及实际控制人关于避免同业竞争的承诺

详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易/一/（二）公司控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争承诺”。

（七）控股股东及实际控制人减少和避免关联交易的承诺

详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易/二/（六）公司规范和减少关联交易的措施”。

（八）相关责任主体关于公司填补回报措施能够切实履行的承诺

详见本招股说明书之“第十一节 管理层讨论与分析/七/（五）相关责任主体关于公司填补回报措施能够切实履行的承诺”。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务和主要产品

公司是集珠宝首饰创意、销售、品牌管理为一体的珠宝首饰零售连锁企业。公司拥有“MCLON 曼卡龙”、“今古传奇”等珠宝首饰品牌，主要产品包括素金饰品及镶嵌饰品。

公司将曼卡龙珠宝品牌定位于“轻时尚”路线，将“年轻、轻奢、色彩、情感”的珠宝理念融入到产品创意中，聚焦于年轻消费群体，为顾客提供可以轻松拥有、具备轻快时尚内涵的珠宝首饰。

公司主营业务收入主要来源于素金饰品及镶嵌饰品，公司“三爱一钻”，即“爱尚金”、“爱尚炫”、“爱尚彩”以及钻石饰品为公司战略布局产品。

其中“爱尚金”属于素金饰品，是由黄金或黄金加其他材质（如珐琅），工艺上通过用3D硬金、拉丝、喷沙等现代技术，设计上紧跟流行趋势的时尚黄金，款式快速更新，与传统黄金形成较大的视觉反差。不同于传统黄金按克售卖的模式，每款产品根据设计、工艺等按件定价。

“爱尚炫”、“爱尚彩”以及钻石饰品均属于镶嵌饰品。其中，“爱尚炫”是由K金加小粒群钻组成，根据款式的需要，K金分别用K白、K黄和K红或三种颜色的混合搭配来凸现产品的时尚性及个性化属性。“爱尚彩”是K金加宝石的多彩组合，通过对宝石多色性的独特设计和巧妙的色彩搭配实现产品的时尚感。

公司销售的部分产品如下表所示：

产品大类	品类	主要系列	产品特点	图示
素金饰品	爱尚金	醒系列 (时尚素金)	采用镂空、钻石砂等高工艺，将情感传达的主题与树叶光影的自然元素予以融合。	

产品大类	品类	主要系列	产品特点	图示
		魔盒系列 (时尚混搭)	采用材料“跨界”的新设计思路，将半宝与黄金结合，打造年轻新潮的黄金饰品。	
		四不猴系列	来源于具有东方哲学含意的“四不猴”，寓意为“不听不应该听、不看不应该看、不说不应该说、不做不应该做”的处事哲理。	
		浮梦系列 (时尚混搭)	采用材料“跨界”的新设计思路，将半透明粉晶与黄金结合，打造年轻新潮的黄金饰品。	
		激励鸡系列	破壳而出是小鸡的生命哲学，打破旧有的阻碍和桎梏，因而得以获得新生，系激励鸡系列饰品的寓意。	
	锦绣金	梵文系列 (高工艺金)	以镂空方式体现梵文，打造出充满神秘感的黄金产品；通过书卷造型展示产品所蕴含的文化精髓，带有浓厚的东方色彩。	

产品大类	品类	主要系列	产品特点	图示
镶嵌饰品	婚钻	缠系列 (潮流)	错臂款、爪镶，镶口由戒臂的金属线条自然伸展而成，犹如金属弹簧，又像龙卷风。	
		LOVEU 系列 (经典)	传承爱要有你的情感路线，以其独特的 U 型镶口，成为曼卡龙珠宝的经典产品。	
		上帝之光 (潮流)	世界上最闪耀的光，不是极光，更不是火焰，而是爱的光芒。让每一对情侣都能定制属于自己的幸福，让每一对爱情都能抵达最深处的光芒。	
	情侣戒	蜜语系列	现代简约时尚的设计，年轻而潮流化的设计语言，工艺精美，以大牌感的质感取胜。	
	爱尚炫	假日系列 (时尚钻石)	以罗马柱为主体元素，凸显产品的国际化及时尚感。	

产品大类	品类	主要系列	产品特点	图示
		小恶魔	“小恶魔”系列饰品是小恶魔造型与 K 金饰品美感的完美融合的产物，饰品充满了个性、时尚与活力。	
		许愿池	以许愿池为概念，代表一种自由地表现、自由地生活。这个系列融入了许愿池、罗马柱、Migo 元素，造型简约时尚，展现自由的混搭风格，彰显女性的自由情感。	
		萤火·物语系列	“萤火·物语”珠宝系列，严选高纯度 K 金以独家工艺打磨制作成萤火虫本体，将珍稀宝石黄蓝宝以无可挑剔的造型切割工艺制成萤火虫的尾部光点，最终辅以钻石点缀，钻石与黄蓝宝的闪耀交相辉映，营造出真实萤火虫般的奇妙光晕。	

产品大类	品类	主要系列	产品特点	图示
		许愿星	流星许愿的民俗在很多国家都有流传，根据北欧神话记载，对着流星发誓，誓言必将实现，该饰品使用18k 金搭配珍珠和钻石来体现流星之美。	
	爱尚彩	玲珑犀利 (彩宝镶嵌)	选用日常的办公用品的回形针为主要的设计元素，设计上尝试简洁硬朗的线条并与优雅的珍珠搭配，同时运用玲珑的橄榄石做点缀。展现女性成长过程：玲珑的橄榄石随着时光的流转蜕变为温润的珍珠。	

二、公司所处行业基本情况

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

（一）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门、监管体制

珠宝首饰零售行业属于市场化程度较高的行业，政府部门和行业协会仅对该行业实行宏观管理，企业的业务管理和生产经营完全按照市场化方式进行。

国土资源部珠宝玉石首饰管理中心作为行业主管部门，主要负责相关政策

调研、拟定行业行政管理法规、质量监督检验、技术培训等。

国家首饰质量监督检验中心是国家质量监督检验检疫总局依法授权的国家级质检机构，主要是面向社会提供委托检验服务，并承担国家质监、工商、公安、司法等政府部门的监督检验、仲裁检验，检测业务范围主要有珠宝玉石鉴定、钻石分级、观赏石鉴定、贵金属纯度检测、首饰中贵金属镀层的厚度和镍释放量及首饰中有害元素的测定。

中国珠宝玉石首饰行业协会作为行业自律管理部门，主要负责组织行业专业培训，研究国内外行业信息，对国内外行业供需形势、管理体制、资源利用及保护、产业结构以及产品进出口政策、价格政策和税收政策进行调查研究，为主管部门决策提出建议等。

2、主要法律法规及政策

目前，我国对珠宝首饰行业准入无禁止性规定，涉及我国珠宝首饰行业的主要法律法规如下表所示：

法律法规名称	时间	概要
《中华人民共和国金银管理条例》	1983年	加强对金银的管理，保证国家经济建设对金银的需要。
《中华人民共和国金银管理条例实施细则》	1983年	对《中华人民共和国金银管理条例》的实施提出了具体要求。
《财政部、国家税务总局关于黄金税收政策问题的通知》	2002年	范围内的黄金和黄金矿砂免征增值税，进口环节免征增值税；同时对交易所的无实物交割的免征增值税等多项税收优惠政策。
《财政部、国家税务总局关于铂金及其制品税收政策的通知》	2003年	就进口铂金环节免征增值税，国内铂金企业自产自销铂金实行增值税即征即退政策，消费税调整为5%等规定。
《国务院关于取消第二批行政审批项目和改变一批行政审批项目管理方式的决定》	2003年	中国人民银行停止执行包括黄金制品生产、加工、批发、零售业务在内的26项行政审批项目。
《财政部、海关总署、国家税务总局关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》	2006年	对钻石交易包括生产销售等环节进行多项税收优惠和免征政策。
《关于促进黄金市场发展的若干意见》	2010年	关于促进黄金市场的健康发展，进一步明确黄金市场的发展定位。
《中国珠宝玉石首饰行业自律公约》	2003年	规范了珠宝玉石首饰市场和我国珠宝玉石首饰从业者的行为。

3、行业主要标准规范

国家制定和修订了一系列行业标准和规定，如《翡翠分级》、《珠宝玉石名称》、《珠宝玉石鉴定》、《钻石分级》、《珠宝玉石及贵金属产品分类与代码》、《首

饰贵金属纯度的规定及命名方法》等，对提高中国珠宝行业的整体水平、促进行业持续健康发展、参与国际竞争起到积极的作用，如下表所示：

名称	概要
《QB-T 1690-2004 贵金属饰品质量测量允差的规定》	规定了金、银、铂、钯饰品及材料质量允差的要求、试验方法和标志。
《QB 1131-2005 首饰金覆盖层厚度的规定》	规定了首饰制品的金覆盖层厚度的术语和定义、要求、检验方法和标识。
《QB-T 1689-2006 贵金属饰品术语》	规定了贵金属饰品、材料、工艺的术语及定义。
《GB-T 14459-2006 贵金属饰品计数抽样检验规则》	规定了贵金属饰品计数抽样检验的规则。
《GB-T 18781-2008 珍珠分级》	规定了养殖珍珠的术语和定义、分类、质量因素及其级别、等级指标、检验方法和标识的要求。
《GB-T 23885-2009 翡翠分级》	规定了天然的未镶嵌磨制抛光翡翠的分级规则，包括色调、彩度、明度、透明度、质地和净度等方面。
《GB-T 16552-2010 珠宝玉石名称》	对珠宝玉石的类别、定义、定名规则及表示方法进行了相应的规定。
《GB-T 16553-2010 珠宝玉石鉴定》	对珠宝玉石的术语、鉴定方法、鉴定标准，以及珠宝玉石的品种作出明确的规定。
《GB-T 16554-2010 钻石分级》	对天然的未镶嵌及镶嵌抛光钻石的分级规则进行了相应的规定。
《GB-T 25071-2010 珠宝玉石及贵金属产品分类与代码》	对珠宝玉石及贵金属产品的材质和品种的分类及代码进行规定。
《QB-T 4182-2011 饰品标识》	规定了饰品标识的基本原则、标注内容及要求。
《GB 11887-2012 首饰贵金属纯度的规定及命名方法》	规定了首饰中贵金属的纯度范围、首饰产品标识、测定方法和贵金属首饰的命名方法。
《DB 33 206-2013 珠宝玉石饰品标识》	规定了珠宝玉石饰品印记、标签及其它标识物应标注的标识。

（二）行业概况及发展趋势

1、行业市场容量

（1）总体概况

1) 珠宝首饰种类概况

珠宝首饰业内一般将珠宝首饰定义为使用贵金属材料、天然玉石珠宝以及人工玉石珠宝加工而成的，有一定价值并以装饰为主要目的的首饰和工艺品。

珠宝首饰种类主要有黄金首饰、铂金首饰、钻石首饰、玉石首饰等。

2) 总体市场容量

中国是世界上最重要的珠宝首饰生产国和消费国之一。随着中国经济的发

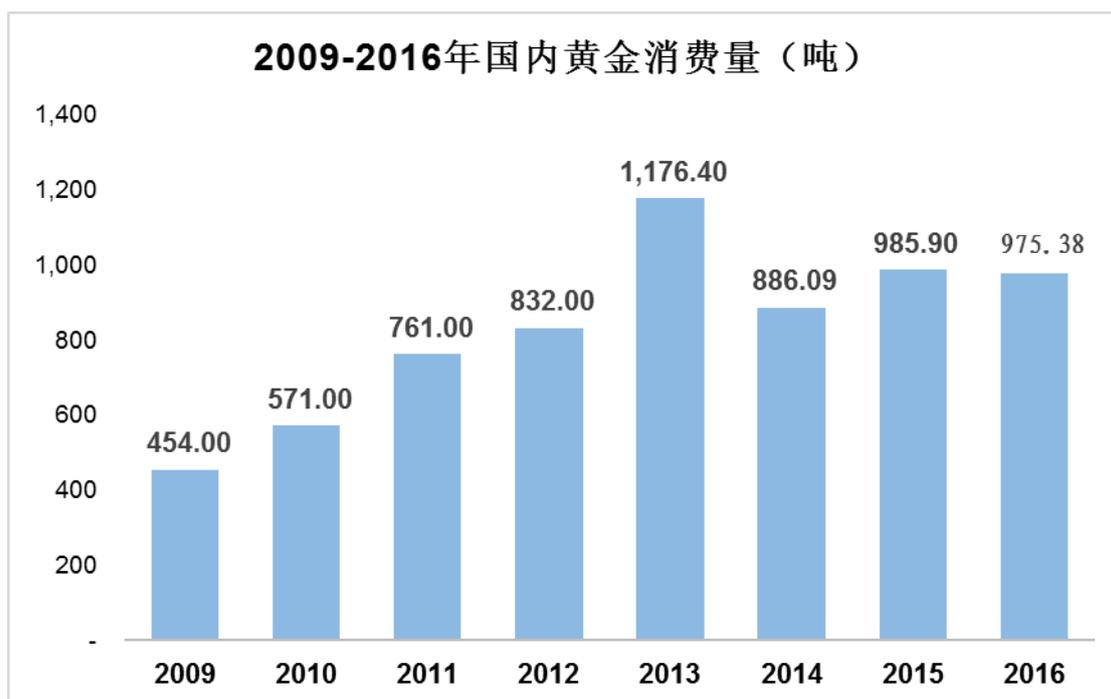
展、人民消费水平的提高，珠宝首饰正在成为继住房、汽车之后中国居民的又一消费热点。根据中宝协统计，我国珠宝玉石首饰行业规模从 2009 年的 2,200 亿元增长到 2015 年的 5,000 亿元以上，成为全球珠宝玉石首饰行业增长最为明显的国家之一。目前我国已成为仅次于美国的世界第二大珠宝首饰市场，一些重要珠宝产品的消费已居世界前列。



数据来源：中国珠宝玉石首饰行业协会

（2）黄金饰品市场

中国黄金市场自 2002 年实行市场化改革以来到一直保持较快发展的势头。据中国黄金协会数据显示，2013 年我国黄金消费量首次突破 1,000 吨，达到 1,176.40 吨，同比增长 41.36%。其中金条用金同比增长接近六成，达 375.73 吨；首饰用金同比增长近五成，达 716.50 吨，刷新 1949 年以来历史纪录。与此同时，中国黄金产量也创下历史新高，达到 428.16 吨，同比增长 6.23%，连续七年位居世界第一。2014 年受宏观经济形势以及前期黄金消费透支影响，中国黄金消费量有所下降。2014 年，全国黄金消费量 886.09 吨，比 2013 年减少 290.31 吨，同比下降 24.68%。其中，黄金首饰用金 667.06 吨，同比下降 6.90%。2015 年全国黄金消费量 985.90 吨，比 2014 年增加 99.81 吨，同比增长 11.26%。其中，黄金首饰用金 721.58 吨，同比增长 8.17%。2016 年，全国黄金消费量 975.38 吨，与 2015 年同比下降 1.07%。其中：黄金首饰用金 611.17 吨，同比下降 15.30%。



数据来源：中国黄金协会

中国黄金首饰市场在近年来得到了快速发展，一方面，随着市场开放及生活水平提高，国人的首饰需求不断增长；另一方面，全球性的金融危机提升了人们的避险意识，黄金的保值功能重获关注，成为消费者购买金饰的另一个考虑因素。

随着黄金首饰的设计和工艺不断推陈出新，黄金饰品的产品风格不再局限于传统的端庄大气，兼具古典与现代气质的黄金饰品得到了越来越多中国消费者的青睐。

（3）钻石饰品市场

上海钻石交易所统计数据显示（如下图），2014年钻石交易额达到51.3亿美元，比上年增长18.56%，从更长时间上看，其由2009年的15.21亿美元增长到2014年的51.3亿美元，复合增长率达到27.53%，2012年受到欧债危机和欧美经济持续低迷对国际市场和中国经济的影响，导致钻交所钻石交易额有所下降，2013年以来，上海钻交所钻石交易额波动较大。2015年，上海钻石交易所钻石交易量累计为32,662.03万克拉，钻石交易额累计为41.44亿美元，较上年同期下降19.24%。2016年，上海钻石交易所钻石交易量累计为30,922.44万克拉，钻石交易额累计为44.5亿美元，较上年同期同比增长7.38%。



数据来源：上海钻石交易所

在世界珠宝市场中，钻石饰品一直占据主导地位，是珠宝市场主体。在中国市场中，钻石饰品零售业起步较晚，比例远低于国际市场水平，但随着中国经济的发展和消费者消费观念的转变，钻石镶嵌首饰正在被越来越多的消费者接受。

据上海钻石交易所成品钻石的进口统计数据，2011年中国已首次超越日本，成为全球仅次于美国的第二大钻石消费市场；根据商务部统计，2013年，中国钻石首饰消费增长10%，推动全球钻石首饰消费增长3%。目前，中国是全球最大的钻石首饰加工地，也是第二大钻石打磨加工地¹。

2、行业竞争格局及行业内主要企业

我国珠宝首饰行业的发展，从时间来看，可以大致分为三个阶段：

第一阶段：从1982年到1993年

该阶段属于行业发展初期，市场上珠宝产品主要以黄金饰品为主，销售供不应求，而且销售渠道比较分散，国际品牌“卡地亚”也是在这个时期进入中国的。

第二阶段：从1993年到2003年

该阶段行业进入发展期，一些知名品牌如“蒂凡尼”、“周生生”和“周

¹ 资料来源：中华人民共和国商务部，
<http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyl/m/201501/20150100860822.shtml>

大福”等进入国内市场，行业竞争加剧，大多数的企业被淘汰，但许多企业也开始注重设计研发和品牌建设。

第三阶段：从 2003 年至今

该阶段属于行业快速发展阶段，自 2002 年上海黄金交易所的开业和 2007 年中国证监会批准上海期货交易所上市黄金期货等相关政策的实施，标志着中国黄金市场走向全面开放，珠宝市场也随之开始全面发展，开始出现细分市场，一些品牌企业如潮宏基、明牌珠宝、周大生和曼卡龙等开始逐渐涌现，销售渠道也逐渐集中，形成了一个多层次的珠宝市场。

目前珠宝首饰的消费需求正朝着个性化、多样化方向发展。珠宝企业通过深度挖掘特定群体的消费偏好，力图在某一细分领域形成竞争优势。中国珠宝首饰行业已经呈现出差异化竞争局面。相同类型的企业之间具有较强的竞争性，不同类型的企业之间的互补性大于竞争性。

（1）从业态和经营模式划分

从业态和经营模式上划分，珠宝首饰行业企业可以分为珠宝生产批发企业和珠宝零售企业。

深圳市是国内珠宝首饰的制造中心。珠宝生产批发企业主要集中在深圳。根据《中国珠宝玉石首饰年鉴》（2012）资料显示，深圳珠宝的黄金、铂金制造加工用量占上海黄金交易所全年首饰用金成交量的 90%；钻石用量占上海钻石交易所全年成交量的 90%。

在深圳珠宝首饰生产批发企业中，黄金饰品加工代表企业有：百泰、粤豪、翠绿等；铂金饰品加工代表企业有：宝福、意大隆等；钻石镶嵌代表企业有：宝怡、缘与美、星光达、行行行等。

上述珠宝首饰生产批发企业主要从事来料加工并批发业务，目标客户群体为珠宝零售企业，特别是在全国或区域市场具有相当知名度的品牌珠宝零售企业。

（2）从目标消费群体分析

因产品的目标消费群体定位不同，全球珠宝零售企业可以分为国际知名品牌、全国性品牌和区域性品牌。目前国内高端市场，主要被蒂凡尼、卡地亚、宝格丽等国际珠宝巨头垄断。占据市场主要份额的中端市场的全国性品牌主要

是以周大福、周生生等为代表的传统港资品牌和以老凤祥、明牌珠宝、潮宏基、周大生等为代表的内地全国性品牌。除此之外，北京的菜百、浙江的曼卡龙等区域性品牌凭借其在特定区域的渠道优势和品牌沉淀，成为区域市场的强势品牌，并得以在此基础上，快速扩张，辐射周边地区。

主要珠宝首饰零售商

品牌	公司名称	主要业务模式
国际知名品牌	卡地亚	自营
	蒂凡尼	
	宝格丽	
港资品牌	周大福	自营、加盟
	周生生	自营
	谢瑞麟	自营
	六福珠宝	自营、加盟
内地全国品牌	老凤祥	经销、加盟、自营
	明牌珠宝	经销、加盟、自营
	潮宏基	自营、加盟
	爱迪尔	加盟、经销
	通灵珠宝	自营、加盟
	周大生（拟上市）	加盟、自营
区域性品牌	北京菜百	自营
	曼卡龙	自营、加盟

资料来源：公开资料整理

（3）从珠宝首饰用材分析

黄金饰品长期以来成为中国珠宝市场的主导产品，其余是铂金及钻石、宝石镶嵌和翡翠玉石等。珠宝首饰企业在竞争中形成了差异化的产品定位，如主打K金珠宝首饰的潮宏基、主打钻石镶嵌的谢瑞麟、主打彩色宝石的ENZO和主打水晶饰品的施华洛世奇等。传统黄金领军企业老凤祥近年来也在积极寻求突破，翡翠、白玉、珍珠成为其新的产品方向。

（4）从销售渠道分析

就实体渠道而言，目前珠宝首饰公司的销售模式主要分为自营和加盟两种，这两种模式在渠道扩展、品牌建设和盈利能力等各方面各有特点：

销售模式	模式内容	盈利模式	代表企业
自营模式	公司以设立商场专柜、旗舰店或直营店的方式进行铺货销售。	零售	卡地亚、蒂凡尼、宝格丽、谢瑞麟、周生生、周大福、潮宏基等。
加盟模式	加盟商独立经营，自负盈亏，公司根据协议为加盟商提供相应的服务和监督，并收取费用。	批发收入、加盟费、品牌使用费	老凤祥、六福珠宝、明牌珠宝、萃华珠宝、周大生、爱迪尔等。

自营模式和加盟模式各有优劣。自营模式对企业的资金实力和渠道管理能力要求较高，包括员工管理、市场营销、新开店铺、渠道拓展以及库存控制等，如国际高端珠宝品牌卡地亚、蒂凡尼和宝格丽都是自营模式；加盟模式主要优点是有益于品牌的迅速扩张、获取市场份额，但不足之处是对加盟商的管理和品牌维护能力要求较高，国内部分珠宝企业自营和加盟的情况具体如下：

公司	自营（家）	加盟/经销（家）
潮宏基（截至2016年6月末）	718	
明牌珠宝（截至2016年年末）	超过900家	
萃华珠宝（截至2016年6月末）	16	395
老凤祥（截至2016年6月末）	178	2,808
爱迪尔（截至2016年年末）	5	400余家
通灵珠宝（截至2016年年末）	292	286
周大生（拟上市，截至2016年6月末）	294	1,994

注：截至招股说明书签署日，同行业上市公司中爱迪尔、明牌珠宝和通灵珠宝已公布2016年年报，爱迪尔仅更新其加盟店数量，故自营店数量沿用其2014年年报数据，其余均系根据各公司2016半年报或招股说明书整理。

随着网络技术的不断发展，国内珠宝首饰行业通过互联网进行交易的电子商务模式也在悄然兴起，少数珠宝商通过“网店+体验店+实体店”的模式，使得销售额有了大幅度提升。据中国珠宝玉石首饰协会统计，截至2012年底已有多家传统的珠宝首饰企业开始接触并运用电子商务。

3、进入本行业的主要障碍

（1）品牌壁垒

品牌是消费者选购首饰最为关注的要素之一，品牌知名度对于珠宝企业提高市场份额、提高定价能力具有举足轻重的作用。品牌的建立需要长期的沉淀和积累，本行业的新进入者很难在短时间内树立起品牌忠诚度。特别是对于单品价值

较高的钻石饰品而言，只有具有一定品牌效应的产品才能获得消费者对于产品质量、售后服务的信任，因此，品牌对于钻石饰品企业尤其重要，新进入企业需要很长时间才能在终端获得消费者的认可。

（2）资金壁垒

珠宝首饰行业主要是采用连锁经营方式运营，需要投入足量产品用以铺货。同时，珠宝首饰行业的原材料主要为黄金、钻石、铂金等，初始投入金额较大。行业的新进入者面临一定的资金壁垒。

（3）人才壁垒

随着珠宝首饰行业的不断发展，行业内扩大生产规模、抢占市场的竞争日益加剧，对产品创意、首饰制作、信息管理、物流管理、终端销售等方面的人才需求日益增加。本行业的新进入者较难在短时间内找到或培养出足够多的合适人才，尤其是在业内较为知名的饰品设计师和经营管理者。

（4）设计壁垒

款式设计是否能够符合消费者的审美观，在较大程度上影响了消费者的购买意愿。这不仅要求珠宝首饰企业具有较强的原创设计或整合研发设计能力，还要求其具有贴近流行趋势和捕捉市场热点的能力。进入珠宝首饰行业的设计门槛较高。

（5）营销网络壁垒

营销网络是珠宝首饰零售企业的主要竞争力，建设覆盖面广、位置优越的营销网络需要优越的管理维护能力、大量的资金投入和长时间的经营积累，无法一蹴而就。随着行业竞争的加剧，在核心商圈的营销网点有限的情况下，新进企业很难在短时间获得渠道优势。

4、行业利润水平变动趋势及其原因

（1）原材料价格和居民可支配收入水平

珠宝首饰行业的利润水平受黄金、钻石等原材料价格波动的影响较大，一般情况下，在国际市场上，当人们对珠宝的需求量变动不大时，原材料价格的下降，行业的利润水平会随之上升。但是在国内，由于黄铂金饰品销售价格对金价波动较敏感，在原材料价格持续下降时，行业利润水平一般会有所下降。另外，居民可支配收入水平也会影响行业利润，目前的居民可支配收入在逐年递增，从而推动了行业利润水平上升。

（2）品牌影响力、销售网络和细分市场

珠宝首饰行业内各企业的利润水平更多地依赖品牌影响力、销售网络及所涉足的细分市场。首先，消费者往往更加倾向于选择影响力较大的品牌，进一步增大了知名品牌的市场份额，从而产生更多的利润；其次，珠宝企业的销售网络越完善，其覆盖的市场面更广，利润水平也会越高；最后，珠宝企业涉足的细分市场也会影响其利润水平，从珠宝首饰市场细分来看，黄金、铂金类饰品的毛利率为一般，K金、钻石和彩宝等饰品的毛利率空间较大。

越来越多的珠宝企业不断深化品牌战略、丰富产品结构，促进行业竞争由价格竞争转向工艺、技术、款式和服务等方面的竞争，在此过程中，产品的附加值也得到了提高，从而进一步提升了行业利润水平和抵御原材料价格波动风险的能力。

5、行业需求分析与趋势分析

（1）需求分析

1) 经济增长与消费结构升级作为珠宝行业增长的重要支撑

在我国经济总量稳步增长的同时，人均国内生产总值和城镇居民可支配收入也在逐年增长。国家统计局数据显示，人均GDP与城镇居民可支配收入的五年复合增长率分别为9.43%和10.35%，表明我国已正式迈入消费结构快速调整时期。

随着居民消费结构的升级，珠宝将不仅仅单纯地满足保值增值需要，更多的是去满足人们艺术和精神层面的需求，满足追求时尚、彰显个性和身份地位的需要，这些新的消费需求将为未来我国珠宝首饰消费市场提供新的增长点。未来居民收入的稳步提高和消费结构不断多元化将提高人们对珠宝首饰的购买意愿和能力。

2) 黄金类饰品的需求情况

中国的实物黄金消费主要包括首饰消费和金条金币投资两大类，根据世界黄金协会的统计，2013年全年中国黄金消费量大幅增长，成功取代印度成为全球第一黄金消费国，全年黄金消费量达到1065.8吨（印度同期的黄金消费量为974.8吨），约占全球黄金消费的28%（2013年全球黄金消费为3756.2吨），创有数据以来的最高记录。2013年全年中国的首饰和金条金币消费分别为

668.7 吨和 397.1 吨，较 2012 年全年分别增长 27.9%和 37.9%。而根据中国黄金协会的统计，2013 年全年中国的黄金消费量更是高达 1176.4 吨²。2014 年受宏观经济形势以及前期黄金消费透支影响，中国黄金消费量有所下降。根据中国黄金协会统计数据，2014 年，全国黄金消费量 886.09 吨，比 2013 年减少 290.31 吨，同比下降 24.68%。其中，黄金首饰用金 667.06 吨，同比下降 6.90%。2015 年，全国黄金消费量 985.90 吨，比 2014 年增加 99.81 吨，同比增长 11.26%。其中，黄金首饰用金 721.58 吨，同比增长 8.17%。2016 年，全国黄金消费量 975.38 吨，与 2015 年同比下降 1.07%。其中：黄金首饰用金 611.17 吨，同比下降 15.30%。

3) 铂金类饰品的需求情况

国内铂金饰品生产虽然起步较晚，但巨大的市场需求带动了国内铂金饰品加工业的迅猛发展。目前，国内已拥有众多的大型铂金饰品加工企业，这些企业在产品研发、生产加工以及技术革新等方面均起到重要带头作用，大大推动了中国铂金饰品行业的发展。

4) 镶嵌类饰品的需求分析

该类饰品主要是以钻石镶嵌饰品为主，钻石饰品在国内发展历史仅百余年，但根据中国珠宝玉石协会公布的数据，钻石饰品规模从 90 年代初的 14 亿元增长到 2009 年的超过 250 亿元，呈现了高速增长趋势。

钻石坚硬且化学性质很稳定，在强光下泛出炫丽耀眼的光彩，并被赋予了情感永恒不变的寓意，因此深受中青年时尚消费者的喜爱，随着人们对钻石认识的不断加深，钻石等镶嵌类饰品的需求将会随着消费水平的提高而不断上升。

5) 消费者审美观及价值观的转变促使消费需求多元化

人们对珠宝首饰的消费观念正在逐步发生变化，由注重价值转向追求个性化，讲究款式和工艺，追求首饰与自身个性、穿着的匹配；加上科学技术的进步，首饰加工制作新技术、新工艺的不断应用，过去由黄金首饰“一统天下”的局面已不复存在。消费多元化的重要体现就是非黄金首饰的高速发展，其在珠宝首饰行业中所占的份额不断提高。

²资料来源：新华网，《2014 中国黄金消费与投资趋势报告》，
http://news.xinhuanet.com/fortune/2014-03/19/c_126286856.htm

（2）趋势分析

1) 品牌竞争优势凸显

国内的珠宝首饰行业目前正处于品牌竞争的初级阶段，国内品牌与国际及传统港资品牌实力相差较大，但国内市场庞大的消费需求给予了国内品牌相当大的发展机遇。未来随着人们收入水平和消费升级意识的不断提升，行业整合的速度进一步加快，使市场向更具品牌、渠道优势及产品设计能力的企业集中。

珠宝首饰行业过去几年处于高景气时期，吸引了众多企业进入，竞争日益激烈。随着市场逐渐成熟，消费者对产品设计工艺、品牌文化内涵的理解加深，那些资金实力薄弱、品牌形象模糊、产品缺乏特色的小珠宝企业将面临淘汰。品牌竞争将成为中国珠宝玉石行业壮大的必经之路。

2) 二、三线城市成为主要增长点

随着中国快速的城市化，以及大城市以外地区的财富增长，二、三线城市居民也开始表现出极强的中高端珠宝消费能力，以二、三线城市为代表的消费者正逐渐成为珠宝消费的潜在力量。目前，周大福、老凤祥等国内领先珠宝首饰企业在加强一线城市品牌建设的同时，已开始战略布局二、三线城市。在目前二、三线城市珠宝首饰品牌渗透率相对较低的现状下，随着城乡居民可支配收入的持续快速增长，二、三线珠宝首饰市场的增长速度将持续高于一线城市。以发行人为代表的已在原有区域精耕细作、布局多年的区域强势品牌，在对二、三线城市市场的理解力和消费者消费习惯的了解程度方面，较全国性珠宝首饰企业更具竞争优势。

3) 供应链管理越来越受到品牌珠宝首饰企业的重视

从珠宝首饰行业的供应链来看，主要涉及到原材料开采、加工冶炼、毛坯加工、珠宝首饰制作和销售等五个环节，而从各个环节的毛利率情况来看，零售商的毛利率要远超批发商的毛利率和制造商的毛利率。近年来，大部分国内的知名珠宝品牌都将中间加工环节部分或全部外包，专注前端设计、品牌运营及后端的营销网络建设。在市场竞争日益激烈的情况下，大多数珠宝品牌都是采用以生产外包、自营与特许加盟相结合的经营模式。

4) 提高产品设计能力成为未来发展趋势

珠宝首饰的艺术设计、工艺也越来越被消费者看重，产品设计能力已经成为珠宝企业获得市场份额的核心竞争力。目前市场上，国内珠宝首饰品牌相对香港珠宝品牌如周生生、周大福而言，设计相对单一、缺乏原创性，产品同质化现象严重，处于劣势地位，国内品牌已逐渐意识到设计能力的重要性，目前已加速提高产品设计能力，竞争力有所提升。部分内地品牌如曼卡龙等凭借其“轻时尚”的设计风格与香港品牌开展错位竞争。

（三）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策的支持

近年来，我国相继出台了多项支持、鼓励珠宝玉石首饰行业发展的政策措施，不断加大对珠宝玉石首饰行业的支持力度。钻交所和金交所的成立确保了我国珠宝首饰原料和制品从流通体制上步入市场经济轨道。2003年5月中国人民银行停止执行包括黄金制品生产、加工、批发、零售业务在内的26项行政审批项目，使黄金、白银等贵金属及其制品从管理体制上实现了市场的全面开放。2006年7月1日起，成品钻进口环节增值税实际税负超过4%的部分由海关即征即退，通过钻交所进口毛坯钻石则获豁免缴交进口增值税。这一系列国家产业政策是中国珠宝首饰企业参与国际竞争，提高竞争实力的重要保障。

（2）消费结构升级推动珠宝消费的增长

近几年，伴随着城乡居民可支配收入的提高，在我国经济结构转型与调整的宏观环境下，我国城乡居民消费者在满足基本生活需要的基础上，逐渐增加对可选择消费品的消费。珠宝首饰作为可选择消费品，在我国市场将继续保持快速增长。

（3）珠宝首饰的消费观念发生变化

随着中国经济的发展和消费者消费观念的转变，人们对珠宝首饰的消费观念开始由注重价值转向追求个性化，讲究款式和工艺，珠宝首饰消费在满足传统婚庆刚性需求外，逐步向情感消费扩展，开始成为订婚日、结婚纪念日、父母生日等表达情感的方式，以及对时尚和个性追求的外在体现。

（4）市场建设逐渐完善，各项标准规范得到落实

为了进一步规范我国的珠宝市场，政府和行业协会陆续出台了一系列的行业

标准及规范。这一系列国家标准和行业规范，为我国的珠宝首饰市场搭建了一个良好的制度平台，目前我国已成为在国际上珠宝首饰标准比较全面的国家之一，这为我国的珠宝首饰企业进入国际市场具有重要的意义，同时中国珠宝玉石首饰协会、世界黄金协会等行业自律组织积极对企业提供引导和服务，对产品质量保障、品质鉴定和交流协作起到了巨大推动作用，助推了市场向着良性状态发展。

2、不利因素

（1）原材料价格波动较大

由于珠宝行业内各个企业在生产、销售等环节需要保持较多的存货，因此，原材料价格的波动对珠宝企业的影响比较大。当黄金、钻石等原料价格上涨时，由于行业内的企业当前持有存货的成本较低，对行业利润具有正面影响；当上述原材料价格下跌时，行业内企业当前持有存货成本较高，对行业利润具有负面影响。原材料的价格波动给珠宝首饰企业带来了一定的经营风险。

（2）运营成本提高影响企业经营利润

商场等线下渠道是我国珠宝首饰销售的主要场所，随着我国城市化进程的不断推进，土地资源日益稀缺，各城市核心商圈附近的终端店铺成为各厂家争夺对象。租赁成本、人力成本和市场推广成本等企业实际运营成本的不断提高，持续影响珠宝首饰企业的利润水平。

（3）行业原创设计不足，同质化严重

目前国内珠宝首饰企业虽开始注重产品设计，但同国外知名珠宝品牌商相比，其原创设计能力欠缺，缺乏品牌经典产品。

（4）融资渠道单一

珠宝玉石首饰行业业务开展需要大量的资金铺货，并且规模越大的企业，其铺货资金需求量就越大。目前，国内行业内仅有少数知名企业可以通过资本市场进行融资，其他企业基本上只能通过银行贷款等间接融资方式来满足业务发展需要，融资渠道单一。

（四）行业特征

1、行业特有的经营模式

在目前的珠宝首饰行业中，实体店销售仍然是主流销售模式，而 O2O 电子商务（即线上网店线下消费）方式正成为一种新型销售模式而日趋活跃。不

同的销售模式各有自己的优势，线上与线下的相互融合与支撑已然成为珠宝销售的一种趋势。

（1）实体店销售模式

实体店销售模式最大的优势是能够给消费者现场购物的真实体验。在珠宝首饰领域，由于产品单价一般较高，导致普通珠宝首饰消费者更加依赖实体店销售。面对面的咨询服务有助于解决消费信任瓶颈，真实的视觉体验能够增加消费者对品牌的认同度，令消费者放心购买。因此，实体店销售一直是珠宝首饰行业主流的消费模式。

（2）电子商务模式

中国电子商务面对的主流对象是 20 岁到 45 岁的数亿网民，而这也正是珠宝首饰行业的消费主力。自 2010 年以来，线上线下多渠道的营销手段已经有迅速发展成行业主流的态势。电商销售模式的优势是信息量极大，不受时空限制地为消费者提供产品，珠宝企业实施电子商务模式可以通过自建电商平台，也可以选择天猫商城等综合平台，甚至利用微信在手机上开展珠宝销售业务，而这些业务不仅带来一定的品牌推广效益，还可以获得颇丰的销售业绩，2013 年双十一在天猫上销售前十名珠宝企业的销售额达 7,000 多万元。2013 年-2015 年是电子商务快速渗透珠宝产业的 3 年，线上销售模式、品牌营销创新等都出现新面貌新形态，电子商务推动产业进入快速细分通道，给产业带来阵痛和新商机。曼卡龙深度理解电子商务的核心价值，紧跟发展路径，快速涉足并探索平台电商品牌营销之路，已形成初步成效。

2、行业周期性及季节性

珠宝首饰行业属于高端消费品行业，其行业周期性与宏观经济周期大致相同，并且受宏观经济周期的影响较大，当经济景气度较好时，珠宝首饰等高端消费品的需求会逐渐增加。当经济不景气时，需求自然有所下降。但在珠宝首饰中，黄金饰品有所不同，由于其本身具有装饰、保值和收藏等功能，同时黄金价格走势与美元走势形成的反向变动关系，也使得黄金饰品与宏观经济周期的匹配度相对不高，这也体现了黄金的对冲风险功能。除黄金饰品这一细分行业之外，其余珠宝首饰细分行业的周期性与国民经济周期基本保持一致。

珠宝首饰销售具有一定的季节性，我国传统的元旦、春节、十一假期等节假日是珠宝首饰的传统消费旺季。同时，随着情人节、母亲节、圣诞节等西洋节日

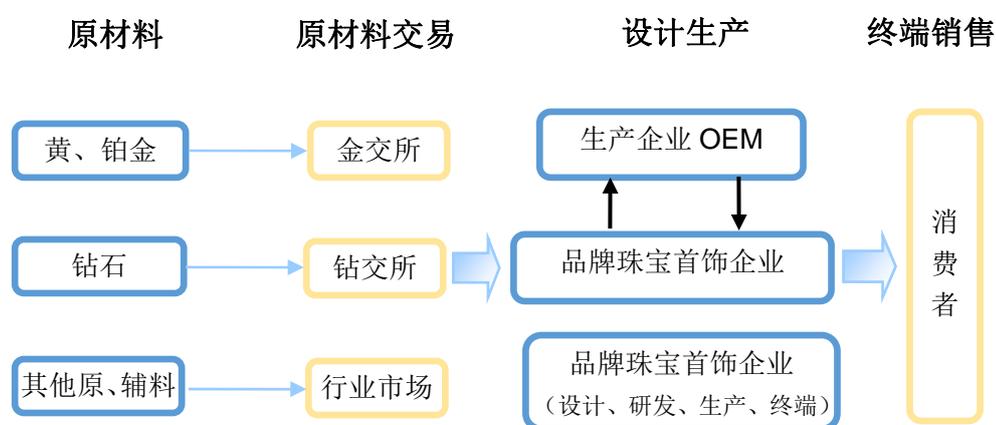
在国内日益流行，这些西洋节日期间的珠宝消费也会高于平常时期。

3、行业区域性

中国珠宝首饰行业处于高速发展阶段，市场集中度较低，世界品牌珠宝首饰占据了国内高端市场。周大福等传统港资品牌和老凤祥等内地全国性品牌在国内中端市场具备较大竞争优势。除此之外，北京的菜百、浙江的曼卡龙等区域性品牌凭借其在特定区域的渠道优势和品牌沉淀，成为区域市场的强势品牌，并得以在此基础上，快速扩张，辐射周边地区。

（五）发行人所处行业与上、下游行业之间的关联性

珠宝首饰行业的上游产业主要是原材料，包括黄金、铂金、钻石等主要原材料及其他辅料。基于相关政策法规的规定，境内珠宝首饰企业一般通过金交所采购黄金、铂金原材料，通过钻交所交易平台采购钻石原材料，原材料市场供应相对充分，所需设备、配件和辅料可以从行业市场上采购。我国珠宝玉石首饰行业的产业链主要包括以下环节：



上游的原材料、人力资源的价格直接影响本行业的经营成本，对本行业的利润产生直接影响。

珠宝首饰行业的下游是终端消费者，珠宝首饰零售市场经历多年高速发展，已经成为珠宝首饰行业健康发展重要基石，下游终端消费者的购买力和购买欲望直接决定了珠宝行业的业绩。

发行人专注于珠宝首饰品牌的运营，将生产环节全部外包。其上游是原材料供应商、生产加工外协厂商，下游是终端消费者和加盟商。

（六）发行人在行业中的竞争地位³

1、行业内主要竞争对手

公司的主要竞争对手可以分为两大类，一类是以周大福、周生生和谢瑞麟等为代表的港资企业，另一类是以老凤祥、周大生、潮宏基、明牌珠宝等为代表的境内企业。主要竞争对手具体如下：

（1）以黄金饰品为主要产品的公司

1) 周大福（01929.HK）

周大福珠宝集团有限公司创始于 1929 年并于 2011 年上市，是香港知名珠宝公司，主营珠宝玉石金饰业务，是集原料采购、生产设计、零售服务为一体的综合性经营企业，公司采纳垂直整合业务模式营运，专注于主流珠宝及名贵珠宝，包括珠宝镶嵌首饰、铂金/K 金产品、黄金产品以及钟表。

2) 周生生（00116.HK）

周生生集团国际有限公司创始于 1934 年并于 1973 年上市，成为香港第一家珠宝业股票上市公司，是大中华地区著名珠宝饰品制造及零售商，主要从事珠宝零售及制造、贵金属批发及证券与期货经纪业务。

3) 明牌珠宝（002574.SZ）

浙江明牌珠宝股份有限公司创始于 2002 年并于 2011 年上市，是一家专业从事中高档珠宝首饰产品的设计、研发、生产及销售的企业，主要产品包括黄金饰品、铂金饰品及镶嵌饰品，核心业务是对“明”牌珠宝品牌的连锁经营管理。

4) 老凤祥（600612.SH）

老凤祥股份有限公司创始于 1992 年并于同年上市，原名中国第一铅笔股份有限公司，主要从事生产经营金银制品、珠宝、钻石与相关产品及设备，老凤祥银楼已成为国内知名的金饰品连锁零售门店之一。

（2）以镶嵌饰品为主要产品的公司

1) 谢瑞麟（00417.HK）

谢瑞麟珠宝（国际）有限公司创始于 1971 年并于 1987 年上市，是香港知名珠宝品牌，主要从事珠宝首饰设计、零售、出口及制造业务，产品以铂金珠宝首饰为主。

³ 竞争对手资料均根据公开资料汇总。

2) 周大生

周大生珠宝股份有限公司创始于 2007 年，主要从事贵金属首饰、镶嵌首饰、珠宝玉石首饰及工艺美术品的生产、加工、设计、批发、零售等，是国内最具规模的珠宝品牌运营商之一，主要产品包括钻石镶嵌首饰、素金首饰。

3) 潮宏基（002345.SZ）

广东潮宏基实业股份有限公司创始于 1996 年并于 2010 年上市，是一家从事高档时尚珠宝首饰产品的设计、研发、生产及销售的企业，主要产品为 K 金珠宝首饰，在 K 金珠宝首饰领域处于行业领先地位。

4) 通灵珠宝（603900.SH）

通灵珠宝股份有限公司创立于 1999 年 11 月 22 日并于 2016 年 11 月 23 日上市，是一家从事钻石和翡翠等珠宝首饰产品的零售业务的企业，致力于产品设计、品牌推广及渠道建设，公司主要产品为钻石饰品和翡翠饰品。

2、发行人竞争地位

目前我国珠宝首饰行业集中度较低，大多数企业规模较小，品牌知名度不高。而且国内珠宝品牌市场区域性较高，引领行业走向的企业目前尚未形成。

曼卡龙目前在珠宝首饰行业仍属于区域性品牌，尚未形成全国性的影响力，主要销售区域仍集中在浙江省内。目前国内珠宝首饰行业尚无全国范围内的行业排名及市场占有率的权威统计数据，报告期内公司与同行业上市公司营业收入对比情况如下：

单位：亿元

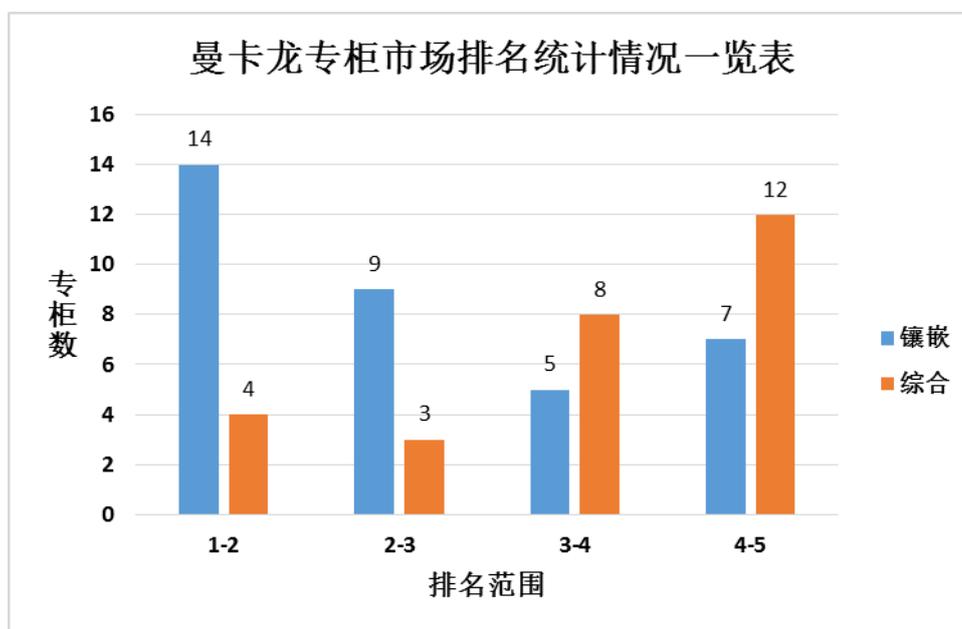
公司名称	2016 年度/ 2016 年 1-6 月 ^注	2015 年度	2014 年度
老凤祥	202.24 [*]	357.12	328.35
潮宏基	13.82 [*]	26.90	24.70
明牌珠宝	33.50	52.40	68.42
萃华珠宝	14.55 [*]	30.00	33.08
通灵珠宝	16.51	14.91	14.32
爱迪尔	11.84	8.40	8.85
周大生（拟上市）	13.47 [*]	27.29	26.64
曼卡龙	7.79	8.98	9.99

注：鉴于同行业部分上市公司尚未披露 2016 年年报，上表带*均为 2016 年 1~6 月数据。

从营业收入的规模来看，曼卡龙营业收入较同行业上市公司偏低。公司目

前融资渠道主要依赖于银行贷款，融资渠道相对单一，加上公司销售模式以自营为主，对加盟模式的扩张相对谨慎，销售渠道的扩张速度较以加盟为主的同行业上市公司略低。资金实力和以自营为主的销售模式使得公司现阶段的规模扩张速度受限，目前在全国范围内的品牌知名度相对较低。

在浙江省内市场，公司的品牌知名度较高，截至 2016 年 12 月 31 日，公司零售终端网点共计 91 家，其中专柜 42 家，主要集中在浙江省内。根据公司专柜所在商场提供的每月销售排名情况，报告期内，公司商场专柜销售金额与同类品牌相比综合排名前五名的有 27 家，其中排名前三位的有 7 家；公司商场专柜镶嵌饰品销售金额与同类品牌相比排名前五位的有 35 家，其中排名前三位的有 23 家，具体如下：



发行人在多年的发展过程中，及时把握珠宝行业的发展机遇，形成了以创意销售为主、生产外包为辅的运营模式，具备强大的供应链整合能力，建立了“自营+加盟”销售网络，发行人在江浙等地的大型城市核心商圈开设自营店，在周边等较小城市的核心商圈通过加盟店销售，形成了高效率和高覆盖的营销网络，为公司产品提供了优质的营销渠道。

（七）发行人的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）品牌定位准确

区别于卡地亚等国际品牌的高端定位，和周大福等全国性品牌追求的“大而全”的品牌定位，公司将曼卡龙珠宝品牌定位于“轻时尚”路线，追求“小而美”。公司的目标消费群体聚焦于年轻都市女性，以中产阶级、时尚白领和在校大学生为主体，锁定 25—35 岁的年轻女性为自己的核心顾客，以“每一天的珠宝”为核心品牌价值，使她们成为人群中和自己内心的“每天-亮点”。这类消费群体受过良好教育，关注流行趋势，崇尚时尚消费，对产品价格有一定敏感度，对珠宝首饰产品投资价值的观念逐渐淡化。公司针对年轻消费群体的消费观念和特点，将“年轻、轻奢、色彩、情感”的珠宝理念融入到产品创意中，聚焦于年轻消费群体，为顾客提供可以轻松拥有、具备轻快时尚内涵的珠宝首饰。

根据品牌定位和战略规划，公司构建了全方位的营销战略，通过各种媒介进行大力宣传，具体有门店营销推广活动、电影广告、微博、微信等网络广告、户外、纸媒等方式，强化品牌识别度。

凭借稳健的发展、日臻成熟的品牌形象，曼卡龙在浙江省内获得了广泛的品牌知名度、美誉度和忠诚度，在市场上形成了良好的口碑，为公司实现在全国市场的突破打下了坚实的基础。近年来公司及其旗下的“MCLON 曼卡龙”品牌先后获得“中国珠宝首饰业驰名品牌”、“杭州市著名商标”、“浙江服务名牌”、“浙江省著名商标”、“中国广告长城奖”、“2015 年度中国珠宝玉石首饰行业优秀企业”等荣誉。

（2）卓越的产品整体规划能力

围绕“轻时尚”的品牌定位，曼卡龙根据目标顾客在恋爱、结婚、生子、休闲、纪念日等不同场景下佩戴珠宝的情感需求进行产品线规划，如公司的“密语”系列、“MIGO”系列、“上帝之光”系列、“假日”系列等。公司成立产品规划小组，由品牌推广部牵头，外部品牌公司、设计研发部、销售管理中心共同负责实施。产品规划小组每年年初开始通过收集行业动态、产品潮流及市场信息对下一年度市场趋势进行调研预判，共同研究和拟定下一年度产品的方向、概念、主题、每条产品线的增加和淘汰。每年 6-7 月形成下一年度产品线整体执行方案，开始研发设计，9-10 月产品规划小组通过评审决定产品款式，产品研发部开始起版，外部品牌公司和品牌推广部开始规划下一年度的产品推广和营销方案，销

售管理中心开始准备销售政策和销售方案。

强大的产品整体规划使得公司多个产品系列之间的关系既相互区隔又相互补充，共同形成独具曼卡龙品牌印记的系列化产品，每个系列都有其显著特征，通过宣导各产品线特色鲜明的设计款式、差异化的情感体验、美好的产品故事，打造出曼卡龙珠宝独有的产品生命力，使曼卡龙产品成为顾客生活中“每一天的珠宝”。

（3）强大的产品创意和匹配组合能力

珠宝首饰消费属于一种高档精神文化消费，珠宝企业的产品创意理念奠定了产品销售的基础。曼卡龙从公司成立以来一直重视产品的创意开发，通过定期分析了解消费者的珠宝首饰消费偏好，根据分析结果进行产品创意，然后根据销售情况进行反馈信息，不断改进，形成一套由销售促进设计、设计提高销售的良性循环。公司不但重视对产品的设计，同时对产品的匹配组合提出了较高的要求，使单个产品时尚美观的同时，更重视产品组合整体效果。如将手链、挂件、耳坠、戒指等产品进行整体设计搭配，使得消费者整体看起来时尚大方。

公司强大的产品创意能力以及产品匹配组合能力，有利于提高公司整体产品的销售，提高公司的市场竞争能力。

（4）注重知识产权保护，重点培育有特色、有专利的产品

目前，产品缺乏个性、款式雷同等几乎成为中国珠宝市场众多品牌的共同形象。公司高度重视知识产权的保护，“曼卡龙”商标已经获得国家商标局全品类注册保护，截至 2017 年 3 月末，曼卡龙已获得 74 项产品外观设计专利、1 项实用新型专利，注册商标 195 个。

曼卡龙以独具曼卡龙品牌印记的产品作为塑造品牌差异化的重点，通过坚持主推重点产品，在消费者心中建立清晰的 brand 印象。如公司“上帝之光”钻石为 2015 年公司与比利时钻石切磨大师克劳德先生合作，由克劳德控制的 COMINCO (BELGIUM) BVBA 公司将其在欧盟注册专利的能产生“16 心 16 箭”光学效应的钻石切割技术在中国的专利优先权转让给曼卡龙。“上帝之光”系列产品是拥有 73 面切工的钻石产品，相对于传统的 57-59 面切工的钻石，其光线折射更加丰富，消费者用肉眼就能看出二者的光芒差异。公司通过重点推广特色单品，在顾客心目中不断强化曼卡龙的 brand 文化，扩大了公司的 brand 知名度和美誉度。

（5）完善的管理系统支持能力

珠宝首饰企业销售模式一般采取“直营+加盟”的模式，曼卡龙根据珠宝首饰行业销售的特点设计出完善的管理系统，该系统不但大大减少了人工数量，更能够实时掌握公司各个门店的销售情况，同时，销售门店也可以根据自己销售情况提出配货的要求，采购部门根据销售计划及时进行货物的采购进行配送，满足销售部门的销售需要。因此，曼卡龙完善的管理系统在大大节省了人力成本的同时，也为公司的正常销售提供了强大的支持。

（6）高效的管理模式

经过多年发展，曼卡龙已创造出一套特有的管理模式，公司与各部门之间实行“内部市场化暨绩效考核”管理模式。公司于2014年开始在内部实施内部绩效激励考核方案，内部绩效激励考核的核心在于通过制定利润目标及收益分享原则，激励考核部门达成利润目标并获得额外收益。以销售大区为例，公司于每年10月开始，经预算委员会讨论后制定下一年的销售目标，包括销售总额及销售品类结构。同时根据该销售目标，制定匹配的销售大区费用预算，费用预算主要包括销售人员薪酬、门店租金、营销费用及其他费用预算等，得出销售大区的绩效激励考核基础利润额。销售大区实际实现利润在超过基础利润额后，可以与公司进行利润分享。通过这种方式，首先促使销售大区突破预算的品类结构，以销售毛利率较高的镶嵌类产品和爱尚金产品为目标；其次，推动销售大区进行人员及费用管理，如通过调整人员结构、合理排班及淘汰业绩较差的员工等降低薪酬费用，通过员工培训及提高高毛利产品的提奖系数激励员工销售，通过与房屋出租方谈判租金降低租赁费用，通过争取商场免费资源、降低无效营销费用等方式降低整体费用。

通过上述内部绩效激励考核方案的执行，销售大区的目标非常清晰，即通过开源节流，获得超过基准利润的超额利润。2016年11月，公司市场化管理体系获得中国珠宝玉石首饰行业协会“2016年中国珠宝玉石首饰行业制度创新奖”。

（7）标准化的运营管理

曼卡龙经过多年在行业内的深耕细作，通过精心打造充分表达品牌概念的标准化样板店，建立标准化门店经营管理体系，对加盟店和自营店的资质评估、

经营标准、开店流程、店铺形象、培训、管理、销售、价格体系、广告投放、考核等方面进行标准化管理。公司销售管理中心下设直营事业部和加盟事业部，负责直营门店及加盟门店的运营管理，为各销售终端提供包括日常运营支持、营销、配货、培训、督导、辅导的一站式、系统化服务，在推助公司建立专业性、高品质的品牌形象的同时，使得公司销售网络具有较强的复制能力和协同能力，为进一步拓展营销渠道奠定了坚实的基础。

在门店柜台陈列方式上，曼卡龙自主研发了一套陈列方式，只用十个标准模块，根据不同的产品线和产品风格主题进行不同的搭建，门店按图索骥，既可确保所有门店陈列风格标准统一，又方便替换更新。同时，用模块锁定陈列数量，严格控制每节柜台的铺货数量，但又使陈列感觉丰满。每一个单元都是一个精彩的片断，增加顾客在门店的停留时间，加深对曼卡龙品牌及产品的记忆度。

2、竞争劣势

1) 区域劣势

曼卡龙在浙江地区有较强的知名度，但在全国范围内的品牌知名度相对较低，将加大公司在国内其他地区的推广难度。

2) 融资渠道单一

公司目前融资渠道主要依赖银行贷款，由于融资渠道相对单一，限制了公司的发展速度。

三、公司主营业务的具体情况

（一）主要产品用途

公司是集珠宝首饰创意、销售、品牌管理为一体的珠宝首饰零售连锁企业，销售产品包括素金饰品、镶嵌饰品等，具体情况详见本节之“一、公司主营业务和主要产品”。

（二）主要经营模式与业务流程

公司主要从事珠宝首饰的零售连锁业务，具体经营模式如下所述：

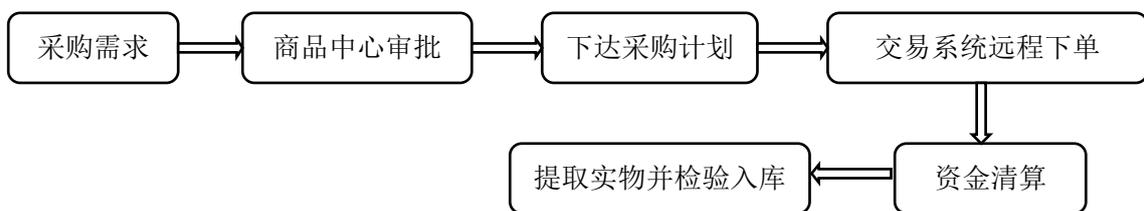
1、采购模式

公司采购的商品主要包括黄金、铂金、钻石等原材料以及部分成品饰品，由商品中心负责，商品中心同时负责公司委托加工事宜的组织与管理。

公司采购主要根据销售计划按需采购，并根据日常销售情况及订单变化进行及时补货，供应商主要是黄金交易所、钻石供应商、珠宝首饰生产商等。具体采购业务流程如下：

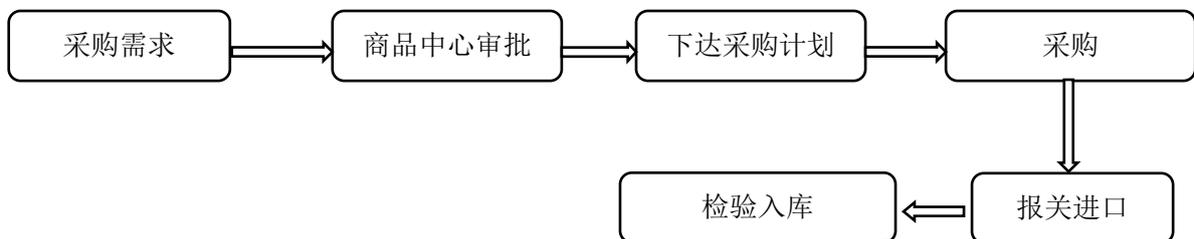
（1）黄金、铂金原料采购

公司所需黄金、铂金主要向金交所采购，具体流程如下：



（2）钻石原料采购

公司所需钻石主要通过全资子公司戴曼克森（具有钻交所会员资格）在香港、印度等地区向钻石供应商采购，并经过钻交所报关进入国内。具体采购流程如下：

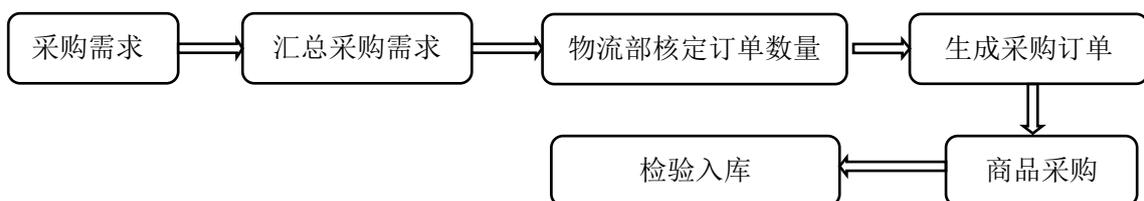


公司钻石采购，除境外采购外，尚有部分钻石直接在境内向钻交所会员单位采购。

（3）饰品成品采购

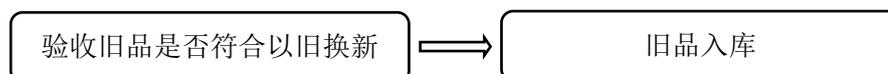
1) 新品成品采购

收到饰品采购“订单”后，由物流部根据库存现货核定订单数量，由采购部将订单分解进行采购，具体流程如下：



2) 以旧换新

公司部分采购来自于门店顾客以旧换新，具体操作流程如下：



2、生产模式

除部分成品采购外，公司产品采用委托加工方式生产，公司提供具体产品设计样式或加工要求，由公司提供所有或部分原辅材料的采购，由受托加工企业负责生产工序，公司对产品进行逐个质量验收，产品使用公司产品商标，由公司独家采购后销售。公司主要通过生产订单排期、产品质量检验等手段来严格控制交货期、产量、质量及工艺处理，以适应公司品牌标准和销售需要。

（1）委托加工供应商的筛选

公司在委托加工供应商的筛选上，主要从经营资质、软硬件设施、生产环境、人员配置、工厂内控管理、加工工艺、生产运营管理机制等方面进行考察，为达到要求和标准的供应商建立“供应商档案”。报告期内，公司委托加工供应商翠绿、百泰、意大隆、缘与美等均为相应领域的领军或代表企业。

（2）委托加工供应商的关键点控制

项目	关键点控制简述
原材料	公司向委托加工供应商提供钻石、黄金、铂金等原材料时，需双方对移交的原材料数量、品质等进行检验确认。
流程	公司向委托加工供应商提供订单，其根据要求进行生产，同时公司派驻专人对产品的整个生产过程进行跟踪检查，确保产品质量。
工艺	公司提供具体产品设计样式（规格型号、设计图样）或加工要求，并深入生产过程中改善生产工艺，使各类产品均达到国家和行业标准。
质量	公司制定《质量手册》，对公司产品的材料、成色、纯度、logo、重量和形态进行逐件检测，严格把控产品质量。
进度	公司向委托加工供应商提出严格明确的交期安排，并将此作为年度委托加工供应商考核的重要指标。

（3）公司生产模式与同行业上市公司的比较

从业态和经营模式上划分，国内珠宝首饰行业企业可以分为珠宝首饰生产批发企业和珠宝首饰零售企业。珠宝首饰生产批发企业主要从事来料加工并批发业务，目标客户群体为珠宝零售企业，珠宝零售企业的目标客户群体为终端

消费者。

珠宝生产批发企业和珠宝零售企业的经营管理模式和目标客户群体差异较大。曼卡龙属于珠宝首饰零售连锁企业，公司将产品的生产全部外包于专业的珠宝首饰生产批发企业，充分发挥其专业性和规模效应，公司自身专注于品牌运营、渠道管理、产品研发和供应链整合。

与同行业的珠宝上市公司相比，以生产外包、自营与特许加盟相结合的经营模式正越来越多地被国内珠宝首饰品牌零售商所采用，目前珠宝企业的生产模式具体如下：

同行业已上市公司的生产模式比较表

同行业上市公司	生产方式
老凤祥	自产 / 委外
潮宏基	自产 / 委外
明牌珠宝	自产 / 委外
萃华珠宝	自产 / 委外
爱迪尔	自产 / 委外
通灵珠宝	委外
周大生	委外
曼卡龙	委外

资料来源：公开资料整理所得

相对而言，虽然曼卡龙无自产能力，但深圳拥有完善的珠宝加工厂产业链，公司已与其委托加工厂商建立良好的合作关系，合作关系稳定，不会对公司正常经营造成不利影响。

3、销售模式

公司销售由销售管理中心负责。销售模式采用区域中心城市自营为主，周边地区拓展加盟的方式。截止 2016 年 12 月 31 日，公司拥有自营店 57 家、加盟店 34 家。

（1）自营模式

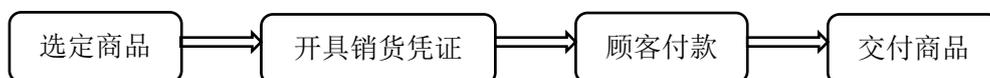
公司自营业务包括实体店和电商业务，其中实体店包括直营店和专柜，电商业务主要通过天猫、唯品会等第三方平台，在线上进行产品销售。

1) 直营/专柜模式

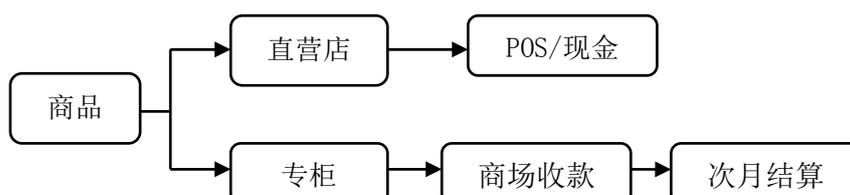
公司直营店直接面向终端零售客户销售，通过 POS 刷卡或现金结算并确认销售；专柜系公司在大型商场开设专柜，由商场对终端零售客户收取销售款项，

并定期（通常为一个月）与公司进行对账结算并划付资金，以专柜销售额扣除商场收取相关费用后的净额确认为公司销售收入。

①一般销售流程图



②直营店与专柜的收款方式



2) 电商模式

①电商销售基本情况

近年来，随着互联网和电子商务的蓬勃发展，越来越多的消费者尤其是年轻消费者选择通过网络购买珠宝首饰产品。公司成立电商事业部，大力发展电子商务渠道。

2014年~2016年，公司电商销售收入分别为228.89万元、753.96万元、1,727.72万元，收入增长较快，对直营销售收入起到了一定的促进作用。

公司主要通过天猫、唯品会等第三方平台，以线上方式进行产品销售，报告期内，公司电商模式下销售情况如下：

单位：万元/%

项目	2016 年度		2015 年		2014 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
天猫旗舰店	928.56	53.74	661.90	87.79	228.89	100.00
唯品会	769.13	44.52	89.86	11.92	-	-
其他	30.03	1.74	2.21	0.29	-	-
合计	1,727.72	100.00	753.96	100.00	228.89	100.00

②网络消费对公司产品收入和利润的影响

报告期，公司按业务模式划分的主营业务收入情况如下：

单位：万元/%

模式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	33,607.33	43.40	48,902.62	54.65	62,027.19	62.13
其中：电商	1,727.72	2.23	753.96	0.84	228.89	0.23
专柜	30,087.77	38.85	25,879.30	28.92	24,771.50	24.81
加盟	13,746.54	17.75	14,701.52	16.43	13,038.53	13.06
合计	77,441.65	100.00	89,483.43	100.00	99,837.21	100.00

报告期内，公司按业务模式划分的毛利情况如下：

单位：万元/%

模式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	10,301.58	54.46	12,620.25	67.22	15,901.53	75.46
其中：电商	212.15	1.12	74.06	0.39	18.97	0.09
专柜	7,926.60	41.90	5,361.62	28.56	4,110.02	19.50
加盟	689.07	3.64	793.63	4.23	1,062.38	5.04
合计	18,917.25	100.00	18,775.50	100.00	21,073.93	100.00

综上所述，公司积极顺应市场发展趋势，提早布局电商销售模式，网络消费对公司的业务规模及盈利产生了积极的促进作用。同时，由于珠宝产品单价较高、注重实物体验等特点，公司业务仍以自营店、加盟店等线下模式为主。

3) 现金销售及相关内控情况

直营模式下，公司直接面对最终消费者，存在一定的现金销售。

为控制直营现金销售比重，降低现金销售带来的业务风险，公司一方面采取各种措施鼓励客户刷卡消费，如联合刷卡行开展刷卡支付优惠活动；另一方面制定了严格的零售现金管理制度，以控制现金销售风险。

公司使用 POS 零售系统统一管理零售销售业务，并专门制定了《连锁店现金管理制度》，以规范公司下属直营店的现金管理，防范在现金管理中出现舞弊、腐败等行为，以确保直营店的现金安全。

根据《连锁店现金管理制度》，主要控制程序如下：

①直营店收银员负责将现金营业款收入每日两次存入银行，若直营店根据自身营业数额考虑计划每日一次存入银行的，需要由直营店提出申请，并经店经理、区域部门负责人、财务经理审批同意后方可执行。

②门店系统管理员在收到收银员提交的“现金缴款单”后，需录入公司系

统并将“现金缴款单”原件送达财务部现金出纳处。公司财务部现金出纳根据收到的“现金缴款单”与公司系统核对各店销售现金收入是否一致，如不一致必须及时查明原因，直到数据相符。

③公司银行出纳需核对现金缴款金额与银行对账单列示的收款金额是否一致。

2014-2016年度公司现金销售占主营业务收入比重逐年下降，具体如下表所示：

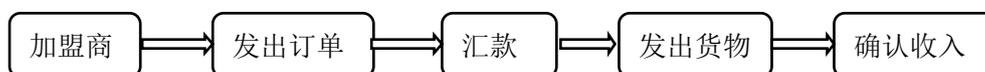
项目	2016年度	2015年度	2014年度
现金销售收入（万元）	5,240.59	9,379.88	13,663.93
占主营业务收入比例（%）	6.77	10.48	13.69

（2）加盟模式

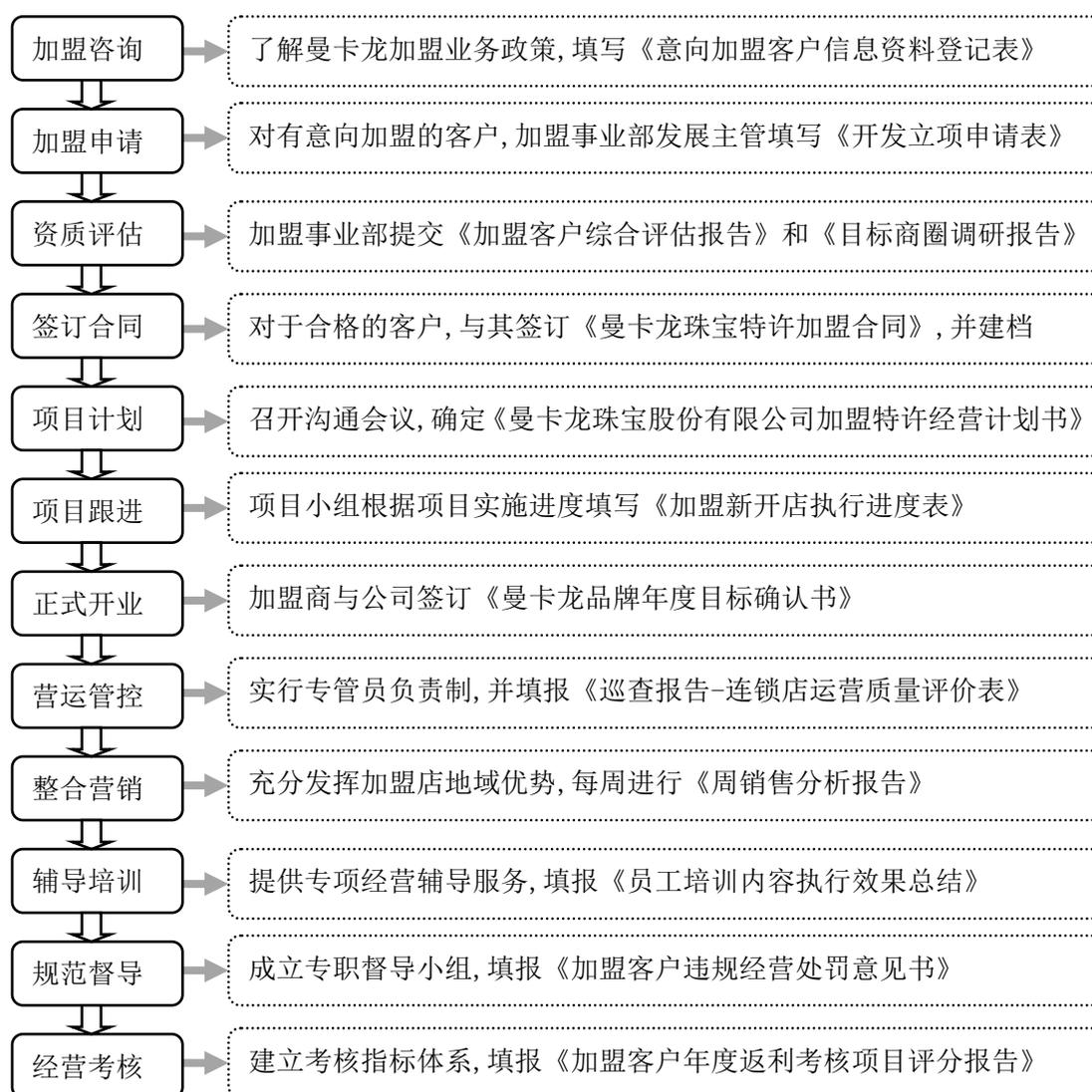
1）加盟业务流程

公司与加盟商签订加盟协议，加盟商获得公司授权并从事“曼卡龙”品牌产品销售运营，公司与加盟商不存在所有权关系，在财务上也不存在从属与管理关系，但是加盟商运营方式需符合加盟协议的要求。同时，公司在培训、督导等方面提供支持，并通过定期巡查、辅导整改、回访抽查、不定期抽查、第三方暗访等方式，确保加盟店的经营规范性及终端服务质量。

加盟销售模式下，产品的所有权归属于加盟商，加盟商签收货品后，公司确认收入。公司对加盟商的销售采取款到发货的结算方式，即买断销售，加盟商从公司购入商品后，通过“曼卡龙”品牌加盟店进入零售终端市场，最终销售给消费者。具体销售流程如下：



公司在多年的经营中，积累了丰富的品牌管理经验，建立了标准化的加盟体系。公司品牌加盟从合同签订、店面选址到店面运营具有一系列的制度保障，各个环节均有专门的部门和人员负责跟进，确保加盟店的良好运行。具体加盟流程如下：



另外, 公司从以下几个方面对加盟商加强管理:

经营管理	<p>总体要求上, 公司规定了加盟市场区域、加盟店商圈及其面积、加盟店各项收费标准以及相关的加盟合同条款、签约年限等;</p> <p>在具体要求中, 规定了加盟门店的门头要求、加盟店专柜面积及柜位要求、统一订购物资种类的要求等;</p> <p>加盟店的物流托运及保险投保, 加盟店的各项首饰品验收、配送操作必须严格按照公司《饰品快递制度》标准要求执行。</p>
品牌管理	<p>公司建立标准的门店形象及装修系统 SI 标准, 对外露出品牌识别系统 VI 和 CI 标准, 确保任何门店形象及对外与顾客接触物料的高度一致性。</p>
采购管理	<p>加盟客户一律在加盟 SCM (加盟商品管理) 系统中按照当天系统维护的“黄金、铂金原料采购价”来自行制作“加盟店金原料订单”; 并根据“加盟店金原料订单”的实际货款金额于当天全额将金原料采购货款汇入公司指定财务帐户。</p>

培训支持	培训方面，公司总部的加盟事业部市场专员定期协助各加盟店达成销售目标，提供各项业务指导，加盟事业部商品主管提供专业商品进、销、存的管理建议，加盟事业部运营主管则定期提供规范销售服务流程及销售技巧的专业培训指导。
监督管理	公司对加盟商的监督管理主要通过定期下店巡查，就发现的问题提供专业辅导整改、回访抽查执行效果、不定期抽查并监督加盟店是否规范经营、第三方暗访、定期抽查加盟店终端服务质量是否规范等方式进行。同时，顾客购物后可以在曼卡龙的官方网站上用销售凭证上每件产品的唯一编码即可认证此产品的任何信息，确保产品质量。

2) 对加盟商的选择机制

为推动“曼卡龙”品牌连锁经营持续健康发展，公司加盟事业部结合公司战略发展规划及现状制定加盟业务发展规划，规范加盟业务流程、政策与制度，针对潜在的加盟客户，公司建立了完善的选择机制，主要内容有：

①根据加盟业务计划，进行市场调研及加盟商综合评估

加盟事业部按照加盟业务年度经营计划中的拓展规划，针对目标市场（商圈）执行调研工作，包括目标区域市场信息的收集；圈定目标商圈；收集意向客户信息资料等。

公司对加盟商进行综合评估时，重点关注加盟商的品牌意识、行业经验、资金实力、渠道开拓能力、经营管理和发展潜力等方面，并对拟开设加盟店的商圈进行城市地理、人口状况、人均收入、消费结构、交通便利情况进行调研评估。

②根据加盟市场区域等规划及具体要求，对加盟商资质进行审核

就加盟市场区域而言，公司重点优先开发浙江省内市场，如杭州地区、宁波地区、台州地区、丽水地区、衢州地区、温州地区、舟山地区，逐步拓展华东周边省份。

公司对加盟店所处商圈及面积均设立具体要求。如针对加盟专卖店，要求位于商业区中心地带，珠宝专卖店集中分布的区域；地级城市/地区单店面积不低于 80m²；县级城市/地区不低于 60m²；专柜面积原则要求 20m² 以上。

对于新开加盟店，必须符合法律、法规要求，要取得工商、税务等相关许可证，要具有从事特许经营体系项下经营活动的合法资格，并提供符合公司要求的资质证明、商场或者门店进驻租赁合同，同时要提供店铺或柜台的平面图。

③客户开发与后续管理

经过市场调研并对意向加盟商综合评估及资质审核后，公司与加盟商签订加盟特许经营协议。

公司授权加盟商产品使用“MCLON 曼卡龙”品牌标识，按公司的要求统一零售价，统一店面形象、柜台形象，根据公司的要求开展产品的推广以及品牌宣传等活动，严格服从公司品牌与市场运作统一管理。

同时，公司为加盟商提供店员的培训、开店指导、产品推广以及销售支持、市场调研等服务。加盟商需遵守公司《MCLON 曼卡龙加盟业务政策》、《加盟店货品订单管理流程》、《加盟店物资采购流程》等各项规定。

3) 加盟协议主要条款

为了便于对“曼卡龙”品牌的推广及加盟商的管理，公司与加盟商之间签订的协议均为格式化的合同。

加盟协议由公司作为授权方（甲方）、公司全资子公司浙江玖瑞玖商贸有限公司作为供货方（丙方）与加盟商（乙方）签署，整个协议分为二十二章，总计八十条，其中主要条款包括：

主要章节	主要条款	具体条款内容摘要
乙方的独立经营及资质	法律关系	乙方属于甲方的加盟商，系为不隶属于甲方的独立法律实体；乙方不得依据本合同以甲方或甲方相关企业的名义行使权利或承担义务。乙方应独立核算、自负盈亏、独立承担“MCLON 曼卡龙”珠宝店面装修损失风险和产品库存等经营风险（包括但不限于税务，及劳动纠纷）以及法律责任。
各项费用	首批进货	对首批进货最低金额、铺货品类结构等进行约定。
	商标使用费（加盟费）	乙方应按年度向甲方支付商标使用费（加盟费），首次加盟每年伍万元整，增开新店每年叁万元整。
	保证金	人民币壹拾万元，每增加一店须向甲方缴纳保证金人民币贰万元整。
	其他费用	向甲方按每店每年人民币壹万元整缴纳管理费，用于甲方对加盟网络管理、神秘顾客暗访、明查、各项培训的设备、材料、人员等费用的开支。
授权店铺	乙方承诺	不得转让由甲方签发给乙方的“经销店铺特许经营授权牌”。
	特许经营授权范围	乙方未经甲方书面同意，无任何地域代理权及代理授予权。乙方需要拓展新的市场，增设新的加盟专卖店或进行再分销，必须事先征得甲方书面同意，针对新的加盟店签订新的协议书并取得甲方授权，否则将视为侵权。
甲、乙双方义务	品牌推广	甲方有义务在涵盖乙方市场的范围内进行品牌推广运作；如乙方根据其所在地实际情况，自拟营销计划，必须通过甲方

		的书面同意后方可进行。
	运营支持	甲方有义务向乙方提供相关营运支持，包括在加盟店营业前的专业知识培训和开业策划等服务。为保障乙方加盟店维系客户、顺利经营，乙方必须按照甲方要求，将其加盟店所有顾客资料录入 POS 系统，由甲方市场部进行统一管理。
	其他	甲方除按照珠宝行业规定完成正常的质量保证程序（包括服务质量监督指导）外，不参与乙方的具体经营，对乙方在经营中引发的一切纠纷及事故均不负责。
		乙方有义务进行全方位配合甲方人员随时检查乙方“MCLON 曼卡龙加盟专卖店”的经营管理、销售、库存等情况，以核查乙方店铺所展示及销售的商品是否符合本合同之约定。拒不配合的，甲方有权暂停供货、并每次扣除保证金贰万元整。合同期内拒不配合累计达三次以上的，甲方有权解除合同并将乙方剩余保证金作为违约金没收，不再退还。
		禁止乙方销售假冒“MCLON 曼卡龙”品牌的珠宝商品。
加盟店铺装修与用工	用工条款	乙方招聘员工所产生的相关费用由乙方自行承担。乙方在招聘员工时，必须执行其加盟店所在地政府的劳动用工政策，和员工签订劳动合同并承担相应的社会保险费用，乙方承担并处理在经营过程中所产生的一切用工纠纷。 乙方招聘的所有员工必须经过甲方培训并考核合格后方可上岗。
商品进货与换货	商品供货折扣	除计克类黄金、铂金饰品按克重结算外，其余货品基本按照吊牌价的一定折扣比例结算。
	供货结算方式	丙乙双方的供货结算方式为款到发货，乙方应严格按照丙方规定的付款期限要求及时付款。若乙方违反本合同任何关于乙方应向丙方支付有关费用之规定，除另有约定之外，逾期未支付应付款项的，乙方均应向丙方支不低于银行一年期贷款利率两倍的违约金。
		货物所有权交付乙方时，货物风险亦于交付时转移至乙方。
销售、销售保证	售价管理	为维护企业形象，统一售价，乙方必须严格按照“MCLON 曼卡龙”珠宝系列产品零售价格及政策进行销售，实行明码标价、明码实价，未经甲方许可乙方不得擅自涨价、降价或进行各种促销活动。各类珠宝产品的零售价由甲方在标签上统一打出。 如遇产品滞销或产品库存过大需打折、降价或从事任何形式的促销活动，必须提前向甲方提出申请，经甲方许可后方可实施。如乙方违反此条规定，应按擅自定价商品的吊牌价的三倍支付违约金，且违约金不低于壹拾万元；合同期内有两次以上此类违约行为，或已造成不良影响的，甲方有权解除合同，并要求乙方支付违约金壹佰万元。
乙方经营资格		除本合同已有约定的情形外，如出现下述情况，甲方有权单方面终止本合同及所有对乙方的授权： 1、乙方如违反本合同的规定，侵犯甲方的合法权益，破坏“MCLON 曼卡龙”专卖加盟体系；

		2、乙方出现重大债务问题无法正常经营，或除春节外已连续日关门歇业七日以上； 3、乙方被政府部门勒令停业或吊销营业执照； 4、乙方营业执照、税证未取得年检或超过年检期限一个月以上；或其它证照未达到甲方要求。
消费者投诉	-	当甲方售后服务机构接到乙方加盟店所在地的消费者投诉后，甲方应立即和乙方联系，将消费者投诉的情况反馈给乙方；为了维护品牌的声誉，乙方必须积极、妥善地处理投诉，甲方将全程跟踪投诉事件的处理过程。乙方应本着“客户满意、维护品牌声誉，友好协商，妥善处理”的原则，在甲方指导下处理消费者投诉。

（3）公司不同模式下终端销售价格情况

1) 公司直营店、专柜、加盟商以及网络等终端销售的价格差异情况

公司对直营店、专柜、加盟店及网络等终端对外零售价（即吊牌价）为统一定价，零售价系根据产品品类、生产成本和目标毛利率、市场竞争环境等各因素综合考量确定。

公司业务体系内不同终端可以在统一零售价的基础上进行营销活动。公司《市场营销活动管理规程》规定了在重大节庆、新品上市推广、主题产品推广、开店专项活动、商场对接活动等情况下的市场营销推广执行标准，由公司品牌中心统一管理。

公司《市场营销活动管理规程》明确规定了营销活动种类、内容、审批程序、折扣规范、违规罚则等，超出活动规定折扣，系统无法操作销售开单。

综上所述，公司自营店、专柜、加盟商及网络等销售终端实行产品统一定价，最终零售价格根据不同营销推广活动存在一定差异，但所有销售终端的市场营销活动均接受公司统一管理，同品类产品实际销售价格不存在重大差异。

2) 向加盟商销售的价格情况

公司对加盟店销售定价及折扣政策如下：

计克类黄金、铂金饰品按照饰品成本加上服务费作为批发价格；

计件类产品按照产品品类（如钻石饰品、爱尚金、爱尚炫等）不同，在零售基准价的基础上乘以一定折扣率作为批发价格。折扣率由公司根据不同品类产品的市场竞争情况，综合考量加盟商的利润空间制定。

（4）公司不同模式下的退换货制度

1) 直营店、专柜的退换货制度

一般情况下，公司不允许顾客对购买的产品进行退货，但可以进行换货。

①公司直营店、专柜出售的饰品自购买之日起 10 天（含）内可以在原购买店免费调换一次，调换新品的结算价不低于所调换旧品抵价。

②公司规定顾客在使用过程中若发生破损，能够修理的，凭销货凭证给予免费修理，若需要添加材料的，则按规定收取相关费用。

③以旧换新业务

直营店、专柜“以旧换新”是指顾客购买新饰品时以前期购买的旧饰品来抵扣新饰品的部分价格。

2) 加盟商的退换货制度

根据公司与加盟商签订的《特许经营经销合同》，货物所有权交付乙方时，货物风险亦于交付时转移至乙方，合同中未约定退货条款，但约定在满足一定条件的情况下，加盟商可以申请换货，关于换货条款的具体约定如下：

①48 小时内免费换货

加盟客户每次按照《加盟店商品检验标准》验收实到饰品的质量，如发现属于 48 小时内“工厂原残”饰品，应在当天通过业务系统向物流部提报《48 小时问题上报单》申请免费退仓换货；加盟店铺必须在公司规定时间通过指定的联邦快递公司將饰品退回物流部；但对于有明显工艺瑕疵的商品应享受“免费换货”，且不受限于“48 小时到货检验制度”。

②规定时间内未售新品免费换货

《特许经营经销合同》规定了加盟客户在特定时间内可以按照一定比例享受免费换货服务，但要求加盟店铺免费换货的商品必须符合公司规定的“未售新品”的要求（指未销售过的饰品）。

其中，计克类黄、铂金饰品按照年度实际批发销售克重净值的 10% 享受免费换货；其余计件类素金饰品及镶嵌饰品均按照本类饰品年度实际批发销售金额净值的一定比例给予免费换货，具体比例根据品类不同，从 5%~25% 不等。

每年 3 月份、7 月份、11 月份的最后一周及次月第一周定为所有加盟客户申请并执行免费换货的操作，逾期或剩余免费换货的额度全部清零作废；加盟店每次实际新购饰品的金额必须等于或大于当次实际申请换货饰品金额；多余部分留待下期操作换货。

3) 电商平台销售的退换货制度

电商平台销售的退换货制度与自营店、专柜的退换货制度基本一致；另外，公司遵守各电子商务平台的退换货政策，主要依据是《网络交易管理办法》中有关“网络商品经营者销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由”的条款。

4、公司营销网络情况

截至 2016 年 12 月 31 日，曼卡龙品牌销售终端网点共计 91 家，最近三年终端网点数量变化情况如下表所示：

年份	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
自营终端（家）	57	49	53
其中：直营店	15	17	21
专柜	42	32	32
加盟终端（家）	34	32	23
合计	91	81	76

报告期内，公司销售终端网点总体保持增长态势，其中直营店家数有所下降，专柜和加盟店数量稳步上升，具体情况如下：

（1）随着国内大中型零售商场的快速发展，传统街边店停车难、交通不易达等固有缺陷日益凸显，在大中型城市中人们的消费场所逐渐从街边店往商场转移，传统街边直营店运营效率有所下降，报告期内，公司根据商圈变化情况关闭数家街边直营店；

（2）2014 年以来，公司逐步调整营销网点布局，裁撤业绩较差的街边直营店，增设购物中心直营店和商场专柜。公司直营门店从 2014 年末的 21 家缩减至 15 家（2016 年新增 3 家购物中心内直营店），商场专柜从 2014 年末的 32 家增至 2016 年末的 42 家。

（3）公司 2012 年开始引入加盟模式，经过近几年加盟模式的运行和公司与加盟商的磨合，加盟店数量稳步增长。

(1) 主要直营店店面名称、地址、营业面积、开业时间、租金水平、装修支出、员工人数、员工薪酬

序号	店面名称	地址	营业面积 (M ²)	开业时间	装修支出 (万元)	租金水平 (万元)	员工人数	员工薪酬 (万元)
1	萧山店	杭州萧山市体育路 171-187 号	319.27	2010 年 6 月	21.69	72.08	37	344.78
2	慈溪店	慈溪市浒山街道环城南路 45 号	323.00	2010 年 6 月	142.09	103.70	23	178.04
3	宁波天一国购店	宁波天一广场碑阁街 182 号	103.30	2012 年 6 月	52.31	223.47	16	125.27
4	诸暨店	诸暨市暨阳路 173-177 号	189.30	2010 年 6 月	77.07	121.86	14	116.68
5	嘉兴店	嘉兴禾兴南路 670 号	390.00	2010 年 6 月	149.23	199.90	11	89.29
6	余姚店	余姚新建路 6-8 号	172.00	2010 年 6 月	69.38	96.55	12	94.03
7	桐乡店	桐乡庆丰中路时代广场东兴街 31 号	162.20	2010 年 6 月	29.69	55.05	11	85.39
8	杭州解放店	杭州市延安路 234 号	257.00	2010 年 6 月	93.78	196.83	8	150.25
9	杭州凤起店	杭州市下城区延安路 451-1 号	150.39	2010 年 6 月	65.85	122.00	11	111.46

注：装修支出为对应门店最近一次装修支出；租金水平为对应门店 2016 年确认的房租费用；员工人数为对应门店 2016 年末员工人数；员工薪酬为对应门店 2016 年计提的工资薪酬。

(2) 主要专柜店面名称、地址、营业面积、开业时间、装修支出、员工人数、员工薪酬

序号	店面名称	地址	营业面积 (M ²)	开业时间	装修支出 (万元)	员工人数	员工薪酬 (万元)
1	萧山银隆专柜	萧山区市心中路 298 号银隆百货一楼珠宝区	60.06	2010 年 6 月	2.32	10	114.29
2	慈溪银泰专柜	慈溪青少年宫南路 99 号	50.60	2011 年 12 月	5.45	8	76.81
3	杭州武林银泰专柜	杭州市延安路 530 号银泰百货二楼	38.00	2011 年 9 月	7.87	9	83.90
4	杭州庆春银泰专柜	杭州市江干区景昙路 18-26 号银泰百货	55.00	2011 年 4 月	9.66	8	101.85
5	上虞万和城专	上虞市市民大道 688 号上百万和城一楼黄金珠	70.00	2012 年 8 月	11.15	8	72.57

	柜	宝区					
6	上虞新大通专柜	上虞市市民大道 689 号新大通商场一楼珠宝区 1F-68A	60.00	2010 年 6 月	10.67	7	76.30
7	宁波万达银泰专柜	宁波四明中路 999 号银泰百货一楼	40.00	2010 年 6 月	11.61	5	53.49
8	富阳银泰专柜	富阳市春秋北路 271-1 号银泰百货一楼	55.00	2010 年 6 月	14.05	8	67.39
9	宁波江东银泰专柜	宁波中山东路 1111 号银泰百货一楼	35.80	2010 年 6 月	5.18	6	50.27
10	临平银泰专柜	杭州市余杭区临平北大街 132 号一楼	29.00	2011 年 5 月	7.62	5	48.63
11	杭州解百专柜	杭州市解放路 251 号解百新世纪商厦前厅珠宝区	30.48	2010 年 6 月	10.28	6	44.90
12	杭州大厦专柜	杭州市杭州大厦 D 座二楼	45.17	2010 年 6 月	24.49	7	49.30
13	桐乡东兴专柜	桐乡庆丰中路 18 号东兴商厦	26.80	2013 年 10 月	9.15	6	53.56
14	杭州西湖银泰专柜	杭州市延安南路 98 号银泰百货一楼	28.00	2010 年 7 月	2.62	7	45.98
15	杭州城西银泰专柜	杭州市拱墅路丰潭路 380 号城西银泰	27.00	2013 年 9 月	14.93	8	63.07
16	杭州湖滨银泰	浙江省杭州市上城区延安路 258 号湖滨银泰 C2 区二楼	48.00	2015 年 9 月	13.30	7	56.62
17	绍兴银泰专柜	绍兴市越城区解放南路 777 号银泰城	35.00	2014 年 12 月	11.75	7	66.25
18	宁波二百专柜	宁波中山东路 220 号宁波二百一楼	70.00	2015 年 9 月	8.17	8	70.96

注：装修支出为对应门店最近一次装修支出；员工人数为对应门店 2016 年末员工人数；员工薪酬为对应门店 2016 年计提的工资薪酬。

报告期内，公司直营店装修费用的摊销政策均为分3年平均摊销。公司专柜装修费用的摊销政策均为分1.5年平均摊销。

(3) 主要直营店各期的营业收入、税费缴纳金额和净利润情况

单位：万元

序号	店面名称	项目	2016年度	2015年度	2014年度
1	萧山店	营业收入	14,466.31	19,629.93	23,055.80
		营业税金及附加	595.22	817.71	1,003.96
		净利润	2,006.15	2,583.73	2,718.89
2	慈溪店	营业收入	4,821.38	6,739.27	8,302.06
		营业税金及附加	195.21	239.57	353.59
		净利润	777.30	902.01	1,089.59
3	宁波天一国购店	营业收入	1,467.42	1,885.49	2,045.85
		营业税金及附加	63.72	82.05	100.93
		净利润	56.91	7.59	-5.37
4	诸暨店	营业收入	1,386.56	1,580.50	1,824.04
		营业税金及附加	65.73	75.32	91.51
		净利润	119.11	72.74	68.37
5	嘉兴店	营业收入	974.86	1,556.62	1,756.11
		营业税金及附加	45.03	72.83	87.17
		净利润	-20.73	55.57	22.98
6	余姚店	营业收入	1,264.27	1,301.77	1,580.47
		营业税金及附加	54.83	53.19	76.03
		净利润	141.21	72.80	93.09
7	桐乡店	营业收入	883.70	1,192.93	1,187.77
		营业税金及附加	38.51	52.92	56.69
		净利润	10.35	70.30	29.20
8	杭州解放店	营业收入	792.39	1,130.40	1,270.13
		营业税金及附加	31.40	45.91	57.06
		净利润	-143.49	-104.06	-148.83
9	杭州凤起店	营业收入	895.18	992.06	1,107.98
		营业税金及附加	39.08	41.93	51.91
		净利润	7.84	-67.23	-124.18
10	萧山银隆专柜	营业收入	2,419.81	2,398.28	2,293.22
		净利润	470.00	356.30	251.02
11	慈溪银泰专柜	营业收入	1,831.79	1,627.68	1,499.51
		净利润	300.60	196.71	140.62
12	杭州武林银泰专柜	营业收入	1,462.01	1,549.73	1,421.84
		净利润	191.68	186.83	97.90

13	杭州庆春银泰专柜	营业收入	1,759.71	1,522.24	1,561.57
		净利润	248.80	163.97	105.31
14	上虞万和城专柜	营业收入	1,298.77	1,385.66	1,579.03
		净利润	137.37	132.76	128.40
15	上虞新大通专柜	营业收入	1,246.43	1,222.91	988.92
		净利润	114.52	99.49	67.36
16	宁波万达银泰专柜	营业收入	978.06	1,168.49	1,072.59
		净利润	113.59	89.01	75.25
17	富阳银泰专柜	营业收入	1,042.33	1,105.53	1,025.76
		净利润	189.04	131.45	111.65
18	宁波江东银泰专柜	营业收入	722.50	848.91	691.00
		净利润	66.54	73.45	33.36
19	临平银泰专柜	营业收入	890.22	834.14	634.97
		净利润	128.32	102.48	68.61
20	杭州解百专柜	营业收入	707.98	743.36	996.2
		净利润	36.71	46.25	-6.62
21	杭州大厦专柜	营业收入	680.35	752.97	889.75
		净利润	84.34	50.95	15.50
22	桐乡东兴专柜	营业收入	709.18	824.58	783.11
		净利润	79.78	53.66	56.69
23	杭州西湖银泰专柜	营业收入	639.66	822.23	741.51
		净利润	93.68	78.17	5.16
24	杭州城西银泰专柜	营业收入	924.59	822.01	699.32
		净利润	124.95	92.60	51.86
25	绍兴金帝银泰专柜	营业收入	922.02	619.36	55.13
		净利润	123.41	50.79	8.78
26	宁波二百专柜	营业收入	914.96	246.04	-
		净利润	111.98	13.51	-
27	杭州湖滨银泰专柜	营业收入	942.43	176.74	-
		净利润	152.84	23.08	-

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

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

注3：上表中净利润数据为按照各门店经营净利乘以75%计算，未考虑总部费用分摊。

（4）报告期各期新开店相关费用支出情况及会计核算方法、经营状况及盈利情况

1) 新开直营店相关费用支出情况及会计核算方法、经营状况及盈利情况

直营店的相关费用支出主要包括人工成本、房租及装修费、广告品牌费等。其中，装修费为按照3年期限平均摊销，其他相关费用均在发生当期按发生金额确认。

2014年、2015年公司无新增直营店。2016年公司新增直营店3家，当期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2016年
主营业务收入	437.61
主营业务成本	264.95
费用合计	174.09
其中：人工成本	47.35
房租及装修费	49.66
广告品牌费	1.27
净利润	-8.12

注：上表中净利润数据为按照各门店经营净利乘以75%计算，未考虑总部费用分摊。

2) 新开专柜相关费用支出情况及会计核算方法、经营状况及盈利情况

专柜的相关费用支出主要包括员工工资及福利、装修费、广告品牌费等。其中，装修费为按照1.5年期限平均摊销，其他相关费用均在发生当期按发生金额确认。

①2016年公司新开专柜10家，新开专柜当期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2016年
主营业务收入	1,984.95
主营业务成本	1,442.28
费用合计	344.62
其中：人工成本	168.77
装修费	25.99
广告品牌费	4.40
净利润	137.31

注：上表中净利润数据为按照各门店经营净利乘以75%计算，未考虑总部费用分摊。

②2015年公司新开专柜4家，新开专柜报告期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2016年	2015年
主营业务收入	2,743.81	717.57
主营业务成本	1,988.99	554.16
费用合计	277.34	77.26
其中：人工成本	200.25	56.98
装修费	5.67	0.62
广告品牌费	4.59	0.88
净利润	350.52	61.01

注：上表中净利润数据为按照各门店经营净利乘以75%计算，未考虑总部费用分摊。

③2014年公司新开专柜3家，新开专柜报告期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2016年	2015年	2014年
主营业务收入	1,694.51	1,276.59	385.39
主营业务成本	1,286.26	1,001.88	321.09
费用合计	135.63	139.65	70.26
其中：人工成本	111.52	107.60	34.51
装修费	-	2.75	1.75
广告品牌费	0.99	0.35	0.55
净利润	213.82	91.46	-11.07

注：上表中净利润数据为按照各门店经营净利乘以75%计算，未考虑总部费用分摊。

(5) 加盟店的收入确认政策、折扣政策、返点政策、结算政策及报告期内的执行情况

报告期内，公司对加盟店的收入确认政策为根据加盟商订货要求将商品发至加盟商处（款到发货），经加盟商确认并签收入库后确认收入。

报告期内，公司制定了完善的加盟业务政策，对加盟店的折扣政策、返点政策、结算政策均做出了明确规定，并严格按照规定执行。

公司对加盟店定价及折扣政策为：计克类黄金、铂金饰品按照饰品成本加上服务费作为批发价格；计件类产品按照产品品类（如钻石饰品、爱尚金、爱尚炫等）不同在零售基准价的基础上乘以一定折扣率，作为批发价格。折扣率由公司根据不同品类产品的市场竞争情况，综合考量加盟商的利润空间制定。

公司对加盟店的返点政策分为绩效考核返利和批发目标超额返利。绩效考核返利为规范性和导向性返利，即根据加盟客户年度累计正价商品销售目标完

成情况、年度订单商品执行率、月度明查成绩、月度神秘人暗访成绩等考核项目达成情况给予考核期内年度返利。批发目标超额返利为激励性返利，为了更好的推动并提升加盟客户的钻石类饰品、爱尚金饰品销售业绩，公司根据加盟客户年度钻石类饰品、爱尚金饰品累计批发销售净值，按照钻石类饰品、爱尚金饰品年度批发销售目标超额返利系数享受返利。公司所有应兑付给加盟客户的返利，由加盟事业部每年根据考核数据提交上年度加盟店应享有的返利申请，经审批后予以返还。

报告期内，公司对加盟店采取款到发货的结算模式，不存在给予加盟店客户信用期的情形。

（6）加盟费相关费用及保证金收取标准及相关会计处理

根据公司的《加盟业务政策》及其与加盟商签订的《特许经营经销合同》，公司加盟费相关费用及保证金收取标准如下：

1) 合同保证金：收取标准为 10 万/店/合同期限，如增开新店加收 2 万/店/合同期，由加盟商于合同签订后向公司一次性缴纳。合同期满或终止满 6 个月内，除抵扣所欠公司欠款外，剩余部分无息归还给加盟商。合同发生续约情形的，该保证金自动转为续约合同的保证金；

2) 加盟费：收取标准为 5 万/店/年，如增开新店 3 万/店/年；

3) 加盟店营运管理费：收取标准为 1 万/店/年，主要用于开通网络商学院课程及维护，神秘人暗访以及各类培训所需的材料费等；

4) 市场准入费：针对公司主力成熟市场以及原有直营门店变更为加盟门店等情况，公司根据该门店历史经营绩效、所处商圈等情况，综合考量并与加盟商协商后，在加盟相关费用外增收市场准入费。

报告期内公司加盟费相关费用及保证金相关会计处理如下：

合同保证金公司于收到后当月计入其他应付款，合同期满或终止后，合同保证金剩余部分从其他应付款中转出。

加盟费和加盟店营运管理费公司于收到后当月计入其他应付款，根据当年与加盟商签订的年度经营目标完成情况进行结算，确认为当年其他业务收入。

市场准入费公司于收到后当月计入预收款项，在合同约定期限内按月确认为其他业务收入。

报告期，公司加盟费相关收入情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
加盟费	64.90	55.10	6.86
加盟店营运管理费	28.85	13.84	8.94
市场准入费	291.03	171.55	10.94
合计	384.78	240.49	26.75

5) 直营转加盟相关情况

公司在对加盟商经营标准、培训、管理、价格体系等方面进行标准化管理的前提下，充分发挥加盟商的资金优势和渠道拓展能力，在部分非核心商圈的成熟市场，推动数家直营店转加盟。

报告期公司共有 4 家直营店转为加盟店，具体如下：

加盟店名称	营业面积 (m ²)	转加盟时间	实际控制人
富阳桂花路店	115	2014 年 9 月	盛兵
湖州红旗路加盟店	327	2015 年 8 月	赵洪
嘉善加盟专卖店	120	2016 年 9 月	赵洪
义乌工人西路加盟专卖店	136	2015 年 3 月	李星光

注：义乌工人西路加盟专卖店即原义乌城中中路加盟店，转加盟时营业面积为 114m²，2016 年 12 月店铺迁址后更名。

直营转加盟时，公司执行流程与一般加盟程序基本一致，经过市场调研并对意向加盟商综合评估及资质审核后，公司与加盟商签订加盟特许经营协议，在首次铺货、进货与换货、加盟费等各方面与其他加盟商执行相同标准。

公司与加盟商签订加盟协议后，门店原有存货由加盟商进行选择，符合其要求的存货由对方购买，销售价格执行公司向加盟商销售的统一政策，亦可同时向公司购买其他产品，但需满足公司对加盟商首次铺货的要求，包括但不限于金额、产品类别等。

转加盟门店经营房产由加盟商与出租方自行签订租赁协议；门店员工本着自愿与协商原则，经协商并愿意留在该门店的员工，由加盟商与其重新确立劳动关系；不愿意留用或者加盟商无意留用员工，由公司按照绩效考核、轮岗评估等原则进行安排，包括转至其他门店、转岗、辞退等。

(7) 主要加盟店的实际控制人、店面名称、地址、营业面积、开业时间等情况

序号	实际控制人	加盟店名称	地址	营业面积 (m ²)	开业时间
1	赵洪	湖州红旗路加盟店	湖州红旗路58号新天地 一楼曼卡龙珠宝专卖店	327	2015年8月
2		嘉善加盟专卖店	嘉善县魏塘街道解放路 35-45路	120	2016年9月
3	龚传坤	杭州市萧山区瓜沥 镇加盟专卖店	萧山瓜沥镇航坞路212 号-东灵路57号交叉口 曼卡龙店	120	2015年1月
4		杭州市衣之家百货 加盟专柜	杭州机场路119-131号 衣之家百货	58	2016年9月
5	毛泉红	萧山义蓬店	萧山区义蓬镇义蓬中路 505-507号	143	2013年12月
6	盛兵	富阳桂花路店	富阳桂花路45-47号	115	2014年9月
7		富阳东方茂专柜	富阳市富春街道金桥北 路1号东方茂	57	2014年4月
8	李星光*	义乌工人西路加盟 专卖店	义乌工人西路78号	136	2016年12月
9	金加平	临安江桥路店	杭州临安市江桥路 489-495号	150	2013年1月
11		海宁华联商厦专柜	浙江省海宁市工人路58 号华联大厦二楼	15	2015年10月
12	沈冰冰、郭 黎明、徐雪 君	慈溪市保利滨湖天 地加盟专柜	慈溪市三北西大街1555 号A1-003	64	2015年1月
13		慈溪华润万家香格 专卖店	浙江省慈溪市新城大道 269-350号华润万家香 格店一楼	37	2015年8月
14		慈溪观海卫嘉润国 际广场加盟专柜	慈溪市观海卫镇观海卫 路608号嘉润国际一楼	16	2016年10月
15	陈祖权	杭州西田专柜	杭州市余杭区良渚街道 金家渡路8号	55	2013年4月
16		杭州永旺专卖店	杭州市余杭区良渚街道 古墩路1888号永旺梦乐 城一楼	128	2015年11月
17		余杭区上亿广场加 盟专柜	杭州余杭区良渚街道逸 盛路190号上亿广场一 楼	48	2016年11月
18	韩晶	萧山恒隆广场店	萧山区恒隆广场2幢 110号	56.5	2013年12月
19		杭州水晶城加盟专 柜	杭州拱墅区458号水晶 城购物中心一楼	46	2014年12月
20	来一帆	萧山临浦店	萧山区临浦镇峙山北路 7-11号	100	2014年7月

21	杭州滨江星光大道 专柜	浙江省杭州市滨江区长 河街道滨盛路1766号星 光城2楼	70	2015年12月
----	----------------	------------------------------------	----	----------

注：义乌工人西路加盟专卖店为原义乌城中中路加盟店迁址后开业，原义乌城中中路加盟店开业时间为2015年3月。

（8）发行人特许经营合同中关于退货和换货条款的具体规定

根据公司与加盟商签订的《特许经营经销合同》，货物所有权交付乙方时，货物风险亦于交付时转移至乙方，合同中未约定退货条款，但约定在满足一定条件的情况下，加盟商可以申请换货，关于换货条款的具体约定如下：

1) 48小时内免费换货

加盟客户每次按照《加盟店商品检验标准》验收实到饰品的质量，如发现属于48小时内“工厂原残”饰品，应在当天通过业务系统向物流部提报《48小时问题上报单》申请免费退仓换货；加盟店铺必须在公司规定时间通过指定的联邦快递公司將饰品退回物流部；但对于有明显工艺瑕疵的商品应享受“免费换货”，且不受限于“48小时到货检验制度”。

2) 规定时间内未售新品免费换货

《特许经营经销合同》规定了加盟客户在特定时间内可以按照一定比例享受免费换货服务，但要求加盟店铺免费换货的商品必须符合公司规定的“未售新品”的要求（指未销售过的饰品）。

其中，计克类黄、铂金饰品按照年度实际批发销售克重净值的10%享受免费换货；其余计件类素金饰品及镶嵌饰品均按照本类饰品年度实际批发销售金额净值的一定比例给予免费换货，具体比例根据品类不同，从5%~25%不等。

每年3月份、7月份、11月份的最后一周及次月第一周定为所有加盟客户申请并执行免费换货的操作，逾期或剩余免费换货的额度全部清零作废；加盟店每次实际新购饰品的金额必须等于或大于当次实际申请换货饰品金额；多余部分留待下期操作换货。

（9）报告期各期加盟商换货的金额和原因

项目	2016年度	2015年度	2014年度
换货金额（万元）	1,040.40	1,173.69	1,127.79
加盟业务收入（万元）	13,746.54	14,701.52	13,038.53
占加盟销售比例	7.57%	7.98%	8.65%

报告期公司不存在加盟商退货,2014年~2016年,加盟商换货均为依据公司与加盟商《特许经营经销合同》约定免费换货。报告期公司换货金额及占加盟业务销售收入比例均保持稳定。

(10) 报告期各期新增加盟店首次铺货及后续年度进货的收入构成及占比
报告期各期新增加盟店首次铺货及后续年度进货的收入构成及占比情况如下:

1) 报告期各期新增加盟店首次铺货与后续进货收入及占比

2016年度,公司新增加盟店7家,新增加盟店报告期内首次铺货及后续进货的收入构成占比如下:

单位:万元

项目	金额	占比
2016年首次铺货	970.43	59.55%
2016年后续进货	659.23	40.45%
2016年新增加盟店报告期实现收入	1,629.66	100.00%

2015年度,公司新增加盟店13家,新增加盟店报告期内首次铺货及后续进货的收入构成占比如下:

单位:万元

项目	金额	占比
首次铺货	3,244.54	25.39%
后续进货	9,535.17	74.61%
其中:2015年后续进货	3,302.45	25.84%
2016年后续进货	6,232.72	48.77%
2015年新增加盟店报告期实现收入	12,779.71	100.00%

2014年度,公司新增加盟店14家,新增加盟店报告期内首次铺货及后续进货的收入构成占比如下:

单位:万元

项目	金额	占比
首次铺货	3,805.94	29.67%
后续进货	9,019.70	70.33%
其中:2014年后续进货	1,681.56	13.11%
2015年后续进货	4,611.29	35.95%
2016年后续进货	2,726.85	21.26%
2014年新增加盟店报告期实现收入	12,825.63	100.00%

2) 报告期加盟业务收入中首次铺货与后续进货收入及占比

报告期内，公司加盟模式下收入的构成占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
加盟模式下实现收入	13,746.54	14,701.52	13,038.53
其中：首次铺货	970.43	3,244.54	3,805.94
占比	7.06%	22.07%	29.19%
后续进货	12,776.11	11,456.98	9,232.59
占比	92.94%	77.93%	70.81%

(11) 报告期各期末加盟店存货情况

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

单位：万元

项目	2016 年末	2015 年末	2014 年末
加盟店家数	34	32	23
平均存货金额	298.89	301.14	329.77
加盟商存货余额	10,162.25	9,636.34	7,584.75

(三) 主要产品销售情况

1、报告期主要产品销售情况

(1) 公司分产品主营业务收入情况

单位：万元，%

产 品	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
素金饰品	45,159.38	58.31	55,719.18	62.27	61,486.73	61.59
镶嵌饰品	32,196.45	41.58	33,668.14	37.62	38,217.06	38.28
其他	85.82	0.11	96.12	0.11	133.42	0.13
合 计	77,441.65	100.00	89,483.43	100.00	99,837.21	100.00

(2) 公司分模式主营业务收入情况

单位：万元，%

模式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	33,607.33	43.40	48,902.62	54.65	62,027.19	62.13
其中：电商	1,727.72	2.23	753.96	0.84	228.89	0.23
专柜	30,087.77	38.85	25,879.30	28.92	24,771.50	24.81
加盟	13,746.54	17.75	14,701.52	16.43	13,038.53	13.06

合计	77,441.65	100.00	89,483.43	100.00	99,837.21	100.00
----	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------

（3）分产品品类销量、售价变化与销售收入变化原因

公司主营业务收入主要来源于素金饰品及镶嵌饰品，其中素金饰品主要包括计克类黄金饰品、爱尚金、铂金饰品，镶嵌饰品主要包括钻石饰品、爱尚炫，其他产品收入占比较小。

2014年至2016年，公司上述五大主要产品类的销售收入占同期主营业务收入的比重分别为95.12%、95.11%和95.53%，上述主要产品类饰品报告期销量、售价变化情况如下所示：

年度	饰品品类	产品	数量	单价 (元/克；元/件)	销售收入 (万元)	销售收入占主营业务收入的比重 (%)
2016年度	素金饰品	计克类黄金饰品（千克）	1,308.10	266.13	34,813.17	44.96
		爱尚金（千克）	184.01	378.93	6,972.76	9.00
		铂金饰品（千克）	57.01	289.96	1,653.02	2.13
	镶嵌饰品	钻石饰品（件）	42,263.00	5,759.55	24,341.59	31.43
		爱尚炫（件）	29,430.00	2,108.37	6,204.92	8.01
	合计			-	-	73,985.47
2015年度	素金饰品	计克类黄金饰品（千克）	1,858.62	242.22	45,020.03	50.31
		爱尚金（千克）	148.84	395.62	5,888.34	6.58
		铂金饰品（千克）	84.35	286.48	2,416.52	2.70
	镶嵌饰品	钻石饰品（件）	42,640.00	6,197.35	26,425.50	29.53
		爱尚炫（件）	21,135.00	2,535.10	5,357.93	5.99
	合计			-	-	85,108.32
2014年度	素金饰品	计克类黄金饰品（千克）	1,931.85	261.25	50,469.23	50.56
		爱尚金（千克）	123.41	408.89	5,046.03	5.05
		铂金饰品（千克）	102.19	324.97	3,320.98	3.33
	镶嵌饰品	钻石饰品（件）	47,942.00	6,584.64	31,568.09	31.62
		爱尚炫（件）	16,694.00	2,726.85	4,552.20	4.56
	合计			-	-	94,956.53

公司2015年主营业务收入较2014年下降10.37%，2016年主营业务收入较2015年下降13.46%。

从公司产品结构来看，报告期公司主营业务收入下降的主要原因是计克类黄金饰品和钻石饰品销售收入下降。一方面是因为报告期内公司围绕“轻时尚”

品牌发展战略，逐步调整产品品类结构，加大“爱尚金”、“爱尚炫”等高毛利率产品的推广力度，主动减少了对低毛利率的传统计克类黄金饰品的铺货，计克类黄金饰品收入相应减少。

另一方面，宏观市场环境导致黄金及钻石饰品价格 and 市场需求下降，报告期内，我国珠宝首饰行业经历了剧烈的市场波动周期，2013年国际金价异常变动，导致国内居民对黄金类产品的市场需求被提前透支，该影响一直延续到报告期，加上国内经济形势下滑，导致近年来市场对黄金饰品和单价较高的钻石饰品的消费需求仍然较为低迷。此外，2014年及2015年国际金价处于震荡下跌行情，公司素金饰品中计克类黄金饰品零售价格与上海黄金交易所挂牌价格联动，导致计克类黄金饰品销售价格随之下降，收入相应降低。

报告期内，公司“爱尚金”、“爱尚炫”等系列产品因其工艺精美、产品特色鲜明、设计元素丰富等特点，市场认可度越来越高。报告期内公司“爱尚金”、“爱尚炫”等高毛利率产品的销量、销售金额及销售收入占比均逐年上升。

(4) 店铺家数、单店销售金额变化与销售收入变化原因

2016 年度				
销售模式	期末家数(家)	销售收入(万元)	收入占比(%)	平均单店收入(万元)
直营(实体店)	15	31,879.61	41.17	1,992.48
直营(电商)	-	1,727.72	2.23	1,727.72
专柜	42	30,087.77	38.85	813.18
加盟	34	13,746.54	17.75	416.56
合计	91	77,441.65	100.00	900.48
2015 年度				
销售模式	期末家数(家)	销售收入(万元)	收入占比(%)	平均单店收入(万元)
直营(实体店)	17	48,148.66	53.81	2,534.14
直营(电商)	-	753.96	0.84	753.96
专柜	32	25,879.30	28.92	808.73
加盟	32	14,701.52	16.43	534.60
合计	81	89,483.43	100.00	1,139.92
2014 年度				
销售模式	期末家数(家)	销售收入(万元)	收入占比(%)	平均单店收入(万元)
直营(实体店)	21	61,798.30	61.90	2,874.34
直营(电商)	-	228.89	0.23	228.89
专柜	32	24,771.50	24.81	739.45
加盟	23	13,038.53	13.06	766.97

合计	76	99,837.21	100.00	1,386.63
----	----	-----------	--------	----------

注：单店销售金额=销售收入/对应模式下当年平均门店家数；当年平均门店家数=（期初家数+期末家数）/2；上表中计算直营（电商）单店收入时将公司电商平台视为 1 家门店。

从销售模式来看，2015 年、2016 年公司主营业务收入下降主要原因是直营（实体店）家数下降以及直营（实体店）单店销售规模下降。随着国内大中型零售商场的快速发展，传统街边店停车难、交通不易达等固有缺陷日益凸显，在大中型城市中人们的消费场所逐渐从街边店往商场转移，传统街边直营店运营效率有所下降。报告期内，公司根据商圈变化情况关闭数家街边直营店，2016 年新开的三家直营店选址均设在大型购物中心内部场地。

报告期，公司直营（电商）业务销售收入逐年快速增长，但目前销售规模仍然较小。

为应对市场环境变化，公司在新设门店选址时，倾向选择商场专柜和购物中心直营店，报告期内公司专柜店铺家数、销售收入、单店销售金额均呈稳步上升趋势。

报告期公司直营（实体）店家数以及单店销售规模下降、直营（电商）业务销售规模快速增长、以及专柜业务销售规模稳步增长的情况符合国内零售业态整体发展趋势。

2、报告期内不同销售模式下前十名客户销售情况

（1）直营模式

1) 自然人消费者客户

公司直营模式主要为直接面对终端消费者，客户非常分散。按照自然人客户统计，报告期直营模式下前十名统计如下：

年份	前十名自然人客户合计收入	占当期营业收入比重
2016 年度	435.09	0.56%
2015 年度	745.82	0.83%
2014 年度	412.13	0.41%

由上表可见，公司直营模式下前十名自然人客户合计收入占公司营业收入比重较小。

2) 直营门店收入排名

按照直营门店收入排名，公司直营模式下前十名直营门店如下：

2016 年度			
序号	门店名称	销售收入（万元）	占当期销售收入比例（%）
1	萧山店	14,466.31	18.57
2	慈溪店	4,821.38	6.19
3	宁波天一国购店	1,467.42	1.88
4	诸暨店	1,386.56	1.78
5	余姚店	1,264.27	1.62
6	嘉兴店	974.86	1.25
7	杭州凤起店	895.18	1.15
8	桐乡店	883.70	1.13
9	杭州解放店	792.39	1.02
10	绍兴店	791.00	1.02
	合计	27,743.07	35.62
2015 年度			
序号	门店名称	销售收入（万元）	占当期销售收入比例（%）
1	萧山店	19,629.93	21.86
2	慈溪店	6,739.27	7.50
3	湖州店	2,814.15	3.13
4	宁波天一国购店	1,885.49	2.10
5	诸暨店	1,580.50	1.76
6	嘉兴店	1,556.62	1.73
7	嘉善店	1,469.77	1.64
8	绍兴店	1,405.37	1.56
9	余姚店	1,301.77	1.45
10	杭州延安店	1,204.86	1.34
	合计	39,587.73	44.08
2014 年度			
序号	门店名称	销售收入（万元）	占当期销售收入比例（%）
1	萧山店	23,055.80	23.07
2	慈溪店	8,302.06	8.31
3	湖州店	4,177.06	4.18
4	宁波天一国购店	2,045.85	2.05
5	绍兴店	2,022.65	2.02
6	富阳店	1,847.26	1.85
7	诸暨店	1,824.04	1.83
8	嘉兴店	1,756.11	1.76
9	杭州延安店	1,633.56	1.63

10	余姚店	1,580.47	1.58
	合计	48,244.86	48.27

3) 除实体店外，公司电商业务主要通过天猫、唯品会等第三方电商平台，以线上方式进行产品销售，2014~2016年通过不同电商平台实现销售收入、占公司营业收入比例如下表所示：

单位：万元

项目	2016年度		2015年度		2014年度	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
天猫旗舰店	928.56	1.19	661.90	0.74	228.89	0.23
唯品会	769.13	0.99	89.86	0.10	-	-
其他	30.03	0.04	2.21	0.00	-	-
合计	1,727.72	2.22	753.96	0.84	228.89	0.23

(2) 专柜模式

报告期，公司向前十名专柜客户的销售收入及占当期销售收入的比重情况如下：

2016年度			
序号	客户名称	销售收入(万元)	占当期销售收入比例(%)
1	银泰商业(集团)有限公司及其关联方	18,461.08	23.70
2	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	2,419.81	3.11
3	绍兴大通商城股份有限公司及其关联方	2,016.85	2.59
4	杭州解百集团股份有限公司及其关联方	1,388.32	1.78
5	浙江上百贸易有限公司	1,298.77	1.67
6	宁波中百股份有限公司第二百货商店	914.96	1.17
7	宁波太平洋百货集团有限公司	804.45	1.03
8	浙江东兴商厦股份有限公司	734.16	0.94
9	雄风集团有限公司	729.43	0.94
10	浙江诸暨一百购物中心有限公司	370.38	0.48
	合计	29,138.21	37.41
2015年度			
序号	客户名称	销售收入(万元)	占当期销售收入比例(%)
1	银泰商业(集团)有限公司及其关联方	16,123.82	17.95
2	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	2,398.28	2.67
3	绍兴大通商城股份有限公司及其关联方	1,890.57	2.10
4	杭州解百集团股份有限公司及其关联方	1,496.33	1.67
5	浙江上百贸易有限公司	1,385.66	1.54

6	浙江东兴商厦股份有限公司	824.58	0.92
7	宁波太平洋百货集团有限公司	517.06	0.58
8	浙江诸暨一百购物中心有限公司	436.13	0.49
9	宁波中百股份有限公司第二百货商店	246.04	0.27
10	雄风集团有限公司	225.13	0.25
	合计	25,543.60	28.44
2014 年度			
序号	客户名称	销售收入(万元)	占当期销售收入比例 (%)
1	银泰商业（集团）有限公司及其关联方	13,750.09	13.76
2	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	2,293.22	2.29
3	杭州解百集团股份有限公司及其关联方	1,885.95	1.89
4	绍兴大通商城股份有限公司及其关联方	1,634.24	1.64
5	浙江上百贸易有限公司	1,579.03	1.58
6	浙江东兴商厦股份有限公司	783.11	0.78
7	百联集团有限公司	547.70	0.55
8	宁波太平洋百货集团有限公司	480.79	0.48
9	浙江诸暨一百购物中心有限公司	415.37	0.42
10	浙江尚泰百货有限公司	338.71	0.34
	合计	23,708.21	23.72

注：公司商场客户中，浙江银泰百货有限公司、绍兴银泰百货有限公司等均受银泰商业（集团）有限公司及其关联企业控制；杭州大厦有限公司受杭州解百集团股份有限公司控制；绍兴大通购物中心有限公司受绍兴大通商城股份有限公司控制，因此分别合并计算其收入。

由上表，报告期内公司商场客户的销售收入及占比基本稳定，各期第一大商场客户均为银泰商业（集团）有限公司。

（3）加盟模式

报告期，公司向前十名加盟客户的销售收入及占当期销售收入的比重情况如下：

2016 年度			
序号	客户名称	销售收入(万元)	占当期销售收入比例 (%)
1	赵洪	3,408.56	4.38
2	郭黎明	1,453.45	1.87
3	杭州萧山宝琳阁珠宝行	1,261.13	1.62
4	龚传坤	1,261.10	1.62
5	盛兵	990.18	1.27

6	杭州来氏珠宝有限公司	851.88	1.09
7	陈祖权	779.75	1.00
8	金加平	585.91	0.75
9	方良	522.56	0.67
10	温岭市太平鑫鸿珠宝商行	455.33	0.58
	合计	11,569.85	14.85
2015 年度			
序号	客户名称	销售收入（万元）	占当期销售收入比例（%）
1	赵洪	2,210.25	2.46
2	盛兵	1,446.49	1.61
3	陈祖权	1,404.73	1.56
4	龚传坤	1,343.94	1.50
5	杭州萧山宝琳阁珠宝行	1,269.14	1.41
6	杭州来氏珠宝有限公司	886.88	0.99
7	李星光	873.41	0.97
8	杭州曼晶珠宝有限公司	780.31	0.87
9	郭黎明	739.15	0.82
10	金加平	685.85	0.76
	合计	11,640.15	12.96
2014 年度			
序号	客户名称	销售收入（万元）	占当期销售收入比例（%）
1	陈祖权	2,635.91	2.64
2	杭州萧山宝琳阁珠宝行	1,528.37	1.53
3	盛兵	1,162.73	1.16
4	杭州曼晶珠宝有限公司	961.97	0.96
5	金加平	911.66	0.91
6	杭州曼瑞珠宝首饰有限公司	834.52	0.84
7	杭州蕴华珠宝有限公司	705.27	0.71
8	方良	620.94	0.62
9	杭州来氏珠宝有限公司	600.26	0.60
10	杭州曼多珠宝有限公司	599.02	0.60
	合计	10,560.65	10.57

报告期内公司前十大加盟客户的变动情况及变动主要原因如下：

客户名称	报告期内控制的加盟店	变动情况	变动主要原因
陈祖权	杭州西田加盟专柜	2014 年第一	2015 年杭州万达生活广

	杭州万达生活广场加盟专柜	大加盟客户， 2015 年、 2016 年发行人对其收入及销售占比逐年下降	场加盟专柜和世纪联华华商专柜关店，因公司不允许加盟商退货，故陈祖权将上述两家店的剩余库存转至其剩余门店进行销售，导致公司 2015 年、2016 年对其销售收入大幅下降。
	杭州三墩香港城加盟专卖店		
	杭州永旺梦乐城加盟专柜		
	杭州联华华商（新）加盟专柜		
赵洪	湖州市红旗路加盟店	2015 年、 2016 年第一大加盟客户	2015 年成为公司加盟客户，湖州红旗路加盟店及泰安路加盟店为 2015 年开业，嘉善加盟店为 2016 年开业。同时该加盟商还从事其他珠宝品牌经营。
	湖州南浔区泰安路加盟店		
	嘉善县解放路加盟店		
郭黎明	慈溪市保利滨湖天地加盟专柜	2015 年成为第九大加盟客户，2016 年第二大加盟客户	保利滨湖加盟专柜及华润万家香格加盟专柜为 2015 年开业，2015 年开始进入前十大加盟客户名单；观海卫加盟专柜为 2016 年开业，对其销售收入随之增长，2016 年成为第二大加盟商客户。
	慈溪华润万家香格店加盟专柜		
	慈溪观海卫嘉润国际广场加盟专柜		
龚传坤	杭州市萧山区瓜沥镇加盟专卖店	2015 年、 2016 年第四大加盟客户	瓜沥属于公司成熟市场，萧山区瓜沥镇加盟店 2015 年开业当年即成为公司第四大加盟客户。
	杭州市衣之家百货加盟专柜		
温岭市太平鑫鸿珠宝商行	温岭万寿路店	2016 年进入公司前十大加盟客户名单	2013 年成为公司加盟客户，温岭万寿路店为 2013 年开业，温岭银泰专柜为 2014 年开业，随着加盟商销售规模增长，2016 年成为第十大加盟客户。
	温岭银泰专柜		
李星光	义乌工人西路加盟专卖店（原义乌城中中路加盟专卖店）	2015 年第七大加盟客户， 2016 年未进入前十大加盟客户名单	2015 年 3 月，公司义乌城中中路专卖店转加盟，李星光成为公司加盟客户，2016 年商圈变化，该加盟店移址，收入下降。
杭州曼晶珠宝有限公司	萧山恒隆广场店	2016 年较上年销售收入降幅较大	萧山恒隆广场商场改造，门店 2016 年 4 月至 10 月暂停营业，同时杭州水晶城加盟店商圈变化，导致收入下降。
	杭州水晶城加盟专柜		

杭州曼瑞珠宝首饰有限公司	杭州润茂 O2O 城市生活专柜	2014 年第六大加盟客户，2015 年以后未进入前十大加盟客户名单	加盟商经营不善，门店先后关闭
	义乌世纪联华都市生活专柜		
杭州蕴华珠宝有限公司	世纪联华运河专柜	2014 年第七大加盟客户，2015 年以后未进入前十大加盟客户名单	加盟商经营不善，将门店关闭
杭州曼多珠宝有限公司	富阳东方茂专柜	2014 年第十大加盟客户，2015 年以后未进入前十大加盟客户名单	加盟商经营不善，将门店转让或关闭
	杭州联华华商加盟专柜		
	衢州上街南湖加盟专卖店		

注：慈溪市保利滨湖天地加盟专柜、慈溪华润万家香格专卖店和慈溪观海卫嘉润国际广场加盟专柜均系由沈冰冰、郭黎明、徐雪君三人共同出资经营，沈冰冰系公司间接持股股东，间接持有发行人 1.80% 的股东权益。

最近三年，公司不存在向单个客户销售超过销售总额 50% 的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司 5% 以上股份的股东与上述客户没有任何关联关系，也未在其中占有权益。

（四）主要原材料和能源及其供应情况

1、主要原材料和能源供应情况

公司采购的主要原材料为黄金、铂金、钻石等，其中黄金、铂金主要由金交所供应，钻石主要由境外钻石供应商及钻交所会员单位供应。

公司无生产环节，办公及经营场所耗用能源为水、电，由当地公用事业部门供应。

最近三年，公司主要原材料采购额及占采购总额比例如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	采购额	占比(%)	采购额	占比(%)	采购额	占比(%)
黄金	25,999.84	42.80%	33,402.74	50.18%	32,331.74 ^注	41.07%
铂金	787.94	1.30%	1,932.84	2.90%	3,567.65	4.53%
钻石	8,002.31	13.17%	5,704.25	8.57%	9,134.64	11.60%

注：2014年黄金原材料采购额包含金交所黄金采购金额及向银行租赁并提取38公斤实物黄金采购金额。

2、主要原材料价格变动情况

（1）主要原材料价格变动情况

最近三年，公司主要原材料采购价格变动情况如下表所示：

单位：元/克

项目	2016年度		2015年度		2014年度
	单价	增减（%）	单价	增减（%）	单价
黄金	223.17	10.24	202.44	-5.08	213.27 ^注
铂金	183.06	-7.48	197.87	-20.17	247.87

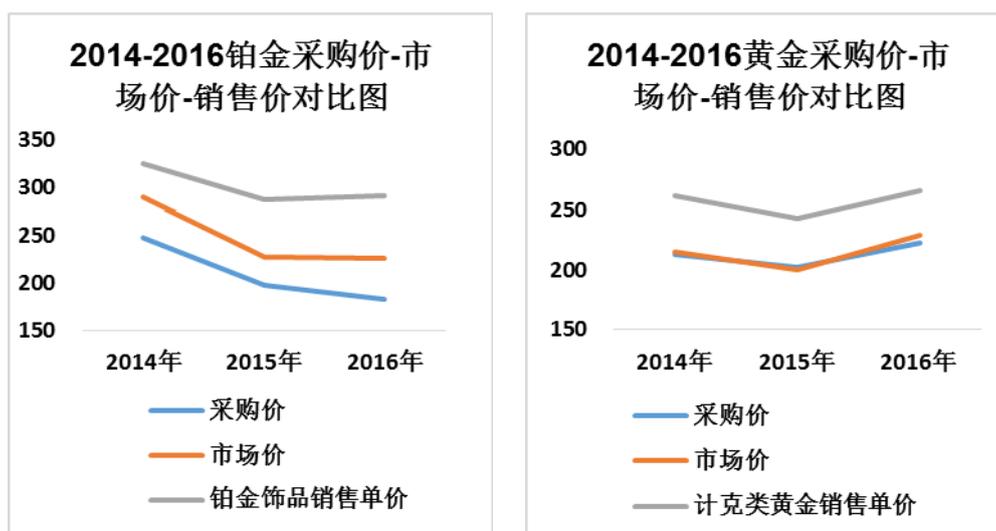
注：2014年黄金采购单价为根据金交所和黄金租赁提料采购金额、采购量计算。

（2）主要原材料价格波动和产品销售价格波动的关联度

公司主营业务收入主要来源于素金饰品及镶嵌饰品，其中素金饰品主要包括计克类黄金饰品、爱尚金、铂金饰品，镶嵌饰品主要包括钻石饰品、爱尚炫，其他产品收入占比较小。2014年至2016年，公司上述五大主要产品类的销售收入占同期主营业务收入的比重分别为95.12%、95.11%和95.53%。报告期，公司五大主要产品类的原材料采购价格和产品售价的波动关联度如下：

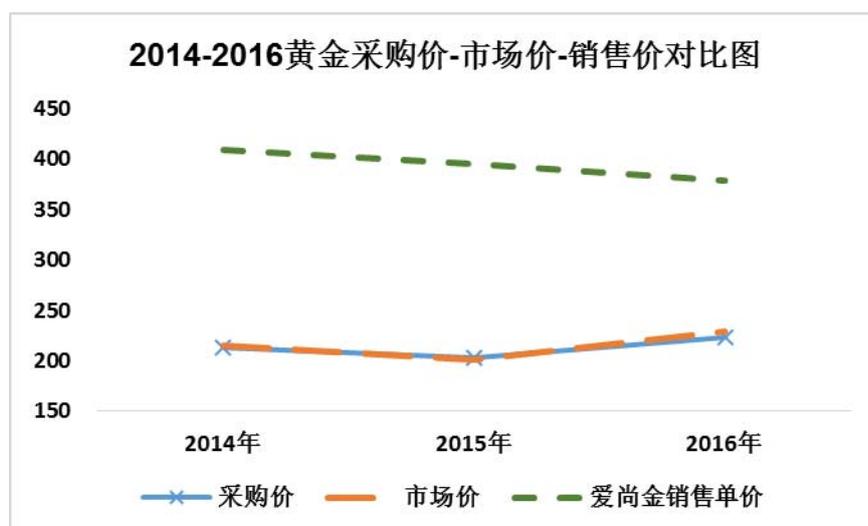
1) 公司素金饰品中的计克类黄金饰品和铂金饰品的零售价格与上海金交所黄金、铂金挂牌价格联动。故报告期内计克类黄金饰品和铂金饰品销售单价变动的主要原因是黄金和铂金市场价格变动。

报告期，公司计克类黄金饰品和铂金饰品的销售单价与公司黄、铂金原材料的采购价格及市场价格的关联度对比如下图所示：



如上图所示，报告期内，公司计克类黄金饰品和铂金饰品的销售单价变动与市场价格走势基本一致。

2) 公司爱尚金属于高工艺、高毛利率产品，公司销售定价政策为按件标价销售，为保持产品销售政策的稳定性，公司规定只有当国际金价与公司定价基准差额超过 30 元/克，且持续时间超过 2 个月，才启动爱尚金的调价机制。2015 年爱尚金销售单价变动趋势与黄金市场价格变动一致，2016 年虽然黄金市场价格上涨，但未达到公司调价标准，2016 年爱尚金销售单价下降主要原因系为鼓励加盟业务发展，公司降低了对加盟商的爱尚金销售折扣率。报告期公司爱尚金饰品销售单价与公司黄金原材料的采购价格及市场价格的关联度对比如下图所示：



3) 公司镶嵌饰品以钻石饰品和爱尚炫为主，均为计件销售，每件饰品单

独定价，镶嵌饰品款式多样，不同款式材质、工艺等方面差异较大，因此单件饰品价格差异较大。整体而言，钻石饰品售价与钻石规格相关度较高，爱尚炫饰品售价与款式相关度较高。

3、公司向前五名供应商的采购情况

最近三年，公司对前五名供应商采购的金额及占比情况如下：

期间	前五名供应商名称	采购额（万元）	占采购总额的比例（%）
2016年	上海黄金交易所	26,787.78	44.10
	杭州航民百泰首饰有限公司及其关联方	3,583.25	5.90
	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	2,197.83	3.62
	凯吉凯钻石上海有限公司	1,859.77	3.06
	上海瑞丰珠宝有限公司	1,542.51	2.54
	合计	35,971.14	59.22
2015年度	前五名供应商名称	采购额（万元）	占采购总额的比例（%）
	上海黄金交易所	35,335.59	53.08
	浙江明牌珠宝股份有限公司	2,423.39	3.64
	凯吉凯钻石（上海）有限公司	1,736.75	2.61
	深圳市缘与美实业有限公司	1,700.43	2.55
	R.A.GemCentreltd	1,369.03	2.06
	合计	42,565.19	63.94
2014年度	前五名供应商名称	采购额（万元）	占采购总额的比例（%）
	上海黄金交易所	35,065.11	44.54
	浙江明牌珠宝股份有限公司	6,009.98	7.63
	R.A.GemCentreltd	4,386.96	5.57
	深圳市缘与美实业有限公司	2,527.69	3.21
	深圳市翠绿首饰股份有限公司及其关联方	1,544.14	1.96
	合计	54,078.40	62.91

注：公司供应商中，深圳市安盛首饰有限公司系深圳市翠绿首饰股份有限公司子公司，杭州航民百泰首饰有限公司、深圳市尚金缘珠宝实业有限公司为受同一控制企业，因此分别合并计算对其采购额。

报告期内，公司不存在向除金交所以外的其他单个供应商采购额超过采购总额50%的情况。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司5%以上股份的股东与上述供应商没有任何关联关系，也未在其中占有权益。

报告期公司第一大供应商均为上海黄金交易所，各年其他前五名供应商排名有所变化，具体情况如下：

供应商名称	变动情况	变动主要原因
浙江明牌珠宝股份有限公司	2015 年采购金额大幅下降；2016 年未进入前五名供应商	公司产品结构调整，逐渐减少对普通工艺产品的采购。
R.A.GemCentre ltd	2015 年采购金额及占比大幅下降，2016 年未进入前五名供应商	公司 2015 年钻石整体采购量下降。
深圳市缘与美实业有限公司	2016 年未进入前五名供应商名单	产品线调整，与其业务量逐渐减少。
深圳市翠绿首饰股份有限公司 深圳市安盛首饰有限公司	2014 年第五大供应商，2015 年以后未进入前五名供应商名单	公司产品结构调整，逐渐减少对普通工艺产品的采购。
凯吉凯钻石（上海）有限公司	2015 年进入公司前五名客户名单	系境内供应商，2015 年市场行情低迷，公司促销活动较多，对采购周期的时效性要求较高，故加大了对其采购量。
杭州航民百泰首饰有限公司 深圳市尚金缘珠宝实业有限公司	2016 年进入前五名供应商名单	航民百泰和尚金缘均为公司长期合作供应商，2016 年公司产品线调整，加大与航民百泰业务量。
上海瑞丰珠宝有限公司	2016 年进入前五名供应商名单	该公司系公司 2016 年主推产品“上帝之光”钻石的主要供应商，2016 年对其采购量加大。

4、按原材料类别区分的主要供应商采购情况

（1）黄金、铂金原材料采购主要供应商情况

1) 主要供应商的名称、基本情况、采购金额、结算方式、采购量及采购价格

报告期内，公司黄铂金原材料主要为从上海黄金交易所采购，上海黄金交易所是经国务院批准，由中国人民银行组建，中国专门从事黄金、铂金交易的国家级市场。报告期内，公司向上海黄金交易所采购黄金和铂金原材料的具体情况如下：

2016 年度					
原材料内容	重量（千克）	单价（元/克）	采购金额（万元）	采购金额占原材料采购比重（%）	结算方式
黄金	1,165.00	223.17	25,999.84	100.00	现货实盘交易

铂金	43.04	183.06	787.94	100.00	现货实盘交易
2015 年度					
黄金	1,650.00	202.44	33,402.74	100.00	现货实盘交易
铂金	97.68	197.87	1,932.84	100.00	现货实盘交易
2014 年度					
黄金	1,478.00	213.11	31,497.46	97.42	现货实盘交易
铂金	143.93	247.87	3,567.65	100.00	现货实盘交易

2) 黄金、铂金原材料采购价格及采购量变动分析

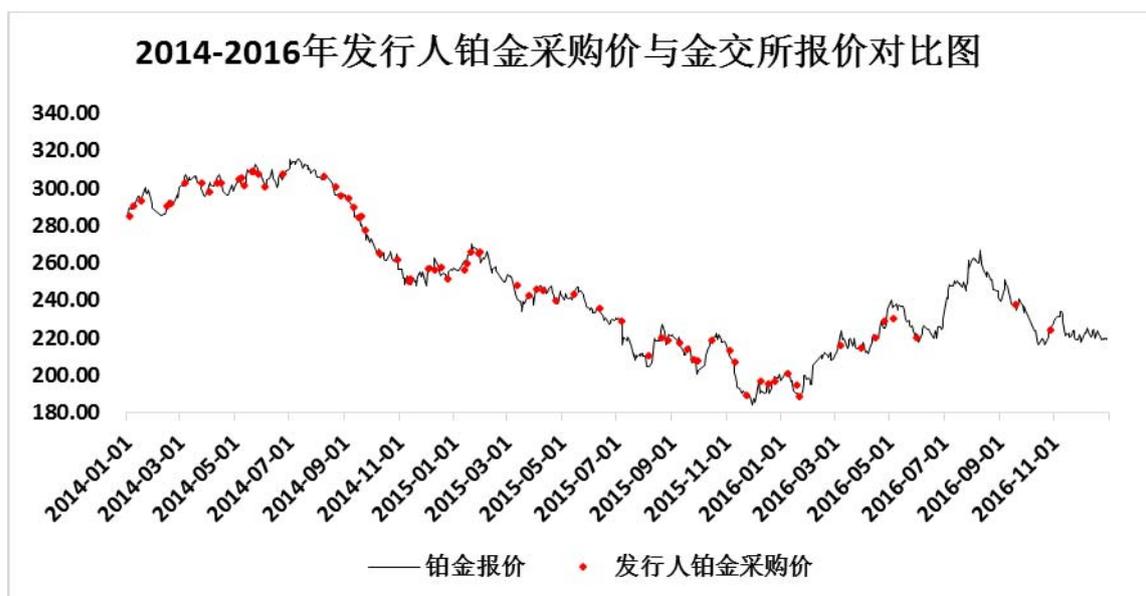
①黄金、铂金原材料采购价格变动分析

报告期内，公司黄铂金原材料主要为从上海黄金交易所采购，黄铂金采购价格随金交所系统实时报价波动，报告期内公司所有采购日的黄金采购价格（含税价）与上海黄金交易所AU9999每日收盘价格走势对比如下：



注：金交所黄金报价数据来源于WIND资讯

报告期内公司所有采购日的铂金采购价格（含税价）与上海黄金交易所PT995每日收盘价格走势对比如下：



注：金交所铂金报价数据来源于WIND资讯

从上图可知，公司报告期内黄金和铂金采购价格与上海黄金交易所每日收盘价格紧密相关。

②黄金、铂金采购量变动分析

A、黄金采购量变动情况

报告期内公司饰品销售的黄金主要来源于黄金原材料采购和成品采购，其中黄金原材料采购主要为向上海黄金交易所采购以及向银行租赁并提取实物黄金两种渠道，成品采购包括新品成品采购和门店顾客以旧换新两种渠道，报告期内公司黄金采购量具体情况如下：

采购方式	采购渠道	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		重量 (千克)	占比 (%)	重量 (千克)	占比 (%)	重量 (千克)	占比 (%)
原材料采购	金交所采购	1,165.00	73.43	1,650.00	77.26	1,478.00	70.33
	黄金租赁提料	-	-	-	-	38.00	1.81
成品采购	新品成品采购	170.37	10.74	140.99	6.60	364.82	17.36
	以旧换新	251.16	15.83	344.61	16.14	220.82	10.50
合计		1,586.53	100.00	2,135.60	100.00	2,101.64	100.00

如上表所示，2016年公司黄金采购量下降幅度较大，主要原因是2016年公司素金饰品销量降幅较大。

B、铂金采购量变动情况

报告期内公司饰品销售的铂金主要来源于铂金原材料采购和成品采购，其中

铂金原材料采购全部为向上海黄金交易所采购，成品采购包括新品成品采购和门店顾客以旧换新两种渠道，报告期内公司铂金采购量较小，具体情况如下：

采购方式	采购渠道	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		重量 (千克)	占比 (%)	重量 (千克)	占比 (%)	重量 (千克)	占比 (%)
原材料采购	金交所采购	43.04	57.68	97.68	71.42	143.93	77.37
成品采购	新品成品采购	3.87	5.19	0.00	0.00	0.08	0.04
	以旧换新	27.70	37.13	39.09	28.58	42.02	22.59
合计		74.61	100.00	136.77	100.00	186.03	100.00

报告期内公司铂金的采购量较小，采购量下降的主要原因是报告期内公司铂金饰品的销售量下降。

C、黄铂金采购量与素金饰品销售量的配比情况

报告期内，公司黄金采购主要用于生产素金饰品中的计克类黄金饰品、爱尚金，以及用于部分镶嵌饰品的加工等。铂金采购主要用于加工铂金饰品和戒托。2014年-2016年公司计克类黄金饰品、爱尚金、铂金饰品合计收入占公司素金饰品相应期间收入的比重分别为95.69%、95.70%和96.19%，故以下仅分析计克类黄金饰品、爱尚金和铂金饰品报告期内的销售量与黄金、铂金采购量的配比关系。

公司报告期内黄铂金采购量与黄铂金饰品的销售量的配比关系如下：

项目		2016 年	2015 年	2014 年
黄铂金采购量 (千克)	原材料采购	1,208.04	1,747.68	1,659.93
	成品采购	453.10	524.69	627.74
	合计	1,661.14	2,272.37	2,287.67
黄铂金饰品销 售量(千克)	计克类黄金	1,308.10	1,858.62	1,931.85
	爱尚金	184.01	148.84	123.41
	铂金	57.01	84.35	102.19
	合计	1,549.12	2,091.81	2,157.45
黄铂金饰品销售量/黄铂金采购量		93.26%	92.05%	94.31%

从上表可知，报告期内公司黄铂金饰品销售量占黄铂金采购量比重较稳定，销售量和采购量配比。

(2) 钻石采购主要供应商情况

1) 主要供应商基本情况

名称	成立日期	注册资本	经营范围/主营业务	主要股东
凯吉凯钻石（上海）有限公司	2004.4.21	510.00 万美元	在上海钻石交易所开展钻石（不含金银）的交易（包括转口贸易、加工贸易、进出口业务）。	KGK DIAMONDS(HK)LTD
上海瑞丰珠宝有限公司	2013.10.30	200.00 万人民币	珠宝玉器、金银首饰、钻石、钟表、工艺品的销售，从事货物及技术的进出口业务。	庄雷、汪殿云
多乐美（上海）钻石有限公司	2002.2.9	200.00 万美元	在上海钻石交易所开展钻石（不含金银）的交易（包括转口贸易、加工贸易）、钻石的进出口贸易。	COOL ICE (HONG KONG) LIMITED
R.A.Gem Centre Ltd.	1998.6.5	10,675.23 万港币	钻石加工及贸易	S Vinodkumar International Pte. Ltd.
ANKITGEMS(HONG KONG)LTD	2005.1.17	394.80 万港币	钻石加工及贸易	Shah Dhwani Pravinkumar
COMINCO (BELGIUM) BVBA	1986.1.6	28.18 万欧元	钻石加工及贸易	Claude Yves Nobles
K.GLRDHARLAL(HK)LTD	2000.3.6	150.00 万美元	钻石加工及贸易	K. Girdharlal Diamond(India) Pvt. Ltd. K. Girdharlal International Limited Diamantina S.A. Vinodkumar Gautamlal Shah
AASHI DIAMONDS LIMITED	2012.3.15	10.00 万港币	钻石加工及贸易	Manan Kuvadiah

2) 采购金额、结算方式、采购量及采购价格

报告期内，公司向钻石前五名供应商采购具体情况如下：

2016 年度					
序号	供应商名称	重量（克拉）	单价（万元/克拉）	采购金额（万元）	结算方式
1	凯吉凯钻石（上海）有限公司	1,456.26	1.28	1,859.77	15-60 天银行转账
2	上海瑞丰珠宝有限公司	927.56	1.66	1,542.51	30-60 天银行转账
3	R.A.Gem Centre Ltd	1,149.16	1.11	1,275.11	30-90 天银行转账
4	ANKITGEMS(HONG	535.13	1.88	1,005.83	30-60 天银行转账

	KONG)LTD				
5	COMINCO (BELGIUM) BVBA	492.46	1.72	848.35	30 天内银行转账
	合计	4,560.57	1.43	6,531.57	-
2015 年度					
序号	供应商名称	重量 (克拉)	单价 (万元/克拉)	采购金额 (万元)	结算方式
1	凯吉凯钻石（上海）有限公司	1,409.40	1.23	1,736.75	15-60 天银行转账
2	R.A.Gem Centre Ltd	926.58	1.48	1,369.03	30-90 天银行转账
3	ANKITGEMS(HONG KONG)LTD	429.38	2.00	857.24	30-60 天银行转账
4	多乐美（上海）钻石有限公司	790.77	1.07	844.46	60-90 天银行转账
5	AASHI DIAMONDS LIMITED	347.00	1.83	635.15	30-60 天银行转账
	合计	3,903.13	1.39	5,442.63	-
2014 年度					
序号	供应商名称	重量 (克拉)	单价 (万元/克拉)	采购金额 (万元)	结算方式
1	R.A.Gem Centre Ltd	3,291.97	1.33	4,386.96	30-90 天银行转账
2	K.GLRDHARLAL(HK)LTD	1,045.90	1.31	1,373.64	30-60 天银行转账
3	AASHI DIAMONDS LIMITED	590.24	1.81	1,067.86	30-60 天银行转账
4	凯吉凯钻石（上海）有限公司	1,005.33	0.98	990.01	15-60 天银行转账
5	多乐美（上海）钻石有限公司	877.67	0.89	777.83	60-90 天银行转账
	合计	6,811.10	1.26	8,596.30	-

3) 钻石采购价格及采购量变动分析

①不同供应商采购价格比较

报告期内，公司主要原材料中钻石境外采购为通过全资子公司戴曼克森（具有上海钻石交易所会员资格）在香港、印度等地区向国际知名钻石供应商采购，境内采购为通过全资子公司浙江玖瑞玖直接向具有上海钻石交易所会员资格的境内钻石供应商采购。钻石的采购价格要根据克重、颜色、净度、切工等综合因素确定，规格组合众多，克重、颜色、净度和切工的等级越高，钻石的单位价格呈几何倍数上升，不同组合规格的产品价格差异巨大。由于影响钻石采购价格的因素众多，公司向不同供应商采购的价格差异较大。总体而言，公司主要钻石供应商的采购价格比较情况如下：

主要供应商	采购规格	单价比较
ANKITGEMS(HONG KONG)LTD	1 克拉以上为主	单价较高
COMINCO (BELGIUM) BVBA 上海瑞丰珠宝有限公司	73 面切工“上帝之光”钻石为主	
R.A.Gem Centre ltd	0.30-0.80 克拉为主	单价相对较低
K.GLRDHARLAL(HK)LTD 凯吉凯钻石（上海）有限公司		
多乐美（上海）钻石有限公司	颜色、净度较低的低规格产品为主	单价最低
AASHI DIAMONDS LIMITED	采购规格跨度较大	各年价格差异较大

②同一供应商不同年度价格及采购量

A、同一供应商不同年度采购量变化情况

报告期内，公司前五大钻石供应商各期采购量变化情况如下：

序号	供应商名称	2016 年		2015 年		2014 年
		采购量 (克拉)	增长率 (%)	采购量 (克拉)	增长率 (%)	采购量 (克拉)
1	凯吉凯钻石（上海）有限公司	1,456.26	3.32	1,409.40	40.19	1,005.33
2	上海瑞丰珠宝有限公司	927.56	-	-	-	-
3	R.A.Gem Centre ltd	1,149.16	24.02	926.58	-71.85	3,291.97
4	ANKITGEMS(HONG KONG)LTD	535.13	24.63	429.38	135.37	182.43
5	COMINCO (BELGIUM) BVBA	492.46	584.16	71.98	-	-
6	K.GLRDHARLAL(HK)LTD	507.79	66.60	304.80	-70.86	1,045.90
7	多乐美（上海）钻石有限公司	395.05	-50.04	790.77	-9.90	877.67
8	AASHI DIAMONDS LIMITED	331.17	-4.56	347.00	-41.21	590.24

2015 年，公司主要钻石供应商除凯吉凯和 ANKITGEMS(HONG KONG)LTD 外，对其余供应商的采购量均有较大幅度的下降，主要原因是 2015 年行业景气度下降，公司优化铺货结构，减少钻石销售备货，导致整体采购量下降。2015 年公司对凯吉凯钻石采购量增幅较大，主要系 2015 年公司促销活动较多，对采购周期的时效性要求较高，故加大了对境内供应商凯吉凯的采购量，2015 年公司对 ANKITGEMS(HONG KONG)LTD 钻石采购量增幅较大，主要系因为该公司钻石品质较高，2015 年公司加大了对该公司的采购量。

2016 年，随着市场行情逐渐企稳，公司对主要供应商的钻石采购量有所上升，2016 年公司大力推广自有专利的 73 面切工“上帝之光”钻石，上海瑞丰

珠宝有限公司和 COMINCO (BELGIUM) BVBA 系“上帝之光”钻石的主要供应商，公司 2016 年对其采购量大幅上升。2016 年公司对多乐美（上海）钻石有限公司的采购量降幅较大，主要系因为 2016 年公司主推“上帝之光”、“永恒印记”等高品质产品，对多乐美的低规格产品采购量下降。

B、同一供应商不同年度采购价格变化情况

报告期内，公司前五大钻石供应商各期采购价格变化情况如下：

序号	供应商名称	2016 年度		2015 年		2014 年
		单价 (万元/克拉)	增长率(%)	单价 (万元/克拉)	增长率 (%)	单价 (万元/克拉)
1	凯吉凯钻石（上海）有限公司	1.28	4.07	1.23	25.51	0.98
2	上海瑞丰珠宝有限公司	1.66	-	-	-	-
3	R.A.Gem Centre Ltd	1.11	-25.00	1.48	11.28	1.33
4	ANKITGEMS(HONG KONG)LTD	1.88	-6.00	2.00	-24.24	2.64
5	COMINCO (BELGIUM) BVBA	1.72	115.00	0.80	-	-
6	K.GLRDHARLAL(HK)LTD	1.24	8.77	1.14	-12.98	1.31
7	多乐美（上海）钻石有限公司	0.94	-12.15	1.07	20.22	0.89
8	AASHI DIAMONDS LIMITED	1.16	-36.61	1.83	1.10	1.81

影响钻石采购价格的因素众多，根据钻石克重、颜色、净度、切工的不同等级，采购价格跨度较大。报告期内公司同一供应商不同年度采购价格差异主要是由各期采购货品的规格差异造成。COMINCO (BELGIUM) BVBA 公司 2016 年的采购价格较 2015 年大幅上升，主要原因是 2015 年公司首次与该公司合作，采购了少量普通钻石，而 2016 年开始向其批量采购用于“上帝之光”系列的高品质钻石。

4) 镶嵌饰品销售量与钻石采购量的配比情况

公司镶嵌饰品以钻石饰品及爱尚炫为主，钻石采购主要用于加工该两类产

品。报告期内公司钻石采购量与已销售镶嵌饰品所耗用钻石量的配比关系如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
采购量（克拉）	9,654.97	7,841.81	11,454.42
销售量（克拉）	9,707.57	10,574.36	12,095.82
销售量/采购量（%）	100.54	134.85	105.60

如上表所示，2014 年及 2016 年公司钻石采购克重与其镶嵌饰品所用钻石的销售克重基本匹配，2015 年公司镶嵌饰品所用钻石的销售克重占钻石采购克重的比例达到 134.85%，系由于行业景气度下降，公司优化铺货结构，充分利用原有库存为主，减少钻石采购量所致。

5、最近三年主要产品委托加工情况

（1）委托加工的主要内容

公司素金饰品、镶嵌饰品主要通过委托加工方式进行生产，公司提供产品设计样式和加工要求，由公司提供所有或部分原辅材料，受托加工企业负责生产工序，公司对产品进行逐个质量验收，产品使用公司产品商标，由公司采购后销售。公司主要通过生产订单排期、产品质量检验等手段来严格控制交货期、产量、质量及工艺处理，以适应公司品牌标准和销售需要。

（2）委托加工成本占委托加工商品成本总额的比重

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
委托加工成本	3,942.12	3,078.90	3,119.70
委托加工商品成本总额	50,888.29	59,952.19	62,100.18
占委托加工商品成本总额比重	7.75%	5.14%	5.02%

公司的委托加工成本总额中主要是委托加工费，含委托加工方提供的黄铂金料以及镶嵌饰品所需配石及其他辅料。2016 年委托加工成本总额占生产成本总额比重较前两年有所上升，主要原因是 2016 年公司镶嵌饰品的黄铂金料从原来的主要由公司自行提供变更为主要由加工商提供，导致 2016 年委托加工费增幅较大。

（3）报告期发行人委托加工基本情况

报告期内，公司前五名委托加工生产商、加工内容、加工费金额及占委托加工成本总额比例如下表所示：

单位：万元

序号	2016 年度			
	委托加工生产商名称	加工费	占委托加工成本总额比例	主要加工内容
1	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	1,227.15	31.13%	镶嵌饰品
2	深圳市金麒麟黄金珠宝首饰有限公司	792.12	20.09%	素金饰品
3	深圳市宝怡珠宝首饰有限公司	273.91	6.95%	镶嵌饰品
4	深圳市峰汇珠宝首饰有限公司	255.54	6.48%	素金饰品
5	深圳市佰利德首饰有限公司	202.67	5.14%	镶嵌饰品
	合 计	2,751.40	69.79%	-
序号	2015 年度			
	委托加工生产商名称	加工费	占委托加工成本总额比例	主要加工内容
1	深圳市金麒麟黄金珠宝首饰有限公司	523.19	16.99%	素金饰品
2	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	502.08	16.31%	镶嵌饰品
3	深圳市峰汇珠宝首饰有限公司	294.97	9.58%	素金饰品
4	深圳市梁氏首饰制作有限公司 深圳市佰利德首饰有限公司	258.02	8.38%	镶嵌饰品
5	深圳市缘与美实业有限公司	253.62	8.24%	镶嵌饰品
	合 计	1,831.88	59.50%	-
序号	2014 年度			
	委托加工生产商名称	加工费	占委托加工成本总额比例	主要加工内容
1	深圳市峰汇珠宝首饰有限公司	414.39	13.28%	素金饰品
2	海丰县金桔莱黄金珠宝首饰有限公司	391.43	12.55%	素金饰品
3	深圳市梁氏首饰制作有限公司	388.90	12.47%	镶嵌饰品
4	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	343.52	11.01%	镶嵌饰品
5	深圳市缘与美实业有限公司	336.94	10.80%	镶嵌饰品
	合 计	1,875.18	60.11%	-

上述委托加方，深圳市梁氏首饰制作有限公司（以下简称梁氏首饰）与深圳市佰利德首饰有限公司（以下简称佰利德）同受自然人梁应春控制，因此合并计算采购额；深圳市金麒麟黄金珠宝首饰有限公司（以下简称金麒麟）的实际控制人洪少雄与海丰县金桔莱黄金珠宝首饰有限公司（以下简称金桔莱）的实际控制人洪佛松为表兄弟关系。报告期，前五名委托加工方合计加工费占委托加工总额的比例分别为 60.11%、59.50%、69.79%，整体占比较稳定。

发行人、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有发行人 5%以上股份的股东与公司委托加工生产商不存在关联关系或其他利益安排。

（4）主要委托加工方基本情况

报告期内公司主要委托加工方基本情况如下：

名称	成立日期	注册资本	经营范围	主要股东
深圳市峰汇珠宝首饰有限公司	2009.1.12	1,000 万元	金、铂金、K 金、银、宝石、钻石、玉石、翡翠、珍珠、珠宝首饰、钟表、眼镜、工艺礼品的批发及销售；珠宝首饰设计；市场营销策划；经营电子商务（涉及前置性行政许可的，须取得前置性行政许可文件后方可经营）；从事货物及技术的进出口业务（国家明令禁止及特种许可的除外）；信息咨询（不含人才中介服务、证券及限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）。	叶向洲；李倩
海丰县金桔莱黄金珠宝首饰有限公司	2010.8.31	10,400 万元	黄金、铂金、钯金、白银、K 金镶嵌；珠宝、翡翠设计加工、生产；模具开发、加工、生产、批发。	深圳市金桔莱黄金珠宝首饰有限公司
深圳市梁氏首饰制作有限公司	2003.12.10	2,000 万元	黄金、铂金、珠宝加工；兴办实业（具体项目另行申办）；珠宝、首饰、黄金制品、工艺品的销售及其它国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）。	梁应春
深圳市佰利德首饰有限公司	2010.6.4	3,648.65 万元	兴办实业（具体另行申报）；珠宝首饰、工艺品的销售及其它国内贸易，从事珠宝首饰制造工艺设计、珠宝咨询、珠宝监制、珠宝制造品控管理服务，货物及技术的进出口业务（法律、行政法规、国务院决定在登记前须经批准的项目除外）。”在深圳市罗湖区翠竹路水贝工业区 1 栋 5 楼设有经营场所从事经营活动。^从事黄金、K 金、铂金、钻石、银首饰及珠宝镶嵌的生产加工。	梁应春；上海臻渠投资管理合伙企业（有限合伙）
深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	2011.2.19	1,000 万元	从事黄金、K 金、铂金、钯金、银、钻石、翡翠、宝石镶嵌首饰的生产加工。（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）。	李玉周；谭池香
深圳市缘与美实业有限公司	2001.5.30	1,200 万元	兴办实业（具体项目另行申报），铂金、玉石、首饰、黄金制品的生产及销售，国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；货物进出口、技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）。	阮子琼；林志超

深圳市金麒麟黄金珠宝首饰有限公司	2012.12.26	1,000 万元	模具开发。黄金、铂金、钯金、白银、K 金镶嵌、珠宝、翡翠、工艺品的设计、加工、生产、批发及零售。	洪群； 洪少雄
深圳市宝怡珠宝首饰有限公司	2001.10.10	1,100 万元	黄金、铂金、K 金制品及镶嵌饰品、珠宝、首饰、工艺品的生产、加工、销售及其它国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；从事货物及技术的进出口业务（国家明令禁止及特种许可的除外）；兴办实业（具体项目另行申报）。	李晓虹； 周坤海

（5）主要委托加工方变动情况及原因

报告期，公司主要委托加工方较稳定，其中 1) 金麒麟 2014 年进入公司委托加工商名单，2015 年成为公司第一大委托加工商，主要原因是金桔莱负责公司业务的技术主管工作变动至金麒麟任职，公司相应业务也转由委托金麒麟进行加工。2) 梁氏首饰与佰利德同受自然人梁应春控制，2015 年开始公司与梁氏首饰相关业务逐步转移至佰利德。3) 深圳市宝怡珠宝首饰有限公司（以下简称宝怡珠宝）报告期内一直为公司的镶嵌饰品委托加工商，因其加工工艺水平较高，公司逐步加大与其业务规模，2016 年成为公司第三大委托加工商。除此之外，报告期公司前五名委托加工商未发生变动。

（6）报告期各期的加工数量和加工费

2014 年-2016 年，公司委托加工费金额分别为 3,119.70 万元、3,078.90 万元和 3,942.12 万元，其中计克类黄金、爱尚金、铂金、钻石饰品和爱尚炫的加工费合计金额分别为 2,975.06 万元、2,954.72 万元和 3,858.22 万元，占报告期公司委托加工费总额的比例分别为 95.36%、95.97%和 97.87%。报告期公司主要品类饰品的加工数量及加工费情况如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	数量	金额（万元）	数量	金额（万元）	数量	金额（万元）
黄金（千克）	1,261.08	1,043.10	1,844.12	1,223.32	1,667.62	1,201.58
爱尚金（千克）	222.63	494.57	168.26	376.58	138.13	311.32
铂金（千克）	56.22	111.64	86.89	184.10	105.83	216.11
钻石（件）	34,015.00	2,018.55	39,491.00	827.98	43,992.00	914.80
爱尚炫（件）	3,708.00	190.35	6,491.00	342.74	5,347.00	331.25
合计	-	3,858.22	-	2,954.72	-	2,975.06

（7）加工费定价依据

对于委托加工费，公司每年会向委托加工商进行询价，根据委托加工商提供的报价，公司在行业加工费标准的基础上与其进行洽谈。委托加工费根据不同产品种类进行确定，且各委外加工厂商的加工费具体标准有所不同，具体情况如下：

1) 素金类产品

按照产品材料的不同、产品重量（克重）以及生产工艺的难易程度确定加工费，通常情况下，黄金类饰品加工费较低，而铂金、K 金类饰品由于生产工艺难度较高，加工费相对较高。黄金类饰品中爱尚金由于工艺较复杂，加工费通常高于普通黄金饰品。

2) 镶嵌类产品

公司镶嵌类产品加工费为按件计价，主要考虑的因素包括：宝石种类（钻石、珍珠、翡翠等）、贵金属材料种类（铂金、K 金等），首饰品类（戒指、手镯、耳环、手链等），款式复杂程度、生产工艺流程及难度，以及是否由加工商提供配石等。

镶嵌类饰品的差异化较大，加工费标准定价较为复杂，以女士戒指为例，加工费具体包含以下内容：根据 K 金、铂金等金料品种的不同，以及根据产品的不同要求，如喷沙、镶口、封底、字印等特殊工艺，按工艺品种和技术难度收取基础工费；根据耗用辅料价值收取附加费用计入加工费。

（8）发行人主要品类饰品的加工费平均单价情况

报告期公司主要品类饰品的加工费平均单价波动具体情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
计克类黄金（元/克）	8.27	6.63	7.21
爱尚金（元/克）	22.22	22.38	22.54
铂金（元/克）	19.86	21.19	20.42
钻石饰品（元/件）	593.43	209.66	207.95
爱尚炫（元/件）	513.34	528.02	619.50

2014 年-2015 年，公司主要品类饰品的加工费平均单价波动总体稳定，钻石饰品和爱尚炫产品属于镶嵌饰品，委托加工费为按件计价，受单件产品规格影响，其平均单价存在一定波动。2016 年钻石饰品的加工费平均单价较前两年有较大幅度的增长，主要原因是 2016 年公司钻石饰品的黄金铂金原料从原来

的主要由公司自行提供变更为主要由加工商提供，导致 2016 年委托加工费增幅较大。

报告期，公司分品类饰品不同委托加工商加工费差异情况如下：

1) 素金饰品主要委托加工商加工费单价情况

①计克类黄金

报告期内公司素金饰品中计克类黄金主要委托加工商的加工费单价情况如下：

单位：元/克

序号	委托加工生产商	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比
1	海丰县金桔莱黄金珠宝首饰有限公司	-	-	8.14	8.08%	9.37	25.01%
2	深圳市翠绿首饰股份有限公司	-	-	3.70	6.03%	4.57	8.50%
3	深圳市峰汇珠宝首饰有限公司	9.32	22.54%	8.83	23.56%	9.86	33.60%
4	深圳市金麒隆黄金珠宝首饰有限公司	8.13	62.11%	7.65	36.20%	-	-
5	深圳市尚金缘珠宝实业有限公司	4.27	3.71%	3.89	13.91%	4.00	7.77%
6	深圳市意大隆珠宝首饰有限公司	5.50	2.96%	5.72	4.87%	6.54	3.78%
	合计	-	91.32%	-	92.65%	-	78.66%

报告期，受产品生产工艺难易程度的影响，主要委托加工商计克类黄金饰品各期的单位加工费差异较大。总体而言，深圳市峰汇珠宝首饰有限公司（以下简称“峰汇珠宝”）、金麒隆、金桔莱的单位加工费较高，翠绿首饰、尚金缘、意大隆的单位加工费较低。2015 年公司计克类黄金主要加工商单位加工费均有所下降，主要原因系 2015 年珠宝首饰行业市场竞争加剧，主要加工商工费均有所下调，2016 年随着行业景气度上升主要加工商单位加工费又有所上升，且 2016 年公司对翠绿首饰、尚金缘等传统工艺黄金饰品的委外加工量明显下降，使得公司 2016 年计克类黄金饰品单位工费整体提升。

②爱尚金

报告期内公司素金饰品中爱尚金主要委托加工商加工费单价情况如下：

单位：元/克

序号	委托加工生产商	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比
1	海丰县金桔莱黄金珠宝首饰有限公司	-	-	12.80	4.97%	16.05	26.41%
2	深圳市大凡珠宝首饰有限公司	-	-	21.21	7.78%	22.00	18.42%
3	深圳市金蔓利珠宝有限公司	34.57	24.59%	41.52	12.02%	-	-
4	深圳市金麒麟黄金珠宝首饰有限公司	13.63	29.16%	13.01	21.34%	-	-
5	深圳市凯恩特珠宝首饰有限公司	33.79	37.14%	34.45	40.26%	30.06	33.86%
6	深圳市联合蓝海科技开发有限公司	30.79	5.08%	27.33	6.87%	27.97	11.71%
合计		-	95.97%	-	93.24%	-	90.40%

从上表可知，报告期公司爱尚金主要委托加工商各期平均单位加工费整体波动较小。总体而言，金蔓利珠宝、凯恩特、联合蓝海的单位加工费较高，金麒麟、金桔莱、大凡珠宝的单位加工费相对较低，主要为受产品生产工艺难易程度的影响。

③铂金

报告期内公司素金饰品中铂金主要委托加工商加工费单价情况如下：

单位：元/克

序号	委托加工生产商	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比
1	深圳金基珠宝首饰有限公司	-	-	19.00	7.70%	19.00	3.79%
2	深圳市宝怡珠宝首饰有限公司	47.62	9.29%	36.81	4.06%	65.09	6.15%
3	深圳市翠绿首饰股份有限公司	17.25	28.60%	18.16	35.71%	18.10	35.76%
4	深圳市意大隆珠宝首饰有限公司	19.50	62.03%	20.43	40.17%	21.01	48.24%
合计		-	99.92%	-	87.64%	-	93.94%

报告期内，公司铂金饰品的委托加工量较小，且逐年下降，上表中金基珠宝、意大隆和翠绿首饰的铂金饰品平均单位工费较接近，宝怡珠宝加工的铂金

饰品主要是时尚铂金，生产工艺难度较高，根据加工商提供的配件、辅料情况，其单位工费相对一般铂金饰品较高，且各年单位工费有所波动。

2) 镶嵌饰品主要委托加工商加工费单价情况

公司镶嵌饰品主要包括钻石饰品和爱尚炫饰品。公司镶嵌饰品加工费为按件计价，主要考虑的因素包括：宝石种类（钻石、珍珠、翡翠等）、贵金属材料种类（铂金、K金等），首饰品类（戒指、手镯、耳环、手链等），款式复杂程度、生产工艺流程及难度，以及是否由加工商提供黄铂金料、配石等辅料。定价影响因素较多，导致报告期公司镶嵌饰品主要委托加工商单价差异较大：

① 钻石饰品

报告期内，公司钻石饰品主要委托加工商加工费单价情况如下：

单位：元/件

序号	委托加工厂商	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比
1	深圳市宝怡珠宝首饰有限公司	556.82	11.70%	208.26	12.70%	238.33	14.07%
2	深圳市金磨坊珠宝有限公司	444.14	4.65%	114.63	3.71%	119.50	7.78%
3	深圳市梁氏首饰制作有限公司 深圳市佰利德首饰有限公司	752.68	8.64%	444.10	24.05%	392.26	36.47%
4	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	572.60	56.35%	163.45	47.83%	135.76	35.01%
5	广州爱菲图珠宝有限公司	438.10	7.10%	172.40	5.01%	-	-
合计		-	88.44%	-	93.30%	-	93.33%

注：佰利德系 2015 年新增的委托加工商，与梁氏首饰同受梁应春控制。

上表中梁氏首饰和佰利德首饰加工的钻石饰品主要由其提供配石，故单位工费较高；2016 年公司主要钻石饰品加工商的单位工费均较前两年有较大幅度的增长，主要原因是为 2016 年公司钻石饰品的黄铂金料从原来的主要由公司自行提供变更为主要由加工商提供，导致 2016 年单位加工费增幅较大。

② 爱尚炫

报告期内，公司爱尚炫饰品主要委托加工商加工费单价情况如下：

单位：元/件

序号	委托加工厂商	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比	单位工费	同类工费占比
1	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	654.65	45.29%	249.84	21.85%	613.15	4.00%
2	深圳市缘与美实业有限公司	-	-	812.08	65.37%	618.99	92.55%
3	广州爱菲图珠宝有限公司	333.55	17.77%	566.65	9.54%	-	-
4	深圳市欧尚美珠宝有限公司	1,808.64	18.15%	1,312.00	1.19%	-	-
5	深圳市宝怡珠宝首饰有限公司	259.84	14.07%	-	-	-	-
	合计	-	95.28%	-	97.95%	-	96.55%

上表中深圳市欧尚美珠宝有限公司（以下简称欧尚美）单位加工费相对较高，主要系该公司加工产品款式、工艺较复杂，且加工费中包含了金料、配石等辅料。

（9）委托加工费用定价依据公允性的说明

公司委托加工产品的加工费为根据不同产品品类，结合产品材料的不同、产品重量（克重）、生产工艺的难易程度以及耗用的辅料价值等综合因素，根据委托加工商提供的报价，在行业加工费标准的基础上与其协商确定。报告期内公司的委托加工费定价依据公允。

（10）发行人控制委托加工产品安全、生产质量及工艺耗损的主要措施

公司产品生产采用委托加工方式时，公司提供主要原材料，相关辅助材料如配件由委托加工生产商根据公司要求采购，并安排生产。公司提供具体产品设计样式、样品及加工要求，由加工企业组织生产，公司对产品进行逐个质量验收，产品使用公司产品商标，由公司收回后销售。公司主要通过生产订单排期、产品质量检验等手段来严格控制交货期、产量、质量及工艺处理，以确保产品品质及交货期适应公司品牌标准和销售需要。公司控制委托加工产品安全、生产质量及工艺耗损的主要措施包括：

①委托加工生产商的筛选

公司在委托加工生产商的筛选上，主要从经营资质、软硬件设施、生产环境、人员配置、工厂内控管理、加工工艺、生产运营管理机制等方面进行考察，

为达到要求和标准的供应商建立“供应商档案”。公司成立商品中心负责货品的采购和对委托加工生产商的选定、管理，对选定的委托加工生产商，公司与之达成长期供应合作协议，确定双方权利和义务并定期对委托加工生产商进行评价，确定信用等级，优胜劣汰。公司委托加工生产商美钻源、金麒麟、宝怡珠宝、峰汇珠宝、佰利德等均为相应领域的代表企业。

②生产过程跟踪及产品质量控制

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

③采购的内部控制制度建设及运行情况

公司制定了《商品采购管理程序》、《供应商管理制度》、《原料采购管理制度》、《饰品采购制度》、《商品附属品采购制度》、《商品定做管理制度》等制度，对黄铂金、钻石等原材料采购及委托加工的申请、审核和批准，协议签订以及验收制定了明确的规定，切实规范公司采购行为，明确相关部门职责和流程。公司黄铂金、钻石等原材料的总体采购经办流程为：各门店每月制定货品需求表，经门店负责人审批后递交至商品中心，商品中心对各门店的需求进行汇总，并与当前库存进行对比，根据库存制定要货单，最后下单采购。

④付款的内部控制制度建设及运行情况

公司商品中心采购人员核对发票、验收记录后连同采购合同交财务人员复核记账；财务人员发现合同、发票、验收记录核对不符的退还采购人员，查明原因后，经适当层级管理人员批准后入账；期末由商品部会同仓库提供货到票未到的按供应商名称、品名、规格数量、金额的清单给财务部门作为暂估入账

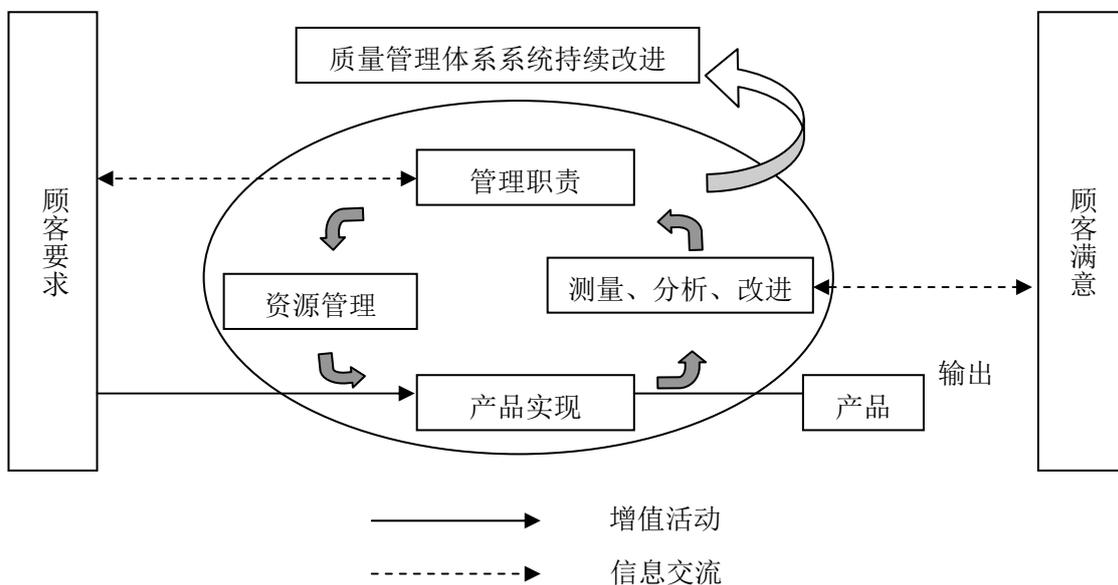
依据，财务部门复核后入账。公司货款支付经商品中心有权批准的管理人员审批后交财务部门审核，审核付款期限金额是否符合合同规定、与发票金额是否一致等；经财务部门审核后的付款凭据交其他各级管理人员审核批准后办理付款。

四、质量控制、安全生产及环境保护情况

（一）质量控制情况

1、质量控制体系

公司以法律法规要求、质量管理体系标准和行业标准为依据，根据 ISO9001 质量管理体系标准，建立了质量管理体系和质量手册，并不断完善和实施，持续改进确保其有效性。公司的质量管理体系主要由管理职责、资源管理、产品实现及测量、分析和改进过程所组成，同时着重关注与顾客的信息沟通，使顾客的要求及顾客的满意情况作为公司内部运作的导向。公司的质量管理体系按照过程方法模式（PDCA）进行运行，其具体过程如下：



2、质量控制措施

1) 严格执行各项国家标准

公司在经营过程中，始终贯彻落实行业的各项产品质量标准规范，其中主要有国家及行业所颁布的《珠宝玉石鉴定》、《钻石分级》、《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》、《珠宝玉石及贵金属产品分类与代码》、《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》和《珠宝饰品标识规定》等规范性文件。公司以高标准的要求严格控制产品质量，获得了由中国质量认证中心（CQC）颁布的《质量管理体系认证证书》等，均代表了外界对公司产品质量的认可与信任。

2) 明确质量目标

公司对于产品的质量控制提出了较高的要求，始终贯彻“质量在于行，服务在于心”的质量方针，并提出具体明确的质量目标，如每半年就会针对公司质量目标进行测评，其中包括：公司员工满意度 $\geq 82\%$ ，门店对公司的满意度 $\geq 82\%$ ，顾客满意度 $\geq 96\%$ ；每月会针对部门质量目标进行测评，其中包括：电子商务部顾客满意度 $\geq 96\%$ ，各门店顾客满意度 $\geq 96\%$ ，各大区顾客满意度 $\geq 96\%$ 。这些目标和措施均为公司产品的质量提供了可靠保证。

3) 形成各项质量控制文件记录

质量控制相关的内控文件如下：基本文件有《曼卡龙质量方针与质量目标》和《质量手册》，具体文件有《行政事务控制程序》、《人力资源管理程序》、《培训管理程序》、《行政采购管理程序》、《工程部运行控制程序》、《财务管理程序》、《品牌管理程序》、《设计研发部管理程序》、《商品采购管理程序》、《商品管理程序》、《物流管理程序》、《信息管理程序》、《销售大区管理控制程序》、《电子商务部运行控制程序》、《加盟店管理程序》、《市场营销管理程序》、《质量检查与改进控制程序》。

3、质量纠纷情况

公司在日常经营中存在销售过程中的顾客投诉，公司按照《直营门店及专柜顾客投诉处理规程》及时与顾客协商处理，未形成纠纷，且该等投诉均不存在公司销售之产品被行政主管部门或具有鉴定资质的第三方机构认定为产品质量不合格的情形。

杭州市萧山区市场监督管理局、上海市普陀区市场监督管理局就公司报告期内的质量控制情况出具证明，证明公司报告期内未出现过重大的产品质量纠纷，没有因违反产品质量和技术监督方面的法律、法规而被处罚的情形。

（二）安全生产与环境保护情况

公司主要从事珠宝首饰零售连锁销售业务，无生产环节，未受到过相关部门的处罚。

五、公司的固定资产、无形资产及其他经营要素

（一）主要固定资产情况

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司的固定资产情况如下：

单位：万元

项 目	原值	净值	成新率 ^注
房屋及建筑物	3,114.34	2,832.57	90.95%
通用设备	1,312.95	404.17	30.78%
运输工具	162.79	17.71	10.88%
合 计	4,590.08	3,254.44	70.90%

注：“成新率”是净值与原值之比。

（二）发行人主要经营房产

1、本公司拥有的房屋

序号	权证号	坐落	面积 (m ²)	用途	取得方式	他项权利
1	杭房权证江更字第 14770538 号	华成国际发展大厦 2001 室	702.12	非住宅	受让取得	抵押
2	杭房权证江更字第 14770539 号	华成国际发展大厦 2002 室	630.63	非住宅	受让取得	抵押

注：上述房屋全部抵押于杭州银行股份有限公司西城支行，债权确定期间为 2015 年 4 月 23 日至 2018 年 10 月 31 日。

2、本公司租赁的房屋

截至 2017 年 3 月末，公司及下属子公司租赁若干房产用于直营店经营和日常办公经营，具体如下表所示：

直营店经营用租赁房产（15 处）			
序号	房屋坐落	面积 (m ²)	租赁期限
1	杭州萧山市体育路 171-187 号	319.27	2012.01.01-2021.12.31
2	萧山区体育路 191-199 号	126.83	2014.08.01-2017.07.31
3	桐乡市东兴街 31 号时代广场 4 号	80.00	2012.07.11-2020.07.10
4	桐乡市东兴街 29 号时代广场 3 号	82.20	2012.07.01-2020.06.30

5	余杭区临平镇北大街 89 号	248.07	2011.08.10-2017.08.09
6	嘉兴市禾兴南路 670 号	390.00	2012.07.17-2017.07.16
7	杭州市延安路 451-1 号（凤起路口）	150.39	2011.08.16-2019.08.15
8	慈溪市浒山环城南路 45 号	323.00	2012.03.01-2017.11.20
9	杭州市延安路 234 号	492.00	2010.04.03-2017.04.02
10	宁波天一广场综合区第一层 Vc103 室	103.30	2016.06.01-2017.05.31
11	诸暨市暨阳路 173-177 号	189.30	2012.03.15-2020.03.14
12	余姚市新建路 6-8 号	172.00	2013.04.06-2020.08.31
13	杭州市江干区四季青街道富春路 701 号杭州万象城 B1 层 B1021 号商铺	162.00	2016.05.18-2018.05.17
14	杭州市萧山区金城路 333 号 LSE 城市生活广场二层 2092 号	90.00	2016.05.26-2017.05.25
15	衢州市柯城区南街 2 号国金中心商场	110.00	2016.09.25-2019.09.24
日常办公用租赁房产（9 处）			
	房屋坐落	面积（m²）	租赁期限
16	深圳市罗湖区文锦北路 2100 号中天综合楼二层南侧	405.60	2015.08.01-2017.07.31
17	深圳市罗湖区文锦北路 2100 号中天综合楼二层北侧	405.60	2015.08.01-2017.07.31
18	上海市浦东新区东方路 985 号 18A-02 室	30.00	2016.08.24-2017.08.23
19	宁波市丁香路 118 号 2 号楼 1158 室	50.00	2017.01.01-2021.12.31
20	宁波市丁香路 118 号 1 号楼 1115 室	100.00	2017.01.01-2021.12.31
21	杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-473 室	100.23	2016.04.15-2021.12.31
22	杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-475 室	21.78	2016.04.15-2021.12.31
23	上海市普陀区红柳路 555 弄 68 号 2A-10 室	300.00	2010.05.17-2020.05.16
24	拉萨市曲水县人民路雅江工业园 401 室	-	2014.10.23-2024.10.23

发行人及其控股子公司承租的上列用日常办公经营的第 21、22 项的 2 处物业系由出租人无偿提供给发行人及其控股子公司使用；其余 22 处物业的租赁已与物业出租方签订了房屋租赁合同。

上述租赁物业中，第 2、19、20、24 项共 4 处租赁事项，出租方未提供产权证明。其中，除第 2 项“萧山区体育路 191-199 号”房产用于发行人门店经营外，其他 3 项均用于发行人子公司办公。

第 19 项和第 20 项租赁事项，已由宁波市江东区新明街道办事处出具证明，确认宁波市丁香路 118 号 2 号楼 1158 室和丁香路 118 号 1 号楼 1115 室两处房产均为新明街道办事处所有，由于规划原因未办理房产证，同意将该两处房产作为宁波玖瑞玖和宁波曼卡龙的生产、经营场所。

截至招股说明书签署日，发行人及其控股子公司没有因承租上述物业受到

任何主管部门的处罚或产生重大纠纷，部分租赁物业存在的权利瑕疵没有影响发行人及其控股子公司实际使用该等物业。

为避免承租物业的瑕疵给发行人及其控股子公司造成经济损失，发行人之实际控制人孙松鹤和控股股东万隆曼卡龙投资已出具承诺：在发行人及其控股子公司承租物业的租赁期限内，如因出租人不合格、租赁物业权属争议或租赁物业其法律属性不适合作为相关租赁合同的标的物等原因，导致发行人及其控股子公司被有权部门认定为租赁合同无效或被第三人主张权利而导致发行人及其控股子公司无法继续使用等租赁物业的，由其负责及时落实新的租赁物业，并承担由此产生的搬迁、装修及可能产生的其他费用（包括但不限于经营损失、索赔款等）。

保荐机构认为，发行人或其控股子公司租赁的部分物业存在瑕疵，但鉴于 1) 上述存在租赁瑕疵的经营用房占发行人及其控股子公司全部经营用房的比例较低，且租赁其他房屋用作经营客观上不存在困难，不会对发行人及其控股子公司的日常经营带来重大影响；2) 报告期内发行人及其控股子公司没有因承租上述物业受到任何主管部门的处罚或产生重大纠纷，部分租赁物业存在的权利瑕疵没有影响发行人及其控股子公司实际使用该等物业；3) 发行人的实际控制人和控股股东也已承诺承担发行人及其控股子公司可能产生的损失。

综上，保荐机构认为：发行人或其控股子公司部分租赁物业事项存在一定瑕疵，但对发行人及其控股子公司的持续生产经营不构成重大法律风险，对发行人本次发行并上市不构成实质性障碍。

发行人律师认为：以上租赁合同存在的瑕疵对发行人及其控股子公司的持续生产经营不构成重大法律风险，对发行人本次发行并上市不构成重大法律障碍。

（三）主要无形资产情况

本公司无形资产包括商标、专利、土地使用权等。

1、商标情况

（1）已取得商标注册证书的商标

截至 2017 年 3 月末，本公司拥有的尚在有效期的商标情况如下表所示：

序号	商标	注册号	核定类别	权利期限
1		4050507	第 37 类	2008.02.07 至 2018.02.26
2	MCLON	4050516	第 37 类	2007.04.14 至 2017.04.13
3	MCLON	4050517	第 14 类	2009.02.21 至 2019.02.20
4		4050520	第 35 类	2007.08.07 至 2017.08.06
5		4050521	第 35 类	2007.04.14 至 2017.04.13
6	MCLON	4050522	第 35 类	2007.04.14 至 2017.04.13
7	MCLON	4050523	第 36 类	2007.04.14 至 2017.04.13
8		4050524	第 36 类	2007.04.14 至 2017.04.13
9		4050526	第 37 类	2007.04.14 至 2017.04.13
10	万隆珠	4235944	第 14 类	2007.09.28 至 2017.09.27
11	万隆曼卡龙	4687834	第 14 类	2008.10.21 至 2018.10.20

12	曼卡龙	4687835	第 14 类	2008.10.21 至 2018.10.20
13	今古传奇	4696622	第 14 类	2008.10.14 至 2018.10.13
14	今古传奇	8063018	第 35 类	2011.04.14 至 2021.04.13
15	曼卡龙	8063043	第 35 类	2011.03.21 至 2021.03.20
16	今古传奇 Jade Legend	8063083	第 35 类	2011.05.14 至 2021.05.13
17		8063134	第 35 类	2011.03.28 至 2021.03.27
18	万隆曼卡龙	8063183	第 35 类	2011.03.21 至 2021.03.20
19	宝 若 岚	8063197	第 35 类	2011.03.21 至 2021.03.20
20	汉碧	8063206	第 35 类	2011.03.21 至 2021.03.20
21	BOLOLAN	8063227	第 35 类	2011.06.14 至 2021.06.13
22		8063237	第 35 类	2011.06.14 至 2021.06.13
23		8063245	第 35 类	2011.03.28 至 2021.03.27

24		8063285	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27
25		8063302	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27
26		8063318	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27
27	BOLOLAN	8063355	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27
28	宝 若 岚	8063370	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27
29	今古传奇 Jade Legend	8063394	第 14 类	2012.10.21 至 2022.10.20
30	汉 碧	8063397	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27
31	曼卡龙	8821238	第 1 类	2011.11.21 至 2021.11.20
32	曼卡龙	8821345	第 2 类	2011.11.21 至 2021.11.20
33	曼卡龙	8821375	第 3 类	2011.11.21 至 2021.11.20
34	曼卡龙	8821416	第 4 类	2011.11.21 至 2021.11.20
35	曼卡龙	8821448	第 5 类	2011.11.21 至 2021.11.20

36	曼卡龙	8821493	第 6 类	2011.11.21 至 2021.11.20
37	曼卡龙	8821580	第 7 类	2011.11.21 至 2021.11.20
38	曼卡龙	8821617	第 8 类	2011.11.21 至 2021.11.20
39	曼卡龙	8821666	第 9 类	2011.12.07 至 2021.12.06
40	曼卡龙	8821745	第 10 类	2011.11.21 至 2021.11.20
41	曼卡龙	8821781	第 11 类	2012.04.21 至 2022.04.20
42	曼卡龙	8821812	第 12 类	2011.11.21 至 2021.11.20
43	曼卡龙	8821855	第 13 类	2011.11.21 至 2021.11.20
44	曼卡龙	8821887	第 15 类	2011.11.21 至 2021.11.20
45	曼卡龙	8821915	第 16 类	2011.11.21 至 2021.11.20
46	曼卡龙	8821959	第 17 类	2012.01.14 至 2022.01.13
47	曼卡龙	8822071	第 18 类	2011.11.21 至 2021.11.20

48	曼卡龙	8822115	第 19 类	2011.12.28 至 2021.12.27
49	曼卡龙	8822138	第 20 类	2011.11.21 至 2021.11.20
50	曼卡龙	8822163	第 21 类	2011.11.21 至 2021.11.20
51	曼卡龙	8825719	第 22 类	2011.11.21 至 2021.11.20
52	曼卡龙	8825762	第 23 类	2011.11.21 至 2021.11.20
53	曼卡龙	8825808	第 24 类	2011.11.21 至 2021.11.20
54	曼卡龙	8825842	第 25 类	2011.11.21 至 2021.11.20
55	曼卡龙	8825936	第 26 类	2011.11.21 至 2021.11.20
56	曼卡龙	8825963	第 27 类	2011.11.21 至 2021.11.20
57	曼卡龙	8825993	第 28 类	2011.11.21 至 2021.11.20
58	曼卡龙	8826020	第 29 类	2011.12.28 至 2021.12.27
59	曼卡龙	8826050	第 30 类	2011.11.21 至 2021.11.20

60	曼卡龙	8826073	第 31 类	2011.11.21 至 2021.11.20
61	曼卡龙	8826119	第 32 类	2011.11.21 至 2021.11.20
62	曼卡龙	8826152	第 33 类	2011.11.21 至 2021.11.20
63	曼卡龙	8826261	第 34 类	2011.11.21 至 2021.11.20
64	曼卡龙	8826314	第 36 类	2012.01.07 至 2022.01.06
65	曼卡龙	8826350	第 37 类	2011.12.28 至 2021.12.27
66	曼卡龙	8830636	第 38 类	2011.11.28 至 2021.11.27
67	曼卡龙	8830677	第 39 类	2011.11.21 至 2021.11.20
68	曼卡龙	8830721	第 40 类	2011.11.28 至 2021.11.27
69	曼卡龙	8830756	第 41 类	2011.11.28 至 2021.11.27
70	曼卡龙	8830807	第 42 类	2011.11.21 至 2021.11.20
71	曼卡龙	8830843	第 43 类	2011.12.14 至 2021.12.13

72	曼卡龙	8830875	第 44 类	2011.12.14 至 2021.12.13
73	曼卡龙	8830903	第 45 类	2011.12.14 至 2021.12.13
74	爱尚金	9652382	第 14 类	2012.07.28 至 2022.07.27
75	爱上金	9676153	第 14 类	2012.09.28 至 2022.09.27
76	I Shine Gold	9676169	第 14 类	2014.03.07 至 2024.03.06
77	MCLON 曼卡龙	9962958	第 35 类	2012.11.14 至 2022.11.13
78	MCLON 曼卡龙	9963135	第 14 类	2013.02.21 至 2023.02.20
79	MCLON 曼卡龙	9963156	第 35 类	2012.11.14 至 2022.11.13
80	MCLON 曼卡龙	9963167	第 14 类	2012.11.21 至 2022.11.20
81	漫卡隆	10616663	第 35 类	2013.06.14 至 2023.06.13
82	MCLON	10616723	第 45 类	2013.06.07 至 2023.06.06
83	MCLON	10616799	第 43 类	2013.06.21 至 2023.06.20

84	MCLON	10616859	第 42 类	2013.09.21 至 2023.09.20
85	MCLON	10616944	第 41 类	2014.4.28 至 2024.4.27
86	MCLON	10616981	第 40 类	2014.04.07 至 2024.04.06
87	MCLON	10617004	第 38 类	2013.05.07 至 2023.05.06
88	MCLON	10617060	第 33 类	2013.05.07 至 2023.05.06
89	MCLON	10617121	第 32 类	2013.05.07 至 2023.05.06
90	MCLON	10617223	第 28 类	2013.06.07 至 2023.06.06
91	MCLON	10617485	第 26 类	2013.06.14 至 2023.06.13
92	MCLON	10617599	第 22 类	2013.06.14 至 2023.06.13
93	MCLON	10617640	第 16 类	2013.06.14 至 2023.06.13
94	MCLON	10617687	第 10 类	2013.07.21 至 2023.07.20
95	MCLON	10617783	第 9 类	2014.09.07 至 2024.09.06

96	MCLON	10617830	第 6 类	2013.06.14 至 2023.06.13
97	MCLON	10617932	第 7 类	2013.06.14 至 2023.06.13
98	MCLON	10618336	第 3 类	2013.06.21 至 2023.06.20
99	爱尚金	10618361	第 35 类	2013.05.07 至 2023.05.06
100	LOVE U	10618377	第 35 类	2014.06.07 至 2024.06.06
101	LOVE U	10618393	第 14 类	2014.06.21 至 2024.06.20
102	More Brilliant 多一点光芒	10618421	第 14 类	2013.06.14 至 2023.06.13
103	More Brilliant 多一点光芒	10618429	第 35 类	2013.06.14 至 2023.06.13
104	今古传奇 Jade Legend	10622930	第 39 类	2013.09.14 至 2023.09.13
105	今古传奇 Jade Legend	10623415	第 28 类	2013.05.14 至 2023.05.13
106	今古传奇 Jade Legend	10623601	第 22 类	2013.05.14 至 2023.05.13
107	今古传奇 Jade Legend	10623717	第 21 类	2014.04.07 至 2024.04.06

108	今古传奇 Jade Legend	10623800	第 11 类	2013.07.07 至 2023.07.06
109	今古传奇 Jade Legend	10623943	第 8 类	2013.08.07 至 2023.08.06
110	今古传奇 Jade Legend	10623975	第 18 类	2013.07.28 至 2023.07.27
111	今古传奇 Jade Legend	10624055	第 6 类	2013.05.14 至 2023.05.13
112	今古传奇 Jade Legend	10624086	第 3 类	2013.05.14 至 2023.05.13
113	爱尚炫	11095201	第 14 类	2013.11.07 至 2023.11.06
114	爱尚炫	11095231	第 35 类	2013.11.07 至 2023.11.06
115	爱尚彩	11095302	第 14 类	2013.11.07 至 2023.11.06
116	爱尚彩	11095327	第 35 类	2013.11.07 至 2023.11.06
117		13537265	第 1 类	2015.02.07 至 2025.02.06
118		13537273	第 2 类	2015.02.07 至 2025.02.06
119		13537285	第 3 类	2015.02.07 至 2025.02.06
120		13537294	第 5 类	2015.02.07 至 2025.02.06

121		13537300	第 6 类	2015.02.07 至 2025.02.06
122		13537307	第 7 类	2015.02.07 至 2025.02.06
123		13537315	第 8 类	2015.02.07 至 2025.02.06
124		13537322	第 9 类	2015.02.07 至 2025.02.06
125		13537335	第 10 类	2015.02.07 至 2025.02.06
126		13539557	第 11 类	2015.01.28 至 2025.01.27
127		13539570	第 12 类	2015.01.28 至 2025.01.27
128		13539580	第 13 类	2015.01.28 至 2025.01.27
129		13539609	第 14 类	2015.01.28 至 2025.01.27
130		13539629	第 15 类	2015.01.28 至 2025.01.27
131		13539645	第 16 类	2015.01.28 至 2025.01.27
132		13539660	第 17 类	2015.01.21 至 2025.01.20
133		13539677	第 18 类	2015.01.28 至 2025.01.27
134		13539716	第 19 类	2015.01.28 至 2025.01.27
135		13539729	第 20 类	2015.01.28 至 2025.01.27
136		13539762	第 21 类	2015.01.28 至 2025.01.27
137		13539927	第 22 类	2015.02.14 至 2025.02.13

138		13539943	第 23 类	2015.01.28 至 2025.01.27
139		13540024	第 24 类	2015.01.28 至 2025.01.27
140		13540058	第 25 类	2015.01.28 至 2025.01.27
141		13540110	第 26 类	2015.01.28 至 2025.01.27
142		13540152	第 27 类	2015.01.28 至 2025.01.27
143		13540215	第 28 类	2015.01.28 至 2025.01.27
144		13540256	第 29 类	2015.03.14 至 2025.03.13
145		13540299	第 30 类	2015.02.21 至 2025.02.20
146		13540468	第 32 类	2015.02.21 至 2025.02.20
147		13540526	第 33 类	2015.01.28 至 2025.01.27
148		13540361	第 31 类	2015.03.14 至 2025.03.13
149		13540542	第 34 类	2015.01.28 至 2025.01.27
150		13540587	第 36 类	2015.01.28 至 2025.01.27
151		13540621	第 37 类	2015.02.21 至 2025.02.20
152		13540641	第 38 类	2015.01.21 至 2025.01.20
153		13540709	第 39 类	2015.04.07 至 2025.04.06
154		13540727	第 40 类	2015.02.21 至 2025.02.20

155		13540744	第 41 类	2015.02.07 至 2025.02.06
156		13540839	第 42 类	2015.02.07 至 2025.02.06
157		13540845	第 43 类	2015.01.21 至 2025.01.20
158		13540852	第 44 类	2015.02.21 至 2025.02.20
159		13540861	第 45 类	2015.01.28 至 2025.01.27
160	MCLON	13540874	第 18 类	2015.04.07 至 2025.04.06
161	MCLON	13540914	第 21 类	2015.01.28 至 2025.01.27
162	今古传奇 Jade Legend	13540952	第 1 类	2015.02.07 至 2025.02.06
163	今古传奇 Jade Legend	13540989	第 4 类	2015.02.21 至 2025.02.20
164	今古传奇 Jade Legend	13541008	第 15 类	2015.01.21 至 2025.01.20
165	今古传奇 Jade Legend	13541027	第 23 类	2015.02.21 至 2025.02.20
166	今古传奇 Jade Legend	13541149	第 34 类	2015.03.07 至 2025.03.06
167	曼卡龙	300431072	第 14 类	2005.09.22 至 2025.05.31
168	MCLON	300431081	第 14 类	2005.09.22 至 2025.05.31
169	MCLON	10617159	第 29 类	2015.07.21 至 2025.07.20
170	今古传奇 Jade Legend	10624471	第 7 类	2013.06.21 至 2023.06.20

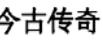
171	今古传奇 Jade Legend	10624411	第 9 类	2014.03.21 至 2024.03.20
172	今古传奇 Jade Legend	10623762	第 20 类	2013.06.14 至 2023.06.13
173	今古传奇 Jade Legend	10623569	第 25 类	2013.06.21 至 2023.06.20
174	今古传奇 Jade Legend	10624276	第 36 类	2013.06.14 至 2023.06.13
175	今古传奇 Jade Legend	10624204	第 37 类	2013.07.21 至 2023.07.20
176	今古传奇 Jade Legend	10624156	第 40 类	2013.06.28 至 2023.06.27
177	今古传奇 Jade Legend	10624113	第 42 类	2013.05.14 至 2023.05.13
178	今古传奇 Jade Legend	10624342	第 26 类	2013.06.14 至 2023.06.13
179	今古传奇 Jade Legend	13541083	第 24 类	2015.08.21 至 2025.08.20
180	今古传奇 Jade Legend	13541116	第 27 类	2015.08.21 至 2025.08.20
181		13537291	第 4 类	2015.08.21 至 2025.08.20
182		13540568	第 35 类	2015.08.21 至 2025.08.20
183	培植	16819160	第 14 类	2016.06.21 至 2026.06.20
184	今古传奇 Jade Legend	13541210	第 45 类	2015.03.07 至 2025.03.06

185		17882401	第 14 类	2016.10.21 至 2026.10.20
186		17882510	第 35 类	2016.10.21 至 2026.10.20
187	MCLON CINCIN 	17193466	第 14 类	2016.08.21 至 2026.08.20
188	MCLON·MiGO	18444432	第 14 类	2017.01.07 至 2027.01.06
189	MCLON·MiGO	18444512	第 35 类	2017.01.07 至 2027.01.06
190	曼卡龙·假日	18444462	第 14 类	2017.01.07 至 2027.01.06
191	曼卡龙·假日	18444517	第 35 类	2017.01.07 至 2027.01.06
192	曼卡龙·蜜可	18444461	第 14 类	2017.01.07 至 2027.01.06
193	曼卡龙·蜜可	18444514	第 35 类	2017.01.07 至 2027.01.06

发行人于 2016 年 8 月 22 日收到国家工商行政管理总局商标评审委员会作出的商评字[2016]第 0000068238 号、商评字[2016]第 0000068239 号《无效宣告请求裁定书》，因湖北今古传奇传媒集团有限公司对发行人拥有的上述第 14 项注册号为第 8063018 号“今古传奇”商标及第 16 项注册号为第 8063083 号“今古传奇 JADELEGEND”商标提出无效宣告申请，经商标评审委员会审查，裁定对争议商标予以无效宣告，但同时认为申请人主张上述两项争议商标损害其权利不能成立。截至 2017 年 3 月末，发行人就前述两项争议商标无效宣告裁定依法向北京知识产权法院提起诉讼，已由法院受理，目前尚在等待开庭审理。

截至 2017 年 3 月末，商标评审委员会作出的上述两项商标的无效宣告裁定尚未生效。

上述注册号为第 8063018 号“今古传奇”及第 8063083 号“今古传奇 JADELEGEND”的商标两项商标具体情况如下：

序号	商标图形	商标号	核定使用商品	有效期限
1		8063083	第 35 类：广告，特许经营的商业管理，替他人推销，人员招收，商业场所搬迁，计算机数据库信息化，会计，寻找赞助，进出口代理，组织商业或广告展览。	2011.05.14 至 2021.05.13
2		8063018		2011.04.14 至 2021.04.13

根据国家工商总局商标局发布的《商标注册用商品和服务分类说明》及《类似商品和服务区分表（基于尼斯分类第十版）（2016 文本）》对第三十五类商标使用商品的注释：“第三十五类主要包括由个人或组织提供的服务，其主要目的在于：（1）对商业企业的经营或管理进行帮助；（2）对工商企业的业务活动或者商业职能的管理进行帮助；以及由广告部门为各种商品或服务提供的服务，旨在通过各种传播方式向公众进行广告宣传”，第三十五类商标适用于提供相应的经营或管理帮助或作为广告部门提供广告服务的情形。

公司主营业务为从事珠宝首饰零售业务，在报告期内未从事提供广告服务之业务；公司的加盟业务在报告期内存在商标特许经营，属于第三十五类商标“对商业企业的经营或管理进行帮助”的范围，但公司授权使用的商标仅限于“MCLON 曼卡龙”，不存在对上述两项商标的特许经营。公司报告期内不存在来自于使用注册号为第8063018号“今古传奇”及注册号为第8063083号“今古传奇JADELEGEND”的商标的商品的收入和利润。

（2）已作出注册公告尚未取得注册证书的商标

截至2017年3月末，除上述已获取注册证书的商标外，公司另有2项境内商标已经商标局作出注册公告，但尚未取得商标注册证书：

序号	商标	注册号	核定类别	注册公告日期	权利期限
1		13541173	第 44 类	2017 年 01 月 14 日	2015 年 08 月 21 日至 2025 年 08 月 20 日
2		13541130	第 31 类	2017 年 01 月 14 日	2015 年 08 月 21 日至 2025 年 08 月 20 日

（3）商标许可

截至 2017 年 3 月末，公司取得以下两项境内商标的使用许可：

序号	商标图形	商标号	核定类别	商标注册人	商标有效期限
1		2018506	第 14 类	戴比尔斯百年有限公司	2014 年 08 月 21 日至 2024 年 10 月 20 日
2	FOREVERMARK	3905444	第 35 类	戴比尔斯百年有限公司	2016 年 7 月 7 日至 2026 年 7 月 6 日

上述两项商标系由戴比尔斯百年有限公司授权给其全资境内子公司永恒印记市场营销策划（上海）有限公司（以下简称“上海永恒印记”），并由上海永恒印记分许可给发行人，许可范围系在授权专营店销售的产品、广告、营销资料及授权专营店陈列和展示中使用许可商标。许可期限为 2016 年 4 月 20 日至 2021 年 4 月 19 日。

2、专利

截至 2017 年 3 月末，本公司共取得 74 项外观设计专利和 1 项实用新型专利，具体情况如下：

序号	专利名称	证书号码	专利类型	申请日期	授权日期
1	戒指（爱尚金爱的宣言）	ZL201330509392.0	外观设计	2013.10.28	2014.03.12
2	戒指（克拉钻臻爱）	ZL201330509352.6	外观设计	2013.10.28	2014.04.09
3	戒指（对戒蜜语邂逅）	ZL201330509139.5	外观设计	2013.10.28	2014.04.09
4	吊坠（爱尚金三寸日光）	ZL201330509395.4	外观设计	2013.10.28	2014.04.23
5	吊坠（爱尚金时光舞步）	ZL201330509409.2	外观设计	2013.10.28	2014.04.23
6	吊坠（爱尚炫假日心情）	ZL201330509067.4	外观设计	2013.10.28	2014.04.23
7	戒指（LOVEU 迷恋 U 你）	ZL201330509217.1	外观设计	2013.10.28	2014.04.23
8	戒指（LOVEU 浪漫 U 你）	ZL201330509458.6	外观设计	2013.10.28	2014.04.23
9	吊坠（爱尚金爱如夏花）	ZL201330509411.X	外观设计	2013.10.28	2014.04.23
10	项链（爱尚炫假日印记）	ZL201330509080.X	外观设计	2013.10.28	2014.04.23
11	吊坠（爱尚金十二星座）	ZL201330509219.0	外观设计	2013.10.28	2014.07.16
12	戒指（LOVEU 心醉 U 你）	ZL201330509501.9	外观设计	2013.10.28	2014.07.16
13	吊坠（醒系列 1）	ZL201430092530.4	外观设计	2014.04.17	2014.09.03
14	吊坠（醒系列 2）	ZL201430092471.0	外观设计	2014.04.17	2014.09.03
15	戒指（韩国版 1）	ZL201430096092.9	外观设计	2014.04.21	2014.09.10
16	戒指（韩国版 2）	ZL201430096094.8	外观设计	2014.04.21	2014.09.10
17	吊坠（气球狗 1）	ZL201430089984.6	外观设计	2014.04.15	2014.09.10
18	吊坠（假日二代）	ZL201430091490.1	外观设计	2014.04.16	2014.09.10
19	吊坠（气球狗 4）	ZL201430090901.5	外观设计	2014.04.16	2014.10.01
20	吊坠（气球狗 2）	ZL201430089973.8	外观设计	2014.04.15	2014.10.01
21	耳环（韩国版 3）	ZL201430096100.X	外观设计	2014.04.21	2014.10.01
22	手镯（假日二代）	ZL201430091687.5	外观设计	2014.04.16	2014.10.01
23	耳环（韩国版 2）	ZL201430096099.0	外观设计	2014.04.21	2014.10.01

24	吊坠（气球狗3）	ZL201430090861.4	外观设计	2014.04.16	2014.10.01
25	情侣戒指（男款假日二代）	ZL201430092525.3	外观设计	2014.04.17	2014.11.05
26	情侣戒指（女款假日二代）	ZL201430092465.5	外观设计	2014.04.17	2014.11.05
27	戒指（暗香）	ZL201530116454.0	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
28	挂坠（暗香）	ZL201530116615.6	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
29	戒指（暗香缠绕）	ZL201530116687.0	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
30	戒指（拥U爱直臂款）	ZL201530116679.6	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
31	戒指（醉恋）	ZL201530116556.2	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
32	项链（暗香双层）	ZL201530116518.7	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
33	耳钉（半糖主义）	ZL201530116414.6	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
34	吊坠（1）	ZL201530116526.1	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
35	吊坠（2）	ZL201530116406.1	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
36	吊坠（3）	ZL201530116397.6	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
37	项链（暗香花簇）	ZL201530116337.4	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
38	戒指（1）	ZL201530116423.5	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
39	戒指（2）	ZL201530116280.8	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
40	戒指（3）	ZL201530116596.7	外观设计	2015.04.27	2015.09.16
41	戒指（缠简洁款）	ZL201530116663.5	外观设计	2015.04.27	2015.10.28
42	戒指（缠龙卷风）	ZL201530116434.3	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
43	项链（暗香点坠）	ZL201530116429.2	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
44	手链（暗香）	ZL201530116535.0	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
45	手链（半糖主义）	ZL201530116467.8	外观设计	2015.04.27	2015.09.30
46	手镯（暗香）	ZL201530116446.6	外观设计	2015.04.27	2015.09.16
47	项链（暗香）	ZL201530116432.4	外观设计	2015.04.27	2015.10.28
48	耳饰（暗香）	ZL201530116677.7	外观设计	2015.04.27	2015.11.04
49	项链（执着）	ZL201530131751.2	外观设计	2015.05.07	2015.10.28
50	手镯（执着）	ZL201530131504.2	外观设计	2015.05.07	2015.10.28
51	戒指（执着）	ZL201530131506.1	外观设计	2015.05.07	2015.10.28
52	手链（执着）	ZL201530131809.3	外观设计	2015.05.07	2015.11.04
53	挂坠（执着）	ZL201530131753.1	外观设计	2015.05.07	2015.11.04
54	项链（安娜结）	ZL201530131953.7	外观设计	2015.05.07	2015.11.04
55	戒指（安娜结）	ZL201530131487.2	外观设计	2015.05.07	2015.11.11
56	手链（安娜结）	ZL201530131471.1	外观设计	2015.05.07	2015.11.11
57	手镯（安娜结）	ZL201530131696.7	外观设计	2015.05.07	2015.11.11
58	戒指（拥U爱错臂款）	ZL201530116669.2	外观设计	2015.04.27	2015.11.11
59	戒指展示座	ZL201520261382.3	实用新型	2015.04.27	2015.11.04
60	钻石（上帝之光）	ZL201530426997.2	外观设计	2015.10.30	2016.04.06
61	戒指（醉美）	ZL201530448067.7	外观设计	2015.11.11	2016.04.27
62	项链（许愿池）	ZL201530485414.3	外观设计	2015.11.27	2016.04.27
63	手镯（缘舞）	ZL201530448152.3	外观设计	2015.11.11	2016.04.27
64	戒指（单纯爱）	ZL201530448199.X	外观设计	2015.11.11	2016.04.27
65	手镯（轮回）	ZL201530448104.4	外观设计	2015.11.11	2016.04.27
66	饰品（勿言猴）	ZL201630033451.5	外观设计	2016.01.29	2016.08.24
67	饰品（勿听猴）	ZL201630033452.X	外观设计	2016.01.29	2016.08.24
68	饰品（勿视猴）	ZL201630033453.4	外观设计	2016.01.29	2016.08.24
69	饰品（勿动猴）	ZL201630033456.8	外观设计	2016.01.29	2016.08.24

70	手链（柔软时光）	ZL201630571202.1	外观设计	2016.11.24	2017.02.22
71	项链（大魔牙娇娇）	ZL201630571293.9	外观设计	2016.11.24	2017.02.22
72	手镯（浮光）	ZL201630571193.6	外观设计	2016.11.24	2017.02.22
73	项链（许愿池）	ZL201630571292.4	外观设计	2016.11.24	2017.02.22
74	手镯（浮影）	ZL201630571240.7	外观设计	2016.11.24	2017.02.22
75	耳饰（点滴时光1）	ZL201630571194.0	外观设计	2016.11.24	2017.02.22

3、著作权

截至2017年3月末，公司共取得并登记9项美术作品著作权，具体情况如下：

序号	登记号	登记日期	作品名称	作品类别	创作完成日期
1	国作登字 -2016-F-00304416	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系 列插画《蓬蓬裙篇》	美术作品	2016.05.10
2	国作登字 -2016-F-00304411	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系 列插画《高跟鞋篇》	美术作品	2016.05.10
3	国作登字 -2016-F-00304410	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系 列插画《小小鸟篇》	美术作品	2016.05.10
4	国作登字 -2016-F-00304409	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系 列插画《母女篇》	美术作品	2016.05.10
5	国作登字 -2016-F-00304408	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系 列插画《画画篇》	美术作品	2016.05.10
6	国作登字 -2016-F-00304407	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系 列插画《幼儿园篇》	美术作品	2016.05.10
7	国作登字 -2016-F-00304406	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系 列插画《七色花篇》	美术作品	2016.05.10
8	国作登字 -2016-F-00304405	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系 列插画《小松鼠篇》	美术作品	2016.05.10
9	国作登字 -2016-F-00304404	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系 列插画《蒲公英篇》	美术作品	2016.05.10

4、土地使用权情况

截至2017年3月末，本公司共占有和使用土地2宗，总面积为71.6平方米，具体情况如下表所示：

序号	权证号	坐落	使用权 分摊面 积 (m ²)	使用 权类 型	用途	使用权期限	取得 方式	他项 权利
1	杭江国用(2014) 字第 020769 号	江干区华成国际发 展大厦 2001 室	37.7	出让	综合(办公)	2055.1.16	受让 取得	抵押
2	杭江国用(2014) 字第 020770 号	江干区华成国际发 展大厦 2002 室	33.9	出让	综合(办公)	2055.1.16	受让 取得	抵押

注：上述土地使用权随房产全部抵押于杭州银行股份有限公司西城支行，债权确定期间为2015年4月23日至2018年10月31日。

六、发行人的技术研发情况

（一）研发体系

基于市场与产品定位，公司总体研发模式为自主研发与合作设计相结合。公司主导品牌理念和产品创意，充分利用外部设计资源，形成公司“轻时尚”系列产品并向市场推广。

公司设计研发部根据公司品牌战略制定产品研发方向，根据公司商品发展需求制定研发品类及小类配比，与外部设计师团队制定产品研发计划，收集分析行业动态、产品潮流及市场信息。

（二）设计理念

公司倡导“轻时尚”珠宝理念，让更多世界女性从渴望时尚到拥有时尚，并享受时尚带来更多的光芒。“轻时尚”概念的提出，颠覆了传统奢侈珠宝的观念，具体可以解读为三个“轻”字。第一个“轻”是年轻的客户群体，曼卡龙珠宝的目标消费者是25岁~35岁的年轻人；第二个“轻”是可以轻松拥有；第三个“轻”是轻快的时尚。

曼卡龙珠宝作为“轻时尚”的代表品牌，意在让时尚的珠宝更生活，将珠宝和女性的生活拉得更近，让女性轻松拥有，享受时尚珠宝带来的生活改变。

“让时尚更生活”是曼卡龙珠宝的核心价值观。

（三）研发成果

多年以来，公司设计部门深入研究市场流行趋势，关注区域流行和消费趋势，协同战略合作伙伴，形成公司“轻时尚”系列产品推广向市场，经过市场的考验，积累了众多的畅销系列及畅销单款。

年份	系列名称	产品品类	款式数量
2014年	天使之吻 2014	爱尚金	7
	“叠”系列 2014	爱尚炫	7
	韩风系列 2014	爱尚炫	29
	假日二代 2014	爱尚炫	15
	Migo-彩 2014	爱尚彩	16

	蜜语系列 2014	钻石饰品	40
2015 年	罗马系列	爱尚金	11
	半糖主义	爱尚金	8
	DIY 系列	爱尚金	10
	幸福格桑系列	爱尚金	2
	字符系列	爱尚金	30
	下午茶	爱尚金	12
	幻想曲	爱尚金	5
	四不猴	爱尚金	4
	溢彩	爱尚金	10
	一鹿有你	爱尚金	4
	时光系列	爱尚金	6
	好动猴	爱尚金	5
	罗马假日主线	爱尚炫	6
	罗马假日副线	爱尚炫	11
	韩风	爱尚炫	22
	百变风味糖果系列	爱尚炫	7
	星座幻影	爱尚炫	4
	珍宝奇缘系列	爱尚炫	18
	四相	爱尚炫	4
	晴天系列	爱尚彩	7
	秀色系列	爱尚彩	11
	虹、澜系列	爱尚彩	28
	熔岩	爱尚彩	15
	玫瑰精灵	爱尚彩	16
	海之韵	爱尚彩	8
	熔岩	爱尚彩	15
	启程 2015	钻石饰品	2
	密语 2015	钻石饰品	18
	男戒 2015	钻石饰品	4
	Love u2015	钻石饰品	3

	缠 2015	钻石饰品	2
	单钻补充款	钻石饰品	5
	就这么定	钻石饰品	19
	时尚 PT 系列	铂金饰品	16
2016 年	浮梦系列	爱尚金	11
	型系列	爱尚金	13
	CINCIN	爱尚金	20
	假日	爱尚金	5
	十二生肖守护牌-2016	爱尚金	1
	传统文化系列	爱尚金	4
	数字麻将系列	爱尚金	12
	许愿.星系列	爱尚金	3
	圣诞节主题系列	爱尚金	3
	爱尚金童话系列	爱尚金	12
	玉玺（男士 DIY）系列	爱尚金	4
	爱尚金.亲子萤火虫	爱尚金	2
	CINCIN 亲子	爱尚金	7
	CINCIN 天使	爱尚金	2
	喜鹊系列	爱尚金	6
	许愿·小确幸系列	爱尚金	6
	鸡元素（吉到/激励）	爱尚金	6
	小恶魔系列	爱尚炫	16
	假日 2016	爱尚炫	8
	许愿池	爱尚炫	7
	Migo2016	爱尚炫	6
	韩风系列-2016	爱尚炫	21
	小确幸	爱尚炫	13
	12 星座潮链	爱尚炫	12
	小蝴蝶 2016	爱尚炫	4
	K 金定制牌	爱尚炫	1
	爱尚炫混搭浪漫系列	爱尚炫	10

	玲珑系列延伸	爱尚炫	6
	许愿.星系列	爱尚炫	6
	极简系列	爱尚炫	6
	小恶魔珍珠系列	爱尚炫	7
	许愿.池系列	爱尚炫	8
	小恶魔主题延伸 三叉戟系列	爱尚炫	7
	许愿·小确幸延伸款	爱尚炫	4
	许愿·星秋冬款	爱尚炫	5
	晴天	爱尚彩	2
	玲珑系列	爱尚彩	10
	生辰石	爱尚彩	12
	萤火虫主题系列	爱尚彩	10
	水晶鞋延伸吊坠耳饰	钻石饰品	2
	蜜语+单钻	钻石饰品	9
	海韵系列 2016	铂金饰品	11
	型变系列	铂金饰品	6

第七节 同业竞争与关联交易

一、公司独立运营情况

公司成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整的业务体系和独立的面向市场自主经营的能力。

（一）资产独立情况

公司拥有独立完整的资产，合法拥有与生产经营有关的土地、房产以及商标、专利、非专利技术的所有权和使用权，不存在以资产、权益或信誉为股东的债务提供担保，发行人对所属资产具有完全的控制支配权，不存在资产、资金被控股股东及其关联方占用而损害公司利益的情形。

（二）人员独立情况

公司的经营和行政管理完全独立于公司股东及其他关联方。本公司独立招聘员工，设有独立的劳动、人事、工资管理体系。本公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员，不存在在控股股东、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的情形，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情形；本公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

（三）财务独立情况

公司建立了独立的财务核算体系，能独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和分公司、子公司的财务管理制度；公司独立在银行开户，独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司作为独立纳税人，依法独立纳税。

（四）机构独立情况

公司设有股东大会、董事会、监事会、董事会专业委员会等决策及监管机

构，依法建立了有效的法人治理结构，本公司独立行使经营管理职权，与控股股东及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

公司办公场所完全独立，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以及其他股东合署办公的情形。

（五）业务独立情况

公司业务独立，不存在依赖实际控制人及其控制的其他企业的情况。本公司控股股东万隆曼卡龙投资和实际控制人孙松鹤出具了避免同业竞争的承诺函，承诺在今后不会通过本人或本人可控制的其他企业在中国境内任何地方以任何方式从事对曼卡龙主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务。

保荐机构认为，公司在资产、人员、财务、机构和业务等方面的内容描述真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）公司与控股股东、实际控制人不存在同业竞争

发行人的实际控制人为孙松鹤，控股股东为万隆曼卡龙投资。万隆曼卡龙投资持有发行人 62.22%的股权，孙松鹤持有万隆曼卡龙投资的 75.00%的股权。

截至招股说明书签署之日，发行人控股股东万隆曼卡龙投资除持有本公司股权外，无其他对外股权投资。发行人实际控制人孙松鹤及其配偶俞红燕除持有发行人 8.04%股权和万隆曼卡龙投资 75.00%的股权外，不存在其他直接或间接控制的企业。孙松鹤的弟弟的配偶洪灿花持有杭州灿亚投资管理有限公司 100%的股权。截至招股说明书签署之日，万隆曼卡龙投资和杭州灿亚投资管理有限公司的经营范围及实际从事业务的情况如下：

序号	企业名称或姓名	经登记的经营范围	报告期内实际从事业务情况
1	万隆曼卡龙投资	实业投资，投资管理、咨询，企业管理咨询，商务咨询，其他无须报经审批的一切合法项目。	除持有发行人股份及向发行人出租物业外未从事其他业务或投资其他企业。
2	杭州灿亚投资管理有限公司	非证券业务的投资管理、投资咨询（未经金融等监管部	投资管理和投资咨询服务。

		门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务)；其他无需报经审批的一切合法项目。	
--	--	--	--

报告期内，万隆曼卡龙珠宝除持有发行人股份及向发行人出租物业外，未从事其他业务或投资其他企业，其主要资产为对发行人的长期股权投资，主要业务收入为对发行人的房屋租赁收入，不存在自身的采购销售渠道、客户和供应商；灿亚投资主营业务为投资管理和投资咨询服务，万隆曼卡龙投资和杭州灿亚投资管理有限公司在资产、人员、业务和技术等方面不存在影响发行人独立性的情形，与发行人不存在同业竞争的情形。

（二）公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争

公司控股股东万隆曼卡龙投资除持有本公司股权外，无其他对外股权投资。

公司实际控制人孙松鹤除持有发行人 8.04% 股权和万隆曼卡龙投资 75.00% 的股权外，无其他对外股权投资。

（三）公司控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争承诺

为避免与公司之间可能出现同业竞争，维护公司利益和保证公司长期稳定的发展，公司控股股东万隆曼卡龙投资，实际控制人孙松鹤出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺如下：

1、本人/本公司目前未从事与曼卡龙相同的经营业务，与曼卡龙不会发生直接或间接的同业竞争。今后亦将不以任何形式从事与曼卡龙的现有业务及相关产品相同或相似的经营活动，包括不会以投资、收购、兼并与曼卡龙现有业务及相关产品相同或相似的公司或者其他经济组织的形式与曼卡龙发生任何形式的同业竞争。

2、本人/本公司目前或将来投资控股的企业也不从事与曼卡龙相同的经营业务，与曼卡龙不进行直接或间接的同业竞争；如本人/本公司所控制的企业拟进行与曼卡龙相同的经营业务，本人/本公司将行使否决权，以确保与曼卡龙不进行直接或间接的同业竞争。

3、如有在曼卡龙经营范围内相关业务的商业机会，本人/本公司将优先让与或介绍给曼卡龙。对曼卡龙已进行建设或拟投资兴建的项目，本人/本公司将

在投资方向与项目选择上，避免与曼卡龙相同或相似，不与曼卡龙发生同业竞争，以维护曼卡龙的利益。如出现因本人/本公司及本人/本公司控制的其他企业违反上述承诺而导致曼卡龙的权益受到损害的情况，本人/本公司将依法承担相应的赔偿责任。

三、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》等法律法规的相关规定，截至本招股说明书签署日，发行人关联方及关联关系如下：

（一）存在控制关系的关联方

序号	关联方名称	关联关系
1	孙松鹤	本公司实际控制人，持有万隆曼卡龙投资 75.00%的股权
2	万隆曼卡龙投资	本公司控股股东，持有本公司 62.22%的股权
3	宁波曼卡龙	本公司全资子公司
4	上海曼卡龙	本公司全资子公司
5	戴曼克森	本公司全资子公司
6	浙江玖瑞玖	本公司全资子公司
7	西藏曼卡龙	本公司全资子公司
8	宁波玖瑞玖	浙江玖瑞玖全资子公司

（二）不存在控制关系的关联方

1、关联自然人

（1）持股 5%以上的自然人股东

报告期内，除实际控制人孙松鹤外，公司其他持股 5%以上的自然人股东为曹斌，持有公司 6.71%的股权。

（2）公司董事、监事、高级管理人员

本公司董事、监事、高级管理人员为本公司关联自然人，具体情况详见本招股说明书之“第八节/一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。

（3）持股 5%以上的自然人股东、公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员

上述（1）、（2）所述人员的关系密切的家庭成员也是公司的关联方。关系密切的家庭成员包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八

周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

（4）直接或间接控制发行人的法人的董事、监事、高级管理人员

截至招股说明书签署日，除控股股东万隆曼卡龙投资外，不存在其他直接或间接控制公司的法人。万隆曼卡龙投资的董事为孙松鹤、曹斌、楼红豆，监事为周斌，总经理为翁晶晶。

2、关联法人

（1）持股 5%以上的法人股东

截至招股说明书签署日，除控股股东万隆曼卡龙投资外，其他持有公司 5%以上股份的法人股东为天津天图，本次发行前持有发行人 6.53%的股权。

（2）报告期控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的其他企业

截至招股说明书签署日，除发行人以外，控股股东万隆曼卡龙投资和实际控制人孙松鹤不存在控制或施加重大影响的其他企业。

（3）其他关联企业

序号	关联方名称	关联关系
1	万隆曼卡龙珠宝	发行人主要股东孙松鹤、曹斌曾经经营的公司，已于 2013 年 4 月 25 日办理注销
2	周黑鸭食品股份有限公司	公司董事潘攀现任其董事职务
3	Zhou HeiYa International Holdings Company Limited	公司董事潘攀现任其董事职务
4	中广天择传媒股份有限公司	公司董事潘攀现任其董事职务
5	深圳乐行天下科技有限公司	公司董事潘攀现任其董事职务
6	深圳百果园实业发展有限公司	公司董事潘攀现任其董事职务
7	江西王品农业科技开发有限公司	公司董事潘攀现任其董事职务
8	深圳市品道餐饮管理有限公司	公司董事潘攀现任其董事职务
9	北京果多美农产品流通管理咨询服务 有限公司	公司董事潘攀现任其董事职务
10	北京英力生科新材料技术有限公司	发行人股东天津天图及深圳天图控股的企业，其中天津天图持有其 40.73%股权，深圳天图持有其 24%股权
11	浙商创投股份有限公司	公司监事华晔宇现任其董事、行政总裁职务
12	山西尚风科技股份有限公司	公司监事华晔宇现任其董事职务
13	浙江中鉴传媒科技有限公司	公司监事华晔宇现任其董事职务
14	浙江浙里互联网金融信息服务有限公司	公司监事华晔宇现任其董事职务
15	杭州浙正投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任其经理职务
16	杭州网和投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任其总经理职务

17	杭州华放投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任其经理职务
18	上海杭创实业有限公司	公司监事华晔宇现任其董事职务
19	浙江浙创置业有限公司	公司监事华晔宇现任其董事职务
20	杭州泰飞利海投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任其董事长职务
21	杭州昌健投资合伙企业（有限合伙）	公司监事华晔宇现任其执行事务合伙人
22	杭州勇健投资合伙企业（有限合伙）	公司监事华晔宇现任其执行事务合伙人
23	浙江浙商诺海创业投资合伙企业（有限合伙）	公司监事华晔宇现任其执行事务合伙人
24	德州中钿生物科技有限公司	公司监事华晔宇现任其董事职务
25	浙江爱秀星艺影视有限公司	公司监事华晔宇现任其执行董事职务
26	杭州惠康电子通信科技有限公司	公司监事华晔宇现任其董事长职务
27	杭州可桢网络科技有限公司	公司监事华晔宇现任其董事职务
28	杭州衡达投资管理有限公司	公司监事周斌持有其 6% 的股权，并担任其总经理职务
29	杭州海衡投资管理有限公司	公司监事周斌担任其总经理职务
30	宁波海衡投资管理有限公司	公司监事周斌担任其总经理职务
31	杭州灿亚投资管理有限公司	实际控制人孙松鹤的弟弟的配偶洪灿花控制的企业

四、关联交易

（一）经常性关联交易

1、关联方租赁

报告期内，公司存在向关联方租赁房产的情况，具体租赁情况如下：

单位：元

承租方	出租方	租赁标的	面积 (M ²)	租赁用途	租赁费		
					2016 年度	2015 年度	2014 年度
本公司	万隆曼卡龙投资	杭州市萧山区城厢街道体育路 171-187 号	319.27	萧山店门店经营	720,815.24	720,815.00	731,710.00
小计					720,815.24	720,815.00	731,710.00

以上关联租赁租金均参照当地房屋租赁市场价格，双方协商确定。

（1）关联租赁概况

根据 2012 年 1 月公司与万隆曼卡龙投资签署的《营业用房租赁合同》，万隆曼卡龙投资将其位于杭州市萧山区城厢街道体育路 171-187 号的门店经营用

房地产出租给本公司，租赁期限自 2012 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，年租金为 75 万元。2013 年 12 月，公司与万隆曼卡龙投资签署《营业用房租赁补充协议》，约定原协议确定的租赁期限仍有效，上述房产的年租金变更为分段收费。具体情况如下：

合同期限	租金（元）
2014 年 1 月 1 日至 2014 年 7 月 31 日	437,500.00
2014 年 8 月 1 日至 2015 年 7 月 31 日	706,105.00
2015 年 8 月 1 日至 2016 年 7 月 31 日	741,410.00
2016 年 8 月 1 日至 2017 年 7 月 31 日	778,480.00
2017 年 8 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	甲乙双方有权根据房屋租赁市场价做出相应调整，以双方协商一致为准

（2）关联租赁的原因及合理性

第一，公司租赁的萧山店门店房产所在地“杭州市萧山区城厢街道体育路 171-187 号”位于萧山区人民路地铁站出口附近商业街，该商业街内珠宝品牌众多，对公司目标客户群体具有较强的引流作用。萧山店在开店之初选址即位于当前门店所在位置，在当地经营多年，已经拥有一批忠实客户和较强的品牌号召力，故萧山店有在原址继续经营的需求；

第二，公司目前所有直营店的经营场所均为通过租赁方式取得使用权，通过租赁房产方式设立直营店是商品流通企业普遍采用的扩充销售终端的方法。通过租赁销售网点经营场所，一方面可以减少公司因购置固定资产的大规模资金支出，有利于公司合理配置资金，扩大生产经营；另一方面由于直营店销售业绩受商圈影响较大，租赁方式能增加公司经营场所随商圈变化调整的灵活性；

第三，萧山店的房屋产权所有人为控股股东万隆曼卡龙投资，万隆曼卡龙投资已取得编号为杭房权证萧更字第 00134266 号房屋产权证书。但由于历史原因，该房屋相应土地使用权类型为划拨土地，故公司未将其购置纳入上市主体。

2014 年 9 月，杭州市国土资源局萧山分局出具证明确认：“2013 年 4 月，为明晰产权，解决历史遗留问题，根据萧山区政府会议纪要和我局会议纪要，为浙江万隆曼卡龙投资有限公司位于城厢街道体育路的用地办理了土地使用权登记，土地使用权证号为杭萧国用（2013）第 0100011 号，使用权类型为划

拨，使用权面积为 67.83M²。土地登记时未发现违法用地”。

2014 年 9 月，杭州市萧山区房地产交易产权登记管理中心出具证明确认：“浙江万隆曼卡龙投资有限公司上述房屋之土地为划拨性质系历史原因造成，浙江万隆曼卡龙投资有限公司合法拥有该房屋的所有权，包括但不限于占有、使用、收益、处分等一切权利。上述情况属实。”

综合考虑以上各方面因素，公司选择向控股股东租赁房产，而非直接购置该项房产，从而产生了相应的经常性关联交易。

（3）关联租赁对发行人资产完整性和独立性的影响

首先，通过租赁房产设立直营店符合商品流通企业特点，且该处租赁房产所在商业街内珠宝品牌众多，对发行人目标客户群体具有较强的引流作用，符合公司珠宝销售商铺的经营选址的条件。

其次，虽然公司租赁的萧山店经营场所占用的土地为划拨用地，但万隆曼卡龙投资已取得相关房屋产权证，并已取得有关部门的确认。相关租赁行为不存在争议或纠纷。

最后，为保证经营的稳定性，公司与控股股东万隆曼卡龙投资签订了 10 年的房屋租赁合同，关联租赁的长期性和持续性有利于公司业务的稳定发展。

综上，保荐机构认为，发行人向控股股东租赁萧山店经营用房产符合商业惯例，有利于发行人的业务发展，对发行人资产的完整性和独立性不构成重大影响。

2、支付薪酬

公司根据薪酬管理相关规定，向董事、监事、高级管理人员支付薪酬，具体情况详见本招股说明书“第八节、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员报酬情况”。

（二）偶发性关联交易

1、关联方资金拆借

报告期内，发行人存在向关联方拆入资金，具体情况如下：

单位：万元

关联方	期间	期初本金	本期借款	本期还本	本期利息	期末应付
孙松鹤	2014 年度	-	1,000.00	1,000.00	-	-

2014 年 8 月 18 日，因临时生产经营周转所需，曼卡龙向实际控制人孙松鹤拆借资金 1,000 万元，并于 2014 年 8 月 22 日全额归还，由于借入时间较短，故未向孙松鹤支付资金占用费。报告期内，除该笔关联方资金拆借外，发行人不存在其他关联方资金拆借情形。

2、关联方担保

(1) 2011 年 7 月，孙松鹤及其配偶俞红燕与杭州银行延安支行签订《最高额抵押合同》（编号：015c1102011000442），以位于苏州市百家巷 32 号 33 幢的自有房产为曼卡龙自 2011 年 7 月 15 日至 2013 年 12 月 31 日期间对杭州银行延安支行产生的全部债务提供抵押担保，担保的最高债权额为人民币 2,000 万元。

(2) 2011 年 7 月，万隆曼卡龙投资与杭州银行延安支行签订《最高额保证合同》（编号：015c1102011000441），为曼卡龙自 2011 年 7 月 15 日至 2013 年 12 月 31 日期间对杭州银行延安支行产生的全部债务提供保证担保，担保的最高债权额为人民币 13,200 万元。

(3) 2011 年 7 月，曹斌及其配偶杨雅文与杭州银行延安支行签订《最高额抵押合同》（编号：015c1102011000432），以位于杭州市上城区湖滨公寓 1 幢 1 单元 201 室的自有房产为曼卡龙自 2011 年 7 月 19 日至 2013 年 12 月 31 日期间对杭州银行延安支行产生的全部债务提供抵押担保，担保的最高债权额为人民币 1,226 万元。

(4) 2011 年 7 月，万隆曼卡龙投资与杭州银行延安支行签订《最高额抵押合同》（编号：015c1102011000422），以位于杭州市萧山区城厢街道体育路 171-187 号的自有房产为曼卡龙自 2011 年 7 月 19 日至 2013 年 12 月 31 日期间对杭州银行延安支行产生的全部债务提供抵押担保，担保的最高债权额为人民币 990 万元。

(5) 2011 年 7 月，孙松鹤及其配偶俞红燕与杭州银行延安支行签订《最高额抵押合同》（编号：015c1102011000412），以位于杭州市萧山区城厢镇时

代广场 4 幢 2 单元 1101、1201 室的自有房产为曼卡龙自 2011 年 7 月 19 日至 2013 年 12 月 31 日期间对杭州银行延安支行产生的全部债务提供抵押担保，担保的最高债权额为人民币 668 万元。

(6) 2011 年 7 月，孙松鹤之女孙舒云与杭州银行延安支行签订《最高额抵押合同（编号：015c1102011000402）》，以位于杭州市淳安县千岛湖镇开元度假村 95 号的自有房产为曼卡龙自 2011 年 7 月 19 日至 2013 年 12 月 31 日期间对杭州银行延安支行产生的全部债务提供抵押担保，担保的最高债权额为人民币 750 万元。

(7) 2012 年 6 月，孙松鹤与浦发银行萧山支行签订《最高额保证合同》（编号：ZB9507201200000246），为曼卡龙自 2012 年 6 月 28 日至 2014 年 6 月 28 日期间对浦发银行萧山支行产生的全部债务提供保证担保，担保的最高债权额为人民币 4,000 万元。

(8) 2014 年 1 月，万隆曼卡龙投资与杭州银行西城支行签订《保证合同》（编号：035c1102013002011），为曼卡龙与杭州银行西城支行签订的编号为 035c110201300201 的借款合同提供保证担保，担保金额为 3,000 万元。

3、关联方应收应付款

报告期各期末，发行人及其控股子公司对关联方无应收款项余额。

报告期各期末，发行人及其控股子公司对关联方应付款项余额情况如下：

单位：元

项目名称	关联方	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应付账款	万隆曼卡龙投资	-	-	731,710.00
	小计	-	-	731,710.00

五、公司规范关联交易的制度安排

（一）《公司章程》对关联交易的制度安排

发行人现行有效的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》中，规定了关联股东、关联董事对关联交易的回避制度，明确了关联交易公允决策的权限和程序。2015 年 6 月 2 日公司 2015 年第二次临时股东大会通过了为本次发行上市修订的《公司章程（草案）》，《公司章程（草案）》延续了现行有效的《公司章程》关于关联交易制度安排的内容。

1、《公司章程》关于股东大会涉及关联交易事项时的制度安排有：

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。股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

2、《公司章程》关于董事会涉及关联交易事项的制度安排有：

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

3、《公司章程》关于关联交易回避表决的规定

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

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。股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东的回避和表决程序为：

（1）董事会或其他召集人应依据相关法律、法规和规章的规定，对拟提交股东大会审议的有关事项是否构成关联交易做出判断，在作此项判断时，股东的持股数额应以工商登记为准；

（2）如经董事会或其他召集人判断，拟提交股东大会审议的有关事项构成关联交易，则董事会或其他召集人应书面通知关联股东；

（3）董事会或其他召集人应在发出股东大会通知前完成以上规定的工作，并在股东大会通知中对此项工作的结果通知全体股东。

（二）《关联交易决策制度》对关联交易作出的规定

2013 年 11 月 29 日，发行人 2013 年第一次临时股东大会审议通过了修订后的《关联交易决策制度》，其中对关联交易的决策权限和决策程序的规定如下：

1、股东大会有权批准的关联交易

- （1）公司与关联自然人发生的达到或超过 300 万元的关联交易；
- （2）公司与关联法人发生的金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产、提供担保除外），应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该交易提交股东大会审议；
- （3）公司为关联方提供担保的，无论数额大小，均应在董事会审议通过后提交股东大会审议；
- （4）公司为持有本公司 5%以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决；
- （5）虽然按照《关联交易决策制度》的规定属于董事会审议批准的关联交易，但独立董事、监事会或董事会认为应该提交股东大会表决的，由股东大会审议并表决；
- （6）虽然按照《关联交易决策制度》的规定属于董事会审议批准的关联交易，但董事会非关联董事少于 3 人的。

2、董事会有权批准的关联交易

- （1）公司与关联自然人发生的金额在 30 万元以上的关联交易；
- （2）公司与关联法人发生的金额在 300 万元以上，或占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易；
- （3）达到股东大会审议标准的事项应该在董事会审议后提交股东大会审议批准。

3、总经理有权批准的关联交易

- （1）公司与关联自然人发生的金额在 30 万元以下的关联交易；
- （2）公司与关联法人达成的关联交易总额在 300 万元以下、或者占公司最近一期经审计净资产绝对值的比例 0.5%以下的关联交易。

（三）《董事会议事规则》和《独立董事工作细则》对关联交易作出的规定

2013 年 11 月 29 日，发行人 2013 年第一次临时股东大会审议通过了《董事会议事规则》和《独立董事工作细则》，对关联交易决策作出了规定。

1、《董事会议事规则》关于关联交易决策回避表决的规定

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

2、《独立董事工作细则》关于独立董事对关联交易决策职权和义务的规定

公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元人民币或高于公司最近经审计净资产的 5% 的关联交易，应当由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告。

公司重大关联交易，应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论。独立董事向董事提请召开临时股东大会、提议召开董事会会议和在股东大会召开前公开向股东征集投票权，应由二分之一以上独立董事同意。经二分之一以上独立董事同意，独立董事可独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担。

（四）《对外担保决策制度》对关联交易作出的规定

2013 年 11 月 29 日，发行人 2013 年第一次临时股东大会审议通过了《对外担保决策制度》，其中对关联担保的决策权限和决策程序的规定如下：

公司对股东、实际控制人及其关联方提供的担保，须提交股东大会审议。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，关联股东不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

公司为关联方提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

六、公司关联交易制度执行情况及独立董事关于关联交易所发表的意见

（一）报告期内关联交易制度的执行情况

2013年12月25日，发行人召开2013年第二次临时股东大会，审议通过了《关于预计公司2014年日常关联交易的议案》，相关关联股东在审议时回避表决。

报告期内，发行人关联交易均已按照公司关联交易制度履行了相应的决策程序，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

（二）独立董事意见

2013年11月30日，公司召开第二届董事会第五次会议，独立董事对于公司《关于预计公司2014年日常关联交易的议案》发表独立意见确认：（1）预计公司2014年度日常关联交易，是公司正常生产经营活动所需，定价合理公允，严格遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，不存在损害公司及其他股东特别是中小股东利益的情形，不会影响公司的独立性，也不会对公司持续经营能力产生影响。（2）公司董事会在表决上述关联交易时，关联董事均依法进行了回避，关联交易表决程序合法有效，符合有关法律法规和《公司章程》的有关规定。鉴于上述原因，全体独立董事一致认可同意执行2014年度日常关联交易计划，并同意将该事项提交公司股东大会审议。

七、公司规范和减少关联交易的措施

为规范和减少关联交易，本公司尽量避免关联交易的发生，对于难以避免的关联交易，本公司严格按照国家现行法律、法规、规范性文件以及《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作细则》、《关联交易决策制度》、《对外担保决策制度》等有关规定履行必要程序，遵循公正、公平、公开的原则，明确双方的权利和义务，确保关联交易的公平。

除上述措施外，公司控股股东万隆曼卡龙投资、实际控制人孙松鹤分别向公司出具了《关于减少和规范关联交易承诺函》。承诺内容如下：

（1）本人/本公司不利用实际控制人/控股股东地位及与曼卡龙之间的关联关系损害曼卡龙利益和其他股东的合法权益；

（2）本人/本公司尽量减少与曼卡龙发生关联交易，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，将不会要求或接受曼卡龙给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件；

（3）本人/本公司将严格和善意地履行与曼卡龙签订的各种关联交易协议，不会向曼卡龙谋求任何超出上述规定以外的利益或收益；

（4）本人/本公司及本人/本公司所控制的企业在今后将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他任何方式占用曼卡龙的资金；在作为曼卡龙的实际控制人/控股股东期间，将严格执行中国证监会有关规范上市公司与关联企业资金往来的规定。

如果因违反上述承诺导致曼卡龙或其控股子公司损失或利用关联交易侵占曼卡龙或其控股子公司利益的，曼卡龙及其控股子公司的损失由本人/本公司负责承担。

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、高级管理人员与核心技术人员简介

截至本招股说明书签署日，本公司董事会成员 9 名，其中独立董事 3 名；监事会成员 3 名，其中职工代表监事 1 名；高级管理人员 4 名，核心技术人员 2 名。上述人员均为中国国籍，无境外永久居留权，孙松鹤、潘攀持有香港居民身份证。具体组成如下：

（一）董事

1、孙松鹤，董事长

男，1963 年生，1988 年毕业于浙江广播电视大学法律专业。曾就职于萧山区商业局百货公司、萧山区司法局。曾任万隆曼卡龙珠宝董事长、总经理；现任发行人董事长、总经理，浙江万隆曼卡龙投资董事长。2009 年被品牌中国评为年度“新锐人物”，2010 年被萧山区人民政府评为在“十二五期间”杰出贡献的企业家。

2、曹斌，董事

男，1964 年生，1989 年毕业于浙江省金华财政学校财务管理专业，2007 年毕业于中南财经政法大学 EMBA。曾就职于杭州萧山税务局，曾任杭州伟成印刷有限公司总经理助理，曾任万隆曼卡龙珠宝财务总监，现任发行人董事。

3、刘春燕，董事

女，1970 年生，1992 年毕业于黑龙江八一农垦大学会计学专业，获经济学学士学位，会计师，中国注册会计师非执业会员。曾就职于哈尔滨电机有限责任公司计财部，曾任黑龙江北亚股份有限公司审计部主管，北京天健会计师事务所有限公司审计经理，北京润丰管理咨询有限公司财务顾问部经理，北京晓通网络科技有限公司财务经理。2010 年 4 月加入公司，现任发行人董事、董事会秘书。

4、胡晓群，董事

女，1976 年生，1998 年毕业于中南财经政法大学会计系，获经济学学士，中国注册会计师、高级会计师、中国注册税务师。曾任浙江天健会计师事务所

有限公司审计经理，浙江浙大网新集团有限公司审计总监，2010年12月加入公司，现任发行人董事、财务总监。

5、吴长峰，董事

男，1979年生，本科学历。曾任职于杭州德意电器有限公司。曾任浙江万隆曼卡龙珠宝人力资源总监。2009年至今就职于发行人，历任销售大区总经理助理、区域经理、浙江大区总经理，现任发行人董事、副总经理。

6、潘攀，董事

男，1979年生，金融学硕士，2008年至2013年就职于国信弘盛创业投资有限公司，任投资副总裁，现任深圳天图资本管理中心（有限合伙）董事总经理、发行人董事、深圳百果园实业发展有限公司、江西王品农业科技开发有限公司、深圳市品道餐饮管理有限公司、北京果多美农产品流通管理咨询服务有限公司等公司董事。

7、史洪岳，独立董事

男，1964年生，1988年毕业于中国地质大学，获矿床地质学学士学位。曾就职于中国地质科学院，现任中国珠宝玉石首饰行业协会副会长、秘书长，创新医疗管理股份有限公司独立董事、发行人独立董事。

8、陈三联，独立董事

男，1964年生，法学本科学历，无党派人士。曾任职于浙江省司法厅律师管理处、《律师与法制》杂志社、浙江联合律师事务所第五所、浙江人地律师事务所。2002年1月至今，在浙江省律师协会工作，历任对外联络部主任、副秘书长、秘书长。现任会稽山绍兴酒股份有限公司、嘉凯城集团股份有限公司、浙江东尼电子股份有限公司、浙商中拓集团股份有限公司等公司独立董事、发行人独立董事。

9、李文贵，独立董事

女，1982年生，2014年毕业于武汉大学。博士研究生学历，副教授，硕士生导师。现任浙江财经大学会计学院审计系主任、财务与会计研究中心公司治理与财务管控研究室主任，中源家居股份有限公司独立董事。

（二）监事

1、周斌，监事会主席

男，1968年生，1986年就读于合肥工业大学，机械制造工艺及设备专业。曾就职于杭州汽轮动力集团、中英合资杭州司迈特电器有限公司、杭州司迈特水处理工程公司。曾任万隆曼卡龙珠宝执行董事、发行人副总经理、万隆曼卡龙投资监事，现任万隆曼卡龙投资监事、发行人监事会主席、杭州衡达投资管理有限公司总经理、杭州海衡投资管理有限公司总经理、宁波海衡投资管理有限公司总经理。

2、华晔宇，监事

男，1972年出生，本科学历。曾任浙江省工商局《市场导报》新闻中心主任、国务院发展研究中心《中国经济报告》编委；现任浙商创投股份有限公司董事、行政总裁；兼任中华创投家同学会执行会长、浙江省股权投资行业协会副秘书长、浙江省创业风险投资行业协会副会长、杭州市青年创业导师、浙江工商大学MBA企业导师、发行人监事，广东九联科技股份有限公司监事、山西尚风科技股份有限公司公司董事等职务。

3、林安德，职工代表监事

男，1982年出生，毕业于宁波工程学院；2003年5月至2005年2月就职于宁波日报集团中国宁波网任拓展部主管、会展主管，曾任宁波甬太传媒市场总监、副总经理，现任发行人职工代表监事。

（三）高级管理人员

- 1、孙松鹤，总经理，简历详见本节之“一/（一）董事”相关内容。
- 2、吴长峰，副总经理，简历详见本节之“一/（一）董事”相关内容。
- 3、刘春燕，董事会秘书，简历详见本节之“一/（一）董事”相关内容。
- 4、胡晓群，财务总监，简历详见本节之“一/（一）董事”相关内容。

（四）核心技术人员

孙松鹤简历详见本节之“一/（一）董事”相关内容。

瞿吾珍，女，1970年出生，大学本科。曾任万隆曼卡龙珠宝的珠宝顾问、采购总监，现任公司设计研发部经理、商品中心总监，兼任公司今古传奇翡翠项目负责人。

（五）董事、监事的提名及上述人员的选聘情况

1、董事的提名及选聘情况

2012年12月21日，公司召开2012年第六次临时股东大会，选举孙松鹤、曹斌、赵维江、刘春燕、胡晓群、王岑、孙凤民、陈三联、张红英为公司第二届董事会成员。同日公司召开第二届董事会第一次会议，选举孙松鹤先生为第二届董事会董事长。

2014年3月，王岑因工作变动辞去董事职务，2014年4月8日，公司2014年第一次临时股东大会审议通过，选举潘攀继任董事职务。

2014年11月，赵维江因工作变动辞去董事职务，2014年12月31日，公司2014年第三次临时股东大会审议通过，选举吴长峰继任董事职务。

2015年4月，孙凤民个人原因辞去独立董事职务，2015年4月28日，公司2014年度股东大会审议通过，选举史洪岳为独立董事。

2015年11月21日，公司2015年第四次临时股东大会进行董事换届选举，选举孙松鹤、曹斌、刘春燕、胡晓群、吴长峰、潘攀、史洪岳、陈三联、李文贵为公司第三届董事会成员，其中史洪岳、陈三联、李文贵为独立董事。

2、监事的提名及选聘情况

2012年12月7日，公司召开职工代表大会，选举林安德为职工监事。2012年12月21日，公司2012年第六次临时股东大会进行监事会换届选举，选举周斌、华晔宇为公司监事，与职工代表监事共同组成第二届监事会。

2015年11月6日，公司召开职工代表大会，选举林安德为公司第三届监事会职工代表监事。2015年11月21日，公司2015年第四次临时股东大会进行监事会换届选举，选举周斌、华晔宇为公司第三届监事会股东代表监事。

3、高级管理人员的选聘情况

2012年12月21日，公司召开第二届董事会第一次会议并决议通过，聘任孙松鹤为公司总经理、聘任赵维江为公司副总经理、聘任刘春燕为公司董事会秘书、聘任胡晓群为公司财务总监。

2014年7月17日，公司第二届董事会第九次会议审议通过，聘任吴长峰为主管销售的副总经理。

2014年11月，赵维江因工作变动辞去公司副总经理职务。

2015年11月21日，公司第三届董事会第一次会议审议通过，聘任孙松

鹤为公司总经理、吴长峰为公司副总经理、刘春燕为公司董事会秘书、胡晓群为公司财务总监。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人的股份数量未发生变化。

（一）直接持股情况

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有发行人股份的情况如下：

单位：万股/%

序号	股东姓名	公司职务或亲属关系	持股数量	持股比例
1	孙松鹤	董事长、总经理、核心技术人员	1,230.13	8.04
2	曹斌	董事	1,026.13	6.71
3	刘春燕	董事、董事会秘书	34.00	0.22
4	胡晓群	董事、财务总监	34.00	0.22
5	吴长峰	董事、副总经理	49.60	0.32
6	周斌	监事会主席	141.31	0.92
7	瞿吾珍	设计研发部经理、商品中心总监	110.74	0.72
8	车慧珠	刘春燕弟弟的配偶的母亲	30.27	0.20

（二）间接持股情况

发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属存在通过控股股东万隆曼卡龙投资间接持有发行人股份的情况，最近三年万隆曼卡龙投资对发行人的持股比例均为 62.22%，未发生变化。

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属对万隆曼卡龙投资的持股情况如下：

单位：万股/%

序号	股东姓名	公司职务或亲属关系	持股数量	持股比例
1	孙松鹤	董事长、总经理、核心技术人员	4,500.00	75.00
2	曹斌	董事	660.00	11.00

3	刘春燕	董事、董事会秘书	30.00	0.50
4	周斌	监事会主席	420.00	7.00
5	瞿吾珍	设计研发部经理、商品中心总监	30.00	0.50
6	车慧珠	刘春燕弟弟的配偶的母亲	6.00	0.10

截至本招股说明书签署日，除上述情况外，现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在其他直接或间接持有本公司股份情况。不存在股权质押或冻结情况，亦不存在其他有争议的情况。

三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在发行前对外投资情况

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对除发行人以外的对外投资情况见下表：

姓名	在公司现任职务	被投资企业名称	出资比例(%)
孙松鹤	董事长、总经理	浙江万隆曼卡龙投资有限公司	75.00
曹斌	董事	浙江万隆曼卡龙投资有限公司	11.00
刘春燕	董事会秘书	浙江万隆曼卡龙投资有限公司	0.50
周斌	监事会主席	浙江万隆曼卡龙投资有限公司	7.00
		杭州瑞德设计股份有限公司	1.011
		杭州衡达投资管理有限公司	6.00
		杭州星悦投资管理有限公司	1.00
华晔宇	监事	浙江中鉴传媒科技有限公司	20.00
		浙江惠康电子通信科技有限公司	5.00
		浙江爱秀星艺影视有限公司	30.00
		杭州大善艺术品有限公司	40.00
		杭州和衷投资合伙企业（有限合伙）	70.00
		杭州助创天使创业投资合伙企业（普通合伙）	3.125
		浙江浙商诺海创业投资合伙企业（有限合伙）	0.4521
		杭州勇健投资合伙企业（有限合伙）	1.00
		杭州昌健投资合伙企业（有限合伙）	0.125
		宁波厚道信华股权投资管理合伙企业（有限合伙）	5.28
		杭州和承投资合伙企业（有限合伙）	21.59
潘攀	董事	深圳天图股权投资基金管理企业	7.00
瞿吾珍	设计研发部经理、商品中心总监	浙江万隆曼卡龙投资有限公司	0.50

上述人员的对外投资与本公司不存在利益冲突。除此之外，本公司其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员均不存在其他对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员报酬情况

本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 2016 年度从本公司领取薪酬（含税）的情况如下表所示：

序号	姓名	任职情况	2016 年度薪酬（万元）
1	孙松鹤	董事长、总经理	51.07
2	曹 斌	董事	10.21
3	刘春燕	董事、董事会秘书	53.39
4	胡晓群	董事、财务总监	38.34
5	吴长峰	董事、副总经理	87.51
6	潘 攀	董事	-
7	史洪岳	独立董事	5.00
8	陈三联	独立董事	5.00
9	李文贵	独立董事	5.00
10	周 斌	监事会主席	-
11	华晔宇	监事	-
12	林安德	职工代表监事	22.63
13	瞿吾珍	设计研发部经理、商品中心总监	30.04

注：董事潘攀、监事会主席周斌、监事华晔宇不在公司领取薪酬。

五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在其他单位的任职情况如下：

姓名	兼职单位	兼职职位	兼职单位与发行人关联关系
孙松鹤	万隆曼卡龙投资	董事长	发行人控股股东
	上海曼卡龙	执行董事	发行人全资子公司
曹斌	万隆曼卡龙投资	董事	发行人控股股东
	浙江玖瑞玖	执行董事、经理	发行人全资子公司
	宁波曼卡龙	执行董事、经理	发行人全资子公司

	戴曼克森	执行董事	发行人全资子公司
刘春燕	戴曼克森	监事	发行人全资子公司
	浙江玖瑞玖	监事	发行人全资子公司
	宁波玖瑞玖	执行董事、经理	浙江玖瑞玖全资子公司
	宁波曼卡龙	监事	发行人全资子公司
	西藏曼卡龙	执行董事、经理	发行人全资子公司
	上海曼卡龙	监事	发行人全资子公司
胡晓群	宁波玖瑞玖	监事	浙江玖瑞玖全资子公司
	西藏曼卡龙	监事	发行人全资子公司
潘攀	周黑鸭食品股份有限公司	董事	/
	中广天择传媒股份有限公司	董事	/
	深圳乐行天下科技有限公司	董事	/
	深圳天图资本管理中心（有限合伙）	董事总经理	/
	深圳百果园实业发展有限公司	董事	/
	Zhou HeiYa International Holdings Company Limited	董事	/
	江西王品农业科技开发有限公司	董事	/
	深圳市品道餐饮管理有限公司	董事	/
	北京果多美农产品流通管理咨询服务 有限公司	董事	/
陈三联	浙江省律师协会	秘书长	/
	会稽山绍兴酒股份有限公司	独立董事	/
	嘉凯城集团股份有限公司	独立董事	/
	浙江东尼电子股份有限公司	独立董事	/
	浙商中拓集团股份有限公司	独立董事	/
李文贵	浙江财经大学	副教授	/
	中源家居股份有限公司	独立董事	/
史洪岳	中国珠宝玉石首饰行业协会	副会长、秘书长	/
	创新医疗管理股份有限公司	独立董事	/
周斌	万隆曼卡龙投资	监事	发行人控股股东
	杭州衡达投资管理有限公司	总经理	/
	杭州海衡投资管理有限公司	总经理	/
	宁波海衡投资管理有限公司	总经理	/
华晔宇	浙商创投股份有限公司	董事、行政总裁	/
	广东九联科技股份有限公司	监事	/
	山西尚风科技股份有限公司	董事	/
	浙江中鉴传媒科技有限公司	董事	/
	浙江康诺邦健康产品有限公司	监事	/
	浙江浙里互联网金融信息服务有限公司	董事	/
	杭州浙正投资管理有限公司	经理	/
	杭州网和投资管理有限公司	总经理	/
	杭州华放投资管理有限公司	经理	/

上海杭创实业有限公司	董事	/
浙江浙创置业有限公司	董事	/
杭州泰飞利海投资管理有限公司	董事长	/
杭州钱江浙商创业投资管理有限公司	监事	/
浙商创业投资管理（深圳）有限公司	监事	/
杭州联网投资管理有限公司	监事	/
浙商创投（沈阳）有限公司	监事	/
北京浙商华盈创业投资管理有限公司	监事	/
杭州助合投资管理有限公司	监事	/
浙江浙商诺海创业投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	/
杭州勇健投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	/
杭州昌健投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	/
北京浙商海鹰创业投资有限公司	监事	/
德州中钿生物科技有限公司	董事	/
浙江爱秀星艺影视有限公司	执行董事	/
杭州惠康电子通信科技有限公司	董事长	/
杭州可桢网络科技有限公司	董事	/
新影数讯网络科技（北京）有限公司	监事	/

除上述情况外，发行人董事、监事、高级管理人员与核心技术人员不存在其他兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间的亲属关系

发行人董事、监事、高级管理人员与核心技术人员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有关协议或承诺情况

（一）协议情况

发行人与内部董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订了《劳动合同》、向独立董事和外部董事下发了聘书。

（二）承诺情况

公司董事、监事、高级管理人员的重要承诺详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况/十一、重要承诺”。

八、董事、监事和高级管理人员任职资格

截至本招股说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员的任职均符合法律、法规、规范性文件及现行《公司章程》的规定，不存在违反《公司法》和《证券法》及其他法律、法规和规范性文件有关规定的情形，董事、监事及高级管理人员具备法律、法规或规章规定的任职资格。

九、公司董事、监事和高级管理人员近三年的变动情况

（一）公司董事变动情况

报告期内发行人董事变动情况及原因具体如下：

董事	报告期初	报告期末	变动情况及原因
内部董事	孙松鹤、曹斌、赵维江、刘春燕、胡晓群	孙松鹤、曹斌、吴长峰、刘春燕、胡晓群	2014年11月，赵维江因工作变动辞去董事职务；2014年12月31日，公司第三次临时股东大会审议选举吴长峰继任董事职务。
PE提名董事	王岑	潘攀	2014年3月，王岑因工作变动辞去董事职务；2014年4月8日公司第一次临时股东大会审议选举潘攀继任董事职务。
独立董事	孙凤民、陈三联和张红英	史洪岳、陈三联、李文贵	①2015年4月，孙凤民因个人原因辞去独立董事职务；2015年4月28日，公司2014年度股东大会选举史洪岳为独立董事。②2015年11月21日，公司第四次临时股东大会换届选举李文贵为独立董事。

截至本招股说明书签署日，公司的董事为孙松鹤、曹斌、刘春燕、胡晓群、吴长峰、潘攀、史洪岳、陈三联、李文贵。

（二）公司监事变动情况

报告期内发行人监事变动情况及原因具体如下：

监事	报告期初	报告期末	变动情况及原因
股东代表监事	周斌、华晔宇	周斌、华晔宇	无变动
职工代表监事	林安德	林安德	无变动

（三）高级管理人员变动情况

报告期内发行人高级管理人员变动情况及原因具体如下：

高管	报告期初	报告期末	变动情况及原因
总经理	孙松鹤	孙松鹤	无变动
副总经理	赵维江	吴长峰	2014年7月17日，公司第二届董事会第九次会议选举吴长峰为副总经理，2014年11月，赵维江因个人原因辞去副总经理职务。
董事会秘书	刘春燕	刘春燕	无变动
财务总监	胡晓群	胡晓群	无变动

公司董事、监事、高级管理人员的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定；报告期内上述人员构成基本稳定，相关变化未对公司的持续经营造成不利影响。

第九节 公司治理

股份公司设立以来，根据《公司法》、《证券法》及其他相关法律、法规的要求，逐步确立并完善了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等相关制度，并在公司董事会下设立了战略决策委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会四个专门委员会。

上述机构规范运作，未出现违法违规情形，能够切实履行应尽的职责和义务。

一、股东大会制度的建立、健全及运行情况

（一）股东大会职权

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》的有关规定，股东大会是本公司的权力机构，依法行使下列职权：

- （1）决定公司经营方针和投资计划；
- （2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- （3）审议批准董事会的报告；
- （4）审议批准监事会的报告；
- （5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （8）对发行公司债券作出决议；
- （9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- （10）修改公司章程；
- （11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （12）审议批准公司章程第三十九条规定的担保事项；
- （13）审议公司在连续十二月内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；

- （14）审议批准变更募集资金用途事项；
- （15）审议股权激励计划；
- （16）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

（二）股东大会议事规则

1、股东大会的召开

公司年度股东大会每年召开 1 次，并应于上一会计年度结束后的 6 个月之内举行。临时股东大会不定期召开，出现《公司章程》规定的应当召开临时股东大会的情形时，临时股东大会应当在 2 个月内召开。

独立董事有权向董事会提议召开临时股东大会。对独立董事要求召开临时股东大会的提议，董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到提议后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，将在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知；董事会不同意召开临时股东大会的，将说明理由。

监事会有权向董事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到提案后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，将在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提议的变更，应征得监事会的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到提案后 10 日内未作出反馈的，视为董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责，监事会可以自行召集和主持。

单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见。董事会同意召开临时股东大会的，应当在作出董事会决议后的 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原请求的变更，应当征得相关股东的同意。董事会不同意召开临时股东大会，或者在收到请求后 10 日内未作出反馈的，单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向监事会提出请求。监事会同意召开临时股

东大会的，应在收到请求 5 日内发出召开股东大会的通知，通知中对原提案的变更，应当征得相关股东的同意。监事会未在规定期限内发出股东大会通知的，视为监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东可以自行召集和主持。

2、股东大会的提案

股东大会的提案内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和本章程的有关规定。

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3% 以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合计持有公司 3% 以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，列明临时提案的内容。除上述规定的情形外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。

股东大会通知中未列明或不符合公司章程第四十九条规定的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。

3、股东大会的决议

股东大会决议分为普通决议和特别决议。

股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上通过。

股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。

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。股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。

公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东会有表决权的股份总数。

董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。

（三）股东大会运行

自 2014 年 1 月 1 日起至本招股说明书签署之日，股份公司共计召开 13 次股东大会，历次股东大会的召集、召开、表决、决议内容及签署均合法、合规、真实、有效。

报告期内，发行人历次股东大会的简要情况如下：

序号	会议届次	召开时间
1	2014 年第一次临时股东大会	2014.04.08
2	2013 年年度股东大会	2014.06.11
3	2014 年第二次临时股东大会	2014.08.01
4	2014 年第三次临时股东大会	2014.12.31
5	2014 年年度股东大会	2015.04.28
6	2015 年第一次临时股东大会	2015.05.20
7	2015 年第二次临时股东大会	2015.06.02
8	2015 年第三次临时股东大会	2015.09.29
9	2015 年第四次临时股东大会	2015.11.21
10	2015 年年度股东大会	2016.03.13
11	2016 年第一次临时股东大会	2016.05.05
12	2016 年第二次临时股东大会	2016.09.27
13	2016 年年度股东大会	2017.03.02

二、董事会制度的建立、健全及运行情况

根据《公司章程》和《董事会议事规则》，董事会规范运行。具体情况如下：

（一）董事会构成

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。

董事由股东大会选举或更换，任期三年。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不能无故解除其职务。如因董事的辞职导致公司董事会低于法定最低人数时，在改选出的董事就任前，原董事仍应当依照法律、行政法规、部门规章和本章程规定，履行董事职务。

董事会设董事长 1 人，由董事会以全体董事的过半数选举产生。

（二）董事会职权

根据《公司章程》的规定，董事会行使下列职权：

- (1) 召集股东大会，并向股东大会报告工作；
 - (2) 执行股东大会的决议；
 - (3) 决定公司的经营计划和投资方案；
 - (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
 - (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
 - (6) 制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
 - (7) 拟订公司重大收购或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
 - (8) 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
 - (9) 决定公司内部管理机构的设置；
 - (10) 聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
 - (11) 制订公司的基本管理制度；
 - (12) 制订本章程的修改方案；
 - (13) 管理公司信息披露事项；
 - (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
 - (15) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
 - (16) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权；
- 对于超过股东大会授权范围的事项，董事会应当提交股东大会审议。

（三）董事会议事规则的主要规定

1、董事会的召开

董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集，于会议召开 10 日以前专人送达或传真方式或邮件方式通知全体董事和监事。

代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事、监事会或总经理，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。

公司董事长行使下列职权：

- （一）主持股东大会和召集、主持董事会会议；

（二）督促、检查董事会决议的执行；

（三）董事会授予的其他职权。

公司副董事长协助董事长工作，在董事长不能履行职务或者不履行职务的，由副董事长履行职务；副董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事履行职务。

董事会召开临时董事会会议的通知方式为：邮件（包括电子邮件）、传真或专人送达；通知时限为：会议召开 5 日以前。

董事会会议，应当由董事本人出席；董事因故不能出席的，可以书面委托其他董事代为出席，委托书应当载明代理人的姓名、代理事项、权限和有效期限，并由委托人签名或盖章。代为出席会议的董事应当在授权范围内行使董事的权利。董事未出席董事会会议，亦未委托代表出席的，视为放弃在该次会议上的投票权。

2、董事会的决议

董事会会议应当由过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。

董事会决议的表决，实行一人一票。

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

董事会决议表决方式为：举手表决或投票表决方式。

董事会临时会议在保障董事充分表达意见的前提下，可以用传真方式或邮件等其他方式进行并作出决议，并由参会董事签字。

公司董事会无论采取何种形式召开，出席会议的董事对会议讨论的各项议案，须有明确的同意、反对或放弃的表决意见，并在会议决议和会议记录上签字。

就某议题表决，赞成票与反对票相等时，会议主持人保留该议题，待下次董事会议表决。

（四）董事会运行情况

2014年1月1日至本招股说明书签署日，股份公司共计召开16次董事会，历次董事会会议的召集、议案、出席、表决、决议及会议记录均按照《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的要求规范运作。董事会的规范召开保证了董事依照法律法规和公司章程严格行使职权、勤勉尽责地履行职责和义务，董事会制度的建立和有效执行对完善公司治理结构、规范公司决策程序和规范公司管理发挥了应有的作用，未出现违法违规情形。

报告期内，发行人历次董事会会议简要情况如下：

序号	会议届次	召开时间
1	第二届董事会第七次会议	2014.03.21
2	第二届董事会第八次会议	2014.05.12
3	第二届董事会第九次会议	2014.07.17
4	第二届董事会第十次会议	2014.08.28
5	第二届董事会第十一次会议	2014.10.08
6	第二届董事会第十二次会议	2014.12.12
7	第二届董事会第十三次会议	2015.04.07
8	第二届董事会第十四次会议	2015.05.05
9	第二届董事会第十五次会议	2015.05.18
10	第二届董事会第十六次会议	2015.08.11
11	第二届董事会第十七次会议	2015.11.06
12	第三届董事会第一次会议	2015.11.21
13	第三届董事会第二次会议	2016.02.22
14	第三届董事会第三次会议	2016.04.20
15	第三届董事会第四次会议	2016.08.08
16	第三届董事会第五次会议	2017.02.10

三、监事会制度的建立、健全及运行情况

根据《公司章程》和《监事会议事规则》，监事会规范运行。具体情况如下：

（一）监事会构成

公司设监事会。监事会由3名监事组成，监事会设主席1人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。

监事会应当包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中职工代表的比

例不低于 1/3。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

（二）监事会职权

根据《公司章程》的规定，监事会行使下列职权：

- （1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- （2）检查公司财务；
- （3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- （4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；
- （5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- （6）向股东大会提出提案；
- （7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- （8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

（三）监事会议事规则的主要规定

1、监事会的召开

监事会会议分为定期会议和临时会议。

监事会每 6 个月至少召开一次会议，于会议召开前 10 日通知全体监事。

监事在有正当的理由和目的的情况下，有权要求监事会主席召开临时监事会，是否召开由监事会主席确定，但经两名以上的监事提议召开的，监事会主席必须在 3 日内答复，并在 10 日内召开监事会临时会议。

临时监事会会议于会议召开前 5 日通知全体监事。

2、监事会的决议

监事会议事以监事会会议的形式进行，先由每个监事充分发表意见，再进行表决。

监事会会议表决以举手表决或投票表决方式表决。监事会会议实行一事一表决，每一监事有一票表决权，表决分为赞成和反对两种，一般不能弃权，如果弃权，应充分说明理由。

监事会决议应由半数以上的监事表决通过。

（四）监事会运行情况

2014年1月1日至本招股说明书签署日，股份公司共计召开9次监事会，历次监事会会议的召集、议案、出席、表决、决议及会议记录均按照《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的要求规范运作。监事会的规范召开保证了监事依照法律法规和公司章程严格行使职权、勤勉尽责地履行职责和义务，监事会制度的建立和有效执行对完善公司治理结构、规范公司决策程序和规范公司管理发挥了应有的作用，未出现违法违规情形。

报告期内，发行人历次监事会会议简要情况如下：

序号	会议届次	召开时间
1	第二届监事会第四次会议	2014.05.12
2	第二届监事会第五次会议	2014.07.17
3	第二届监事会第六次会议	2015.04.07
4	第二届监事会第七次会议	2015.08.11
5	第二届监事会第八次会议	2015.11.06
6	第三届监事会第一次会议	2015.11.21
7	第三届监事会第二次会议	2016.02.22
8	第三届监事会第三次会议	2016.08.08
9	第三届监事会第四次会议	2017.02.10

四、独立董事制度的建立、健全及运行情况

2013年11月29日，公司2013年第一次临时股东大会审议通过了《独立董事工作细则》，对独立董事的任职资格、职责等情况作了具体规定。

（一）独立董事情况

2012年12月21日，2012年第六次临时股东大会决议产生了3名独立董事，分别选举孙凤民、陈三联、张红英为公司独立董事，其中张红英为会计专业人士。

2015年4月，孙凤民因个人原因辞去独立董事职务，2015年4月28日，公司2014年度股东大会审议通过，选举史洪岳为独立董事。

2015年11月21日，经公司2015年第四次临时股东大会审议通过，选举陈三联、史洪岳、李文贵为公司第三届董事会独立董事，其中李文贵为会计专业人士。

目前本公司共9名董事，其中独立董事3名，已达到中国证监会关于上市公司独立董事人数应达到董事总人数的1/3以上的要求。公司的独立董事均具有董事的任职资格，且满足有关法律、法规和《公司章程》关于独立董事独立性的要求。独立董事任职以来严格按照《独立董事工作细则》的规定履行职责，在本公司的决策过程中发挥了积极作用。

本公司保证独立董事有效行使职权，并为独立董事开展工作提供必要的条件、资料、人员配合及适当的津贴。

（二）独立董事履行职责的制度安排

根据《公司章程》和《独立董事工作细则》规定，独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，本公司还赋予独立董事以下特别职权：

（1）公司重大关联交易、聘用或解聘会计师事务所，应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论。独立董事向董事提请召开临时股东大会、提议召开董事会会议和在股东大会召开前公开向股东征集投票权，应由二分之一以上独立董事同意。经二分之一以上独立董事同意，独立董事可独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担；

（2）公司拟与关联人达成的总额高于300万元人民币或高于公司最近经审计净资产的5%的关联交易，应当由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告；

（3）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

（4）向董事会提请召开临时股东大会；

（5）提议召开董事会会议；

（6）独立聘请外部审计机构和咨询机构；

(7) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

(8) 董事长、总经理在任职期间离职，独立董事应当对董事长、总经理离职原因进行核查，并对披露原因与实际情况是否一致以及该事项对公司的影响发表意见。独立董事认为必要时，可以聘请中介机构进行离任审计，费用由公司承担。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下公司重大事项发表同意、保留意见及其理由、反对意见及其理由和无法发表意见及其理由的独立意见：

(1) 提名、任免董事；

(2) 聘任或解聘高级管理人员；

(3) 公司董事、高级管理人员的薪酬；

(4) 公司的股东、实际控制人及其关联企业对上市公司现有或新发生的总额高于公司最近经审计净资产值 5%的借款或其它资金往来，及公司是否采取有效措施回收欠款；

(5) 独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

(6) 公司通过集中竞价交易的方式回购股份；

(7) 公司董事会未做出现金利润分配预案的，独立董事应就此发表独立意见；

(8) 在公司遭遇依法构成“上市公司收购”的收购行动，或遭遇正在或即将或可能的敌意收购，或产业关联的投资人取得公司已发行股份的 5%或以上时，独立董事应当就该收购或取得股份的情形发表独立意见并予以公告；公司董事、监事、高级管理人员、员工或者其所控制或委托的法人、其他组织、自然人拟对上市公司进行收购或取得控制权的，独立董事应当就该收购或取得控制权的情形发表独立董事意见并予以公告；

(9) 公司股票交易因公司被控股股东及其关联方占用资金或违规提供对外担保而被上海证券交易所实行特别处理的，独立董事应当就此发表独立意见；

(10) 公司《独立董事工作细则》或公司章程规定的其它事项。

(三) 独立董事实际发挥作用的情况

本公司建立独立董事制度后，独立董事依照有关法律、法规和公司章程勤勉尽职地履行职权，详细审阅了公司历次董事会议案，并分别就并分别就公司

董事的选聘、公司年度利润分配情况、报告期内关联方资金占用等事项发表了独立意见。

本公司董事会在做出重大决策前，均向独立董事提供足够的材料，充分听取独立董事的意见，独立董事积极参与公司决策，发挥了在财务、法律、行业等方面的专业特长，对于公司促进规范运作、谨慎把握募集资金投资项目的选择、日常经营管理及发展战略的确定起到了良好的作用。

五、董事会秘书制度的建立、健全及运行情况

2013年11月29日，公司2013年第一次临时股东大会审议通过了《董事会秘书工作细则》，并于2015年进行了修订。根据《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的规定，本公司设董事会秘书。董事会秘书为高级管理人员，对董事会负责，承担法律、法规及《公司章程》对高级管理人员所要求的责任和义务。

（一）董事会秘书的主要职责

1、负责公司和相关当事人与上海证券交易所及其他证券监管机构之间的及时沟通和联络，保证上海证券交易所可以随时与其取得工作联系；

2、负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，促使公司和相关当事人依法履行信息披露义务，并按规定向上海证券交易所办理定期报告和临时报告的披露工作；

3、协调公司与投资者关系，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司已披露的资料；

4、按照法定程序筹备董事会会议和股东大会，准备和提交拟审议的董事会和股东大会的文件；

5、参加董事会会议，制作会议记录并签字；

6、负责与公司信息披露有关的保密工作，制订保密措施，促使公司董事会全体成员及相关知情人在有关信息正式披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时，及时采取补救措施并向上海证券交易所报告；

7、负责保管公司股东名册、董事名册、大股东及董事、监事、高级管理人员持有公司股票的资料，以及董事会及其专门委员会、股东大会的会议文件

和会议记录等；

8、协助董事、监事和高级管理人员了解信息披露相关法律、法规、规章、上海证券交易所其他规定和公司章程对其设定的责任；

9、促使董事会依法行使职权；在董事会拟作出的决议违反法律、法规、规章、上海证券交易所规定和公司章程时，应当提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录上，并立即向上海证券交易所报告；

10、法律法规和上海证券交易所上市规则所规定的其他职责。

（二）董事会秘书制度运行情况

2012年12月21日，经公司第二届董事会第一次会议审议，同意聘任刘春燕为公司董事会秘书。刘春燕自任职以来，按照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等规定，筹备了历次董事会会议及股东大会会议，确保了公司董事会和股东大会的依法召开，在改善公司治理方面发挥了重要作用，促进了公司的规范运作。

六、董事会专门委员会的设置情况

根据相关法律法规及《公司章程》的有关规定，董事会下设战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会。专门委员会对董事会负责，在董事会授权下开展工作，为董事会的决策提供咨询意见。专门委员会成员全部由董事组成，其中提名委员会、薪酬与考核委员会和审计委员会中独立董事占多数，并由独立董事担任召集人；审计委员会中至少有一名独立董事是会计专业人士。各专门委员会可以聘请外部专业人士提供服务。

2013年11月14日，公司第二届董事会第四次会议，审议通过了《董事会审计委员会会议事规则》、《董事会提名委员会会议事规则》、《董事会薪酬与考核委员会会议事规则》及《董事会战略委员会会议事规则》。

2013年11月14日，公司第二届董事会第四次会议，选举了各专门委员会委员及召集人。2015年4月，孙凤民个人原因辞去独立董事职务，2015年4月28日，公司2015年年度股东大会审议通过，选举史洪岳为独立董事。2015

年5月18日，公司第二届董事会第十五次会议，选举史洪岳为战略委员会成员和薪酬与考核委员会成员，并担任薪酬与考核委员会主任。

2015年11月21日公司董事会换届后召开第三届董事会第一次会议，选举了各专门委员会及召集人。具体组成如下：

专门委员会名称	成员	主任
战略委员会	孙松鹤、曹斌、史洪岳、刘春燕、胡晓群	孙松鹤
薪酬与考核委员会	史洪岳、陈三联、刘春燕	史洪岳
提名委员会	陈三联、李文贵、曹斌	陈三联
审计委员会	李文贵、陈三联、刘春燕	李文贵

（一）战略委员会

1、人员构成

本公司战略委员会由孙松鹤、曹斌、史洪岳、刘春燕、胡晓群5名董事组成，其中独立董事1人，孙松鹤为战略委员会主任。

2、委员会职权

战略委员会的主要职权包括：

- （1）拟定并审议公司经营目标及中长期发展战略；
- （2）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资、资产经营项目、融资方案进行研究和初步审议；
- （3）监督、检查公司年度经营计划，投融资方案的执行情况；
- （4）监督、检查董事会决议执行情况；
- （5）提议董事会讨论的重大问题的建议和意见；
- （6）董事会授权的其他事宜。

3、战略委员会的召开情况

报告期内公司战略委员会的召开情况如下：

会议编号	召开时间	会议内容
第二届董事会战略委员会第一次会议	2014.03.10	讨论和修订公司近期战略；制定公司中长期发展战略
第二届董事会战略委员会第二次会议	2015.04.16	近期行业形势展望与公司发展
第三届董事会战略委员会第一次会议	2016.02.22	近期行业形势展望与公司发展
第三届董事会战略委员会第二次会议	2017.02.10	公司2017年发展目标

（二）薪酬与考核委员会

1、人员构成

本公司薪酬与考核委员会由史洪岳、陈三联、刘春燕 3 名董事组成，其中独立董事 2 名，史洪岳为薪酬与考核委员会主任。

2、委员会职权

薪酬与考核委员会的主要职权包括：

（1）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；

（2）薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；

（3）审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；

（4）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；

（5）董事会授权的其他事宜。

3、薪酬与考核委员会的召开情况

报告期内公司薪酬与考核委员会的召开情况如下：

会议编号	召开时间	会议内容
第二届董事会薪酬与考核委员会第一次会议	2014.03.12	关于年度报告中公司董事、监事和高级管理人员 2013 年度薪酬发放情况的议案
第二届董事会薪酬与考核委员会第二次会议	2015.04.18	关于年度报告中公司董事、监事和高级管理人员 2014 年度薪酬发放情况的议案
第三届董事会薪酬与考核委员会第一次会议	2016.02.22	关于年度报告中公司董事、监事和高级管理人员 2015 年度薪酬发放情况的议案
第三届董事会薪酬与考核委员会第二次会议	2016.12.08	关于公司 2017 年业务部门市场化考核方案
第三届董事会薪酬与考核委员会第三次会议	2017.02.10	关于年度报告中公司董事、监事和高级管理人员 2016 年度薪酬发放情况的议案

（三）提名委员会

1、人员构成

本公司提名委员会由陈三联、李文贵、曹斌 3 名董事组成，其中独立董事 2 名，陈三联为提名委员会主任。

2、委员会职权

提名委员会的主要职权包括：

(1) 根据公司经营情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；

(2) 研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；

(3) 广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；

(4) 对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；

(5) 对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；

(6) 董事会授权的其他事宜。

3、提名委员会的召开情况

报告期内，提名委员会的召开情况如下：

会议编号	召开时间	会议内容
第二届董事会提名委员会第一次会议	2014.02.19	同意选举潘攀为第二届董事会董事
第二届董事会提名委员会第二次会议	2014.11.10	关于变更公司董事的议案
第二届董事会提名委员会第三次会议	2015.04.18	关于变更公司董事的议案
第二届董事会提名委员会第四次会议	2015.11.06	1、关于董事会换届选举暨提名第三届董事会董事候选人的议案 2、关于审查公司高级管理人员候选人资格的议案

(四) 审计委员会

1、人员构成

本公司审计委员会由李文贵、陈三联、刘春燕 3 名董事组成，其中独立董事 2 名，李文贵为审计委员会主任。

2、委员会职权

审计委员会的主要职权包括：

(1) 提议聘请或更换外部审计机构；

(2) 监督内部审计制度及其实施；

(3) 负责内部审计与外部审计之间的沟通；

(4) 审核公司财务信息及其披露；

(5) 审查公司内控制度；

(6) 公司董事会授予的其他事宜。

3、审计委员会的召开情况

报告期内，审计委员会的召开情况如下：

会议编号	召开时间	会议内容
第二届董事会审计委员会第一次会议	2014.04.19	1、审议关于续聘天健会计师事务所为 2014 年度审计机构的议案； 2、审议公司 2013 年度审计报告的议案。
第二届董事会审计委员会第二次会议	2015.04.18	1、审议关于续聘天健会计师事务所为 2015 年度审计机构的议案； 2、审议公司 2014 年度审计报告的议案。
第二届董事会审计委员会第三次会议	2015.08.11	审议公司 2015 年半年度审计报告的议案。
第三届董事会审计委员会第一次会议	2016.02.22	1、审议关于续聘天健会计师事务所为 2016 年度审计机构的议案； 2、审议公司 2015 年度审计报告的议案。
第三届董事会审计委员会第二次会议	2016.04.20	1、审议关于公司审计部 2015 年度工作总结议案； 2、审议关于公司审计部 2016 年度工作计划的议案。
第三届董事会审计委员会第三次会议	2016.08.08	1、审议关于公司 2016 年半年度审计报告的议案； 2、审议关于公司信息系统审计报告的议案。
第三届董事会审计委员会第四次会议	2016.12.08	1、审议关于公司审计部 2016 年度工作总结议案； 2、审议关于公司审计部 2017 年度工作计划的议案； 3、审议关于 2016 年年终存货盘点计划的议案
第三届董事会审计委员会第五次会议	2017.02.10	1、审议关于续聘天健会计师事务所为 2017 年度审计机构的议案； 2、审议公司 2016 年度审计报告的议案。

七、公司最近三年违法违规行为情况

发行人的控股子公司宁波玖瑞玖于 2015 年 1 月因对其在 2014 年 10 月至 12 月期间的纳税申报作零申报，而税务局认定其未进行申报被宁波市国家税务局直属税务分局处以 50 元罚款。

宁波玖瑞玖所在地主管税务机关已出具证明，确认宁波玖瑞玖报告期内不存在重大税务处罚情形。

除上述事项外，公司最近三年不存在违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规，受到行政处罚，且情节严重的情形。

八、公司近三年资金占用和对外担保的情况

（一）发行人最近三年资金占用情况

最近三年，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间存在非经营性资金往来的情况，详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易/二/（二）/3、关联方资金往来”。

截至本招股说明书签署日，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在资金占用的情形。

（二）发行人最近三年对外担保情况

报告期内，发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况，除为全资子公司浙江玖瑞玖提供保证担保外，亦不存在其他对外担保的情况。

九、公司内部控制制度情况

（一）发行人对内部控制的自我评估意见

公司管理层对公司内部控制进行了认真的自查和分析，认为公司现行的内部控制制度较为完整、合理、有效，内控制度能够随着企业发展的要求不断进行完善，内控制度能够得到有效的执行，能够适应公司现行管理的要求和发展的需要，能够保证公司经营活动的有序开展和公司发展战略和经营目标的全面实施，在公司管理的关键环节能够发挥管理控制作用。

（二）注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

根据天健会计师事务所出具的《关于曼卡龙珠宝股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审〔2017〕179号），其总体评价如下：

“我们认为，曼卡龙公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2016 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。本结论是在受到鉴证报告中指出的固有限制的条件下形成的。”

第十节 财务会计信息

本节财务数据，均引自经审计的公司会计报表，非经特别说明，财务数据以合并会计报表口径反映，财务数据四舍五入到小数点后两位。本节的财务数据及有关分析反映了本公司最近三年经审计的财务报表及附注的重要内容。

一、注册会计师审计意见

天健会计师事务所接受本公司的委托，对本公司最近三年的财务报表及其附注进行审计并出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审〔2017〕178号）。

二、最近三年经审计的财务报表

（一）合并报表

1、合并资产负债表

单位：元

资 产	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动资产：			
货币资金	28,186,588.46	55,549,493.83	18,466,151.69
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	49,526,383.80	38,191,745.37	31,323,142.41
预付款项	4,946,637.87	7,316,862.25	11,981,746.61
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	2,525,917.40	3,695,317.00	6,986,892.11
存货	328,310,151.25	309,535,774.25	355,402,324.04
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	8,937,881.30	7,393,182.83	5,863,929.31
流动资产合计	422,433,560.08	421,682,375.53	430,024,186.17
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-

长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-
固定资产	32,544,436.78	35,254,231.68	38,545,727.07
在建工程	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	104,538.56	309,026.96	576,502.81
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	352,500.00	598,048.50	1,713,730.50
递延所得税资产	3,803,431.66	4,225,749.66	3,914,543.17
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	36,804,907.00	40,387,056.80	44,750,503.55
资产总计	459,238,467.08	462,069,432.33	474,774,689.72

2、合并资产负债表（续）

单位：元

负债和股东权益	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动负债：			
短期借款	20,000,000.00	75,000,000.00	35,000,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	15,316,400.00
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	30,974,883.43	34,684,604.05	49,934,314.40
预收款项	6,361,395.57	6,529,470.21	4,363,488.01
应付职工薪酬	7,696,131.19	6,336,608.68	5,233,761.48
应交税费	13,233,740.84	10,514,156.07	18,744,863.09
应付利息	-	26,583.33	254,618.03
应付股利	-	-	-
其他应付款	5,544,187.60	5,279,671.04	5,242,861.84
划分为持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	83,810,338.63	138,371,093.38	134,090,306.85
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
专项应付款	-	-	-

预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	1,391,938.59	824,534.23	2,394,679.35
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	1,391,938.59	824,534.23	2,394,679.35
负债合计	85,202,277.22	139,195,627.61	136,484,986.20
所有者权益：			
实收资本（或股本）	153,000,000.00	153,000,000.00	153,000,000.00
资本公积	17,881,482.65	17,881,482.65	17,881,482.65
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	7,802,063.76	6,236,909.22	5,431,229.14
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	195,352,643.45	145,755,412.85	161,976,991.73
归属于母公司所有者权益合计	374,036,189.86	322,873,804.72	338,289,703.52
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	374,036,189.86	322,873,804.72	338,289,703.52
负债和所有者权益总计	459,238,467.08	462,069,432.33	474,774,689.72

3、合并利润表

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	778,918,484.45	898,150,805.46	999,395,972.44
减：营业成本	585,461,412.39	707,598,934.38	788,116,680.27
营业税金及附加	17,982,869.17	24,725,887.00	32,833,231.53
销售费用	87,702,464.51	95,419,258.52	125,036,042.32
管理费用	30,611,396.73	31,192,691.59	32,610,997.23
财务费用	3,247,320.32	6,399,516.90	8,808,340.88
资产减值损失	829,828.76	4,215,666.36	1,587,805.31
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-95,800.00	-3,485,520.00
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-383,310.00	2,535,800.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	53,083,192.57	28,119,740.71	9,453,154.90
加：营业外收入	18,716,262.78	13,088,935.23	24,231,785.12
其中：非流动资产处置利得	3,639.73	36,235.99	131,343.73
减：营业外支出	2,440,650.21	2,886,180.78	2,550,770.22

其中：非流动资产处置损失	1,282,274.53	572,295.47	39,633.91
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	69,358,805.14	38,322,495.16	31,134,169.80
减：所得税费用	18,196,420.00	7,838,393.96	7,491,296.11
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	51,162,385.14	30,484,101.20	23,642,873.69
归属于母公司所有者的净利润	51,162,385.14	30,484,101.20	23,642,873.69
少数股东损益	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	51,162,385.14	30,484,101.20	23,642,873.69
归属于母公司所有者的综合收益总额	51,162,385.14	30,484,101.20	23,642,873.69
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.33	0.20	0.15
（二）稀释每股收益	0.33	0.20	0.15

4、合并现金流量表

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	773,035,050.29	890,106,471.34	1,042,433,496.32
收到的税费返还	8,335,496.66	6,610,854.62	14,699,645.42
收到其他与经营活动有关的现金	12,743,139.51	9,336,794.67	18,642,021.27
经营活动现金流入小计	794,113,686.46	906,054,120.63	1,075,775,163.01
购买商品、接受劳务支付的现金	585,883,376.22	644,263,740.31	759,783,940.85
支付给职工以及为职工支付的现金	56,064,225.88	58,478,565.11	74,465,425.15
支付的各项税费	65,380,934.86	82,772,311.58	86,846,722.13
支付其他与经营活动有关的现金	53,821,888.75	58,663,952.28	80,340,553.42
经营活动现金流出小计	761,150,425.71	844,178,569.28	1,001,436,641.55
经营活动产生的现金流量净额	32,963,260.75	61,875,551.35	74,338,521.46
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长	20,219.45	178,840.34	228,265.39

期资产收回的现金净额			
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	-	186,620.00	5,369,242.00
投资活动现金流入小计	20,219.45	365,460.34	5,597,507.39
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,512,555.95	556,029.68	4,020,933.13
投资支付的现金	-	-	-
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	-	-	-
投资活动现金流出小计	2,512,555.95	556,029.68	4,020,933.13
投资活动产生的现金流量净额	-2,492,336.50	-190,569.34	1,576,574.26
三、筹资活动产生的现金流量：	-		
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	20,000,000.00	305,000,000.00	137,000,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	1,541,220.00	25,412,200.00
筹资活动现金流入小计	20,000,000.00	306,541,220.00	162,412,200.00
偿还债务支付的现金	75,000,000.00	265,000,000.00	179,930,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	852,990.00	49,579,880.67	5,680,081.69
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	1,000,000.00	14,082,000.00	63,779,520.00
筹资活动现金流出小计	76,852,990.00	328,661,880.67	249,389,601.69
筹资活动产生的现金流量净额	-56,852,990.00	-22,120,660.67	-86,977,401.69
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-980,839.62	-939,759.20	-597,434.81
五、现金及现金等价物净增加额	-27,362,905.37	38,624,562.14	-11,659,740.78
加：期初现金及现金等价物余额	55,549,493.83	16,924,931.69	28,584,672.47
六、期末现金及现金等价物余额	28,186,588.46	55,549,493.83	16,924,931.69

（二）母公司报表

1、母公司资产负债表

单位：元

资 产	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动资产：			
货币资金	18,585,831.11	28,552,947.12	8,977,500.34
以公允价值计量且其变动计入 当期损益的金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	61,543,293.37	57,079,973.13	45,317,851.22
预付款项	4,162,184.63	5,393,339.45	9,074,905.20
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	13,000,000.00
其他应收款	1,473,753.31	2,114,034.06	3,069,211.78
存货	185,181,179.17	197,026,514.15	192,996,004.00
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	52,450.74
流动资产合计	270,946,241.59	290,166,807.91	272,487,923.28
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	46,575,483.00	46,575,483.00	45,575,483.00
固定资产	31,546,972.52	33,887,449.62	36,834,227.74
在建工程	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	104,538.56	309,026.96	576,502.81
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	352,500.00	596,867.39	1,436,492.10
递延所得税资产	1,018,286.10	1,569,605.24	1,308,176.36
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	79,597,780.18	82,938,432.21	85,730,882.01
资产总计	350,544,021.77	373,105,240.12	358,218,805.29

2、母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和股东权益	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动负债：			
短期借款	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入 当期损益的金融负债	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-
应付票据	20,000,000.00	55,000,000.00	35,000,000.00
应付账款	104,273,105.16	115,419,228.44	79,808,092.85
预收款项	13,335,721.53	5,086,882.23	1,217,552.00
应付职工薪酬	4,657,439.03	3,461,817.28	3,161,073.10
应交税费	6,064,760.09	2,661,650.44	8,415,722.59
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	718,485.22	5,632,696.36	6,930,200.15
划分为持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	149,049,511.03	187,262,274.75	134,532,640.69
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	149,049,511.03	187,262,274.75	134,532,640.69
所有者权益：			
实收资本（或股本）	153,000,000.00	153,000,000.00	153,000,000.00
其他权益工具	-	-	-
资本公积	17,336,850.00	17,336,850.00	17,336,850.00
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	7,802,063.76	6,236,909.22	5,431,229.14
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	23,355,596.98	9,269,206.15	47,918,085.46

归属于母公司所有者权益合计	-	185,842,965.37	223,686,164.60
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	201,494,510.74	185,842,965.37	223,686,164.60
负债和所有者权益总计	350,544,021.77	373,105,240.12	358,218,805.29

3、母公司利润表

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	921,053,036.92	955,089,736.08	1,136,143,595.54
减：营业成本	810,660,942.84	838,461,402.10	1,002,697,317.98
营业税金及附加	12,936,220.66	18,347,263.46	24,548,633.43
销售费用	67,501,871.43	72,499,462.45	93,086,842.77
管理费用	14,052,937.99	14,000,504.26	21,435,043.71
财务费用	854,797.45	1,220,805.35	3,298,843.90
资产减值损失	816,187.52	4,115,901.19	2,493,564.85
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	13,000,000.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	14,230,079.03	6,444,397.27	1,583,348.90
加：营业外收入	9,446,952.04	5,800,708.56	10,570,622.72
其中：非流动资产处置利得	3,102.08	36,233.67	130,943.10
减：营业外支出	1,612,088.48	1,742,467.52	1,235,787.15
其中：非流动资产处置损失	1,062,146.04	497,076.90	39,633.91
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	22,064,942.59	10,502,638.31	10,918,184.47
减：所得税费用	6,413,397.22	2,445,837.54	-316,443.41
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	15,651,545.37	8,056,800.77	11,234,627.88
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	15,651,545.37	8,056,800.77	11,234,627.88

4、母公司现金流量表

单位：元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	593,275,449.16	635,194,095.73	793,813,101.09
收到的税费返还	351,489.97	364,347.32	3,674,010.49

收到其他与经营活动有关的现金	15,621,761.85	6,299,383.81	11,823,973.74
经营活动现金流入小计	609,248,700.98	641,857,826.86	809,311,085.32
购买商品、接受劳务支付的现金	498,241,237.36	463,100,000.00	594,931,313.60
支付给职工以及为职工支付的现金	34,373,476.50	37,945,716.72	55,652,012.16
支付的各项税费	33,742,258.39	48,206,701.28	46,265,839.81
支付其他与经营活动有关的现金	49,946,336.15	38,961,857.82	54,483,118.67
经营活动现金流出小计	616,303,308.40	588,214,275.82	751,332,284.24
经营活动产生的现金流量净额	-7,054,607.42	53,643,551.04	57,978,801.08
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	13,000,000.00	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	19,506.63	178,754.87	226,912.39
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	19,506.63	13,178,754.87	226,912.39
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,932,015.22	346,859.13	3,621,306.85
投资支付的现金	-	1,000,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	1,932,015.22	1,346,859.13	3,621,306.85
投资活动产生的现金流量净额	-1,912,508.59	11,831,895.74	-3,394,394.46
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	30,000,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	30,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	87,930,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	45,900,000.00	1,627,573.77
支付其他与筹资活动有关的现金	1,000,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	1,000,000.00	45,900,000.00	89,557,573.77
筹资活动产生的现金流量净额	-1,000,000.00	-45,900,000.00	-59,557,573.77

四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-9,967,116.01	19,575,446.78	-4,973,167.15
加：期初现金及现金等价物余额	28,552,947.12	8,977,500.34	13,950,667.49
六、期末现金及现金等价物余额	18,585,831.11	28,552,947.12	8,977,500.34

三、财务报表编制的基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础编制财务报表，按照财政部颁布的《企业会计准则》、《企业会计准则——应用指南》及《企业会计准则解释》的有关规定进行确认和计量，符合企业会计准则的要求，真实、完整的反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）合并财务报表范围及其变化

1、合并财务报表范围

截至 2016 年 12 月 31 日，纳入合并财务报表范围的子公司情况如下：

公司名称	子公司类型	注册地	注册资本 (万元)	持股 比例	经营范围
宁波曼卡龙珠宝有限公司	全资子公司	宁波市	1,000.00	100%	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售；自营或代理各类货物和技术的进出口业务，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外
上海曼卡龙珠宝有限公司	全资子公司	上海市	1,000.00	100%	销售：珠宝，金银饰品，工艺品（除专项），钟表；从事货物及技术的进出口业务
上海戴曼克森钻石贸易有限公司	全资子公司	上海市	1,500.00	100%	钻石、珠宝饰品的销售，从事货物与技术的进出口业务，珠宝设计
浙江玖瑞玖商贸有限公司	全资子公司	杭州市	1,000.00	100%	珠宝、金银首饰、工艺品、钟表、办公用品、电子产品、家具、日用百货、劳保用品、服装的批发、零售；货物和技术的进出口；其它无需报经审批的合法项目

宁波玖瑞玖商贸有限公司	全资子公司的全资子公司	宁波市	500.00	100%	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表、日用百货、办公用品、电子产品、家具、服装的批发、零售；自营或代理各类货物和技术的进出口业务，但国家禁止或限定经营的货物和技术除外
西藏曼卡龙珠宝有限公司	全资子公司	拉萨市	100.00	100%	珠宝批发、零售；珠宝设计；品牌推广；营销策划；企业管理咨询；珠宝、金银饰品的网络销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、合并财务报表范围变化情况

最近三年，公司合并财务报表范围增加，具体如下：

单位：元

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	出资额	出资比例
西藏曼卡龙珠宝有限公司	新设子公司	2015年1月28日	1,000,000.00	100.00

四、最近三年采用的主要会计政策和会计估计

公司会计年度为公历年度，即每年1月1日起至12月31日止，以人民币为记账本位币，并按照《企业会计准则》编制财务报告。公司的主要会计政策和会计估计如下：

（一）收入

1、收入确认原则

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2）公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；3）收入的金额能够可靠地计量；4）相关的经济利益很可能流入；5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（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。

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。

2、收入确认的具体方法

公司销售模式分为直营、专柜和加盟三种模式。各销售模式下收入确认的具体方法为：（1）直营、加盟：公司已根据约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；（2）专柜：公司已根据约定将产品交付给最终消费者，且产品销售收入金额已确定，已经取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。具体如下：

（1）在直营模式下，公司通过设立曼卡龙珠宝的直营店，直接向顾客进行销售，在商品销售给顾客并收取货款时确认销售收入。

（2）在专柜模式下，公司在百货商场设立专柜，将商品销售给顾客并由商场统一收取货款，公司按照扣除商场扣点后的金额确认收入，相应货款由公司与商场每月进行结算。

（3）在加盟模式下，公司根据加盟商订货要求将商品发至加盟商处（款到发货），经加盟商确认并签收入库后确认收入。

对于加盟费和加盟店营运管理费，公司于收到后当月计入其他应付款，根据当年与加盟商签订的年度经营目标完成情况进行结算，确认为当年其他业务收入。

对于加盟商市场准入费，公司于收到后当月计入预收款项，在合同约定期限内按月确认为其他业务收入。

（二）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当

期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：（1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；（2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；（2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；（3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：1）按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；2）初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。（2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于

被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

（1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

（2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同

或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

（3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

（1）资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

（2）对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

（三）应收款项坏账准备

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	占应收款项账面余额 10%以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

（1）具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

（2）账龄分析法

应收款项账龄	应收账款计提比例	其他应收账款计提比例
1年以内（含1年，下同）	5%	5%
1至2年	10%	10%
2至3年	50%	50%
3年以上	100%	100%

3、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（四）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用个别计价法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

包装物、低值易耗品采用一次转销法进行摊销。

（五）长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排所共有的控制，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，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

1) 在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

2) 在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。

属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该

股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

（1）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为可供出售金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

（2）合并财务报表

1) 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

2) 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（六）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

项 目	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	40-42	5	2.38-2.26
通用设备	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00
运输工具	年限平均法	4-5	5	23.75-19.00

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法

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。

（七）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项 目	摊销年限（年）
软件	3

使用寿命不确定的无形资产不摊销，公司在每个会计期间均对该无形资产的使用寿命进行复核。

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（八）政府补助

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（九）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的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1）当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：1）资产支出已经发生；2）借款费用已经发生；3）为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

（3）当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十一）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十二）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在1年以上（不含1年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十三）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具

（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（十四）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。

（十五）会计政策和会计估计变更

1、会计政策变更及影响

公司自 2014 年 7 月 1 日起执行财政部 2014 年修订或新制定的《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》等八项具体会计准则。此次会计政策变更对最近三年的财务状况和经营成果未产生其他重大影响。

2、会计估计变更及影响

公司最近三年无会计估计变更。

五、最近三年主要税项

（一）主要税种及税率

最近三年，公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税 ^{注1}	销售货物或提供应税劳务	17%、6%
消费税 ^{注2}	应纳税销售额	5%
营业税	应纳税营业额	5%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值；从租计征的，按租金收入计缴	1.2%、12%
城市维护建设税 ^{注3}	应缴流转税税额	7%、5%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
企业所得税 ^{注4}	应纳税所得额	9%、25%

注 1：除咨询费收入、加盟费收入及子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司策划服务收入适用 6% 税率外，公司及子公司均适用 17% 的增值税税率；

注 2：除公司之子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司暂不征收消费税外，本公司及其余子公司均适用 5% 的消费税率；

注 3：除公司嘉善分公司按应缴流转税税额的 5% 计缴城市维护建设税外，公司及其余

分子公司均按流转税税额的 7% 计缴；

注 4：除公司之子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司适用 9% 的所得税税率外，其他纳税主体适用 25% 所得税税率。

（二）税收优惠及批文

1、根据财政部、海关总署、国家税务总局《关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》（财税〔2006〕65 号），公司之子公司上海戴曼克森钻石贸易有限公司自上海钻石交易所销往国内市场的成品钻石，进口环节增值税实际税负超过 4% 的部分由海关实行即征即退。公司分别于 2014 年度、2015 年度和 2016 年度收到增值税返还款 10,112,899.42 元、5,789,084.34 元和 7,473,614.33 元。

2、根据财政部、国家税务总局《关于钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》（财税〔2001〕176 号），公司之子公司上海戴曼克森钻石贸易有限公司以一般贸易方式在上海钻石交易所海关报关进口的钻石免征进口关税。

3、根据萧地税开〔201100652〕号、萧地税开〔201100980〕号、萧地税通〔2016〕60403 号《税务事项通知书》，公司地方水利建设基金享受减免的税收优惠政策。公司分别于 2014 年度、2015 年度和 2016 年度实际收到地方水利建设基金返还 874,868.07 元、311,896.58 元和 351,489.97 元。

4、根据萧地税开〔201100747〕号、萧地税开〔201100981〕号、萧地税开〔201101179〕号和萧地税通〔2016〕60387 号文件批复，公司之子公司浙江玖瑞玖商贸有限公司地方水利建设基金享受减免的税收优惠政策，并于 2014 年度、2015 年度和 2016 年度实际收到地方水利建设基金返还 912,735.51 元、457,422.96 元和 510,392.36 元。

5、根据西藏自治区人民政府《关于印发〈西藏自治区企业所得税政策实施办法〉的通知》（藏政发〔2014〕51 号），西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中企业所得税 15% 的税率，且自 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止暂免缴纳企业所得税中属于地方分享的部分。故公司之子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司 2015 年度和 2016 年度按 9% 的税率计缴企业所得税。

6、根据西藏自治区藏政发〔1994〕22 号文，本公司之子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司暂不征收消费税。

六、分部信息

最近三年，公司按产品类别列示的主营业务收入和主营业务成本如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
主营业务收入	77,441.65	89,483.43	99,837.21
其中：素金饰品	45,159.38	55,719.18	61,486.73
镶嵌饰品	32,196.45	33,668.14	38,217.06
其他	85.82	96.12	133.42
主营业务成本	58,524.40	70,707.93	78,763.28
其中：素金饰品	37,593.79	48,204.37	54,921.07
镶嵌饰品	20,847.95	22,449.36	23,709.06
其他	82.66	54.20	133.15

七、最近一年重大收购兼并情况

最近一年，公司未发生重大收购兼并的情况。

八、非经常性损益

天健会计师事务所对公司最近三年的非经常性损益明细表进行鉴证并出具了《关于曼卡龙珠宝股份有限公司最近三年非经常性损益的鉴证报告》（天健审（2017）181号）。依据经注册会计师核验的非经常性损益明细表，公司最近三年非经常性损益的具体内容、金额和扣除非经常性损益后的净利润金额以及非经常性损益对当期净利润影响情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-127.86	-53.61	9.17
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	86.19	76.93	178.76
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,036.06	648.65	1,219.98

除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-47.91	-94.97
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	1.58	-36.04	-22.82
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
小 计	995.97	588.02	1,290.12
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	247.65	147.96	148.78
少数股东损益	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	748.32	440.07	1,141.34
归属于母公司股东的净利润	5,116.24	3,048.41	2,364.29
非经常性损益净额占净利润比例	14.63%	14.44%	48.27%
扣除非经常性损益后的净利润	4,367.92	2,608.34	1,222.95

九、最近一期末主要资产情况

（一）存货

截至 2016 年 12 月 31 日，公司存货基本情况如下：

单位：万元

项 目	金 额
原材料	1,988.76
库存商品	29,311.85
委托加工物资	1,530.40
合 计	32,831.02

（二）固定资产

截至 2016 年 12 月 31 日，公司主要固定资产构成情况如下表：

单位：万元

项 目	账面原值	折旧年限（年）	净值	成新率
房屋及建筑物	3,114.34	40-42	2,832.57	90.95%
通用设备	1,312.95	3-5	404.17	30.78%
运输工具	162.79	4-5	17.71	10.88%
合 计	4,590.08	-	3,254.44	70.90%

截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产不存在需要计提减值准备的情况。

（三）对外投资

截至 2016 年 12 月 31 日，公司合并报表层面无对外股权投资。

（四）无形资产

截至 2016 年 12 月 31 日，公司主要无形资产情况如下表：

单位：万元

项 目	取得方式	账面原值	摊销年限（年）	累计摊销	账面净值
软件	购买	91.23	3	80.77	10.45

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无形资产不存在需要计提减值准备情况。

十、最近一期末主要债项情况

（一）银行借款

截至 2016 年 12 月 31 日，公司银行借款余额 2,000 万元。

（二）应付账款

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应付账款余额为 3,097.49 万元。公司应付账款具体情况如下：

项 目	金额（万元）	比例（%）
货款	2,670.57	86.22
广告、中介费	384.56	12.42
房租费	42.36	1.37
合 计	3,097.49	100.00

截至 2016 年 12 月 31 日公司无账龄超过 1 年的重要应付账款。

（三）对内部人员和关联方的负债

1、对内部人员的负债

公司对内部人员的负债主要为应付职工薪酬，截至 2016 年 12 月 31 日，公司应付职工薪酬为 769.61 万元。公司无拖欠性质的应付职工薪酬。

2、对关联方的负债

截至 2016 年 12 月 31 日，公司不存在对关联方的负债。

十一、最近三年所有者权益变动情况

（一）所有者权益变动表

1、2014 年合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2014 年度					
	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
本年年初余额	153,000,000.00	17,881,482.65	4,307,766.35	139,457,580.83	-	314,646,829.83
本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	1,123,462.79	22,519,410.90	-	23,642,873.69
（一）综合收益总额	-	-	-	23,642,873.69	-	23,642,873.69
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	1,123,462.79	-1,123,462.79	-	-
1、提取盈余公积	-	-	1,123,462.79	-1,123,462.79	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
本年年末余额	153,000,000.00	17,881,482.65	5,431,229.14	161,976,991.73	-	338,289,703.52

2、2015 年合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2015 年度					
	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
本年期初余额	153,000,000.00	17,881,482.65	5,431,229.14	161,976,991.73	-	338,289,703.52
本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	805,680.08	-16,221,578.88	-	-15,415,898.80
（一）综合收益总额	-	-	-	30,484,101.20	-	30,484,101.20
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-

(三) 利润分配	-	-	805,680.08	-46,705,680.08	-	-45,900,000.00
1、提取盈余公积			805,680.08	-805,680.08		-
3、对所有者(或股东)的分配	-	-	-	-45,900,000.00	-	-45,900,000.00
(四) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
本期期末余额	153,000,000.00	17,881,482.65	6,236,909.22	145,755,412.85	-	322,873,804.72

3、2016 年合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2016 年度					
	归属于母公司所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
本年期初余额	153,000,000.00	17,881,482.65	6,236,909.22	145,755,412.85	-	322,873,804.72
本期增减变动金额(减少以“－”号填列)	-	-	1,565,154.54	49,597,230.60	-	51,162,385.14
(一) 综合收益总额	-	-	-	51,162,385.14	-	51,162,385.14
(二) 所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	1,565,154.54	-1,565,154.54	-	-
(四) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
本期期末余额	153,000,000.00	17,881,482.65	7,802,063.76	195,352,643.45	-	374,036,189.86

(二) 所有者权益变动情况

单位：万元

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
实收资本(股本)	15,300.00	15,300.00	15,300.00
资本公积	1,788.15	1,788.15	1,788.15
盈余公积	780.21	623.69	543.12
未分配利润	19,535.26	14,575.54	16,197.70
归属于母公司所有者权益合计	37,403.62	32,287.38	33,828.97
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	37,403.62	32,287.38	33,828.97

十二、最近三年现金流量情况

最近三年，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,296.33	6,187.56	7,433.85
投资活动产生的现金流量净额	-249.23	-19.06	157.66
筹资活动产生的现金流量净额	-5,685.30	-2,212.07	-8,697.74
现金及现金等价物净增加额	-2,736.29	3,862.46	-1,165.97
期末现金及现金等价物余额	2,818.66	5,554.95	1,692.49

最近三年，公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十三、期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项

(一) 期后事项

公司无重大资产负债表日后事项。

(二) 或有事项

2016年9月12日，沈国强就位于城厢街道体育路169号206室房屋产权

的纠纷起诉至杭州市萧山区人民法院将发行人、发行人萧山分公司及杭州天元建筑设计研究院有限公司列为被告。原告沈国强诉称被告杭州天元建筑设计研究院有限公司将原由原告租赁的公有房即诉争房屋出售给他人,原告起诉要求发行人萧山分公司腾退房屋并由三名被告赔偿房屋使用费 10 万元。截至 2016 年 12 月 31 日,该起诉讼尚在审理中。

2017 年 3 月 9 日,杭州市萧山区人民法院作出判决,驳回原告诉讼请求。

(三) 承诺事项

1、根据公司与杭州市前进文化用品有限公司等单位及李顺云、卫飞翔等个人签订的房屋租赁协议,公司自 2017 年 1 月 1 日起至 2021 年 4 月 30 日共需支付直营门店房屋租赁费用 15,029,282.60 元。

2、根据公司全资子公司宁波曼卡龙珠宝有限公司与宁波城市广场开发经营有限公司等单位及孙国强签订的房屋租赁协议,宁波曼卡龙珠宝有限公司自 2017 年 1 月 1 日起至 2020 年 8 月 31 日共需支付直营门店房屋租赁费用 5,464,743.62 元。

(四) 其他重要事项

截至 2016 年 12 月 31 日,公司无需要披露的其他重要事项。

十四、主要财务指标

(一) 主要财务指标

1、基本财务指标

最近三年,公司基本财务指标列示如下:

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动比率	5.04	3.05	3.21
速动比率	1.12	0.81	0.56
资产负债率(母公司,%)	42.52	50.19	37.56
无形资产(扣除土地使用权) 占净资产比例(%)	0.03	0.10	0.17
项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率(次数)	17.76	25.84	29.33

存货周转率(次数)	1.84	2.13	2.09
息税折旧摊销前利润(万元)	7,378.43	4,699.97	4,372.41
利息保障倍数(倍)	84.93	12.10	6.83
每股经营活动现金流量(元)	0.22	0.40	0.49
每股净现金流量(元)	-0.18	0.25	-0.08

2、基本财务指标计算公式

- (1) 流动比率 = 流动资产合计 ÷ 流动负债合计
- (2) 速动比率 = (流动资产 - 存货) ÷ 流动负债合计
- (3) 资产负债率 = 负债合计 ÷ 资产总计
- (4) 无形资产(扣除土地使用权)占净资产比 = 无形资产(土地使用权除外) ÷ 所有者权益合计
- (5) 应收账款周转率 = 营业收入 ÷ 应收账款平均余额
- (6) 存货周转率 = 营业成本 ÷ 存货平均余额
- (7) 息税折旧摊销前利润 = 利润总额 + 利息支出 + 固定资产折旧 + 无形资产摊销 + 长期待摊费用摊销
- (8) 利息保障倍数 = (利润总额 + 利息支出) ÷ 利息支出
- (9) 每股经营活动产生的现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 ÷ 期末股本总额
- (10) 每股净现金流量 = 现金及现金等价物净增加(减少)额 ÷ 期末股本总额

(二) 最近三年净资产收益率及每股收益

根据中国证券监督管理委员会《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年修订)的规定,公司加权平均净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下:

项目	报告期间	加权平均 净资产收益率 (%)	每股收益(元/股)	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股 股东的净利润	2016年度	14.68	0.33	0.33
	2015年度	9.44	0.20	0.20
	2014年度	7.24	0.15	0.15

扣除非经常性损益 后归属于公司普通 股股东的净利润	2016 年度	12.54	0.29	0.29
	2015 年度	8.08	0.17	0.17
	2014 年度	3.75	0.08	0.08

上述指标的计算公式如下:

$$1、\text{加权平均净资产} = E0 + NP \div 2 + Ei \times Mi \div M0 - Ej \times Mj \div M0$$

$$2、\text{加权平均股本} = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0$$

$$3、\text{加权平均净资产收益率} = P \div \text{加权平均净资产}$$

$$4、\text{基本每股收益} = P \div \text{加权平均股本}$$

$$5、\text{稀释每股收益} = P0 / (\text{加权平均股本} + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$$

其中: P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润; E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产; Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产; Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产; NP 为归属于公司普通股股东的净利润; 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 为报告期因回购或缩股等减少股份数; M0 为报告期月份数; Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数或增加股份下一月份起至报告期期末的月份数; Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数或减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

(三) 比较财务数据变动情况及原因

报告期内公司比较数据变动幅度达 30%以上的报表项目变动情况及原因如下:

1、2016 年度比 2015 年度

单位: 万元

资产负债表项目	2016 年末	2015 年末	变动幅度	变动原因说明
货币资金	2,818.66	5,554.95	-49.26%	主要系公司 2016 年度偿还较多短期借款
预付款项	494.66	731.69	-32.39%	主要系公司 2016 年度关闭部分直营店相应预付房租费用降低所致。

其他应收款	252.59	369.53	-31.65%	主要系押金保证金减少所致。
无形资产	10.45	30.90	-66.17%	主要系软件摊销所致。
长期待摊费用	35.25	59.80	-41.06%	主要系租入固定资产改良支出摊销所致。
短期借款	2,000.00	7,500.00	-73.33%	主要系公司综合考虑融资成本偿还了到期短期借款所致。
应付利息	-	2.66	-100.00%	主要系公司支付了短期借款的利息所致。
递延所得税负债	139.19	82.45	68.82%	主要系 2016 年末内部交易未实现亏损增加, 相应递延所得税负债增加所致。
利润表项目	2016 年度	2015 年度	变动幅度	变动原因说明
财务费用	324.73	639.95	-49.26%	主要系公司 2016 年度银行短期借款平均余额降低, 相应的短期借款利息减少所致。
资产减值损失	82.98	421.57	-80.32%	主要系 1) 公司 2016 年度收回账龄 1 年以上的押金保证金较多, 相应其他应收款坏账准备减少较多; 2) 公司库存商品计提存货跌价准备减少所致。
公允价值变动收益	-	-9.58	-100.00%	主要系公司 2015 年已结清黄金租赁及黄金期货业务, 至今无该等业务发生。
投资收益	-	-38.33	-100.00%	主要系公司 2015 年已结清黄金租赁及黄金期货业务, 相应将 2014 年度计入的公允价值变动收益转入投资收益所致。
营业外收入	1,871.63	1,308.89	42.99%	主要系 1) 2016 年度子公司上海戴曼克森钻石贸易有限公司钻石进口增加, 相应收到的增值税返还款增加; 2) 2016 年度公司收到其他政府补助款增加所致。
所得税费用	1,819.64	783.84	132.14%	主要系本期利润总额较上年同期大幅上涨所致。

2、2015 年度比 2014 年度

单位: 万元

资产负债表项目	2015 年末	2014 年末	变动幅度	变动原因说明
货币资金	5,554.95	1,846.62	200.82%	主要系公司取得较多短期借款所致。
预付款项	731.69	1,198.17	-38.93%	主要系公司 2015 年度关闭部分专营店相应预付房租费用降低所致。
其他应收款	467.53	698.69	-33.08%	主要系 1) 公司 2015 年末不再持有黄金期货, 期货保证金相应减少; 2) 押金保证金减少所致。
无形资产	30.90	57.65	-46.40%	主要系软件摊销所致。
长期待摊费用	59.80	171.37	-65.10%	主要系租入固定资产改良支出摊销所致。
递延所得税负债	82.45	239.47	-65.57%	主要系 2015 年末内部交易未实现亏损减少, 相应递延所得税负债降低所致。
短期借款	7,500.00	3,500.00	114.29%	主要系公司根据经营需要借入短期借款所致。

应付账款	3,468.46	4,993.43	-30.54%	主要系公司备货减少, 相应应付未付货款减少所致。
预收款项	652.95	436.35	49.64%	主要系公司预收加盟商货款增加所致。
应交税费	1,051.42	1,874.49	-43.91%	主要系公司 2015 年度预交企业所得税较多所致。
应付利息	2.66	25.46	-89.56%	主要系公司 2015 年度结清黄金租赁业务并偿付了黄金租赁费所致。
利润表项目	2015 年度	2014 年度	变动幅度	变动原因说明
资产减值损失	421.57	158.78	165.50%	主要系 1) 公司 2014 年度收回账龄 1 年以上的押金保证金较多, 相应其他应收款坏账准备减少较多; 2) 因黄金价格下跌幅度较大, 公司库存商品计提存货跌价准备较多所致。
公允价值变动收益	-9.58	-348.55	-97.25%	主要系公司 2014 年度归还租赁的黄金, 相应将 2013 年度计入的公允价值变动收益转入投资收益所致。
投资收益	-38.33	253.58	-115.12%	主要系公司 2015 年度结清黄金租赁及黄金期货业务, 确认投资收益所致。
营业外收入	1,308.89	2,423.18	-45.98%	主要系 1) 2015 年度子公司上海戴曼克森钻石贸易有限公司钻石进口减少, 相应收到的增值税返还款下降; 2) 2015 年度公司收到其他政府补助款减少所致。

十五、发行人设立时及报告期资产评估情况

发行人设立时未进行资产评估。

2017 年 2 月 27 日, 深圳国艺珠宝艺术品资产评估有限公司(以下简称“国艺评估”)出具 [2016] 第 S053 号《曼卡龙珠宝股份有限公司委托评估的一批珠宝首饰存货资产评估报告》, 以 2016 年 12 月 31 日为评估基准日, 对公司珠宝类存货价值进行评估。公司未对本次评估结果进行账务处理。

1、评估方法

报告期内, 评估机构采用成本法和市场法对发行人珠宝类存货进行评估, 以评估对象的重置成本作为其评估价值。在成本法下, 评估机构以中国大陆主要珠宝首饰加工制造企业原材料及产成品交易市场和工艺制作市场中的基准日价格数据作为计算参数。其中, 贵金属饰品成本=贵金属基准日金价×贵金属含量×重量+工费, 贵金属基准日金价为 2016 年 12 月 30 日上海黄金交易所该类贵金属的收盘价; 钻石(宝玉石)镶嵌饰品成本=(主石克拉单价×主石重量+副石克拉单价×副石重量)+贵金属基准日金价×贵金属含量百分比×[贵金属净金重×(1+

损耗率)]+工费, 钻石价格取值以 2016 年 12 月 30 日 RAPAPORT 国际钻石报价表结合 2016 年 12 月 31 日国内珠宝行业钻石批发价格综合考虑。在市场法下, 评估机构选择与评估对象相同或相似的资产作为对比参照物, 分析参照物的成交价和交易条件, 并就影响价格的有关因素进行对比调整, 从而确定评估对象价值。

2、评估结果

经深圳国艺珠宝艺术品资产评估有限公司评估, 在评估基准日 2016 年 12 月 31 日, 曼卡龙珠宝股份有限公司珠宝类存货评估结果如下:

单位: 万元

项目	资产数量	评估值
贵金属及贵金属饰品	109,865 件及 48,556.84 克	10,570.72
钻石及镶嵌钻石饰品	28328 件及 2,919.27 克拉	15,261.59
彩宝及镶嵌彩宝饰品	12,060 件及 791.445 克拉	2,542.59
翡翠及翡翠饰品	9,653 件及 346 粒 / 件	4,488.21
合计	—	32,863.11

截至 2016 年 12 月 31 日, 公司存货账面价值为 32,831.02 万元, 其中评估范围内存货账面价值 32,814.46 万元 (另有 16.56 万元存货系陶瓷戒指、配绳等非珠宝类存货), 根据评估结果, 公司珠宝首饰类存货评估高于账面净资产, 增值率 0.15%。

十六、发行人设立时及报告期历次验资情况

公司历次验资情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况/四、历次验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

根据公司最近三年经审计财务报告,公司管理层作出以下分析。非经特别说明,以下数据均为合并会计报表口径,货币计量单位为人民币万元,统计分析涉及的分项数据之和与列示合计数的尾数差异系四舍五入造成。

一、财务状况分析

(一) 资产情况分析

1、资产构成分析

最近三年,公司资产主要构成情况如下:

单位:万元

项 目	2016年 12月31日		2015年 12月31日		2014年 12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
流动资产	42,243.36	91.99	42,168.24	91.26	43,002.42	90.57
非流动资产	3,680.49	8.01	4,038.71	8.74	4,475.05	9.43
资产合计	45,923.85	100.00	46,206.94	100.00	47,477.47	100.00

公司流动资产主要由存货、应收账款及货币资金构成;非流动资产主要由固定资产、长期待摊费用构成。

公司流动资产占比较高。最近三年公司流动资产占总资产的比重均在 90% 以上,其中存货占总资产的比重在 70%左右。流动资产占比较高,特别是存货金额占比较高符合珠宝首饰零售行业的特点。

2、流动资产分析

最近三年,公司流动资产的主要构成如下表所示:

单位:万元

项 目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
货币资金	2,818.66	6.67	5,554.95	13.17	1,846.62	4.29
应收账款	4,952.64	11.72	3,819.17	9.06	3,132.31	7.28
预付款项	494.66	1.17	731.69	1.74	1,198.17	2.79
其他应收款	252.59	0.60	369.53	0.88	698.69	1.62
存货	32,831.02	77.72	30,953.58	73.40	35,540.23	82.65

其他流动资产	893.79	2.12	739.32	1.75	586.39	1.36
流动资产合计	42,243.36	100.00	42,168.24	100.00	43,002.42	100.00

公司流动资产以存货为主,最近三年存货占流动资产的比重平均为 77.92%,符合珠宝首饰零售企业的行业特点。报告期,公司流动资产总体较稳定。

(1) 货币资金

公司货币资金主要由库存现金、银行存款和其他货币资金构成。最近三年,公司货币资金具体构成如下:

单位:万元

项 目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
库存现金	29.94	1.06	28.44	0.51	23.83	1.29
银行存款	2,699.22	95.76	5,480.20	98.65	1,552.01	84.05
其他货币资金	89.50	3.18	46.31	0.83	270.77	14.66
合 计	2,818.66	100.00	5,554.95	100.00	1,846.62	100.00

2015 年末货币资金较上年末增加 3,708.33 万元,主要是 2015 年末公司增加较多短期借款所致。2016 年末公司货币资金较上年末减少 2,736.29 万元,主要是公司 2016 年偿还短期借款所致。

2014 年末公司货币资金中的其他货币资金主要是黄金租赁业务保证金、期货账户存款和支付宝账户存款。2015 年公司结清黄金租赁及黄金期货业务,2015 年末和 2016 年末公司其他货币资金主要是支付宝账户存款和外埠存款。

(2) 应收账款

最近三年,应收账款变动情况如下所示:

单位:万元

项 目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
应收账款	4,952.64	3,819.17	3,132.31
营业收入	77,891.85	89,815.08	99,939.60
占营业收入比 (%)	6.36	4.25	3.13
应收账款周转天数 (天)	20.27	13.93	12.27

1) 应收账款变化的分析

公司的销售模式主要分为直营、专柜和加盟三种,其中:

直营店直接向顾客进行销售,在商品销售给顾客并收取货款时确认销售;

专柜系公司在大型商场开设专柜，将商品销售给顾客并由商场统一收取货款，公司按照扣除商场扣点后的金额确认收入，相应货款由公司与商场每月进行结算；

加盟模式下，公司根据加盟商订货要求将商品发至加盟商处（款到发货），经加盟商确认并签收入库后确认收入。

因此，公司报告期末形成的应收账款主要系专柜销售形成的应收商场销售货款。

专柜模式下，公司按照与商场《联营专柜合同》约定的结算方法、结算期与商场对账、开票、结算货款。公司根据已经实现对外销售情况以及约定的商场扣点率，按照权责发生制确认相应的应收账款及主营业务收入。

各商场的结算周期一般是 1 个月，按照结算时点不同，报告期公司各年末应收账款回款周期为 1~2 个月不等，具体举例如下：

结算时点	回款周期	示例
月末	1 个月	年末应收账款为 12 月份货款，于次年 1 月收回货款
月中	2 个月	年末应收账款为 12 月 16 日至 12 月 31 日货款，于次年 1 月 16 日至 2 月 15 日之间收回货款。

2014 年~2016 年末，公司专柜数量分别为 32 家、32 家和 42 家。报告期内，公司专柜模式下销售收入分别为 24,771.50 万元、25,879.30 万元和 30,087.77 万元，占主营业务收入的比重分别为 24.81%、28.92%和 38.85%，占比逐年上升。

综上，公司报告期各期末应收账款主要系专柜销售形成的应收商场销售货款，金额变化受专柜数量、专柜结算周期影响，变化情况符合公司的实际经营情况，变动合理。

2) 应收账款主要欠款对象的期后回款情况

报告期各期末公司应收账款前十名客户的应收账款金额及期后回款情况如下：

单位: 万元

2016年12月31日					
名称	应收余额	占账面余额比例 (%)	期后回款比例 (%)	结算周期	回款期间
杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	416.47	7.99	100.00	上月16日-当月15日	2月以内
唯品会(中国)有限公司	370.34	7.10	72.91	根据结算清单结算60%货款, 余款按月结算	2月以内
绍兴金帝银泰购物中心有限公司	265.56	5.09	100.00	当月1日-当月末	1月以内
义乌银泰百货有限公司	251.07	4.82	100.00	当月1日-当月末	1月以内
银泰百货宁波海曙有限公司	230.13	4.41	100.00	当月1日-当月末	1月以内
杭州银泰世纪百货有限公司	220.69	4.23	100.00	当月1日-当月末	1月以内
浙江温州银泰百货有限公司	209.27	4.01	100.00	当月1日-当月末	1月以内
金华银泰购物中心有限公司	209.09	4.01	100.00	当月1日-当月末	1月以内
绍兴市国商大厦有限责任公司	153.08	2.94	100.00	当月1日-当月末	1月以内
浙江银泰百货有限公司	151.99	2.92	100.00	当月1日-当月末	1月以内
小计	2,477.69	47.52	95.95		
2015年12月31日					
名称	应收余额	占账面余额比例 (%)	期后回款比例 (%)	结算周期	回款期间
浙江银泰百货有限公司	401.19	9.98	100.00	上月26日-当月25日	2月以内
慈溪银泰商业管理有限公司	398.43	9.91	100.00	当月1日-当月末	1月以内
杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	385.94	9.60	100.00	上月16日-当月15日	2月以内
富阳银泰百货有限公司	232.60	5.79	100.00	上月20日-当月19日	2月以内
杭州银泰世纪百货有限公司	179.92	4.48	100.00	上月26日-当月25日	2月以内

银泰百货宁波鄞州有限公司	165.74	4.12	100.00	当月 1 日-当月末	1 月以内
绍兴金帝银泰购物中心有限公司	145.13	3.61	100.00	上月 26 日-当月 25 日	2 月以内
义乌银泰百货有限公司	129.72	3.23	100.00	当月 1 日-当月末	1 月以内
绍兴大通购物中心有限公司	128.08	3.19	100.00	上月 15 日-当月 14 日	2 月以内
浙江上百贸易有限公司	117.65	2.93	100.00	上月 25 日-当月 24 日	2 月以内
小计	2,284.40	56.84	100.00		
2014 年 12 月 31 日					
名称	应收余额	占账面余额比例 (%)	期后回款比例 (%)	结算周期	回款期间
慈溪银泰商业管理有限公司	347.10	10.40	100.00	当月 1 日-当月末	1 月以内
杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	282.00	8.45	100.00	上月 16 日-当月 15 日	2 月以内
银泰百货宁波鄞州有限公司	215.31	6.45	100.00	当月 1 日-当月末	1 月以内
银泰百货宁波海曙有限公司	172.65	5.17	100.00	当月 1 日-当月末	1 月以内
浙江银泰百货有限公司	166.54	4.99	100.00	上月 26 日-当月 25 日	2 月以内
杭州银泰世纪百货有限公司	164.33	4.92	100.00	上月 26 日-当月 25 日	2 月以内
银泰百货宁波江东有限公司	152.56	4.57	100.00	当月 1 日-当月末	1 月以内
浙江上百贸易有限公司	150.88	4.52	100.00	上月 10 日-当月 19 日	2 月以内
浙江东兴商厦股份有限公司	140.10	4.20	100.00	上月 26 日-当月 25 日	2 月以内
杭州银西百货有限公司	133.84	4.01	100.00	上月 16 日-当月 15 日	2 月以内
小计	1,925.31	57.68	100.00		

如上表所述,报告期内公司应收账款主要欠款对象的实际回款情况与合同约定一致,期后回款状况良好。

3) 应收账款的信用账期管理政策、内控措施及实际执行效果

公司主要有三种销售模式:①直营店销售,采取现款现货的零售销售方式,T+1 结算方式下的 POS 款与银行对账单核对后确认应收账款(次日到账);②加盟商销售,主要采取先付款后发货的方式,财务根据客户实际汇款情况记录相应的预收账款,按照加盟商采购情况确认收入、开具发票,同时冲减预收账款;③专柜销售,先由商场对外零售收取货款,然后按照权责发生制根据联营专柜合同约定确认收入,同时记录相应的应收账款。

公司制定了《应收款管理制度》,根据该制度规定公司通过对专柜进行考核的方式对应收账款进行控制,在合同约定的收款期限内,根据各大区的实际情况,为每家专柜制定了考核收款日期。考核日期由资金管理主管拟定,上报经财务总监和销售大区负责人审批通过后执行。未在考核日期内收回货款,财务部按一年期银行贷款利息向专柜计算资金利息,计入专柜考核利润,最终扣取销售大区负责人或相关责任人绩效工资。如销售货款确认为坏账,根据公司《奖惩管理制度》,由责任部门及责任人承担赔偿责任。

通过上述应收账款信用账期的管理政策和内控措施,报告期内公司应收账款账龄主要为 1 年以内,账龄结构良好,应收账款回款速度快,符合公司与商场约定的收款周期,应收账款质量良好,公司制定的应收账款管理措施执行有效。

4) 应收账款账龄及坏账准备分析

①应收账款账龄结构分析

报告期,公司应收账款坏账准备的计提符合公司会计政策的规定。各期末应收账款余额按账龄分析如下:

单位:万元

账龄	2016年12月31日			2015年12月31日			2014年12月31日		
	应收余额	计提比例	坏账准备	应收余额	计提比例	坏账准备	应收余额	计提比例	坏账准备
1年以内	5,213.30	5%	260.67	4,020.18	5%	201.01	3,297.17	5%	164.86
3年以上	—	—	—	—	—	—	40.69	100%	40.69
合计	5,213.30		260.67	4,020.18		201.01	3,337.86		205.55

最近三年各期末,公司应收账款账龄主要为 1 年以内,账龄结构良好,应收

账款回款速度快,且公司应收账款对象主要为全国或区域性百货商场,商场信用较好,不存在逾期的商场应收账款。

②应收账款坏账准备分析

公司对全部应收账款按坏账计提政策计提了相应的坏账准备。2014年末,公司3年以上应收账款余额40.69万元,为2010年公司向深圳市源盛德金艺表业有限公司销售钻石产生的应收账款,预计无法收回,自2010年起已全额计提坏账准备。2015年,公司对该笔应收账款予以核销。

公司应收账款坏账准备计提比例与同行业上市公司的对比情况如下:

账龄	本公司	老凤祥	潮宏基	明牌珠宝	萃华珠宝	爱迪尔	通灵珠宝	周大生
1年以内	5%	5%	5%	5%	0.5%	3%	5%	1%
1-2年	10%	10%	20%	20%	5%	10%	20%	20%
2-3年	50%	50%	30%	50%	10%	20%	50%	50%
3-4年	100%	100%	100%	100%	30%	50%	100%	100%
4-5年	100%	100%	100%	100%	30%	50%	100%	100%
5年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

公司应收账款对象主要为全国或区域性百货商场,商场信用较好。由上表可见,公司坏账计提比例与同行业上市公司基本相当,公司的坏账计提政策符合谨慎性原则。公司坏账准备计提政策报告期内未发生变更。

5) 保荐机构及会计师对是否存在逾期应收账款、应收账款变化及坏账准备计提依据及合理性的核查意见

保荐机构及会计师针对公司是否存在逾期应收账款及相应坏账准备计提是否充分,应收账款变化及坏账准备计提的依据与合理性履行了以下核查程序:

①查看公司与主要客户签订的销售合同,报告期末对主要应收账款期后收回情况进行测试,核查期末应收账款是否存在逾期的可能性;

②核查公司报告期内存在或核销的逾期应收账款,确认是否合理;

③对比分析了同行业上市公司的应收账款坏账准备计提比例,核查公司的应收账款坏账准备计提比例与同行业相比是否存在重大差异。

经核查,保荐机构及会计师认为,公司已对逾期应收账款全额计提坏账准备并核销,坏账计提比例与同行业上市公司不存在显著差异,应收账款变化合理,坏账准备计提金额及依据充分。

(3) 预付款项

公司的预付款项主要是预付直营店房租。最近三年各期末，公司预付账款分别为 1,198.17 万元、731.69 万元和 494.66 万元，基本呈下降趋势，主要是公司直营店数量减少，公司预付的房租费用降低。

预付款项具体账龄情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	494.66	100.00	731.69	100.00	1,198.17	100.00
合计	494.66	100.00	731.69	100.00	1,198.17	100.00

由上表可见，最近三年公司预付款项账龄均集中在一年之内。

截至 2016 年末，公司预付款项前五名情况如下：

单位名称	与本公司关系	金额 (万元)	账龄	未结算原因	占预付款项比例 (%)
民生证券股份有限公司	非关联方	100.00	1年以内	预付上市中介费	20.22
杭州前进文化用品有限公司	非关联方	74.29	1年以内	预付房租	15.02
李玉明	非关联方	52.91	1年以内	预付房租	10.70
李顺云	非关联方	50.14	1年以内	预付房租	10.14
宁波城市广场开发经营有限公司	非关联方	34.91	1年以内	预付房租	7.06
小计	-	312.26	-	-	63.14

2016 年末，公司预付款项前五名合计数占预付款项的比例为 63.14%，主要为直营店房租的预付款项和预付上市中介费。

(4) 其他应收款

公司其他应收款主要包括直营店房产租赁押金、黄金期货业务保证金和员工备用金等。2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司其他应收款分别为 698.69 万元、369.53 万元和 252.59 万元，占流动资产的比重分别 1.62%、0.88%和 0.60%。2014 年~2015 年末公司其他应收款存在一定幅度的变动，主要原因是各期末公司持有黄金期货合约数量变动导致对应期货保证金余额产生变动。

2015 年公司结清黄金期货业务，期货业务保证金减少，其他应收款相应降低。

2016 年末，其他应收款降低，主要系公司收回部分押金保证金所致。

截至 2016 年末，公司其他应收款前五名情况如下：

单位名称	与本公司关系	账面余额 (万元)	账龄	占其他应收 款余额的比 例 (%)	款项性质或 内容
宁波城市广场开发 经营有限公司	非关联方	63.25	[注]	19.26	押金保证金
华润新鸿基房地产 (杭州)有限公司	非关联方	24.84	1 年以内	7.56	押金保证金
卫飞翔	非关联方	20.00	2-3 年	6.09	押金保证金
浙江天猫技术有限 公司	非关联方	19.03	1 年以内	5.80	押金保证金
杭州前进文化用品 有限公司	非关联方	10.00	2-3 年	3.05	押金保证金
小 计	-	137.12	-	41.76	-

注：账龄 1 年以内 9.84 万元，1-2 年 53.41 万元。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司其他应收款中不存在持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位欠款。

（5）存货

公司存货包括原材料、库存商品和委托加工物资。最近三年各期末，公司存货的构成情况如下：

项 目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
原材料	1,988.76	6.06	2,558.30	8.26	5,741.31	16.15
库存商品	29,311.85	89.28	27,545.64	88.99	29,391.26	82.70
委托加工物资	1,530.40	4.66	849.64	2.74	407.66	1.15
合 计	32,831.02	100.00	30,953.58	100.00	35,540.23	100.00

1) 公司存货余额变化及原因分析

2014~2016 年末，公司存货余额分别为 35,540.23 万元、30,953.58 万元和 32,831.02 万元，占当期末流动资产的比例分别为 82.65%、73.40%和 77.72%，占比相对稳定。

①公司存货占比及存货周转率与同行业上市公司对比情况

同行业上市公司主要经营模式、生产模式、存货占流动资产比例如下所示：

公司名称	主要经营模式	主要生产模式	2016 年末 ^注 / 2016 年 6 月末	2015 年末	2014 年末
老凤祥	经销	自产 / 委外	51.74%*	47.58%	50.21%
潮宏基	自营	自产 / 委外	66.53%*	60.34%	58.12%
明牌珠宝	经销	自产 / 委外	46.83%	41.49%	37.94%
萃华珠宝	批发	自产 / 委外	59.47%*	63.07%	57.23%
爱迪尔	加盟	自产 / 委外	29.79%	31.75%	41.75%
通灵珠宝	自营	委外	57.33%	79.74%	83.43%
周大生(拟上市)	加盟	委外	81.14%*	71.85%	73.24%
平均	—	—	56.12%	56.55%	57.42%
曼卡龙	自营	委外	77.72%	73.40%	82.65%

注：数据来源于上市公司公开披露报告中相关数据计算所得，鉴于同行业部分上市公司尚未公告 2016 年度数据，上表带*为 2016 年 6 月末数据。

报告期同行业上市公司存货周转率如下表所示：

公司简称	2016 年度	2015 年度	2014 年度
老凤祥	7.42*	6.51	5.90
潮宏基	1.00*	1.04	1.06
明牌珠宝	1.87	2.89	3.16
萃华珠宝	2.02*	2.42	3.38
爱迪尔	2.33	1.92	2.32
通灵珠宝	0.62	0.58	0.60
周大生(拟上市)	1.16*	1.23	1.33
平均值	2.35	2.37	2.54
曼卡龙	1.84	2.13	2.09

注：数据来源于上市公司公开披露报告中相关数据计算所得，鉴于部分上市公司尚未公告 2016 年度数据，上表带*为根据 2016 年 1~6 月数据简单年化计算得出，明牌珠宝、爱迪尔、通灵珠宝和曼卡龙为 2016 年数据。

由上表可见：

A、珠宝首饰行业产品价值较高，同时直营门店直接面对终端消费者，需保障日常铺货水平，因此存货余额普遍较高。公司存货余额及占流动资产比例较大的情况符合珠宝首饰行业的经营特征。

B、相对而言，同等规模下自营模式存货周转速度低于加盟 / 经销模式；镶嵌饰品存货周转速度低于素金饰品。

曼卡龙以自营业为主，为保证直营店及专柜的有效运营，公司需保持一定的铺货及周转存货量。除潮宏基、通灵珠宝外，其他同行业上市公司以加盟或经

销业务为主。

曼卡龙产品结构中镶嵌饰品销售占比较高，2016年约42%，同行业上市公司中通灵珠宝、爱迪尔均为钻石镶嵌饰品，潮宏基时尚珠宝首饰为主，其余同行业公司均以素金饰品为主。

受上述业务模式、产品结构等因素综合影响，曼卡龙存货占比与潮宏基、通灵珠宝相当，高于整体行业平均水平；存货周转率高于通灵珠宝、潮宏基，略低于行业平均水平。

②期末存货余额变化主要原因

报告期内公司存货规模整体呈下降态势。一方面，公司基于优化产品结构及铺货结构考虑，适当缩减备货规模，另一方面，公司近年来逐步缩减传统黄金销量，致力于提高利润率相对较高的“三爱一钻”产品系列的销售规模，以提高公司利润率、同时减少存货占用资金。

2014~2016年末，公司库存商品价值分别为29,391.26万元、27,545.64万元、29,311.85万元；原材料及委托加工物资合计金额分别为6,148.97万元、3,407.94万元、3,519.16万元。

报告期内公司库存商品规模相对稳定，库存商品占存货比例从82.70%上升至89.28%，主要系2017年春节假期较早，公司2016年末提前增加备货所致。

2014~2016年末，原材料及委托加工物资合计金额分别为6,148.97万元、3,407.94万元、3,519.16万元。主要是公司2015年缩减钻石采购规模，并筹划推出“上帝之光”钻石饰品（于2016年正式推出），因此以充分利用原有库存为主，原料钻石金额从2014年末的约5,700万元降至约1,900万元。

2) 采购、销售、库存成本的配比分析

①存货余额变化率、销售收入及产品成本变化率的匹配关系

单位：万元

项目	2016年度		2015年度		2014年度
	金额	变化率(%)	金额	变化率(%)	金额
存货余额	32,831.02	6.07	30,953.58	-12.91	35,540.23
存货周转率(次)	1.84	—	2.13	—	2.09
营业收入	77,891.85	-13.28	89,815.08	-10.13	99,939.60
营业成本	58,546.14	-17.26	70,759.89	-10.22	78,811.67

2015年，公司存货余额与销售收入、销售成本均同比下降，变动趋势一致，

存货降幅略大于收入及成本降幅。珠宝首饰企业的存货周转速度主要受其销售模式、销售品类等因素影响,2015年公司加盟业务增长,自营模式收入占比较2014年降低3.37个百分点,公司存货周转速度相应提升,2015年存货周转率(2.13次)略高于2014年(2.09次)。

2016年,公司收入、成本同比下降,存货余额同比上升6.07%。2016年,公司自营模式收入占比较上年降低1.32个百分点,但镶嵌饰品销售占比较上年提升3.95个百分点,通常镶嵌饰品周转率低于素金饰品,且当年公司推出新品较多;同时由于2017年春节假期在1月末,后续又紧跟情人节销售高峰期,公司于2016年末相应加大备货力度,导致2016年存货余额较上年末有所上升。

整体而言,公司存货余额变化率与销售收入、销售成本变化率匹配,变动趋势合理,反映了公司实际经营情况。

②采购入库单价、销售出库结转单价以及期末库存单价的匹配关系

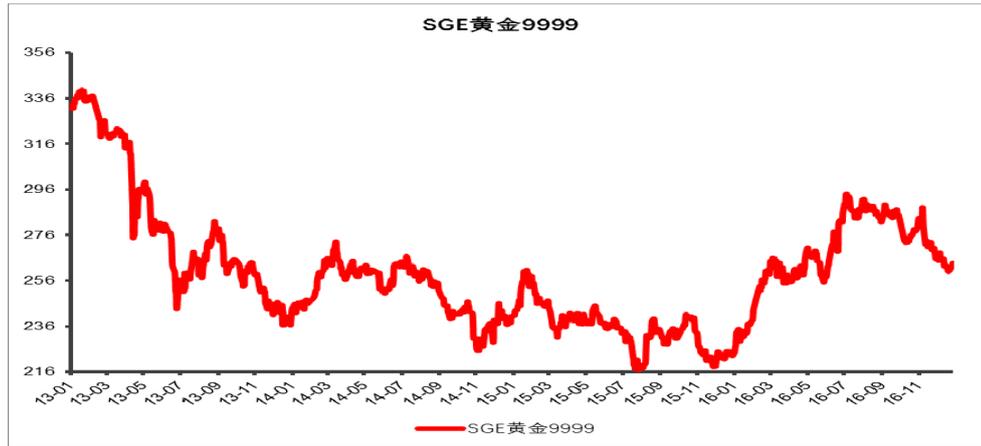
公司报告期各期各主要品类饰品的平均采购入库单价、销售出库结转单价以及期末库存单价如下:

2016年度				
饰品品类	产品	采购入库单价	销售结转单价	期末库存单价
素金饰品	计克类黄金(元/克)	239.15	230.04	242.93
	爱尚金(元/克)	255.21	259.21	252.07
	铂金饰品(元/克)	213.24	238.92	225.67
镶嵌饰品	钻石饰品(元/件)	4,167.46	3,833.85	6,466.06
	爱尚炫(元/件)	1,057.19	1,246.13	1,085.42
2015年度				
饰品品类	产品	采购入库单价	销售结转单价	期末库存单价
素金饰品	计克类黄金(元/克)	215.37	217.04	215.18
	爱尚金(元/克)	235.10	247.90	237.63
	铂金饰品(元/克)	210.75	243.30	229.48
镶嵌饰品	钻石饰品(元/件)	4,174.40	4,254.02	6,486.45
	爱尚炫(元/件)	1,493.27	1,517.54	1,574.31
2014年度				
饰品品类	产品	采购入库单价	销售结转单价	期末库存单价
素金饰品	计克类黄金(元/克)	231.81	239.56	225.27
	爱尚金(元/克)	252.54	273.33	257.67
	铂金饰品(元/克)	264.49	296.96	271.45
镶嵌饰品	钻石饰品(元/件)	3,779.66	4,176.11	6,711.11

爱尚炫(元/件)	1,618.17	1,559.58	1,745.95
----------	----------	----------	----------

如上表所示,报告期,公司主要品类素金饰品的平均采购入库单价、销售出库结转单价以及期末库存单价之间不存在较大差异,各年之间的采购入库、销售结转、期末库存单价差异的主要原因系黄金、铂金市场价格的波动导致。

以计克类黄金为例,2013年~2016年,上海黄金交易所金价波动情况如下图所示:



2014年及2015年,黄金市场价格呈下降趋势,受存货周转期影响,2014年及2015年计克类黄金期末库存单价<销售结转单价<当年采购入库单价。

2016年上半年,黄金市场价格快速上涨,第三季度相对稳定,第四季度略有回落,由于期初计克类黄金库存单价较低,导致2016年销售结转单价低于当年采购入库单价;考虑存货周转期因素,2016年末计克类黄金主要为下半年购入,下半年黄金市场价格处于全年高点,导致2016年末计克类黄金库存单价高于采购入库单价。

公司镶嵌饰品的平均采购入库单价、销售出库结转单价以及期末库存单价为按件计算,由于镶嵌饰品款式多样,不同款式材质、工艺等方面差异较大,因此单件饰品价格差异较大。

报告期各期末,公司钻石饰品库存单价均高于当年采购单价和销售结转单价,主要系高端钻石饰品周转速度较慢,报告期内公司围绕“轻时尚”品牌定位,针对年轻消费群体的需求重点开发单件价格较低的系列产品,故报告期公司钻石饰品的采购单价、销售结转单价低于期末库存单价。随着库存高价钻石饰品逐步消化,报告期各期末公司钻石饰品的库存单价逐年下降。

3) 公司存货主要构成变化分析

①期末库存商品构成及变化、库龄情况及对库龄较长商品的后续处理

库存商品系公司存货主要构成,包括公司直营店和专柜的铺货库存及仓库库存。

2014~2015年末,公司库存商品分别为29,391.26万元、27,545.64万元,主要原因是公司为应对市场需求的变化,不断对门店铺货结构及铺货量进行优化;另一方面,2015年公司自营门店数量下降也导致铺货库存相应减少。2016年末,公司库存商品为29,311.85万元,较上年末有所增加,主要是公司自营门店数量增加,加上推出新品较多、年末加大备货等因素导致。

最近三年末公司按渠道类别、产品类别区分,库存商品的构成及库龄情况如下表所示:

单位:万元

模式	产品种类	库龄	2016年度	2015年度	2014年度
直营店	素金饰品	1年以内	3,742.24	3,025.80	3,951.36
		1-2年	262.21	311.95	415.99
		2-3年	77.84	99.21	55.01
		3年以上	49.38	32.85	-
		小计	4,131.67	3,469.80	4,422.36
	镶嵌饰品	1年以内	2,481.64	3,593.93	4,708.16
		1-2年	1,674.99	2,062.38	2,712.08
		2-3年	981.25	1,654.18	3,456.45
		3年以上	3,536.89	2,696.83	257.40
		小计	8,674.77	10,007.31	11,134.08
	其他	1年以内	9.56	14.46	21.72
		1-2年	2.99	2.75	3.79
		2-3年	1.30	1.68	6.91
		3年以上	2.43	3.61	-
		小计	16.28	22.50	32.42
合计			12,822.72	13,499.61	15,588.86
专柜	素金饰品	1年以内	4,623.63	2,940.53	2,587.13
		1-2年	306.39	217.03	353.25
		2-3年	48.24	49.08	11.18
		3年以上	13.87	4.07	-
		小计	4,992.13	3,210.71	2,951.56
	镶嵌饰品	1年以内	4,268.42	3,260.20	2,818.23

		1-2年	1,105.06	1,353.70	1,344.43
		2-3年	622.15	751.01	469.89
		3年以上	620.45	289.28	-
		小计	6,616.07	5,654.18	4,632.55
	其他	1年以内	8.30	14.89	5.16
		1-2年	4.63	1.45	2.62
		2-3年	1.27	1.18	2.92
		3年以上	2.06	1.21	-
		小计	16.25	18.73	10.70
	合计		11,624.45	8,883.63	7,594.81
仓库	素金饰品	1年以内	1,237.41	1,681.58	1,685.53
		1-2年	37.68	24.22	72.75
		2-3年	29.78	12.22	6.58
		3年以上	8.01	2.25	-
		小计	1,312.88	1,720.27	1,764.86
	镶嵌饰品	1年以内	1,706.46	2,098.54	2,439.46
		1-2年	812.48	239.62	748.53
		2-3年	375.09	261.00	1,096.79
		3年以上	650.23	837.49	151.93
		小计	3,544.26	3,436.64	4,436.71
	其他	1年以内	4.91	3.29	3.89
		1-2年	0.94	0.15	0.39
		2-3年	0.06	0.10	1.75
		3年以上	1.63	1.95	-
		小计	7.54	5.50	6.03
合计		4,864.68	5,162.40	6,207.60	
总计		29,311.85	27,545.64	29,391.26	

报告期库存商品各产品种类的库龄情况如下:

单位: 万元

产品种类	库龄	2016年度		2015年度		2014年度	
		金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
素金饰品	1年以内	9,603.28	92.01	7,647.91	91.04	8,224.02	89.99
	1-2年	606.28	5.81	553.20	6.59	841.98	9.21
	2-3年	155.86	1.49	160.51	1.91	72.77	0.80
	3年以上	71.26	0.68	39.17	0.47	-	-
	小计	10,436.68	100.00	8,400.78	100.00	9,138.78	100.00
镶嵌饰品	1年以内	8,456.52	44.90	8,952.66	46.88	9,965.84	49.33
	1-2年	3,592.53	19.07	3,655.69	19.14	4,805.03	23.78
	2-3年	1,978.49	10.50	2,666.19	13.96	5,023.13	24.86

	3年以上	4,807.58	25.52	3,823.59	20.02	409.33	2.03
	小计	18,835.11	100.00	19,098.13	100.00	20,203.34	100.00
其他	1年以内	22.76	56.82	32.64	69.87	30.77	62.60
	1-2年	8.56	21.36	4.35	9.31	6.81	13.85
	2-3年	2.62	6.55	2.96	6.33	11.58	23.55
	3年以上	6.12	15.28	6.77	14.48	-	-
	小计	40.06	100.00	46.72	100.00	49.15	100.00
合计		29,311.85	-	27,545.64	-	29,391.26	-

公司库存商品分布于直营门店、专柜及仓库。2014~2016年度,公司执行收缩沿街店铺、扩张购物中心店铺及商场专柜,同时缩减传统黄金饰品销量、提高“三爱一钻”占比的业务发展策略。因此,公司专柜数量从2014年末的32家增至2016年末的42家,专柜收入占比相应从24.81%提升至38.85%;镶嵌饰品收入占比相应从38.28%提升至41.58%。

公司库存商品中,直营店库存占比逐年下降,从2014年末的53.04%降至2016年末的43.75%,专柜库存占比相应从25.84%上升至39.66%,仓库存货金额则逐年下降,与公司销售规模变动一致。

就品类而言,各报告期末各类饰品占比基本稳定,由于镶嵌饰品价值较高且周转速度低于素金饰品,库存商品中以镶嵌饰品为主,占比超过60%。

就各报告期末商品库龄而言,素金饰品由于周转速度相对较快,库龄1年以内占比均在90%以上;镶嵌饰品库龄1年以内占比45%左右。

2014~2016年,公司镶嵌饰品库龄3年以上占比分别为2.03%、20.02%、25.52%,上升较快。主要原因是受珠宝零售行业2013年销售高峰影响,公司2013年及以前钻石等镶嵌饰品采购额较高;2014年起随着市场销售热度回温,珠宝零售行业逐渐步入调整期,行业景气度下行,而镶嵌饰品本身由于价值较高周转速度相对较慢,尤其是价值较高的翡翠饰品、高分数钻石饰品、贵重宝石饰品销售受到一定影响,导致公司镶嵌饰品库龄3年以上占比逐年提高。如2016年末3年以上镶嵌饰品中,主要系翡翠饰品、50分以上钻石饰品及宝石饰品,三类合计占比约95%。

虽然公司期末库存中库龄3年以上的镶嵌饰品占比为25.52%,但基于珠宝零售行业特点,上述库存不会对公司经营造成重大不利影响,亦无需计提跌价准备:

A、库龄较长镶嵌饰品以翡翠饰品、钻石饰品等贵重珠宝饰品为主，不会因存放时间较长而对产品质量、价值产生重大不利影响；

B、库龄较长的镶嵌饰品中，对于具有升值空间或经典款式产品，公司将继续保留并销售；对于库龄较长的爱尚炫、爱尚彩系列饰品，一般会用于继续保留销售,或促销、员工内购等营销活动；对于因款式陈旧、消费者喜好变化等原因预计销售困难的饰品，公司会将其拆分，重新设计新的款式后进行销售。

C、公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。对于期末镶嵌饰品库存，根据该类饰品销售毛利率、期末饰品销售价格等综合判断是否存在减值迹象。报告期公司镶嵌饰品毛利率较高（2014~2016年分别为37.96%、33.32%、35.25%），同时结合期末原料价格波动、销售费用率、定价政策综合考虑，镶嵌类饰品不存在减值迹象，无需计提存货跌价准备。

②原材料及委托加工物资期末金额变化分析

2014~2016年末，公司原材料及委托加工物资合计金额分别为6,148.97万元、3,407.94万元、3,519.16万元，主要是公司2015年缩减钻石采购规模，并筹划推出“上帝之光”钻石饰品（于2016年正式推出），因此以充分利用原有库存为主，原料钻石金额从2014年末的约5,700万元降至约1,900万元。

2014年~2016年末，公司委托加工物资分别为407.66万元、849.64万元、1,530.60万元，主要系委托加工已发出尚未收回的原料钻石。具体构成如下：

单位：万元

材料类型	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
黄铂金	341.15	24.32	37.15
原料钻石	1,175.27	824.70	329.85
其他	13.98	0.61	40.66
小计	1,530.60	849.64	407.66
第二年农历春节	2017年1月28日	2016年2月8日	2015年2月19日

公司年末委托加工物资金额及构成主要受到生产周期、次年农历春节、销售结构、时点因素等因素影响。

公司销售商品主要包括素金饰品、镶嵌饰品等，具体各主要品类生产周期如下：

产品大类	主要具体品类	生产周期
素金饰品	传统计克类黄金、铂金饰品	7~14 天左右
	爱尚金	28 天左右
镶嵌饰品	镶嵌钻石饰品	14~28 天
	爱尚炫、爱尚彩	56 天左右

公司委托加工的工厂位于深圳，根据珠宝首饰生产行业特点，工厂放假日期早于公司，并且工厂一般在春节前 15 天左右不再接收委托加工订单。

2014 年末委托加工物资较低，主要系 2015 年春节在 2 月，公司备货较晚，部分价值较高的钻石裸石 2014 年末陆续采购到库尚未委外加工，导致 2014 年末委托加工物资余额较低。

2015 年末委托加工物资较 2014 年末增加 1.08 倍，主要系时点因素影响。2014 及 2015 年末委托加工物资均以原料钻石为主，但 2016 年春节为 2 月初，考虑到镶嵌钻石饰品春节前 30-45 天备货期，公司 2015 年末委托加工发出钻石金额高于 2014 年末。

2016 年末委托加工物资较 2015 年末增加 80.12%，主要系 2017 年农历春节为 1 月末，后续又紧跟情人节销售高峰期，考虑到委托加工周期及工厂放假影响，公司于 2016 年末相应加大备货力度，2016 年末委托加工发出原料较多。

4) 主要直营店和专柜期末存货余额及单位面积余额比较分析

①主要直营店和专柜期末存货余额情况

报告期内，公司存货余额较大的直营店（期末库存金额前十名，报告期内共 15-21 家）、专柜（期末库存金额前五名，报告期内共 32-42 家）的存货余额情况如下：

类别	店面名称	面积（平方米）	存货余额（万元）	单位面积存货（万元/平方米）
2016 年 12 月 31 日				
直营店	萧山店	319.27	3,482.47	10.91
	萧山今古传奇店	126.83	2,261.94	17.83
	慈溪店	323.00	1,611.31	4.99
	嘉兴店	390.00	521.88	1.34
	诸暨店	189.30	397.21	2.10
	余姚店	172.00	392.10	2.28
	临平店	248.07	353.75	1.43

	宁波天一国购店	103.30	343.22	3.32
	杭州凤起店	150.39	308.77	2.05
	桐乡店	162.20	300.66	1.85
专柜	萧山银隆专柜	60.06	627.90	10.45
	义乌伊美银泰专柜	48.00	480.62	10.01
	杭州大厦专柜	45.17	461.21	10.21
	温州世贸银泰专柜	50.40	432.19	8.58
	宁波东门银泰专柜	34.00	365.82	10.76
	杭州武林银泰专柜	38.00	363.64	9.57
	慈溪银泰专柜	50.60	360.84	7.13
	富阳银泰专柜	55.00	354.14	6.44
	湖州爱山银泰专柜	26.80	345.07	12.88
	杭州庆春银泰专柜	55.00	344.60	6.27
	上虞新大通专柜	60.00	336.17	5.60
	上虞万和城专柜	70.00	321.90	4.60
	诸暨新天地专柜	36.00	307.58	8.54
	宁波万达银泰专柜	40.00	304.36	7.61
	宁波二百专柜	71.00	286.30	4.03
2015年12月31日				
直营店	萧家店	319.27	3,406.42	10.67
	萧山今古传奇店	126.83	2,102.22	16.58
	慈溪店	323.00	1,617.04	5.01
	嘉兴店	390.00	809.69	2.08
	绍兴店	180.00	551.74	3.07
	宁波天一国购店	103.30	494.75	4.79
	临平店	248.07	464.82	1.87
	诸暨店	189.30	448.71	2.37
	嘉善店	160.00	419.87	2.62
	余姚店	172.00	418.50	2.43
专柜	萧山银隆专柜	60.06	580.44	9.66
	杭州大厦专柜	45.17	546.08	12.09
	杭州庆春银泰专柜	55.00	411.20	7.48
	慈溪银泰专柜	50.60	389.66	7.70
	宁波二百专柜	65.00	368.49	5.67
	上虞万和城专柜	70.00	311.32	4.45
	上虞新大通专柜	60.00	303.71	5.06
	温州世贸银泰专柜	50.40	288.67	5.73
	富阳银泰专柜	55.00	285.82	5.20

	宁波万达银泰专柜	40.00	283.88	7.10
	杭州解百专柜	30.48	279.91	7.67
	杭州武林银泰专柜	28.00	268.72	9.60
	绍兴柯桥银泰专柜	40.80	268.10	6.57
	绍兴金帝银泰专柜	35.00	267.99	7.66
	上虞老大通专柜	65.00	267.91	4.12
2014年12月31日				
直营店	萧山店	319.27	3,537.80	11.08
	慈溪店	323.00	1,584.58	4.91
	萧山今古传奇店	126.83	1,568.03	12.36
	湖州店	190.00	1,373.60	7.23
	嘉兴店	390.00	795.44	2.04
	绍兴店	180.00	518.57	2.88
	杭州延安店	155.49	488.86	3.14
	义乌店	243.00	487.02	2.00
	上虞店	400.00	484.59	1.21
	嘉善店	160.00	469.27	2.93
专柜	杭州大厦专柜	67.23	674.52	10.03
	绍兴金帝银泰专柜	35.00	504.08	14.40
	萧山银隆专柜	60.06	422.62	7.04
	杭州解百专柜	30.48	300.61	9.86
	湖州爱山银泰专柜	26.80	292.75	10.92
	上虞万和城专柜	26.32	289.90	11.01
	慈溪银泰专柜	50.60	282.92	5.59
	上虞新大通专柜	56.36	268.87	4.77
	宁波万达银泰专柜	40.00	256.21	6.41
	杭州庆春银泰专柜	32.40	251.42	7.76
	杭州武林银泰专柜	28.00	238.45	8.52
	绍兴柯桥银泰专柜	40.80	232.75	5.70
	宁波江东银泰专柜	35.80	226.45	6.33
	温州世贸银泰专柜	50.40	225.16	4.47
	长兴八佰伴专柜	81.50	220.11	2.70

受销售规模、商圈位置、店铺形态等因素影响，公司各直营店、专柜单位面积平均存货余额差异较大。各报告期末，公司直营店、专柜的平均存货余额情况如下：

单位：万元 / 平方米

类型	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
直营店	3.68	3.66	3.34
专柜	6.62	6.74	5.91

整体而言，专柜的单位面积存货余额大于直营店。一方面由于直营店用于非饰品陈列的公共面积相对较多，专柜单位面积利用率高于直营店；另一方面专柜“三爱一钻”铺货比重高于直营店。

近年来，公司自主设计的“三爱一钻”系列产品，即“爱尚金”、“爱尚炫”、“爱尚彩”和钻石饰品逐渐成为公司主推饰品，直营店及专柜铺货产品结构发生变化，“三爱一钻”比重，特别是钻石饰品比重上升，导致公司整体单位面积存货平均余额逐年增加。

②关于存货余额较大的店铺单位面积存货金额的分析比较

A、直营店

报告期公司直营店存货金额前五名基本稳定，萧山店、慈溪店、嘉兴店及萧山今古传奇店位居直营店存货金额前五名，湖州店于2015年转为加盟店，绍兴店于2016年关店，诸暨店2016年销售额相对增长，故铺货量有所上升，成为存货金额前五名门店。

萧山今古传奇单位面积存货金额较高，主要系该直营店为公司翡翠销售专营门店，且翡翠饰品单位价值较高，铺货金额较大所致；

萧山店和慈溪店单位面积存货金额相对稳定，萧山店根据客户偏好，高价位饰品铺货量高于其他直营店，因此单位面积存货金额较高；

嘉兴店与绍兴店单位面积存货在2014~2015年末基本稳定，2016年度绍兴店关闭，嘉兴店单位面积存货有所下降，主要系嘉兴店2016年销售收入同比下降，故公司2016年末降低嘉兴店铺货所致。

B、专柜

专柜存货总额及单位面积存货金额主要受到专柜面积、专柜位置、商场促销活动等因素影响，报告期末专柜存货总额前五名有一定程度变动。

2014~2016年度萧山银隆专柜销售收入占公司营业收入总额的比重逐年上升，故公司对该专柜的铺货量逐年增加。

义乌伊美银泰专柜单位面积存货由2014~2015年的约4万元/平方米上升

到 2016 年末的 10.01 万元/平方米, 主要系 2016 年 12 月 31 日义乌伊美银泰专柜进行黄金促销活动, 为满足活动需求公司临时加大该专柜铺货量, 故 2016 年末义乌伊美银泰专柜单位面积存货金额较大。

杭州大厦专柜 2015 年调整专柜面积, 由 2014 年的 67.23 平方米下降到 45.17 平方米, 因此期末存货余额相应下降; 杭州大厦单位面积存货金额较高, 系因为杭州大厦所在商圈为高端消费区域, 公司价值较高的“三爱一钻”在专柜铺货比重更高。

温州世贸银泰专柜于 2013 年开业, 报告期该专柜营业收入增长幅度较大, 且 2016 年 12 月温州大西洋专柜开业之前, 温州世贸银泰专柜为公司在温州地区的唯一一家门店, 为促进公司在温州地区的业务开展, 公司根据实际情况逐年增加温州世贸银泰专柜镶嵌类饰品铺货量, 单位面积存货由 4.47 万元/平方米上升到 2015 年的 5.73 万元/平方米, 再上升到 2016 年的 8.58 万元/平方米。

杭州庆春银泰专柜 2015 年扩大专柜面积, 装修后该专柜销售业绩略有提升, 2015 年末库存商品金额有所上升, 报告期单位面积存货变动不大。

慈溪银泰专柜报告期营业收入增长率保持在 10%左右, 销售业绩良好, 为保障销售, 2015 年开始铺货略有增加, 导致单位面积存货有所上升。

宁波二百专柜为 2015 年 9 月开立的新专柜, 2014 年无可比较数据, 2016 年扩大专柜面积, 单位面积存货略有下降。

绍兴金帝银泰专柜 2014~2016 年末单位面积存货分别为 14.40 万元/平方米、7.66 万元/平方米、7.83 万元/平方米, 2014 年末单位面积存货金额较大, 主要系绍兴金帝银泰于 2014 年底开业, 为配合商场开业展开促销活动, 导致该时点绍兴金帝银泰专柜加大铺货量所致。

杭州解百专柜 2014~2015 年末单位面积存货略有下降, 到 2016 年末上升到 7.67 万元/平方米, 主要系专柜经营面积缩减, 单位面积存货上升。

湖州爱山银泰专柜 2014~2016 年末单位面积存货分别为 10.92 万元/平方米、9.34 万元/平方米、12.88 万元/平方米, 单位面积存货较高主要系该专柜面积较小(其面积在公司专柜中排名在最后三名内), 铺货相对密集, 且因商场年末促销增加铺货所致。

上虞万和城专柜 2014 年末单位面积存货为 11.01 万元/平方米, 2015 年度

下降到 4.45 万元/平方米，主要系 2015 年扩大专柜经营面积，由 2014 年末的 23.32 平方米增加到 2015 年末的 70 平方米，单位面积铺货量有所下降。

5) 保荐机构及会计师存货实地盘点的过程、履行的主要程序及主要盘存方法

①公司盘点规则

由于珠宝首饰具有体积小、单价高、容易被盗的特点，为了保护公司存货的安全和完整，公司制定了《饰品盘点制度》，根据该制度规定，物流部负责仓库存放饰品盘点，销售大区负责连锁店（直营店、专柜）饰品盘点；在门店每月定期盘点的基础上，审计部、财务部负责饰品盘点的监督和协作管理。公司下属直营店、专柜较多，2013 年开始专门委托独立第三方（主要是杭州萧山进化镇大衍财务咨询服务部）对公司直营店和专柜按月进行盘点，公司按年与其签订了《陪同盘点服务合同》，根据该合同约定，杭州萧山进化镇大衍财务咨询服务部每月盘点家数不少于 8 家，每个门店一年盘点 2 次，上述约定符合公司《饰品盘点制度》对连锁店（直营店、专柜）饰品盘点的规定。

A、盘点人及监盘人

盘点人：仓库由物流部员工进行盘点；直营店、专柜由连锁店员工进行盘点。

监盘人：审计部、财务部或签订过合约的审计部第三方指定人员（杭州萧山进化镇大衍财务咨询服务部指定人员）。

B、盘点计划

仓库盘点：物流部仓库负责人根据公司盘点制度按月盘点，无需报送盘点计划。

直营店、专柜盘点：杭州萧山进化镇大衍财务咨询服务部确定盘点日期和被盘点门店后每月 20 日前通知审计部。

C、盘点方法

公司对存货实行永续盘存法。

D、盘点过程

a) 核对数量：盘点饰品时只能采用扫描的方式，盘点范围内所有饰品均需扫描；遇到标签不清或其它特殊原因不能扫描盘点时，必须告知系统管理员、店经理、物流部仓库负责人、监盘人员，对该饰品实物进行确认，然后方可手工录

入饰品编码进行盘点；严禁盘点人员擅自用标签代替饰品进行扫描盘点。

b) 核对重量：物流部仓库及连锁店饰品盘点时还需采用抽查复称的方式与系统所列重量核对。连锁店复称重量的饰品数量不少于十件。

c) 检查品质：物流部仓库及连锁店饰品盘点时，盘点人员需对饰品外观、品质进行抽查，与饰品标签的描述核对是否相符。连锁店品质抽查的饰品数量应不少于十件。

E、盘点报告及差异汇总

仓库盘点：盘点结束后物流部负责人编制盘点报告，并将盘点报表提交审计部；物流部对盘点差异进行跟踪。

直营店、专柜盘点：盘点结束后杭州萧山进化镇大衍财务咨询服务部在次月5号向审计部提交盘点表、盘点报告及其他资料；对盘点差异进行跟踪，并于次月15号之前对盘点报告中未处理事项进行跟进，编制盘点跟踪报告并提交公司审计部。

对于盘点差异、饰品短缺或损坏等问题按照《奖惩管理制度》由责任人进行赔偿，直接责任人赔偿损失的90%，其直接上级承担管理责任赔偿10%。

②会计师及保荐机构监盘的过程、程序及方法

A、取得公司有关盘点的管理制度，并针对盘点过程中主要控制要点实施穿行测试，确定公司盘点制度设计是否合理。了解公司存货盘点过程，取得并查看公司制定的盘点计划，确认公司存货盘点范围，了解公司报告期末存货的存放地点和存放状态。

B、报告期末，参与公司盘点过程，参与仓库、存货余额较大连锁店盘点过程；对部分饰品进行抽盘，以确认饰品实际的基本信息（款式、重量、类别）与系统记录是否一致；盘点时，确定存货已经停止流动。

C、在盘点仓库库存和存货余额较大连锁店（包括直营店和专柜）的基础上，随机抽取其他直营店及专柜进行盘点，报告期内仓库及选取直营店和专柜盘点情况及盘点金额如下：

类型	盘点主体	盘点金额（万元）	占期末存货金额比例
2016年			
直营店	萧山店	3,482.47	10.61%
	萧山今古传奇店	2,261.94	6.89%

	慈溪店	1,611.31	4.91%
	嘉兴店	521.88	1.59%
	诸暨店	397.21	1.21%
专柜	萧山银隆专柜	627.90	1.91%
	杭州大厦专柜	461.21	1.40%
	杭州湖滨银泰专柜	264.92	0.81%
	宁波二百专柜	286.30	0.87%
仓库及电商库		8,435.81	25.69%
小计		18,350.95	55.89%
2015 年			
直营店	萧山店	3,406.42	11.00%
	萧山今古传奇店	2,102.22	6.79%
	慈溪店	1,617.04	5.22%
	绍兴店	551.74	1.78%
专柜	萧山银隆专柜	580.44	1.88%
仓库及电商库		7,952.00	25.69%
小计		16,209.86	52.36%
2014 年			
直营店	萧山店	3,537.80	9.95%
	萧山今古传奇店	1,568.03	4.41%
	慈溪店	1,584.58	4.46%
	湖州店	1,373.60	3.86%
	绍兴店	518.57	1.46%
专柜	杭州大厦专柜	674.52	1.90%
	武林银泰专柜	238.45	0.67%
仓库及电商库		12,147.29	34.18%
小计		21,642.84	60.89%

上述门店、仓库实盘数量与报告期盘点日库存数量不存在重大差异。

D、对于选取的参与盘点的直营店/专柜及仓库，从实物核对到仓库账，从仓库账核对到实物，会计师及保荐机构已经将选取的盘点地点所有存货纳入盘点范围，实盘数量与库存数量不存在重大差异。

经核查，保荐机构及发行人会计师认为公司的存货盘点过程、程序及方法符合公司存货特点，同时经过对公司期末库存进行监盘，公司存货盘点制度设计合理、运行有效。

6) 公司存货跌价准备分析

公司的存货主要包括原材料、库存商品和委托加工物资，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。2014年末、2015年末和2016年末，公司存货跌价准备计提金额分别为239.90万元、360.24万元和45.53万元。

报告期各期末公司存货跌价准备均为库存商品跌价准备，主要原因是公司素金饰品中计克类黄金饰品终端销售价格与上海黄金交易所黄金挂牌价联动，受金价波动影响，公司按照存货跌价准备计提政策，对期末部分库存商品可变现净值低于库存商品账面成本的差额相应计提了存货跌价准备。报告期各期末公司计克类黄金饰品存货跌价准备金额如下：

单位：万元

项 目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
计克类黄金饰品期末库存总额	6,539.35	5,602.17	6,549.00
存货跌价准备	45.53	360.24	239.90
计提比例	0.70%	6.43%	3.66%

公司逐年增加计克类黄金饰品中高工费商品比重，2014~2016年计克类黄金饰品期末库存中高工费产品比重分别为55%、64%和83%，比重逐年提高，因此跌价准备计提相应减少；2014年至2015年底，黄金价格处于低位震荡下行趋势，2015年12月市场黄金价格几乎达到报告期最低点，因此计提的存货跌价准备较高上年末高。

7) 存货评估情况

2017年2月27日，深圳国艺珠宝艺术品资产评估有限公司（以下简称“国艺评估”）出具[2016]第S053号《曼卡龙珠宝股份有限公司委托评估的一批珠宝首饰存货资产评估报告》，以2016年12月31日为评估基准日，对公司珠宝类存货价值进行评估。公司未对本次评估结果进行账务处理。

在评估基准日2016年12月31日，曼卡龙珠宝股份有限公司珠宝类存货评估结果如下：

单位：万元

项目	资产数量	评估值
贵金属及贵金属饰品	109,865件及48,556.84克	10,570.72
钻石及镶嵌钻石饰品	28328件及2,919.27克拉	15,261.59
彩宝及镶嵌彩宝饰品	12,060件及791.445克拉	2,542.59

翡翠及翡翠饰品	9,653 件及 346 粒 / 件	4,488.21
合计	—	32,863.11

截至 2016 年 12 月 31 日, 公司存货账面价值为 32,831.02 万元, 其中评估范围内存货账面价值 32,814.46 万元 (另有 16.56 万元存货系陶瓷戒指、配绳等非珠宝类存货), 根据评估结果, 公司珠宝首饰类存货评估高于账面净资产, 增值率 0.15%。

(6) 其他流动资产

公司其他流动资产主要是待抵扣增值税进项税和预缴各项税费。2014 年末、2015 年末和 2016 年末, 公司其他流动资产分别为 586.39 万元、739.32 万元和 893.79 万元, 占流动资产比例分别为 1.36%、1.75%和 2.12%。具体构成如下表所示:

单位: 万元

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
待抵扣增值税进项税	893.79	737.85	581.15
预缴企业所得税	-	-	5.25
预缴消费税	-	1.47	-
合 计	893.79	739.32	586.39

3、非流动资产分析

最近三年, 公司非流动资产结构如下:

单位: 万元

项 目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
固定资产	3,254.44	88.42	3,525.42	87.29	3,854.57	86.13
无形资产	10.45	0.28	30.90	0.77	57.65	1.29
长期待摊费用	35.25	0.96	59.80	1.48	171.37	3.83
递延所得税资产	380.34	10.33	422.57	10.46	391.45	8.75
合 计	3,680.49	100.00	4,038.71	100.00	4,475.05	100.00

从上表可以看出, 公司非流动资产主要是固定资产、无形资产、长期待摊费用和递延所得税资产, 其中固定资产所占比重最大, 各项目具体分析如下:

(1) 固定资产

最近三年，公司各类固定资产明细情况如下：

单位：万元

项 目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
房屋及建筑物	2,832.57	87.04	2,903.01	82.34	2,973.45	77.14
通用设备	404.17	12.42	597.05	16.94	848.11	22.00
运输工具	17.71	0.54	25.36	0.72	33.01	0.86
合 计	3,254.44	100.00	3,525.42	100.00	3,854.57	100.00

公司的固定资产主要是房屋及建筑物、通用设备和运输工具。房屋建筑物为公司于2013年购入的，位于杭州市富春路的华成国际发展大厦2001及2002室的办公场所。

公司固定资产维护和运行状况良好，截至2016年12月31日，公司固定资产综合成新率为70.90%，不存在可收回金额低于账面价值的情形，无需计提固定资产减值准备。

(2) 无形资产

最近三年，公司无形资产构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
软件	10.45	30.90	57.65
合 计	10.45	30.90	57.65

公司无形资产主要是日常经营管理所需的业务管理系统软件、财务系统软件等计算机软件。最近三年，公司无形资产持续下降，主要系软件摊销所致。

(3) 长期待摊费用

最近三年，公司长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项 目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
租入固定资产改良支出	-	22.30	131.62
车位使用费	35.25	37.50	39.75
合 计	35.25	59.80	171.37

公司长期待摊费用主要是直营门店和专柜的装修费用，分别按照3年及1.5年摊销。最近三年，公司长期待摊费用持续下降，主要系逐年摊销所致。

(4) 递延所得税资产

最近三年，公司递延所得税资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
资产减值准备	76.45	140.30	101.19
内部交易未实现利润	303.89	282.28	290.27
合计	380.34	422.57	391.45

最近三年，公司递延所得税资产主要由应收账款坏账准备、存货跌价准备以及内部交易未实现利润形成的可抵扣暂时性差异调整形成。2015年度公司递延所得税资产略有增加，主要是公司计提的存货跌价准备有所增加。2016年度公司递延所得税资产下降主要是公司计提的存货跌价准备减少所致。

4、主要资产减值准备计提情况

公司对应收账款、其他应收款、存货、固定资产、无形资产等资产制定了相关的减值准备计提政策。最近三年，公司资产减值准备计提主要为应收账款和其他应收款的坏账准备以及存货跌价准备，公司的固定资产、无形资产不存在减值情况，故未计提减值准备，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
坏账准备	336.46	299.01	278.38
存货跌价准备	45.53	360.24	239.90
合计	381.99	659.25	518.28

(二) 负债结构分析

1、负债构成情况及分析

最近三年，公司负债构成如下：

单位：万元

项 目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
流动负债合计	8,381.03	98.37	13,837.11	99.41	13,409.03	98.25
非流动负债合计	139.19	1.63	82.45	0.59	239.47	1.75
负债合计	8,520.23	100.00	13,919.56	100.00	13,648.50	100.00

最近三年各期末，公司流动负债占负债总额的比例分别是 98.25%、99.41% 和 98.37%。公司负债以流动负债为主，公司负债结构、流动负债总额与公司业务规模、业务特点相匹配。

2、流动负债构成情况及分析

最近三年，公司流动负债的主要构成如下表所示：

单位：万元

项 目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
短期借款	2,000.00	23.86	7,500.00	54.20	3,500.00	26.10
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-	1,531.64	11.42
应付账款	3,097.49	36.96	3,468.46	25.07	4,993.43	37.24
预收款项	636.14	7.59	652.95	4.72	436.35	3.25
应付职工薪酬	769.61	9.18	633.66	4.58	523.38	3.90
应交税费	1,323.37	15.79	1,051.42	7.60	1,874.49	13.98
应付利息	-	-	2.66	0.02	25.46	0.19
其他应付款	554.42	6.62	527.97	3.82	524.29	3.91
流动负债合计	8,381.03	100.00	13,837.11	100.00	13,409.03	100.00

公司流动负债以短期借款、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和应付账款为主，具体情况分析如下：

(1) 短期借款

公司短期借款包括抵押借款和信用借款。最近三年各期末，公司短期借款金额分别为 3,500.00 万元、7,500.00 万元和 2,000.00 万元。

2015 年末公司短期借款较上年末增加 4,000 万元，主要是因为一方面公司结清黄金租赁业务，导致现金需求增加，另一方面是公司 2015 年末新增短期借

款用于支付春节备货。2016年公司陆续归还短期借款,使得短期借款大幅下降,截至2016年12月31日,公司无逾期借款。

(2) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

为了减少财务费用、降低经营风险和丰富黄金原材料的获取渠道,公司报告期内存在向银行租赁黄金,租借到期后,向金交所购入等质等量的黄金实物归还银行。该项业务在财务报表中作为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债核算。

报告期各期末公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债账面价值及构成如下表所示:

单位:万元

项目	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
黄金租赁	-	-	1,443.54
黄金期货	-	-	88.10
合计	-	-	1,531.64

1) 报告期公司黄金租赁具体情况

报告期公司租赁黄金的主要用途和去向如下:

①提取实物黄金:公司2014年黄金租赁业务中,提取实物黄金38千克用于生产加工,占2014年度租入黄金的31.67%。

②融入资金:除上述外,公司取得租赁黄金后,均于当日或次日通过金交所卖出以融入资金。

报告期公司黄金租赁的租入及归还情况如下所示:

①2016年度

2015年公司已结清黄金租赁及黄金期货业务,至今无该等业务发生。

②2015年度

单位:千克、万元

银行	品种	租赁期	租入			归还		
			日期	重量	金额	日期	重量	金额
中国银行杭州 滨江支行	AU99.99	2014/8/20- 2015/8/20	-	-	-	2015/8/20	60	1,408.20
合计	-	-	-	-	-	-	60	1,408.20

③2014年度

单位: 千克、万元

银行	品种	租赁期	租入			归还		
			日期	重量	金额	日期	重量	金额
中国银行杭州 滨江支行	AU99.99	2013/5/8- 2014/5/8	-	-	-	2014/5/8	60	1,554.30
中国银行杭州 滨江支行	AU99.95	2013/6/25- 2014/6/25	-	-	-	2014/6/25	32	841.92
中国银行杭州 市萧山支行	AU99.99	2013/6/13- 2014/6/13	-	-	-	2014/6/13	60	1,526.10
中国银行杭州 滨江支行	AU99.99	2013/8/6- 2014/8/6	-	-	-	2014/8/6	50	1,282.25
中国银行杭州 滨江支行	AU99.99	2014/5/8- 2014/7/8	2014/5/8	60	1,558.74	2014/7/8	60	1,578.00
中国银行杭州 滨江支行	AU99.99	2014/8/20- 2015/8/20	2014/8/20	60	1,541.22	-	-	-
合计	-	-	-	120	3,099.96	-	262	6,782.57

公司黄金租赁及归还价格均以金交所黄金挂牌价格为确定依据。

报告期内金交易所黄金挂牌价格波动较大, 2013 年开始黄金价格单边快速下跌, 2014 年至 2015 年底, 黄金价格趋于稳定, 处于低位震荡下行趋势, 2015 年年底至 2016 年上半年, 受国际经济、政治形势影响, 黄金价格开始快速攀升。2016 年下半年, 受美联储加息和美元升值等影响, 黄金价格呈下降趋势。

报告期内公司黄金租赁、购买黄金归还租赁与金交所黄金挂牌价格对比如下图所示:



注 1: 除 2013 年 6 月 25 日-2014 年 6 月 25 日黄金租赁的品种为 AU99.95 以外, 其余均为 AU99.99, 上图使用金交所 AU99.99 黄金挂牌价格对比, 数据源自 Wind 资讯。

注 2: 黄金租赁价格线的三个数据点依次为租赁时点、租赁期内资产负债表日和归还时点的金价。

2) 黄金租赁各环节涉及的会计处理

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》及其应用指南, 公司对黄金租赁业务会计处理如下:

①公司向银行租赁黄金时:

A、公司租入黄金, 并提取实物黄金: 公司按照租赁合同约定的价格确认以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债, 同时确认黄金原材料采购;

B、公司租入黄金, 并通过金交所卖出融入资金: 公司按照租赁合同约定的价格确认以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债, 按照融入资金金额确认货币资金, 两者之间的差额计入投资收益。

②租赁到期公司向银行归还黄金租赁: 公司按照归还时黄金价格确认归还成本, 与租入时确认的“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债”差额计入投资收益, 相应前期已确认的公允价值变动损益转入投资收益。

③期末尚未归还的黄金租赁: 按照期末金交所该品类黄金收盘价格调整“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债”的账面金额, 同时确认公允价值变动损益。

上述会计处理符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》及应用指南的规定。

3) 黄金租赁业务对公司报告期财务报表的具体影响

①对利润表的影响

报告期内, 公司黄金租赁业务对利润表的影响包括:

A、公允价值变动损益: 反映期末尚未归还的黄金租赁业务公允价值变动损益;

B、投资收益: 反映黄金租赁业务到期归还时相对于租入价格的波动差额。

报告期内, 公司因黄金租赁业务产生的公允价值变动损益及投资收益如下:

单位: 万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
公允价值变动损益	-	-97.68	-686.57
投资收益	-	133.02	341.33

小计	-	35.34	-345.24
占利润总额比重	-	0.92%	-11.09%

为锁定黄金租赁业务风险,公司在开展黄金租赁业务的同时引入黄金期货业务(即以保证金方式进行黄金期货合约买卖,持有合约期间产生的累计盈亏确认为“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产/负债”,如合约到期前平仓,平仓价格与已确认的前述金融资产/负债的差额计入投资收益,相应前期已确认的公允价值变动损益转入投资收益)。

报告期内公司黄金租赁业务及黄金期货业务合计产生的公允价值变动损益及投资收益对公司利润表影响较小:

单位:万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
公允价值变动损益	-	-9.58	-348.55
投资收益	-	-38.33	253.58
小计	-	-47.91	-94.97
占利润总额比重	-	-1.25%	-3.05%

②对资产负债表的影响

报告期内,黄金租赁业务对资产负债表产生的影响主要是各期末尚未归还的黄金按照金交所价格确认的以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,各期末金额及对资产负债表影响如下:

单位:万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	1,443.54
占资产总额比例	-	-	3.04%
占负债总额比例	-	-	10.58%
占净资产总额比例	-	-	4.27%

4) 公司黄金租赁用途及会计处理与同行业上市公司的对比情况

同行业上市公司黄金租赁主要用于生产、销售,基本均通过“以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债”核算。具体如下表所示:

公司名称	黄金租赁主要用途	会计处理
老凤祥	未披露	未披露
潮宏基	生产加工及销售	指定为“以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债”，划分第一层级公允价值计量系基于报告期末的黄金现货合约价格。 具体各环节处理方式未披露。
明牌珠宝	生产加工及销售	指定为“以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债”，划分第一层级公允价值计量系基于报告期末的黄金现货合约价格。 具体各环节处理方式未披露。
萃华珠宝	生产加工及销售	该项业务实质是先以租赁方式取得并使用黄金原料然后在合同规定的期限内进行结算，利用租赁黄金与采购黄金在价格波动时损益负相关的特性规避黄金原料价格波动风险，管理层将其指定为“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债”； 当黄金租赁业务到期偿还时，从金交所采购与先前租赁黄金等量的黄金归还银行；采购价格与该笔业务的初始入账金额的差额计为当期投资损益； 未到期的黄金租赁期末余额的公允价值与初始入账金额间的差额计为当期公允价值变动损益。
爱迪尔	无黄金租赁	—
豫园商城	生产加工及销售	当黄金租赁业务发生时，通过“交易性金融负债”科目进行核算，原材料成本根据黄金租入时的价格计量； 期末未归还的黄金会根据金交所期末牌价调整“交易性金融负债”的期末余额，并将金交所的黄金期末牌价和租入时的价格差额计入“公允价值变动损益”

由上表可见，公司黄金租赁主要用于融资用途，与同行业上市公司有所差异，差异原因主要是由于公司无自行生产环节，产品通过委托加工或购买成品取得；除因用于直接出售融入资金的黄金租赁出售时不通过原材料等存货科目核算外，公司黄金租赁业务的会计处理与同行业上市公司相同，均符合《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》及应用指南的规定，符合公司实际及行业普遍做法。

(3) 应付账款

最近三年各期末，公司应付账款情况如下：

单位: 万元

项 目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
货款	2,670.57	3,268.23	4,864.66
房租费	42.36	36.59	73.17
广告、中介费	384.56	163.64	55.60
合 计	3,097.49	3,468.46	4,993.43

公司采购黄金、铂金原料是通过上海黄金交易所办理交割,执行货款两清的结算方式,因此黄金、铂金原料采购在年内一般不会形成应付账款。故公司应付账款主要是应付钻石原料及饰品供应商的货款。

2015 年末,公司应付账款较上年降幅较大,主要是公司为适应市场需求的变化,优化铺货结构、减少销售备货,相应应付货款减少所致。2016 年末应付账款较上年略有下降,主要系时点因素影响,2016 年春节时间较早,公司提前备货,截至资产负债表日,部分货款已结清。

截至 2016 年 12 月 31 日,公司应付账款前五名供应商情况如下:

单位名称	金额(万元)	占应付账款比例
凯吉凯钻石(上海)有限公司	377.49	12.19%
深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	322.57	10.41%
深圳市金麒麟黄金珠宝首饰有限公司	214.36	6.92%
R.A.Gem Centre Ltd	168.13	5.43%
深圳市宝怡珠宝首饰有限公司	165.62	5.35%
合 计	1,248.16	40.30%

(4) 预收款项

公司的预收款项主要是产品交付加盟商前,预收加盟商货款形成的预收款项。2014 年末、2015 年末和 2016 年末,公司预收款项分别为 436.35 万元、652.95 万元和 636.14 万元。

最近三年,公司加盟商数量分别为 23 家、32 家和 34 家。2015 年,加盟店数净增加 9 家,使得预收款项大幅增加;2016 年,加盟店数净增加 2 家,预收款项较上年基本稳定。

(5) 应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要为已计提暂未支付的员工工资、奖金、津贴和补贴、

职工福利费、社会保险、住房公积金、工会经费和职工教育经费等。2014年末、2015年末和2016年末,应付职工薪酬分别为523.38万元、633.66万元和769.61万元。最近三年各期末公司应付职工薪酬中无属于拖欠性质的款项。

(6) 应交税费

最近三年,公司应交税费主要是企业所得税、增值税和消费税,具体情况如下:

单位:万元

项 目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
增值税	408.87	544.21	774.53
消费税	207.82	111.57	144.49
营业税	-	2.31	-
企业所得税	604.70	286.65	794.96
代扣代缴个人所得税	17.55	17.75	17.43
城市维护建设税	44.34	33.95	50.58
房产税	-	-	26.16
教育费附加	19.00	14.50	21.71
地方教育附加	12.67	9.67	14.47
地方水利建设基金	7.80	30.57	30.03
河道管理费	0.34	0.18	0.13
土地使用税	0.21	-	-
印花税	0.05	0.05	-
合 计	1,323.37	1,051.42	1,874.49

2015年末,公司应交税费较上年下降43.91%,主要是当期公司预缴税费较多所致。2016年末,公司应交税费增加主要系企业所得税增加所致,2016年度公司利润增加导致应纳税所得额增加。

(7) 其他应付款

最近三年各期末,公司其他应付款构成情况如下:

单位: 万元

项 目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
押金保证金	452.25	279.98	328.58
其他	102.17	247.98	195.70
合 计	554.42	527.97	524.29

公司其他应付款包括押金保证金及其他,主要为加盟商的加盟保证金和加盟费。最近三年,公司其他应付款较为稳定。

3、非流动负债构成情况及分析

最近三年,公司非流动负债构成情况如下:

单位: 万元

项 目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
递延所得税负债	139.19	82.45	239.47
非流动负债合计	139.19	82.45	239.47

最近三年公司非流动负债均为递延所得税负债。公司递延所得税负债主要是公司内部交易未实现亏损所产生的所得税暂时性差异以及黄金租赁、黄金期货形成的公允价值变动损益。2015年末,公司递延所得税负债减少主要是内部交易未实现亏损减少,相应递延所得税负债降低。2016年末,公司递延所得税负债增加主要系内部交易未实现亏损增加所致。

(三) 偿债能力分析

1、主要偿债能力指标

项 目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动比率(倍)	5.04	3.05	3.21
速动比率(倍)	1.12	0.81	0.56
资产负债率(母公司,%)	42.52	50.19	37.56
项 目	2016年度	2015年度	2014年度
息税折旧摊销前利润(万元)	7,378.43	4,699.97	4,372.41
利息保障倍数(倍)	84.93	12.10	6.83

2、短期偿债能力分析

最近三年各期末，同行业上市公司短期偿债能力指标情况如下：

指 标	公司简称	2016.6.30/ 2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率	老凤祥	1.95 [*]	1.73	1.51
	潮宏基	2.11 [*]	1.52	1.91
	明牌珠宝	1.94	4.10	5.54
	萃华珠宝	1.60 [*]	1.72	1.92
	爱迪尔	3.50	4.87	2.64
	通灵珠宝	5.00	2.89	2.18
	周大生（拟上市）	2.64 [*]	2.72	2.66
	平均值	2.68	2.79	2.62
	曼卡龙	5.04	3.05	3.21
指 标	公司简称	2016.6.30/ 2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
速动比率	老凤祥	0.94 [*]	0.91	0.75
	潮宏基	0.71 [*]	0.60	0.80
	明牌珠宝	1.03	2.40	3.44
	萃华珠宝	0.65 [*]	0.64	0.82
	爱迪尔	2.46	3.32	1.54
	通灵珠宝	2.13	0.59	0.36
	周大生（拟上市）	0.42	0.61	0.52
	平均值	1.19	1.30	1.18
	曼卡龙	1.12	0.81	0.56

注:1、数据来源于上市公司公开披露报告中相关数据计算所得，鉴于相关部分上市公司尚未公告 2016 年度数据，除爱迪尔、曼卡龙、明牌珠宝和通灵珠宝列示 2016 年末数据外，上表带*为 2016 年 1~6 月数据。

2、平均值为可比公司的算术平均值。

最近三年各期末，公司流动比率和速动比率基本呈上升的趋势，显示公司整体资产的流动性趋好，公司具备较强的短期偿债能力。其中速动比率低于流动比率，主要是最近三年各期末公司存货余额占流动资产的比例平均为 77.92%，非速动资产占比较大所致，符合珠宝首饰零售行业特点。

与同行业上市公司相比，公司速动比率较低，主要是公司流动资产中存货占比较高，与公司以直营为主的经营特点相符；此外，公司尚未实现上市，融资能力不足，其以货币资金为代表的速动资产规模及占比远低于同行业上市公司。报

告期内，公司流动比率与同行业上市公司相近，公司短期偿债能力较好。

3、长期偿债能力分析

(1) 资产负债率

最近三年各期末，同行业上市公司资产负债率情况如下：

指 标	公司简称	2016.6.30/ 2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
资产负债率(母公 司、%)	老凤祥	2.83 [*]	3.21	4.01
	潮宏基	36.45 [*]	30.30	26.77
	明牌珠宝	38.54	37.46	39.48
	萃华珠宝	38.66 [*]	37.43	31.83
	爱迪尔	27.27	22.46	35.96
	通灵珠宝	23.06	34.98	44.13
	周大生(拟上市)	36.33 [*]	35.11	42.03
	平均值	29.02	28.71	32.03
	曼卡龙	42.52	50.19	37.56

注：1、数据来源于上市公司公开披露报告中相关数据计算所得。鉴于部分上市公司尚未公告 2016 年度数据，上表带*为 2016 年 6 月末数据，爱迪尔、曼卡龙、明牌珠宝和通灵珠宝为 2016 年末数据；

2、平均值为可比公司的算术平均值。

最近三年各期末，公司资产负债率（母公司）分别为 37.56%、50.19%和 42.52%。与上市公司相比，在融资渠道有限的情况下，公司资产负债率高于上市公司平均水平。如果公司本次成功发行并上市，将大幅提升公司资本实力，有利于进一步提高公司的偿债能力、扩张能力及抗风险能力。

(2) 息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

2014 年、2015 年和 2016 年，公司息税折旧摊销前利润分别为 4,372.41 万元、4,699.97 万元和 7,378.43 万元，利息保障倍数分别为 6.83、12.10 和 84.93，利息保障倍数处于较高水平，具备较高的偿债安全性。

(四) 资产周转能力分析

最近三年，公司资产周转能力指标如下：

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次数）	17.76	25.84	29.33

存货周转率(次数)	1.84	2.13	2.09
总资产周转率(次数)	1.69	1.92	1.95

1、应收账款周转率分析

最近三年同行业上市公司应收账款周转率情况如下：

指 标	公司简称	2016 年度 ^注	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率	老凤祥	80.38 [*]	98.81	150.25
	潮宏基	16.04 [*]	17.78	21.62
	明牌珠宝	7.31	9.04	12.89
	萃华珠宝	12.18 [*]	22.04	60.30
	爱迪尔	3.33	3.19	6.50
	通灵珠宝	12.43	13.20	16.60
	周大生(拟上市)	29.76 [*]	31.66	30.84
	平均值	23.06	27.96	42.71
	曼卡龙	17.76	25.84	29.33

注：1、数据来源于上市公司公开披露报告中相关数据计算所得。鉴于部分上市公司尚未公告 2016 年度数据，上表带*为根据 2016 年 1~6 月数据简单年化计算得出，爱迪尔、曼卡龙、明牌珠宝和通灵珠宝为 2016 年度数据；

2、平均值为可比公司的算术平均值。

2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司应收账款分别为 3,132.31 万元、3,819.17 万元和 4,952.64 万元，应收账款周转率分别为 29.33 次、25.84 次和 17.76 次。2014~2016 年公司专柜数量及专柜业务收入占比逐年上升，应收账款周转率随之下降。

公司和上表同行业上市公司的应收账款周转率平均水平存在一定差异，主要是各公司的经营模式差异所致。如老凤祥、萃华珠宝以加盟业务模式为主，因给予加盟客户账期较短（或先款后货），应收账款周转速度较快。公司的应收账款基本源于与商场联营专柜业务，相关货款按月结算，公司的应收账款周转情况与业务模式基本保持了一致性。如剔除应收账款周转速度相对较高的老凤祥、萃华珠宝，公司的应收账款周转速度与同行业水平相当。

2、存货周转率分析

最近三年，同行业上市公司存货周转率情况如下：

指 标	公司简称	主要经营模式	2016 年度	2015 年度	2014 年度
存货周转率	老凤祥	经销	7.42 [*]	6.51	5.90
	潮宏基	自营	1.00 [*]	1.04	1.06
	明牌珠宝	经销	1.87	2.89	3.16
	萃华珠宝	批发	2.02 [*]	2.42	3.38
	爱迪尔	加盟	2.33	1.92	2.32
	通灵珠宝	自营	0.62	0.58	0.60
	周大生(拟上市)	加盟	1.16 [*]	1.23	1.33
	平均值	—	2.35	2.37	2.54
	曼卡龙	自营	1.84	2.13	2.09

注：1、数据来源于上市公司公开披露报告中相关数据计算所得，鉴于部分上市公司尚未公告 2016 年度数据，上表带*为根据 2016 年 1~6 月数据简单年化计算得出，爱迪尔、曼卡龙、明牌珠宝和通灵珠宝为 2016 年数据；

2、平均值为可比公司的算术平均值。

相对而言，同等规模下自营模式存货周转速度低于加盟 / 批发模式；镶嵌饰品存货周转速度低于素金饰品。

曼卡龙以自营业务为主，为保证直营店及专柜的有效运营，公司需保持一定的铺货及周转存货量。除潮宏基、通灵珠宝外，其他同行业上市公司以加盟或批发业务为主。

曼卡龙产品结构中镶嵌饰品销售占比较高，2016 年约 42%，同行业上市公司中通灵珠宝、爱迪尔均为钻石镶嵌饰品，潮宏基时尚珠宝首饰为主，其余同行业公司均以素金饰品为主。

受上述业务模式、产品结构等因素综合影响，曼卡龙存货周转率高于通灵珠宝、潮宏基，略低于行业平均水平。

3、总资产周转率分析

最近三年，同行业上市公司总资产周转率情况如下：

指 标	公司简称	2016 年度	2015 年度	2014 年度
总资产周转率	老凤祥	3.58 [*]	3.09	3.14
	潮宏基	0.66 [*]	0.62	0.63
	明牌珠宝	0.68	1.05	1.39
	萃华珠宝	1.24 [*]	1.41	2.07
	爱迪尔	0.74	0.83	1.17
	通灵珠宝	0.81	0.93	0.96
	周大生(拟上市)	1.26	1.26	1.31
	平均值	1.28	1.31	1.52
	曼卡龙	1.69	1.92	1.95

注：1、数据来源于上市公司公开披露报告中相关数据计算所得，鉴于部分上市公司尚未公告 2016 年度数据，上表带*为根据 2016 年 1~6 月数据简单年化计算得出，爱迪尔、曼卡龙、明牌珠宝和通灵珠宝为 2016 年数据；

2、平均值为可比公司的算术平均值。

最近三年，公司总资产周转率略高于同行业上市公司平均水平，表明公司资产周转情况良好，资产利用率较高。

二、盈利能力分析

经过多年的经营，公司曼卡龙品牌已成为区域性珠宝品牌代表之一，在浙江市场具备了相当的市场影响力。在资金有限的条件下，公司专心做好自营店在浙江总部地区的销售规模和品牌创建，与此同时发展加盟商，利用加盟商的触角扩大公司品牌的市场影响，提高产品市场占有率。目前，公司已经发展成为集珠宝首饰的创意、销售、管理、品牌为一体的现代化经营实体，由此确定了公司在珠宝首饰行业中将产品创意理念与公司品牌文化相结合的竞争优势，公司综合实力不断增强。报告期内，公司经营业绩总体情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	77,891.85	89,815.08	99,939.60
营业成本	58,546.14	70,759.89	78,811.67
营业利润	5,308.32	2,811.97	945.32
利润总额	6,935.88	3,832.25	3,113.42
净利润	5,116.24	3,048.41	2,364.29

（一）营业收入构成及变动分析

报告期内，公司的营业收入及构成情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务收入	77,441.65	99.42	89,483.43	99.63	99,837.21	99.90
其他业务收入	450.20	0.58	331.65	0.37	102.38	0.10
合 计	77,891.85	100.00	89,815.08	100.00	99,939.60	100.00

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司主营业务收入占营业收入比例分别为 99.90%、99.63%和 99.42%，主营业务突出。其他业务收入主要为向加盟

商销售零星物料及加盟费收入, 对公司经营状况不产生重大影响。公司营业收入的主要来源是以珠宝首饰销售为主的主营业务收入。

1、主营业务收入按产品划分和具体变动情况分析

报告期内, 公司主营业务收入分产品构成情况如下:

单位: 万元/%

产 品	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
素金饰品	45,159.38	58.31	55,719.18	62.27	61,486.73	61.59
镶嵌饰品	32,196.45	41.58	33,668.14	37.62	38,217.06	38.28
其他	85.82	0.11	96.12	0.11	133.42	0.13
合 计	77,441.65	100.00	89,483.43	100.00	99,837.21	100.00

公司主营业务收入主要来源于素金饰品及镶嵌饰品, 其中素金饰品主要包括计克类黄金饰品、爱尚金、铂金饰品, 镶嵌饰品主要包括钻石饰品、爱尚炫, 其他产品收入占比较小。2014 年至 2016 年, 公司上述五大主要产品类的销售收入占同期主营业务收入的比重分别为 95.12%、95.11%和 95.53%。报告期内公司主要品类饰品产品销售数量、平均销售单价和销售收入如下:

年度	饰品品类	产品	数量	单价 (元 / 克; 元 / 件)	销售收入 (万元)	销售收入占主 营业务收入的 比重 (%)
2016 年度	素金饰品	计克类黄金饰品 (千克)	1,308.10	266.13	34,813.17	44.96
		爱尚金 (千克)	184.01	378.93	6,972.76	9.00
		铂金饰品 (千克)	57.01	289.96	1,653.02	2.13
	镶嵌饰品	钻石饰品 (件)	42,263.00	5,759.55	24,341.59	31.43
		爱尚炫 (件)	29,430.00	2,108.37	6,204.92	8.01
	合 计			-	-	73,985.47
2015 年度	素金饰品	计克类黄金饰品 (千克)	1,858.62	242.22	45,020.03	50.31
		爱尚金 (千克)	148.84	395.62	5,888.34	6.58
		铂金饰品 (千克)	84.35	286.48	2,416.52	2.70
	镶嵌饰品	钻石饰品 (件)	42,640.00	6,197.35	26,425.50	29.53
		爱尚炫 (件)	21,135.00	2,535.10	5,357.93	5.99
	合 计			-	-	85,108.32
2014 年度	素金饰品	计克类黄金饰品 (千克)	1,931.85	261.25	50,469.23	50.56
		爱尚金 (千克)	123.41	408.89	5,046.03	5.05
		铂金饰品 (千克)	102.19	324.97	3,320.98	3.33
	镶嵌饰品	钻石饰品 (件)	47,942.00	6,584.64	31,568.09	31.62

	爱尚炫(件)	16,694.00	2,726.85	4,552.20	4.56
	合计	-	-	94,956.53	-

通过因素分析法,对销售单价及销售数量变化对主要品类饰品销售收入变化的影响分析如下:

2016年度					
饰品品类	产品	销售收入金额 (万元)	销售收入较上年增 长幅度(%)	单价变化对收 入的影响 (百分点)	数量变化对收 入的影响 (百分点)
素金饰品	计克类黄金饰品	34,813.17	-22.67	9.87	-32.54
	爱尚金	6,972.76	18.42	-4.22	22.63
	铂金	1,653.02	-31.59	1.22	-32.81
镶嵌饰品	钻石饰品	24,341.59	-7.89	-7.06	-0.82
	爱尚炫	6,204.92	15.81	-16.83	32.64
2015年度					
饰品类别	产品	销售收入金额 (万元)	销售收入较上年增 长幅度(%)	单价变化对收 入的影响 (百分点)	数量变化对收 入的影响 (百分点)
素金饰品	计克类黄金饰品	45,020.03	-10.80	-7.28	-3.51
	爱尚金	5,888.34	16.69	-3.25	19.94
	铂金	2,416.52	-27.23	-11.85	-15.39
镶嵌饰品	钻石饰品	26,425.50	-16.29	-5.88	-10.41
	爱尚炫	5,357.93	17.70	-7.03	24.73

报告期内,公司营业收入下降,主要原因在于:

一方面,在行业调整、金价下跌的背景下,公司主动调整营销策略、优化产品结构,宏观及微观因素叠加,导致报告期公司收入下降;

另一方面,在行业销售阶段性疲软、消费人群年轻化、消费人流向购物中心及商场逐步转移的背景下,公司围绕“轻时尚”品牌发展战略,主动调整营销策略,裁撤业绩较差的街边直营店,增设商场专柜及购物中心直营店;同时不断优化产品结构,降低传统计克类黄金占比,提高爱尚金、爱尚炫等相对高毛利产品比重,主动降低规模的同时提高盈利能力,为未来持续发展奠定坚实基础。具体分析如下:

(1) 素金饰品

公司素金饰品主要包括计克类黄金、爱尚金、铂金等饰品。报告期内公司素

金饰品销售收入呈下降趋势，主要为受素金饰品的销售单价和销量变动的影
响，具体如下：

1) 素金饰品销售单价变动原因

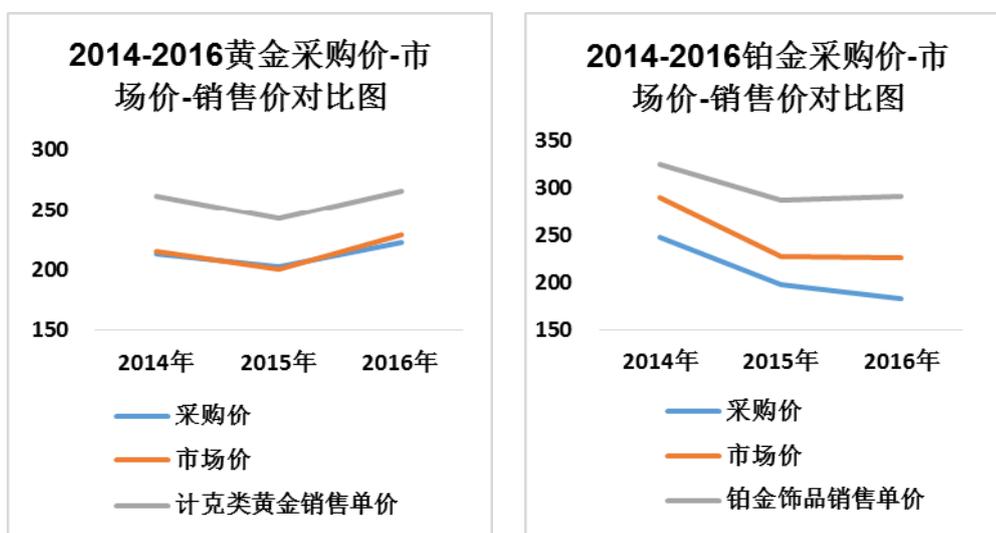
报告期内，公司主要品类素金饰品的销售单价及其变动情况如下：

单位：元/克；%

产品	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	销售单价	变动幅度	销售单价	变动幅度	销售单价
计克类黄金饰品	266.13	9.87	242.22	-7.28	261.25
爱尚金	378.93	-4.22	395.62	-3.25	408.89
铂金饰品	289.96	1.21	286.48	-11.84	324.97

素金饰品中的计克类黄金饰品和铂金饰品的零售价格与上海金交所黄金、铂金挂牌价格联动。故报告期内计克类黄金饰品和铂金饰品销售单价变动的主要原因是黄金和铂金市场价格变动。

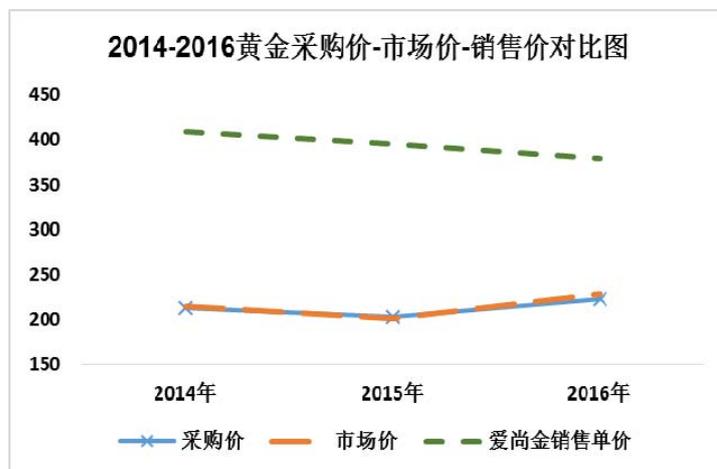
报告期，公司计克类黄金饰品和铂金饰品的销售单价与公司黄、铂金原材料的采购价格及市场价格的关联度对比如下图所示：



如上图所示，报告期内，公司计克类黄金饰品和铂金饰品的销售单价变动与市场价格走势基本一致。

爱尚金属于高工艺、高毛利率产品，公司销售定价政策为按件标价销售，为保持产品销售政策的稳定性，公司规定只有当国际金价与公司定价基准差额超过30元/克，且持续时间超过2个月，才启动爱尚金的调价机制。2015年爱尚金销售单价变动趋势与黄金市场价格变动一致，2016年虽然黄金市场价格上涨，

但未达到公司调价标准，2016 年爱尚金销售单价下降主要原因系为鼓励加盟业务发展，公司降低了对加盟商的爱尚金销售折扣率。



2) 素金饰品销售数量变动原因

报告期内，公司主要品类素金饰品的销售数量及其变动情况如下：

单位：千克；%

产品	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	销售数量	变动幅度	销售数量	变动幅度	销售数量
计克类黄金饰品	1,308.10	-29.62	1,858.62	-3.79	1,931.85
爱尚金	184.01	23.63	148.84	20.61	123.41
铂金饰品	57.01	-32.41	84.35	-17.46	102.19

2015 年、2016 年，公司计克类黄金饰品的销售数量较上年分别下降 3.79%、29.62%，铂金饰品的销售数量较上年分别下降 17.46%、32.41%，主要原因是报告期内公司定位于“轻时尚”路线，逐步调整产品品类结构，加大“爱尚金”等计件类高毛利率产品的推广力度，主动减少了对低毛利率的传统计克类黄金饰品和铂金饰品的铺货，导致报告期特别是 2016 年计克类黄金饰品和铂金饰品的销售数量相应减少。另一方面，宏观经济增速下滑也导致黄金饰品和铂金饰品市场需求下降。

报告期内公司爱尚金的销售数量每年稳步增长。

(2) 镶嵌饰品

公司镶嵌饰品包括钻石饰品、爱尚炫、翡翠饰品及宝石饰品等，以钻石饰品和爱尚炫为主。报告期内公司镶嵌饰品销售收入呈下降趋势，主要为受镶嵌饰品

的销售单价和销量变动的的影响，具体如下：

1) 镶嵌饰品销售单价变动原因

报告期内，公司主要品类镶嵌饰品的销售单价及其变动情况如下：

单位：元/件；%

产品	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	销售单价	变动幅度	销售单价	变动幅度	销售单价
钻石饰品	5,759.55	-7.06	6,197.35	-5.88	6,584.64
爱尚炫	2,108.37	-16.83	2,535.10	-7.03	2,726.85

公司镶嵌饰品以钻石饰品和爱尚炫为主，均为计件销售，每件饰品单独定价，镶嵌饰品款式多样，不同款式材质、工艺等方面差异较大，因此单件饰品价格差异较大。

整体而言，钻石饰品售价与钻石规格相关度较高，爱尚炫饰品售价与款式相关度较高。以爱尚炫为例，报告期内公司围绕“轻时尚”品牌定位，针对年轻消费群体的需求重点开发单件价格较低的系列产品，如“韩风”系列、“MIGO”系列等，故报告期公司爱尚炫饰品的销售单价呈下降趋势。

2) 镶嵌饰品数量变动原因

报告期内，公司主要品类镶嵌饰品的销售数量及其变动情况如下：

单位：件；%

产品	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	销售数量	变动幅度	销售数量	变动幅度	销售数量
钻石饰品	42,263.00	-0.88	42,640.00	-11.06	47,942.00
爱尚炫	29,430.00	39.25	21,135.00	26.60	16,694.00

公司将毛利率较高的“爱尚”系列作为重点推广的战略产品，报告期“爱尚炫”饰品销售数量逐年稳步增长。2015 年公司钻石饰品的销售数量较上年下降幅度较大，主要原因是国内经济增速下滑，导致近年来市场单价较高的钻石饰品的消费需求相对低迷。

综上，报告期公司主营业务收入下降的主要原因是计克类黄金饰品和钻石饰品销售收入下降。一方面是因为报告期内公司围绕“轻时尚”品牌发展战略，逐步调整产品品类结构，加大“爱尚金”、“爱尚炫”等高毛利率产品的推广力度，主动减少了对低毛利率的传统计克类黄金饰品的铺货，计克类黄金饰品收入相应

减少。

另一方面，宏观市场环境导致黄金及钻石饰品价格 and 市场需求下降，报告期内，我国珠宝首饰行业经历了剧烈的市场波动周期，2013年国际金价异常变动，导致国内居民对黄金类产品的市场需求被提前透支，该影响一直延续到报告期，加上国内经济形势下滑，导致近年来市场对黄金饰品和单价较高的钻石饰品的消费需求仍然较为低迷。此外，2014年及2015年国际金价处于震荡下跌行情，公司素金饰品中计克类黄金饰品零售价格与上海黄金交易所挂牌价格联动，导致计克类黄金饰品销售价格随之下降，收入相应降低。

报告期内，公司“爱尚金”、“爱尚炫”等系列产品因其工艺精美、产品特色鲜明、设计元素丰富等特点，市场认可度越来越高，为公司的品牌形象和品牌影响力奠定了坚实的基础。报告期内公司“爱尚金”、“爱尚炫”等高毛利率产品的销量、销售金额及销售收入占比均逐年上升。

(3) 其他

公司主营业务收入中其他类别收入包括银饰品、劳务以及材料配饰等收入。报告期内，其他产品收入占比较小。

2、按销售区域分类的主营业务收入及构成

报告期内，公司主营业务收入分地区构成情况如下：

单位：万元/%

地区名称	2016年度		2015年度		2014年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
杭州市	36,845.15	47.58	44,385.13	49.60	52,065.95	52.15
宁波市	16,768.05	21.65	17,915.51	20.02	20,245.33	20.28
绍兴市	8,236.10	10.64	8,293.89	9.27	8,742.86	8.76
嘉兴市	5,293.11	6.83	6,432.92	7.19	6,099.07	6.11
湖州市	3,504.24	4.53	5,860.96	6.55	5,006.48	5.01
金华市	2,838.87	3.67	3,524.82	3.94	3,615.03	3.62
温州市	1,333.84	1.72	1,338.38	1.50	1,099.79	1.10
台州市	763.19	0.99	407.83	0.46	854.46	0.86
衢州市	69.61	0.09	-	-	85.13	0.09
山东省	-	-	2.05	0.002	650.79	0.65
江苏省	56.00	0.07	292.29	0.33	595.72	0.60
上海市	5.77	0.01	275.69	0.31	547.70	0.55
网络	1,727.72	2.23	753.96	0.84	228.89	0.23
主营业务收入	77,441.65	100.00	89,483.43	100.00	99,837.21	100.00

浙江市场特别是杭州地区一直是公司的优势区域,曼卡龙珠宝在浙江区域具有较高的品牌影响力。报告期内,公司销售收入主要来自于浙江省内杭州市及宁波市的销售,占比均在70%左右。同时公司逐步开拓省内其他地区及省外市场。随着电子商务的迅速发展,公司逐步开拓网上销售,进驻天猫、唯品会等电商平台,报告期内,公司网络销售额持续增加。

3、按销售模式分类的主营业务收入及构成

公司销售模式分为直营、专柜和加盟三种模式。报告期内,公司主营业务收入分销售模式构成情况如下:

单位:万元/%

模式	2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	33,607.33	43.40	48,902.62	54.65	62,027.19	62.13
专柜	30,087.77	38.85	25,879.30	28.92	24,771.50	24.81
加盟	13,746.54	17.75	14,701.52	16.43	13,038.53	13.06
合计	77,441.65	100.00	89,483.43	100.00	99,837.21	100.00

报告期内,公司各种模式下店铺家数、销售收入与单店销售金额变化情况如下:

2016年度				
销售模式	期末家数(家)	销售收入(万元)	收入占比(%)	平均单店收入(万元)
直营(实体店)	15	31,879.61	41.17	1,992.48
直营(电商)	-	1,727.72	2.23	1,727.72
专柜	42	30,087.77	38.85	813.18
加盟	34	13,746.54	17.75	416.56
合计	91	77,441.65	100.00	900.48
2015年度				
销售模式	期末家数(家)	销售收入(万元)	收入占比(%)	平均单店收入(万元)
直营(实体店)	17	48,148.66	53.81	2,534.14
直营(电商)	-	753.96	0.84	753.96
专柜	32	25,879.30	28.92	808.73
加盟	32	14,701.52	16.43	534.60
合计	81	89,483.43	100.00	1,139.92
2014年度				
销售模式	期末家数(家)	销售收入(万元)	收入占比(%)	平均单店收入(万元)
直营(实体店)	21	61,798.30	61.90	2,874.34
直营(电商)	-	228.89	0.23	228.89

专柜	32	24,771.50	24.81	739.45
加盟	23	13,038.53	13.06	766.97
合计	76	99,837.21	100.00	1,386.63

注：单店销售金额=销售收入/对应模式下当年平均门店家数；当年平均门店家数=(期初家数+期末家数)/2；上表中计算直营(电商)单店收入时将公司电商平台视为1家门店。

(1) 直营模式

直营模式下公司通过直营店直接向顾客销售产品。公司对产品和经营拥有控制权和所有权，享有店面产生的利润，同时承担店面发生的所有费用和开支。2014年末、2015年末和2016年末，公司拥有直营店家数分别为21家、17家和15家。2014年、2015年和2016年，直营模式下收入占比分别为62.13%、54.65%和43.40%。

从销售模式来看，2015年、2016年公司主营业务收入下降主要原因是直营(实体店)家数下降以及直营(实体店)单店销售规模下降。随着国内大中型零售商场的快速发展，传统街边店停车难、交通不易达等固有缺陷日益凸显，在大中型城市中人们的消费场所逐渐从街边店往商场转移，传统街边直营店运营效率有所下降。报告期内，公司根据商圈变化情况关闭数家街边直营店。2016年新开的三家直营店选址均设在购物中心。报告期公司直营(实体店)家数下降以及单店销售规模下降的情况符合国内零售业态整体发展趋势。

为应对市场环境变化，公司在新设门店选址时，倾向选择商场专柜和购物中心直营店，报告期内公司专柜店铺家数、单店收入、单店销售金额均呈稳步上升趋势。

报告期内，公司直营客户按消费金额分类的客户数量及占比、次均消费额等情况如下：

2016年度						
消费区间	客户数量(人)	数量占比(%)	交易次数(次)	人均次数(次)	次均消费额(元/次)	收入占比(%)
0-3000元(不含)	41,840	58.62	43,523	1.04	1,037.01	11.48
3000元-1万元(不含)	17,475	24.48	21,875	1.25	4,553.64	25.33
1万元-5万元(不含)	11,620	16.28	17,636	1.52	11,908.77	53.41
5万元-10万元(不含)	357	0.50	679	1.90	33,409.83	5.77
10万元-50万元(不含)	82	0.11	143	1.74	90,504.91	3.29
50万元以上	2	0.00	5	2.50	562,132.60	0.71

合计	71,376	100.00	83,861	1.17	4,688.78	100.00
2015 年度						
消费区间	客户数量(人)	数量占比(%)	交易次数(次)	人均次数(次)	次均消费额(元/次)	收入占比(%)
0-3000元(不含)	48,269	51.88	52,254	1.08	1,143.42	10.44
3000元-1万元(不含)	27,567	29.63	37,239	1.35	4,339.94	28.25
1万元-5万元(不含)	16,554	17.79	28,166	1.70	10,428.71	51.34
5万元-10万元(不含)	547	0.59	1,037	1.90	33,876.91	6.14
10万元-50万元(不含)	98	0.11	186	1.90	78,238.50	2.54
50万元以上	4	0.00	16	4.00	461,213.60	1.29
合计	93,039	100.00	118,898	1.28	4,812.20	100.00
2014 年度						
消费区间	客户数量(人)	数量占比(%)	交易次数(次)	人均次数(次)	次均消费额(元/次)	收入占比(%)
0-3000元(不含)	63,951	51.98	69,647	1.09	1,216.43	11.67
3000元-1万元(不含)	38,229	31.07	52,099	1.36	4,250.92	30.52
1万元-5万元(不含)	20,098	16.34	34,351	1.71	10,374.09	49.10
5万元-10万元(不含)	619	0.50	1,215	1.96	33,003.36	5.53
10万元-50万元(不含)	130	0.11	229	1.76	89,561.41	2.83
50万元以上	3	0.00	7	2.33	365,606.67	0.35
合计	123,030	100.00	157,548	1.28	4,606.33	100.00

注：上表中消费区间及消费额均为销售开单金额，未扣除增值税。

从上表可知，公司直营客户消费存在以下特点：（1）直营客户数量较大，2014年~2016年，公司直营客户数量分别为12.30万人、9.30万人、7.14万人，符合零售行业特点；（2）客户消费金额集中在5万元以内，2014年~2016年客户数量占比分别为99.38%、99.30%、99.38%，销售收入占比分别为91.30%、90.03%、90.22%，各年占比稳定且符合珠宝行业产品价值特点；（3）人均购买频率较低，报告期平均为每年1.24次；（4）各年次均消费额较稳定，2014年~2016年分别为4,606.33元/次、4,812.20元/次、4,688.78元/次。

报告期内消费金额50万元以上客户主要为公司萧山店老客户，2014年~2016年，消费金额50万元以上客户的合计消费金额分别为255.92万元、737.94万元、281.07万元，主要为购买翡翠、钻石、黄金摆件等贵重产品。

综上，报告期内，公司直营客户消费特点符合零售行业特点，不存在大额、异常的消费情形。

(2) 专柜模式

专柜模式下公司在百货商场设立专柜向顾客销售产品，由商场收取零售货款，公司按照扣除商场扣点后的金额确认收入。2014年末、2015年末和2016年末，公司专柜数量分别为32家、32家和42家。2014年、2015年和2016年，公司专柜模式下销售收入占比分别为24.81%、28.92%和38.85%。

报告期内，公司专柜家数、专柜单店销售规模、专柜模式总收入及收入占主营业务收入比例均呈稳步上升趋势。

(3) 加盟模式

加盟模式下，公司根据加盟商订货要求将商品发至加盟商处，经加盟商确认并签收入库后确认收入。公司为加盟商提供包括店铺设计、品牌宣传、员工培训等全面服务，统一对外宣传形象，实现以点带面的效果，间接推广了公司的品牌和产品。

2014年末、2015年末和2016年末，公司加盟店数量分别为23家、32家和34家。2014年、2015年和2016年，加盟模式下收入占比分别为13.06%、16.43%和17.75%。

公司2012年开始引入加盟模式，经过近几年加盟模式的运行和公司与加盟商的磨合，报告期内，公司加盟店家数和加盟模式收入占主营业务收入比例呈稳步上升趋势。

整体而言，在珠宝首饰行业中曼卡龙尚属于区域性品牌，尚未形成全国性的影响力。在资金实力有限的背景下，曼卡龙秉承立足浙江、逐步辐射周边省份乃至全国的理念，在品牌空白区域，首先通过设立直营店/专柜的方式开拓市场，树立一定品牌效应后再通过加盟方式引导业务有序扩张，通过自营与加盟的有机结合，同时发力网上销售渠道的建设，最终实现曼卡龙品牌的全面提升。

报告期内公司营业收入构成的变化正体现了公司上述经营战略及理念。从2014年至2016年，公司自营收入（包含直营及专柜）占比从86.94%降至82.25%，加盟收入从13.06%提升至17.75%。虽然受行业景气度以及公司产品结构调整的影响，整体收入有所下降，但公司市场影响力已从杭州地区扩展至浙江全省，为未来公司品牌的进一步提升奠定基础。

此外，在网络销售及电子商务日趋活跃的发展背景下，公司亦在网络销售领

域展开布局。在公司资金、人才等要素限制下,公司先行利用天猫电商平台切入,逐步涉及多个网络销售平台,2014年至2016年,公司直营收入中的网络销售收入分别为228.89万元、753.96万元和1,727.72万元。未来公司将通过募投项目建设,进一步提高网络销售占比,提升公司的品牌效应及整体竞争力。

(二) 利润来源分析

公司营业利润与主营业务收入和毛利率密切相关,主营业务分产品及分销售模式下的毛利额变动情况分析如下:

1、分产品毛利分析

报告期内,公司主营业务分产品毛利情况如下:

单位:万元

产品	2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
素金饰品	7,565.59	39.99	7,514.81	40.02	6,565.66	31.16
镶嵌饰品	11,348.50	59.99	11,218.78	59.75	14,508.01	68.84
其他	3.16	0.02	41.92	0.22	0.26	0.001
合计	18,917.25	100.00	18,775.50	100.00	21,073.93	100.00

2014年度、2015年度和2016年度,公司主营业务毛利额分别为21,073.93万元、18,775.50万元和18,917.25万元。报告期内,素金饰品和镶嵌饰品为公司毛利主要来源,其中镶嵌饰品因其毛利率较高,报告期内对公司毛利贡献值均超过50%。

2、分销售模式毛利分析

报告期内,公司分销售模式毛利情况如下:

单位:万元

模式	2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
直营	10,301.58	54.46	12,620.25	67.22	15,901.53	75.46
专柜	7,926.60	41.90	5,361.62	28.56	4,110.02	19.50
加盟	689.07	3.64	793.63	4.23	1,062.38	5.04
合计	18,917.25	100.00	18,775.50	100.00	21,073.93	100.00

从销售模式角度看,公司利润主要来源于直营模式。最近三年,直营模式的毛利平均贡献值为65.71%。报告期内公司直营模式毛利占比逐年下降,专柜模

式毛利占比逐年上升。公司自 2012 年开始引入加盟模式进行销售，报告期内加盟模式毛利占比略有下降。

(三) 利润表逐项分析

1、营业收入分析

2014 年至 2016 年公司营业收入分别为 99,939.60 万元、89,815.08 万元和 77,891.85 万元。营业收入分析详见本节“二/（一）营业收入构成及变动分析”的相关内容。

2、营业成本分析

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务成本	58,524.40	99.96	70,707.93	99.93	78,763.28	99.94
其他业务成本	21.74	0.04	51.96	0.07	48.39	0.06
合计	58,546.14	100.00	70,759.89	100.00	78,811.67	100.00

公司的营业成本主要是主营业务成本。报告期内，公司主营业务中各产品成本及其变动情况如下：

单位：万元

产 品	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	变动幅度 (%)	金额	变动幅度 (%)	金额
素金饰品	37,593.79	-22.01	48,204.37	-12.23	54,921.07
镶嵌饰品	20,847.95	-7.13	22,449.36	-5.31	23,709.06
其他	82.66	52.51	54.20	-59.29	133.15
合 计	58,524.40	-17.23	70,707.93	-10.23	78,763.28

公司主营业务成本主要是产品成本。2015 年主营业务成本同比下降 10.23%，2016 年主营业务成本同比下降 17.23%，而 2015 年主营业务收入同比下降 10.37%，2016 年主营业务收入同比下降 13.46%，公司主营业务毛利率水平在一定范围内有所波动。毛利率分析详见本节“二/（四）主营业务毛利率的变动趋势及原因分析”的相关内容。

公司主要从事珠宝首饰的零售连锁业务，公司主营业务成本为产品成本。公司产品主要来自对外直接采购成品和委托加工。具体产品成本核算方式如下所述：

(1) 对外直接采购流程及成本核算

公司主要根据销售计划按需采购,并根据日常销售情况及订单变化进行及时补货,直接采购商品按照采购单验收入库,采用个别计价原则,确认单件商品成本。

1) 原材料采购

公司所需黄金、铂金主要向金交所采购;

公司所需钻石主要通过全资子公司上海戴曼克森在香港、印度等地区向钻石供应商采购,并经过钻交所报关进入国内;此外,公司还通过全资子公司浙江玖瑞玖直接在境内向钻交所会员单位采购。

2) 成品采购

公司收到饰品采购需求后,商品物流部负责汇总需求、检库,生成采购订单发送到商品采购部,由其进行采购并检验入库。

另公司有以旧换新业务,旧品经验收后入库。

(2) 委外加工采购成本核算

公司提供具体产品设计样式或加工要求,由公司提供所有或部分原辅材料,由受托加工企业负责生产工序,公司对产品进行逐个质量验收,产品使用公司产品商标,由公司独家采购后销售。

公司主要通过生产订单排期、产品质量检验等手段来严格控制交货期、产量、质量及工艺处理,以适应公司品牌标准和销售需要。

委托加工方式生产的产品主要包括素金饰品和镶嵌饰品两类,成本归集核算方式如下:

1) 素金饰品

黄铂金等素金原料委外加工出库采用移动加权平均法,委外加工收回产品根据产品重量及移动加权平均计算的单位材料成本确认为委外加工产品材料成本。

加工费根据委外加工单位提供加工费结算单确认产品加工费用,包含工厂提供的材料的(如有)及加工费。

材料成本和加工费用合计作为委外加工素金产品单位成本。

2) 镶嵌饰品

镶嵌饰品的原料钻石委外加工,采用个别计价法;镶嵌用原料黄铂金委外加

工，采用移动加权平均法。

加工费根据委外加工单位提供加工费结算单确认产品加工费用，包含工厂提供的材料（如有）及加工费。

镶嵌饰品生产成本包括委外发出材料成本和委外加工费用。

（3）根据公司业务特点，销售商品采用个别计价法，单独核算每件产品的成本，与销售收入的确认配比。

（4）公司生产经营产生的主要费用归集方式：

1) 工资及福利费：根据公司员工工作岗位划分，门店店长及店员、专柜负责人及店员工资、福利、社保等费用计入销售费用；公司管理人员工资、福利、社保等费用计入管理费用。

2) 房租及装修费：公司直营店房租费用按照权责发生制原则，确认为当期损益；直营店、专柜装修费用确认长期待摊费用，并在收益期内平均分摊确认当期损益。

3) 广告品牌费：广告费公司通过包括电台、电视等在内的媒体发布发生的费用，按照权责发生制原则确认当期损益；品牌费包括品牌设计及品牌宣传活动费用，按照权责发生制原则确认当期损益。

综上所述，公司产品成本按照直接采购或委托加工分别核算，产品成本与销售费用归集界限明确。每件饰品均设立单独编码，销售商品采用个别计价法，单独核算每件产品的成本，在确认销售收入的同时同步结转销售成本，与收入确认配比。

3、营业税金及附加分析

报告期内公司的营业税金及附加情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
消费税	1,242.07	1,807.17	2,509.35
营业税	-	2.31	0.65
城市维护建设税	306.31	387.03	450.53
教育费附加	131.48	165.65	193.67
印花税	13.33	-	-
房产税	17.44	-	-
地方教育附加	87.65	110.43	129.12
合 计	1,798.29	2,472.59	3,283.32

报告期内，公司营业税金及附加金额逐年下降，主要原因是公司直营业务对应的零售环节消费税应税收入下降导致消费税逐年下降。

4、期间费用分析

报告期内，公司期间费用以及期间费用占营业收入比重情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
销售费用	8,770.25	11.26	9,541.93	10.62	12,503.60	12.51
管理费用	3,061.14	3.93	3,119.27	3.47	3,261.10	3.26
财务费用	324.73	0.42	639.95	0.71	880.83	0.88
合 计	12,156.12	15.61	13,301.15	14.81	16,645.54	16.66

报告期内，同行业上市公司期间费用率情况如下：

指 标	公司简称	2016 年 1-6 月/ 2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售费用率(%)	潮宏基	22.12*	21.93	19.76
	萃华珠宝	1.50*	1.84	1.49
	明牌珠宝	5.50	3.65	2.76
	老凤祥	1.85*	1.55	1.71
	爱迪尔	4.78	6.01	4.87
	通灵珠宝	24.69	26.26	26.74
	周大生(拟上市)	12.65	13.30	13.07
	平均值	10.44	10.65	10.06
	曼卡龙	11.26	10.62	12.51
指 标	公司简称	2016 年 1-6 月/ 2016 年度	2015 年度	2014 年度
管理费用率(%)	潮宏基	2.82*	2.52	2.00
	萃华珠宝	1.01*	1.02	0.67
	明牌珠宝	1.65	1.10	0.77
	老凤祥	0.93*	1.24	1.26
	爱迪尔	2.15	2.67	2.12
	通灵珠宝	7.96	7.77	7.19
	周大生(拟上市)	2.07	2.17	1.87
	平均值	2.65	2.64	2.27
	曼卡龙	3.93	3.47	3.26
指 标	公司简称	2016 年 1-6 月/ 2016 年度	2015 年度	2014 年度
财务费用率(%)	潮宏基	1.86*	2.34	1.45
	萃华珠宝	1.64*	1.69	1.24
	明牌珠宝	2.46	1.44	0.60

	老凤祥	0.33*	0.44	0.55
	爱迪尔	0.92	0.65	1.52
	通灵珠宝	0.57	0.46	0.50
	周大生(拟上市)	0.33	1.01	0.96
	平均值	1.16	1.15	0.97
	曼卡龙	0.42	0.71	0.88
指 标	公司简称	2016年1-6月/ 2016年度	2015年度	2014年度
期间费用率(%)	潮宏基	26.80*	26.79	23.21
	萃华珠宝	4.16*	4.54	3.40
	明牌珠宝	9.61	6.18	4.13
	老凤祥	3.11*	3.23	3.51
	爱迪尔	7.84	9.33	8.51
	通灵珠宝	33.22	34.48	34.43
	周大生(拟上市)	15.05	16.48	15.90
	平均值	14.26	14.43	13.30
	曼卡龙	15.61	14.81	16.66

注：1、数据来源于上市公司公开披露报告中相关数据计算所得，鉴于部分上市公司尚未公告2016年度数据，上表带*为2016年1~6月数据，爱迪尔、曼卡龙、明牌珠宝和通灵珠宝为2016年度数据；

2、平均值为可比公司的算术平均值。

由于经营模式和产品结构的差异，同行业上市公司之间的期间费用率差距较大。期间费用又以销售费用为主。总体而言，曼卡龙的期间费用率低于潮宏基，高于其他同行业上市公司。同行业上市公司中老凤祥、萃华珠宝、明牌珠宝、爱迪尔都是以经销或加盟为主。潮宏基、通灵珠宝与公司类似，均为以自营为主的珠宝公司，其期间费用率高于其他公司。公司以直营销销售模式为主，且整体销售规模较小，无法体现规模效应，受此影响，公司期间费用率高于同行业上市公司平均水平。

(1) 销售费用

报告期内，公司销售费用的具体构成如下表所示：

单位：万元

项 目	2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
工资及福利	3,909.62	44.58	4,161.52	43.61	5,406.74	43.24
房租及装修费	2,011.82	22.94	2,852.54	29.89	3,660.28	29.27
广告品牌费	1,787.11	20.38	1,444.10	15.13	2,216.19	17.72

办公、差旅费	522.14	5.95	451.06	4.73	532.78	4.26
折旧费	186.35	2.12	239.92	2.51	271.76	2.17
水电费	124.08	1.41	151.33	1.59	202.63	1.62
招待费	24.54	0.28	15.97	0.17	29.96	0.24
其他	204.58	2.33	225.49	2.36	183.25	1.47
合计	8,770.25	100.00	9,541.93	100.00	12,503.60	100.00

公司销售费用主要由工资及福利、房租及装修费、广告品牌费、办公差旅费、折旧费、水电费和招待费等构成。其中，工资及福利、房租及装修费和广告品牌费合计占销售费用比例在 90%左右。

1) 工资及福利变动分析

◆ 为适应市场环境的变化，公司积极调整营销网点布局，裁撤业绩较差的街边直营店；同时为提高运营效率，通过调整人员结构、合理排班及淘汰业绩较差的员工等方式，提高人员效率；导致公司门店员工人数相应下降；

◆ 受上述因素影响，报告期公司销售费用中的工资及福利总额呈下降趋势，但相应人均薪酬保持稳定，同时人均销售贡献额有所提升，员工人数与销售规模相匹配。

① 公司营销策略调整及加强内部绩效激励考核管理对员工人数、人均薪酬的影响

2014 年开始珠宝零售行业步入调整期，行业景气度有所下降。在行业销售阶段性疲软、消费人群年轻化、消费人流向购物中心及商场逐步转移的背景下，公司围绕“轻时尚”品牌发展战略，主动调整营销策略并加强内部绩效激励考核管理。

一方面公司为适应市场环境的变化，积极调整营销网点布局，裁撤业绩较差的街边直营店，增设商场专柜及购物中心直营店，但由于开店涉及选址、评估等流程，未能与撤店同步，公司直营店从 2014 年初的 22 家下降到 2016 年末的 15 家，导致相关员工人数相应下降；

另一方面，受消费人群年轻化、消费人流向购物中心及商场逐步转移影响，传统街边直营店运营效率有所下降，在此背景下，公司于 2014 年开始在内部实施绩效激励考核方案，通过调整人员结构、合理排班及淘汰业绩较差的员工，也使得报告期内公司门店人数有所下降。

报告期，公司自营门店员工人数合计从 2014 年的 628 人下降到 2016 年的 447 人，具体情况如下：

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额/数量	变动幅度	金额/数量	变动幅度	金额/数量
①自营业务收入(万元)	63,695.10	-14.83%	74,781.92	-13.84%	86,798.69
②工资及福利(万元)	3,909.62	-6.05%	4,161.52	-23.03%	5,406.74
③平均员工人数(人)	447	-8.13%	487	-22.44%	628
④人均薪酬(元/人) =②/③	8.74	2.26%	8.55	-0.76%	8.62
⑤人均销售额(元/人) =①/③	142.47	-7.28%	153.66	11.09%	138.32

注 1：员工人数、店铺数量均为年度平均数量，对于运营不满一年的直营店或专柜，员工人数及店铺数量均采用月度加权的方式计算；

注 2：自营业务收入=直营业务收入+专柜业务收入；

注 3：平均员工人数经计算后取整列示；计算人均薪酬及销售额时仍以取整前数据计算。

由上表可见，2014~2016 年公司销售费用中的工资及福利金额随员工人数下降而降低，但人均薪酬分别为 8.62 万元、8.55 万元、8.74 万元，保持稳定。同期人均销售额分别为 138.32 万元、153.66 万元、142.47 万元，整体有所提升，充分体现了公司应对市场变化的积极影响，公司员工人数与销售规模相匹配。

② 报告期公司销售费用中的工资及福利变动具体原因

A、2015 年，公司销售费用中的工资及福利较同比下降 23.03%，主要原因是：公司从 2014 年下半年开始积极调整门店规模和人员结构，2014 年撤店时间集中在下半年，故公司 2014 年月平均员工人数基数仍然较高；同时 2015 年公司撤销 8 家门店（4 家街边直营店，4 家专柜），使得 2015 年公司门店员工数量同比下降约 22%；综合影响使得工资及福利费用同比降幅较大。

B、2016 年，公司销售费用中的工资及福利同比下降 6.05%，主要系 2016 年公司撤销 5 家街边直营店，同时新开 3 家购物中心直营店，但面积小于街边直营店，员工人数较少；同时公司继续推行实施内部绩效激励考核方案，使得员工数量进一步较上年下降。综合影响导致工资及福利费用相应降低，降幅与门店员工数量降幅相当。

2) 房租及装修费变动分析

报告期内，公司销售费用中的房租及装修费主要系公司开设直营店的房屋租

赁费用以及门店装修费用的摊销。具体构成及变动如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	变动幅度 (%)	金额	变动幅度 (%)	金额
房租及装修费	2,011.82	-29.47	2,852.54	-22.07	3,660.28
其中：房租	1,790.40	-34.30	2,725.09	-18.43	3,340.96
装修费	221.41	73.72	127.45	-60.09	319.33

报告期，公司房租及装修费金额呈下降趋势，其中 2015 年较上年下降 22.07%，2016 年较上年下降 29.47%，主要是房租费用随直营业务规模下降导致。

报告期，公司房租及装修费占直营业务收入比例情况如下：

单位：万元/%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
房租及装修费	2,011.82	2,852.54	3,660.28
直营（实体店）收入	31,879.61	48,148.66	61,798.30
占比	6.31	5.92	5.92

由上表，报告期公司房租及装修费占直营（实体店）收入比例基本稳定。

房租费用下降主要与公司的营销策略调整有关。一方面受消费人群年轻化、消费人流向购物中心及商场逐步转移影响，公司积极调整营销网点布局，裁撤业绩较差的街边直营店，报告期，公司直营店从 2014 年初的 22 家下降到 2016 年末的 15 家，导致房租费用相应下降；另一方面，受到宏观经济增速下滑以及大型综合体一站式消费趋向影响，传统沿街商业地产租赁压力较大，公司从 2015 年开始与房产出租方进行降租谈判，并与部分出租方达成降租协议。具体分析如下：

①房租变动分析

受到大型综合体一站式消费趋向影响，公司近年来在增加专柜和大型购物中心直营店数量的同时，对若干街边直营店进行撤店（关闭或转加盟），如单位面积租金较高的延安店、湖州店、绍兴店、宁波天一店、宁波水晶街店。2016 年新增 3 家直营店均位于大型购物中心内。报告期内，公司直营店数量变化情况如下：

单位：家

年度	期初店数	本期增加	本期减少	期末店数
2016	17	3	5	15
2015	21	0	4	17
2014	22	0	1	21

报告期内，公司直营店租赁面积（对于租期不满一年的直营店租赁面积采用加权的方式计算）及单位面积租金变动情况如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	总额	变化率 (%)	总额	变化率 (%)	总额
租赁费用 (万元)	1,790.40	-34.30	2,725.09	-18.43	3,340.96
加权租赁面积 (平方米)	3,135.81	-20.22	3,930.33	-17.40	4,758.17
单位面积租金 (元/年/平方米)	5,709.55	-17.65	6,933.50	-1.25	7,021.53

A、直营店减少对房租总额及单位面积租金的影响

a) 直营店减少对房租总额的影响

近年来大型购物中心一站式消费逐渐成为主流模式，传统商业街沿街店铺人流减少，为适应市场消费变化趋势，公司逐步减少传统沿街直营店家数，同时增设购物中心内直营店及商场专柜。公司 2016 年新增 3 家直营店均开设于大型购物中心。

根据直营店撤店时间测算，报告期撤店对房租总额的影响如下：

直营店名称	撤店时间	2015 年同比减少额	2016 年同比减少额
富阳店	2014.9 (转加盟)	-130.19	-
宁波天一店	2015.3 (关店)	-180.50	-29.72
义乌店	2015.3 (转加盟)	-158.03	-30.62
上虞店	2015.5 (关店)	-58.24	-34.56
湖州店	2015.8 (转加盟)	-93.01	-156.37
杭州延安店	2016.1 (关店)	-	-197.67
海宁店	2016.3 (关店)	-	-78.01
宁波水晶街店	2016.5 (关店)	-	-87.59
嘉善店	2016.8 (转加盟)	-	-20.30
绍兴店	2016.8 (关店)	-	-146.26
同比减少额合计数	/	-619.97	-781.10

由上表可见，公司由于撤店导致 2015 年较上年减少租金 619.97 万元，2016 年较上年减少租金 781.10 万元（未考虑 2016 年新增 3 家门店租金影响）。

b) 直营店减少对单位面积租金的影响

公司直营店均开在各市或地区的主要商业区域,相对房租费用较高,受各地区商业地产供需等影响,各地单位面积租金存在一定差异。

公司关闭的直营店中大多单位面积租金较高,新增购物中心内直营店的单位面积租金较低。

报告期内,单位面积租金高于 10,000 元/年/平方米的直营店共有 7 家,包括延安店、湖州店、绍兴店、宁波天一店、宁波水晶街店、天一国购店等。2015~2016 年,公司撤店 5 家,2 家谈判实现降租。

同时,公司 2016 年下半年新开萧山加州专卖店、万象城专卖店、衢州国金店等 3 家直营店,均位于大型购物中心内,面积较小且租金水平较低,均不超过 4,000 元/平方米/年。

B、直营店降租对房租总额及单位面积租金的影响

a) 直营店降租对房租总额的影响

受到宏观经济增速下滑以及大型综合体一站式消费趋向影响,传统沿街商业地产租赁压力较大,公司从 2015 年开始与直营店房产出租方进行降租谈判,并与部分出租方达成降租协议。根据降租前后合同约定测算,直营店降租对房租总额的影响数如下:

单位:万元

直营店名称	2015 年节约	2016 年节约
临平店	-12.58	-32.11
慈溪店	-	-23.71
嘉兴店	-22.41	-54.76
义乌工人路店	-2.87	-14.90
海宁店	-17.80	-3.67
余姚店	-	-19.77
绍兴店	-18.90	-31.10
诸暨店	-7.97	-22.70
杭州解放店	-7.45	-10.02
杭州凤起店	-1.81	-42.35
宁波天一国购店	-	-22.46
合计	-91.79	-277.55

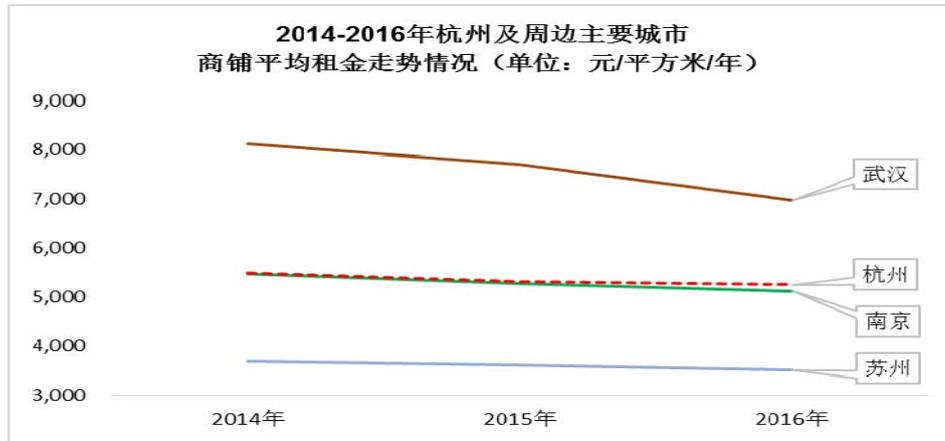
由上表可见,公司由于降租导致 2015 年较降租前节约房租 91.79 万元,2016

年较降租前节约房租 277.54 万元（上述影响数未考虑其他门店房租自然增长等因素）。

b) 直营店降租对单位面积租金的影响

根据市场变化，公司与街边直营店出租方谈判降租，2016 年直营店单位面积租金较 2015 年变动幅度超过 5%的共有 8 家，均系谈判降租所致，单位面积租金降幅从-6%到-28%不等，使得公司 2016 年的单位面积租金同比下降。

根据中国高力国际研究报告数据，近年来，杭州及其周边主要城市的商铺平均租金价格均呈下降趋势，具体如下：



数据来源：Colliers International China（中国高力国际），网址：<http://www.colliers.com>

如上图所示，公司直营店商铺降租的情况符合市场价格走势。2016 年杭州地区的商铺平均租金为 5,256.00 元/平方米/年，公司直营店平均单位面积租金 5,709.55 元/平方米/年，高于杭州地区的商铺平均租金。

综上所述，公司房租费用随直营业务规模的下降而下降，报告期公司房租及装修费占直营（实体店）收入比例基本稳定。房租费用下降主要系公司根据市场环境变化进行相应的营销策略调整导致。一方面受消费人群年轻化、消费人流向购物中心及商场逐步转移影响，公司积极调整营销网点布局，裁撤业绩较差的街边直营店，导致房租费用相应下降；另一方面，公司根据市场情况，从 2015 年开始与房产出租方进行降租谈判，并与部分出租方达成降租协议，使得房租费用相应下降，报告期公司房租费用的下降符合市场环境的变化，与公司的经营状况相匹配。

②装修费变动分析

2013年以前公司新设直营店和专柜数量较多, 门店装修费摊销年限为直营店3年、专柜1.5年, 至2015年多数门店的装修费摊销完毕, 导致2015年装修费下降。

2016年, 之前年度设立的门店装修费均摊销完毕, 但公司当年新设3家直营店和10家专柜, 导致2016年装修费上升。

3) 广告品牌费变动分析

报告期内, 公司的广告宣传方式主要包括: 电视广播广告; 户外公交、地铁、电梯广告; 门店促销活动; 广告宣传片拍摄; 互联网软文; 微信、影院、地铁语音等新媒体投放等。公司广告费用主要支出在浙江地区, 与公司主要收入产生地区一致, 大部分广告宣传活动由公司与广告制作商直接洽谈, 无较固定的广告代理商。

报告期内, 公司广告品牌费主要包括广告费、促销活动费、品牌费等, 具体构成如下:

单位: 万元

明细	2016年度	2015年度	2014年度
广告费	911.48	573.75	1,370.16
促销活动费	482.42	542.96	508.87
品牌费	378.40	275.79	275.50
橱窗布置费	9.82	32.78	23.23
公关活动费	5.00	18.83	38.42
小计	1,787.11	1,444.10	2,216.19

其中: 广告费包括电视、电影、广播、地铁广告等; 促销活动费主要包括促销礼品赠送、珠宝展示相关制作等, 均系小额多笔支出; 品牌费包括平面图片设计、节日活动推广等; 公关活动费包括艺人演出及其他公关活动推广等。

近几年来, 中国媒体产业发生了巨大的变革, 移动互联网颠覆了传统的信息传播渠道, 2012年以前, 大众接触广告更多地来源于电视、报纸、杂志和广播等传统媒体, 2013年后, 微博、微信、网络电视等新媒体以颠覆性的速度取代传统媒体, 成为大众尤其是年轻人获取广告的主要途径。

报告期前期, 公司的广告品牌费主要投放到电视、报纸、广播等传统媒体平台, 如电视插播广告、报纸版面等。2013年市场出现黄金销售热潮, 借此发展

契机，公司在 2014 年度增加了产品宣传力度，因此，2014 年度公司投入的广告费用相对较高，并涵盖了电视、电台、户外广告等多种类别。其中传统大额电视、广播广告合计占当年广告品牌费比例约 31%。

随着市场销售热度的回落，传统媒体市场影响力的下降以及公司产品“轻时尚”品牌定位的加强，2015 年开始公司逐步探索与微博、微信、网络电视等新媒体广告平台的合作方式，并逐步减少传统媒体平台的广告投放，导致 2015 年公司广告品牌费整体较上年降低 772.08 万元。

为了适应时尚消费群体偏好，在大幅减少传统媒体投放的同时，2016 年公司加大了网络广告（包括微博、微信等网络宣传）的投放力度，广告品牌费整体同比增长 24%，其中传统大额电视、广播广告占比已从 2014 年的 31% 降至 2016 年的 1% 左右。

报告期内，公司主要广告商及相应费用支出情况具体如下表所示：

单位：万元

年度	广告商/代理商	类别	合同名称/合同内容	金额
2016 年度	浙江广播电视集团音乐调频	其他	《中国新歌榜》之浙江大学生校园风尚乐队巡回赛活动赞助合同	28.30
	浙江风盛传媒股份有限公司	其他	杭州地铁语言广告和导向标识广告发布制作合同	74.57
	上海分众晶视广告有限公司	影院	“电影映前”场次发布广告合同	79.10
	上海分众晶视广告有限公司	影院	“电影映前”广告合同-巨阵	44.68
	十九楼网络股份有限公司	网络、展会	互动营销广告协议	15.72
	孝笑（上海）广告有限公司	制作	广告制作合同书	46.70
	上海艾德韦宣股份有限公司	策划	广告服务合同-品牌策划	113.38
	嘉兴市广告公司	户外	户外广告发布合同	15.00
	北京天星君创文化传播有限公司	网络	微博合作协议书	106.11
	永恒印记市场营销策划（上海）有限公司	其他	许可合同-永恒印记品牌授权	80.00
	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	网络	广告投放协议	141.51
	萧山广播电视台	电视	广告投放合同-全频道挂角广告、游字广告	17.09
	广州雅迪广告有限公司	杂志	广告发布合同-时尚 COSMOPOLITAN 杂志发布	56.60
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	网络	天猫直通车软件服务协议	109.70	

	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	网络	钻石展位广告服务协议	88.43
	小 计			1,016.90
2015 年度	浙江广播电视集团教育科技频道	电视、其他	《美丽 A 计划冠名+活动》合作合同	150.94
	华数传媒网络有限公司	电视	广告合同-华数传媒换台台标	11.32
	杭州华扬大浙网络科技有限公司	网络	腾讯微信朋友圈广告发布合同	22.64
	北京品友互动信息技术股份公司	网络	品友互动网络广告程序化购买合作合同	16.98
	杭州注目广告有限公司	电影	曼卡龙珠宝 15 秒视频广告“银幕巨阵”电影贴片广告投放合同	33.11
	杭州萧山广播电视广告部	电视	年度合作协议-萧山电视台主频道广告、游字广告	24.85
	十九楼网络股份有限公司	网络	补充协议-十九楼网络广告	9.43
	宁波广播电视广告有限公司	电视	广告发布合同-《阿拉讲大道生活版》15 秒插播广告	17.54
	嘉兴市广告公司	户外	户外广告发布合同	10.61
	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	网络	钻石展位广告服务协议	45.09
	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	网络	天猫直通车软件服务协议	40.80
	杭州华扬大浙网络科技有限公司	策划	《合同》-七夕活动策划	22.64
	天津市广告人广告有限公司	策划	第十三届大学生广告艺术节学院奖品牌营销合同	16.51
	杭州华扬大浙网络科技有限公司	网络	网络广告发布合同-微博论坛微信发布	20.91
	上海深景文化传播有限公司	其他	广告制作合同书	9.22
	杭州耀阳公关广告有限公司	活动	曼卡龙七夕活动承揽合同	14.15
	小 计			466.76
2014 年度	杭州六月红广告有限公司	电视	电视广告发布合同-浙江卫视《中国蓝剧场》特优段、白天剧场	101.89
	杭州六月红广告有限公司	电视	电视广告发布合同-浙江卫视《我不是明星》、《爽食行天下》	26.04
	杭州注目广告有限公司	电影	曼卡龙珠宝 15 秒视频广告“银幕巨阵”电影贴片广告投放合同	51.33
	杭州注目广告有限公司	电影	曼卡龙珠宝 15 秒视频广告“银幕巨阵”电影贴片广告投放合同	31.97
	浙江广播电视集团	电视	《美丽 A 计划我要 HAPPYGO》合作合同	56.60
	浙江广播电视集团	电视	《美丽 A 计划青春合伙人》合作合同	84.91
	浙江广播电视集团	电视	《美丽 A 计划青春合伙人》合作合同	28.30

浙江广播电视集团	电视	《美丽 A 计划遇见星星浪漫夜》合作合同	56.60
浙江广播电视集团城市之声	广播	广播广告承揽合同-FM107、公关活动	43.25
浙江广播电视集团城市之声	广播	广播广告承揽合同-FM107、公关活动	15.66
华数传媒网络有限公司	电视	广告合同-导航条发布	94.34
华数传媒网络有限公司	电视	广告合同-导航条发布	9.43
十九楼网络股份有限公司	网络	互动营销广告协议-19 楼公共空间首页、帖子页等	37.74
十九楼网络股份有限公司	其他	互动营销广告协议-杭州和平会展中心	15.09
杭州萧山广播电视广告部	电视、广播	萧山广播电视广告部合同	18.00
杭州萧山广播电视广告部	电视	杭州萧山广播电视广告部年度合作协议	10.61
上海剧星文化传播有限公司	网络	2014 网络广告委托发布合同-优酷、乐视广告	23.58
上海精视文化传播有限公司	其他	精视传媒楼宇媒体广告发布合同-电梯平面广告	15.57
杭州广电公交移动多媒体有限公司	公交电视	杭州公交移动电视广告投放合同	29.60
嘉兴市广告公司	户外	户外广告承揽合同	28.73
杭州百灵时代传媒有限公司	灯箱	地铁广告发布制作合同	14.08
杭州华扬大浙网络科技有限公司	网络	“腾讯浙大网”网络广告发布合同	10.57
杭州古歌广告有限公司	户外	户外媒体发布合同	7.81
上海渴视数码科技有限公司	制作	广告制作合同书-影视广告片(梦游仙境篇)	46.60
天津市广告人广告有限公司	其他	第 12 届中国大学生广告艺术节学院奖品牌营销合同	39.29
杭州星烁演艺经纪有限公司	演艺费	演出合同	30.00
杭州六月红广告有限公司	电视	电视广告发布合同-《中国蓝剧场》特优段广告	56.60
杭州亿纬文化策划有限公司	网络	合同书-MIGO 整体推广	38.83
宁波海曙天逸广告传媒有限公司	户外	户外广告发布合同	15.53
宁波广播电视广告有限公司	电视	广告发布合同-《阿拉讲大道生活版》15 秒插播广告	20.52
宁波西岸二十一城传媒有限公司	公交车身	公交车体广告发布合同	11.51
浙江广播电视集团城市之声	广播	FM107 节目广告	25.17
杭州九策广告有限公司	其他	“星光 migo——2014 三城巡展”活动承揽合同	11.26
杭州亿纬文化策划有限公司	其他	“星光 migo——2014 新品发布会”活动承揽合同	30.20

深圳市新灵感首饰有限公司	其他	委托设计合同-LOVEU 等形象设计	15.00
小 计			1,152.22

注：上表列示内容按照单笔 10 万元（含税）以上的标准选取；2015 年度列示的大额广告宣传费总额较低，主要系 2015 年度公司以促销活动为主，单笔小额费用发生较多。

综上，报告期公司广告品牌费变动主要受珠宝首饰零售行业市场行情变动影响，以及移动互联网兴起带来的媒体产业变革导致。公司根据市场环境的变化，积极调整市场营销策略，逐步减少传统媒体平台的广告投放，并逐步探索与微博、微信、网络电视等新媒体广告平台的合作方式，报告期传统大额电视、广播广告占比已从 2014 年的 31% 降至 2016 年的 1% 左右。

4) 会员制度及会员积分的会计处理

为了提高客户粘性，促进二次复购，公司建立了《VIP 会员管理规程》，客户注册成为会员后，通过购买公司产品累积积分，按照不同会员等级可享受购买商品折扣优惠等会员权益。公司规定 VIP 积分为年度积分制，每年 12 月 31 日前期累计的消费积分将自动清零。

①公司会员规模及变动情况如下：

项目	2016 年末		2015 年末		2014 年末
	人数	变动率	人数	变动率	人数
会员规模	597,593	29.69%	460,761	7.81%	427,395

②公司关于积分管理的相关规定

根据公司《VIP 会员管理规程》的相关规定：

VIP 积分为年度积分制，每年 12 月 31 日，前期累计的消费积分将自动清零；按照不同会员等级可享受购买商品折扣优惠、积分兑换商品、积分加钱换购商品等，相关活动内容以公司发布活动公告为准；

积分兑换为年度制，市场部结合营销需求，通常每年上半年、下半年各推出一次积分兑换活动。积分用于换购商品的具体折扣规则以公司《市场营销活动管理规程》为准，用于兑换赠品的规则以当季营销活动规则为准；

VIP 积分实行 1 人 1 卡积分制，杜绝 1 人多卡积分及不同持卡人积分合并。

公司推出消费积分管理制度主要系为了提高 VIP 顾客的忠诚度，是一种商业宣传和营销手段。

③公司对于会员积分的处理情况

根据公司《VIP 会员管理规程》的相关规定，公司每年消费积分兑换活动是否开展、兑换额度均由公司根据产品营销实际需要进行，活动的实际开展以及礼品兑换额度存在较大的不确定性，并且公司会对每年末尚未使用的积分，实行自动清零政策。

根据企业会计准则的相关规定，“负债是指过去的交易、事项形成的现有义务，履行该义务预期会导致经济利益流出企业。”

由于公司每年积分兑换活动实际执行存在一定的不确定性，且在每年 12 月 31 日进行积分清零，该等因消费形成的积分不是公司的一项现有义务，将来是否会导致公司经济利益流出存在较大不确定性，且奖励积分的公允价值不能合理预计和可靠计量。故根据公司的消费积分管理政策，公司因销售产生的积分不存在需确认递延收益冲减收入的情形。

公司在积分兑换活动实际开展时，将积分兑换的礼品价值直接计入当期销售费用(广告品牌费)；以积分折算销售价格的情形，直接作为当期折扣销售处理，按照抵扣后的销售金额确认销售收入。

报告期内公司积分消费及兑换礼品的具体金额如下：

年度	实际使用积分	礼品金额(元)	备注
2014 年度	7,310,000	310,508.38	积分兑换礼品
2015 年度	3,316,500	-	积分抵扣活动
2016 年度	-	-	未进行积分活动

注：2015 年公司推出积分抵价格的促销活动，根据活动政策，实际抵扣销售价格 308.92 万元，占活动商品销售原价的 14.22%，即商品按照挂牌价格的约 8.5 折进行销售；2016 年公司未推出积分兑换活动，故不存在积分消费的情况。

(2) 管理费用

报告期内，公司管理费用的具体构成如下表所示：

单位：万元

项 目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
工资及福利	1,812.47	59.21	1,763.76	56.54	1,970.15	60.41
办公、差旅费	238.37	7.79	273.31	8.76	400.11	12.27
房租及装修费	109.37	3.57	98.26	3.15	102.49	3.14
折旧费	128.55	4.20	144.29	4.63	128.65	3.95
中介费	252.21	8.24	261.70	8.39	120.91	3.71
网络信息费	96.32	3.15	151.37	4.85	106.61	3.27

会务费	3.44	0.11	4.38	0.14	35.25	1.08
招待费	46.21	1.51	30.77	0.99	32.68	1.00
其他	374.21	12.22	391.42	12.55	364.26	11.17
合 计	3,061.14	100.00	3,119.27	100.00	3,261.10	100.00

公司管理费用主要是工资及福利、办公、差旅费和其他费用等。报告期内，公司管理费用绝对值较为稳定。

2015 年度，公司管理费用中工资及福利费用较上年有所下降，主要是公司员工人数较上年下降较多。2016 年度，公司管理费用中工资及福利费用较上年有所上升，系公司管理人员人数增加所致。

2015 年公司办公、差旅费下降，主要是公司开发的行政等信息系统于 2014 年基本完成，相应支出减少。

2016 年，公司网络信息费下降主要原因是深圳电子检货系统已建成，相应支出减少。

报告期内，公司管理费用中其他费用主要为珠宝、黄金检测费、商标变更费等费用。

(3) 财务费用

报告期内，公司财务费用的具体构成如下表所示：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	82.64	345.18	534.29
利息收入	-18.61	-20.42	-11.97
汇兑损益	98.08	93.98	59.74
手续费	141.93	188.42	264.41
其他	20.69	32.79	34.37
合 计	324.73	639.95	880.83

公司财务费用主要是利息支出和刷卡手续费等。报告期内公司财务费用持续减少，2014 年、2015 年和 2016 年，财务费用占营业收入的比例为 0.88%、0.71% 和 0.42%，占比较低。

2015 年度，公司财务费用较上年下降 27.35%，主要是因为 2015 年度公司短期借款平均金额下降导致利息支出减少，同时 2015 年公司直营业务收入下降，导致刷卡手续费降低。

2016 年度，公司财务费用较上年下降 49.26%，主要是短期借款减少使得

利息支出减少,同时直营收入下降,银行刷卡手续费相应降低,使得财务费用减少。

5、资产减值损失

报告期内,公司资产减值损失情况如下:

单位:万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
坏账损失	37.45	61.32	-81.12
存货跌价损失	45.53	360.24	239.90
合 计	82.98	421.57	158.78

报告期内,资产减值损失来自于计提的存货跌价准备和坏账准备。2014年至2016年,公司的资产减值损失金额分别为158.78万元、421.57万元和82.98万元,占同期营业收入的比例分别为0.16%、0.47%和0.11%,占比较低。

2015年度,资产减值损失增加,主要是2015年末黄金饰品售价下降,期末计提存货跌价准备较多所致。2016年度,资产减值损失减少主要系公司库存商品计提存货跌价准备减少所致;此外,公司2016年度收回较多账龄1年以上的押金保证金,相应其他应收款坏账准备减少。

6、公允价值变动损益及投资收益分析

报告期内,公司的公允价值变动损益主要是年末持有的交易性金融负债(资产)产生的损益。投资收益主要是归还租赁黄金和黄金期货合约平仓取得的收益(或损失)。

未到期的黄金租赁业务,期末余额的公允价值与账面价值之间的差额计为当期公允价值变动损益。当黄金租赁业务到期偿还时,如果上海黄金交易所现货黄金价格低于该业务初始日的现货黄金价格,则该笔业务的初始入账金额与公允价值间的差额计为本公司当期投资收益;如果上海黄金交易所现货黄金价格高于该业务初始日的现货黄金价格,则该笔业务的公允价值与初始入账金额间的差额计为本公司当期投资损失。

报告期内,公司公允价值变动损益和投资收益具体情况如下:

单位:万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
公允价值变动损益	-	-9.58	-348.55
投资收益	-	-38.33	253.58

合 计	-	-47.91	-94.97
-----	---	--------	--------

2015年，公司结清黄金租赁及黄金期货业务，截止本招股说明书签署日无该等业务发生。

7、营业外收入

最近三年，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置利得合计	0.36	3.62	13.13
其中：固定资产处置利得	0.36	3.62	13.13
政府补助	1,869.61	1,304.49	2,410.03
其他	1.65	0.78	0.01
合 计	1,871.63	1,308.89	2,423.18

最近三年，公司营业外收入主要为政府补助，具体情况如下：

(1) 2016 年度政府补助明细情况

单位：万元

项 目	金 额	说 明
增值税返还	747.36	财政部、海关总署、国家税务总局《关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》（财税〔2006〕65号），自上海钻石交易所销往国内市场的成品钻石，进口环节增值税实际税负超过4%的部分由海关实行即征即退。
财政扶持资金	547.39	根据萧山经济技术开发区、财政局萧开财通〔2016〕3号文，公司收到2015年度财政扶持资金。
企业上市补贴	300.00	根据杭州市萧山区财政局、杭州市萧山区人民政府金融工作办公室萧财企〔2016〕159号文，公司收到2014年度、2015年度上市财政补助资金。
财政扶持资金	114.00	根据宁波市江东区人民政府新明街道办事处东新办〔2016〕36号文及东新办〔2016〕38号文，子公司宁波曼卡龙珠宝有限公司收到2015年度财政扶持资金。
地方水利建设基金返还	51.04	根据萧地税通〔2016〕60387号文，子公司浙江玖瑞玖商贸有限公司收到返还的地方水利建设基金。
地方水利建设基金返还	35.15	根据萧地税通〔2016〕60403号文，公司收到返还的地方水利建设基金。
资本市场扶持资金	12.50	根据杭州市财政局、杭州市人民政府金融办公室杭财企〔2015〕165号文，公司收到资本市场扶持资金。

十强服务业奖励	10.00	根据经济技术开发区、财政局萧开财通〔2016〕2号文，公司收到开发区十强服务业财政奖励资金。
信息经济专项资金	10.00	根据杭州市萧山区财政局、经济和信息化局萧财企〔2016〕88号文，公司收到2014年信息经济专项资金。
总部企业高管奖励资金	6.01	根据杭州市萧山区财政局、发展和改革局萧财企〔2016〕109号文，公司收到2014年总部企业高管奖励资金。
总部经济奖励资金	5.83	根据杭州市萧山区财政局、杭州市萧山区发展和改革局萧财企〔2016〕286号文，公司收到2015年度总部经济奖励资金。
现代服务业先进单位奖励资金	5.00	根据杭州市财政局、杭州市发展和改革委员会杭财企〔2016〕23号文，公司收到2015年度现代服务业先进单位奖励资金。
其他	25.33	-
小计	1,869.61	

(2) 2015年度政府补助明细情况

单位：万元

项目	金额	说明
增值税返还	578.91	财政部、海关总署、国家税务总局《关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》（财税[2006]65号），自上海钻石交易所销往国内市场的成品钻石，进口环节增值税实际税负超过4%的部分由海关实行即征即退
财政扶持资金	537.41	萧山经济技术开发区、财政局萧开财通[2015]19号文，公司收到2014年度财政扶持资金
中小企业发展补助	50.00	根据宁波市江东区新明街道办事处东新办[2015]43号文，子公司宁波曼卡龙珠宝有限公司收到2014年度第三批企业扶持资金（中小企业发展补助）
现代服务业发展补助	48.00	根据宁波市江东区新明街道办事处东新办[2015]41号文，子公司宁波曼卡龙珠宝有限公司收到2014年度第三批企业扶持资金（现代服务业发展补助）
地方水利建设基金返还	45.74	根据萧地税开[201100981]号文，子公司浙江玖瑞玖商贸有限公司收到返还的地方水利建设基金
地方水利建设基金返还	31.19	根据萧地税开[201100980]号文，公司收到返还的地方水利建设基金
其他	13.24	-
合计	1,304.49	-

(3) 2014年度政府补助明细情况

单位: 万元

项 目	金 额	说 明
增值税返还	1,011.29	财政部、海关总署、国家税务总局《关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》(财税〔2006〕65号), 自上海钻石交易所销往国内市场的成品钻石, 进口环节增值税实际税负超过4%的部分由海关实行即征即退
招商引资承诺考核奖励及补助	624.06	萧山经济技术开发区财政局萧开财通[2014]8号, 公司收到招商引资承诺考核奖励及补助款
经济增长奖励资金	317.00	杭州市萧山区财政局、发展和改革局萧财企〔2014〕637号, 公司收到2013年度经济增长奖励资金
现代服务业发展补助	117.50	宁波市江东区新明街道办事处东新办〔2014〕44号, 子公司宁波曼卡龙珠宝有限公司收到现代服务业发展补助款
地方水利建设基金返还	91.27	萧地税开〔201100747〕号, 子公司浙江玖瑞玖商贸有限公司收到返还的地方水利建设基金
地方水利建设基金返还	87.49	萧地税开〔201100652〕号, 公司收到返还的地方水利建设基金
中小企业发展补贴	50.00	宁波市江东区新明街道办事处东新办〔2014〕46号, 子公司宁波曼卡龙珠宝有限公司收到中小企业发展补贴款
上台阶上规模奖励	40.00	宁波市江东区新明街道办事处东新办〔2014〕47号, 子公司宁波曼卡龙珠宝有限公司收到上台阶上规模奖励款
突出贡献奖和经济规模奖	35.00	中共萧山区委、萧山区人民政府萧委发[2014]10号, 公司收到突出贡献及经济规模奖励款
实习生项目经费	12.52	杭州市人力资源和社会保障局杭人社发〔2012〕960号, 公司收到浙江省对外服务公司见习津贴
萧山经济技术开发区2013年度服务业十强奖励	10.00	萧山经济技术开发区财政局萧开财通[2014]8号, 公司收到2013年度服务业十强奖励款
其他	13.90	-
合 计	2,410.03	-

8、营业外支出

最近三年, 公司营业外支出主要为地方水利建设基金, 具体构成情况如下:

单位: 万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损失合计	128.23	57.23	3.96
其中: 固定资产处置损失	128.23	57.23	3.96
地方水利建设基金	114.50	193.92	228.09
河道管理费	1.27	0.65	0.18

捐赠支出	-	2.50	12.50
违约金支出	-	26.80	-
其他	0.07	7.52	10.34
合计	244.07	288.62	255.08

9、非经常性损益、合并报表以外投资收益的影响

(1) 非经常性损益的影响

最近三年,公司非经常性损益主要包括政府补助等。详见本招股说明书之“第十节 财务会计信息/八、非经常性损益”。

(2) 合并报表以外投资收益影响

最近三年,公司无合并报表以外的投资收益。

10、所得税费用

最近三年,公司所得税费用情况如下:

单位:万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
当期所得税费用	1,720.67	971.97	888.84
递延所得税费用	98.97	-188.14	-139.71
合计	1,819.64	783.84	749.13

最近三年,除公司之子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司适用9%的所得税税率外,其他纳税主体适用25%所得税税率。2015年度所得税费用较上年小幅上升,主要是公司2015年度利润总额上升。2016年度,公司所得税费用大幅上升,主要是因为2016年度公司利润总额大幅上升以及递延所得税资产下降,导致相应的当期所得税费用和递延所得税费用上升。

11、净利润

最近三年,公司净利润情况如下:

单位:万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
营业收入	77,891.85	89,815.08	99,939.60
营业成本	58,546.14	70,759.89	78,811.67
营业税金及附加	1,798.29	2,472.59	3,283.32
销售费用	8,770.25	9,541.93	12,503.60
利润总额	6,935.88	3,832.25	3,113.42
综合毛利率	24.84%	21.22%	21.14%
净利润	5,116.24	3,048.41	2,364.29

报告期内，我国珠宝首饰行业经历了剧烈的市场波动周期，2013年国际金价异常变动，导致国内居民对黄金类产品的市场需求被提前透支。2014年开始，珠宝首饰零售行业步入调整期，在此背景下，公司通过主动调整营销策略、强化内部管理、优化产品结构等方式，在营业收入降低的同时不断提升公司盈利能力，为未来持续发展奠定坚实基础。主要影响因素具体分析如下：

(1) 在行业调整、金价下跌的背景下，公司坚持“轻时尚”品牌发展战略、优化产品结构，宏观及微观因素叠加，导致报告期公司收入下降

1) 2013年国际金价异常变动导致的国内居民对黄金类产品的市场需求被提前透支的影响一直延续到报告期，加上国内经济形势下滑，导致近年来市场对黄金饰品和单价较高的钻石饰品的消费需求较为低迷。此外，2014年~2015年国际金价处于震荡下跌行情，公司计克类黄金饰品销售价格随之持续下降，2016年开始回升。

2) 参照日本、新加坡、台湾等国家和地区黄金由盛而衰发展历程，随着国内珠宝首饰购买主流消费人群年轻化，适合日常佩戴、时尚轻奢定位的时尚珠宝较传统黄金饰品更具成长性。报告期，在行业销售阶段性疲软、消费人流向购物中心及商场逐步转移的行业背景下，公司坚持“轻时尚”品牌发展战略，主动调整营销网点布局，裁撤业绩较差的街边直营店，增设商场专柜及购物中心直营店；同时根据年轻消费者的喜好，不断优化产品结构，降低传统计克类黄金占比，提高爱尚金、爱尚炫等相对高毛利产品比重，主动降低销售规模的同时提高盈利能力。

报告期公司主营业务收入出现不同程度下降，具体如下：

项目	主营业务收入增幅	其中计克类黄金饰品收入增幅	其中钻石饰品收入增幅
2016年度	-13.46%	-22.67% 单价上升影响 9.87 个百分点 销量下降影响-32.54 个百分点	-7.89% 单价下降影响-7.06 个百分点 销量下降影响-0.82 个百分点
2015年度	-10.37%	-10.80% 单价下降影响-7.28 个百分点 销量下降影响-3.51 个百分点	-16.29% 单价下降影响-5.88 个百分点 销量下降影响-10.41 个百分点

受上述因素影响，加上由于调整营销网点布局，新开店需要一定培育期，短期内不能抵销关店影响，报告期公司收入出现下降，但公司主动调整营销网点布

局及优化产品结构的努力逐步显现成效:

2015 年毛利率相对较高的爱尚金及爱尚炫产品收入分别增长 16.69%、17.70%，专柜收入同比增长 4.47%；

2016 年爱尚金及爱尚炫产品收入分别增长 18.42%、15.81%；专柜收入同比增长 16.26%。

综上，报告期公司主营业务收入下降，主要系受行业调整和公司“轻时尚”品牌发展战略双重因素的影响。其中，2015 年收入下降主要是受行业景气度的影响，导致钻石饰品销量下降，同时国际金价波动，导致黄金产品价格下跌，收入相应减少；2016 年收入下降主要是公司主动缩减传统黄金产品的销售导致（传统统计克类黄金产品销量减少约 30%）。

报告期，公司坚持“轻时尚”品牌发展战略，主动调整营销网点布局，裁撤业绩较差的街边直营店，增设商场专柜及购物中心直营店。同时不断优化产品结构，降低传统统计克类黄金占比，提高爱尚金、爱尚炫等相对高毛利产品比重，主动降低销售规模的同时提高盈利能力。

(2) 公司通过优化产品结构、主动调整营销网点布局、强化内部管理等方式，在营业收入降低的同时不断提升公司盈利能力，保持了良性发展趋势

报告期，公司营业收入降低的同时净利润逐步提升，主要系市场行情回暖、公司优化产品结构、调整营销网点布局、强化内部管理等多方面因素的叠加影响。具体如下：

1) 优化产品结构的正面影响逐步显现

报告期，公司坚持“轻时尚”品牌发展战略，致力于“爱尚金”、“爱尚炫”和钻石饰品等高毛利率产品以及工费较高的计克类“锦绣金”的销售推广，不断减少低毛利传统统计克类黄金饰品占比，公司“爱尚金”、“爱尚炫”和钻石饰品销售收入占主营业务比重由 2014 年的 41.90%提升至 2016 年的 48.45%，自营模式下“锦绣金”销售占计克类黄金饰品的比重从 2014 年的 46.75%提升到 68.37%。通过产品结构优化，一方面突出了公司“轻时尚”的品牌战略，凸显公司与其他公司的产品定位差异，另一方面也提升了公司的盈利能力和竞争力。

2) 为顺应消费人流向购物中心及商场转移的行业发展趋势，2014 年以来，公司逐步调整营销网点布局，裁撤绩效较差的街边直营店，增设购物中心直营店

和商场专柜，并逐步扩大加盟业务。公司直营门店从 2014 年末的 21 家缩减至 15 家（2016 年新增 3 家购物中心内直营店），商场专柜从 2014 年末的 32 家增至 2016 年末的 42 家。

同时，公司不断强化内部管理，从 2014 年开始，通过内部实施内部绩效激励考核方案开源节流，如通过调整人员结构、合理排班及淘汰业绩较差的员工等降低薪酬费用，通过员工培训及提高高毛利产品的提奖系数激励员工销售，通过与房屋出租方谈判租金降低租赁费用，通过争取商场免费资源、降低无效营销费用等方式降低整体费用。

通过裁撤业绩较差的街边直营店和与出租方协议降租，2015 年公司房租及装修费较上年下降 807.74 万元，2016 年公司房租及装修费较上年下降 840.72 万元。

通过裁撤业绩较差的街边直营店和绩效激励考核管理，在保持单人平均薪酬和单人销售额稳定的情况下，2015 年公司销售费用中的工资及福利较上年下降 1,245.22 万元，2016 年公司销售费用中的工资及福利较上年下降 251.90 万元。

除此之外，由于直营业务销售属于饰品零售环节，在消费税的征收范围内，故报告期，直营业务收入下降使得营业税金及附加相应下降。

通过上述调整，虽然公司直营业务收入降幅较大，但专柜业务收入持续上升，同时降低了房屋租金、人员费用，使得公司在行业调整期中保持了良好的竞争力。

3) 根据市场变化调整广告投放方式，在大幅减少传统媒体投放的同时，逐步探索与微博、微信、网络电视等新媒体广告平台的合作方式。

近几年来，中国媒体产业发生了巨大的变革，移动互联网颠覆了传统的信息传播渠道，2012 年以前，大众接触广告更多地来源于电视、报纸、杂志和广播等传统媒体，2013 年后，微博、微信、网络电视等新媒体以颠覆性的速度取代传统媒体，成为大众尤其是年轻人获取广告的主要途径。

受 2013 年市场“抢金潮”影响，公司在 2014 年度增加了产品宣传力度，投入的广告费用相对较高，随着市场销售热度的回落，传统媒体市场影响力的下降，2015 年公司减少传统媒体平台的广告投放，导致 2015 年公司广告品牌费整体较上年降低 772.08 万元。

报告期，公司逐步探索与微博、微信、网络电视等新媒体广告平台的合作方

式，2016年加大了网络广告（包括微博、微信等网络宣传）的投放力度，广告品牌费较上年增长343.01万元，但大额电视、广播广告占比已从2014年的31%降至1%左右。

总体而言，2016年净利润上升的主要原因为，市场行情回暖及产品结构优化使得公司综合毛利率上升3.62个百分点，贡献毛利2,820.16万元；

2015年净利润上升的主要原因为，营销网点布局调整及强化内部管理，使得当年销售费用下降2,961.68万元。

综上所述，报告期，公司产品结构优化、营销网络布局调整、广告投放方式调整等营销策略调整，均为公司顺应行业发展趋势和执行公司发展战略进行的正常商业调整。通过上述营销策略调整并通过加强内部管理、开源节流，公司在营业收入降低的同时盈利能力不断提升，进一步提升了公司的抗风险能力和市场竞争力。

（3）未来发展趋势

综上所述，报告期内，公司通过对门店结构的调整、产品结构升级、内部绩效考核激励等多项措施，使得公司在行业调整期中保持了良性发展趋势，报告期公司净利润水平稳步增长，进一步提升了公司的抗风险能力和市场竞争力。

2016年，随着黄金价格回升以及前期市场需求透支影响的逐渐消除，国内居民对珠宝首饰的消费水平逐渐恢复。

公司通过不断努力，明确“轻时尚”的产品定位，“爱尚金”、“爱尚炫”、“爱尚彩”等系列产品，增强公司品牌在年轻客户群中的影响力，提升产品定价能力。通过募投项目的实施将扩大公司销售区域，品牌市场影响力进一步提升，为公司进一步提高可持续发展能力创造有利条件。

（四）主营业务毛利率的变动趋势及原因分析

1、主营业务毛利率变动分析

（1）主营业务毛利率整体变动趋势

2014年度、2015年度和2016年度，公司主营业务毛利率分别为21.11%、20.98%和24.43%。2015年主营业务毛利率较上年基本保持稳定，2016年较上年毛利率较上年增加3.45个百分点。

报告期内公司主营业务毛利率变动的主要原因如下：

一是报告期公司产品品类结构不断优化,公司“爱尚金”、“爱尚炫”和钻石饰品销售收入占主营业务比重由2014年的41.90%提升至2016年的48.45%,自营模式下“锦绣金”销售占计克类黄金饰品的比重从2014年的46.75%提升到68.37%。通过产品结构优化,一方面突出了公司“轻时尚”的品牌战略,凸显公司与其他公司的产品定位差异,另一方面也提升了公司的盈利能力和竞争力。

二是报告期黄金市场价格波动较大,2013年黄金市场价格处于近年来高位,故2014年公司计克类黄金期初库存成本较高,导致2014年计克类黄金毛利率较低;2014年至2015年黄金市场价格震荡下降,但波动不大,故金价变动对2015年计克类黄金的毛利率影响不大;2016年黄金市场价格快速上升,使得2016年公司计克类黄金毛利率提升较多。

随着公司产品品类结构的逐步优化,“轻时尚”的品牌定位逐步提升,公司的抗风险能力逐步加强,黄金价格波动对公司盈利能力的影响逐步降低,报告期公司盈利能力不断提升。

2、分产品毛利率分析

最近三年,公司主营业务分产品毛利率情况如下:

产 品	2016 年度	2015 年度	2014 年度
素金饰品	16.75%	13.49%	10.68%
镶嵌饰品	35.25%	33.32%	37.96%
其他	3.68%	43.61%	0.20%
主营业务毛利率	24.43%	20.98%	21.11%

注:公司其他产品收入金额较小,主要为银饰品、劳务以及材料配饰等。2014年、2016年,公司以银饰品等作为赠品回馈给客户,导致其他业务毛利率变动较大。

公司2014~2015年主营业务毛利率分别为21.11%、20.98%,基本保持稳定;2016年主营业务毛利率为24.43%,较上年增加3.45个百分点,主要影响因素为:

◆ 受益于品类结构优化,公司毛利率相对较高的钻石饰品、爱尚炫和爱尚金销售收入占比较上年提高6.35个百分点,该三类产品合计影响使得公司2016年度毛利率较上年提高2.51个百分点;

◆ 受益于国际金价上升,公司计克类黄金饰品毛利率提升,使得公司2016年度毛利率较上年提高0.87个百分点。

2016年公司主要细分品类的毛利率较上年变动情况如下表所示:

产品大类	细分品类	2016年度		2015年度		毛利率变动贡献 (百分比)
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	
素金饰品	计克类黄金饰品	13.56%	44.95%	10.40%	50.31%	0.87
	爱尚金	31.59%	9.00%	37.34%	6.58%	0.38
	铂金饰品	17.61%	2.13%	15.07%	2.70%	-0.03
镶嵌饰品	钻石饰品	33.43%	31.43%	31.36%	29.53%	1.25
	爱尚炫	40.90%	8.01%	40.14%	5.99%	0.88
小计		—	95.52%	—	95.11%	3.35

注: 毛利率变动贡献=2016年毛利率*销售占比-2015年毛利率*销售占比。

由上表可见, 上述五类产品合计对公司 2016 年毛利率提升贡献 3.35 个百分点, 占 2016 年度主营业务毛利率提升额 (3.45 个百分点) 的 97.10%。具体分项产品毛利率变动情况说明如下:

① 计克类黄金饰品

受益于国际金价上升, 及工费相对较高的计克类“锦绣金”产品销售占比提高, 公司计克类黄金饰品 2016 年度较 2015 年度毛利率提高 3.16 个百分点。

2016 年度国际金价从年初开始价格快速上涨, 公司计克类黄金销售的挂牌价系与国际金价挂牌价格联动, 因此销售价格相应上涨。受益于上年库存成本相对较低以及当年采购与销售存在一定时间差, 产品销售毛利率得以提高;

除此之外, 公司持续优化产品结构, 主动减少传统计克类黄金的铺货, 增加“锦绣金”销售比重, 2016 年自营模式下锦绣金销售占计克类黄金饰品的比重从 2015 年的 51% 提升到 68%。锦绣金毛利率较传统计克类黄金高 (平均高 3~4 个百分点), 因此整体毛利率较 2015 年有所提高。

② 钻石饰品

2016 年, 公司钻石饰品毛利率较上年提升 2.07 个百分点, 主要系基于对零售市场有所回暖的趋势性判断, 公司 2016 年降低钻石饰品折扣力度, 直营门店及专柜零售折扣率从 2015 年度的平均 12% 左右降至 2016 年度的 10% 左右, 使得钻石饰品整体毛利率相应上升。

③ 爱尚炫

爱尚炫 2016 年度较 2015 年度毛利率提高 0.76 个百分点, 变动较小。

爱尚炫为公司 2016 年度主推的产品系列之一, 开发的新品因设计款式及价

格等方面受到年轻消费群体的欢迎,因此销售收入同比增加**15.81%**,销售占比较上年提升**2.02**个百分点。综合影响使得爱尚炫产品对公司主营业务毛利率贡献率同比增加**0.88**个百分点

④ 爱尚金

爱尚金 2016 年度较 2015 年毛利率降低**5.75**个百分点,主要系爱尚金为按件销售,公司规定只有当国际金价与公司定价基准差额超过**30**元/克,且持续时间超过**2**个月才进行调价。产品调价需要一定周期,2016 年度国际金价从年初开始快速上涨,公司爱尚金采购成本提高,但售价未相应调整,导致毛利率降低。

但爱尚金系公司 2016 年度主推的产品系列之一,整体销售收入占比较 2015 年提高**2.42**个百分点。虽然产品毛利率有所下降,但收入占比的提升仍然使得爱尚金产品对公司主营业务毛利率贡献率同比增加**0.38**个百分点。

综上所述,2016 年度公司主营业务毛利率提升**3.45**个百分点,主要系:

①毛利率相对较高的钻石饰品、爱尚炫和爱尚金销售收入占比 2016 年度较 2015 年度提高**6.35**个百分点,该三类产品整体使得公司 2016 年度毛利率较 2015 年度提高**2.51**个百分点;

②受国际金价上升及品类结构调整等影响,使得公司计克类黄金饰品 2016 年度毛利率较 2015 年度提高**0.87**个百分点。

3、分销售模式毛利率分析

最近三年,公司主营业务不同销售模式毛利率情况如下:

模式	2016 年度	2015 年度	2014 年度
直营	30.65%	25.81%	25.64%
专柜	26.34%	20.72%	16.59%
加盟	5.01%	5.40%	8.15%
主营业务毛利率	24.43%	20.98%	21.11%

由上表可见,公司不同销售模式下的毛利率差异较大,总体而言,直营业务毛利率>专柜业务毛利率>加盟业务毛利率,体现了行业一般规律。

具体各模式下毛利率变化分析如下:

(1) 直营业务

◆ 直营模式毛利率稳定增长,其中 2016 年度较上年增加**4.84**个百分点,主要是受益于爱尚金、钻石饰品、爱尚炫等毛利率相对较高的产品销售占比提升,

以及 2016 年国际金价上涨、计克类黄金饰品毛利率同比提高所致。

2014~2015 年度，公司直营业务毛利率保持稳定；2016 年度毛利率较上年增加 4.84 个百分点，主要有以下两方面原因：

1) 毛利率相对较高的产品销售占比提升

公司致力于优化品类结构，2016 年推出“上帝之光”、“永恒印记”等系列高品质钻石饰品，同时不断推动爱尚炫、爱尚金等产品销售以提升销售占比，2016 年直营模式下爱尚金、钻石饰品、爱尚炫三类毛利率相对较高的产品销售占比合计 46.16%，较上年增加 3.5 个百分点，促使公司直营业务毛利率整体提升；

2) 2016 年国际金价上升，以及公司推动“锦绣金”产品销售，使得公司计克类黄金饰品毛利率同比提高。

2016 年国际金价从年初开始价格快速上涨，公司计克类黄金销售的挂牌价系与国际金价挂牌价格联动，因此销售价格相应上涨，受益于上年库存成本相对较低以及当年采购与销售存在一定时间差，2016 年产品毛利率得以提升。

此外，公司主动减少了传统计克类黄金的铺货，增加工费相对较高的计克类黄金饰品“锦绣金”销售比重，2016 年直营模式下锦绣金占比达 65.21%，较上年提升 19.66 个百分点。

受金价提升及锦绣金占比提升影响，公司 2016 年直营模式下计克类黄金饰品毛利率较上年有所提升，促使公司直营业务整体毛利率较 2015 年提高。

(2) 专柜业务

◆ 专柜业务毛利率持续增长，其中 2016 年较上年增加 5.62 个百分点，与公司直营业务毛利率变动趋势及原因基本一致；

◆ 2015 年度较上年增加 4.13 个百分点，主要是计克类黄金、爱尚金和钻石饰品对毛利率的贡献所致，具体如下：

产品品类	2015 年度		2014 年度		毛利率变动贡献 (百分比)
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	
计克类黄金饰品	10.34%	46.90%	5.28%	52.48%	2.08
爱尚金	37.78%	9.38%	31.76%	7.40%	1.19
钻石饰品	27.51%	33.28%	28.51%	29.27%	0.81
其他	30.37%	10.44%	28.82%	10.85%	0.04
合计	20.72%	100.00%	16.59%	100.00%	4.13

注：毛利率变动贡献=2016 年毛利率*销售占比-2015 年毛利率*销售占比。

由上表可见,公司专柜模式下,计克类黄金饰品、爱尚金、钻石饰品合计对专柜业务毛利率提升贡献 4.08 个百分点。具体分项产品毛利率变动情况说明如下:

1) 计克类黄金饰品

2015 年公司专柜模式下计克类黄金饰品较上年上升 5.06 个百分点,主要原因系:

①2015 年零售行业景气度较差,商场加大营销力度,为鼓励商户参与其营销活动,对联营商户进行扣点减免的活动。报告期公司计克类黄金销售扣点情况具体如下:

单位:万元

项目	2014 年度	2015 年度	变动额/变动百分点
扣点金额	1,100.69	626.08	474.61
销售扣点率	8.47%	5.16%	3.31

注:销售扣点率=计克类黄金扣点金额/计克类黄金销售收入

2015 年,商场对公司计克类黄金的销售扣点率下降 3.31 个百分点。主要系因为 2015 年零售行业景气度较差,商场加大营销力度,为鼓励商户参与其营销活动,对联营商户进行部分扣点减免。

②因 2014 年公司计克类黄金期初库存成本较高,导致 2014 年计克类黄金毛利率较低,随着库存逐步消化,2015 年计克类黄金毛利率有所提升,专柜模式下计克类黄金的变动趋势与直营模式保持一致。

2) 爱尚金

2015 年度,因 2015 年黄金市场价格呈下降趋势,公司爱尚金为按件计价,产品调价需要一定周期,2015 年度国际金价呈下降趋势,公司爱尚金采购成本下降,但售价未相应调整,使得爱尚金利率得以提升。

3) 钻石饰品

2015 年公司专柜模式下钻石饰品毛利率有所下降,与直营模式下钻石饰品毛利率变动趋势一致,主要原因系零售行业景气度较差,公司加大了钻石饰品的营销力度。但钻石饰品销售占比从 2014 年的 29.27% 上升至 2015 年的 33.28%,故钻石饰品整体对专柜模式毛利率上升贡献了 0.81 个百分点。

此外,公司优化品类结构的措施在商场专柜得到了更好的执行,毛利率较高

的爱尚金、爱尚炫、钻石饰品销售占比从 2014 年的 42.07% 上升至 2015 年的 49.38%，也使得专柜毛利率得到相应提升。

综上，因公司商场扣点率下降、计件类爱尚金毛利率的提高及毛利率较高的爱尚金、爱尚炫、钻石饰品销售占比增加等三个主要因素，使得专柜毛利率 2015 年度较 2014 年度增长 4.13 个百分点。

(3) 加盟业务

就加盟业务而言，报告期毛利率呈现逐年下降的态势。主要系公司加盟业务起步较晚，为了加快加盟业务的拓展，同时引导加盟商增加“三爱一钻”系列的销售，公司自 2015 年起加大镶嵌饰品的折扣率，导致加盟业务毛利率下降。但公司加盟规模逐渐提升，有利于未来公司进一步扩大品牌知名度。

4、分销售模式各类产品毛利率及与同行业上市公司比较分析

报告期公司各销售模式下分产品主营业务毛利率如下表所示：

单位：%

销售模式	产品品类	2016 年度	2015 年度	2014 年度
直营	素金	19.89	16.23	14.27
	镶嵌	45.32	41.15	42.43
	其他	21.70	60.61	19.46
	直营业务合计	30.65	25.81	25.64
专柜	素金	20.21	14.92	8.12
	镶嵌	34.13	29.00	31.75
	其他	-178.85	2.43	-330.12
	专柜业务合计	26.34	20.72	16.59
加盟	素金	3.74	3.39	0.18
	镶嵌	7.51	10.28	24.75
	其他	7.10	-21.40	-84.10
	加盟业务合计	5.01	5.40	8.15

注：上表其他业务主要系少量银饰、配件等产品，主要用于赠品，故毛利率呈负数，但绝对额较小，无重大影响。

报告期公司与同行业上市（拟上市）公司主营业务毛利率情况如下表所示：

单位：%

公司简称	2016 年度 /2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度
老凤祥	8.53*	9.38	9.72
潮宏基	39.20*	36.66	33.42

明牌珠宝	10.25	7.61	8.65
萃华珠宝	11.58*	6.81	7.89
爱迪尔	10.52	20.28	22.13
通灵珠宝	53.99	53.66	53.56
周大生(拟上市)	33.60*	30.69	29.71
平均值	23.95	23.58	23.58
曼卡龙	24.43	20.98	21.11

注 1: 通灵珠宝系 2016 年 11 月 23 日上市;

注 2: 周大生系拟上市公司, 相关数据源自预披露招股说明书;

注 3: 鉴于部分上市公司尚未公告 2016 年度数据, 上表带*为根据 2016 年 1~6 月数据计算得出, 爱迪尔、曼卡龙、明牌珠宝和通灵珠宝为 2016 年度数据。

由上表可见, 报告期公司主营业务毛利率与行业平均水平相当且趋势相同, 但同行业各公司间毛利率水平差异较大, 主要是各公司的业务模式、产品结构差异所致。

目前上市公司中并无在销售模式占比、产品结构方面与曼卡龙完全类似的企业。为提高可比性, 公司从销售模式及产品结构等细分角度与对应可比上市公司进行比较分析。

除周大生外, 其他同行业上市公司未在公开资料中披露不同销售模式下的分产品毛利率, 因此选择以自营模式为主的公司的分产品毛利率作为曼卡龙自营模式销售的比较对象, 选择以加盟模式为主的公司的分产品毛利率作为曼卡龙加盟模式销售的比较对象。

(1) 同行业上市公司主要销售模式及主要产品类别

1) 报告期内, 同行业上市公司主营业务收入按销售模式划分, 占比情况如下表所示:

单位: %

公司名称	销售模式	2016 年度 /2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	主要模式
老凤祥	-	-	-	-	经销
潮宏基	自营	88.77	87.90	89.31	自营
	代理	11.03	11.89	10.12	
	批发	0.20	0.22	0.56	
明牌珠宝	-	-	-	-	经销
萃华珠宝	批发业务	88.10	89.92	88.84	批发
	零售业务	11.90	10.08	11.16	

爱迪尔	加盟	54.22	67.67	65.69	加盟
	经销	44.75	30.30	31.82	
	直营	0.18	0.93	1.42	
	加盟费	0.85	1.10	1.07	
通灵珠宝	直营	32.90	35.75	40.77	自营(直营、 专厅)
	专厅	43.09	43.93	38.46	
	加盟	24.01	20.32	20.77	
周大生 (拟上市)	自营	44.51	44.78	48.94	加盟/自营
	加盟	55.48	55.22	51.06	
曼卡龙	直营	43.40	54.65	62.13	自营(直营、 专柜)
	专柜	38.85	28.92	24.81	
	加盟	17.75	16.43	13.06	

注 1: 老凤祥和明牌珠宝未披露主营业务收入按销售模式划分数据;

注 2: 除爱迪尔、明牌珠宝、通灵珠宝外, 其他可比公司 2016 年年报尚未公布, 上表中曼卡龙、爱迪尔、通灵珠宝均为 2016 年数据。

2) 报告期内, 同行业上市公司主营业务收入按产品类别划分, 占比情况如下表所示:

单位: %

公司名称	产品类别	2016 年度 /2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	主要产品
老凤祥	珠宝首饰	79.75	83.78	88.03	黄金、铂金 饰品
	黄金交易	18.29	13.89	9.53	
	笔类	1.02	1.38	1.38	
	工艺品销售	0.75	0.54	0.65	
	商贸流通	0.08	0.25	0.26	
	其他	0.11	0.17	0.14	
潮宏基	时尚珠宝首饰	62.02	56.56	54.32	时尚珠宝首饰
	传统黄金首饰	27.06	32.33	39.31	
	皮具	10.90	10.98	6.29	
	其他	0.02	0.12	0.08	
明牌珠宝	黄金饰品	86.59	90.16	89.79	黄金饰品
	铂金饰品	5.55	4.51	4.96	
	镶嵌饰品	5.71	3.53	3.54	
	银制(饰)品	0.75	0.57	0.14	
	其他	1.39	1.23	1.57	
萃华珠宝	黄金饰品	96.00	93.79	93.90	黄金饰品
	铂金饰品	0.40	0.45	0.70	
	镶嵌饰品	2.26	3.57	2.86	

	加工费	0.93	1.57	1.78	
	其他	0.41	0.61	0.76	
爱迪尔	钻石镶嵌饰品	59.79	90.33	95.48	钻石镶嵌 饰品
	成品钻	33.22	3.16	1.75	
	其他饰品	6.16	5.42	1.70	
	加盟费	0.84	1.10	1.07	
通灵珠宝	钻石饰品	90.14	88.75	83.87	钻石饰品
	翡翠饰品	6.68	8.42	10.58	
	其他饰品	3.18	2.82	5.55	
周大生 (拟上市)	素金首饰	32.22	33.37	36.96	镶嵌首饰
	镶嵌首饰	56.78	55.04	51.13	
	管理服务费	3.90	4.33	4.10	
	品牌使用费	7.04	7.05	7.63	
	其他	0.06	0.21	0.19	
曼卡龙	素金饰品	58.31	62.27	61.59	—
	镶嵌饰品	41.58	37.62	38.28	
	其他	0.11	0.11	0.13	

注 1: 萃华珠宝年报中未披露主营业务收入按产品类别划分数据, 所以使用营业收入按产品类别划分数据;

注 2: 除爱迪尔、明牌珠宝、通灵珠宝外, 其他可比公司 2016 年年报尚未公布, 曼卡龙、爱迪尔、明牌珠宝、通灵珠宝均为 2016 年数据。

由上表可知: 可比公司中并无在销售模式及产品结构方面与曼卡龙完全类似的企业; 潮宏基、通灵珠宝采取自营为主的销售模式, 其他均以批发 / 加盟为主。

鉴于除周大生外, 其余公司均未披露分模式下的各类产品毛利率, 下文分析时以销售模式可比公司某品类整体毛利率作为比较对象。根据可比公司主要经营模式及主要产品类别, 公司分模式下分产品的毛利率比较对象如下表所示:

比较对象	曼卡龙自营		曼卡龙加盟	
	素金	镶嵌	素金	镶嵌
老凤祥			√	
潮宏基	√	√		
明牌珠宝			√	√
萃华珠宝			√	√
爱迪尔			√	√
通灵珠宝		√		
周大生(拟上市)	√	√	√	√

(3) 自营为主模式下的分产品毛利率比较

单位：%

同行业公司	2016 年度 /2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度	
	素金	镶嵌	素金	镶嵌	素金	镶嵌
潮宏基	10.46	47.97	11.04	47.17	8.93	47.63
通灵珠宝	—	54.07	—	54.29	—	55.10
周大生（拟上市）	20.68	56.10	14.05	54.59	14.32	52.92
平均	15.57	52.71	12.55	52.02	11.63	51.88
曼卡龙自营业务	20.04	39.90	15.79	36.73	12.42	39.62
其中：直营	19.89	45.32	16.23	41.15	14.27	42.43
专柜	20.21	34.13	14.92	29.00	8.12	31.75

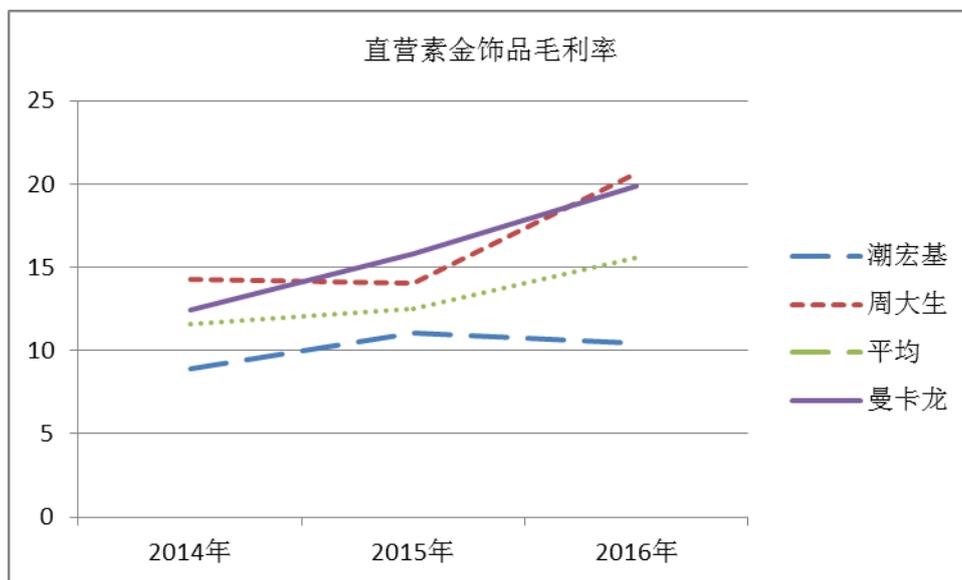
注 1：除周大生外均未披露分模式下产品毛利率，上表潮宏基、通灵珠宝均以该品类整体毛利率数据代替；

注 2：除通灵珠宝外，其他可比公司 2016 年报数据尚未公布，除通灵珠宝、曼卡龙外均系 2016 年 1~6 月数据；

注 3：可比公司镶嵌饰品分类口径并不完全一致，表中潮宏基数据系时尚珠宝首饰毛利率；通灵珠宝数据系钻石饰品、翡翠饰品合计毛利率。

1) 素金饰品

公司自营素金饰品与自营为主模式的同行业公司素金饰品毛利率变动趋势如下图所示：



公司自营模式的素金饰品毛利率略高于潮宏基，与周大生基本持平。

公司素金饰品中包含“爱尚金”、“锦绣金”等高毛利率产品。其中“爱尚金”为计件类黄金饰品，附加值较高，“锦绣金”为高工费计克类黄金饰品，两

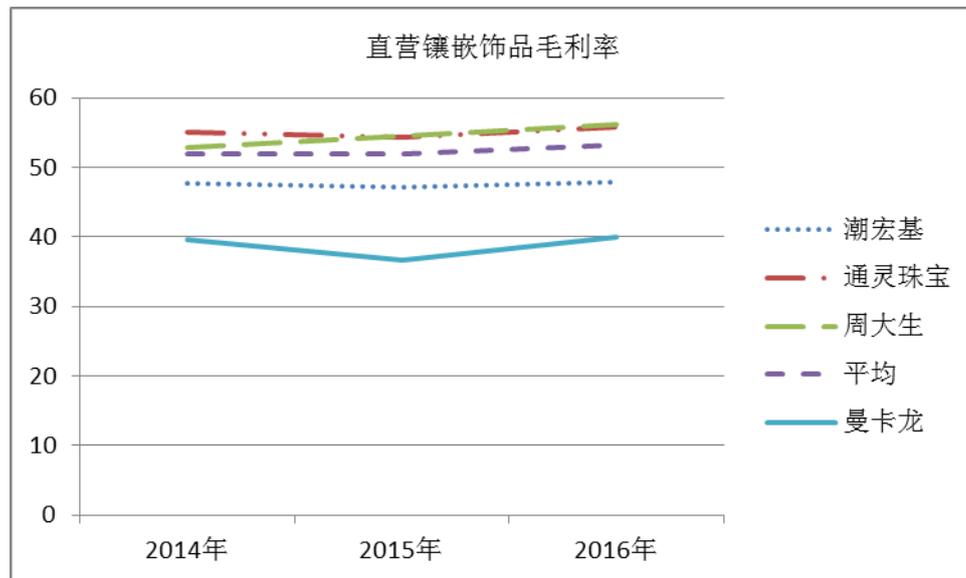
者毛利率均高于传统计克类黄金饰品。潮宏基由于该品类毛利率包含部分加盟业务，且主要系传统黄金饰品，因此公司产品毛利率高于潮宏基。

报告期内，公司自营模式下的素金饰品毛利率逐年提升，2016年受益于金价年初快速上升，毛利率提升较多，与周大生基本一致；除潮宏基外，萃华珠宝、明牌珠宝等以素金产品为主的同行业上市公司2016年素金饰品毛利率均较2015年上升。

整体而言，公司自营素金毛利率与自营为主的同行业上市公司的素金饰品毛利率变动趋势基本一致

2) 镶嵌饰品

公司自营镶嵌饰品与自营为主模式的同行业公司镶嵌饰品毛利率变动趋势如下图所示：



通灵珠宝镶嵌饰品毛利率较高，主要系其中包含的翡翠饰品毛利率高于钻石饰品，通灵珠宝镶嵌饰品中翡翠饰品占比高于曼卡龙。

潮宏基、周大生均系全国性品牌，其品牌影响力、溢价能力相对公司较高，公司自营模式的镶嵌饰品毛利率低于潮宏基、通灵珠宝、周大生及行业均值。

整体而言，同行业镶嵌饰品毛利率相对稳定，报告期公司镶嵌饰品毛利率略低于同行业公司，变动趋势与同行业一致。

(4) 加盟为主模式下的分产品毛利率比较

单位：%

同行业公司	2016 年度 /2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度	
	素金	镶嵌	素金	镶嵌	素金	镶嵌
老凤祥	9.82	—	10.20	—	10.25	—
明牌珠宝	7.36	32.55	5.90	33.05	6.73	30.65
萃华珠宝	9.92	46.59	4.42	32.33	5.51	31.10
爱迪尔	—	16.57	—	20.54	—	21.44
周大生(拟上市)	7.34	20.23	9.74	18.74	1.55	15.82
平均值	8.61	28.99	7.57	26.17	6.01	24.75
曼卡龙	3.74	7.51	3.39	10.28	0.18	24.75

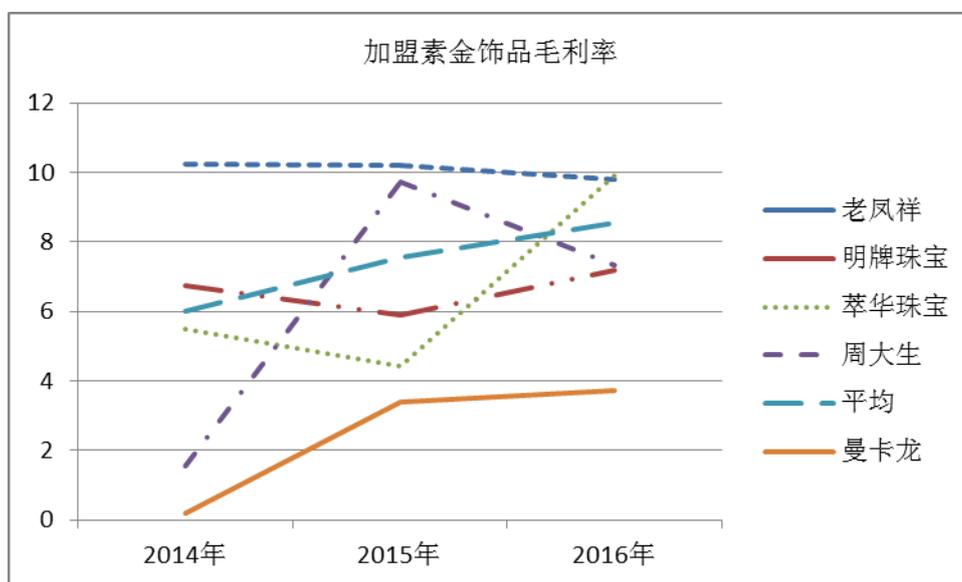
注 1：除周大生外均未披露分模式下产品毛利率，上表其他可比公司均以该品类整体毛利率数据代替。

注 2：除爱迪尔、明牌珠宝外，其他可比公司 2016 年年报尚未公布，除曼卡龙、爱迪尔和明牌珠宝外均系 2016 年 1~6 月数据。

注 3：可比公司产品分类的口径并不完全一致，表中老凤祥数据选取珠宝首饰毛利率，明牌珠宝数据选取黄金饰品、铂金饰品合计毛利率，萃华珠宝数据选取黄金饰品、铂金饰品合计毛利率，周大生数据选取其加盟模式的素金饰品毛利率。

1) 素金饰品

公司加盟模式素金饰品与加盟 / 批发为主模式的同行业公司素金饰品毛利率变动趋势如下图所示：



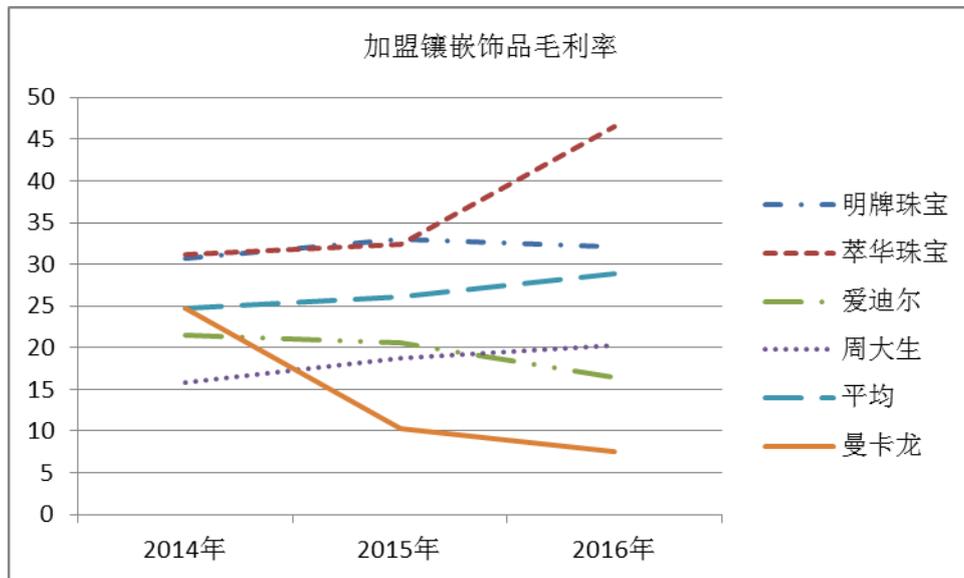
由于公司加盟业务起步较晚，加盟规模、品牌知名度低于可比公司，溢价能力相对较低，因此公司加盟模式素金饰品毛利率低于同行业可比公司及行业均值。

由于各家公司行业地位、发展战略各有不同,对加盟商或经销商的定价策略不一,报告期以加盟/批发为主要模式的可比公司的素金饰品毛利率均有不同程度的波动。

整体而言,报告期公司加盟模式素金饰品毛利率逐年上升,与行业平均变动趋势保持一致。

2) 镶嵌饰品

公司加盟模式镶嵌饰品与加盟/批发为主模式的同行业公司镶嵌饰品毛利率变动趋势如下图所示:



由于加盟规模、品牌知名度低于可比公司,溢价能力相对较低,因此公司加盟模式镶嵌饰品毛利率低于同行业可比公司及行业均值。

由于公司加盟业务起步较晚,为了加快加盟业务的拓展,同时引导加盟商增加“三爱一钻”系列的销售,公司自2015年起大幅降低镶嵌饰品的折扣率,因此毛利率呈现逐年下降的态势。但公司加盟规模逐渐提升,有利于未来公司进一步扩大品牌知名度。

由于各家公司行业地位、发展战略各有不同,对加盟商或经销商的定价策略不一,报告期以加盟/批发为主要模式的可比公司的镶嵌饰品毛利率均有不同程度的波动。

5、毛利率计算的合规性

(1) 报告期内公司收入确认与相关成本费用归集符合配比原则

2014年度、2015年度和2016年度,公司主营业务收入占营业收入比例分

别为 99.90%、99.63%和 99.42%，主营业务突出，主营业务毛利率分别为 21.11%、20.98%、24.43%。其他业务收入主要为向加盟商销售零星物料及加盟费收入，对公司经营状况不产生重大影响。

1) 主营业务收入确认时点和原则

公司销售模式分为直营、专柜和加盟三种模式。各销售模式下收入确认的具体方法为：

①在直营模式下，公司通过设立曼卡龙珠宝的直营店，直接向顾客进行销售，在商品销售给顾客并收取货款时确认销售收入。

②在专柜模式下，公司在百货商场设立专柜，将商品销售给顾客并由商场统一收取货款，公司按照扣除商场扣点后的金额确认收入，相应货款由公司与商场每月进行结算。

③在加盟模式下，公司根据加盟商订货要求将商品发至加盟商处（款到发货），经加盟商确认并签收入库后确认收入。

2) 主营业务成本核算方式

公司主营业务成本主要为产品成本。产品的来源主要分为两类，对外直接采购成品和委托加工生产。

①对外直接采购成品的成本核算

公司采购主要根据销售计划按需采购，并根据日常销售情况及订单变化进行及时补货。直接采购商品按照采购单验收入库，采用个别计价原则，确认单件商品成本。

②委托加工生产的成本核算

采用委托加工方式生产公司产品的业务流程：公司提供具体产品设计样式或加工要求，由公司提供所有或部分原料，由受托加工企业负责生产工序，公司对产品进行逐个质量验收，产品使用公司产品商标，由公司独家采购后销售。公司主要通过生产订单排期、产品质量检验等手段来严格控制交货期、产量、质量及工艺处理，以适应公司品牌标准和销售需要。

委托加工方式生产的产品主要包括素金饰品和镶嵌饰品两类，成本归集核算方式如下：

A、素金饰品

黄铂金等素金原料委外加工出库采用移动加权平均法,委外加工收回产品根据产品重量及移动加权平均计算的单位材料成本确认为委外加工产品材料成本。

加工费根据委外加工单位提供加工费结算单确认产品加工费用,包含工厂提供的材料的(如有)及加工费。

材料成本和加工费用合计作为委外加工素金产品单位成本。

B、镶嵌饰品

镶嵌饰品的原料钻石委外加工,采用个别计价法;镶嵌用原料黄铂金委外加工,采用移动加权平均法。

加工费根据委外加工单位提供加工费结算单确认产品加工费用,包含工厂提供的材料(如有)及加工费。

镶嵌饰品生产成本包括委外发出材料成本和委外加工费用。

3) 主营业务成本归集与主营业务收入确认相匹配

公司采用个别计价法单独核算每件产品的成本,销售产品时,确认收入并同时结转对应产品的成本。公司的业务特点和核算方式确保了主营业务成本归集与主营业务收入确认相匹配。

(2) 主营业务成本和期间费用构成项目划分合理

1) 主营业务成本构成项目

公司主营业务成本主要是素金饰品产品成本和镶嵌饰品产品成本,公司采用个别计价法单独核算每件产品的成本。

2) 期间费用构成项目和核算方式

公司销售费用主要由工资及福利、房租及装修费、广告品牌费、办公差旅费、折旧费、水电费和招待费等构成。其中,工资及福利、房租及装修费和广告品牌费合计占销售费用比例在 90%左右。工资及福利、房租及装修费和广告品牌费的核算方法如下:

①工资及福利费:根据公司员工工作岗位划分,门店店长及店员、专柜负责人及店员工资、福利、社保等费用计入销售费用。

②房租及装修费:公司直营店房租费用按照权责发生制原则,确认为当期损益;直营店、专柜装修费用确认长期待摊费用,并在收益期内平均分摊确认为销售费用。

③广告品牌费：广告费为公司通过包括电台、电视等在内的媒体发布发生的费用，按照权责发生制原则确认为销售费用；品牌费包括品牌设计及品牌宣传活动费用，按照权责发生制原则确认为销售费用。

公司管理费用主要是工资及福利、办公、差旅费和其他费用等。其中工资及福利、办公、差旅费的核算方法如下：

①工资及福利费：根据公司员工工作岗位划分，公司管理人員工资、福利、社保等费用计入管理费用。

②办公、差旅费：办公、差旅费包括管理人員的日常办公费用和临时到常驻地区以外地区公务出差所发生的城市间交通费、住宿费、伙食补助费和市内交通费等。管理人員的办公、差旅费属于直接支付费用，在发生当期直接计入管理费用。

公司财务费用主要是利息支出和刷卡手续费等。

3) 营业成本与期间费用划分合理、界限明确

公司主营业务成本主要是素金饰品产品成本和镶嵌饰品产品成本，公司采用个别计价法单独核算每件产品的成本。产品的来源分为两类，对外直接采购成品和委托加工生产。公司无生产环节，不存在制造费用分摊的情况。

期间费用不包括产品成本，不存在与主营业务成本范围交叉的情况。

综上所述，公司产品成本和费用归集划分合理，界限明确。

(3) 关于报告期公司综合毛利率变动分析

2014~2016 年度公司综合毛利率分别为 21.14%、21.22%、24.84%，其中主营业务毛利率 2014~2016 年度分别为 21.11%、20.98%、24.43%，其他业务毛利率 2014~2016 年度分别为 52.74%、84.33%、95.17%。

1) 主营业务毛利率变动分析

2014~2016 年度公司主营业务毛利率分别为 21.11%、20.98%、24.43%，主要系公司逐步优化产品结构、调整营销网点布局等初见成效。

报告期销售模式毛利率及销售占比对公司主营业务毛利率贡献情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
主营业务毛利率	24.43%	20.98%	21.11%
主营业务毛利率增长幅度（百分点）	3.45	-0.13	-
其中：直营毛利率贡献	2.65	0.11	-
直营销售占比变动贡献	-3.45	-1.93	-

专柜毛利率贡献	1.63	1.02	-
专柜销售占比变动贡献	2.62	0.85	-
加盟毛利率贡献	-0.06	-0.36	-
加盟销售占比变动贡献	0.07	0.18	-

公司 2016 年度主营业务毛利率较上年增加 3.45 个百分点主要系直营业务毛利率上涨、专柜业务毛利率上涨和专柜销售占比上涨贡献较多。

按照销售模式、销售品类计算毛利率及销售占比对 2016 年度主营业务毛利率上涨的贡献情况如下：

单位：百分点

品类	项目	直营	专柜	加盟
素金饰品	毛利率贡献	1.23	0.90	0.04
	销售占比变动贡献	-1.74	0.00	0.01
镶嵌饰品	毛利率贡献	0.87	1.54	-0.13
	销售占比变动贡献	-1.13	1.81	0.08
其他	毛利率贡献	-0.03	-0.02	0.00
	销售占比变动贡献	0.00	0.00	0.00
小计		-0.80	4.24	0.00

如上表所述，公司 2016 年度主营业务毛利率较上年增加 3.45 个百分点，主要原因为：

①专柜销售占比上升贡献 2.62 个百分点，系公司为了迎合消费者一站式消费趋向，逐步增加专柜数量及销售比重，其中专柜镶嵌饰品销售占比贡献 1.81 个百分点，主要得益于公司 2016 年引入“上帝之光”、“永恒印记”等钻石产品，同时加大镶嵌饰品在专柜的推广力度；

②专柜毛利率贡献 1.63 个百分点，主要系镶嵌饰品毛利率贡献 1.54 个百分点。2016 年公司引入的“上帝之光”、“永恒印记”等钻石产品相对毛利较高，同时为了充分利用专柜面积，公司专柜铺货倾向于高毛利产品；

③为适应消费者一站式消费趋向，公司逐步减少了街边直营店的数量，相应直营店销售占比下降，素金饰品、镶嵌饰品占比下降对 2016 年度主营业务毛利率上涨分别贡献了-1.74 个百分点和-1.13 个百分点；

④报告期公司逐步优化销售结构，素金饰品“爱尚金”及高工艺、高毛利产品比重上升，直营、专柜模式下素金饰品毛利率上升分别贡献了 1.23 个百分点

和 0.90 个百分点。

2) 其他业务

报告期公司其他业务收入主要系向加盟商销售零星物料及加盟费等收入，占营业收入比重分别为 0.10%、0.37%、0.58%，占比极低，对公司经营状况不产生重大影响，对公司综合毛利率贡献极小。

(4) 报告期公司毛利率计算公式

综合毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入，公司主营业务毛利率=（主营业务收入-主营业务成本）/主营业务收入。

综上所述，报告期内公司收入确认与相关成本归集符合配比原则，公司产品成本和费用归集划分合理，公司毛利率计算合规且依据充分。

三、现金流量分析

最近三年，公司各期现金流量基本情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动现金流入小计	79,411.37	90,605.41	107,577.52
经营活动现金流出小计	76,115.04	84,417.86	100,143.66
经营活动产生的现金流量净额	3,296.33	6,187.56	7,433.85
投资活动现金流入小计	2.02	36.55	559.75
投资活动现金流出小计	251.26	55.60	402.09
投资活动产生的现金流量净额	-249.23	-19.06	157.66
筹资活动现金流入小计	2,000.00	30,654.12	16,241.22
筹资活动现金流出小计	7,685.30	32,866.19	24,938.96
筹资活动产生的现金流量净额	-5,685.30	-2,212.07	-8,697.74
现金及现金等价物净增加额	-2,736.29	3,862.46	-1,165.97
现金及现金等价物余额	2,818.66	5,554.95	1,692.49

(一) 经营活动现金流量分析

最近三年，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,296.33	6,187.56	7,433.85
净利润	5,116.24	3,048.41	2,364.29

最近三年,公司经营活动产生的现金流量净额合计为 16,917.74 万元,高于同期净利润合计额 10,528.94 万元,公司资金运转与经营规模保持高度契合,总体经营状态良好。

最近三年,公司净利润和经营活动产生的现金流量净额具体影响因素如下:

单位:万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
净利润	5,116.24	3,048.41	2,364.29
加:资产减值准备	82.98	421.57	158.78
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	314.90	384.22	400.41
无形资产摊销	20.45	26.75	19.95
长期待摊费用摊销	24.55	111.57	304.34
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	105.85	53.61	-9.17
固定资产报废损失	22.01	-	-
公允价值变动损失	-	9.58	348.55
财务费用	180.72	439.16	594.03
投资损失	-	38.33	-253.58
递延所得税资产减少	42.23	-31.12	-47.46
递延所得税负债增加	56.74	-157.01	-92.26
存货的减少	-1,922.97	4,226.41	4,181.03
经营性应收项目的减少	-871.42	-297.38	1,448.09
经营性应付项目的增加	124.03	-2,086.53	-1,983.16
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	3,296.33	6,187.56	7,433.85

最近三年,公司存货的增减情况及经营性应收应付项目的增减情况是导致公司经营活动现金流量净额大幅变动的主要原因。

受商场专柜开闭店影响,2015 年度公司经营性应收项目增加额较上年增长有所上升,公司经营活动净现金流较上年下降。2016 年度,存货金额净增加 1,922.97 万元,上年度存货金额净减少 4,226.41 万元,导致公司经营活动净现金流较上年下降较多。

(二) 投资活动现金流量分析

最近三年,公司投资活动产生现金流量情况如下:

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	2.02	17.88	22.83
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	-	18.66	536.92
投资活动现金流入小计	2.02	36.55	559.75
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	251.26	55.60	402.09
投资支付的现金	-	-	-
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	-	-	-
投资活动现金流出小计	251.26	55.60	402.09
投资活动产生的现金流量净额	-249.23	-19.06	157.66

报告期公司投资活动现金流入主要为收到其他与投资活动有关的现金，投资活动现金流出全部为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。其中收到其他与投资活动有关的现金系收回黄金期货保证金：2014 年公司收回黄金期货保证金 536.92 万元；2015 年公司收回黄金期货保证金 18.66 万元；2015 年，公司结清黄金租赁及黄金期货业务，2016 年公司没有收到其他与投资活动有关的现金。

(三) 筹资活动现金流量分析

最近三年，公司筹资活动产生现金流量情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	2,000.00	30,500.00	13,700.00
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	154.12	2,541.22
筹资活动现金流入小计	2,000.00	30,654.12	16,241.22
偿还债务支付的现金	7,500.00	26,500.00	17,993.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	85.30	4,957.99	568.01
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-

支付其他与筹资活动有关的现金	100.00	1,408.20	6,377.95
筹资活动现金流出小计	7,685.30	32,866.19	24,938.96
筹资活动产生的现金流量净额	-5,685.30	-2,212.07	-8,697.74

公司筹资活动主要是取得借款及偿还债务。2014年、2015年，公司筹资活动现金流入与当年“偿还债务支付的现金”和“分配股利、利润或偿付利息支付的现金”合计金额大致相当，2015年筹资活动产生的现金流量净额较上年大幅上升，主要系2014年归还黄金租赁支付的现金较多计入“支付其他与筹资活动有关的现金”。2016年，公司归还银行借款较多，使得筹资活动产生的现金流量净额较上年减少。

四、资本性支出分析

(一) 最近三年重大资本性支出

2014年、2015年和2016年，公司投资活动现金流出分别为402.09万元、55.60万元和251.26万元，主要为新购设备及办公软件等。

报告期内，公司资本性支出均围绕公司主业进行，不存在跨行业投资的情况，目前亦未计划在未来进行跨行业投资。

(二) 未来可预见的重大资本性支出计划

截止本招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资项目外，公司无可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资项目及其对公司主营业务和经营成果的影响详见本招股说明书之“第十三节 募集资金运用”。

五、公司财务状况和盈利能力的未来趋势

(一) 影响公司未来发展的主要因素

1、行业发展

随着城镇化水平的提高和消费水平升级，珠宝首饰消费需求大幅增长。我国已成为全球最重要的珠宝消费市场，虽然近两年行业景气度下降，但从长期来看，对珠宝首饰的消费需求将会持续增长。行业景气度下降，是挑战也是机遇，公司将持续创新，积极培育市场，提升“曼卡龙”品牌知名度，促进公司主营业务收

入稳步增长，提高产品盈利能力。

2、募集资金影响

如果本次发行成功，募集资金到位后将进一步扩大公司的资产规模，提高公司的抗风险能力和综合竞争能力。同时，本次募集资金项目的正常运营，将扩大公司自营店经营区域，品牌市场影响力得到提升，为公司进一步提高盈利能力创造有利条件。

3、其他因素

发行上市除了为公司提供稀缺的资金，还将进一步促进公司内部控制体系的完善，改善公司法人治理结构，提升公司管理水平，提高公司知名度和影响力，有利于提高公司的获利能力和盈利水平。

(二) 公司财务状况和盈利能力的未来趋势

公司目前流动资产占总资产比例较大，资产流动性好。本次发行募集资金到位后，主要将用于增设直营店以及专柜，公司的流动资产规模将持续增长。公司未来将继续加强存货和应收账款管理工作，提高资产运营效率。

本次公开发行募集资金投资项目正常运营后，将使公司销售规模大幅提高。公司直营店的扩张将使公司盈利能力和抗风险能力增强。同时设计物流中心的投资建设将会增强公司珠宝首饰新款式的设计开发等能力，提升公司的综合竞争实力。

预计未来几年，公司盈利能力将随着募投项目的不断实施和正常运营而持续提升，公司整体竞争实力将进一步增强，行业地位会进一步提高。

六、或有事项及期后事项分析

截至本招股说明书签署之日，除“第十五节 其他重要事实”之所述事项外，公司不存在对财务状况、盈利能力及对持续经营产生重大影响的其他重大担保、未决诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

七、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施

(一) 本次发行对即期回报摊薄的影响

公司本次拟合计发行不超过 5,100 万股普通股以募集资金投资“营销网络建设项目”、“电商管理平台建设项目”、“研发及物流中心建设项目”。假设本次发行新股 5,100 万股,募集资金到位后,公司股本将增加 25%。由于上述募集资金投资项目存在一定的建设期,且“研发及物流中心建设项目”本身不产生直接的经济效益,其立足于夯实公司可持续发展的基础,因此,若本次募集资金到位当年公司净利润自发增长幅度不能超过同期股本增长幅度,则当年基本每股收益和稀释每股收益将低于上年度。

测算本次发行摊薄即期回报的主要假设如下:

1、假设公司于 2017 年 9 月完成本次公开发行;该完成时间仅用于计算本次发行对摊薄即期回报的影响,最终以经证监会核准并实际发行完成时间为准;

2、假设本次发行数量预计为 5,100 万股;

3、假设本次发行股票募集资金总额预计为 25,072 万元,不考虑发行费用等的影响;

4、假设宏观经济环境、政策、行业发展状况、市场情况等方面没有发生重大变化;

5、假设至 2017 年末公司不考虑可能的分红影响,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;

6、假设 2017 年不存在公积金转增股本、股票股利分配等其他对股份数有影响的事项;

7、暂不考虑本次发行募集资金到账后,对公司生产经营、财务状况(如财务费用、投资收益)等的影响;

8、基本每股收益根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》(2010 年修订)的有关规定进行测算;

9、2016 年度公司扣除非经常性损益的净利润为 4,367.92 万元。假设 2017 年扣除非经常性损益后的净利润较 2016 年持平 / 或增长 5%;

10、免责声明:以上假设及关于本次发行前后公司主要财务指标的情况仅为测算本次公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响,不代表公司对 2017 年度经营情况及趋势的判断,不构成公司的盈利预测,投资者不应据此进

行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

项 目	2016 年度	2017 年度	
		发行前	发行后
情形 1:2017 年扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润与 2016 年持平			
普通股股数(万股)	15,300.00	15,300.00	20,400.00
归属于母公司普通股股东的净利润(扣除非经常性损益)(万元)	4,367.92	4,367.92	4,367.92
基本每股收益(扣除非经常性损益)(元/股)	0.29	0.29	0.26
稀释每股收益(扣除非经常性损益)(元/股)	0.29	0.29	0.26
情形 2: 2017 年扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润较 2016 年增长 5%			
归属于母公司普通股股东的净利润(扣除非经常性损益)(万元)	4,367.92	4,586.32	4,586.32
基本每股收益(扣除非经常性损益)(元/股)	0.29	0.30	0.28
稀释每股收益(扣除非经常性损益)(元/股)	0.29	0.30	0.28

注：1、发行前扣非后归属于母公司股东的基本/稀释每股收益=扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润/发行前总股本；

2、发行后扣非后归属于母公司股东的基本/稀释每股收益=扣除非经常性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)。

(二) 本次发行的必要性和合理性

考虑到本次募集资金到位当年存在公司即期回报被摊薄的情形，现就本次发行的必要性和合理性分析如下：

1、有助于提升公司核心竞争力及盈利能力

公司本次募集资金拟投资于营销网络建设项目、电商管理平台建设项目和研发及物流中心建设项目。上述项目的实施，有助于完善公司门店布局，提高公司研发能力及物流能力，增强公司产品的开发能力和电子商务营销及服务能力，不断增强公司核心竞争力和盈利能力。

珠宝首饰行业业务开展需要大量的资金铺底，规模越大的企业，其所需的铺底资金需求量就越大。目前，公司融资渠道单一，通过多种方式筹措资金的需求

较为迫切。若本次发行成功，募集资金到位后将进一步扩大公司的资产规模，提高公司的抗风险能力和综合竞争能力。同时，本次募集资金项目的正常运营，将扩大公司自营店经营区域，品牌市场影响力得到提升，为公司进一步提高盈利能力创造有利条件。

2、有利于公司健全法人治理，保障可持续发展

登陆资本市场是公司进一步深化企业改革，谋求可持续发展，实现公司战略目标的重要举措。通过按照上市公司的要求、资本市场的运行规则，促使公司建立并完善法人治理结构，优化资源配置，提高科学管理水平，充分发挥潜力，适应现代市场经济的竞争要求，为企业的持续健康发展提供保障。同时，通过股票发行并上市，可实现公司股东结构多元化，也有利于加强股东的监督管理，促进企业更好地发挥现有的资源、技术、管理等方面的综合优势，取得更好的经济效益。

3、有利于公司强化品牌建设，提升竞争优势

作为珠宝首饰连锁企业，与行业领先企业相比，公司在营销网络、销售规模、品牌知名度等方面尚存在一定差距。随着行业竞争的加剧以及公司业务规模的扩大，对公司综合实力要求日益提高，迫切需要公司拓展各类融资渠道，加强公司品牌建设，以满足不断加大的研发、设计、渠道建设等方面的投入需求，以进一步提升公司的竞争优势。

通过首次公开发行并上市，公司一方面将建立资本市场的融资窗口，获得发展资金，加快募集资金项目的建设，推动公司主业的发展；另一方面，将大幅提高公司的社会知名度，扩大企业的品牌效应，增强公司对人才的吸引力，有利于提高公司对员工的凝聚力，形成公司发展和人才积聚的良性循环，促进公司整体竞争力的提升。

(三) 本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司本次发行募集资金主要用于营销网络项目、研发及物流中心项目、电商管理平台项目的建设。

上述募投项目的实施，将进一步夯实公司现有业务，并为公司未来发展提供有力的支持。募集资金投资项目正常运营后，公司门店布局将更为完善，技术研

发能力、物流能力及电子商务营销、服务能力不断增强，公司核心竞争力和盈利能力得以进一步提升。

募投项目的顺利实施，将极大地提高公司现有经营业务规模，全面提升公司核心竞争力。因此，上述募投项目的顺利实施是公司现有业务实现后续深层次发展的必要基础，有助于公司“实现曼卡龙品牌的全国性扩张，成为中国珠宝企业的领跑者，将曼卡龙打造成百年品牌”这一战略目标。

公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面均作了比较充分的准备，具体如下：

1、人员储备情况

公司主要管理、技术人员长期从事珠宝首饰连锁业务，已逐渐形成梯队层次合理、知识结构互补、管理经验丰富的专业团队，已经具备运营和管理大规模珠宝首饰连锁企业的经验。

经过多年的培训和有效的薪酬机制运用，公司拥有大量成熟一线员工，保障了公司生产经营的稳定性以及高效，这为本次募投项目的实施奠定了良好的基础。本次募投项目实施中，将从公司原有员工中抽调部分骨干和熟练员工，同时，将向社会招聘部分新员工。

2、技术储备情况

公司具备渠道开发及渠道管理的丰富经验。在渠道管理方面，公司实行“成熟市场+新市场”方式进行管理。这种模式不仅提高了运营效率和执行力，同时也利于公司成熟市场门店的成功经验对新市场开拓方面的指导，利于横向沟通，快速开发市场盲区，扩张网点，加快入市时间，节约资金投入，减少库存。

借助多年来营销网络渠道管理经验，公司已形成一套成熟的管理模式，有力地支持了公司营销网络的拓展与维护。此外，公司建立了一套完善的营销管理人才培养体系，培养了一批营销管理人才，具有丰富的营销网络管理经验，为公司的可持续拓展提供了保证。

经过多年的经营发展，公司在设计管理、品牌管理、采购管理、存货与物流管理、渠道管理、资金管理、会计核算、投融资管理方面形成了一整套完整的管理制度，尤其是对于珠宝行业连锁经营最为重要的品牌、渠道、存货和现金管理方面积累了丰富的经验，形成了一整套行之有效的内控体系。

公司已经建立了一系列科学的、执行力度大的管理章程和制度,确保企业信息化系统稳定、有效的运行。对库存和配货及网点销售情况进行监控,确保产品销售渠道和现金流动的通畅。

3、市场建设情况

公司在华东地区拥有一定的品牌影响力,在浙江省内属于强势品牌,已形成以浙江地区为核心,逐步辐射周边省份的多层次销售网络。

公司在多年的发展过程中,及时把握珠宝行业的发展机遇,形成了以创意销售为主、生产外包为辅的运营模式,具备强大的供应链整合能力,建立了“自营+加盟”销售网络,公司在江浙等地的大型城市核心商圈开设自营店,在周边等较小城市的核心商圈通过加盟店销售,形成了高效率和高覆盖的营销网络,为公司产品提供了优质的营销渠道。

上述市场建设工作作为公司未来业务拓展奠定了良好的基础。

(四) 公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

1、积极推进实施公司发展战略,提升公司核心竞争力

在珠宝首饰零售业快速发展的当下,公司将秉承“不仅设计时尚珠宝,更设计生活梦想”的理念,在巩固现有行业地位的前提下以优质的产品和服务进一步开拓市场,将公司品牌打造成具有国际影响力的珠宝品牌。加大对品牌建设和产品设计的投入,通过让消费者在多个渠道获得更畅快、更一致的购物体验,同时无缝集成和高效整合后台供应链,进一步巩固和加强公司品牌竞争力,积极开拓中高端市场和国际市场,力争跻身国际顶级珠宝品牌之列。

公司将借助资本市场的力量,进一步完善国内运营布局,加快网络建设,拓展全国市场,逐步提高曼卡龙珠宝的市场占有率,实现曼卡龙品牌的全国性扩张,成为中国珠宝企业的领跑者。

2、强化募集资金管理,提高募集资金使用效率

公司已制定《曼卡龙珠宝股份有限公司募集资金管理制度》,募集资金到位后将存放于董事会设立的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况,确保募集资金得到合法合规使用。

公司将通过对本次募集资金的有效运用,改善融资结构,提升盈利水平,进一步加快既有项目效益的释放,增厚未来收益,增强可持续发展能力,以填补股

东即期回报下降的影响。

3、强化内部控制和加大人才引进，为企业发展提供制度保障和人才保障

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础，为公司发展提供了制度保障。

公司将不断加大人才引进力度，积极拓宽人才引进渠道，实行内部发掘和招揽社会人才相结合，积极引进国内、国际高级专业设计人才，使公司的设计平台与国际行业接轨。同时与高校和知名的国际设计机构联合，通过对口培训等形式，强化设计人员专业水平。建立优秀设计人员人才库，进行人才跟踪，使全世界符合公司品牌定位的设计师都能为其所用。

4、提升产品设计开发能力，不断推出具有竞争力的新产品

对产品开发的高度重视是公司内生增长的重要动力。未来，公司将通过研发及物流中心建设项目，为黄金、钻石、铂金等饰品的创意设计提供辅助设计。进一步扩大研发设计团队，巩固公司的设计优势，提升总体设计能力，增强设计稳定性，充分发挥设计团队的创意和理念，提升曼卡龙珠宝品牌影响力，加强公司持续盈利能力。

5、加大市场拓展力度，深化区域营销网络建设

随着公司业务规模的不断扩大及销售覆盖区域的增多，对营销网络的建设和市场推广能力提出了更高的要求。未来公司将逐步提高营销网络管理效率，形成高效良性可复制的营销网络建设运行模式。依托公司现有的信息化技术和业务体系，线上线下多渠道结合，深度挖掘市场需求。充分发挥公司线下实体店经营优势，最大化结合线上、线下业务，实现“全国库存共享”、“线上交流互动”，虚拟渠道和实体渠道完美结合，从而提升公司整体竞争力，使得公司收入、利润得到持续增长，以更好的回报公司股东。

6、保持和优化利润分配制度，强化投资回报机制

为完善公司利润分配政策，推动公司建立更为科学、持续、稳定的股东回报机制，增加利润分配政策决策透明度和可操作性，公司根据中国证监会的要求，经 2015 年第二次临时股东大会审议通过了上市后适用的《曼卡龙珠宝股份有限公司章程（草案）》和《公司上市后未来三年分红回报规划》，对分红政策进行了

明确,建立了健全有效的股东回报机制。公司将重视对投资者的合理回报,保持利润分配政策的稳定性和连续性。

(五) 相关责任主体关于公司填补回报措施能够切实履行的承诺

1、公司董事及高级管理人员承诺

公司全体董事及高级管理人员将忠实、勤勉的履行职责,维护公司和全体股东的合法权益,并对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺,具体如下:

(1) 承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益,也不采用其他方式损害公司利益;

(2) 承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束;

(3) 承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动;

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

(5) 承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

2、公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东曼卡龙投资、实际控制人孙松鹤承诺:不越权干预公司经营管理活动,不侵占公司利益。

上述填补摊薄即期回报的措施已经公司 2017 年 3 月 2 日召开的 2016 年年度股东大会审议通过。

公司提请投资者注意,公司制定的上述填补摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。公司将在未来上市后定期报告中持续披露填补即期回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

(六) 保荐机构的核查意见

经核查,保荐机构认为:公司关于摊薄即期回报测算的依据和方法合理可靠;本次募集资金到位当年,公司每股收益指标相对上年度每股收益指标将会出现一定程度的下降;本次融资具有必要性和合理性;本次募集资金投资项目围绕公司现有业务展开,关联度较高,公司在人员、技术、市场等方面储备充足;公司已制定切实可行的填补即期回报、增强持续回报能力的措施,公司董事、高级管理

人员、控股股东及实际控制人已对公司填补回报措施切实履行作出承诺，该等措施有助于减少首次发行股票摊薄即期回报的不利影响、有利于公司的健康可持续发展，符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》中关于保护中小投资者合法权益的规定。

第十二节 业务发展目标

本业务发展规划是公司在当前经济形势和市场环境下,对可预见的未来做出的计划和安排。投资者不应排除公司根据经济形势变化和实际经营状况对本业务发展规划进行修正、调整和完善的可能性。

一、发行人的发展战略和发展目标

(一) 公司发展战略

伴随珠宝首饰零售行业快速发展和公司竞争实力不断提高,曼卡龙珠宝以“不仅设计时尚珠宝,更设计生活梦想”为理念,以对待艺术品的态度设计、加工珠宝饰品,创建具有高度责任感、积极进取的团队,提升设计水平和品牌价值。深度挖掘国内珠宝首饰的消费理念与消费文化的变动趋势,加快营销网络建设,拓展中高端市场,不断推进公司的品牌战略,努力将曼卡龙珠宝打造为深获消费者青睐的珠宝品牌。

围绕公司发展战略的三大核心发展理念是:1)品牌是企业的生命线。聚焦“轻时尚”珠宝理念;2)以产品和服务固化品牌个性,以品牌价值推动市场发展;3)大力发展 O2O 营销模式,依托移动互联网及信息系统,实现线上线下无缝对接,进行线上线下的互补。

(二) 公司发展目标

长期目标:在巩固现有行业地位的前提下以优质的产品和服务进一步开拓市场,将公司品牌打造成具有国际影响力的珠宝品牌。加大对品牌建设和产品设计的投入,大力发展 O2O 营销模式,通过让消费者在多个渠道获得更畅快、更一致的购物体验,同时无缝集成和高效整合后台供应链,进一步巩固和加强公司品牌竞争力,并积极开拓中高端市场和国际市场,力争跻身国际顶级珠宝品牌之列。

品牌目标:专注打造曼卡龙珠宝“轻时尚”珠宝理念,让更多世界女性从渴望时尚到拥有时尚,并享受时尚带来更多的光芒。具体可以解读为三个“轻”字。第一个“轻”是年轻的客群,曼卡龙珠宝的目标消费者是 25 岁~35 岁的年轻人;第二个“轻”是可以轻松拥有,它没有昂贵的价格;第三个轻是轻快的时尚,它是女性生活的点缀和心情的表达。

营销网络目标：线上线下多渠道结合，深度挖掘市场需求，持续拓展江浙区域市场。充分发挥公司线下实体店经营优势，最大化结合线上、线下业务，实现“全国库存共享”、“线上交流互动”，虚拟渠道和实体渠道完美结合。

管理目标：适时引进国际同行业先进的经营管理理念，以先进的信息化系统作为手段、以公司现有的管理制度为基础，以国外先进的管理制度为标准，追求卓越、完善绩效管理为目标，整合业务流程，完善规章制度，提升公司的财务、人事、销售、品牌、创意开发、公司治理等方面的管理水平。

二、发行人发行当年及未来两年的发展计划

（一）整体计划

曼卡龙珠宝作为中国珠宝行业的区域性强势品牌之一，正在进行积极的战略转型以成为高附加值的国内一流首饰品牌。在发行当年及未来二至三年，曼卡龙珠宝将继续立足珠宝首饰业，各方面战略将围绕品牌建设展开。

公司计划引进国内外优秀人才，提升公司的设计水平和生产能力，进一步完善国内运营布局，加快网络建设，拓展全国市场，逐步提高曼卡龙珠宝的市场占有率，实现曼卡龙品牌的全国性扩张，成为中国珠宝企业的领跑者。

（二）具体发展计划

珠宝首饰产业竞争的基本模式是从成本竞争，到渠道竞争，最终落到品牌知名度竞争，到品牌区分度竞争。品牌区分度竞争要求产品与服务的区分度，最终的结果是要求品牌与产品特性的双向联想。基于上述认知，曼卡龙将实现公司发展战略和目标的具体发展计划的立足点放在品牌推广与产品开发，并在此基础上加强市场拓展，最终实现品牌、产品和市场的多维度并举。

1、品牌推广计划

品牌推广计划是公司最为重要的规划之一。在发行当年及未来二至三年，公司计划实施如下措施以增强曼卡龙珠宝的品牌附加值：

（1）将品牌标准化建设置于公司战略的首要位置，公司拟聘请欧洲专业时尚品牌推广团队对公司的品牌定位、传播策划和品牌推广提供专业意见。

（2）加大品牌推广力度，公司将在未来二至三年内增加用于品牌推广的经

费，紧紧围绕公司终端消费人群定位，重点在移动媒介精准投放广告。

(3) 加强公司终端卖场的建设，强化对专柜、直营店、加盟店等的规范化管理，通过持续培训，使员工牢固树立品牌服务意识。

(4) 短期内主攻“曼卡龙”品牌，集中优势资源以实现在全国市场的突破。

(5) 划分产品系列，为未来的多品牌运营做好铺垫。

2、产品设计开发能力提升计划

品牌的生命力是产品赋予的，没有特色鲜明、创造品牌个性的产品，品牌无法持续不坠。为提升公司产品开发和设计能力，公司计划在未来二至三年内，持续增加用于设计开发和相关配套建设的经费：

(1) 紧紧围绕“时尚、情感”的珠宝设计理念，持续完善和提升公司“三爱一钻”系列产品线，使之成为品牌战略性产品线。

(2) 公司拟在深圳购置场地实施研发及物流中心建设项目，主要职能为黄金、钻石、铂金等饰品的创意设计、计算机辅助设计；配合品牌管理部的品牌推广方案，进行新产品开发应答，并负责设计、评审等工作。

(3) 进一步扩大研发设计团队，巩固公司的设计优势，提升总体设计能力，增强设计稳定性，充分发挥设计团队的创意和理念；通过对现有的设计团队的调整，可以有效地对原有设计内容进行补充，形成多层次创意理念，增强设计研发能力，提升曼卡龙珠宝品牌影响力。

(4) 通过与高校和知名的国际设计机构联合，通过对口培训等形式，强化设计人员专业水平；积极拓宽人才引进渠道，实行内部发掘和招揽社会人才相结合，积极引进国内、国际高级专业设计人才，使公司的设计平台与国际行业接轨，确保公司引进的产品，充分满足客户的需求。

(5) 建立优秀设计人员人才库，进行人才跟踪，使全世界符合公司品牌定位的设计师都能为我所用。

3、市场拓展计划

(1) 公司计划初步建成一个覆盖华东主要地区的营销网络；逐步提高营销网络管理效率，形成高效良性可复制的营销网络建设运行模式。

(2) 公司计划利用部分募集资金投入电商平台的建设，在充分发挥现有先进的企业信息化平台的基础上，进一步加强电商管理能力。

(3) 继续巩固现有的自营+加盟的连锁模式，在核心城市的核心商圈建立自营店，在非核心城市或区域以加盟店为主，待自营店市场培育成熟，积极推动自营转加盟。

(4) 紧紧围绕公司的主营业务，依托公司现有的信息化技术和业务体系，以市场发展和客户需求为指引，进行技术升级，充分发挥公司线下实体店经营优势，最大化结合线上、线下业务，实现“全国库存共享”、“线上交流互动”，虚拟渠道和实体渠道完美结合。

(5) 建立一流而高效的售后服务体系，以优质服务提升曼卡龙珠宝的竞争力。

三、拟定上述计划所依据的假设条件

公司拟定上述计划主要依据以下假设条件：

1、本次股票发行能够尽快完成，募集资金能及时到位，募集资金拟投资项目能顺利如期完成；

2、公司所遵循的现行法律、法规以及国家有关行业政策将不会发生重大变化，并能被较好执行；

3、公司所在行业及市场处于正常的发展状态，原材料价格和产品售价均能处于正常变动范围内，不会出现重大的市场突变情形；

4、公司主要经营所在地区以及业务涉及地区的社会经济环境无重大变化；

5、不会发生对公司经营业务造成重大不利影响以及导致公司财产重大损失的任何不可抗力事件或任何不可预见的因素。

四、实施上述计划将面临的主要困难以及实现上述计划拟采用的途径

募集资金到位前，由于融资渠道有限，发展所需的资金是最大问题。目前公司业务发展所需要的资金主要通过自有资金和银行贷款解决，因此资金短缺是公司实施上述计划的最大障碍。

本次募集资金到位后，公司的资产规模将迅速增长。在资金运用规模扩大和

业务快速拓展的背景下，公司在资源配置、运营管理、资金管理以及内部控制等方面将迎来新的挑战。此外，公司战略计划的实施必须有相应的人才支持，创意、营销和管理等方面人才的引进和培养将是公司发展过程中的重中之重。

为克服面临的困难，使计划得以顺利实施，公司将加强内部管理，在不断提高产品质量的同时充分发挥公司的成本控制优势，提高市场竞争力；加大设计开发投入的力度，提升公司自主原创设计能力，进而提高公司的核心竞争力；通过增加人才培养和引进方面的投入，不断提高员工素质，并在努力打造核心技术核心工艺的同时组建一个成熟的团队；加大市场开拓力度，凭借品牌优势、质量优势及渠道优势，不断提高公司产品市场份额；持续健全和完善公司法人治理结构，强调规范运作，力争尽快成功上市，募集资金到位后加快拟投资项目的建设进度，使新增产能和渠道网络尽快带来经济效益，进一步提升公司的竞争优势。

五、业务发展规划与现有业务的关系

公司现有业务是上述发展计划的前提和基础，为业务发展规划提供有力的支持，发展计划的顺利实施，将极大地提高公司现有经营业务规模，全面提升公司核心竞争力，两者相辅相成。公司通过强化品牌建设和人才培养、引进，将逐步增强公司产品的文化内涵和内在价值，提升业务竞争力。因此，公司的发展计划是现有业务后续发展的要求，也是现有业务的深层次发展，具有延续性和承袭性，都服务于“实现曼卡龙品牌的全国性扩张，成为中国珠宝企业的领跑者，将曼卡龙打造成百年品牌”这一战略目标。

第十三节 募集资金运用

根据公司未来发展战略规划,公司本次募集资金将围绕主营业务进行,主要用于营销网络项目、研发及物流中心项目和电商管理平台项目的建设,以完善公司门店布局,提高公司技术研发能力及物流能力,增强公司产品的开发能力和电子商务营销及服务能力,从而不断增强公司核心竞争力和盈利能力。

一、本次发行募集资金金额及使用安排

(一) 募集资金总量及投资项目

经公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过,公司本次拟向社会公开发行 5,100 万股,占发行后总股本的 25%。公司首次公开发行股票募集资金扣除发行费用后的净额将主要用于以下项目:

单位:万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投入金额	项目核准/备案情况
1	营销网络建设项目	20,674	20,674	萧开经发[2015]7号
2	电商管理平台建设项目	2,236	2,236	萧开经发[2015]8号
3	研发及物流中心建设项目	2,162	2,162	深罗湖发改备案[2015]0052号
	合计	25,072	25,072	

发行人募集资金投资项目均已完成项目备案,符合国家产业政策;上述募集资金投资项目建设内容不产生废水、废气和固体废物的污染,对环境不会造成相关不利影响;不涉及耕地占用等,符合国家环境保护、土地管理等相关法律法规。

经核查,保荐机构、发行人律师认为:发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

(二) 实际募集资金超出募集资金投资项目需求或不足时的安排

若本次发行实际募集资金低于募集资金项目投资额,不足部分公司将通过自筹资金解决。

若本次发行实际募集资金高于募集资金项目投资额,剩余部分将补充至其他与主营业务相关的营运资金。

募集资金到位前,公司可根据营销网络建设项目的实际进度,以自有资金或

者银行借款支付项目所需款项,募集资金到位后,公司可使用募集资金置换前期投入募集资金投资项目的资金。

(三) 本次募集资金专户存储安排及管理制度

为了规范募集资金的管理,提高募集资金使用效率,切实保护投资者合法权益,公司依照相关法律法规并结合实际情况,制定了《曼卡龙珠宝股份有限公司募集资金管理制度》,该制度已经公司第二届董事会第十五次会议及 2015 年第二次临时股东大会审议通过。

该制度对募集资金存储、使用、变更、管理与监督等内容进行了明确规定。根据《曼卡龙珠宝股份有限公司募集资金管理制度》的要求并结合公司生产经营需要,公司对募集资金采用专户存储制度,对募集资金实行严格的审批制度,便于对募集资金使用情况进行监督,以保证募集资金专款专用。本次发行所涉及的募集资金将以上述制度为基础,进行规范化的管理和使用,切实维护公司募集资金的安全、防范相关风险、提高使用效益。

(四) 董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

1、本次募集资金有明确的使用方向,并全部用于主营业务

本次募集资金投资项目为进行强化营销网络、提升公司品牌、提高信息化水平和产品创新能力,进一步提高市场竞争力,本次募集资金全部用于本公司主营业务。

本公司本次募集资金不存在持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的情况,不存在直接或者间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司的情况。本次募集资金投资项目实施,有利于本公司进一步扩大业务规模,增强本公司竞争力。

2、本次募集资金数额和投资项目与本公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应

营销网络建设项目可以扩展和完善公司在华东地区的营销网络,有利于公司提高主营业务规模,拥有高端珠宝品牌的连锁运营能力,进一步提升公司的品牌影响力以及在公司国内珠宝首饰零售市场行业中的地位;电商管理平台建设项目拟对公司销售平台系统、库存管理系统、顾客关系管理系统等 ERP 系统及硬件

运行环境进行全面升级, 可以为公司管理和营运模式创新提供数据及决策平台, 有利于提高企业运营效率和效益, 为公司实现战略规划提供保障; 研发及物流中心有利于加速新产品开发和推广进程, 新增珠宝首饰款式的设计能力, 提高公司的市场竞争能力。本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模相适应。

截至 2016 年 12 月 31 日, 本公司总资产 45,923.85 万元、净资产 37,403.62 万元, 本次募集资金投资项目总投资为 25,072 万元、拟募集资金为 25,072 万元, 占公司最近一期总资产的 54.59%。本次募集资金数额和投资项目与公司现有财务状况相适应。

公司门店开拓经验丰富, 与国内多家大型百货连锁集团进行长期合作, 具有良好的品牌影响力, 为项目的实施奠定了良好的基础。经过多年的经营发展, 公司在设计管理、品牌管理、采购管理、存货与物流管理、渠道管理、资金管理、会计核算、投融资管理方面形成了一整套完整的管理制度, 尤其是对于珠宝行业连锁经营最为重要的品牌、渠道、存货和现金管理方面积累了丰富的经验, 形成了一整套行之有效的内控体系。

本公司管理层长期任职于本公司, 具有丰富的珠宝零售行业管理经验。本公司实施了经营团队持股方案, 形成了有效的长期激励机制, 经营团队凝聚力较强, 确保本公司在技术和管理上的优势地位。本次募集资金数额和投资项目与公司现有技术水平和管理能力相适应。

综上, 本次募集资金数额和投资项目与本公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

(五) 募集资金运用对同业竞争和独立性的影响

上述募集资金投资项目的实施主体均为本公司, 募集资金投资项目实施后, 不会与控股股东之间产生同业竞争或者对本公司的独立性产生不利影响。

二、募投项目的背景

(一) 产业政策支持

近年来, 为鼓励珠宝首饰零售行业的发展, 国家在原材料供应、交易平台和

税收等方面均出台了相应支持政策。加入世贸组织后,政府出台一系列税收扶持政策,包括黄金交易所黄金交易增值税即征即退,钻石交易所成品钻石销售环节增值税免征等。2003年国务院发布《国务院关于取消第二批行政审批项目和改变一批行政审批项目管理方式的决定》,取消了黄金、白银购买、生产、加工及进出口相关行政审批许可,标志着珠宝行业步入市场经济轨道。

2003年中国玉石珠宝首饰协会发布《中国珠宝玉石首饰行业自律公约》,珠宝行业协会与政府相关机构合作加强行业规范建设,进一步促进行业朝着公平、公正、合法、有序的方向健康发展。

2012年商务部发布《“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》,明确在“十二五”期间,目标商品零售规模保持稳定较快增长,社会消费品零售总额年均增长15%,零售业增加值年均增长15%;形成大型零售企业整体优势进一步增强,跨区域发展成效显著,中小零售企业健康发展,零售业结构布局更趋完善,城乡、区域间协调发展的现代零售业。为促进行业协调发展,该《意见》还指出要“鼓励专业店、标准店、会员店连锁化经营”,“加强科技和信息技术应用,加大物联网、云计算等技术在零售业的应用,加强冷链配送、共用托盘、信息管理等技术或设备的研发与采用”,“加强企业管理,提升经营水平。推广供应链管理、电子商务等现代企业管理理念,优化业务流程和交易方式,提升零售企业经营管理水平。”

国家相关政策的实施为项目顺利实施奠定了基础,为项目未来长期、稳定、可持续发展提供了有力支撑。

(二) 我国珠宝首饰消费需求将保持稳定增长

近年来,我国珠宝首饰零售业需求逐年增加,我国珠宝玉石首饰行业规模从2009年的2,200亿元增长到2015年的5,000亿元以上,成为全球珠宝玉石首饰行业增长最为明显的国家之一。虽然近两年受宏观经济形势以及前期黄金消费透支影响,行业景气度下降,但从长期来看,对珠宝首饰的消费需求将会持续增长。黄金首饰的消费群体不再是单一的中老年人,更多的年轻人也加入了黄金首饰的消费群体。

2014年中国人均GDP超过7,000美元,居民消费结构将面临新一轮转型,消费开始多元化,满足生活基本需要的传统型消费占总消费比例逐渐降低,消费

需求开始向实现心理满足和自我价值实现的方向转变,珠宝首饰等消费需求将大大提高。

三、募投项目的具体情况

(一) 营销网络建设项目

1、项目概况

根据企业发展战略和目标,公司拟将部分募集资金投资于营销网络建设,在包括南京、宁波、湖州、杭州、嘉兴、金华 6 个地区新设 11 家直营店和 36 家专柜。新建直营店和专柜与原有直营店、加盟店构成合理区域布局,进一步扩大和完善公司的营销网络。

城市	新建	
	直营店	专柜
宁波	1	7
杭州	2	1
嘉兴	3	7
湖州	1	5
金华	4	6
南京	-	10
合计	11	36

公司拟在三年内完成募投计划,新增直营+专柜面积为 2,820 m²,全部新店投入正常运营后每年可实现销售收入 52,236 万元。项目的实施可进一步提高公司的直营收入比例和盈利能力;扩大营销网络规模,并加强对终端的控制能力;配合企业信息化管理系统和设计中心建设,加快打造“曼卡龙珠宝”成为国内高端品牌的步伐。

2、投资概算

本项目投资总额为 20,674 万元,其中固定资产投资为 2,069 万元,主要用于门店装修工程建设和设备投资。本项目根据市场状况和公司历史经验估算,总计需投入 17,750 万元用于直营店和专柜的铺货。

单位: 万元

序号	类别	投资额	占比	第一年	第二年	第三年
1	装修投入	1,905	9.21%	615	705	585
2	设备投入	164	0.79%	51	63	49
3	直营店租金	855	4.14%	275	430	150
4	铺货资金	17,750	85.86%	5,875	6,325	5,550
4.1	直营铺货	6,050	29.26%	1,650	2,750	1,650
4.2	专柜铺货	11,700	56.59%	4,225	3,575	3,900
	合计	20,674	100.00%	6,816	7,524	6,334

3、项目的必要性

(1) 报告期内公司直营店数量减少的原因

曼卡龙的销售模式为以自营销售为主，加盟销售为辅，即在区域中心城市以自营为主，周边地区拓展加盟的方式。自营模式包括直营和专柜。

2014 末、2015 年末、2016 年末公司直营店家数分别为 21 家、17 家、15 家，公司直营店数量逐年下降，原因主要有以下几方面：

1) 近年来大型购物中心一站式消费逐渐成为主流模式，传统商业街沿街店铺人流减少，为适应市场消费变化趋势，公司逐步减少传统沿街直营店家数，同时增设购物中心内直营店及商场专柜。公司 2016 新增 3 家直营店均开设于大型购物中心。

但由于开设新店涉及公司扩张战略、可行性评估、选址考察、人员配备等诸多流程，公司开设新店及关闭旧店速度不能保持同步，导致直营店数量逐年下降。

2) 在资金实力有限的背景下，公司首先通过设立直营店/专柜的方式开拓市场，树立一定品牌效应后再通过加盟方式引导业务有序扩张，通过自营与加盟的有机结合，最终实现曼卡龙品牌的全面提升。

公司在对加盟商经营标准、培训、管理、价格体系等方面进行标准化管理的前提下，充分发挥加盟商的资金优势和渠道拓展能力，在部分非核心商圈的成熟市场，推动数家直营店转加盟。

报告期内公司关闭 10 家街边直营店，新设 3 家购物中心直营店，具体情况如下：

关闭门店名称	关店时间	关店原因
富阳店	2014 年 9 月	转加盟
义乌店	2015 年 3 月	转加盟

宁波天一店	2015年3月	租金过高,同商圈新设天一国购店、宁波二百专柜
上虞店	2015年5月	租金过高,同商圈新设上虞老大通商场专柜
湖州店	2015年8月	转加盟
杭州延安店	2016年1月	租金过高,同商圈新设湖滨银泰商场专柜
海宁店	2016年3月	商圈变化
宁波水晶街店	2016年5月	租金过高,同商圈新设天一国购店、宁波二百专柜
嘉善店	2016年8月	转加盟
绍兴店	2016年8月	租金过高,在同商圈新设绍兴国商商场专柜
新开门店名称	开店时间	店铺地址
萧山加州阳光专卖店	2016年6月	杭州市萧山区北干街道金城路333号LSE城市生活广场二层2092号
万象城专卖店	2016年7月	杭州市江干区四季青街道富春路701号杭州万象城B1层第B1021号商铺
衢州国金店	2016年9月	浙江省衢州市柯城区南街2号国金中心一楼曼卡龙专柜

综上,报告期内公司关闭的10家直营店均为街边直营店,均系公司应对市场环境变化和执行公司发展战略进行的正常商业调整。

直营店在公司品牌形象建设、产品展示和消费者体验营造方面具有不可替代的作用,但是近年来大众集中消费场所从街边店向购物商场转移的趋势逐渐形成,优质的商业中心在客流引导、整体营销活动、同类品牌销售数据管理等方面具有街边店不可比拟的优势,能够让品牌对自己在多个同行业品牌中的性价比、体验值和消费者心理引导方面的数据表现和趋势充分了解。故报告期内公司新设的3家直营店均为购物中心直营店,公司与直营店所在商场签署租赁合同,按期向商场支付租金,接受公司直营事业部的统一管理。

(2) 募投项目继续建设直营店的原因、必要性及合理性

根据企业发展战略和目标,公司以募集资金20,674万元投资于营销网络建设,在包括南京、宁波、湖州、杭州、嘉兴、金华6个地区新设11家直营店和36家专柜,其中7,820.69万元用于建设直营店。

项目的实施可进一步提高公司的自营收入比例和盈利能力,扩大公司营销网络规模,提升公司零售终端在区域内的覆盖广度和深度,增强公司品牌的知名度和影响力,加强对零售终端的控制能力,提升公司整体竞争力。

报告期内，公司直营店数量逐年下降，募投项目仍继续建设直营店的原因、必要性及合理性如下：

1) 报告期直营店数量下降是公司应对市场环境变化进行的正常商业调整

报告期公司直营店数量下降是公司应对市场环境变化和执行公司发展战略进行的正常商业调整，在核心城市的核心商圈建立直营店，以直营店实现品牌形象与品牌文化的传播，并带动其他业务的发展是公司的长期发展战略，本次募集资金拟投资的直营店建设项目为在杭州、宁波等核心城市的大型购物中心建设购物中心直营店。

募投项目仍继续建设直营店主要是基于以下考虑：首先随着近年来我国城市化进程的发展，消费者的消费习惯也出现了新的特点，多数城市建设了大量的集休闲、购物、娱乐为一体的休闲购物中心等商业地产项目（如万象城等），公司通过与商业地产开发商签订门店租赁协议开设直营店可以充分享受其消费集群效应；其次，随着公司的品牌影响力的提高以及被更多的消费者认可，公司可以与商业地产开发商协商签订一揽子的门店进驻协议，分享商业地产商扩张的成果，节约公司寻找门店资源和租金谈判的成本；最后，由于直营店的门店租金相对固定，公司开设直营店能更多的享有收入增加带来的规模效应。

2) 渠道拓展是当前行业竞争力的核心

目前，我国较世界发达国家人均珠宝消费额显著偏低，随着我国居民收入水平的提高及消费结构的升级，我国珠宝首饰零售市场需求将进一步扩大。从行业本身特点来讲，目前我国珠宝首饰零售行业集中度较低，未来市场竞争将会加剧，行业整合更加深入，行业内不注重设计、品牌建设乏力、零售渠道狭窄的企业将会在竞争中被淘汰。加强渠道建设来拓展销售，以在日益激烈的竞争格局中胜出，是曼卡龙珠宝获得更大市场份额，成为行业领先企业的必然选择。

本项目旨在扩展和完善华东地区的营销网络，有利于公司提高主营业务规模，拥有高端珠宝品牌的连锁运营能力，保持公司在国内珠宝首饰零售市场的竞争优势，进一步提升公司在行业中的地位。

3) 营销网络建设符合未来行业发展趋势

随着消费者对珠宝首饰品质要求的提高，知名度高、有品牌信誉的珠宝产品越来越受到青睐，在消费升级驱动本行业增长的现阶段，品牌优势对于扩大客户

群体和市场影响力，增加客户忠诚度有着举足轻重的作用。

本项目计划建立覆盖面更广的销售网络，旨在将品牌宣传与终端销售更紧密地集合在一起。以直营零售网络终端作为企业形象、品牌形象的直接宣传渠道，为消费者提供良好的服务体验，将消费者对于品牌的关注具体转化为对新店及新产品的关注，提高消费者进店频率，进而有效地提升品牌形象、产品形象和销售业绩。

4) 扩大自营规模是发挥自营模式优势的需要

曼卡龙珠宝选择自营为主、兼顾加盟的销售模式。自营模式的主要优点在于毛利率远高于加盟模式，盈利能力强，并且对门店具有完全控制能力，有利于公司维护品牌形象，从而避免了加盟模式对门店的控制能力较弱，品牌维护成本较高，外延扩展过快可能导致管理滞后的缺点。曼卡龙珠宝选择自营模式进行渠道扩张更有利于品牌建设，公司大幅提升直营店数量，充分发挥直营店在品牌形象建设、产品展示和消费者体验营造方面不可替代的作用，以最为直接的方式向消费者传达“曼卡龙珠宝”的品牌形象和“不仅设计时尚珠宝，更设计生活梦想”的价值观，诠释公司珠宝饰品的品牌文化，实现品牌形象与文化的传播，有助于提升品牌影响力，对周边区域及下属县市区形成辐射作用，提高整个区域内门店的经营绩效。此外，曼卡龙珠宝具有的产品品质保证和售后服务等方面的优势将在自营模式中逐渐显现，体现出自营渠道终端反馈功能的重要性。

5) 优化营销网络布局的需要

截至 2016 年 12 月 31 日，公司已建立起以浙江为中心的营销网络，拥有 57 家直营店/专柜、34 家加盟店，近年取得了良好的销售业绩。从分布区域来看，公司直营店主要位于浙江地区，网点密集度和品牌认知度较高，是公司重点发展的成熟市场。但是公司在华东其它区域的营销网络建设相对滞后，市场的辐射力和渗透力不足，阻碍了对当地客户信息、市场需求信息的把握。

本次项目拟在南京、宁波、湖州、杭州、嘉兴、金华 6 个地区新设 11 家直营店和 36 家专柜。直营店旨在发挥辐射作用和示范作用，达到“以点带面”的效果；同时，本着谨慎投资的原则，公司充分发挥专柜建设资金占用少、风险较低、市场见效快等优势，加强同国内主要百货连锁集团的合作，进行专柜的建设。本项目将继续巩固公司华东地区市场，渗透华东地区的一二线城市，形成涵盖华东

区域、辐射能力更强的营销网络，增强销售网络稳定性，实现对目标客户的有效覆盖。

6) 有利于公司获得稀缺的门店资源

国内大中型城市的核心商圈是指该市高级百货、客流量大的商业中心或区域性中心。核心商圈一般交通便捷、商业发达、人流量大，是零售业的必争之地，资源较为稀缺。在各类不同的核心商圈中，具有高级百货、高档购物中心等高端零售渠道的综合性购物商圈最适合从事珠宝首饰的销售。珠宝首饰零售对门店位置要求非常高，地段好、价格适中的门店资源一直是业内企业抢夺的热点。目前，北京、上海、深圳、天津、南京、苏州、杭州等一线城市的商业规划日渐成熟，优质门店资源越来越稀缺，竞争愈加激烈，而二、三线城市正处在城市化进程提速、商圈建设数量和规模不断增加的黄金时期。通过本项目的建设实施，公司旨在南京、宁波、湖州、杭州、嘉兴、金华重要市场的核心商圈进行战略性布局，抢占优质的门店资源，把握市场先机，促进公司长远发展战略的实现。

7) 有利于进一步降低营销成本

直营店是公司珠宝饰品设计理念的体现，是公司对外宣传的名片，直营店的建立具有良好的广告效应。合理的店面布局不仅可以增加公司在原有市场的品牌知名度，还能辐射新的市场，有效减少公司的广告投入，提高宣传效果。

同时，直营店和专柜的建设也将有效分摊公司人力和物力投入费用。在原有渠道、物流、仓储库存及各项管理资源有效整合的前提下，营销网络规模的扩大能够有效地降低单店的营销成本及各项费用，增加利润空间。

综上所述，报告期内公司直营店数量下降是公司应对市场环境变化和执行公司发展战略进行的正常商业调整，从长远来源，营销网络建设及扩大自营规模符合未来行业发展趋势、能够发挥公司自营模式优势的需要、优化营销网络布局、有利于公司获得稀缺的门店资源并进一步降低营销成本，有利于提高公司的市场竞争力，故公司以募集资金投资建设直营店有其必要性和合理性。

4、项目的可行性

公司自设立以来一直从事珠宝首饰零售连锁业务，截至 2016 年 12 月 31 日，曼卡龙品牌零售终端网点共计 91 家，其中直营店 15 家，专柜 42 家，加盟店 34 家。公司本次发行募集资金均围绕主营业务开展，公司拟以募集资金 20,674

万元投资于营销网络建设项目,在包括南京、宁波、湖州、杭州、嘉兴、金华6个地区新设11家直营店和36家专柜。

截至2016年12月31日,公司直营店、专柜家数与本次募集资金项目建设情况比照如下表所示:

项目	募投前门店家数	本次新增门店家数	项目完成后门店家数	增长比例
直营店	15	11	26	73.33%
专柜	42	36	78	85.71%
自营店合计	57	47	104	82.46%

本项目的实施可进一步提高公司的自营收入比例和盈利能力,扩大公司营销网络规模,提升公司零售终端在区域内的覆盖广度和深度,增强公司品牌的知名度和影响力,加强对零售终端的控制能力,提升公司整体竞争力。

募投项目中的营销网络建设项目与公司现阶段自身的发展规模、运营能力和市场拓展能力匹配,募投项目具有合理性和可行性,具体如下:

(1) 公司具备渠道开发及渠道管理的丰富经验

报告期内,公司积极开拓零售终端网店,公司零售终端从2014年初的68家上升至2016年的91家,公司通过与国内具有影响力的百货连锁集团进行合作,大力发展购物中心直营店和商场专柜。公司门店开拓经验丰富,与国内多家大型百货连锁集团进行长期合作,具有良好的品牌影响力,为项目的实施奠定了良好的基础。在渠道管理方面,公司实行“成熟市场+新市场”方式进行管理。这种模式不仅提高了运营效率和执行力,同时也利于公司成熟市场门店的成功经验对新市场开拓方面的指导,利于横向沟通,快速开发市场盲区,扩张网点,加快入市时间,节约资金投入,减少库存。

借助多年来营销网络渠道管理经验,公司已形成包含开店流程、店铺审核、店铺形象管理、店员培训、订货制度、产品价格控制、信息化管理系统、店铺营销活动、货品管理、资金结算、店铺绩效考核和激励机制等方面的一套成熟直营店管理模式,有力地支持了公司营销网络的拓展与维护。此外,公司建立了一套完善的营销管理人才培养体系,培养了一批营销管理人才,具有丰富的营销网络管理经验,为公司的可持续拓展提供了保证。

(2) 项目建设已具备较高的品牌知名度

公司以自主创新为核心竞争力,坚持走品牌经营路线,凭借稳健的发展、日

臻成熟的品牌形象，曼卡龙在浙江省内获得了广泛的品牌知名度、美誉度和忠诚度，在市场上形成了良好的口碑，为公司实现在全国市场的突破打下了坚实的基础。近年来公司及其旗下的“MCLON 曼卡龙”品牌先后获得“中国珠宝首饰业驰名品牌”、“杭州市著名商标”、“浙江服务名牌”、“浙江省著名商标”、“中国广告长城奖”、“2015年度中国珠宝玉石首饰行业优秀企业”等荣誉。

公司拟在增加新的销售区域，完善营销网络，投入更多资源于销售终端，通过扩大销售范围增加市场份额。与此同时，相应调整整体品牌营销策略，由当前以各区域地市为主的品牌推广投入转化为各大区品牌推广模式，建立知名度与销售额螺旋上涨的良性模式。

(3) 高效的管理运营能力

经过多年发展，曼卡龙已创造出一套特有的管理模式，公司与各部门之间实行“内部市场化暨绩效考核”管理模式。

公司在设计管理、品牌管理、采购管理、存货与物流管理、渠道管理、资金管理、会计核算、投融资管理方面形成了一整套完整的管理制度，尤其是对于珠宝行业连锁经营最为重要的品牌、渠道、存货和现金管理方面积累了丰富的经验，形成了一整套行之有效的内控体系。

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

5、项目投资的具体情况

(1) 直营店

直营店开设预算主要包括房屋租赁费用、装修费用、店铺铺货金额、设备投资及包含人员费用、培训费用等的流动资金。其中，设备投资以单店设备投入为标准；租金、装修、铺货金额、设备投入情况将以公司现有网络中直营店各项指标作为设计本次项目直营店投资的依据，如下所示：

直营店铺货、装修测算依据

铺货(万元)	550
装修(万元)	75
面积(m ²)	120-150

直营店单店设备投资明细

序号	设备名称	型号	数量	单价(万元)	小计(万元)
1	台式电脑	Dell3010	7	0.33	2.28
2	打印机	松下 1121+	4	0.13	0.52
3	打印机	EPSON LQ-630K	1	0.16	0.16
4	打印传真一体机	三星 4521F	1	0.20	0.20
5	无线扫描枪	欣技 1562	1	0.24	0.24
6	有线扫描枪	立象 AS-8000	5	0.03	0.17
7	监控主机	大华 DH-DVR3204LF-S/N	1	0.35	0.35
8	店内摄像头	大华红外半球	22	0.04	0.79
9	店外摄像头	大华红外防水枪机	3	0.03	0.10
10	监控电源	民生 S-360-12	4	0.02	0.06
11	路由器	TP-LINK 478+	1	0.06	0.06
12	交换机	TP-LINK S1024	1	0.04	0.04
13	电视机	海信 42 寸 LED 液晶	2	0.37	0.74
14	店内功放机	ZODO T-70	1	0.14	0.14
15	店外功放机	JIBOSE AV2303	1	0.14	0.14
16	店内音箱	飞利浦吸顶音箱	6	0.01	0.04
17	店外音箱	JIBOSE 25K	2	0.07	0.14
18	监控显示器	Dell E1913S	1	0.10	0.10
19	驱鼠器	皇猫驱鼠器	3	0.03	0.09
20	多媒体播放器	美丽多 X15(配 8GU 盘)	3	0.03	0.10
21	店外红外报警器	博世红外防水探头	3	0.07	0.20
22	店外红外报警主机	美安福克斯总线 8 防区	1	0.12	0.12
23	店内红外报警器	此为当地 110 指定安装	1	1.50	1.50
合计					8.24

注 1、2、3：年投资额=单店投资额*当年新开店数；直营店第一年新开 3 家，第二年 5 家，第三年 3 家。

本项目计划三年内开设 11 家直营店，店面租金投入为 855 万元，装修投资 825 万元，店面铺货金额 6,050 万元。

直营店投资汇总

	第一年	第二年	第三年	合计
门店数量(家)	3	5	3	11
面积(m ²)	380	640	360	1,380
租金(万元)	275	430	150	855
装修(万元)	225	375	225	825
铺货金额(万元)	1,650	2,750	1,650	6,050
设备投资(万元)	24.73	41.22	24.73	90.69

(2) 专柜

专柜开设预算主要包括装修费用、铺货金额、设备投资及包含人员费用、培训费用等的流动资金。其中，设备投资以单店设备投入为标准；装修、铺货金额、设备投入情况将以公司现有网络中专柜各项指标作为设计本次募投项目中专柜投资的依据，如下所示：

专柜铺货、装修测算依据

铺货(万元)	325
装修(万元)	30
设备(万元)	2.05
面积(m ²)	40

专柜设备投资明细

序号	设备名称	型号	数量	单价(万元)	小计(万元)
1	台式电脑	Dell3010	2	0.33	0.65
2	打印机	松下 1121+	2	0.13	0.26
3	有线扫描枪	立象 AS-8000	2	0.03	0.07
4	监控主机	大华 DH-DVR1604LF-S/N	1	0.20	0.20
5	监控电源	民生 S-360-12	1	0.02	0.02
6	店内摄像头	大华红外半球	9	0.04	0.32
7	路由器	TP-LINK 460+	1	0.03	0.03
8	电视机	海信 42 寸 LED 液晶	1	0.37	0.37
9	多媒体播放器	美丽多 X15(配 8GU 盘)	1	0.03	0.03
10	线材	各类线材	1	0.10	0.10
合计					2.05

注 1、2、3：年投资额=单厅投资额*当年新开店面数；专柜第一年新开 13 家，第二年 11 家，第三年 12 家

本项目计划三年内新设 36 个专柜，装修投资 1,080 万元，铺货金额 11,700 万元，设备总投资 73.65 万元。

专柜投资汇总

专柜	第一年	第二年	第三年	合计
门店数量(家)	13	11	12	36
面积(m ²)	520	440	480	1,440
装修(万元)	390	330	360	1,080
铺货金额(万元)	4,225	3,575	3,900	11,700
设备投资(万元)	26.60	22.50	24.55	73.65

6、项目建设周期及进展

本项目拟实施 11 家直营店和 36 家专柜的拓展，单店建设周期为 4 个月。本项目中所有店铺开设将分批实施，总体建设期预计 36 个月。具体进度安排如下：

直营店单店/专柜单厅进度计划

项目名称	单店/单厅建设进度			
	1	2	3	4
房屋租赁				
招聘及人员培训				
装修及设备安装				

7、环保情况

营销网络建设项目主要通过珠宝首饰销售及专业服务获取价值，业务链不产生废水、废气和固体废物的污染，对环境不会造成相关不利影响。

8、建设地址

南京、宁波、湖州、杭州、嘉兴、金华高档商业区域租赁现有物业。

9、效益评价

预期项目达产后可实现销售收入 52,236 万元，税后财务内部收益率 16.24%，投资回收期 7.19 年(含 36 个月建设期)；项目具有较强的抗风险能力。

(二) 电商管理平台建设项目

1、项目概况

结合公司长期发展规划对电商平台信息化建设的需求，本项目拟对销售平台系统、库存管理系统、顾客关系管理系统等 ERP 系统及硬件运行环境进行全面升级。项目总投资 2,236 万元，购置用于系统开发的相关软硬件设施，以及招聘

开发、测试等技术人员。通过本项目的实施，公司将建立一个采购、销售、仓储物流、客服、财务、管理及决策等统一协同的电商管理平台，以提高公司管理效率；为公司管理和营运模式创新提供数据及决策平台，以提高企业运营效率和效益，为公司实现战略规划提供保障。电商管理平台主要职能为对企业信息系统规划、业务系统建设及改造，实现商业智能化，打造适合线上线下顾客关系的管理系统。

2、投资概算

本项目总投资 2,236 万元，主要为软件以及硬件设备投入，具体情况如下：

序号	项目	募集资金投入（万元）	占比
1	软件投资	1,580	70.66%
2	硬件设备投入	576	25.76%
3	人力成本	80	3.58%
	合计	2,236	100.00%

3、项目的必要性

（1）项目建设保障企业电子商务运营的基本条件

近年来，以互联网为核心的电子商务发展迅速，同时在网络环境下，企业的管理模式、运营模式也发生了根本的变化。电商企业用电子商务作为平台和媒介手段，使整个商贸活动电子化，提高了运营效率。实施电子商务管理平台建设是企业提高电子商务运营能力的基本的条件。

珠宝类电子商务零售具有经营产品种类多、库存量大等特点，这要求公司在产品采购、销售和仓储物流配送的过程中有同时具备高度自动及快速反应的能力，确保企业在发展中保持自身的管理与竞争优势。

随着国内珠宝电商市场竞争的日益加剧，行业集中度将逐步提升，业内主要企业电商平台建设程度将是衡量珠宝电商企业核心竞争力的重要标准。电商管理平台的持续升级建设是有效提高公司响应速度、提升公司核心竞争力的必要手段。

（2）提高公司对数据分析的能力及决策的科学性

目前，国内珠宝类类线上零售企业在经营方面主要存在以下问题：① 库存和物流控制不畅；② 销售预测和计划缺乏科学量化分析；③ 缺乏对供应商管理，从而造成销售预测失真、库存资金积压、坏帐增加等风险。

本次系统升级模块之一即为主数据系统模块，对数据统计分析系统模块的升级改造，有助于改善公司运营中的诸多问题，如提升运营效率，提升广告投放性价比，提升网站访问的转化率，提升平台整体收入，实现企业商业智能化和建立在数据基础上的运营。可为公司在客户管理、运营、仓储物流等多方面提供大数据支持，为企业在动态的、复杂的市场环境下做出科学合理的战略决策提供准确的数据支持。

曼卡龙数据统计分析系统将采用信息化数据平台，通过运用数据分析和数据挖掘等技术，对企业在日常运营中取得的基础数据，包括市场数据、网站流量数据、产品被关注和浏览数据、产品销售数据等，进行统计、管理、分析深加工，把原始数据转化成为指导决策的有用信息，帮助决策层准确、快速地对市场变化做出判断和分析，制定出对企业最有利的商业策略。

(3) 提高公司客户关系管理水平

随着电子商务更加快速的发展，客户关系管理的重要性越来越突出。客户关系管理实施于电商企业的市场营销、销售、服务与技术支持等与客户相关的领域。核心思想是以客户为中心，把客户作为最重要的企业资源，通过对客户分析，及时了解客户的需求，从而建立长期稳定的客户关系，并使企业的客户资源管理全面走向信息化、电子化和流程化。客户关系管理具有三方面的优势：首先，客户关系管理能够提升企业的核心竞争力。其次，客户关系管理能够提高企业管理水平和运营效率。最后，客户关系管理能够增加企业收益、降低成本。电子商务环境下的客户关系管理是利用信息技术的发展所创建的一种新型的顾客满意管理，使电商企业和客户之间的交流更加方便、频繁和便捷。电子商务环境下的客户关系管理与传统商务环境下相比，又具有三方面的优势：客户服务流程与方法的整合、重在一对一的营销和交互的实时性。

目前，公司建立的顾客关系管理子系统仅局限于客户消费信息的简单搜集，还未能实现更为精细准确的信息分析和挖掘。本次项目公司通过客户关系管理系统实现对客户全面的信息管理，这些信息包括售后服务、物流配送产品质量、促销广告认知度、顾客广告活动信息、顾客酒品消费取向、消费心理、消费习惯，通过对客户信息的管理，可以使企业进行深层次数据分析，从而发现最有价值的消费者、新的市场和潜在的客户群，创造业务良机。

同时，升级的企业信息化管理系统可以实现实时的数据交换，增强企业客户间的关系，加快客户服务与支持响应速度，从而提升整体销售能力和服务水平，增强企业在电子商务领域的竞争优势。

(4) 提升库存管理水平

随着公司业务规模的扩大，原有库存管理系统已无法满足公司业务发展中对仓储物流效率的更高要求，升级势在必行。

本项目将原有库存管理系统进行升级，进一步增加信息准确度、减少中间环节、节省人力物力；此外配合新系统建设的总仓--分仓库存管理模式，将大大提高公司的仓储物流管理技术，大大提高作业效率，降低运营成本，有效保证服务质量。

本项目将配备相应软硬件设备对原有库存管理系统进行升级，实现仓储物流信息化。项目的实施将进一步优化仓储物流体系，大幅削减拣货时间，防止出货错误，以提升仓储物流领域的技术水平。通过精准的存货管理、提高仓储各环节工作效率、实现工作流程可追溯，提高客户体验。

4、项目的可行性

(1) 顺应电子商务的发展趋势

电子商务是降低成本、提高效率、拓展市场和创新经营模式的有效手段，是满足和提升消费需求、提高产业和资源的组织化程度、转变经济发展方式的重要途径，对于我国优化产业结构、支撑战略性新兴产业发展和形成新的经济增长点具有重要作用。为更好发挥电子商务的推动与引领作用，进一步加快商务领域发展方式转变和结构调整，依据《2006-2020 年国家信息化发展战略》、《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》和《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》，工业和信息化部制定了《电子商务“十二五”发展规划》、商务部先后颁布了《“十二五”规划电子商务发展指导意见》和《促进电子商务应用的实施意见》，对我国电子商务的发展方向、主要目标、重点任务、保障措施等提出了具体要求。

(2) 完善的内控管理制度为信息系统升级改造提供了保证

公司目前已经建立了一系列科学的、执行力度大的管理章程和制度，确保企业信息化系统稳定、有效的运行。

在信息系统开发和改造项目管理方面，公司严格执行系统开发的相关制度及流程，以确保信息系统可靠及安全使用。① 在提出系统开发申请和审核环节进行严格审核；② 在开发系统测试、验收与培训环节进行全面测试、验收、培训、资料归档；③ 在系统开发完成环节坚持平稳过渡线下、线上业务转换，对过渡过程进行有效监控。

在信息系统运维管理方面，公司严格执行系统运维管理流程，确保系统应急预案有效安全运行，系统权限变更合理且用户赋权准确无误，以及正版软件授权合理。在数据安全方面，公司严格按照公司数据安全管理制度执行，确保数据库管理操作正确可行，数据库变更按计划进行，用户授权准确无误。

公司目前的管理体系和健全的内部控制制度，为项目的顺利实施提供了有效保证。

5、项目投资的主要内容

升级后的曼卡龙电商管理平台，主要由库存管理系统、财务管理系统、电商管理系统、客户关系管理系统、销售管理系统、主数据系统、企业服务总线等部分组成。

① 主数据系统

升级的数据统计分析子系统，可进行数据深度挖掘，实现的功能主要有：

1) 建立商品匹配模型，包括客户购买习惯和产品相似度的匹配模型，便于进行选品推荐和关联推荐，有助于在销售平台增加更多的关联销售，增加销售转化率。

2) 建立销售预测模型，依据销售经验和销售表现，通过模型预测出下一次主题销售采购量、销售量、市场反响、运营费用、选品推荐等，为管理层制定决策提供数据依据。

② 销售及库存管理子系统

升级销售管理子系统，完善订货、仓库出货、退货、购货发票处理、供应商管理、价格及供货信息管理、订单管理，以及质量检验管理等功能综合运用能力，实现对物流和资金流的全部过程进行有效的双向控制和跟踪。建设内容主要包括库存预警，销售数量管理，库存周转天数控制，分拨调货管理模块的升级。

③ 客户关系管理子系统

升级客服子系统，加强客服处理订单、用户咨询、售后跟踪、投诉处理的快速反应能力，提高公司的客户体验。企业信息化管理系统客服子系统建设包括四个子项：咨询信息录入、解答信息录入、客诉信息录入、退换货信息录入。通过本系统实施建立客户档案数据，提供相关数据和资料。

对客户关系管理子系统升级是为实现客户沟通所需要的手段（如电话、传真、网络、Email等）的集成和自动化处理，并通过客户数据的分析采集，对积累的客户信息进行分析处理，为企业决策提供支持。其建设模块包括销售模块建设、客户服务模块的信息化建设，升级基本功能模块包括客户管理、联系人管理、时间管理、潜在客户管理、销售管理、电话销售、营销管理、客户服务管理等。

④ 财务管理子系统

财务管理子系统升级可以加强现有财务信息化管理与其他相关信息化管理系统模块的更紧密结合，其可分为会计核算与财务管理两大模块的升级：会计核算模块升级主要是对现有的总帐模块、应收帐模块、应付帐模块、现金管理模块、固定资产核算模块、多币模块、工资核算模块、成本模块进行精细化升级。财务管理模块升级主要是对财务分析、财务预测、自动编制财务计划、财务控制的模块进行精细化升级。

⑤ 电商管理子系统

电商管理子系统建设可以更好地利用网络、信息化统一管理公司的网络销售渠道，提高管理效率。建设内容主要包括对相关电商系统建设承载平台的搭建及软硬件升级，其中包括服务器、容灾服务器、通讯线路、防火墙、机架式机柜、移动存储器、操作系统、容灾备份方案、网络安全方案、系统安全方案、数据库软件等。

项目完成后，曼卡龙将形成更为完善的信息化架构：

公司IT架构



本项目的硬件及软件投资构成如下：

硬件设备投资

序号	设备名称	数量	单价(万元)	小计(万元)
1	IBM P720	2	60	120
2	IBM TMS 810	1	50	50
3	IBM X3850	5	15	75
4	IBM V7000	2	50	100
5	思科防火墙	4	25	100
6	负载均衡	2	50	100
7	VPN 设备	50	0.3	15
8	思科交换机	4	4	16
	合计			576

软件投资

序号	软件名称	数量(套)	单价(万元)	小计(万元)
1	库存管理系统	1	180	180
2	财务管理体系	1	90	90
3	电子商务管理系统	1	190	190
4	顾客关系管理系统	1	90	90
5	销售管理系统	1	130	130
6	主数据系统系统	1	130	130

7	企业服务总线	1	150	150
8	统一用户管理系统	1	30	30
9	办公门户系统	1	30	30
10	采购计划管理系统	1	90	90
11	加盟管理系统	1	130	130
12	OA 办公系统	1	30	30
13	人力资源管理系统	1	50	50
14	商业智能 BI	1	160	160
15	ORACLE 数据库	1	100	100
	合计			1580

6、项目建设周期及进展

本项目建设周期为 12 个月，计划分三个阶段实施完成。

项目实施进度

项目计划	项目建设期											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
前期筹备阶段	■	■	■	■	■	■						
设备购买调试阶段				■	■	■	■	■	■			
人员招聘和培训阶段							■	■	■	■	■	■

7、环保情况

本项目实施地点属统一规划的商业办公区域，敏感性小。同时满足对周围环境无粉尘、烟雾、有害气体和放射性物质的要求，因此不会造成相关不利影响。

8、建设地点

曼卡龙杭州现有办公场所。

9、效益评价

项目的实施将提升公司运营管理水平，进一步增强公司的竞争力。公司将以信息化为手段，不断提高自身对供应链、销售平台、仓储物流、资源调配、市场数据挖掘等事项的管理与掌控力，提升公司市场竞争的地位。

(三) 研发及物流中心建设项目

1、项目概况

公司拟在深圳购置场地实施研发及物流中心建设项目，研发及物流中心所需场地面积为 500 m²。研发及物流中心主要职能为黄金、钻石、铂金等饰品的创意设计、计算机辅助设计；配合品牌管理部的品牌推广方案，进行新产品开发应

答，并负责设计、评审等工作；同时，将作为公司未来物流仓储中心投入运营。项目完成后，公司将加速新产品开发和推广进程，新增珠宝首饰款式的设计能力，提高公司的市场竞争能力。

2、投资概算

本项目募集资金总量为 2,162 万元，其中，装修投入 100 万元，硬件设备投资为 30 万元，软件投资 32 万。

序号	项目	募集资金投入(万元)	占比
1	场地购置投入	2,000	92.51%
2	装修投入	100	4.63%
2	硬件设备投入	30	1.39%
4	软件投资	32	1.48%
	合计	2,162	100.00%

3、项目的必要性

(1) 设计能力是珠宝首饰零售企业核心竞争力的体现

珠宝首饰的艺术设计、工艺越来越被消费者看重，产品设计能力已经成为珠宝企业获得市场份额的核心竞争力。目前市场上，国内品牌的珠宝首饰品种相对国际高端品牌而言，设计相对单一、缺乏原创性。近几年国内品牌逐渐意识到设计能力的重要性，加速提高产品设计能力，使得企业竞争力有所提升。

经过多年的发展，公司已具备中高端珠宝品牌运营及连锁经营能力，已经建立起以浙江为中心的销售网络。为适应公司业务的进一步发展，公司必须提升设计能力，把握市场动脉，提升品牌价值。通过研发及物流中心建设项目的实施，公司在完善设计能力的基础上，进一步扩大研发设计团队，增强设计研发能力，提升曼卡龙珠宝品牌影响力。本项目建设顺应行业发展趋势，有利于公司把握市场先机，促进战略目标的实现。

(2) 提升设计能力是适应珠宝消费需求多元化的需要

为满足消费者装饰与投资双重需求，逐步扩大公司销售额和市场占有率，公司拟通过本项目创新产品设计，挖掘文化内涵，实现珠宝首饰产品从雷同化、单一化、浅俗化的现状中走出，逐渐向个性化、时尚化、及文化性靠拢，从赚取加工费的求量经营转向高附加值的精细化生产，使珠宝首饰产品得到新的价值回归。本项目建设有利于把握产品结构多元化带来的设计多样性需求。

(3) 提升设计能力可以有效提高品牌影响力,使产品获得较高的附加值

随着珠宝首饰零售行业的不断发展,新的竞争形势对公司设计和创新能力提出了更高要求,公司需要进一步扩大设计师的创意空间和提高软硬件配置,完善设计团队的基础设置和人员配备,以提高设计效率和设计能力。

(4) 项目建设有利于引进顶尖设计人才和培养优秀的设计团队

目前我国珠宝首饰行业集中度较低,有5万多家各类珠宝企业,但大部分企业规模较小。与国际珠宝企业相比,国内企业设计能力尚有一定差距。未来,随着珠宝首饰行业发展和市场竞争日益激烈,国内品牌企业愈加重视对珠宝设计水平的提升和对高级设计人才的引进。

本项目研发及物流中心的建设为公司吸引高级专业人才搭建重要平台和基础。公司将通过项目的实施加强设计师队伍的建设,采用各种形式吸引优秀的设计人员,通过与高校与知名的国际设计机构联合,通过对口培训等形式,强化设计人员专业水平;积极拓宽人才引进渠道,实行内部发掘和招揽社会人才相结合,积极引进国内、国际高级专业设计人才,使公司的设计平台与国际行业接轨,确保公司引进的产品,充分满足客户的需求。

4、项目的可行性

本项目的建设将会进一步提高公司的设计水平。研发及物流中心将密切关注国际流行趋势、流行款式,通过与供应商、零售终端、品牌部的紧密沟通,形成以市场为导向、以消费者需求为出发点的快速反应设计研发能力。

5、项目投资的具体情况

研发及物流中心主要负责黄金、钻石、铂金饰品的创意与设计,进行产品陈列及展示;配合品牌管理部的品牌推广方案,进行新产品开发应答,并负责设计、评审等工作,加速公司新产品开发和推广进程,提高公司的市场竞争能力。项目除购置及装修500 m²的设计及办公区域外,主要新增以下硬件及软件投资:

新增硬件投资明细

序号	设备名称	数量	单价(万元)	小计(万元)
1	电脑	16	1.00	16.00
2	打印机	2	0.60	1.20
3	复印机-理光 Aficio MP W3601	1	13.00	13.00
	合计			30.20

新增软件投资明细

序号	软件名称	数量	单价(万元)	小计(万元)
1	Jewel CAD	16	2	32
	合计			32

6、项目建设周期及进展

本项目建设周期为 12 个月，计划分三个阶段实施完成。

项目实施进度

项目计划	项目建设期											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
场地购置及装修阶段	■	■	■	■	■	■						
设备购买调试阶段				■	■	■	■	■	■			
人员招聘和培训阶段							■	■	■	■	■	■

7、环保情况

本项目建设地属统一规划的商业区域，敏感性小。同时满足对周围环境无粉尘、烟雾、有害气体和放射性物质的要求，因此不会造成相关不利影响。

8、建设地址

研发及物流中心项目拟建设地点位于深圳市水贝。

9、效益评价

项目实施后，虽不产生直接的经济效益，但研发及物流中心的建设将提升公司整体设计实力、提高核心竞争力，可协助公司把握市场趋势，设计出多系列高品质的产品，满足客户日益增长的多元化需求，且产品开发、设计实力的提升可增强客户对公司的好感度、辨识度，进一步强化公司的品牌优势，协助公司占据更大的市场份额，完成公司成长的战略目标。

四、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响**(一) 对净资产和每股净资产的影响**

募集资金到位后，公司净资产及每股净资产都将大幅提高，这将进一步壮大公司整体实力，提高公司市场竞争力。

(二) 对资产负债结构和资本结构的影响

募集资金到位后，公司的资产总额将大幅提高，短期内资产负债率将大幅下降，有利于提高本公司的债务融资能力，降低财务风险；同时本次发行将增加公司资本公积，使公司资本结构更加稳健，有利于今后公司股本的进一步扩张。

(三) 对净资产收益率和盈利水平的影响

由于募集资金投资项目需要一定的建设期，在短期内净资产收益率因财务摊薄会有一定程度的降低。从中长期来看，本次募集资金项目均具有较高的投资回报率，随着募投项目陆续产生效益，公司销售收入和利润水平将有大幅提高，使公司盈利能力不断增强，竞争力不断提高。营销网络项目全部达产后，公司可新增销售收入52,236万元。

第十四节 股利分配政策

一、最近三年股利分配政策

(一) 利润分配政策

公司充分考虑对投资者的回报,按照股东持有的股份比例分配利润。股利分配遵循同股同权同利的原则,按各股东持有的股份分配股利。公司可采取现金或股票或两者结合的方式分配股利。

(二) 利润分配顺序

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将不少于转增前公司注册资本的 25%。

二、最近三年实际股利分配情况

自报告期期初至招股说明书签署日,发行人进行过一次股利分配,具体情况如下:

根据 2015 年 4 月 7 日公司第二届董事会第十三次会议通过的 2014 年度利润分配预案,公司以 2014 年末总股本 153,000,000 股为基数,向全体股东每 10 股派发现金股利 3.00 元(含税),合计分配普通股股利 45,900,000.00 元(含税)。2015 年 4 月 28 日召开的公司 2014 年度股东大会审议通过了上述议案,全部现金股利于 2015 年 6 月派发完毕。

三、本次发行后的股利分配政策

根据公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过的上市后适用的《曼卡龙珠宝股份有限公司章程(草案)》和《公司上市后未来三年分红回报规划》,公司上市后利润分配政策及分红回报规划如下:

(一) 股利分配原则和方式

公司实行同股同利的股利分配政策,股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。公司重视对投资者的合理投资回报,并保持连续性和稳定性,同时兼顾公司的可持续发展。公司可以采取现金、股票或者现金股票相结合的方式现金或股票等方式分配利润(优先采用现金分红的利润分配方式),利润分配不得超过累计可分配利润的范围,不得损害公司持续经营能力。

(二) 利润分配的条件和比例

1、现金分红的期间间隔

公司在具备利润分配条件的情况下,原则上每年度进行一次现金分红,公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红。

2、现金分红的具体条件

除公司有重大投资计划或重大现金支出安排外,在公司当年盈利、累计未分配利润为正值且满足公司正常生产经营的资金需求情况下,公司应当采取现金方式分配股利。重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一:

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

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

3、现金分红的比例

公司当年如符合现金分红的条件,以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供股东分配利润的百分之二十。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素,区分下列情形,并按照公司章程规定的程序,提出差异化的现金分红政策:

(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%;

(4) 公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的,可以按照前项规定处理。

4、发放股票股利的具体条件:

公司在经营情况良好,并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时,可以在满足上述现金分红的条件下,提出股票股利分配预案。

(三) 公司利润分配方案的决策程序和机制

1、公司每年利润分配预案由董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订。董事会审议现金分红具体方案时,应当认真研究和论证现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜,独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见。独立董事可以征集中小股东的意见,提出分红提案,并直接提交董事会审议。

2、利润分配方案应经董事会审议通过后,方能提交股东大会审议。董事会审议利润分配预案时,须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议。

3、股东大会对利润分配方案进行审议前,应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,包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式,充分听取中小股东的意见及诉求,并及时答复中小股东关心的问题。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

1/2 以上表决通过。

(四) 利润分配政策的调整或变更的决策机制与程序

1、公司将保持股利分配政策的连续性、稳定性。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境的变化，确需调整或变更利润分配政策的，调整或变更后的利润分配政策应符合法律、法规、规范性文件及中国证监会和证券交易所的有关规定和公司章程规定的条件，并经公司董事会审议后提交股东大会表决通过。

2、董事会在审议利润分配政策的调整或变更事项时，须经全体董事过半数表决同意，独立董事应发表明确意见。

3、股东大会在审议利润分配政策的调整或变更事项时，应当为股东提供网络投票方式，并经出席股东大会会议的股东所持表决权的 2/3 以上表决通过。

(五) 利润分配的监督约束机制

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

2、公司应当在定期报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

3、股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

(六) 公司未来分红回报规划

公司将着眼于公司的长远和可持续发展，在综合分析企业经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目

前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、融资能力、银行信贷及债权融资环境等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性。

2016~2018年（上市后适用），公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事会的意见制定或调整股利分配政策。除公司有重大资金支出安排外，在公司当年盈利、累计未分配利润为正且满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的20%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配或公积金转增。各期末未进行分配的利润将用于满足公司发展资金需求。

四、本次发行前滚存利润分配政策

2015年6月2日，公司2015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股票并上市的议案》，根据决议，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共享。

五、保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：“发行人上市后适用的公司章程（草案）中关于利润分配的相关政策注重给予投资者稳定分红回报，有利于保护投资者的合法权益；发行人公司章程（草案）及招股说明书中对利润分配事项的规定和相关信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；发行人股利分配决策机制健全、有效，并有利于保护公众股东的合法权益。”

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者服务的责任机构和相关人员

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《上市公司与投资者关系工作指引》以及上海证券交易所的相关规定，公司已制定了相应的《信息披露事务管理制度》和《投资者关系工作管理制度》。如果公司股票能够成功发行并上市，本公司将根据中国证监会和上海证券交易所的相关要求进一步加以完善，从而更好地履行信息披露和服务投资者关系的义务。

本公司董事会办公室负责信息披露事务和投资者关系工作。

公司董事会秘书：刘春燕

电话：0571-89803195

传真：0571-82823955

邮箱：lcy@mclon.com

二、重要合同

截至 2017 年 2 月末，本公司正在履行的对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）销售合同

1、特许经营合同

公司与加盟商签订的《特许经营合同》对包括但不限于特许经营权的经营区域、授权店铺、特许经营期限、商品进货与换货、商标使用费与履约保证金、商标使用授权范围、加盟店铺装修与用工、市场营销与市场开发、商业秘密保护等特许经营的核心内容做了具体约定。

就上述特许经营业务，公司已于 2013 年 12 月 5 日通过我国商业特许经营信息管理系统完成备案，备案号为 0330100111300075，符合商务部《商业特许经营管理条例》的相关规定。

按照公司 2016 年度对加盟商单店销售收入排名，前五名加盟店与公司签订的正在履行的特许经营合同具体情况如下：

序号	区域	加盟商名称	合同期限
1	湖州红旗路加盟店	赵洪	2015.08.08——2019.10.08
2	萧山义蓬加盟专卖店	杭州萧山宝琳阁珠宝行	2015.10.25——2017.10.24
3	萧山区瓜沥镇加盟专卖店	龚传坤	2014.12.01——2017.12.31
4	杭州市滨江区星光城加盟专柜	来一帆	2015.08.17——2018.07.01
5	慈溪市保利滨湖天地加盟专柜	郭黎明	2014.12.01——2017.12.31

2、专柜联营合同

按照公司 2016 年度对商场专柜销售收入排名,前五名商场与公司签订的正在履行的专柜联营合同具体情况如下:

序号	合同相对方	专柜名称	合同期限
1	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	萧山银隆专柜	2016.08.16——2017.08.15
2	慈溪银泰商业管理有限公司	慈溪银泰专柜	2016.09.01——2017.08.31
3	杭州银泰世纪百货有限公司	杭州庆春银泰专柜	2016.09.01——2017.08.31
4	浙江银泰百货有限公司	杭州武林银泰专柜	2016.09.01——2017.08.31
5	浙江上百贸易有限公司	上虞万和城专柜	2016.08.25——2017.08.24

(二) 商标、专利、专有技术等知识产权许可使用协议

1、商标分许可协议

发行人与永恒印记市场营销策划(上海)有限公司签订《商标分许可协议》及《永恒印记珠宝商协议》,约定由发行人在其专营店销售向永恒印记所采购的相关商标的产品,非独家且不可转让地在前述产品以及相关广告、营销资料及陈列和展示中使用许可商标,发行人向许可方支付许可费。许可期限为 2016 年 4 月 20 日至 2021 年 4 月 19 日。

2、合作协议

发行人与 Cominco (Belgium) BVBA (以下简称“Cominco”)签订《73 面钻石合作协议》,约定发行人拥有独家且不可转让的宣传销售 Cominco 享有欧

盟专利的 73 切面钻石的权利。Cominco 向发行人提供符合数量需求的 73 切面钻石并办理 HRD 证书。合作期限为 2015 年 9 月 26 日至 2020 年 12 月 31 日。

(三) 黄金代理交易合同

2014 年 8 月 1 日, 浙江玖瑞玖与深圳市翠绿金业有限公司签订《贵金属代理交易合同》, 约定由浙江玖瑞玖委托深圳市翠绿金业有限公司为其进行在上海黄金交易所的标的物交易。浙江玖瑞玖通过深圳市翠绿金业有限公司为其办理登记备案, 取得在上海黄金交易所的客户编码并下达指令进行交易。浙江玖瑞玖需为此支付交易手续费、仓储费、出入库费、运保费、溢短差费、延期补偿费、交割费等上海黄金交易所规定制定和调整的费用。

(四) 票据贴现合同

债务人	债权人	合同编号	票面金额(万元)	贴现金额(万元)	承兑到期日	合同签订日
浙江玖瑞玖	杭州银行 西城支行	035C151201700001	2,500	2,485.1775	2017.02.28	2017.01.10
浙江玖瑞玖	杭州银行 西城支行	035C151201700002	1,500	1,485.6615	2017.03.30	2017.01.10

(五) 最高额保证合同

2015 年 6 月 9 日, 发行人与杭州银行西城支行签订编号为 035C1512015000092 《最高额保证合同》, 约定由发行人为其全资子公司浙江玖瑞玖与杭州银行西城支行之间自 2015 年 6 月 9 日至 2018 年 10 月 31 日止签署的所有借款、银行承兑、担保(保函、备用信用证、银关保业务及其他担保)、票据贴现、贷款承诺、信用证(及其代付、押汇等后续融资)、保理(及其代付等后续融资)、反向保理业务、国际/国内贸易融资、资金业务、法人账户透支业务、商业承兑汇票质押业务、商业承兑汇票贴现业务等银行融资合同的债权本金、利息、复息、罚息、违约金、赔偿金、实现债权和担保权利的费用(包括但不限于律师费、差旅费等)等提供连带责任保证担保, 担保债权之最高余额为 13,200 万元。

(六) 最高额抵押合同

2015 年 6 月 3 日, 发行人与杭州银行股份有限公司西城支行(以下简称“杭

州银行西城支行”)签订编号为 035C1102015000431 的《最高额抵押合同》，约定以自有房产“华成国际发展大厦 2001 室及 2002 室”为其在 2015 年 4 月 23 日至 2018 年 10 月 31 日期间发生的在杭州银行西城支行的借款提供最高额抵押担保，担保的最高债权额为 4,000 万元。

(七) 承销协议与保荐协议

1、保荐协议

2015 年 6 月，公司与民生证券签订了《曼卡龙珠宝股份有限公司与民生证券股份有限公司关于曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票并上市之保荐协议》，确定民生证券为本公司首次公开发行股票并上市的保荐机构。

2、承销协议

2015 年 6 月，公司与民生证券签订《曼卡龙珠宝股份有限公司与民生证券股份有限公司关于曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票并上市之承销协议》，委托民生证券为本公司首次公开发行的主承销机构，采用余额包销方式发行股票。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，除对全资子公司浙江玖瑞玖的最高额保证外，本公司不存在对外担保情况。

四、诉讼及仲裁事项

1、公司于 2016 年 8 月 22 日收到国家工商行政管理总局商标评审委员会作出的商评字〔2016〕第 0000068239 号、商评字〔2016〕第 0000068238 号《无效宣告请求裁定书》，分别裁定第 8063018 号“今古传奇”商标、第 8063083 号“今古传奇 JADELEGEND”商标无效宣告。公司已就前述两项争议商标无效宣告裁定依法向北京知识产权法院提起诉讼，目前诉讼申请已由北京知识产权法院受理。上述两项商标的具体情况详见本招股说明书“第六节 业务与技术/主要无形资产情况/1、商标”部分之分析说明。

报告期内公司主营业务收入均系珠宝首饰销售收入，其他业务收入包括加盟

费收入均系“MCLON 曼卡龙”品牌下收入，未使用涉诉商标。报告期内公司在涉诉商标核定服务项目内的收入及毛利为零，因此涉诉商标对公司经营业绩不构成影响。

2、公司于2017年2月15日收到杭州市萧山区联合区人民调解委员会发出的联系函，汉化易美（天津）图像技术有限公司（以下简称“汉化易美”）称对公司曾在新浪微博上使用的59张摄影作品享有信息网络传播权，公司未经授权使用该等图片构成侵权，要求公司赔偿经济损失等82,000元。

目前公司与汉化易美就该侵权赔偿纠纷正在接受调解。

公司在新浪微博上已停止使用纠纷所涉及的图片，该等图片系用于微博配图，与公司所经营的产品没有关联，停止使用该等图片未对经营产生任何影响，并且该起纠纷所涉赔偿金额相对公司的资产规模及净利润的占比极小。

3、2016年9月12日，沈国强就位于城厢街道体育路169号206室房屋产权的纠纷起诉至杭州市萧山区人民法院将发行人、发行人萧山分公司及杭州天元建筑设计研究院有限公司列为被告。原告沈国强诉称被告杭州天元建筑设计研究院有限公司将原由原告租赁的公有房即诉争房屋出售给他人，原告起诉要求发行人萧山分公司腾退房屋并由三名被告赔偿房屋使用费10万元。2017年3月9日，杭州市萧山区人民法院作出判决，驳回原告诉讼请求。2017年3月22日，沈国强向杭州市中级人民法院提起上诉。

上述房产系由被告杭州天元建筑设计研究院有限公司（原萧山市建筑设计院）于1998年2月5日转让给萧山市万隆珠宝商城，发行人及其萧山分公司不是合同相对方，诉争房屋不在发行人的资产范围内，且发行人及其分公司不存在对该房屋的占有使用。

经核查，保荐机构认为，原告沈国强诉请腾退诉争房屋不论是否成立，均不会对发行人的资产及经营产生任何影响，且其诉请的赔偿金额占公司净资产及净利润的比例极小，无论是否得到主张，均不会对公司的经营产生重大影响，因此，发行人涉及的该起侵权纠纷不会对发行人发行股票并上市产生实质障碍。

除上述事项外，截至招股说明书签署日，发行人未涉及重大诉讼、仲裁事项。

截至招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人、全资子公司，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未作为一方当事人涉及重大诉讼、仲

裁事项。

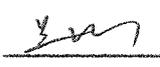
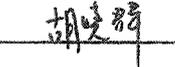
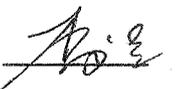
截至招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为。本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无涉及刑事诉讼的情形。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、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法律责任。

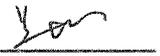
全体董事：

 孙松鹤	 曹 斌	 吴长峰	 刘春燕
 胡晓群	 潘 攀	 陈三联	 李文贵
 史洪岳			

全体监事：

 周 斌	 华晔宇	 林安德
--	--	---

全体高级管理人员：

 孙松鹤	 吴长峰	 刘春燕	 胡晓群
--	--	--	--



二、保荐人（主承销商）声明

本公司已经对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人： 臧宝玉
臧宝玉

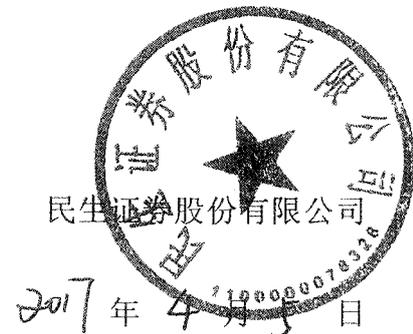
保荐代表人： 曹倩华
曹倩华

王成林
王成林

保荐业务部门负责人： 苏欣
苏欣

保荐业务负责人： 杨卫东
杨卫东

法定代表人： 冯鹤年
冯鹤年

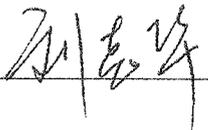
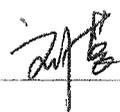


三、发行人律师声明

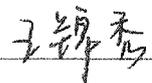
本所及经办律师已阅读曼卡龙珠宝股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师： 刘志华

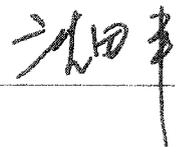
刘 莹


_____

王锦秀



律师事务所负责人： 沈田丰


_____

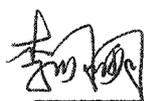
四、审计机构声明

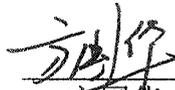
审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《审计报告》（天健审（2017）178号）、《内部控制的鉴证报告》（天健审（2017）179号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对曼卡龙珠宝股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述审计报告、内部控制的鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

张芹  
张 芹

李明明  
李明明

方国华  
方国华

天健会计师事务所负责人：

 
王越豪



天健会（特殊普通合伙）
二〇一七年四月五日

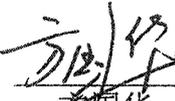
五、验资机构声明

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《验资报告》（浙天会验字（2009）221号、浙天会验字（2009）273号、天健验（2010）106号、天健验（2010）178号、天健验（2012）224号、天健验（2012）284号和天健验（2013）337号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对曼卡龙珠宝股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师： 
钟建国

 
张芬

 
方国华

天健会计师事务所负责人： 
王越豪

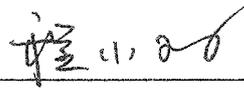
天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一七年四月五日

六、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读《曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：

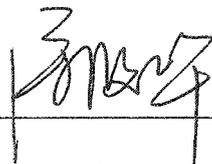


程小双



薛晓昕

资产评估机构负责人：



潘海华

深圳国艺珠宝艺术品资产评估有限公司



2017年4月5日

第十七节 备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书；
- （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。

查阅时间：工作日上午 9：00～11：30；下午 13：00～17：00。

文件查阅地点：

发行人：曼卡龙珠宝股份有限公司

通讯地址：杭州市江干区富春路 308 号的华成国际发展大厦 20 楼

电 话：0571-89803195

联系人：刘春燕

保荐人（主承销商）：民生证券股份有限公司

通讯地址：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 16-18 层

电 话：010-85127999

联系人：曹倩华、庄斌、张筱洁、拜晓东、臧晨曦、钟锋、张勰桢、时淑慧、何振