

创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。



上特展示（厦门）股份有限公司

SUNTOP (XIAMEN) DISPLAY SYSTEM INC.

（厦门市同安工业集中区同安园 175 号）

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

（申报稿）

声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证券监督管理委员会履行相应程序。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）



国金证券股份有限公司

SINOLINK SECURITIES CO., LTD.

（成都市青羊区东城根上街 95 号）

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	不低于2,184.41万股，即不少于本次发行后股份总数的25%。 本次发行股份全部为发行新股，不涉及公司股东公开发售股份。
每股面值	人民币1.00元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不低于8,737.64万股
保荐机构（主承销商）	国金证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

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他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

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中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、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。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书全文,并特别注意下列重大事项提示:

一、发行人符合深圳证券交易所创业板上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条,发行人选择的具体上市标准为“(一)最近两年净利润均为正,且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”。

发行人注册地为福建厦门,为境内企业,且不存在表决权差异安排。同时,根据大华会计师事务所(特殊普通合伙)出具的《审计报告》,2018 年和 2019 年公司归属于母公司所有者的净利润(以扣除非经常性损益后孰低为准)分别为 4,577.48 万元和 5,312.32 万元,符合最近两年净利润均正数,且累计净利润不低于 5,000 万元的标准。

二、特别风险提示

投资者在评价本公司本次发行的股票时,除招股说明书提供的其他各项资料外,应认真地阅读本招股说明书“第四节 风险因素”中的各项风险因素,并特别关注如下风险:

(一) 宏观经济波动风险

商业终端展示行业的发展主要依赖于零售业的发展需要,零售业的持续发展与宏观经济状况息息相关。如果全球及国内宏观经济出现波动,零售业将可能受到较大影响,进而对公司生产经营和盈利能力造成不利影响。

(二) 下游行业波动带来的风险

目前,公司下游客户行业涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等多个领域,同时公司还在持续拓展其他行业客户。下游客户行业的多元化降低了单一客户行业波动对公司业绩的影响,但从公司收入构成来看,运

动品牌展示产品的销售收入约占公司营业收入的 55%左右，零售百货展示产品的销售收入约占公司营业收入的 30%左右，若运动品牌行业或零售百货行业出现周期性的波动，将可能对公司的业绩带来一定的不利影响。

（三）新型冠状病毒肺炎疫情导致的不可抗力风险

新冠疫情于 2020 年 1 月在全国爆发，并于 2020 年 3 月在其他国家蔓延。疫情期间，国内外大量实体门店不得不暂时关闭，零售品牌商因此暂停原有的开店计划和店面翻新计划，对公司 2020 年上半年的生产经营造成了不利影响。

随着国内疫情形势好转，生产逐步恢复，中国经济正在逐渐步入正轨。总体来说，新型冠状疫情对我国经济产生了一定的影响，但我国经济长期向好的基本面没有改变。公司产品主要以内销为主，公司及下游客户已逐步恢复正常的生产经营，供、产、销等各项工作均有序开展。但若全球疫情进一步持续或反复，将会对公司 2020 年生产经营和盈利水平产生不利影响。

（四）市场竞争加剧风险

商业终端展示行业是由连锁零售市场的兴起而拉动的新兴行业，连锁零售业的发展促使商业终端规模不断扩大、终端数量不断增多，为商业终端展示行业提供了广阔的市场空间。一方面，随着市场对商业终端零售的投入不断增加，配套的商业终端展示服务提供商也与日俱增，行业参与者快速增加；另一方面，商业终端展示持续增长的市场需求也带动了潜在竞争者的积极参与，特别是中小型企业不断涌进，使得行业内的竞争环境愈发复杂。

公司已在商业终端展示行业深耕十余载，在产品与服务品质、技术创新、品牌影响力和客户口碑等方面已经形成了一定的市场竞争力，但如果未来公司无法继续在产品和服务创新、技术研发和渠道建设等方面强化自身的竞争优势，将可能导致公司主要产品的市场份额下降，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（五）线上销售模式对实体门店冲击的风险

随着互联网平台的快速发展、网上交易环境和支付平台的完善、物流配送体系的逐渐壮大，消费者的购物习惯日渐趋于网络化。各零售商也纷纷开拓线上渠道，线上销售发展迅速，对线下实体门店形成了一定的冲击。近年来在零售业向

以体验为导向的智慧零售转变过程中，许多互联网零售企业也逐渐意识到“线上线下一体化”的重要性，开始试水线下零售，实体门店数量保持了稳步增长态势，同时公司也正在努力拓展如化妆品、珠宝、母婴等对安全性、体验性诉求较强的下游客户行业，但随着消费者对网络购物方式信任度不断提高，公司可能面临线上销售模式对实体门店产生冲击进而影响公司经营的风险。

（六）客户集中度相对较高的风险

报告期内，公司向前五大客户的销售收入合计分别为 20,815.06 万元、30,204.87 万元和 34,287.02 万元，占各期营业收入的比例分别为 72.43%、78.97% 和 74.53%，公司前五名客户的集中度相对较高。

报告期内，公司前五大客户主要包括阿迪达斯、安踏、屈臣氏等知名品牌企业，其经营业绩良好，但若公司主要客户经营出现重大不利变化或大幅减少对公司的采购，将对公司业绩产生较大不利影响。

（七）应收账款规模较大的风险

2017 年末、2018 年末、2019 年末公司应收账款账面价值分别为 7,276.84 万元、12,645.84 万元和 15,298.00 万元，占相应期末总资产的比例分别为 35.97%、42.38%和 36.77%，占相应期间营业收入的比例分别为 25.32%、33.06%和 33.25%。报告期内，随着公司经营规模的扩大，公司应收账款规模相应增长。公司前五大应收账款对象均为与公司保持长期紧密合作的重要客户，其最近一期末应收账款余额合计占比达 88.26%。公司主要客户财务实力雄厚，资信良好，公司对其应收账款账龄基本在一年以内，应收账款整体质量较好。但较大规模的应收账款增加了公司的管理压力，加大了坏账损失的风险；且应收账款规模持续增加将减少公司流动资金规模，流动资金的不足可能对公司业务的拓展造成不利影响。

（八）存货规模较大的风险

2017 年末、2018 年末、2019 年末公司存货价值分别为 4,348.58 万元、7,582.22 万元和 8,467.06 万元，占总资产的比例分别为 21.49%、25.41%和 20.35%，虽然最近一期占比有所下降，但在资产构成中占比仍较高。公司存货主要由库存商品和原材料构成，与公司经营特点相匹配。报告期内公司持续增加的存货规模可能会影响公司的资金周转速度和经营活动的现金流量净额，降低资金使用效率，同

时也可能发生存货跌价的风险。

（九）实际控制人不当控制的风险

李宏泽、李宏泗在本次发行前分别持有公司 63.4038%、15.8509%的股份，合计持有公司 79.2547%股权，为公司共同实际控制人。本次发行后，李宏泽、李宏泗合计持有的公司股权比例为 59.4411%，仍为公司共同实际控制人，具有直接影响公司重大经营决策的能力。尽管公司已建立了完善的治理架构和内部控制制度，但如果李宏泽、李宏泗利用其实际控制人地位和对公司的影响力，通过行使表决权对公司的经营管理、对外投资等重大事项实施不当控制，公司和其他股东的利益可能受到损害。

三、其他事项

（一）本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年第一次临时股东大会决议，本次发行前公司形成的滚存未分配利润，由本次发行完成后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

（二）本次发行后的利润分配政策

公司制定了本次发行后的利润分配政策，详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”之“（二）本次发行后公司利润分配政策”。

目录

本次发行概况	1
声明.....	2
重大事项提示	3
一、发行人符合深圳证券交易所创业板上市标准.....	3
二、特别风险提示.....	3
三、其他事项.....	6
目录.....	7
第一节 释义	12
第二节 概览	15
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	15
二、本次发行基本情况.....	15
三、发行人主要财务数据和财务指标.....	16
四、发行人主营业务经营情况.....	17
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新 和新旧产业融合情况.....	23
六、发行人符合的深圳证券交易所创业板上市标准.....	26
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....	26
八、募集资金用途.....	26
第三节 本次发行概况	28
一、本次发行的基本情况.....	28
二、本次发行的有关机构.....	28
三、公司与本次发行有关当事人之间的关系.....	30
四、与本次发行上市有关的重要日期.....	30
第四节 风险因素	31
一、宏观经济与行业风险.....	31
二、经营风险.....	32

三、创新与技术研发风险.....	33
四、财务风险.....	34
五、内控风险.....	35
六、发行失败风险.....	35
第五节 发行人基本情况	37
一、发行人基本情况.....	37
二、发行人的设立情况和报告期内的股本和股东变化情况.....	37
三、报告期内发行人的重大资产重组情况.....	43
四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况	43
五、发行人股权结构图.....	43
六、发行人控股及参股公司基本情况.....	43
七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	49
八、发行人股本情况.....	51
九、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员.....	57
十、公司股权激励及其他制度安排和执行情况.....	74
十一、员工情况.....	77
第六节 业务与技术	81
一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况.....	81
二、发行人所在行业的基本情况.....	104
三、发行人创新、创造、创意特征及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况.....	128
四、发行人在行业中的竞争地位.....	130
五、发行人的销售情况和主要客户	152
六、发行人的采购情况和主要供应商.....	156
七、与发行人主营业务相关的固定资产、无形资产及其他资源要素.....	161
八、发行人的技术和研发情况.....	172
九、发行人境外经营情况.....	182
第七节 公司治理与独立性	183

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	183
二、发行人特别表决权股份情况.....	186
三、发行人协议控制架构情况.....	186
四、发行人内部控制情况.....	186
五、发行人报告期内合法经营的情况.....	187
六、发行人资金占用和对外担保情况.....	189
七、公司独立经营情况.....	189
八、发行人主营业务、控制权、管理团队稳定性.....	190
九、发行人不存在对持续经营有重大影响的事项.....	191
十、同业竞争.....	191
十一、关联方及关联关系.....	193
十二、关联交易.....	199
十三、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....	204
十四、规范并减少关联交易的措施.....	205
十五、报告期内关联方的变化情况.....	206
第八节 财务会计信息与管理层分析	207
一、财务报表.....	207
二、审计意见、关键审计事项和重要性水平.....	212
三、影响未来盈利（经营）能力或财务状况的主要因素.....	213
四、报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	216
五、报告期内主要会计政策和会计估计方法.....	217
六、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率.....	262
七、分部信息.....	264
八、非经常性损益明细表.....	264
九、发行人报告期内的主要财务指标.....	265
十、经营成果分析.....	268
十一、资产质量分析.....	286
十二、偿债能力分析.....	300

十三、报告期股利分配情况.....	304
十四、现金流量分析.....	304
十五、发行人资本性支出分析.....	307
十六、流动性风险分析.....	308
十七、持续经营能力.....	308
十八、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保、诉讼等 事项.....	309
十九、盈利预测.....	309
第九节 募集资金运用与未来发展规划	310
一、本次募集资金运用概况.....	310
二、募集资金项目具体情况.....	311
三、发行人战略规划.....	324
第十节 投资者保护	329
一、发行人投资者关系的主要安排.....	329
二、股利分配政策.....	331
三、股东投票机制的建立情况.....	335
第十一节 其他重要事项	339
一、对报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同情况	339
二、公司对外担保的有关情况.....	344
三、对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影 响的诉讼或仲裁事项.....	344
四、发行人控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级 管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项.....	344
五、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及行政处罚、被司 法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况.....	345
六、控股股东、实际控制人最近三年内是否存在重大违法行为.....	345
第十二节 发行人及各中介机构声明	346
第十三节 附件	354

一、备查文件.....	354
二、附件查阅地点和时间.....	355
附件 1 重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况.....	356

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

一、普通术语		
公司、股份公司、本公司、上特展示、发行人	指	上特展示（厦门）股份有限公司
上特有限、有限公司	指	厦门上特展示系统工程有限公司，发行人前身
上腾商用	指	上腾（厦门）商用家具有限公司，前身为上特（厦门）商用家具有限公司，系发行人全资子公司
上智一品	指	厦门上智一品科技有限公司，系发行人全资子公司
上特福建	指	上特（福建）展示科技有限公司，系发行人全资子公司
上特上海	指	上特展示道具（上海）有限公司，系发行人全资子公司
上研展示	指	厦门上研展示科技有限公司，系发行人全资子公司
上特香港	指	RIS HONG KONG LIMITED，系发行人控股子公司
上特新加坡	指	RIS SINGAPORE PTE. LTD.，系发行人控股子公司
上特欧洲	指	SUNTOP EUROPE LIMITED，系发行人控股子公司
瑞艾思	指	瑞艾思（厦门）装饰设计工程有限公司，系发行人曾经参股公司
上好美特	指	厦门上好美特设计工程有限公司
同创宏领	指	厦门市同创宏领产业投资合伙企业（有限合伙），系发行人员工持股平台
同创众鑫	指	厦门市同创众鑫产业投资合伙企业（有限合伙），系发行人员工持股平台
中瑞卓盛	指	中瑞卓盛（宁波）股权投资基金合伙企业（有限合伙），系发行人股东
博新合众	指	博新合众（宁波）投资管理合伙企业（有限合伙），系发行人股东
和希创投	指	厦门市海沧区和希创业投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
A 股	指	在境内上市的人民币普通股
本次发行	指	上特展示（厦门）股份有限公司首次向社会公众公开发行人民币普通股（A 股）不低于 2,184.41 万股的行为
保荐机构、保荐人、主承销商	指	国金证券股份有限公司
公司律师、发行人律师、康达所	指	北京市康达律师事务所
会计师、大华会计师、大华所	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》

《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《首发管理办法》	指	《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》
《公司章程》	指	《上特展示（厦门）股份有限公司章程》
报告期、最近三年	指	2017 年度、2018 年度和 2019 年度
报告期各期末	指	2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 12 月 31 日
元、万元、亿元	指	若无特别说明，均以人民币为度量货币
二、专业术语		
商业终端	指	即商业展示的场所
商业终端展示	指	指对各类商场、商店、专卖店等商业销售空间和服务空间进行空间规划、美化，并通过对商业销售空间内的商品陈列等，最终达到提供一个特色的营销空间，展示商品的品质及其功能，促进消费，刺激购买，进而达到引领新的消费理念和生活方式的作用
终端展示产品	指	终端展示行业中为下游客户提供的服务及产品的统称
连锁经营	指	在商业流通领域中若干同业店铺，以共同进货或授予特许权等方式联结起来，实现服务标准化、经营专业化、管理规范化，共享规模效益的一种现代经营方式和组织形式
智慧零售	指	即个人、企业以互联网为依托，通过运用大数据、人工智能等先进技术手段，对商品的生产、流通与销售过程进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及现代物流进行深度融合的零售新模式
物联网	指	（Internet of Things，缩写：IoT）起源于传媒领域，是信息科技产业的第三次革命。物联网是指通过信息传感设备，按约定的协议，将任何物体与网络相连接，物体通过信息传播媒介进行信息交换和通信，以实现智能化识别、定位、跟踪、监管等功能
AR	指	即 Augmented Reality ，增强现实技术，是一种将虚拟信息与真实世界巧妙融合的技术，广泛运用了多媒体、三维建模、实时跟踪及注册、智能交互、传感等多种技术手段，将计算机生成的文字、图像、三维模型、音乐、视频等虚拟信息模拟仿真后，应用到真实世界中，两种信息互为补充，从而实现对真实世界的“增强”
VR	指	即 Virtual Reality ，虚拟现实，是多媒体技术的终极应用形式，它是计算机软硬件技术、传感技术、机器人技术、人工智能及行为心理学等科学领域飞速发展的结晶。主要依赖于三维实时图形显示、三维定位跟踪、触觉及嗅觉传感技术、人工智能技术、高速计算与并行计算技术以及人的行为学研究等多项关键技术的发展。随着虚拟现实技术的发展，真正地实现虚拟现实，将引起整个人类生活与发展的很大变革。人们戴上立体眼镜、数据手套等特制的传感设备，面对一种三维的模拟现实，似乎置身于一个具有三维的视觉、听觉、触觉甚至嗅觉的感觉世界，并且人与这个环境可以通过人的自然技能和相应的设施进行信息交互
RFID	指	射频识别（RFID），是 Radio Frequency Identification 的缩写。其原理为阅读器与标签之间进行非接触式的数据通信，达到识别目标的目的

数字媒体	指	采用数字化的方式通过计算机产生、记录、处理、传播和获取的信息媒体
互动式数字展示	指	以数字图像为核心，把三维数字图像和触摸屏、红外线感应器、投影等多种硬件结合，可呈现出不同的展示方式，强调展现、体验、互动的功能性。相比 CG（数字图像）行业，它更接近于展示行业，它是三维数字图像技术结合展示应用而催生的更高层次展示行业
马德里商标	指	即根据《商标国际注册马德里协定》的规定，在马德里联盟成员国间所进行注册的商标

注：本招股说明书中部分合计数与各数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入造成。

第二节 概览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	上特展示（厦门）股份有限公司	成立时间	2004 年 3 月 15 日
注册资本	6,553.23 万元	法定代表人	李宏泽
注册地址	厦门市同安工业集中区同安园 175 号	主要生产经营地址	厦门市同安工业集中区同安园 175 号
控股股东	李宏泽	实际控制人	李宏泽、李宏泗
行业分类	家具制造（C21）	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	-
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	国金证券股份有限公司	主承销商	国金证券股份有限公司
发行人律师	北京市康达律师事务所	其他承销机构	-
审计机构	大华会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	北京中企华资产评估有限责任公司

二、本次发行基本情况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不低于 2,184.41 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
其中：发行新股数量	不低于 2,184.41 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不低于 8,737.64 万股		
每股发行价格	【】元/股		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	【】元/股	发行前每股收益	【】元/股
发行后每股净资产	【】元/股	发行后每股收益	【】元/股
发行市净率	【】倍		
发行方式	本次发行将采取网下询价对象申购配售和网上向社会公众投资者		

	定价发行相结合的发行方式，或者中国证监会、深圳证券交易所等证券监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的询价对象和已开立深圳证券交易所股票账户并具有创业板交易权限的自然人、法人等创业板市场投资者（国家法律、法规和规范性文件等禁止参与者除外）；中国证监会、深圳证券交易所另有规定的，按其规定处理
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	-
发行费用的分摊原则	本次发行费用由公司承担
募集资金总额	【】元
募集资金净额	【】元
募集资金投资项目	上特长泰工业园项目 研发及工程技术中心建设项目
发行费用概算	【】万元，包括：承销及保荐费【】万元、审计及验资费用【】万元，评估费用【】万元，律师费用【】万元，信息披露费用【】万元，发行手续费用【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人主要财务数据和财务指标

项目	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
资产总额（万元）	41,602.63	29,837.55	20,232.38
归属于母公司所有者权益（万元）	27,223.89	15,032.92	9,592.11
资产负债率（母公司）（%）	33.98	47.72	48.36
营业收入（万元）	46,003.67	38,248.05	28,737.66
净利润（万元）	6,082.38	4,867.99	1,742.85
归属于母公司所有者的净利润（万元）	6,027.35	4,792.62	1,711.41
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,312.32	4,577.48	2,767.64
基本每股收益（元）（归属于母公司所有者）	0.98	0.80	0.29
稀释每股收益（元）（归属于母公司所有者）	0.98	0.80	0.29
基本每股收益（元）（扣除非经常性损益后归属于母公司所有者）	0.87	0.76	0.46

项目	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
稀释每股收益（元）（扣除非经常性损益后归属于母公司所有者）	0.87	0.76	0.46
加权平均净资产收益率（归属于母公司所有者）（%）	30.76	38.31	21.92
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后归属于母公司所有者）（%）	27.61	36.91	33.20
经营活动产生的现金流量净额（万元）	3,754.56	585.49	2,012.14
现金分红（万元）	-	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	5.27	4.25	3.64

四、发行人主营业务经营情况

（一）主营业务概述

公司系行业领先的商业终端展示一体化服务商，致力于为全球知名品牌提供定制化、数字化、智能化的零售门店展示产品和服务，范围涵盖创意设计、道具研发、规模化生产及安装售后等。

多年以来，公司始终坚持以专业设计为驱动，以高品质产品为依托，以快速响应服务为保证，结合国内外行业资源，为客户提供全球化服务，并逐渐成长为商业终端展示服务行业的领先者。目前，公司服务的客户领域涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等，并与全球知名品牌建立了良好的业务合作关系，包括阿迪达斯、安踏、BMW Lifestyle、DUFY、斐乐、GEOX、良品铺子、NESTO、PORTS、屈臣氏、REEBOK、SELECTED、斯凯奇、TOUS、URBAN REVIVO、Y-3、亚瑟士等。

公司研发设计能力突出，是第一届福建省工业设计协会理事。2017 年，公司被认定为国家高新技术企业。截至查询日，公司拥有 5 项发明专利，31 项实用新型专利，6 项外观设计专利，其中发明专利“一种快速安装和拆解的锁固机构和展台”于 2017 年获得厦门市专利奖，并于 2018 年在美国获得发明专利。经过多年的研究开发与经验积累，公司形成了自有核心技术体系，涵盖模块化弱电照明系统、快装系统、智慧零售产品等。公司的核心技术广泛运用于公司商业终端展示产品，提升了公司的产品竞争力。2017 年，公司被授予“厦门市知识产权试点企业”称号。2018 年，公司被授予“厦门市科技小巨人领军企业”和“福建省科技小巨人领军企业”称号。

未来，公司仍将以成为“世界级品牌首选的商业空间智造商”为愿景，致力于为客户提供优质的产品及服务，在继续扩大对研发和设计投入的同时，通过自主研发、协同并购等多种方式，借助 5G、物联网、VR、AR 等信息技术，进一步提升公司商业终端展示产品的数字化、智能化水平，加快“数字化门店”的探索 and 开发，帮助客户更好地采集和分析线下零售数据、促进“线上线下一体化”融合、提升消费者的购物体验；同时通过软件系统实现门店智能管控、库存精准管理等，加强门店的数字化管理，从而为品牌商树立良好的品牌形象、提高运营效率、真正实现“智慧零售”。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

（二）主要经营模式

1、研发设计模式

作为一家终端展示一体化服务提供商，持续创新研发设计能力是公司核心竞争力的关键所在。公司的研发模式包含前沿开发与项目设计两个层级。

（1）前沿开发

前沿开发以行业发展趋势及市场需求为导向，推动新产品的开发，以及产品结构、功能的不断优化，进一步提高公司市场竞争力与长期可持续发展能力。

前沿开发由研发团队与销售部门紧密配合，积极开展各类市场调研活动，推进与品牌客户的需求对接，征集客户意向，明确开发方向。在此基础上，为提高研发设计的专业化水平，公司把研发团队分成结构设计、软件设计和电气设计三个技术模块，根据目标市场定位搭建产品平台，按需组合应用各类技术模块，研发符合市场需求和发展趋势的新技术、新产品。

在现代数字技术和网络技术广泛使用的背景下，随着品牌商对展示功能要求越来越多、越来越高，展示产品的使用与设计也越来越向科技化、系统化和模块化方向发展。目前，公司的前研开发主要集中在以下三个方面：

①零部件标准化开发

终端展示产品定制化程度高、时效性强，为了提高设计效率和生产效率，降低制造成本，缩短快速反应时间，在定制化的基础上快速实现批量化生产，公司一直致力标准零部件的研究开发。

公司根据多年来在展示产品设计、制造上的经验积累，提取各客户同类产品材料、结构等方面的共性，结合客户、市场需求以及仓储、运输、安装、使用等方面存在的问题，对非标产品中可标准化的零部件进行结构优化和标准化开发。例如，在服装行业展示道具中，经常要用到挂具与立柱的联接装置，因此研发美观大方、强度较高、方便拆卸的标准联接装置，可以极大提高公司的设计和生产效率。

②产品系统化、模块化开发

尽管终端展示行业客户需求的定制化程度较高，但不同客户往往也存在一些共性需求，例如，局部灯光照明在终端展示行业中运用广泛，品牌商通常要运用局部照明提供更为集中的光线并使之形成有特点的气氛和意境，加强消费者对商品的结构、肌理和色彩的印象。公司前沿开发即针对客户的共性需求进行模块化开发。

此外，考虑到商业展示空间的更新速度快，一般几年内就要进行推陈出新的改造，为了给品牌商节约人力和物力资源，缩短因更新改造而停业的时间，提高经济效益，公司还致力于将模块化设计与商业展示空间的室内设施设计相结合的研究，希望通过模块化设计，将门店常用的音箱、照明、空调、摄像、广告显示屏等室内设施整合至终端展示产品中，形成模块化产品，客户只需进行简单的展示空间装修，即可通过购买室内设施模块化产品到店简单组合安装以达到商业空间更新改造的目的以及客户个性化、多样化的需求。

③智慧产品与数字化门店展示系统开发

随着移动支付、大数据和移动互联网等新技术的普及，以消费者体验为中心、以数据为驱动的智慧零售正在成为零售业未来的发展潮流。公司作为终端展示服务提供商，积极参与品牌商对生产、流通、销售环节的升级改造，探索 5G、物联网、人脸识别和大数据等新技术与商业终端展示产品的深度融合，进一步提升

商业终端展示产品的科技水平。

同时，公司加快“数字化门店展示系统”的探索 and 开发。数字化门店展示系统通过集成灯光管理模块、安防监控模块、能源控制模块、客流管理模块、RFID 系统模块、音乐管理模块、屏幕管理模块以及门店运营模块等，形成集数据收集、状态监测、远程设备管理、客流追踪、客户关系管理等功能于一体的门店管理平台，串联门店智慧零售产品与线上管理系统，实现万物互联，互通有无，帮助客户更好地采集和分析线下零售数据、提升“线上线下一体化”程度、提升消费者消费体验；同时通过软件系统实现门店智能管控、库存精准管理等，加强门店的数字化管理，从而为品牌商树立良好的品牌形象、提高运营效率、真正实现“智慧零售”。

（2）项目设计

商业终端展示产品设计通常分为概念设计与工程设计两个部分。

商业终端展示产品概念设计主要是运用艺术化的表现手法提出设计方案，深入挖掘展品的文化和内涵，运用展示产品设计传播展示信息、塑造品牌文化、创造特有的个性空间。但此类概念设计图仅为效果图，并不涉及选材、具体尺寸、制造工艺等。通常，品牌方通过自有团队或外聘团队制作概念设计图，以诠释品牌形象。

商业终端展示产品工程设计则是在概念设计图的基础上，兼顾生产的可行性与品牌方设计的完成度，确定展示产品的结构、尺寸、材料、制造工艺等，将概念设计图转化为可实际投产的工程设计图。

公司的项目设计以客户的定制化需求为导向，而公司服务对象广泛，不同的品牌商具有不同的品牌风格、品牌文化。为了让公司产品能够更加贴合品牌深层内涵，针对主要的品牌客户，公司划分不同的项目研发设计小组，进行针对性的产品研发设计。

各项目研发设计小组平常根据客户所属行业、企业形象、市场定位、品牌文化等进行结构、材料、工艺上的开发，并将其最终运用至工程设计中。公司通常在品牌方制作概念设计图时便会参与其中、提供专业意见和建议，并通过与品牌方、设计师的交流更好地理解概念形象和 design 思路，并由此积累了丰富的优秀设

计团队资源。当品牌方有外聘设计团队需求时，公司也会将合适的设计师合作伙伴推荐给品牌方。在获得客户概念设计图后，公司需要在较短的时间内，将概念设计图转化为可实际投产的工程设计图，并根据客户需求持续进行修改。此外，工程设计完成后，还需制定出切实可行的工艺流程，以保证所生产的产品符合客户要求，同时尽量简化工艺以降低生产成本、提高生产效率。

项目设计首先由公司市场部根据客户需求结合市场调研提出设计提案，再由研发部对提案进行可行性评审后进行产品设计总体策划。市场部根据客户需求提供相应设计资料（如概念设计图、客户店铺平面图等）给研发部，在综合考虑产品功能、特性、法律法规以及以往设计经验等因素的基础上制作设计总图，在与客户确认无误后进一步制作详细设计图。研发部根据设计图纸进行样品制作，再次经内部评审并与客户确认后方可进入量产阶段。

2、生产模式

公司采取以销定产的生产管理模式。终端展示产品属于定制化产品，要依据客户的需要提供定制化的设计、制造与安装服务，因此公司的生产计划主要根据销售订单与客户备货要求制定。

公司生产管理部根据市场部销售订单情况，结合库存状况制定年度生产计划，同时依据市场需求变化制定月生产计划、周生产计划，并据此布置生产安排。生产部根据生产计划做好人员、设备、工装、图纸和场地等生产准备，并对生产周期、产品质量、成本进行有效控制后开展各项生产工作，完成产品交付任务。

公司建立了较为完善的生产管理、质量控制措施，在生产过程中高度重视产品质量控制，建立了比较严格的产品质量检测体系，设有专门的力学、环境实验室，对产品和材料的力学性能、耐候性能、环保性能、防火安全性能进行检测；设有专门的包装、运输实验室，对产品的包装安全、物流运输安全进行检测；设有专门的陈列展示实验室，对产品的陈列效果、安装性能及使用过程中的安全性能等进行全方位检测。通过以上测试，严格控制产品质量，提高产品质量稳定性。

报告期内，公司以自主生产为主，委外加工为辅。

（1）自主生产

为更好地控制产品质量，公司产品以自主生产为主。公司具有强大的工艺整合能力，在钢材、铝合金、木制品等生产工艺方面有着丰富的专业储备，借助先进的机器设备能够自主完成切割、冲压、焊接、抛磨、钉装、喷涂等核心工序环节，可以满足客户多方位的加工需求。

（2）委外加工

除了自主生产外，基于现有产能、产品交期、生产资质等方面的考虑，公司在电镀、线割、焊接、抛光、折弯等生产工序中存在全部或部分委外加工的情形。

公司采用自主生产和委外加工相结合的模式，能够合理化安排生产，平衡淡旺季，确保产品交货周期，有利于快速响应客户需求。

3、销售模式

公司销售采用直销的模式直接向客户销售产品。

公司主要与国内外品牌商、零售商进行合作，通过招投标、商业谈判等方式获取项目，主要销售对象为运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等众多领域的国内外知名品牌。

公司市场营销与客户管理工作是由市场部负责。市场部采用项目管理制推进各项销售及各客户服务工作，即各主要客户均由专门的项目小组负责。项目小组由负责内、外销的副总监、项目经理、项目专员等人员组成，在与研发、生产、资材等相关部门的配合下完成包括设计方案沟通、报价、产品打样、合同签订、订单处理、项目进度跟踪以及应收账款催收等工作。

4、采购模式

公司采购的原材料包括钢材、木材、五金、亚克力、灯箱、音响、变压器、LCD/LED 显示屏、RFID 设备、人造石、玻璃等。

公司采购部一般是根据销售订单并结合库存情况、采购周期进行采购，由采购部门寻找合适的供应商进行询、比、议价后确定供应商并签署订购合同。供应商根据采购订单具体要求交货，购入的物料经公司品管部检验合格后交资材部办理验收入库手续。

公司建立了较为完善的供应商管理体系。采购部在搜集供应商信息进行初步评估后，公司采购部、品管部和研发部等部门还会指派专人组成实地考察团对供应商相关资质和条件进行实地考察和评估。经评审合格后，采购部会安排供应商依据图纸等文件对产品进行试制打样，品管部对样品评估确认后则将该供应商录入合格供应商名录。部分供应商由客户直接指定。

（三）竞争地位

整体而言，商业终端展示行业内参与企业众多，但企业规模普遍较小，服务水平参差不齐，致使该行业集中度较低，任何一家企业占整个行业的市场份额均不高。具有较强综合服务能力的终端展示一体化服务商在激烈的竞争中具有较强的竞争优势，更容易在中高端应用领域中占有一席之地。

公司在商业终端展示领域深耕多年，始终秉承“以客户为导向”的服务理念，致力于在较短的时间内为中高端品牌客户提供创意设计、规模化生产及安装售后等一体化服务，并凭借创新的设计理念、强大的研发能力、优异的工艺水平以及快速的生产整合能力和响应速度，获得了客户的一致认可，在业内树立了良好的口碑并积累了优质的客户资源，现已发展成为业内领先企业之一。

随着客户对公司综合服务能力的愈加认可，公司服务的优质客户越来越多，服务的客户品牌越来越多，公司的市场占有率逐渐提高。目前，公司与众多国内外知名品牌客户在终端展示领域均建立了良好的业务合作关系，服务的品牌涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等领域的众多品牌，包括阿迪达斯、安踏、BMW Lifestyle、DUFY、斐乐、GEOX、良品铺子、NESTO、PORTS、屈臣氏、REEBOK、SELECTED、斯凯奇、TOUS、URBAN REVIVO、Y-3、亚瑟士等。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）创新、创造、创意特征

公司一直以创意设计、创新研发作为企业发展的核心驱动力，具有显著的创新、创造、创意特征。

首先，随着商业终端展示目的由最初的产品宣传与销售升级为品牌宣传、文化推广和消费体验，零售品牌商对终端展示产品的设计风格和能力都提出了更高的要求，展示设计在终端展示中的作用日益凸显。公司需要在较短的时间内，结合客户所处行业、市场定位、品牌文化、商品特点和具体应用环境等，进行材质、尺寸、结构和工艺设计，提供从外观、尺寸、材质、色彩、照明、装配以及视觉效果都能契合客户品牌需求，并且能够进行批量化生产的终端展示产品工程设计方案。因此，公司具有文化创意特征。

其次，公司终端展示产品定制化程度高、时效性强，为了提高设计效率和生产效率，降低制造成本，缩短快速反应时间，在定制化的基础上快速实现批量化生产，公司一直致力于零部件标准化和产品模块化的研究，并取得了相关发明专利，形成了公司的核心技术——快装系统和模块化弱电照明系统。快装系统可在不使用任何工具和螺丝钉的情况下，帮助客户快速组装和拆卸各种不同类型的展示架，有效降低运输成本、提升安装效率；模块化弱电照明系统通过型材和接电单元的配合将整个型材装接在展示产品中，将线束、插头或变压器隐藏在型材内，使得展示产品简单、干净，品牌商无需接驳电线即可灵活调节使用，用于局部照明。发行人具有创造特征。关于快装系统和模块化弱电照明系统具体介绍参见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人在行业中的竞争地位”之“（一）公司产品的市场地位、技术水平及特点”之“2、公司产品的技术水平特点”。

最后，随着移动支付、大数据和移动互联网等新技术的普及，以消费者体验为中心、以数据为驱动的智慧零售正在成为零售业未来的发展潮流。公司作为终端展示服务提供商，积极参与品牌商对生产、流通、销售环节的升级改造，探索5G、物联网、人脸识别、RFID等新技术与商业终端展示产品的深度融合，进一步提升商业终端展示产品的科技水平，相继开发出诸如3D智能拍照设备、足型扫描仪、Mini智能拍照设备、LED/LCD智能屏交互屏和自助收银台等一系列智慧零售产品。例如，公司自主研发的LED/LCD智能交互屏将LED/LCD触摸屏、零售软件、硬件相结合，基于云端布局，通过远程控制和推送，不仅能够实现价格显示和广告播放，更是打通了线上旗舰店和线下门店的产品信息，真正实现“线上线下一体化”和终端门店数字化、智能化。因此，公司具有创新特征。

（二）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、制造业与服务业融合发展情况

公司具有优秀的工程设计能力，能够为客户提供商业终端展示产品工程设计方案。在零售业向数字化、个性化和以体验为导向的创新转型升级过程中，营销终端展示功能需求也逐步升级，应用市场不断拓展，尤其是对提升客户体验和品牌忠诚度要求的不断提升，客户对商业终端展示产品方案设计和创新能力都提出了更高的个性化要求，商业终端展示产品设计与研发在终端展示中的核心作用日益凸显。

正是由于公司的产品定制化程度高、时效性强，在产品的设计、生产和安装的过程中与客户的沟通协调非常重要，发行人始终将企业定位为商业终端展示服务商，坚持以专业设计为驱动，以高品质产品为依托，以快速响应服务为保证，结合国内外行业资源，为客户提供定制化的商业终端展示服务。

未来，公司将进一步完善自身的服务链条，将商业展示空间形象设计、门店装饰装修、零售软件开发等整合到公司业务链条中，为品牌客户提供更综合、更具附加值的终端展示解决方案。

2、制造业与信息化融合发展情况

公司一直大力推进信息化建设，并取得了阶段性成果。

为实现生产过程精细化、信息化管理，对生产经营全过程及成本核算进行有效管控，公司引入鼎捷 ERP 系统投入日常运营管理，覆盖生产、采购、销售、研发、财务等部门。ERP 系统可实现从客户订单、生产计划、原材料采购、产品生产、质量检测、库存管理、销售发货管理等全过程的进度控制和管理。

针对公司存在的生产工序多，原材料、半成品和产成品多品类、小批量、管理困难等状况，公司积极引入智慧物流系统，将原材料、半成品、产成品的出入库信息通过二维码扫码的方式进行采集，并与 ERP 系统有效对接，有效提升了生产管理的效率，提高了生产数据采集的准确性。

此外，公司还引入 KASS 软件进行工程图纸管理等。

2018年5月26日，公司获得由中国电子技术标准化研究院颁发的《两化融合管理体系评定证书》（证书编号：CSAIII-00418IIMS0028901，有效期三年），证明公司的管理体系符合《信息化和工业化融合管理体系要求》（GB/T23001-2017）。

六、发行人符合的深圳证券交易所创业板上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条，发行人选择的具体上市标准为“（一）最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币5,000万元”。

发行人注册地为福建厦门，为境内企业，且不存在表决权差异安排。同时，根据大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》，2018年和2019年公司实现归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益后的孰低者为准）分别为4,577.48万元和5,312.32万元，符合最近两年净利润均正数，且累计净利润不低于5,000万元的标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

发行人不存在公司治理的特殊安排。

八、募集资金用途

本次发行募集资金投资项目经公司第一届董事会第七次会议、2020年第一次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施。募集资金将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

项目名称	投资总额	募集资金投入金额	项目备案情况	环评批复
上特长泰工业园项目	50,000.00	50,000.00	闽发改备[2018]E070108号	泰环审[2019]58号
研发及工程技术中心建设项目	5,786.30	5,786.30	同发投（2020）备157	202035021200000150
合计	55,786.30	55,786.30	-	-

若本次发行实际募集资金不能满足上述项目的全部需求，不足部分将由公司利用自有资金或通过银行贷款等方式自筹解决；如实际募集资金超过上述项目需求，剩余资金将用于公司主营业务。若因经营需要或市场竞争等因素导致上述项

目在募集资金到位前必须进行先期投入的，公司将根据项目进度的实际需要以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后对预先投入的自筹资金进行置换。募集资金项目的具体内容，详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数；占发行后总股本的比例	不低于 2,184.41 万股；不低于 25.00%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份
每股发行价格	【】元/股
发行人高管、员工拟参与战略配售情况	发行人高管、员工不参与战略配售
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	保荐机构是否安排子公司参与本次发行战略配售将按照深圳证券交易所的相关规定执行
发行市盈率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行后每股收益	【】元（按【】年【】月【】日经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东权益加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）
市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	本次发行将采取网下询价对象申购配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的发行方式，或者中国证监会、深圳证券交易所等证券监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的询价对象和已开立深圳证券交易所股票账户并具有创业板交易权限的自然人、法人等创业板市场投资者（国家法律、法规和规范性文件等禁止参与者除外）；中国证监会、深圳证券交易所另有规定的，按其规定处理
承销方式	由主承销商国金证券股份有限公司以余额包销的方式承销
发行费用概算	承销与保荐费用【】万元、审计及验资费用【】万元、律师费用【】万元、信息披露费用【】万元、其他发行手续费用【】万元

二、本次发行的有关机构

（一）保荐人（主承销商）：国金证券股份有限公司

法定代表人	冉云
住所	成都市青羊区东城根上街 95 号
保荐代表人	李秀娜、傅志锋
项目协办人	胡超杰
项目组其他成员	林尚研、洪燕秋

联系电话	021-68826801
传真	021-68826800

（二）律师事务所：北京市康达律师事务所

负责人	乔佳平
住所	北京市朝阳区新东路首开幸福广场 C 座五层
经办律师	李赫、康晓阳、张政、陈鸣剑
联系电话	010-50867666
传真	010-65527227

（三）会计师事务所：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人	梁春
住所	北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101
经办注册会计师	曹隆森、桂后圆
联系电话	010-58350011
传真	010-58350006

（四）资产评估机构：北京中企华资产评估有限责任公司

法定代表人	权忠光
住所	北京市东城区青龙胡同 35 号
经办注册评估师	余文庆、姜煌彩
联系电话	010-65881818
传真	010-65882651

（五）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
联系电话	（0755）2593 8000
传真	（0755）2598 8122

（六）收款银行：中国建设银行股份有限公司成都市新华支行

开户名	国金证券股份有限公司
账号	51001870836051508511

（七）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话	（0755）88668888

传真	（0755）82083295
----	----------------

三、公司与本次发行有关当事人之间的关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

发行安排	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日至【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、宏观经济与行业风险

（一）宏观经济波动风险

商业终端展示行业的发展主要依赖于零售业的发展需要，零售业的持续发展与宏观经济状况息息相关。如果全球及国内宏观经济出现波动，零售业将可能受到较大影响，进而对公司生产经营和盈利能力造成不利影响。

（二）下游行业波动带来的风险

目前，公司下游客户行业涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等多个领域，同时公司还在持续拓展其他行业客户。下游客户行业的多元化降低了单一客户行业波动对公司业绩的影响，但从公司收入构成来看，运动品牌展示产品的销售收入约占公司营业收入的 55%左右，零售百货展示产品的销售收入约占公司营业收入的 30%左右，若运动服饰行业或零售百货行业出现周期性的波动，将可能对公司的业绩带来一定的不利影响。

（三）新型冠状病毒肺炎疫情导致的不可抗力风险

新冠疫情于 2020 年 1 月在全国爆发，并于 2020 年 3 月在其他国家蔓延。疫情期间，国内外大量实体门店不得不暂时关闭，零售品牌商因此暂停原有的开店计划和店面翻新计划，对公司 2020 年上半年的生产经营造成了一定的影响。

随着国内疫情形势好转，生产逐步恢复，中国经济正在逐渐步入正轨。总体来说，新型冠状疫情对我国经济产生了一定的影响，但我国经济长期向好的基本面没有改变。公司产品主要以内销为主，公司及下游客户已逐步恢复正常的生产经营，供、产、销等各项工作均有序开展。但若全球疫情进一步持续或反复，将会对公司 2020 年生产经营和盈利水平产生不利影响。

（四）公司产品进口国相关进口政策以及国际贸易环境变化的风险

报告期内，公司实现境外销售收入分别为 12,469.44 万元、13,079.98 万元和 13,158.32 万元，占各年主营业务收入的比例分别为 43.53%、34.29%和 28.74%。公司境外营销网络覆盖亚太、印度、中东以及欧洲等市场。

近年来，随着全球经济环境复杂多变，贸易保护主义兴起，国际贸易环境的不利变化将可能对我国进出口贸易的稳定发展产生负面影响。若未来公司产品进口国进口政策收紧，如限制进口产品的国家和产品种类、提高关税税率等，可能会对公司产品出口销售收入产生不利影响，进而影响公司盈利水平。

二、经营风险

（一）市场竞争加剧风险

商业终端展示行业是由连锁零售市场的兴起而拉动的新兴行业，连锁零售业的发展促使商业终端规模不断扩大、终端数量不断增多，为商业终端展示行业提供了广阔的市场空间。一方面，随着市场对商业终端零售的投入不断增加，配套的商业终端展示服务提供商也与日俱增，行业参与者快速增加；另一方面，商业终端展示持续增长的市场需求也带动了潜在竞争者的积极参与，特别是中小型企业的不不断涌进，使得行业内的竞争环境愈发复杂。

公司已在商业终端展示行业深耕十余载，在产品与服务品质、技术创新、品牌影响力和客户口碑等方面已经形成了一定的市场竞争力，但如果未来公司无法继续在产品和服务创新、技术研发和渠道建设等方面强化自身的竞争优势，将可能导致公司主要产品的市场份额下降，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（二）线上销售模式对实体门店冲击的风险

随着互联网平台的快速发展、网上交易环境和支付平台的完善、物流配送体系的逐渐壮大，消费者的购物习惯日渐趋于网络化。各零售商也纷纷开拓线上渠道，线上销售发展迅速，对线下实体门店形成了一定的冲击。近年来在零售业向以体验为导向的智慧零售转变过程中，许多互联网零售企业也逐渐意识到“线上线下一体化”的重要性，开始试水线下零售，实体门店数量保持了稳步增长态势，同时公司也正在努力拓展如化妆品、珠宝、母婴等对安全性、体验性诉求较强的下游客户行业，但随着消费者对网络购物方式信任度不断提高，公司可能面临线

上销售模式对实体门店产生冲击进而影响公司经营的风险。

（三）客户集中度相对较高的风险

报告期内，公司向前五大客户的销售收入合计分别为 20,815.06 万元、30,204.87 万元和 34,287.02 万元，占各期营业收入的比例分别为 72.43%、78.97% 和 74.53%，公司前五大客户的集中度相对较高。

报告期内，公司前五大客户主要包括阿迪达斯、安踏、屈臣氏等知名品牌企业，其经营业绩良好，但若公司主要客户经营出现重大不利变化或大幅减少对公司的采购，将对公司业绩产生较大不利影响。

三、创新与技术研发风险

（一）创新风险

当下，零售业正在经历着由传统零售向“智慧零售”创新转型升级的重大变革。“智慧零售”要求终端展示产品科技含金量更高、用途更广泛等，迫使商业终端展示行业向“科技化”转型升级。运用于零售的科技技术包括人工智能、物联网、RFID、移动支付、机器人、人脸识别、VR、大数据、云计算等新兴技术。如何将这零售科技与公司终端展示产品进行有效结合，使得公司的终端展示产品能够满足市场和客户的需求，这对公司的研发能力形成了一定的挑战。若公司未能及时跟上零售行业创新转型升级的步伐，不能将零售科技有效应用于公司商业终端展示产品中，公司产品将无法获得市场认可，并逐渐丧失市场竞争力，可能对公司未来持续发展经营造成不利影响。

（二）核心技术泄密风险

公司一直以研发设计为驱动，持续创新的研发设计能力是公司核心竞争力的关键所在。经过多年的研发积累，公司形成了自有核心技术体系，涵盖模块化弱电照明系统、快装系统、智慧零售产品等。公司核心技术广泛运用于公司商业终端展示产品，提升了公司的产品竞争力。虽然公司制定了严格的保密制度，与员工签订保密协议及竞业禁止协议，并采取了申请专利等相关措施，以保护公司的知识产权和技术秘密，但仍不能杜绝公司的核心技术被侵犯和泄密的风险。一旦核心技术失密，将对公司保持竞争优势造成不利影响。

四、财务风险

（一）应收账款规模较大的风险

2017 年末、2018 年末、2019 年末公司应收账款账面价值分别为 7,276.84 万元、12,645.84 万元和 15,298.00 万元，占相应期末总资产的比例分别为 35.97%、42.38%和 36.77%，占相应期间营业收入的比例分别为 25.32%、33.06%和 33.25%。报告期内，随着公司经营规模的扩大，公司应收账款规模相应增长。公司前五大应收账款对象均为与公司保持长期紧密合作的重要客户，其最近一期末应收账款余额合计占比达 88.26%。公司主要客户财务实力雄厚，资信良好，公司对其应收账款账龄基本在一年以内，应收账款整体质量较好。但较大规模的应收账款增加了公司的管理压力，加大了坏账损失的风险；且应收账款规模持续增加将减少公司流动资金规模，流动资金的不足可能对公司业务的拓展造成不利影响。

（二）存货规模较大的风险

2017 年末、2018 年末、2019 年末公司存货价值分别为 4,348.58 万元、7,582.22 万元和 8,467.06 万元，占总资产的比例分别为 21.49%、25.41%和 20.35%，虽然最近一期占比有所下降，但在资产构成中占比仍较高。公司存货主要由库存商品和原材料构成，与公司经营特点相匹配。报告期内公司持续增加的存货规模可能会影响公司的资金周转速度和经营活动的现金流量净额，降低资金使用效率，同时也可能发生存货跌价的风险。

（三）税收优惠政策变化的风险

根据厦门市科学技术局、厦门市财政局、厦门市国家税务局、厦门市地方税务局《关于认定厦门市 2017 年第一批高新技术企业（总第二十二批）的通知》（厦科联[2017]61 号），公司于 2017 年 10 月 10 日被认定为高新技术企业，证书编号为 GR201735100086，有效期三年，享受 15%的所得税优惠政策。

根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税[2019]13 号），自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。2019 年度，子公

司上腾（厦门）商用家具有限公司符合上述规定，享受小微企业的优惠政策。

如果公司未能持续取得高新技术企业资格，或者相关税收优惠政策发生变化，将可能增加纳税负担，对公司经营业绩构成不利影响。

（四）政府补助的依赖程度及影响

公司报告期各期收到的政府补助金额分别为 242.26 万元、297.20 万元和 824.37 万元，占各期利润总额的比例分别为 10.42%、5.22%和 11.77%，政府补助占利润总额比例相对较低，报告期公司对政府补助不存在重大依赖。如果相关政策发生变化，公司不能取得相关的政府补助，将对公司经营业绩构成一定影响。

五、内控风险

（一）规模快速扩张导致的管理风险

近年来，公司生产经营规模快速扩张，资产规模迅速扩大，人员也在快速扩充，对公司管理团队的运营能力、市场开拓、资源整合、内部控制等都提出了全方位的更高要求。公司建立了完善的法人治理结构，打造了一支较高素质和管理经验的管理队伍。但随着公司业务的继续发展，特别是股票发行上市及本次募集资金投资项目投产后，公司的生产经营规模将持续扩张，如果公司相关管理措施不能适应公司规模快速扩张，人才储备和管理水平不能适应公司内外部环境的发展变化，则公司将可能面临经营规模迅速扩大导致的管理风险。

（二）实际控制人不当控制的风险

李宏泽、李宏泗在本次发行前分别持有公司 63.4038%、15.8509%的股份，合计持有公司 79.2547%股权，为公司共同实际控制人。本次发行后，李宏泽、李宏泗合计持有的公司股权比例为 59.4411%，仍为公司共同实际控制人，具有直接影响公司重大经营决策的能力。尽管公司已建立了完善的治理架构和内部控制制度，但如果李宏泽、李宏泗利用其实际控制人地位和对公司的影响力，通过行使表决权对公司的经营管理、对外投资等重大事项实施不当控制，公司和其他股东的利益可能受到损害。

六、发行失败风险

公司股票的市场价格不仅取决于公司的经营业绩和发展前景，宏观经济形势

变化、国家经济政策的调控、利率水平、汇率水平、投资者预期变化等各种因素均可能对股票市场带来影响，进而影响投资者对公司股票的价值判断。因此，本次发行存在由于发行认购不足或未能达到上市条件而发行失败的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	上特展示（厦门）股份有限公司
英文名称	SUNTOP （XIAMEN） DISPLAY SYSTEM INC.
注册资本	6,553.23 万元
法定代表人	李宏泽
成立日期	2004 年 3 月 15 日（有限公司成立）
	2018 年 12 月 29 日（整体变更设立股份公司）
住所	厦门市同安工业集中区同安园 175 号
邮政编码	361199
电话号码	0592-3605599
传真号码	0592-5903511
互联网网址	www.suntopgroup.com
电子信箱	suntop-capital@suntopgroup.com
负责信息披露和投资者关系的部门：	董事会办公室
董事会办公室负责人	陈瑞源
董事会办公室电话号码	0592-3605599（122）

二、发行人的设立情况和报告期内的股本和股东变化情况

（一）上特有限的设立情况

2003 年 12 月 18 日，厦门市工商行政管理局向公司核发了《企业名称预先核准通知书》（厦工商私名预字第 39200312156006 号），企业名称预先核准为“厦门上特展示系统工程有限公司”。

2004 年 3 月 1 日，李宏泽、李宏泗签署了《厦门上特展示系统工程有限公司章程》，约定设立公司的前身上特有限，注册资本 100 万元，其中李宏泽以货币出资 80 万元，持股 80%；李宏泗以货币出资 20 万元，持股 20%。

2004 年 3 月 2 日，厦门嘉泓会计师事务所有限公司出具《验资报告》（厦嘉泓[2004]Y042 号），截至 2004 年 3 月 1 日，上特有限已收到全体股东缴纳的

注册资本 100 万元，其中李宏泽出资 80 万元，李宏泗出资 20 万元。出资方式均为货币出资。

2004 年 3 月 15 日，厦门市工商行政管理局核发了营业执照。

上特有限成立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）
1	李宏泽	80.00	80.0000
2	李宏泗	20.00	20.0000
合计		100.00	100.0000

（二）股份公司的设立情况

发行人系由发行人前身厦门上特展示系统工程有限公司整体变更设立。

2018 年 11 月 20 日，福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《审计报告》（闽华兴所[2018]审字 I-100 号），截至 2018 年 5 月 31 日，有限公司经审计的净资产为 11,548.97 万元。

2018 年 11 月 25 日，北京中企华资产评估有限责任公司出具了《资产评估报告》（中企华评报字[2018]第 4711 号），截至 2018 年 5 月 31 日，有限公司经评估的净资产为 14,877.40 万元。

2018 年 12 月 10 日，上特有限召开股东会，全体股东一致同意以 2018 年 5 月 31 日为基准日，以经审计的账面净资产 11,548.97 万元中的 6,000 万元折为 6,000 万股股份，每股面值为人民币 1.00 元，净资产扣除股本后的余额 5,548.97 万元计入资本公积，将有限公司整体变更设立为股份公司。同日，有限公司全体股东作为发起人共同签署了《发起人协议书》。

2018 年 12 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过《关于上特展示（厦门）股份有限公司筹办情况的议案》、《关于上特展示（厦门）股份有限公司折股方案的议案》等议案。

2018 年 12 月 29 日，福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《验资报告》（闽华兴所[2018]验字 I-006 号），经审验，截至 2018 年 12 月 28 日，公司各股东以截至 2018 年 5 月 31 日的上特有限净资产折合实收资本 6,000 万元，其余部分计入资本公积。

2018 年 12 月 29 日，厦门市市场监督管理局准予本次变更并核发了营业执照。

股份公司设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）
1	李宏泽	4,155.00	69.2500
2	李宏泗	1,038.75	17.3125
3	李宏权	281.25	4.6875
4	张亚练	150.00	2.5000
5	同创宏领	178.20	2.9700
6	同创众鑫	100.80	1.6800
7	郑春喜	48.00	0.8000
8	于大勇	48.00	0.8000
合计		6,000.00	100.0000

（三）报告期内的股本和股东变化情况

报告期期初，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）
1	李宏泽	720.00	80.0000
2	李宏泗	180.00	20.0000
合计		900.00	100.0000

1、2017 年 9 月，有限公司第一次股权转让

2017 年 8 月 25 日，上特有限召开股东会，同意李宏泽、李宏泗分别将其持有的有限公司 4%（对应注册资本 36 万元）、1%（对应注册资本 9 万元）的股权按照 1 元/一元出资额的价格分别作价 36 万元、9 万元转让给李宏权。

2017 年 8 月 27 日，李宏泽、李宏泗与李宏权签订《股权转让协议》。

2017 年 9 月 1 日，厦门市同安区市场监督管理局准予本次变更并核发了营业执照。

本次股权转让完成后有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）
1	李宏泽	684.00	76.0000

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）
2	李宏泗	171.00	19.0000
3	李宏权	45.00	5.0000
合计		900.00	100.0000

2、2017年9月，有限公司第五次增资

2017年9月20日，上特有限召开股东会并做出决议，同意注册资本由900万元增加至960万元，增资价格为10.42元/一元出资额。新增注册资本分别由郑春喜以货币80万元认缴7.68万元，于大勇以货币80万元认缴7.68万元，员工持股平台同创宏领以货币297万元认缴28.512万元，员工持股平台同创众鑫以货币168万元认缴16.128万元。

2017年9月30日，厦门市同安区市场监督管理局准予本次变更并核发了营业执照。

2018年12月27日，厦门和裕会计师事务所有限公司出具《验资报告》（厦和裕验字[2018]第113号），截至2018年2月28日，上特有限已收到股东以货币缴纳的新增注册资本及资本公积625万元，其中：60万元计入新增注册资本，565万元计入资本公积。截至2018年2月28日，上特有限累计实收资本为960万元。

本次增资完成后有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	持股比例（%）
1	李宏泽	684.00	71.2500
2	李宏泗	171.00	17.8125
3	李宏权	45.00	4.6875
4	同创宏领	28.51	2.9700
5	同创众鑫	16.13	1.6800
6	郑春喜	7.68	0.8000
7	于大勇	7.68	0.8000
合计		960.00	100.0000

3、2017年11月，有限公司第二次股权转让

2017年10月10日，上特有限召开股东会并做出决议，同意李宏泽、李宏

泗分别将其所持有有限公司 2%（对应注册资本 19.20 万元）、0.5%（对应注册资本 4.80 万元）的股权按 31.25 元/一元出资额的价格分别作价 600 万元、150 万元转让给张亚练。同日，李宏泽、李宏泗与张亚练签订《股权转让协议》。

2017 年 11 月 10 日，厦门市同安区市场监督管理局准予本次变更并核发了营业执照。

本次股权转让后有限公司的股权结构如下：

序号	股东	注册资本（万元）	持股比例（%）
1	李宏泽	664.80	69.2500
2	李宏泗	166.20	17.3125
3	李宏权	45.00	4.6875
4	同创宏领	28.51	2.9700
5	张亚练	24.00	2.5000
6	同创众鑫	16.13	1.6800
7	郑春喜	7.68	0.8000
8	于大勇	7.68	0.8000
合计		960.00	100.0000

4、2018 年 12 月，有限公司整体变更为股份公司

关于股份公司的设立情况，详见本节之“二、发行人的设立情况和报告期内的股本和股东变化情况”之“（二）股份公司的设立情况”。

5、2019 年 10 月，股份公司第一次增资

2019 年 8 月 31 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，同意增加股本 553.23 万股，价格为 11.207 元/股。其中，中瑞卓盛以 3,499.95 万元认购 312.30 万股，博新合众以 1,500.06 万元认购 133.85 万股，和希创投以 1,200.05 万元认购 107.08 万股。

2019 年 9 月，李宏泽、李宏泗、李宏权、张亚练、郑春喜、于大勇、同创宏领、同创众鑫、上特展示分别与中瑞卓盛、博新合众、和希创投分别签署了《增资扩股协议书》，各方一致同意：中瑞卓盛以每股 11.207 元的发行价格认购上特展示增发的 312.30 万股股份；博新合众以每股 11.207 元的发行价格认购上特展示增发的 133.85 万股股份；和希创投以每股 11.207 元的发行价格认购上特展示

增发的 107.08 万股股份。

2019 年 9 月 25 日，福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《验资报告》（闽华兴所[2019]验字 I-004 号），截至 2019 年 9 月 23 日，股份公司已收到股东中瑞卓盛、博新合众、和希创投的出资款 6,200.05 万元，其中，新增注册资本 553.23 万元，增加资本公积金 5,646.82 万元。

2020 年 6 月 28 日，大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具《历次验资复核报告》（大华核字[2020]005134 号），对厦门和裕会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（厦和裕验字[2018]第 113 号）、福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》（闽华兴所[2018]验字 I-006 号）、福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》（闽华兴所[2019]验字 I-004 号）进行复核，复核结果与原有验资结果一致。

2019 年 10 月 16 日，厦门市市场监督管理局准予本次变更并核发了营业执照。

本次增资完成后股份公司的股权结构如下：

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	李宏泽	4,155.00	63.4038
2	李宏泗	1,038.75	15.8509
3	中瑞卓盛	312.30	4.7656
4	李宏权	281.25	4.2918
5	同创宏领	178.20	2.7193
6	张亚练	150.00	2.2889
7	博新合众	133.85	2.0425
8	和希创投	107.08	1.6340
9	同创众鑫	100.80	1.5382
10	郑春喜	48.00	0.7325
11	于大勇	48.00	0.7325
合计		6,553.23	100.0000

截至本招股说明书签署日，股份公司股权未再发生变化。

三、报告期内发行人的重大资产重组情况

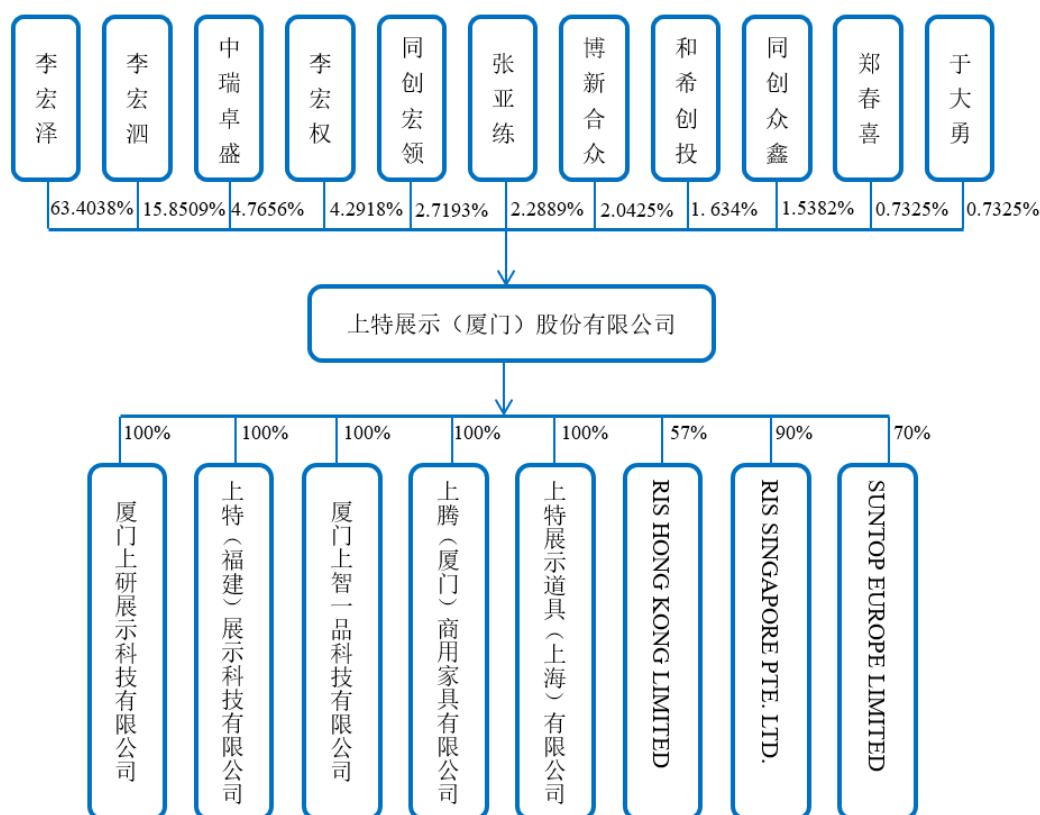
报告期内，发行人不存在重大资产重组情况。

四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

发行人未曾在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人股权结构图

截至本招股说明书签署之日，公司股权结构如下所示：



六、发行人控股及参股公司基本情况

（一）发行人控股子公司

截至本招股说明书签署日，本公司拥有 8 家控股子公司，无参股公司，具体情况如下：

1、上腾商用

公司名称	上腾（厦门）商用家具有限公司
曾用名	上特（厦门）商用家具有限公司
统一社会信用代码	913502125684257730
成立时间	2011 年 3 月 24 日
注册资本	400 万元
实收资本	400 万元
注册地址/主要生产 经营地	厦门市同安区同盛北路 19 号厂房一（一楼）
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	其他家具制造；木质家具制造；竹、藤家具制造；塑料家具制造；五金产品批发；电气设备批发；经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；五金零售；灯具零售；家具零售；木质装饰材料零售；陶瓷、石材装饰材料零售；其他室内装饰材料零售；专业化设计服务；其他未列明专业技术服务业（不含需经许可审批的事项）；会议及展览服务；建筑装饰业
主营业务	展示产品的加工、生产、销售
股权结构	上特展示：100%
主要财务数据	经大华所审计，截至 2019 年 12 月 31 日，上腾商用总资产为 1,224.79 万元，净资产为 906.07 万元；2019 年实现净利润为 169.10 万元

2、上智一品

公司名称	厦门上智一品科技有限公司
统一社会信用代码	91350212302912195D
成立时间	2014 年 7 月 17 日
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
注册地址/主要生产 经营地	厦门市同安区新民镇凤南农场凤南路 766 号 2#
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）

经营范围	其他家具制造；木质家具制造；金属家具制造；金属表面处理及热处理加工；金属制厨房用器具制造；金属制餐具和器皿制造；其他金属制日用品制造；竹、藤家具制造；塑料家具制造；照明灯具制造；灯用电器附件及其他照明器具制造；五金产品批发；电气设备批发；其他机械设备及电子产品批发；经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；五金零售；灯具零售；家具零售；木质装饰材料零售；陶瓷、石材装饰材料零售；其他室内装饰材料零售；专业化设计服务；其他未列明专业技术服务业（不含需经许可审批的事项）；会议及展览服务；建筑装饰业；自有房地产经营活动
主营业务	展示产品的生产、销售
股权结构	上特展示：100%
主要财务数据	经大华所审计，截至2019年12月31日，上智一品总资产为2,631.66万元，净资产为746.27万元；2019年实现净利润为238.46万元

3、上特福建

公司名称	上特（福建）展示科技有限公司
统一社会信用代码	91350625MA31U12A45
成立时间	2018年6月22日
注册资本	5,000万元
实收资本	5,000万元
注册地址/主要生产经营地	福建省漳州市长泰县武安镇官山工业园
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	其他工程和技术研究与试验发展服务；工业设计服务；包装设计；展台设计服务；其他专业设计服务；其他未列明专业技术服务业；新材料技术推广服务；其他未列明的节能技术推广服务；科技中介服务；木质家具制造；竹、藤家具制造；金属家具制造；塑料家具制造；其他家具制造；金属表面处理及热处理加工；金属制厨房用器具制造；金属制餐具和器皿制造；其他金属制日用品制造；照明灯具制造；舞台及场地用灯制造；智能照明器具制造；其他未列明的灯用电器附件及照明器具制造；五金产品批发；电气设备批发；其他机械设备及电子产品批发；对外贸易；五金零售；灯具零售；家具零售；木质装饰材料零售；陶瓷、石材装饰材料零售；其他室内装饰材料零售；其他未列明房地产服务；自有商业房屋租赁服务；住房经营租赁经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	暂未实际经营
股权结构	上特展示：100%
主要财务数据	经大华所审计，截至2019年12月31日，上特福建总资产为3,290.06万元，净资产为2,266.80万元；2019年实现净利润为-33.15万元

4、上特上海

公司名称	上特展示道具（上海）有限公司
统一社会信用代码	91310230MA1JY4W49G
成立时间	2017 年 3 月 17 日
注册资本	800 万元
实收资本	800 万元
注册地址	上海市崇明区长兴镇潘园公路 1800 号 3 号楼 11095 室（上海泰和经济发展区）
主要经营地	上海市闵行区新龙路 1333 弄万科虹桥云 46 号
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	舞台道具的租赁，室内装饰设计，企业形象策划，展览展示服务，会务服务，房地产营销策划与咨询，建筑装饰装修建设工程设计施工一体化，自有设备租赁，家具、厨房设备、日用百货、照明设备、家用电器、五金交电、电气设备、机械设备、电子产品、建筑装潢材料、石材的销售，从事货物及技术的进口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	展示产品销售
股权结构	上特展示：100%
主要财务数据	经大华所审计，截至 2019 年 12 月 31 日，上特上海总资产为 165.16 万元，净资产为 40.16 万元；2019 年实现净利润为-179.91 万元

5、上研展示

公司名称	厦门上研展示科技有限公司
统一社会信用代码	91350200M0000CMP86
成立时间	2015 年 7 月 2 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
注册地址/主要经营地	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区象屿路 93 号厦门国际航运中心 C 栋 4 层 431 单元 E 之三
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	工程和技术研究和试验发展；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；专业化设计服务；其他未列明专业技术服务业（不含需经许可审批的事项）；新材料技术推广服务；节能技术推广服务；科技中介服务；其他未列明科技推广和应用服务业；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）
主营业务	未实际经营
股权结构	上特展示：100%
主要财务数据	经大华所审计，截至 2019 年 12 月 31 日，上研展示总资产为 103.87 万元，净资产为 96.40 万元；2019 年实现净利润为-0.82 万元

6、上特香港

公司名称	RIS HONG KONG LIMITED
成立时间	2014 年 9 月 8 日
注册资本	0.10 万港元
实收资本	0.10 万港元
注册地址/主要生产 经营地	中国香港特别行政区黄竹坑业兴街 11 号南汇广场大厦 B 座 9 楼 9 室
公司类型	有限责任公司
经营范围	营销咨询等
主营业务	展示产品销售
股权结构	上特展示：57%；Chan Kwok Hin：33%；Lee Siew Choo：10%
主要财务数据	经大华所审计，截至 2019 年 12 月 31 日，上特香港总资产为 1,200.47 万元，净资产为 170.21 万元；2019 年实现净利润为 158.14 万元

7、上特新加坡

公司名称	RIS SINGAPORE PTE. LTD.
成立时间	2016 年 7 月 11 日
注册资本	30.07309 万美元
实收资本	30.07309 万美元
注册地址/主要生产 经营地	21 BUKIT BATOK CRESCENT #25-70 WCEGA TOWER SINGAPORE (658065)
公司类型	私人有限公司
经营范围	经营零售店铺概念设计，货架及配件等。
主营业务	展示产品销售
股权结构	上特展示：90%；Lee Siew Choo：10%
主要财务数据	经大华所审计，截至 2019 年 12 月 31 日，上特新加坡总资产为 337.47 万元，净资产为 241.57 万元；2019 年实现净利润为 21.17 万元

8、上特欧洲

公司名称	SUNTOP EUROPE LIMITED
成立时间	2015 年 4 月 28 日
注册资本	40.2444 万英镑
实收资本	0.0050 万英镑
注册地址/主要生产 经营地	BANK CHAMBERS 3 CHURCHYARDSIDE NANTWICH CHESHIRE ENGLAND CW5 5DE
公司类型	Private limited by share
经营范围	为零售部分提供咨询服务等
主营业务	展示产品销售，现停止实际经营，正在办理注销手续

股权结构	上特展示：70%；Christopher Prendaglia:30%
主要财务数据	经大华所审计，截至 2019 年 12 月 31 日，上特欧洲总资产为 18.47 万元，净资产为-799.75 万元；2019 年实现净利润为-73.59 万元

（二）报告期内注销、转让的参股公司情况

公司名称	瑞艾思（厦门）装饰设计工程有限公司
统一社会信用代码	91350203769252303A
成立时间	2004 年 12 月 10 日
注册资本	200 万元
实收资本	50 万元
注册地址/主要生产 经营地	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区湖里大道 18 号第五层 517 单元（文创口岸 7#）
公司类型（转让前）	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	建筑装饰工程设计与施工、园林景观设计、机电设备安装；批发零售建筑材料、五金交电
主营业务	装饰装璜
股权结构（转让前）	上特展示 51%；朱凯 49%
转让情况	上特展示将其持有瑞艾思 51%的股权转让给朱凯，并于 2017 年 9 月 29 日完成工商变更登记

为完善服务链条，将公司服务链条延伸至门店装饰装璜环节，2016 年 12 月 2 日，公司出资 25.50 万元受让自然人朱景武、蒋玉华持有的瑞艾思 51%股权。2016 年 12 月 16 日，朱凯以 24.50 万元的价格受让蒋玉华持有的瑞艾思 49%股权。朱景武、蒋玉华系朱凯的父母，瑞艾思系朱氏家族于 2004 年设立并一直控制的企业。朱凯受让瑞艾思股权后，朱凯为瑞艾思的法定代表人、执行董事，决定瑞艾思的经营、财务等重大事项。

公司持有瑞艾思的股权期间，公司与瑞艾思执行董事朱凯经营理念分歧不可调和，合作进展不佳，瑞艾思的业务、财务、人员、资产、公章等均由朱凯控制，公司未参与瑞艾思的经营活动，未能对瑞艾思的资产、财务和经营决策权进行有效控制。鉴于公司无法对瑞艾思形成控制，无法达成延伸服务链条之目的，加之瑞艾思经营不善，2017 年 9 月公司将持有的瑞艾思 51%股权转让给朱凯。

因公司在持有瑞艾思股权期间，对其无实际控制权，故认定瑞艾思为公司参股公司。

公司持有瑞艾思股权期间，瑞艾思不存在因违法违规而受到行政处罚的情况。

公司转让瑞艾思股权不涉及资产、人员、债务处置。

七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东及实际控制人的基本情况

1、控股股东基本情况

截至本招股说明书签署日，李宏泽直接持有公司 4,155.00 万股，占公司 63.4038%的股份，为公司的控股股东。截至本招股说明书签署日，李宏泽的基本情况如下：

李宏泽先生，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，境内身份证号码：35052419750131****，香港身份证号：M65****（1），本科学历，艺术设计专业。曾任丰达广告器材（厦门）有限公司市场部经理、厦门日先广告展示器材有限公司总经理；2004 年 3 月创办上特有限，曾任上特有限执行董事兼总经理，现任股份公司董事长、总经理；并兼任上研展示执行董事兼总经理，上特上海、上特福建执行董事，上特香港、上特新加坡董事。

2、实际控制人基本情况

李宏泽与李宏泗为兄弟关系，共同创立公司，截至本招股说明书签署日，李宏泽直接持有公司 63.4038%的股份，并担任董事长、总经理；李宏泗直接持有公司 15.8509%的股份，并担任董事、副总经理。李宏泽、李宏泗为公司的共同实际控制人。

李宏泽、李宏泗系兄弟关系，均为公司创始股东，自上特有限设立至 2017 年引入其他股东，李宏泽、李宏泗对上特有限合计持股均为 100%，截至本招股说明书出具之日，李宏泽、李宏泗合计持有公司 5,193.75 万股股份，占股本总额的 79.2547%，自上特有限设立至今，二人合计持股均超过公司总股本的三分之二，且在上特有限股东会/上特展示股东大会的提案、表决及经营决策均保持一致意见，足以对公司股东大会实施重大影响；自上特有限设立以来，李宏泽始终担任执行董事兼总经理，李宏泗始终担任监事，上特有限整体变更为上特展示后，李宏泽始终担任公司董事长兼总经理，李宏泗始终担任公司董事兼副总经理，足以对公司董事会决策、日常经营管理实施重大影响。综上，结合公司的历史沿革，股东大会、董事会、经营管理的实际运作情况，认定李宏泽、李宏泗为发行人的

共同实际控制人。

李宏权系李宏泽、李宏泗之兄，自 2017 年 9 月受让李宏泽、李宏泗股份后始持有上特有限股权，但其持有发行人股份不超过股本总额的 5%，且自上特有限设立以来，从未参与公司经营管理，从未在发行人担任董事、高级管理人员，无法对发行人实施重大影响，故不认定李宏权为实际控制人。

综上所述，李宏泽、李宏泗系发行人的共同实际控制人。截至本招股说明书签署日，公司实际控制人的基本情况如下：

李宏泽的基本情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人的基本情况”之“1、控股股东基本情况”。

李宏泗先生，1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，境内身份证号码：35052419770408****，香港身份证号：M70****（6），大专学历，工商管理专业。曾任丰达广告器材（厦门）有限公司采购部经理、厦门日先广告展示器材有限公司监事；2004 年 3 月创办上特有限，曾任上特有限监事，现任股份公司董事、副总经理；并兼任上腾商用执行董事兼总经理，上特福建总经理，上特上海、上研展示监事。

报告期内，本公司的实际控制人未发生变化。

（二）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东李宏泽，共同实际控制人李宏泽、李宏泗直接或间接持有发行人的股份均不存在质押或其他争议的情况。

（三）其他持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，除控股股东李宏泽，共同实际控制人李宏泽、李宏泗外，公司不存在其他直接或间接持股 5%以上的股东。

（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除本公司及控股子公司外，发行人控股股东李宏泽，共同实际控制人李宏泽、李宏泗不存在控制的其他企业的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前公司总股本为 6,553.23 万股，公司本次拟向社会公开发行人民币普通股不低于 2,184.41 万股，占发行后总股本比例不低于 25.00%，发行后总股本不低于 8,737.64 万股（最终发行数量以中国证监会同意注册的数量为准）。本次发行前后股本变动情况如下：

序号	股东名称或姓名	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	比例	持股数量 (万股)	比例
1	李宏泽	4,155.00	63.4038%	4,155.00	47.5529%
2	李宏泗	1,038.75	15.8509%	1,038.75	11.8882%
3	中瑞卓盛	312.30	4.7656%	312.30	3.5742%
4	李宏权	281.25	4.2918%	281.25	3.2188%
5	同创宏领	178.20	2.7193%	178.20	2.0395%
6	张亚练	150.00	2.2889%	150.00	1.7167%
7	博新合众	133.85	2.0425%	133.85	1.5319%
8	和希创投	107.08	1.6340%	107.08	1.2255%
9	同创众鑫	100.80	1.5382%	100.80	1.1536%
10	郑春喜	48.00	0.7325%	48.00	0.5493%
11	于大勇	48.00	0.7325%	48.00	0.5493%
12	社会公众股	-	-	2,184.41	25.0000%
合计		6,553.23	100.00%	8,737.64	100.00%

（二）发行前公司前十名股东

截至本招股说明书签署之日，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	李宏泽	4,155.00	63.4038%
2	李宏泗	1,038.75	15.8509%
3	中瑞卓盛	312.30	4.7656%
4	李宏权	281.25	4.2918%
5	同创宏领	178.20	2.7193%
6	张亚练	150.00	2.2889%
7	博新合众	133.85	2.0425%

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
8	和希创投	107.08	1.6340%
9	同创众鑫	100.80	1.5382%
10	郑春喜	48.00	0.7325%
10	于大勇	48.00	0.7325%
合计		6,553.23	100.00%

（三）发行前公司前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署之日，公司前十名自然人股东直接持股情况及其在公司任职情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	比例	在发行人处担任职务
1	李宏泽	4,155.00	63.4038%	董事长、总经理
2	李宏泗	1,038.75	15.8509%	董事、副总经理
3	李宏权	281.25	4.2918%	-
4	张亚练	150.00	2.2889%	-
5	郑春喜	48.00	0.7325%	董事
5	于大勇	48.00	0.7325%	董事
合计		5,721.00	87.3005%	

（四）国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司股本未有国有股份或外资股份。

（五）发行人最近一年新增股东情况

1、新增股东取得股份的情况

2019年8月31日，公司召开股东大会，同意增加股本553.23万股，价格为11.207元/股，由公司与增资对象协商确定。本次增资对象均为新股东，其中，中瑞卓盛以3,499.95万元认购312.30万股，博新合众以1,500.06万元认购133.85万股，和希创投以1,200.05万元认购107.08万股。

2019年9月25日，福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《验资报告》（闽华兴所[2019]验字I-004号），截至2019年9月23日，股份公司已收到股东中瑞卓盛、博新合众、和希创投的出资款6,200.05万元，其中，新增注册资本553.23万元，增加资本公积金5,646.82万元。

2019年10月16日，厦门市市场监督管理局准予本次变更并核发了营业执照。

此次增资完成后，新增股东及持股情况如下：

序号	股东	注册资本（万元）	持股比例（%）
1	中瑞卓盛	312.30	4.7656
2	博新合众	133.85	2.0425
3	和希创投	107.08	1.6340
合计		553.23	8.4421

2、新增股东基本情况

发行人最近一年新增股东为中瑞卓盛、博新合众、和希创投，其基本情况如下：

（1）中瑞卓盛

截至本招股说明书签署日，中瑞卓盛基本情况如下：

企业名称	中瑞卓盛（宁波）股权投资基金合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330205MA2AEXXW88
主要经营场所	浙江省宁波市江北区慈城镇慈湖人家267号3062室
执行事务合伙人	中瑞润和（宁波）投资管理有限公司
成立时间	2017年10月18日
经营范围	私募股权投资（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务。）（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）
私募基金备案编号	SY1883
私募基金备案时间	2017年11月16日
实际控制人	胡志滨

截至本招股说明书签署日，中瑞卓盛股权结构如下：

合伙人名称	出资额（万元）	出资额比例	合伙人类型
中瑞润和（宁波）投资管理有限公司	600.00	20.00%	执行事务合伙人
中瑞智慧国际控股有限公司	1,200.00	40.00%	有限合伙人
广东都市丽人实业有限公司	1,200.00	40.00%	有限合伙人

合伙人名称	出资额（万元）	出资额比例	合伙人类型
合计	3000.00	100.00%	

截至本招股说明书签署日，中瑞卓盛普通合伙人的基本情况如下：

企业名称	中瑞润和（宁波）投资管理有限公司
企业类型	有限责任公司（外商投资企业与内资合资）
统一社会信用代码	91330205MA2833LJ1Y
住所	宁波市江北区慈城镇慈湖人家376号101室
法定代表人	胡志滨
成立时间	2016年11月30日
注册资本	1,000万元
经营范围	资产管理，投资管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）
私募基金管理人登记编号	P1063007
私募基金管理人登记时间	2017年6月5日

（2）博新合众

截至本招股说明书签署日，博新合众基本情况如下：

企业名称	博新合众（宁波）投资管理合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330205MA2AJ0LG86
主要经营场所	浙江省宁波市江北区慈城镇随园街98弄22号255幢2+1-2-74室
执行事务合伙人	周东
成立时间	2018年4月8日
经营范围	投资管理，投资咨询（除证券、期货）（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（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）
实际控制人	周东

博新合众在设立过程中均未向任何投资者发出基金募集文件，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，其本身亦未募集设立或参与管理私募投资基金。因此，博新合众不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规定的私募投资基金或私募基金管理人，无需按《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规履行登记备案程序。

截至本招股说明书签署日，博新合众股权结构如下：

合伙人名称	出资额（万元）	出资额比例	合伙人类型
周东	150.00	50%	执行事务合伙人
熊坦	150.00	50%	有限合伙人
合计	300.00	100.00%	

截至本招股说明书签署日，博新合众普通合伙人的基本情况如下：

周东，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：42060219830910****。

（3）和希创投

截至本招股说明书签署日，和希创投基本情况如下：

企业名称	厦门市海沧区和希创业投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91350200MA345LTA7H
主要经营场所	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区建港路29号海沧国际物流大厦2楼201室之一F0010
执行事务合伙人	陈烨辉
成立时间	2016年1月19日
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的委托进行创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。
实际控制人	陈烨辉

和希创投在设立过程中均未向任何投资者发出基金募集文件，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，其本身亦未募集设立或参与管理私募投资基金。因此，和希创投不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规定的私募投资基金或私募基金管理人，无需按《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规履行登记备案程序。

截至本招股说明书签署日，和希创投股权结构如下：

合伙人名称	出资额（万元）	出资额比例	合伙人类型
陈烨辉	340.00	13.82%	执行事务合伙人
厦门信诚通创业投资有限公司	1,960.00	79.64%	有限合伙人
梁育宗	161.00	6.54%	有限合伙人
合计	2,461.00	100.00%	

截至本招股说明书签署日，和希创投普通合伙人的基本情况如下：

陈烨辉，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：35020319751114****。

（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，股东李宏泽、李宏泗、李宏权为兄弟关系。李宏泽、李宏泗、李宏权分别直接持有公司 4,155.00 万股、1,038.75 万股、281.25 万股股份，占公司本次发行前总股本的比例分别为 63.4038%、15.8509%、4.2918%。

同创宏领和同创众鑫均为公司员工持股平台，同创宏领和同创众鑫分别直接持有公司 178.20 万股、100.80 万股股份，占公司发行前总股本的比例分别为 2.7193%和 1.5382%。

（七）发行人股东公开发售股份情况

发行人本次发行不存在股东公开发售股份的情况。

（八）发行人历史上签署过的对赌协议及解除情况

2019 年 9 月，中瑞卓盛、博新合众、和希创投分别与李宏泽和上特展示签署了《关于上特展示（厦门）股份有限公司补充协议》（以下简称“《补充协议》”）。

《补充协议》涉及上特展示 2019 年和 2020 年的业绩承诺、IPO 申报时间等对赌条款，若公司未完成约定的业绩承诺数或未按承诺最迟时间递交上市申请材料，则中瑞卓盛、博新合众、和希创投有权要求李宏泽按照 8%的年利率（单利）回购其所持公司部分或全部股份。同时，该协议约定《补充协议》全部条款于公司向交易所或证券监管部门（或根据届时适用的法律、法规、规范性文件或政策应审核公司上市申请的主管部门）递交公司上市申请材料之日起自动失效。但若公司主动终止 IPO 或被证监会等监管部门终止（未通过）审核或其他原因导致 IPO 失败，中瑞卓盛、博新合众、和希创投有权要求李宏泽履行回购义务。

根据大华所出具的《审计报告》，2019 年公司净利润为 6,082.38 万元，扣除非经常性损益后的净利润为 5,367.45 万元，触发与中瑞卓盛、博新合众及和希创投约定的业绩对赌条款，但中瑞卓盛、博新合众、和希创投均未要求李宏泽履行回购义务。2020 年 6 月，中瑞卓盛、博新合众、和希创投分别与李宏泽和上特展示签署《终止协议》，同意免除李宏泽依照《补充协议》相关条款应承担的回

购义务，截至《终止协议》签订之日，李宏泽不负任何补偿或者回购义务；同时，同意终止《补充协议》全部条款，截至《终止协议》签订之日，各方均不存在违反《补充协议》约定的情形，互不负有任何责任或义务，自《终止协议》签订之日起，各方不再执行《补充协议》相关条款。

综上，上述对赌协议对发行人股权未造成任何影响。

经核查，保荐机构认为，发行人与中瑞卓盛、博新合众、和希创投签署的对赌条款已终止，李宏泽已被免除依照《补充协议》相关条款应承担的回购义务，截至《终止协议》签订之日，各方均不存在违反《补充协议》约定的情形，互不负有任何责任或义务，自《终止协议》签订之日起，各方不再执行《补充协议》相关条款，因此上述对赌协议对发行人股权未造成任何影响。

经核查，发行人律师认为，此次增资虽然约定了投资人权利保护及对赌约定特别条款，且触发了中瑞卓盛、博新合众、和希创投股份回购权，但自相关协议签署后，中瑞卓盛、博新合众、和希创投未要求李宏泽回购其股份，各方已签署《终止协议》，免除了李宏泽的回购义务，《增资扩股协议》及《补充协议》中特殊股东权利、对赌回购约定已全部终止。因此，上述情形不会构成本次发行并上市的实质法律障碍。

（九）发行人不存在“三类股东”

截至本招股说明书签署日，公司不存在契约式基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”。

（十）发行人不存在股东超过 200 人的情况

公司现有股东穿透计算权益持有人后，不存在超过 200 人的情形。

九、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员情况

1、董事会成员

本公司董事会成员共 9 名，其中 3 名为独立董事。本公司董事均由公司股东大会选举产生，任期三年，可连选连任。董事长经董事会全体董事的过半数选举产生。

本公司现任董事基本情况如下：

姓名	任职	任职期限
李宏泽	董事长、总经理	2018 年 12 月 28 日-2021 年 12 月 27 日
李宏泗	董事、副总经理	2018 年 12 月 28 日-2021 年 12 月 27 日
郑春喜	董事	2018 年 12 月 28 日-2021 年 12 月 27 日
于大勇	董事	2018 年 12 月 28 日-2021 年 12 月 27 日
陈瑞源	董事、董事会秘书	2019 年 12 月 3 日-2021 年 12 月 27 日
胡志滨	董事	2019 年 12 月 3 日-2021 年 12 月 27 日
陈朝琳	独立董事	2019 年 12 月 3 日-2021 年 12 月 27 日
张学良	独立董事	2019 年 12 月 3 日-2021 年 12 月 27 日
林永标	独立董事	2019 年 12 月 3 日-2021 年 12 月 27 日

（1）李宏泽先生

详细情况参见“第五节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）公司控股股东及实际控制人的基本情况”。

（2）李宏泗先生

详细情况参见“第五节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）其他持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

（3）郑春喜先生

郑春喜先生，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，工商管理专业。曾任厦门市商利亚工贸有限公司销售代表、厦门泰尔商贸有限公司销售经理、厦门日先广告展示器材有限公司市场部经理；自 2006 年 6 月加入上特有限以来，历任上特有限销售经理、销售总监，现任股份公司董事。

（4）于大勇先生

于大勇先生，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，焊接工艺及设备专业。曾任淄博市石油机械制造总厂技术科技术员、厦门群鑫机械工业有限公司研发部经理；自 2008 年 1 月加入上特有限以来，历任上特有限研发部经理、生产部经理、工程部总监，现任股份公司董事。

（5）陈瑞源先生

陈瑞源先生，1990 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，国际经济与贸易专业，中国注册会计师（非执业）、法律职业资格。曾任毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）厦门分所审计部助理经理；自 2017 年 6 月加入上特有限以来，历任上特有限总经办总经理助理、股份公司总经办总经理助理，现任股份公司董事、董事会秘书。

（6）胡志滨先生

胡志滨先生，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，金融学专业。现任深圳市瑞成科讯实业有限公司执行董事兼总经理、江西金力永磁科技股份有限公司董事、中瑞智慧国际控股有限公司执行董事兼总经理、中瑞润和（宁波）投资管理有限公司董事长、深圳市瑞洲实业股份有限公司董事长兼总经理；2019 年 12 月至今任股份公司董事。胡志滨先生兼职情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“九、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”。

（7）陈朝琳先生

陈朝琳先生，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历，会计学专业。现任厦门国家会计学院教研中心副教授、厦门博芮投资股份有限公司董事、深圳市赢时胜信息技术股份有限公司、百应租赁控股有限公司、福建飞通通讯科技股份有限公司独立董事、财政部企业会计准则咨询委员会咨询委员；2019 年 12 月至今任股份公司独立董事。

（8）张学良先生

张学良先生，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，工业设计专业。曾任好孩子（中国）商贸有限公司信息系统中心高级经理、江苏中和贸易有限公司信息中心总监；现任魔元术（苏州）信息科技有限公司执行董事兼总经理、苏州魔元术企业管理中心（有限合伙）、常熟大魔数科企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人；2019 年 12 月至今任股份公司独立董事。

（9）林永标先生

林永标先生，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，国际经济法专业，律师。曾任福建大中律师事务所律师、福建重宇合众律师事务所律师；现任福建闽鹭律师事务所主任、厦门也韬商贸有限公司监事；2019 年 12 月至今任股份公司独立董事。

2、监事会成员

公司本届监事会成员共有 3 名，其中包括 2 名股东代表监事和 1 名职工代表监事。股东代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会民主选举产生。本公司监事任期 3 年，任期届满可连选连任。

本公司现任监事基本情况如下：

姓名	任职	任职期限
曾振坤	监事会主席	2018 年 12 月 28 日-2021 年 12 月 27 日
钟华麟	监事	2018 年 12 月 28 日-2021 年 12 月 27 日
官玲玉	职工代表监事	2018 年 12 月 28 日-2021 年 12 月 27 日

（1）曾振坤先生

曾振坤先生，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，工业设计专业。曾任广东河源龙记金属制品有限公司工程师、厦门群鑫机械工业有限公司行政部课长、厦门长塑实业有限公司行政部主管、诚益光学（厦门）有限公司行政部经理；自 2016 年 3 月加入上特有限以来，历任上特有限管理部经理、总监，现任股份公司监事会主席、管理部总监。

（2）钟华麟先生

钟华麟先生，1985 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，经济学专业。自 2007 年 11 月加入上特有限以来，历任上特有限市场部项目经理、部门副经理、部门副总监，现任股份公司监事、股份公司市场部副总监；并兼任同创众鑫执行事务合伙人。

（3）官玲玉女士

官玲玉女士，1984 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，会计专业。曾任厦门百胜王矿泉水有限公司销售部统计员、厦门雅色工贸有限公司

生产部主管，自 2006 年 6 月加入上特有限以来，历任上特有限生产部生管员、课长、副经理、经理；现任股份公司监事、生产部经理；并兼任同创宏领执行事务合伙人。

3、高级管理人员

根据《公司章程》，公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书为公司高级管理人员。本公司现任高级管理人员共有 5 名，具体情况如下：

姓名	任职	任职期限
李宏泽	董事长、总经理	2018 年 12 月 28 日-2021 年 12 月 27 日
李宏泗	董事、副总经理	2018 年 12 月 28 日-2021 年 12 月 27 日
陈歆	副总经理	2020 年 3 月 16 日-2021 年 12 月 27 日
陈瑞源	董事、董事会秘书	2019 年 11 月 17 日-2021 年 12 月 27 日
张秀财	财务总监	2020 年 1 月 20 日-2021 年 12 月 27 日

（1）李宏泽先生

详细情况参见“第五节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）公司控股股东及实际控制人的基本情况”。

（2）李宏泗先生

详细情况参见“第五节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）其他持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

（3）陈歆女士

陈歆女士，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，会计学专业，中级会计师。曾任厦门 ABB 开关有限公司财务主管、厦门耐帆包装工程有限公司财务经理、美吉斯药业集团（厦门）有限公司高级财务经理、科维彤创（厦门）电子工业有限公司亚太区财务总监、贝莱胜电子（厦门）有限公司工厂财务总监；2020 年 3 月加入上特展示，现任股份公司副总经理。

（4）陈瑞源先生

详细情况参见“第五节 发行人基本情况”之“九、公司董事、监事、高级

管理人员及其他核心人员”之“（一）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员情况”之“1、董事会成员”之“（5）陈瑞源先生”。

（5）张秀财先生

张秀财先生，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，会计学专业。自 2004 年 5 月加入上特有限以来，历任上特有限资材部经理、财务部会计、副经理、经理，现任股份公司财务总监。

4、其他核心人员

公司的核心技术人员为李宏泽先生、李剑锋先生、王辉宇先生，具体情况如下：

（1）李宏泽先生

详细情况参见“第五节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）公司控股股东及实际控制人的基本情况”。

（2）李剑锋先生

李剑锋先生，1964 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，工业企业管理专业。曾任福建华龙工业集团公司总装车间主任助理、新加坡超圣股份有限公司生产部技术员、厦门富华光学有限公司模具课课长、厦门群鑫工业有限公司研发工程师；自 2004 年 4 月加入上特有限以来，历任上特有限研发工程师、生管经理、工程部经理、研发总监、股份公司董事，现任股份公司研发总监。

（3）王辉宇先生

王辉宇先生，1977 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，机械设计制造专业。曾任福建中宇集团有限公司研发部职员、厦门瑞尔特卫浴研发部职员、蒙发利科技有限公司研发部职员；自 2008 年 2 月加入上特有限以来，历任上特有限研发部结构设计师、课长、副经理、经理，现任股份公司研发部经理。

5、公司主要创始人的创业经历

公司共同实际控制人李宏泽、李宏泗对发行人发展有重要影响。2004 年 3

月，李宏泽、李宏泗共同创立上特有限。李宏泽主持经营管理，李宏泗负责生产管理。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况如下：

序号	姓名	在本公司任职	其他任职单位	任职职务	其他任职单位与本公司的关系
1	李宏泽	董事长、总经理	上特（福建）展示科技有限公司	执行董事	全资子公司
			上特展示道具（上海）有限公司	执行董事	全资子公司
			厦门上研展示科技有限公司	执行董事兼总经理	全资子公司
			RIS HONG KONG LIMITED	董事	控股子公司
			RIS SINGAPORE PTE. LTD.	董事	控股子公司
2	李宏泗	董事、副总经理	上腾（厦门）商用家具有限公司	执行董事兼总经理	全资子公司
			上特（福建）展示科技有限公司	总经理	全资子公司
			上特展示道具（上海）有限公司	监事	全资子公司
			厦门上研展示科技有限公司	监事	全资子公司
3	胡志滨	董事	中瑞智慧科技服务有限公司	执行董事兼总经理	关联方
			深圳市瑞成科讯实业有限公司	执行董事兼总经理	关联方
			中瑞智慧国际控股有限公司	执行董事兼总经理	关联方
			中瑞盟灝（宁波）投资管理有限公司	执行董事	关联方
			深圳市瑞洲实业股份有限公司	董事长兼总经理	关联方
			深圳市长玖玖投资有限公司	执行董事兼总经理	关联方
			深圳市国科瑞成科技有限公司	执行董事兼总经理	关联方
			澜溪（宁波）资产管理有限公司	董事	关联方
			江西瑞德创业投资有限公司	监事	关联方
			天津乾润商业保理有限责任公司	监事	关联方
			深圳市转角街坊网络科技有限公司	董事	关联方
			中瑞润和（宁波）投资管理有限公司	董事长	关联方
			深圳前海草本实业有限公司	执行董事兼总经理	关联方

序号	姓名	在本公司任职	其他任职单位	任职职务	其他任职单位与本公司的关系
			深圳前海富海融通保理有限公司	董事	关联方
			江西金力永磁科技股份有限公司	董事	关联方
			中广美意文化传播控股有限公司（失信被执行人）	董事	关联方
			力德风力发电（江西）有限责任公司	董事兼总经理	关联方
			力德电子科技（新余）有限公司	董事	关联方
			瑞成（香港）有限公司	董事局主席	关联方
			中国永磁新能源集团有限公司	董事	关联方
			恒誉国际控股有限公司	董事	关联方
			中国稀土风电集团有限公司	董事	关联方
4	陈朝琳	独立董事	厦门国家会计学院	副教授	-
			厦门博芮投资股份有限公司	董事	关联方
			深圳市赢时胜信息技术股份有限公司	独立董事	-
			百应租赁控股有限公司	独立董事	-
			福建飞通通讯科技股份有限公司	独立董事	-
			财政部企业会计准则咨询委员会	咨询委员	-
5	张学良	独立董事	魔元术（苏州）信息科技有限公司	执行董事兼总经理	关联方
			苏州魔元术企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人	关联方
			常熟大魔数科企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人	关联方
6	林永标	独立董事	福建闽鹭律师事务所	主任	-
			厦门也韬商贸有限公司	监事	关联方
7	曾振坤	监事	上特（福建）展示科技有限公司	监事	全资子公司
8	钟华麟	监事	厦门市同创众鑫产业投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	公司股东
9	官玲玉	监事	厦门市同创宏领产业投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	公司股东

除上述兼职情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他兼职情况。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系

公司董事长、总经理李宏泽与公司董事、副总经理李宏泗系兄弟关系。除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在夫妻

关系、三代以内直系或旁系亲属关系。

（四）董事、监事的提名与选聘情况

根据《公司章程》规定，本公司董事、监事的任期为三年，可连选连任。公司董事、监事的提名和选聘情况如下：

1、董事的提名和选聘情况

2018年12月28日，股份公司召开创立大会暨第一次股东大会，根据股东李宏泽提名，选举李宏泽、李宏泗、于大勇、郑春喜、李剑锋为公司第一届董事会董事。同日，股份公司召开第一届董事会第一次会议，选举李宏泽为股份公司董事长。

2019年8月31日，股份公司召开2019年第一次临时股东大会，根据股东中瑞卓盛提名，选举柳彦龙为公司董事。

由于公司董事柳彦龙、李剑锋因个人原因辞去公司董事职务，同时公司拟增设3名独立董事，2019年12月3日，股份公司召开2019年第二次临时股东大会，根据股东中瑞卓盛提名，选举胡志滨为公司董事；根据股东李宏泽提名，选举陈瑞源为公司董事；根据董事会提名，选举陈朝琳、张学良、林永标为公司第一届董事会独立董事。

2、监事的提名与选聘情况

2018年12月28日，股份公司召开创立大会暨第一次股东大会，根据股东李宏泗提名，选举曾振坤、钟华麟为公司第一届监事会监事。公司职工代表监事官玲玉由2018年12月28日的职工代表大会选举产生。同日，股份公司召开第一届监事会第一次会议，一致通过选举曾振坤为公司第一届监事会主席。

（五）公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议及其履行情况

公司与在本公司领取工资的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员均签订了《劳动合同》和《保密和竞业禁止协议》，与公司全体董事、监事、高级管理人员签署了《聘任合同》。除上述协议外，公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未签署其他协议。

截至本招股说明书签署之日，上述协议均得到有效执行，不存在违约情况。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除直接或间接持有公司股份外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况如下：

序号	姓名	本公司职务	投资单位名称	投资单位经营范围	投资金额（万元）	持股比例
1	陈瑞源	董事、董事会秘书	厦门市同创众鑫产业投资合伙企业（有限合伙）	对第一产业、第二产业、第三产业的（法律、法规另有规定除外）	70.21	41.67%
2	胡志滨	董事	天津新柏灏资产管理合伙企业（有限合伙）	资产管理（金融性资产管理除外）。（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）	9,894.80	98.95%
			中瑞智慧科技服务有限公司	生物技术的研发与销售；一类医疗器械的技术研发与销售；经济信息咨询、企业管理咨询（不含限制项目）；电子产品的研发与销售；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）	22,500.00	90.00%
			深圳市瑞成科讯实业有限公司	兴办实业（具体项目另行申报）；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；化工原料、化工产品（不含危险品）、新材料、新能源的研发和销售（以上根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）。化学试剂和助剂的生产制造和销售	4500.00	90.00%
			中瑞智慧国际控股有限公司	生物技术的研发与销售；生物技术的咨询；一类医疗器械的技术的研发与销售；医疗器械的技术咨询；经济信息咨询、企业管理咨询、通讯领域技术服务（不含限制项目）；电子产品的研发与销售；仪器仪表、计算机与信息技术服务；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）	22,500.00	90.00%

序号	姓名	本公司 职务	投资单位名称	投资单位经营范围	投资金额 (万元)	持股比 例
			深圳市长玖玖投资有限公司	一般经营项目是：投资兴办实业（具体项目另行申报）；投资科技型企业（具体项目另行申报）；为餐饮企业提供管理服务；国内贸易、经营进出口业务（不含专营、专控、专卖商品）。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：餐饮服务；中餐制售	400.00	80.00%
			深圳市国科瑞成科技有限公司	化工原料（不含危险化学品）的技术开发、销售，其它国内贸易（以上法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）	70.00	70.00%
			广州中值传媒产业投资企业（有限合伙）	企业自有资金投资；投资咨询服务	1,781.7250	55.00%
			新疆虔昌企业管理咨询有限合伙企业	企业咨询、企业管理、企业形象策划、市场营销策划、市场信息服务与调查（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）	640.50	31.43%
			澜溪（宁波）资产管理有限公司	资产管理、投资管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	300.00	30.00%
			江西瑞德创业投资有限公司	实业投资；科技开发；国内贸易。（国家有专项规定的除外）	600.00	30.00%
			天津乾润商业保理有限责任公司	以受让应收账款的方式提供贸易融资；应收账款的收付结算、管理与催收；销售分户（分类）账管理；与本公司业务相关的非商业性坏账担保；客户资信调查与评估；相关咨询服务（以天津市商务委员会批复为准）。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有效期限内经营，国家有专项专营规定的按规定办理。）	1,000.00	20.00%
			深圳市转角街坊网络科技有限公司	一般经营项目是：经营电子商务，网页设计制作（不含增值电信业务）；数码产品、服装、鞋帽、家具、家电、家纺、家居饰品、建材、五金卫浴、厨具、日用品的销售及其他国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；计算机软件开发；经济信息咨询（不含信托、证券、保险、银行业务、人才中介服务及其它限制项目）	29.41	4.30%

序号	姓名	本公司职务	投资单位名称	投资单位经营范围	投资金额（万元）	持股比例
			深圳市考拉超课科技股份有限公司	一般经营项目是：信息服务业务及相关信息咨询，网络技术咨询；软件产品研发和销售；教育咨询；教育培训	171.49	2.60%
			瑞成（香港）有限公司	项目投资	0.50 万港币	50%
			中国永磁新能源集团有限公司	投资管理	0.30 万港币	30%
			中国稀土风电集团有限公司（China Rare Earth Wind Power Group Limited）	投资管理	5.00 万美元	100%
3	张学良	独立董事	魔元术（苏州）信息科技有限公司	计算机软硬件开发；计算机技术与信息咨询服务；计算机系统集成、图文设计制作；计算机及相关硬件、软件产品销售；计算机网络工程施工；网页开发、设计；企业管理服务、企业营销策划、企业形象策划、市场调研服务、展览展示服务、策划创意服务、会务会展服务；从事货物及技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。（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）	230.00	46.00%
			苏州魔元术企业管理中心（有限合伙）	企业管理服务，计算机科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；企业营销策划、企业形象策划、市场调研服务、展览展示服务、策划创意服务、会务会展服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	115.00	46.94%
			常熟大魔数科企业管理中心（有限合伙）	企业管理服务，计算机科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；市场营销策划、企业形象策划、市场调研服务、展览展示服务、策划创意服务、会务服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	58.50	90.00%
			昆山市玉山镇杜桥富民合作社（普通合伙）	自有房屋出租,绿化工程施工、养护,土方工程施工。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）	1.00	2.00%

序号	姓名	本公司职务	投资单位名称	投资单位经营范围	投资金额 (万元)	持股比例
4	林永标	独立董事	厦门也韬商贸有限公司	纺织品、针织品及原料批发；服装批发；鞋帽批发；化妆品及卫生用品批发；厨房、卫生间用具及日用杂货批发；灯具、装饰物品批发；家用电器批发；其他家庭用品批发；文具用品批发；其他文化用品批发；首饰、工艺品及收藏品批发(不含文物、象牙及其制品)；五金产品批发；电气设备批发；计算机、软件及辅助设备批发；通讯及广播电视设备批发；其他机械设备及电子产品批发；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）；纺织品及针织品零售；服装零售；鞋帽零售；化妆品及卫生用品零售；钟表、眼镜零售；箱、包零售；厨房用具及日用杂品零售；自行车零售；其他日用品零售；文具用品零售；珠宝首饰零售；工艺美术品及收藏品零售（不含文物、象牙及其制品）；其他文化用品零售；家用视听设备零售；日用家电设备零售；计算机、软件及辅助设备零售；通信设备零售；其他电子产品零售；五金零售；灯具零售；家具零售；涂料零售；卫生洁具零售；木质装饰材料零售；陶瓷、石材装饰材料零售；其他室内装饰材料零售；其他未列明零售业（不含需经许可审批的项目）；互联网销售；贸易代理；软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；集成电路设计；动画、漫画设计、制作；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；其他未列明商务服务业（不含需经许可审批的项目）	60.00	60.00%
5	曾振坤	监事	厦门市同创众鑫产业投资合伙企业（有限合伙）	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）	18.05	10.71%
6	钟华麟	监事	厦门市同创众鑫产业投资合伙企业（有限合伙）	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）	20.06	11.91%
7	官玲玉	监事	厦门市同创宏领产业投资合伙企业（有限合伙）	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）	20.03	6.73%

序号	姓名	本公司职务	投资单位名称	投资单位经营范围	投资金额（万元）	持股比例
8	张秀财	财务总监	厦门市同创宏领产业投资合伙企业（有限合伙）	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）	47.07	15.82%
9	李剑锋	研发总监	厦门市同创宏领产业投资合伙企业（有限合伙）	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）	30.07	10.11%
10	王辉宇	研发部经理	厦门市同创宏领产业投资合伙企业（有限合伙）	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）	18.03	6.06%

上表所列董事、监事、高管人员及核心技术人员的对外投资情况与公司业务无关，不存在利益冲突情形。

（七）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况如下：

序号	姓名	与公司关系	直接持股数（万股）	间接持股数（万股）	持股比例
1	李宏泽	董事长、总经理	4,155.00	-	63.4038%
2	李宏泗	董事、副总经理	1,038.75	-	15.8509%
3	李宏权	公司董事李宏泽、李宏泗之胞兄	281.25	-	4.2918%
4	于大勇	董事	48.00	-	0.7325%
5	郑春喜	董事	48.00	-	0.7325%
6	陈瑞源	董事、董事会秘书	-	42.00	0.6409%
7	胡志滨	董事	-	134.91	2.0587%
8	曾振坤	监事会主席	-	10.80	0.1648%
9	钟华麟	监事	-	12.00	0.1831%
10	官玲玉	监事	-	12.00	0.1831%
11	张秀财	财务总监	-	28.19	0.4302%
12	李剑锋	研发总监	-	18.01	0.2749%
13	王辉宇	研发部经理	-	10.80	0.1648%

截至本招股说明书签署之日，上述董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持公司股份均未被质押、冻结，不存在诉讼纠纷，亦不存在其他有争议的情况。

除上述情况外，本次发行前其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属均未以其他方式直接或间接持有公司股份。

（八）公司董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况

1、董事变动情况

2018 年初，公司未设立董事会，仅设执行董事 1 人，为李宏泽。

2018 年 12 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举李宏泽、李宏泗、于大勇、郑春喜、李剑锋为股份公司第一届董事会成员。2018 年 12 月 28 日，公司召开第一届董事会第一次会议，选择李宏泽为公司董事长。

2019 年 8 月 31 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，选举柳彦龙为公司董事。

由于公司董事柳彦龙、李剑锋因个人原因辞去公司董事职务，同时公司拟增设 3 名独立董事，2019 年 12 月 3 日公司召开 2019 年第二次临时股东大会，选举胡志滨、陈瑞源为公司董事，选举陈朝琳、张学良、林永标为公司独立董事。

2、监事变动情况

2018 年初，公司未设立监事会，仅设立监事 1 名，为李宏泗。

2018 年 12 月 28 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举曾振坤、钟华麟为公司第一届监事会成员。2018 年 12 月 28 日，公司召开职工代表大会，选举官玲玉为公司职工代表监事，与非职工代表监事组成股份公司第一届监事会。2018 年 12 月 28 日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举曾振坤为第一届监事会主席。

3、高级管理人员变动情况

2018 年初，公司的总经理为李宏泽。

2018 年 12 月 28 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任李宏泽为公司总经理、李宏泗为公司副总经理。

为完善公司治理机构，2019 年 11 月 17 日，公司召开第一届董事会第四次会议，聘任陈瑞源为公司董事会秘书。

为完善公司治理机构，2020年1月20日，公司召开第一届董事会第五次会议，聘任张秀财为公司财务总监。

为完善公司治理机构，2020年3月16日，公司召开第一届董事会第六次会议，聘任陈歆为公司副总经理。

综上，近两年内公司董事、监事和高级管理人员的变动程序符合法律法规和《公司章程》的有关规定，并履行了必要的法定程序。报告期内公司部分董事、监事、高级管理人员的变动系为了完善公司法人治理结构和业务经营管理所进行的调整，公司核心经营管理层保持稳定。最近两年内，公司董事、高级管理人员未发生重大不利变化。

（九）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员领取薪酬情况

1、薪酬组成、确定依据及其调整所需履行的程序

在本公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬主要由基础薪酬和绩效组成。公司董事胡志滨不在本公司领取薪酬。独立董事除在公司领取独立董事津贴外，不享受其他福利待遇，公司独立董事的津贴为每年6万元（税前）。

公司董事会下设薪酬与考核委员会，负责制定绩效评价标准、程序、体系以及主要方案。公司制定了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，公司董事薪酬方案由薪酬与考核委员会拟订，经公司股东大会审议批准后实施；公司高级管理人员的薪酬方案由薪酬与考核委员会拟订，经董事会审议批准后实施。公司监事的薪酬方案由监事会拟订，经股东大会审议批准后实施。董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬方案均按照《公司章程》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》等公司治理制度履行了相应的审议程序。

2、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从公司领取薪酬的情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员2019年度在本公司及关联企业领取薪酬的情况如下：

单位：万元

序号	姓名	公司职务	2019 年薪酬(税前)	是否在控股股东控制的关联企业领薪
1	李宏泽	董事长、总经理	71.46	否
2	李宏泗	董事、副总经理	64.52	否
3	于大勇	董事	46.41	否
4	郑春喜	董事	47.79	否
5	陈瑞源	董事、董事会秘书	32.39	否
6	胡志滨	董事	- ^{注 1}	否
7	陈朝琳	独立董事	0.50 ^{注 2}	否
8	张学良	独立董事	0.50 ^{注 2}	否
9	林永标	独立董事	0.50 ^{注 2}	否
10	曾振坤	监事会主席	39.23	否
11	钟华麟	监事	29.02	否
12	官玲玉	监事	24.79	否
13	陈歆	副总经理	- ^{注 3}	否
14	张秀财	财务总监	38.26	否
15	李剑锋	研发总监	40.39	否
16	王辉宇	研发部经理	26.10	否

注 1：胡志滨系中瑞卓盛委派的董事，未在公司领取薪酬。

注 2：2019 年 12 月 3 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，选举陈朝琳、张学良、林永标为公司独立董事，故 2019 年陈朝琳、张学良、林永标仅领取一个月的独董津贴。

注 3：2020 年 3 月，陈歆与公司签订劳动合同，并入职上特展示，2019 年未在领取薪酬。

3、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员报告期三年薪酬总额占各期利润总额的比重如下：

单位：万元

年度	薪酬总额	利润总额	薪酬总额占利润总额的比重
2017 年	115.88	2,326.00	4.98%

2018 年	167.18	5,697.25	2.93%
2019 年	405.76	7,003.82	5.79%

十、公司股权激励及其他制度安排和执行情况

（一）股权激励情况

为建立健全公司长效激励机制，充分调动公司员工的积极性和创造性，同时也是为了回报其对公司做出的贡献，公司安排其直接或间接持有公司股权对其进行股权激励。

2017 年 9 月 20 日，上特有限召开股东会并做出决议，同意注册资本由 900 万元增加至 960 万元，增资价格为 10.42 元/一元出资额。新增注册资本分别由郑春喜以货币 80 万元认缴 7.68 万元，于大勇以货币 80 万元认缴 7.68 万元，员工持股平台同创宏领以货币 297 万元认缴 28.512 万元，员工持股平台同创众鑫以货币 168 万元认缴 16.128 万元，所认缴注册资本在 2018 年 12 月 31 日前缴足。

本次股权激励有利于激发公司员工的积极性和创造性，有利于公司的发展经营。本次股权激励未造成公司控制权变动。本次股权激励未对激励对象设置约束条件，如服务年限、业绩目标、回购条件等，因此公司以 2017 年 11 月外部股东受让公司股份的价格 31.25 元/一元出资额为公允价值，根据员工支付的对价与公允价值的差额确认管理费用 1,250 万元，同时增加资本公积 1,250 万元。

经核查，保荐机构认为：（1）郑春喜、于大勇及两个员工持股平台同创宏领、同创众鑫于 2017 年 9 月对公司的增资为股权激励；（2）该次增资已经履行了必要的决策程序，股权激励已实施完毕，公司已对该次股权激励一次性计提了股份支付费用；（3）该次股权激励有利于激发公司员工的积极性和创造性，有利于发行人的发展经营，未对发行人财务状况及控制权造成重大不利影响。

经核查，申报会计师认为：上特展示公司股权激励经股东会决议通过，有利于激发员工的积极性和创造性，未造成控制权变化，股份支付费用的计算及账务处理符合《企业会计准则》的相关规定。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，公司不存在正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排。

（二）股权激励对象的基本情况

1、郑春喜

详细情况参见“第五节 发行人基本情况”之“九、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员情况”之“1、董事会成员”之“（3）郑春喜先生”。

2、于大勇

详细情况参见“第五节 发行人基本情况”之“九、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员情况”之“1、董事会成员”之“（4）于大勇先生”。

3、同创宏领

截至本招股说明书签署日，同创宏领基本情况如下：

企业名称	厦门市同创宏领产业投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2017年9月15日
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91350212MA2YKCR132
注册地址	厦门市同安区新民镇乌涂村店仔街107号
认缴资本	297.50万元
实缴资本	297.50万元
执行事务合伙人	官玲玉
经营范围	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）

同创宏领是公司员工实现间接持股的平台，出资来源为自有资金，不存在非公开募集行为及委托管理的情况，也未作为私募基金管理人受托管理私募投资基金，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金或私募投资基金管理人，无需履行备案或登记程序。

截至本招股说明书签署日，同创宏领的股权结构如下：

合伙人名称	出资额（万元）	出资额比例	合伙人类型
官玲玉	20.03	6.73%	普通合伙人
林晓东	60.09	20.20%	有限合伙人

合伙人名称	出资额（万元）	出资额比例	合伙人类型
张秀财	47.07	15.82%	有限合伙人
李剑锋	30.07	10.11%	有限合伙人
王辉宇	18.03	6.06%	有限合伙人
林宝铃	18.03	6.06%	有限合伙人
周芬	15.03	5.05%	有限合伙人
徐腾援	15.03	5.05%	有限合伙人
聂建云	15.03	5.05%	有限合伙人
黄金花	15.03	5.05%	有限合伙人
陈志平	12.02	4.04%	有限合伙人
黄刘波	12.02	4.04%	有限合伙人
杜长清	10.01	3.37%	有限合伙人
陈章梯	10.01	3.37%	有限合伙人
合计	297.50	100.00%	

4、同创众鑫

截至本招股说明书签署日，同创众鑫基本情况如下：

企业名称	厦门市同创众鑫产业投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2017年9月15日
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91350212MA2YKCRPX9
主要经营场所	厦门市同安区瑶江里169号502室
认缴资本	168.50万元
实缴资本	168.50万元
执行事务合伙人	钟华麟
经营范围	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）

同创众鑫是公司员工实现间接持股的平台，出资来源为自有资金，不存在非公开募集行为及委托管理的情况，也未作为私募基金管理人受托管理私募投资基金，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金或私募投资基金管理人，无需履行备案或登记程序。

截至本招股说明书签署日，同创众鑫的股权结构如下：

合伙人名称	出资额（万元）	出资额比例	合伙人类型
钟华麟	20.06	11.91%	普通合伙人
陈瑞源	70.21	41.67%	有限合伙人
刘伟庆	35.10	20.83%	有限合伙人
王淑芽	25.08	14.88%	有限合伙人
曾振坤	18.05	10.71%	有限合伙人
合计	168.50	100.00%	

十一、员工情况

（一）公司用工人数变化情况

报告期各期末，公司用工人数变化情况如下：

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
员工人数（人）	1,059	945	768

（二）员工专业结构

截至 2019 年 12 月 31 日，公司在册员工总数为 1,059 人，具体构成情况如下：

1、员工专业结构

人员类型	人数（人）	占员工人数比例
管理人员	95	8.97%
财务人员	25	2.36%
销售人员	52	4.91%
研发人员	194	18.32%
生产人员	693	65.44%
合计	1,059	100.00%

2、员工年龄分布

年龄	人数（人）	占员工人数比例
30 岁以下	244	23.04%
31-40 岁	402	37.96%
41-50 岁	332	31.35%
51 岁以上	81	7.65%
合计	1,059	100.00%

3、员工受教育程度

人员类型	人数（人）	占员工人数比例
硕士及以上	3	0.28%
本科	92	8.69%
大专	141	13.31%
中专、高中及以下	823	77.71%
合计	1,059	100.00%

（三）报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况

公司及各子公司与在职员工按照《中华人民共和国劳动合同法》等有关规定签订劳动合同，员工按照签订的劳动合同享受相应的权利和承担相应的义务。公司及各子公司为员工办理并交纳养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险等社会保险和住房公积金。

报告期内，公司缴纳社会保险和住房公积金的人数如下：

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	员工人数	实缴人数	员工人数	实缴人数	员工人数	实缴人数
养老保险	1,059	1,023	945	881	768	723
失业保险	1,059	1,023	945	881	768	723
工伤保险	1,059	1,023	945	881	768	723
生育保险	1,059	1,024	945	881	768	723
医疗保险	1,059	1,024	945	881	768	723
住房公积金	1,059	955	945	820	768	672

注：子公司上特福建位于漳州市长泰县，当地的养老、失业、工伤保险与生育、医疗保险为不同的申报系统，且申报时间存在差异。上特福建 1 名员工为 2019 年 12 月入职，因操作原因 2019 年 12 月未及时申报养老、失业、工商保险，故 2019 年 12 月末存在养老、失业、工伤保险的缴纳人数与生育、医疗保险的缴纳人数不一致的情况。

各报告期末，公司及下属子公司存在部分员工未缴纳社会保险的情况，主要原因为新入职员工未及时办理社保转移手续、退休人员返聘、劳务用工等原因。未缴纳社保的原因具体如下：

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
新入职员工及未及时办理社保转移手续	18	30	32

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
新入职员工及未及时办理社保转移手续	18	30	32
退休返聘	9	6	6
劳务用工（含临时工）	6	27	7
其他原因	2	1	-
合计	35 ^注	64	45

注：2019年12月31日的未缴纳人员35人=员工总人数1,059人-实缴人数1,024人。

各报告期末，公司及下属子公司存在部分员工未缴纳公积金的情况，主要因为新入职员工未及时办理公积金转移手续、退休人员返聘、外籍人员、劳务用工等原因。未缴纳公积金的原因具体如下：

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
新入职员工及未及时办理公积金转移手续	83	85	77
退休返聘	7	5	4
外籍人员	7	7	7
劳务用工（含临时工）	6	27	7
其他原因	1	1	1
合计	104	125	96

公司共同实际控制人李宏泽、李宏泗已出具承诺如下：

“1、若发行人及其控股子公司因任何社会保障相关法律法规执行情况受到追溯，包括但不限于经有关主管部门认定需为员工补缴社会保险金或住房公积金，受到主管部门处罚，或任何利益相关方以任何方式提出权利要求且该等要求获主管部门支持；本人将无条件全额承担相关补缴、处罚的款项，利益相关方的赔偿或补偿款项，以及发行人及其控股子公司因此所支付的相关费用；以保证发行人及其控股子公司不会因此遭受任何损失。

2、本人将敦促发行人及其控股子公司遵守相关法律法规的规定，依法为员工按期足额缴交社会保险（包括养老保险、医疗保险、失业保险、生育保险和工伤保险）及住房公积金。”

（四）发行人使用劳务派遣员工的相关情况

公司行业所属的商业终端展示行业季节性特征明显，通常在重大节假日之前

市场需求旺盛期，业务量较大且时间紧迫。为了保障生产经营需求、缓解季节性用工压力、提高管理效率，公司对部分用工采取劳务派遣的用工方式作为公司招募生产人员的补充手段。2017 年 12 月、2018 年 12 月和 2019 年 12 月，公司劳务派遣人员分别为 29 人、35 人和 87 人，劳务派遣用工数量占公司用工总量比例均低于 10%。截至本招股说明书签署日，公司正在合作的劳务派遣单位为厦门职航劳务派遣有限公司、厦门仁源广人力资源服务有限公司，公司与上述单位签署相关协议，上述单位均具有劳务派遣资质。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况

（一）公司主营业务、主要产品的基本情况及主营业务收入构成

1、公司主营业务

公司系行业领先的商业终端展示一体化服务商，致力于为全球知名品牌提供定制化、数字化、智能化的零售门店展示产品和服务，范围涵盖创意设计、道具研发、规模化生产及安装售后等。

多年以来，公司始终坚持以专业设计为驱动，以高品质产品为依托，以快速响应服务为保证，结合国内外行业资源，为客户提供全球化服务，并逐渐成长为商业终端展示服务行业的领先者。目前，公司服务的客户领域涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等，并与全球知名品牌建立了良好的业务合作关系，包括阿迪达斯、安踏、BMW Lifestyle、DUFY、斐乐、GEOX、良品铺子、NESTO、NUANCE、PORTS、屈臣氏、REEBOK、SELECTED、斯凯奇、TOUS、URBAN REVIVO、Y-3、亚瑟士等。

公司研发设计能力突出，是第一届福建省工业设计协会理事。2017年，公司被认定为国家高新技术企业。截至查询日，公司拥有5项发明专利，31项实用新型专利，6项外观设计专利，其中发明专利“一种快速安装和拆解的锁固机构和展台”于2017年获得厦门市专利奖，并于2018年在美国获得发明专利。经过多年的研究开发与经验积累，公司形成了自有核心技术体系，涵盖模块化弱电照明系统、快装系统、智慧零售产品等。公司的自有核心技术广泛运用于公司商业终端展示产品，提升了公司的产品竞争力。2017年，公司被授予“厦门市知识产权试点企业”称号。2018年，公司被授予“厦门市科技小巨人领军企业”和“福建省科技小巨人领军企业”称号。

未来，公司仍将以成为“世界级品牌首选的商业空间智造商”为愿景，致力于为客户提供优质的产品与服务，在继续扩大对研发和设计投入的同时，通过自主研发、协同并购等多种方式，借助5G、物联网、VR、AR等信息技术，进一

步提升公司商业终端展示产品的数字化、智能化水平，加快“数字化门店”的探索 and 开发，帮助客户更好地采集和分析线下零售数据、促进“线上线下一体化”融合、提升消费者的购物体验；同时通过软件系统实现门店智能管控、库存精准管理等，加强门店的数字化管理，从而为品牌商树立良好的品牌形象、提高运营效率、真正实现“智慧零售”。

报告期内，公司主营业务未发生重大变化。

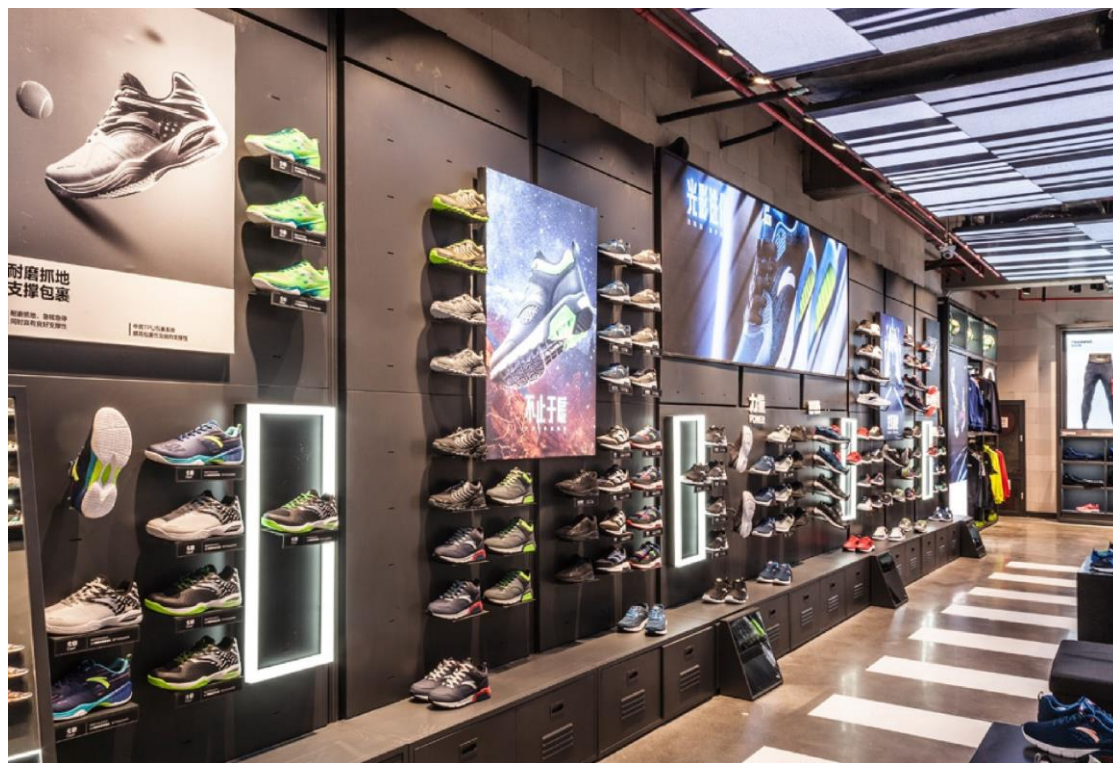
2、公司主要产品的基本情况

公司主要为中高端连锁品牌商的门店提供整体展示产品。商业终端展示产品的形式多种多样，凡是能对商品起到承托、围护、吊挂、张贴、摆靠、隔断以及指示方向、说明展品等作用的都是展示产品。根据服务对象的不同，公司展示产品主要分为运动品牌展示产品、零售百货展示产品、时尚品牌展示产品以及其他品牌展示产品。

（1）运动品牌展示产品



阿迪达斯门店



安踏门店



斐乐门店



斯凯奇门店



GEOX 门店



亚瑟士门店

(2) 零售百货展示产品



屈臣氏门店



DUFY 免税集团门店

(3) 时尚品牌展示产品



SELECTED 门店



URBAN REVIVO 门店



BMW Lifestyle 门店



PORTS 门店



TOUS 门店

（4）其他品牌展示产品



妍丽门店



良品铺子门店



菲律宾国家书局门店



双立人门店

近年来，伴随着“智慧零售”概念的提出，公司意识到零售大环境的变化，零售终端升级不可避免，提前布局，相继开发出了 3D 智能拍照设备、足型扫描仪、Mini 智能拍照设备、LED/LCD 智能屏、自助收银台等一系列智慧零售产品。

公司部分智慧零售产品如下所示：

产品名称	产品简介	产品图片示例
3D 智能拍照设备	3D 智能拍照设备可以将拍摄图片与展示技术结合全面应用于多样化的视觉营销场景。例如服装零售门店可以通过在设备上设定照片参数快速对展示模特进行拍摄，拍摄完成后自动对图片进行 PS 处理，并利用自动去背景功能形成服装 3D 场景图，发布到云端用于线上商品展播和销售，实现线上线下信息共享。	
Mini 智能拍照设备	基本功能与 3D 智能拍照设备类似，但体积更小巧玲珑，占用空间较小，便于移动，使用更为便捷。	
足型扫描仪	足型扫描仪是采用传感器的计算机辅助三维测量设备，可以对人体脚型、鞋楦楦型进行三维扫描，形成高精度脚型和楦型三维数据，多用于制鞋商和鞋履零售商测量顾客脚型，为顾客提供适合自己脚型的鞋履。此外，足型扫描仪还可以测量体脂率、代谢率等健康指标，实现一机两用，实时将脚型和健康数据传输到顾客手机等终端设备上。	
LED/LCD 智能屏	LED/LCD 智能屏是全新的可触数字营销消费体验，基于云端布局，可实现线上、线下门店的数据和信息同步、共享及互动，主要功能包括门店信息管理，价格显示、商品信息展示、图片视频轮播、促销推送、数据采集、触摸互动等。	

		
自助收银台	自助收银台以收单为基础，致力于为中小型企业提供数字化营销及管理，可实现多样化支付、快速收银、会员与数据管理等功能。结算时，顾客可以将商品上附带的电子价签扔进自助收银台的收银箱内，设备会快速识别并自动显示商品图文和价格信息，为顾客节省排队等候时间。	

3、公司主营业务收入构成

报告期内，发行人主营业务收入分别为 28,643.65 万元、38,139.91 万元和 45,790.89 万元，占营业收入的比例分别为 99.67%、99.72%和 99.54%，发行人主营业务突出。

报告期内，发行人主营业务收入构成如下：

单位：万元

产品类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运动品牌展示产品	25,260.77	55.17%	16,685.50	43.75%	8,925.79	31.16%
零售百货展示产品	14,181.56	30.97%	15,299.63	40.11%	14,137.01	49.35%
时尚品牌展示产品	4,192.78	9.16%	4,186.51	10.98%	2,849.44	9.95%
其他品牌展示产品	2,155.78	4.71%	1,968.27	5.16%	2,731.41	9.54%
合计	45,790.89	100.00%	38,139.91	100.00%	28,643.65	100.00%

（二）公司主要经营模式

1、研发设计模式

作为一家终端展示一体化服务提供商，持续创新的研发设计能力是公司核心竞争力的关键所在。公司的研发模式包含前沿开发和项目设计两个层级。

（1）前沿开发

前沿开发以行业发展趋势及市场需求为导向，推动新产品的开发以及产品结构、功能的不断优化，进一步提高公司市场竞争力与长期可持续发展能力。

前沿开发由研发团队与销售部门紧密配合，积极开展各类市场调研活动，推进与品牌客户的需求对接，征集客户意向，明确开发方向。在此基础上，为提高研发设计的专业化水平，公司把研发团队分成结构设计、软件设计和电气设计三个技术模块，根据目标市场定位搭建产品平台，按需组合应用各类技术模块，研发符合市场需求和发展趋势的新技术、新产品。

在现代数字技术和网络技术广泛使用的背景下，随着品牌商对展示功能要求越来越高，展示产品的使用与设计也越来越向科技化、系统化和模块化方向发展。目前，公司的前研开发主要集中在以下三个方面：

①零部件标准化开发

终端展示产品定制化程度高、时效性强，为了提高设计效率和生产效率，降低制造成本，缩短快速反应时间，在定制化的基础上快速实现批量化生产，公司一直致力标准零部件的研究开发。

公司根据多年来在展示产品设计、制造上的经验积累，提取各客户同类产品材料、结构等方面的共性，结合客户、市场需求以及仓储、运输、安装、使用等方面存在的问题，对非标产品中可标准化的零部件进行结构优化和标准开发。例如，在服装行业展示产品中，经常要用到挂具与立柱的联接装置，因此研发美观大方、强度较高、方便拆卸的标准联接装置，可以极大提高公司的设计和生产效率。

②产品系统化、模块化开发

尽管终端展示行业客户需求的定制化程度较高，但不同客户往往也存在一些共性需求，例如，局部灯光照明在终端展示行业中运用广泛，品牌商通常要运用局部照明提供更为集中的光线并使之形成有特点的气氛和意境，加强消费者对商品的结构、肌理和色彩的印象。公司前沿开发即针对客户的共性需求进行模块化开发。

此外，考虑到商业展示空间的更新速度快，一般几年内就要进行推陈出新的改造，为了给品牌商节约人力和物力资源，缩短因更新改造而停业的时间，提高经济效益，公司还致力于将模块化设计与商业展示空间的室内设施设计相结合的研究，希望通过模块化设计，将门店常用的音箱、照明、空调、摄像、广告显示屏等室内设施整合至终端展示产品中，形成模块化产品，客户只需进行简单的展示空间装修，即可通过购买室内设施模块化产品到店简单组合安装以达到商业空间更新改造的目的以及客户个性化、多样化的需求。

③智慧产品与数字化门店展示系统开发

随着移动支付、大数据和移动互联网等新技术的普及，以消费者体验为中心、以数据为驱动的智慧零售正在成为零售业未来的发展潮流。公司作为终端展示服务提供商，积极参与品牌商对生产、流通、销售环节的升级改造，探索 5G、物联网、人脸识别和大数据等新技术与商业终端展示产品的深度融合，进一步提升商业终端展示产品的科技水平。

同时，公司加快“数字化门店展示系统”的探索 and 开发。数字化门店展示系统通过集成灯光管理模块、安防监控模块、能源控制模块、客户管理模块、RFID 系统模块、音乐管理模块、屏幕管理模块以及门店运营模块等，形成集数据收集、状态监测、远程设备管理、客流追踪、客户关系管理等功能于一体的门店管理平台，串联门店智慧零售产品与线上管理系统，实现万物互联，互通有无，帮助客户更好地采集和分析线下零售数据、提升“线上线下一体化”程度、提升消费者消费体验；同时通过软件系统实现门店智能管控、库存精准管理等，加强门店的数字化管理，从而为品牌商树立良好的品牌形象、提高运营效率、真正实现“智慧零售”。

（2）项目设计

展示产品设计通常分为概念设计与工程设计两个部分。

展示产品概念设计主要是运用艺术化的表现手法提出设计方案，深入挖掘展品的文化和内涵，运用展示产品设计传播展示信息、塑造品牌文化、创造特有的个性空间。但此类概念设计图仅为效果图，并不涉及选材、具体尺寸、制造工艺等。通常，品牌方通过自有团队或外聘团队制作概念设计图，以诠释品牌形象。

展示产品工程设计则是在概念设计图的基础上，兼顾生产的可行性与品牌方设计的完成度，确定展示产品的结构、尺寸、材料、制造工艺等，将概念设计图转化为可实际投产的工程设计图。

公司的项目设计以客户的定制化需求为导向，而公司服务对象广泛，不同的品牌商具有不同的品牌风格、品牌文化。为了让公司产品能够更加贴合品牌深层内涵，针对主要的品牌客户，公司划分不同的项目研发设计小组，进行针对性的产品研发设计。

各项目研发设计小组平常根据客户所属行业、企业形象、市场定位、品牌文化等进行结构、材料、工艺上的开发，并将其最终运用至工程设计中。公司通常在品牌方制作概念设计图时便会参与其中、提供专业意见和建议，并通过与品牌方、设计师的交流更好地理解概念形象和设计思路，并由此积累了丰富的优秀设计团队资源。当品牌方有外聘设计团队需求时，公司也会将合适的设计师合作伙伴推荐给品牌方。在获得客户概念设计图后，公司需要在较短的时间内，将概念设计图转化为可实际投产的工程设计图，并根据客户需求持续进行修改。此外，工程设计完成后，还需制定出切实可行的工艺流程，以保证所生产的产品符合客户要求，同时尽量简化工艺以降低生产成本、提高生产效率。

项目设计首先由公司市场部根据客户需求结合市场调研提出设计提案，再由研发部对提案进行可行性评审后进行产品设计总体策划。市场部根据客户需求提供相应设计资料（如概念设计图、客户店铺平面图等）给研发部，在综合考虑产品功能、特性、法律法规以及以往设计经验等因素的基础上制作设计总图，在与客户确认无误后进一步制作详细设计图。研发部根据设计图纸进行样品制作，再次经内部评审并与客户确认后方可进入量产阶段。

2、生产模式

公司采取以销定产的生产管理模式。终端展示产品属于定制化产品，要依据客户的需要提供定制化的设计、制造与安装服务，因此公司的生产计划主要根据销售订单与客户备货要求制定。

公司生产管理部根据市场部销售订单情况，结合库存状况制定年度生产计划，同时依据市场需求变化制定月生产计划、周生产计划，并据此布置生产安排。

生产部根据生产计划做好人员、设备、工装、图纸和场地等生产准备，并对生产周期、产品质量、成本进行有效控制后开展各项生产工作，完成产品交付任务。

公司建立了较为完善的生产管理、质量控制措施，在生产过程中高度重视产品质量控制，建立了比较严格的产品质量检测体系，设有专门的力学、环境实验室，对产品和材料的力学性能、耐候性能、环保性能、防火安全性能进行检测；设有专门的包装、运输实验室，对产品的包装安全、物流运输安全进行检测；设有专门的陈列展示实验室，对产品的陈列效果、安装性能及使用过程中的安全性能等进行全方位检测；通过以上测试，严格控制产品质量，提高产品质量稳定性。

报告期内，公司以自主生产为主，委外加工为辅。

（1）自主生产

为更好地控制产品质量，公司产品以自主生产为主。公司具有强大的工艺整合能力，在钢材、木制品、铝合金等生产工艺方面有着丰富的专业储备，借助先进的机器设备能够自主完成切割、冲压、焊接、抛磨、钉装、喷涂等核心工序环节，可以满足客户多方位的加工需求。

（2）委外加工

除了自主生产外，基于现有产能、产品交期、生产资质等方面的考虑，公司在电镀、线割、焊接、抛光、折弯等生产工序中存在全部或部分委外加工的情形。

报告期内，委外加工的金额及占主营业务成本的比例如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
委外加工	850.70	2.95%	710.32	3.02%	435.83	2.41%

公司采用自主生产和委外加工相结合的模式，能够合理化安排生产，平衡淡旺季，确保产品交货周期，有利于快速响应客户需求。

3、销售模式

公司销售采用直销的模式直接向客户销售产品。

公司主要与国内外品牌商、零售商进行合作，通过招投标、商业谈判等方式获取项目，主要销售对象为运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等众多领域的国内外知名品牌。

公司市场营销与客户管理工作是由市场部负责。市场部采用项目管理制推进各项销售及各客户服务工作，即各主要客户均由专门的项目小组负责。项目小组由负责内、外销的副总监、项目经理、项目专员等人员组成，在与研发、生产、资材等相关部门的配合下完成包括设计方案沟通、报价、产品打样、合同签订、订单处理、项目进度跟踪以及应收账款催收等工作。

4、采购模式

公司采购的原材料包括钢材、木材、五金、亚克力、灯箱、音响、变压器、LCD/LED 显示屏、RFID 设备、人造石、玻璃等。

公司采购部一般是根据销售订单并结合库存情况、采购周期进行采购，由采购部门寻找合适的供应商进行询、比、议价后确定供应商并签署订购合同。供应商根据采购订单具体要求交货，购入的物料经公司品管部检验合格后交资材部办理验收入库手续。

公司建立了较为完善的供应商管理体系。采购部在搜集供应商信息进行初步评估后，公司采购部、品管部和研发部等部门还会指派专人组成实地考察团对供应商相关资质和条件进行实地考察和评估。经评审合格后，采购部会安排供应商依据图纸等文件对产品进行试制打样，品管部对样品评估确认后则将该供应商录入合格供应商名录。部分供应商由客户直接指定。

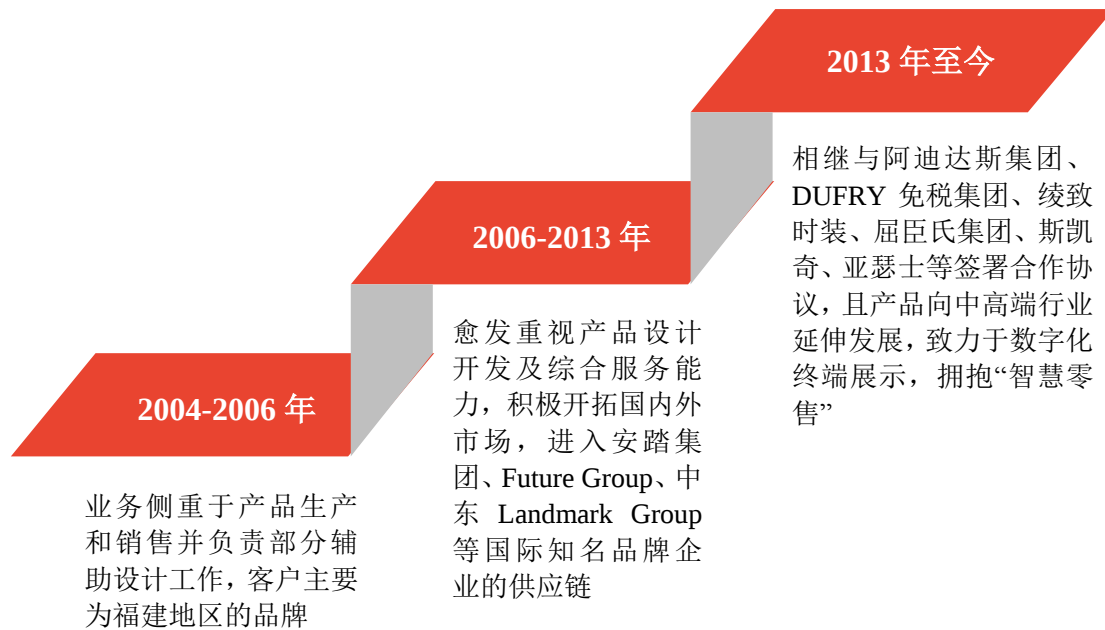
5、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素及未来变化趋势

公司根据行业特点、行业发展状况以及行业上下游发展情况等因素，结合公司的实际情况在长期经营过程中形成了适合公司目前发展阶段的经营模式。

公司主要根据下游客户的订单需求进行产品的定制化生产，行业的发展状况、市场需求情况、技术进步等是影响公司经营模式的关键因素。

报告期内，公司经营模式没有发生重大变化，预计短期内也不会发生重大变化。

（三）公司设立以来主营业务、主要产品的演变情况



回顾公司的发展历程，公司主营业务和主要产品大致经历了初创起步阶段、业务积累发展阶段和业务快速拓展阶段。经过多年发展，公司逐步发展成为商业终端展示一体化服务商，技术创新能力日益增强，业务区域范围逐步扩大，行业知名度持续提高。

1、业务初创起步阶段（2004 年-2006 年）

公司成立之初，主要业务侧重于产品的生产和销售并负责部分辅助设计工作，早期客户主要为喜德龙、金莱克等运动品牌。在该阶段，公司凭借稳定可靠的产品质量及良好的供货能力，得到客户的高度认可，对公司业务发展起到了重要的推动作用。

2、业务积累发展阶段（2006 年-2013 年）

在该发展阶段，公司更为重视产品的设计开发，以及整体的展示效果，着力于提升设计能力、综合生产和服务能力，以保证更好地满足客户定制化、专业化、多样化的需求。同时，公司分别于 2006 年、2011 年两次投入资金在厦门市同安区建立和扩大生产基地，进一步扩大公司生产规模、提升盈利能力。在业务拓展方面，公司立足于国内市场，积极开拓海外业务，凭借优异的开发与设计能力、丰富的产品体系、可靠的产品质量以及规模化生产制造能力，进入安踏集团、印

度 Future Group、中东 Landmark Group 等国际知名品牌企业的供应链，且合作关系持续加深。

3、业务快速拓展阶段（2013 年至今）

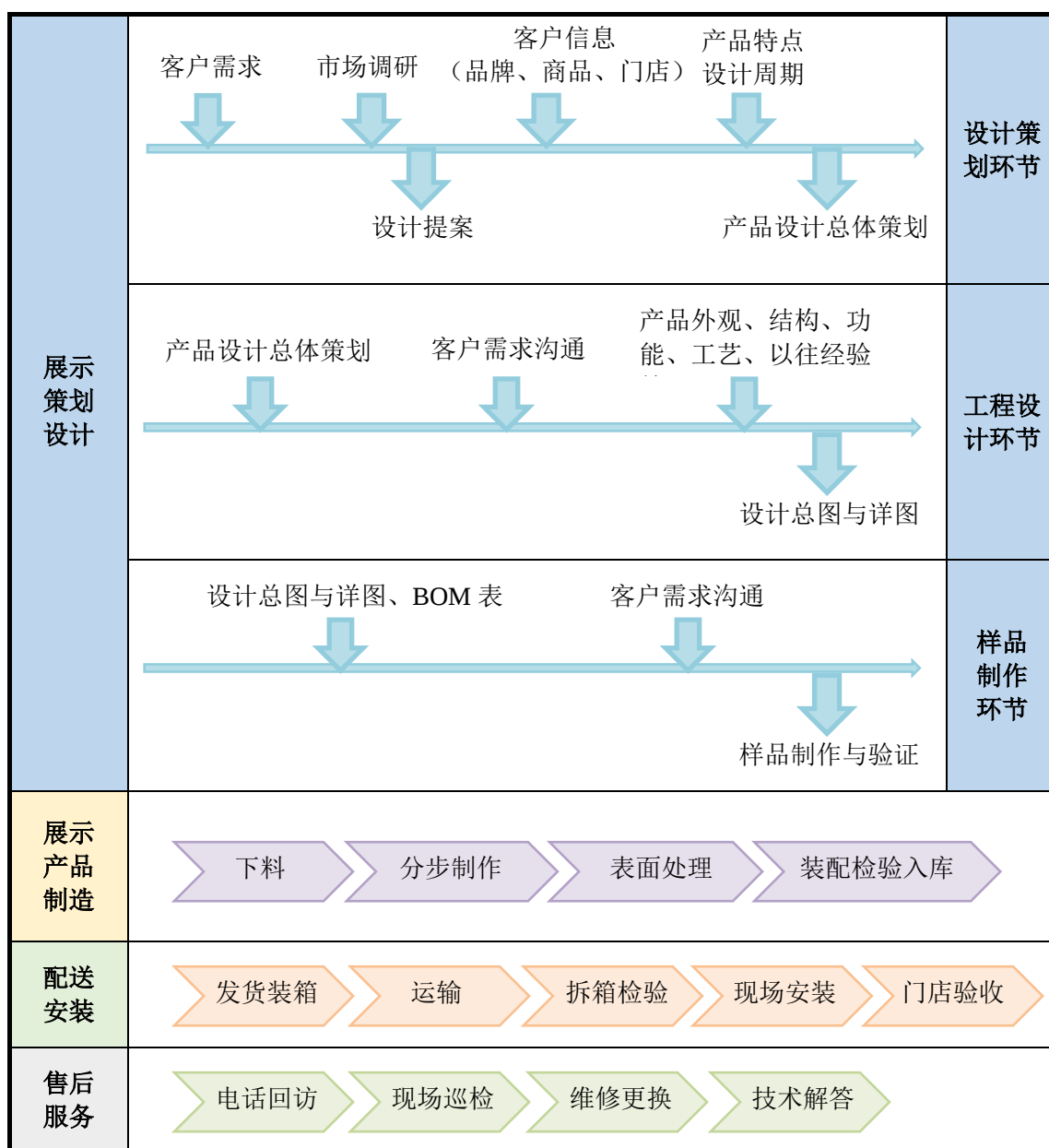
在该发展阶段，公司在终端展示领域的行业地位日渐得到各连锁零售品牌客户的认可，在维护现有客户合作关系的同时，相继与阿迪达斯集团、屈臣氏集团、绫致时装、DUFY 免税集团、斯凯奇、亚瑟士等知名品牌签署合作协议，业务规模持续稳步增长。同时，公司产品不断往中高端行业延伸，拓展化妆品牌、奢侈品牌等终端客户，包括 PORTS、TOUS、妍丽等，进一步夯实了公司在终端展示领域的领先地位。此外，公司先后在香港、新加坡、英国、上海等地设立子公司，持续加大国内外市场开拓力度，进一步提升公司的国际影响力。

同时，公司以开放的心态拥抱行业变化，于 2017 年初组建“智慧零售”研发团队，致力于“智慧零售”和数字化门店的研究和开发。成立以来该团队成功开发了 3D 智能拍照设备、足型扫描仪、Mini 智能拍照设备、LED/LCD 智能屏、自助收银台等智慧零售产品，并受到客户的广泛好评，为公司未来的持续壮大打下坚实的基础。

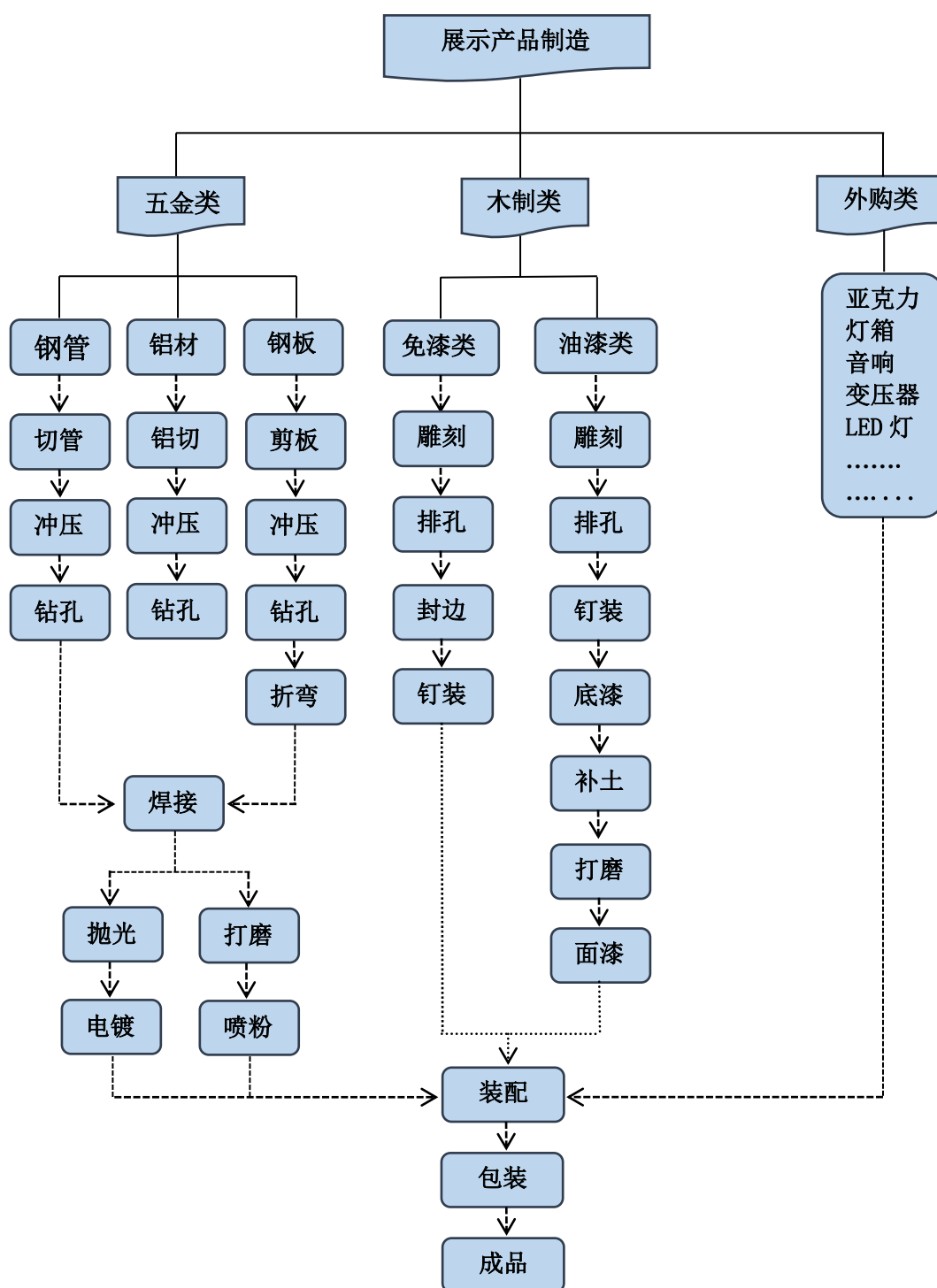
（四）公司业务流程图

1、一体化服务模式流程图

公司以服务客户为宗旨，以研发设计和生产制造为核心体系，为国内外品牌商、零售商打造了集创意设计、样品打样、规模化生产、快速交货、运输安装、售后服务等于一体的终端展示服务平台。其一体化服务模式流程图如下所示：



2、主要产品生产流程图



（五）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

上特展示及其子公司中，上特展示、上智一品、上腾商用从事生产活动，其生产过程中产生的主要污染物为废气、废水、固体废弃物、噪声，涉及环境污染的具体环节、主要污染物及排放量、主要处理设施及处理能力如下：

1、上特展示

主要污染物		产生主要污染物的具体环节	排放量	主要处理设施	处理能力
废水	生产废水	喷涂前处理废水、喷漆废水（COD、BOD5、氨氮、SS 等）	达标排放	“物化+厌氧好氧生化”处理设施，并经市政污水管道排入同安污水处理厂进行处理	“物化+厌氧好氧生化”处理设施的处理能力为 15 吨/天，经污水处理厂处理后满足排放标准
	生活污水	职工的生活污水（COD、BOD5、氨氮、SS 等）	达标排放	三级化粪池，并经市政污水管道排入同安污水处理厂进行处理	
废气	烟尘	焊接过程中产生的焊接烟尘	达标排放	焊接烟尘净化器	盐酸雾、粉尘、有机废气、燃料废气等各污染物满足排放标准
	盐酸雾（氯化氢）	前处理酸洗工序产生的盐酸雾	达标排放	碱液喷淋塔	
	粉尘	静电粉末喷涂、打磨、抛光、雕刻、排孔工序产生的粉尘	达标排放	滤芯回收装置、水喷淋过滤装置、水箱除尘器、SJYD 除尘器、排气筒	
	有机废气	喷漆产生的废气	达标排放	喷淋、UV 光解反应器	
	燃料废气	生物质燃料机产生的废气	达标排放	旋风除尘装置	
固废	一般工业固废	生产过程中各工序产生的边角料；不合格报废；除尘设施及地面沉降收集的粉尘；包装过程中产生的废包装材料	达标处理	环设置固废储存场所，分类处置，卫工人统一清运、交由物资回收单位	得到妥善分类处置
	危险固废	涂装线；机台维护保养过程中产生的废润滑油、废机油、废机油包装桶及含油废抹布等	达标处理	统一收集后交由有资质单位进行处置	
噪音		设备运行过程产生的噪声	达标排放	合理布局	符合相关标准

2、上腾商用

主要污染物		产生主要污染物的具体环节	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	木屑粉尘	开料木作、砂光、雕刻、自身打磨产生的粉尘	达标排放	ODFS 中央袋除尘系统，排气筒高度 23m	粉尘、二甲苯、非甲烷总烃等各污染物满足排放标准
	含漆木屑粉	底漆打磨产生的含	达标	水喷淋除尘系统	

主要污染物		产生主要污染物的具体环节	排放量	主要处理设施	处理能力
	尘	漆木屑粉尘	排放		
	二甲苯、非甲烷总烃	喷漆、烘干产生二甲苯、非甲烷总烃	达标排放	水帘柜、光氧催化处理系统，排气筒高度 23m	
废水	生产废水	水帘柜喷漆废水、底漆、修色打磨喷淋废水（COD、BOD、氨氮、SS 等）	达标排放	“混凝沉淀+厌氧+好氧生化”工艺的废水处理系统，并经市政污水管道排入同安污水处理厂进行处理	“混凝沉淀+厌氧+好氧生化”工艺的废水处理系统的处理能力为8吨/天，经污水处理厂处理后满足排放标准。
	生活污水	职工的生活污水（COD、BOD5、氨氮、SS 等）	达标排放	化粪池，并经市政污水管道排入同安污水处理厂进行处理	
固废	一般固废	开料木作、贴皮制作产生的废木料；封边产生的废 PVC 膜；除尘器捕集的木屑；包装废材料等	达标处理	一般工业固废暂存库、收集后外卖	得到妥善分类处置
	危险废物	喷漆产生的废油漆空桶；喷漆房水帘沉淀的漆渣；喷淋水槽捕集的含漆木屑	达标处理	危废暂存库，并委托有资质单位回收处置	
噪声		设备运行过程产生的噪声	达标排放	隔音、减震等降噪措施	符合相关标准

3、上智一品

主要污染物		产生主要污染物的具体环节	排放量	主要处理设施	处理能力
废气	粉尘	原材料拉丝、激光切割等机加工、抛光工序中产生的粉尘；木板修边打磨工序中产生的细小颗粒物粉尘	达标排放	独立车间、集气罩、脉冲袋式除尘器、20m 排气筒	粉尘、烟尘各污染物满足排放标准
	烟尘	金属焊接成货架过程中产生的焊接烟尘	达标排放	移动式吸气罩	
固废	一般固废	机加工过程产生的钢材边角料；木板锯裁、雕刻、切角机打孔等产生的边角料；检验过程中产生的不合格产品；包装过程中产生的废包装材料；袋式除尘器收集的粉尘；生化	达标处理	收集桶，待环卫部门统一收集清运或交由物资部门回收	得到妥善分类处置

主要污染物		产生主要污染物的具体环节	排放量	主要处理设施	处理能力
		污水处理设施沉淀的污泥			
	危险废物	机加工作业过程中设备使用机油而产生的废机油罐、废弃白乳胶包装桶	达标处理	并委托有资质单位回收处置	
噪声		设备运行过程产生的噪声	达标排放	隔音、减震等降噪措施	符合相关标准
生活废水		职工的生活污水产生的COD、BOD5、氨氮、SS等	达标排放	经厂区的三级化粪池预处理后排入市政污水管网，纳入同安污水处理厂处理	同安污水处理厂的处理能力为10万吨/天，处理后的污水满足排放标准。

二、发行人所在行业的基本情况

（一）发行人所属行业

公司主要为国内外品牌商、零售商提供一体化的商业终端展示服务，其产品主要为整体展示产品。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司主营业务所属行业可归属于“制造业”下的“家具制造业”（行业编码C21）；根据国家统计局国民经济分类（GB/T 4754-2017），公司主营业务所处行业为“C21 家具制造”。

但与传统家具不同的是，商业终端展示产品作为一种展示方式和营销手段，是商业终端展示的一个载体。商业展示的场所又称为商业终端，商业终端展示是企业商品促销和品牌形象推广的形式和手段，是企业搭建的直接面对消费者的商业信息交流平台。它是以科学性的功能为基础，以艺术化的表现为表现形式，通过各种综合手段提升展示空间视觉审美，促进信息传播和交流，将品牌形象和产品信息传达给消费者，从而使消费者对企业的品牌形象和产品获得认知，最终实现商品销售。

近年来，在电商的冲击下，居于各细分市场竞争寡头的零售企业越来越重视终端建设，围绕消费群体的心理和行为变化不断进行终端升级，如旗舰店、品牌形象店、新兴的生活方式馆和体验馆等在全国各地悄然兴起。随着营销终端展示功能需求逐步升级，应用市场不断拓展，零售品牌对终端展示产品的设计风格

能力都提出了更高的要求，展示设计在终端展示中的作用日益凸显。因此，展示产品作为商业终端展示的一个重要载体，其鲜明的文化创意属性越来越凸显。

此外，当今市场瞬息万变，企业的品牌推广和促销活动非常频繁，客户要求终端展示服务商能及时配合终端展示的各种调整，对整体制作时间要求非常短。因此，零售企业对终端展示服务的需求已经由简单的展示产品需求，逐步过渡到在短时间内整合资源，逐个完成设计、生产、配送、安装及售后服务的一体化终端展示服务。因此，商业终端展示行业又具有显著的服务属性。

而随着“智慧零售”概念的普及与发展，零售品牌商需要通过线下终端展示产品收集用户数据到云端，通过云端分析系统对所收集的数据进行分析，捕捉与锁定主流消费趋势，进而发现全新的规模化市场，实现精准营销。这就要求终端展示产品需要具有更高的科技含金量、更广泛的用途等，迫使终端展示行业向科技化转型升级。

简而言之，商业终端展示行业是以品牌/商品的推广、销售和流通为主要目的，进行商业陈列展览展示活动的行业，它具有各种功能分类繁多的产品类型、设计制造环节和服务流程，构成终端展示行业较长和较广的产业链，并逐渐发展成为一个兼具文化属性、服务属性和科技属性，集品牌策划、产品设计、制造和现代综合服务于一体的跨学科综合性行业。

（二）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规和政策

1、行业主管部门与行业监管体制

公司所属行业已形成市场化的竞争格局，各企业面向市场自主经营，政府职能部门依法管理。中华人民共和国工业和信息化部是公司所属行业的行政主管部门，主要负责制定并组织实施行业规划、计划和产业政策；监测分析行业运行态势，统计并发布相关信息，拟订行业标准并组织实施等。

2、行业主要法律法规和政策

商业终端展示行业的发展与下游零售终端产业的发展具有密切正相关性。近年来，我国相继出台一系列的法律法规和政策，鼓励支持本行业及下游零售业的发展以及零售终端产业的建设，对商业终端展示行业的发展起到积极的促进作用。

与本行业相关的法律法规及政策具体如下：

法律法规及政策名称	颁布时间	颁布机构	主要内容
《纺织工业调整和振兴规划》	2009.04	国务院	提出“促进国内纺织品服装消费。引导纺织企业大力开发新产品，满足不同消费者需求；优化和创新商业模式，加强营销网络建设，减少流通环节”等主要任务
《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》	2009.09	文化部	艺术创意和设计是文化产业发展方向和发展重点。要大力发展平面设计、外观设计、工艺美术设计、雕塑设计、服装设计及展览设计，提升设计创意能力和水平
《关于加快推进服装家纺自主品牌建设的指导意见》	2009.09	工信部、国家发改委等七部门	大力发展自主品牌连锁店、专卖店、专业店、电子商务等符合现代流通发展趋势的新型流通销售模式，建立多层次的自主品牌销售渠道，积极开拓国内市场
《工业转型升级投资指南》	2011.12	工信部	提出支持工业企业与设计企业开展多种形式合作，提升以功能设计、结构设计、形态及包装设计为主要内容的工业设计服务能力
《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》	2014.02	国务院	推进文化创意和设计服务等新型、高端服务业发展，促进与实体经济深度融合，是培育国民经济新的增长点、提升国家文化软实力和产业竞争力的重大举措，是发展创新型经济、促进经济结构调整和发展方式转变、加快实现由“中国制造”向“中国创造”转变的内在要求，是促进产品和服务创新、催生新兴业态、带动就业、满足多样化消费需求、提高生活质量的重要途径
《国务院关于推进国内贸易流通现代化建设法治化营商环境的意见》	2015.08	国务院	鼓励流通企业发挥线下实体店的物流、服务、体验等优势，与线上商流、资金流、信息流融合，形成优势互补，推动实体市场与网络市场协同发展
《国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》	2015.09	国务院办公厅	鼓励零售企业利用互联网技术推进实体店铺数字化改造，增强店面场景化、立体化、智能化展示功能，开展全渠道营销。鼓励大型实体店不断丰富消费体验，向智能化、多样化商业服务综合体转型，由商品销售为主转向“商品+服务”并重
《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》	2015.11	国务院办公厅	发挥实体店的服务、体验优势，与线上企业开展深度合作

法律法规及政策名称	颁布时间	颁布机构	主要内容
《国务院办公厅关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》	2016.04	国务院办公厅	大力发展体验消费，引导有条件的企业利用现有商业设施改造发展消费体验示范中心，合理布局购物、餐饮、休闲、娱乐、文化、培训、体育、保健等体验式消费业态，增强实体店体验式、全程式服务能力；引导线上企业到线下开设实体店，推动线上线下融合发展；引导降低实体店铺租金
《国家创新驱动发展战略纲要》	2016.05	中共中央、国务院	《纲要》要求推动产业技术体系创新，创造发展新优势，其中之一就是要求发展支撑商业模式创新的现代服务技术，驱动经济形态高级化，加快推进工业设计、文化创意和相关产业融合发展，提升我国重点产业的创新设计能力
《发展服务型制造专项行动指南》	2016.07	工信部、国家发改委、中国工程院	规划要求创新设计引领作用进一步增强；产品设计、系统设计、工艺流程设计、服务设计等重点领域加快发展；定制化设计、用户参与设计、网络协同设计、云设计等服务模式不断涌现
《国务院关于印发降低实体经济企业成本工作方案的通知》	2016.08	国务院	提出“推进供给侧结构性改革，采取针对性、系统性措施，有效降低实体经济企业成本，优化企业发展环境，助推企业转型升级，进一步提升产业竞争力，增强经济持续稳定增长动力”的指导思想
《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	2016.11	国务院	鼓励企业加大工业设计投入，推动工业设计与企业战略、品牌深度融合，促进创新设计在产品、系统设计、工艺流程设计、商业模式和服务设计中的应用。以创意和设计引领商贸流通业创新，加强广告服务，健全品牌价值体系
《关于推动实体零售创新转型的意见》	2016.11	国务院办公厅	指出实体零售是商品流通的重要基础，是引导生产、扩大消费的重要载体，是繁荣市场、保障就业的重要渠道
《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》	2017.3	国务院	优化文化产业结构布局，开发文化创意产品，扩大中高端文化供给，推动现代服务业发展
《国务院关税税则委员会关于调整部分消费品进口关税的通知》	2017.11	国务院	自2017年12月1日起，以暂定税率方式降低部分消费品进口关税，其中涵盖日化用品、衣着鞋帽、日杂百货等各类消费品
《中华人民共和国产品质量法》	2018.12	全国人大	为了加强对产品质量的监督管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益，维护社会经

法律法规及政策名称	颁布时间	颁布机构	主要内容
			济秩序
《十三部门关于印发制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022年）的通知》	2019.10	工信部等十三部门	争取用4年左右的时间，推动制造业短板领域设计问题有效改善，工业设计基础研究体系逐步完备，公共服务能力大幅提升，人才培养模式创新发展

3、行业主要法律法规和政策对发行人经营发展的影响

上述行业主要法律法规和政策表明，国家引导、鼓励下游零售行业发展，积极推动实体零售业创新转型升级，引导、鼓励传统制造业与创意设计的深度融合，支持发展服务型制造业，而发行人所处的商业终端展示行业是由连锁零售市场的兴起而拉动的新兴行业，零售业的持续繁荣和变革趋势与发行人的持续发展息息相关。一方面，实体零售业的转型升级给终端展示行业带来了广阔的市场前景，带动商业终端展示行业转型升级，加快零售科技在商业终端展示产品中的运用；另一方面，伴随着实体零售业的转型升级，营销终端展示功能也从传统的陈列、销售逐渐转变成成为集展示、体验、消费为一体的综合功能，客户对终端展示产品的设计风格和创新创意能力都提出了更高的个性化要求，商业终端展示行业的文化创意属性愈发凸显。

综上，发行人所处行业和主营业务系国家主要法律法规和政策所鼓励和支持发展的领域，良好的政策环境不仅为发行人的发展提供了广阔的市场空间，也对发行人持续推进创意设计、创新研发与制造业的深度融合，立足制造，融入服务起到了积极的促进作用。

（三）行业特点和发展趋势

1、商业终端展示行业的发展现状

（1）行业发展概况

①零售业连锁经营业态的快速发展拉动商业终端展示行业迅速增长

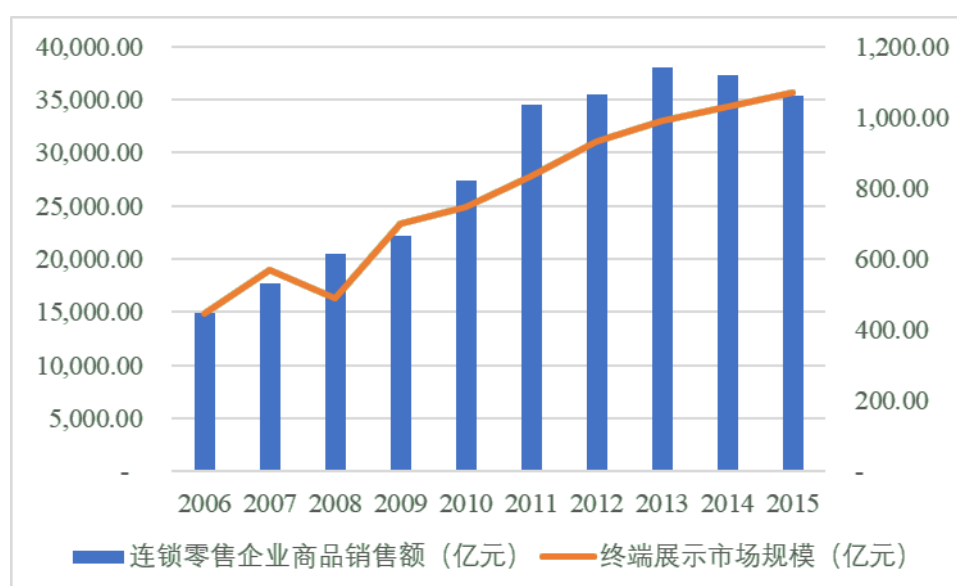
商业终端展示行业的发展主要依赖于零售业的发展需要，特别是以连锁终端实体店形式出现的零售业态对商业终端展示行业的发展起到了重要的推动作用。

20 世纪 90 年代开始，随着国民经济的持续快速发展，人民生活水平不断提高，我国零售业迅速发展，连锁经营的模式得到了广泛推广，成为各种零售业态中发展最快、极具竞争力的零售业态。2009 年-2018 年这十年间，我国连锁零售企业的商品销售额由 22,240.00 亿元增长到 38,012.68 亿元，连锁零售企业零售营业面积由 11,809.20 万平方米增长到 17,924.68 万平方米¹。

连锁经营推动了终端展示行业的迅速发展。由于消费者对购物体验需求的增加，促使零售行业在改变经营模式的同时，对店铺的设计风格、企业品牌展示以及展示产品与商品之间的陈列效果也日益重视，对终端投入不断加大，为商业终端展示行业带来了前所未有的发展机会。终端展示由传统的商品陈列向品牌展示过渡，满足产品陈列、性能展示、品牌形象建设等多种功能需求。

根据中国产业信息网统计，2006 年我国商业终端展示行业市场规模为 446 亿元。受 2008 年经济危机影响，2008 年市场规模萎缩，但随着经济的回暖，2009 年后市场规模稳步上升，2015 年已增长到 1,071 亿元，年复合增长率为 10.22%²。随着居民消费水平的提升、城市化进程的加速以及随之而来的零售行业的快速发展和不断升级转型以及企业对终端重视程度的不断提高，预计未来商业终端展示行业仍将保持稳定的增长。

2006 年-2015 年商业终端展示行业市场规模



数据来源：中国产业信息网、国家统计局

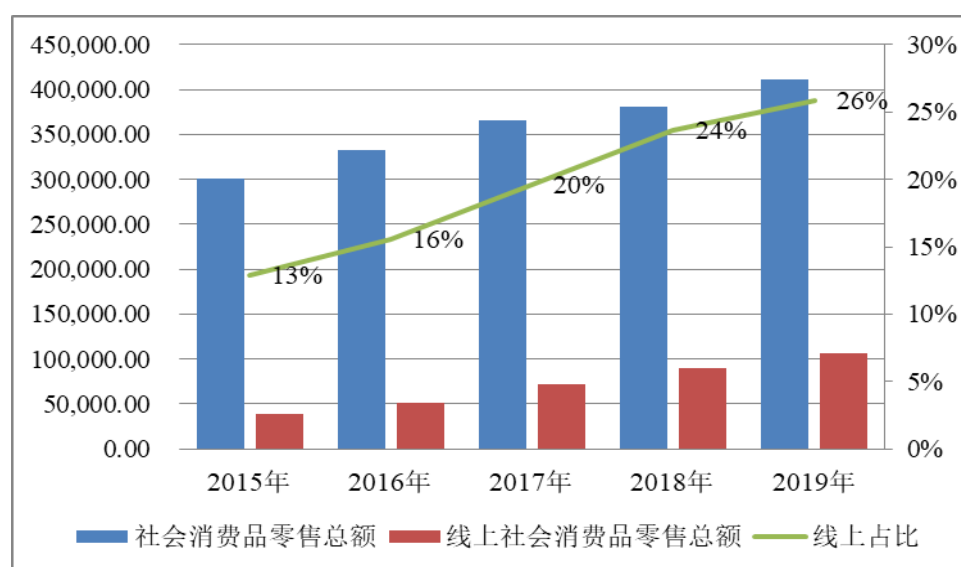
¹ 《中国统计年鉴 2019》，国家统计局

² 《商业终端展示设计在我国的发展概况及市场前景》，东北财经大学，于洋

②线下零售受到电子商务的巨大冲击，但仍是零售业的主流

进入 21 世纪，随着互联网技术的不断进步，互联网快速普及，移动支付和物流建设不断进步促进电子商务快速发展，从而对线下零售业造成巨大冲击，对消费者形成了较大的分流。2011 年后，连锁零售企业销售额增速连续放缓，2014 年、2015 年甚至出现了负增长。

但实体门店仍然是消费者接触商品、获得体验感的重要渠道，线下渠道具有重要的不可替代性。相较于以便利性为主导优势的网络购物，实体门店的优势则体现为独一无二的体验。因此，在电商高速发展多年之后，线下零售市场占比仍在七成以上，占据着零售业的主流。据 Wind 统计，2015-2019 年我国社会消费品零售总额中线上零售额占比平均不足 20%。在数字化、个性化和以体验为导向的零售变革过程中，未来线下零售仍然将是零售业的主流，而线上线下结合的智慧零售将给线下零售带来新的价值。



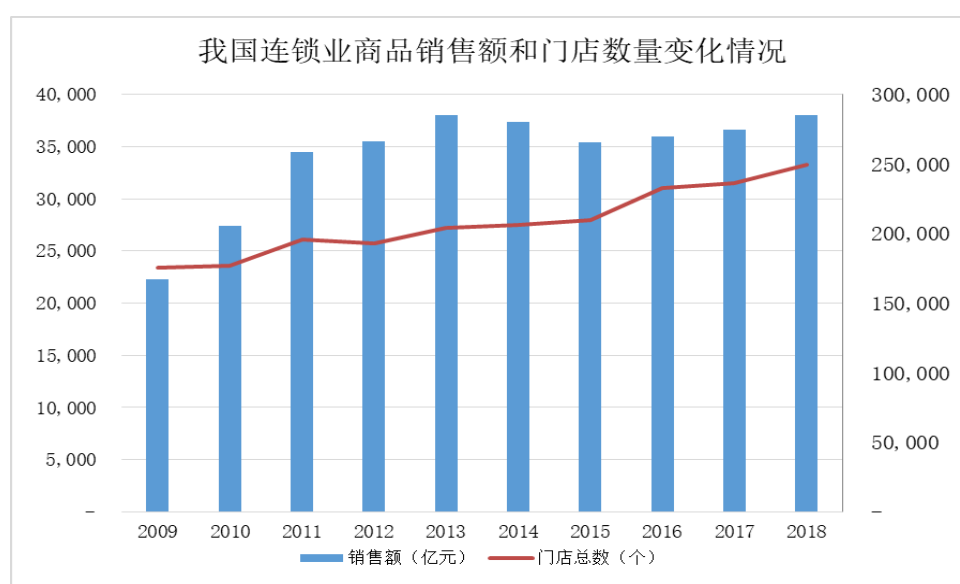
数据来源：Wind

③“智慧零售”带动线下零售业回升，并推动商业终端展示行业向“科技化”转型升级

2016 年，在线上获客成本攀升、线上线下获客成本趋同的背景下，智慧零售的提出使得线上线下、新旧零售的争论归于统一。线上、线下零售商更注重商业本质回归，开启创新、融合，即线下为顾客提供良好体验，线上节省时间提升效率，为线下提供全方位指引，合力打造智慧零售闭环，由以往的“线上”、“线

下”以及“线上到线下”的经营模式逐渐演变到当前的“智慧零售”——线上、线下全渠道，互相融合的经营模式，智慧零售的全新业态逐步扩大。实体终端展示的功能和定位发生变化，从传统的陈列、销售场所逐渐转型成为集展示、体验、消费为一体的综合性场所。

从 2016 年起，各大电商纷纷依托移动互联、大数据及人工智能等技术，助推传统线下零售实体的数字化升级，并利用自身巨大流量赋能线下，同时主导自有品牌实体零售店迅速落地运营，围绕零售业态的线上线下融合进行全场景布局，无人值守便利店、“零售+场景”等被广泛推行，实体零售业出现了复兴的迹象。2016 年开始，连锁零售企业销售额增长情况出现好转。2019 年，在线上线下载全融合的背景下，实体门店数量保持了稳步增长态势，全年共新增 13,000 多家零售门店³。



数据来源：国家统计局

在零售业态转变的趋势中，各类新兴数字化的展示方式不断涌现。商品的摆放不再拘泥于一家商铺内的简单摆放，商品介绍还可以通过互动屏幕、二维码、短视频、VR、直播等多种技术方式实现。数字媒体、互动式数字展示的互动开放式和多元化的展示手法，为消费者呈现了全新的购物体验，商业终端展示已从传统单一的展示形式向科技与艺术融于一体的形式转化。

³ 《中国居民消费升级报告（2019）》，中国研究金融学院（SIF）、中国人民大学国际货币研究所（IMI）

④构建线上线下连通桥梁，终端展示行业发展潜力巨大

“智慧零售”将线上线下紧密联系起来，未来的终端展示产品则是连通线上线下的一座桥梁。“智慧零售”以数据为驱动，通过新科技发展和用户体验的升级来改造零售业形态，即以消费者为中心，在人、商品与服务、供应链等各个环节上进行数字化改革，通过数据串联消费场景，融合线上线下，整合虚拟与实体，打造“物联网+零售”实体门店，为消费者提供无缝的消费体验。应用大数据进行销售分析、库存分析、消费者行为分析、精准营销等内容，有效提高零售企业运营活动的效率，如利用客流量、点击量等数据，研究消费习惯，实现精准营销。因此，智慧零售模式下，大数据平台是整个智慧零售生态的大脑，是服务决策的关键所在。终端展示产品可以作为线下数据采集的主体，与线上渠道一起构建完整的商品和消费者数据库，共同为零售大数据提供数据源。同时，终端展示产品也是品牌商线下与消费者完成智能互动的重要载体，消费者不再是在琳琅满目的货物面前被动选择，而是可以根据自身的喜好和需求参与产品设计、定制与加工生产等过程。

随着用户习惯的养成以及智慧零售模式的创新，未来智慧零售的增长潜力巨大，对专业性且体验性较高的终端展示服务的需要日益增长，对展示服务创新性、个性化、定制化、科技化要求逐渐提高。“智慧零售”为商业终端展示服务行业带来了前所未有的发展机会。

（2）行业技术水平及特点

①展示设计方面的技术水平现状与特点

目前我国大部分终端展示服务商规模较小，设计水平有限，在设计理念、思想、文化和艺术表现手法上仍存在不足之处。例如设计方案缺乏创新性，跟不上市场主流；大量运用互动科技来强调展示技术和形式，但忽略了内容的重要性，干扰消费者对产品的理解和思考；未能结合客户品牌定位选择材料和设计工艺等。

②展示产品制造方面的技术水平现状与特点

在展示产品制造方面，生产展示产品使用的材料种类较多、工艺环节较多，且大多属于定制化的展示产品。对于行业中大多数规模较小，资金实力较弱的企

业来说，由于无法大量使用自动化机器设备完成生产，传统手工制作和组装技术仍旧是这类展示产品生产企业的主流方法，因此对于那些订单批量大、展示产品更新速度快的客户，这些企业则显得捉襟见肘。对于那些拥有较强的生产能力、工艺水平和资金实力的企业，通过大量运用专业化、自动化的设备以及强大的工艺技术，才能够在较短时间内整合分散的资源，提供高品质服务，满足客户大批量订单的需求。

（3）行业进入壁垒

①综合服务能力壁垒

商业终端展示一体化服务涉及研发设计、生产制造、安装配送等多个环节，且涉及的商业终端展示产品品种较多，造型、规格、材料、工艺繁多复杂。而商业终端展示产品作为商业终端展示的一个重要载体，其设计与制作的优劣直接影响商品的销售和企业的品牌形象。与此同时，商业终端展示行业季节性特征明显，重大节假日之前通常是终端展示行业市场需求旺盛期，业务量较大且时间紧迫。因此，是否具备在较短的时间内高品质地完成从对品牌理解到展示设计、终端展示产品生产、快速交货、安装配送等综合服务能力，成为制约终端展示服务商的发展瓶颈。目前国内终端展示行业的企业规模普遍偏小，在较短的时间内往往难以完成较大的订单。因此，在较短时间内整合资源，提供高品质的服务，满足客户大量大额订单需求的综合服务能力成为进入该行业的壁垒。

②设计壁垒

零售产品的终端展示旨在充分体现品牌形象与产品功能，以及产生较大的引流作用，最大程度促成销售转换。商业终端展示产品作为产品终端展示服务的重要组成部分，其关键环节在于产品结构、外观设计，商业终端展示产品设计需要在深刻理解企业文化、品牌形象、品牌内涵、产品功能的基础上充分结合目标客户群体的消费习惯、理念以及偏好等多方面因素考量，进行相关定制化设计，最终实现品牌内涵的传播与产品销售推广，加之 5G、物联网、人脸识别和大数据诸多科技元素融入商业终端展示产品中的趋势明朗，愈发要求行业企业需要具备较强的创新研发设计实力。因此，缺乏设计能力的企业较难进入该行业，商业终端展示产品设计水平的高低也将决定业内企业市场竞争力的强弱，设计壁垒是行

业主要的壁垒之一。

③客户壁垒

大型零售品牌商通常具有较为严格的供应商认证体系，产品认证周期较长，并且终端展示服务商提供的服务质量将直接影响到客户的品牌形象和产品销量，因此大型零售商和品牌运营商在选择终端展示服务商时需经过严格的考察和认证，对终端展示服务商的开发设计能力、供货能力、资金实力、经营规模、商业信誉与售后服务保障能力等诸多方面具有严格的要求，一旦通过其认证一般不会轻易更换供应商。成为下游行业大型知名企业的供应商，反映了供货企业的综合实力，能够在行业内起到良好的示范效应，显著提高公司及产品知名度。另一方面，商业终端展示服务商长期为客户提供一体化服务，会对客户的企业文化和品牌内涵形成深度认知，客户更换服务商在一定程度上可能会影响其品牌形象的宣传，进而影响产品销售。因此，商业终端展示行业对于新进入者具有一定的客户壁垒。

④人才壁垒

商业终端展示产品是视觉设计、道具制造、多媒体技术等诸多专业化学科与技术的交叉融合的行业，同时需要充分结合下游客户的企业文化、品牌内涵、品牌形象、产品定位等诸多角度进行综合考量，设计出定制化产品，对各领域的专业人才和复合型人才，尤其是设计方面的人才团队具有较大的需求。因此，对行业新进入者而言，缺乏行业内综合型的优秀人才将是其进入本行业的阻碍之一。

⑤资金和规模壁垒

一方面，商业终端展示服务商的规模生产能力与资金实力是成为大型零售品牌商选择与信赖的重要因素，规模、资金实力不足的企业难以获得零售品牌商的认可；另一方面，商业终端展示行业的下游行业细分领域较为广泛，具有淡旺季节性明显、旺季订单量大且时间限制要求较高等突出特征，需求旺盛时对企业规模生产能力与资金积累具有较大考验。规模、资金实力不足的行业新进入企业易出现资金周转困难且在承接项目时处于竞争劣势，从而对行业新进入者形成一定阻碍。

2、商业终端展示行业的未来发展趋势

（1）综合服务能力将成为商业终端展示行业的核心竞争力

商家门店形象是展现给消费者关于商品品牌文化和内涵最直观的印象，而商业终端展示产品是构成门店形象和商品展示最核心的载体。在当今瞬息万变和充满竞争的连锁零售行业中，商家一方面需要及时捕捉消费者的消费理念和审美观念，另一方面又需要迅速抢占市场先机，根据当下及未来的潮流趋势调整品牌策略和营销方案，而门店形象往往是商家作出调整的第一步。当下，各连锁零售品牌门店形象更新周期越来越短，对商业终端展示服务的需求也不断增多，对终端展示产品创新性、个性化、定制化、数字化的要求逐渐提高，这就对商业终端展示服务商的策划设计能力、加工制造能力、快速响应能力提出严峻挑战。拥有较强技术实力、设计优势、规模化生产优势、快速响应优势等综合服务能力将成为商业终端展示服务商在激烈的市场竞争中的一个核心竞争力。

（2）终端展示设计与研发的核心作用更加明显

独特的设计理念及研发能力是商业终端展示企业综合服务能力中最重要的一个核心能力，优秀的展示产品设计能够营造最佳的展示效果，丰富展示品牌深层内涵，给予终端客户更深刻的品牌印象。合理有效的展示产品设计理念能够使消费者更加直观、有效的感受品牌及产品所带来的消费体验，引导消费者产生购买行为，从而达到促进产品销售的效果。随着营销终端展示功能需求逐步升级，应用市场不断拓展，尤其是对提升客户体验和品牌忠诚度要求的不断提升，客户对商业终端展示产品方案设计和创新能力都提出了更高的个性化要求，过往的批量化、标准化展示产品逐渐弱化，展示产品设计与研发在终端展示中的核心作用日益凸显。

（3）与互联网及相应的零售业务模式发展相结合是行业发展的重要趋势

互联网特别是移动互联网的深入普及，电子商务及移动电子商务不断发展，创新的技术手段正不断影响企业和消费者的行为模式，极大的改变了零售行业原有的发展模式，智慧零售的概念应运而生。创新的商业模式更加强调客户体验和精准营销，终端展示将逐步改变单调、静止的传统展示方式，使参观者和产品之间包括线上及线下的动态交流得以实现。增强展示的交互性，改变过去单方向的

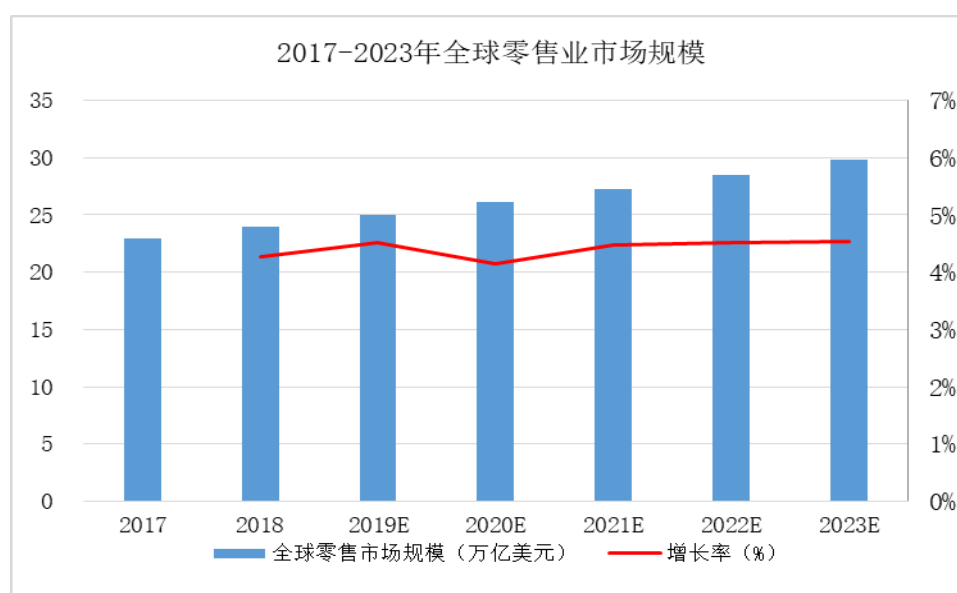
视觉观赏模式，使消费者在互联网和实体终端的空间中均能够得到综合互动式的体验，从而对品牌形象和产品功能有更深刻的了解。

（4）生态环保理念将更多地融入到终端展示产品的设计与制造中

生态环境的不断恶化和资源的不断减少，对终端展示产品的设计和制造提出了越来越严苛的要求，低碳、环保、可持续循环等理念已经得到了广泛的认同。终端展示的节能和环保，通常从设计开始，注重使用高品质、环保的材料，遵循简洁、实用的原则，摒弃繁琐设计，减少材料浪费。

3、商业终端展示行业的市场前景

商业终端展示行业是受下游零售市场发展、展示需求提升拉动的新兴行业。零售业的持续发展与全球经济发展状况息息相关，据 IMF 发布的《世界经济展望》显示，2019 及 2020 年的全球经济增长率预计分别为 2.9%和 3.3%⁴。持续复苏的全球经济是零售业得以实现增长的重要保障，据 eMarketer 数据显示，2018 年全球零售市场规模达 25.038 万亿美元，约占全球 GDP 的 30.36%，同比增长 4.30%，并预计 2023 年将增至 29.763 万亿美元，2018-2023 年复合增长率为 4.44%，呈稳步增长的发展态势⁵。



数据来源：eMarketer

⁴ 《世界经济展望报告》，国家发改委网站

⁵ 《eMarketer：2019 年全球零售市场将达到 25.038 万亿美元》，中文互联网数据咨询网，<http://www.199it.com/archives/905737.html>

与此同时，互联网的推广普及，以及电子商务的发展促使零售业态形式得到进一步丰富，线上渠道成为产品营销推广的重要途径。但线上销售始终受制于缺乏产品实物体验，从而促使以线上经营为主的诸多品牌零售商纷纷开设线下体验店，加之消费者对终端实体店内消费体验的要求不断提高，促使零售企业对终端展示的布局建设愈发重视，拓宽了商业终端展示行业的市场需求空间。

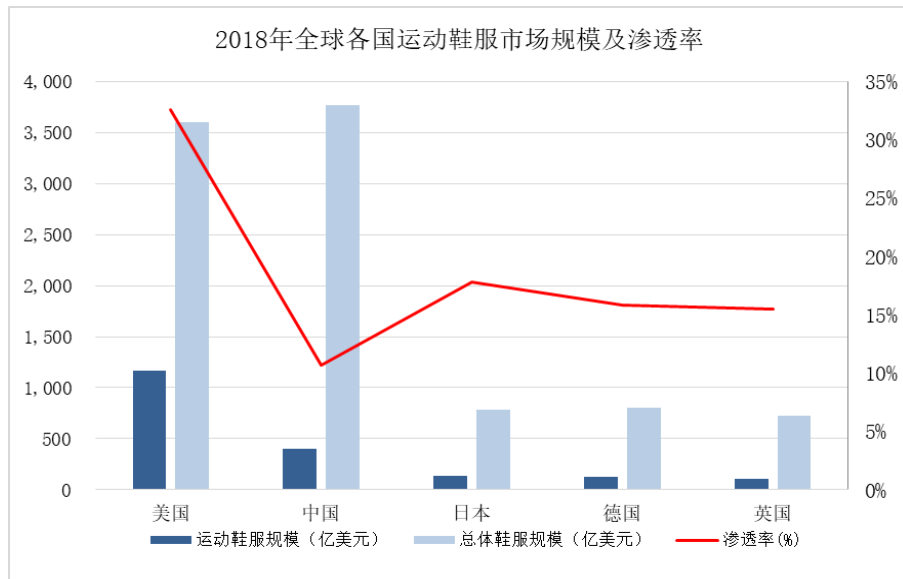
零售业是指以向消费者销售商品为主，并提供相关服务的行业，涵盖运动服饰、零售百货、时尚产品、化妆品、珠宝首饰、休闲食品等众多细分领域，主要细分领域市场前景分析如下：

（1）运动服饰市场稳步增长，时尚设计日渐融合成为市场增长新引擎

运动服饰是公司重点服务的下游行业之一，该行业主要设计、研发、制造及销售各类体育运动和休闲运动产品，包括为专业运动员及大众提供各类运动服、运动鞋及配饰等产品。2017 年、2018 年和 2019 年，公司主营业务收入中来自运动品牌客户的收入占比分别为 31.16%、43.75%和 55.17%。

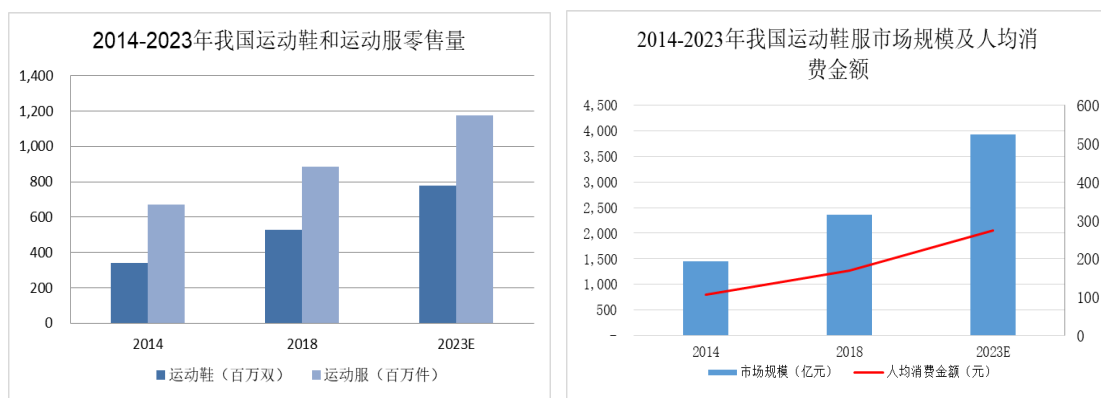
得益于跑步、球类运动、健身、瑜伽、冰雪运动等运动热潮的轮番兴起，全球运动服饰市场得以持续发展，据 Euromonitor 数据显示，受美国职业篮球等高热度比赛的积极影响，美国是全球最大的运动服饰市场，2018 年美国运动服饰市场规模达 1170.5 亿美元，在美国总体服饰中的渗透率达 32.54%，而中国依托于庞大的人口基数及持续增长的消费水平，迅速成为运动鞋服的高潜力新兴市场，2018 年中国运动服饰市场规模 401.2 亿美元，位居全球第二，在国内总体服饰渗透率达 10.64%，但规模与渗透率较美国尚存较大的上升空间，前景可期⁶。

⁶ 《国盛证券行业专题研究——运动鞋服：风景独好，龙头对话》，国盛证券



数据来源：Euromonitor

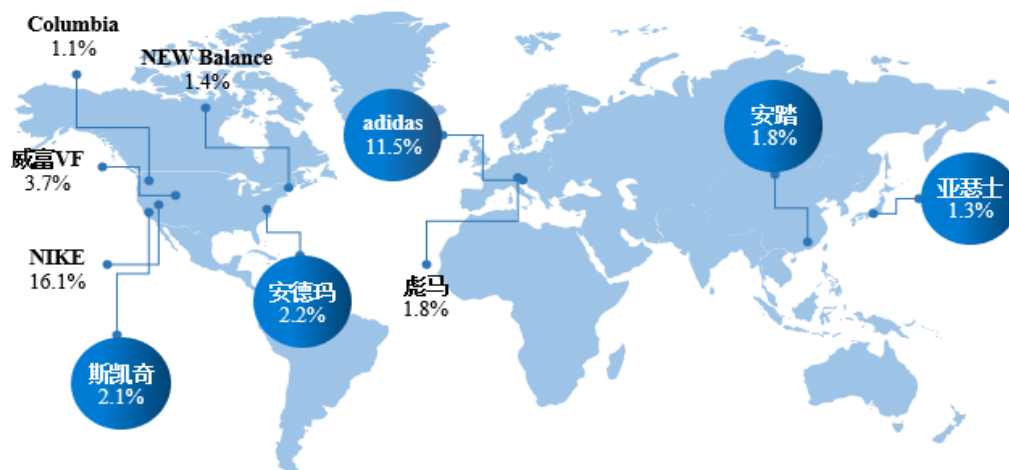
相较于国际运动服饰行业，我国运动服饰行业起步较晚，但增长较快。根据国信证券经济研究所数据，2018年我国运动品牌市场规模达到2,357亿元，过去5年复合增速达到12.8%；2018年我国人均体育用品消费达到169元，相比5年前提升了近60%。销量方面，2018年运动鞋和运动服的销量分别达到5.3亿双和8.9亿件，鞋服总销量5年间复合增速达到8.6%⁷。受我国整体消费力提升、大众更加注重健康生活观念的影响，未来我国运动服饰消费人群将呈现稳步扩张之势，同时在需求专业化、细分化及时尚化影响下，个体在运动服饰方面的支出将有所增加，我国运动服饰行业有望保持较高的增速。



数据来源：国信证券经济研究所

⁷ 《国信证券体育用品产业链专题研究：生命不息，运动不止》，国信证券

当前，在经历了一系列并购整合之后，全球运动服饰市场逐渐形成了以耐克、阿迪达斯为行业领军企业、多强并起的市场竞争格局，其中 2018 年阿迪达斯、斯凯奇以及国产知名品牌安踏的全球市场份额分别为 11.5%、2.1%、1.8%，处于全球行业前列⁸。



注：图中蓝色圆状集团为公司客户

与此同时，就与商业终端展示需求密切相关的终端门店建设数量而言，以斯凯奇、安踏为例，2019 年斯凯奇门店累计数量达 1,154 家，同比增长 16.68%；安踏门店累计数量达 12,943 家，同比增长 6.19%⁹。

在经历了 2011-2012 年的库存危机之后，各运动品牌加大了对渠道零售的变革力度，不再只注重门店数量的扩张，而是更加注重门店质量。随着年轻消费者逐渐成为运动产品的消费主体，各大运动品牌在终端零售实体店的展示形象方面大下功夫，展示形象越发时尚潮流、朝气蓬勃，各种体验式场景层出不穷，诠释了年轻消费者的消费理念。以斐乐为例，2019 年，全国首家斐乐第五代形象店在厦门开业，其不仅将品牌元素融入店内环境，并根据产品属性打造出极富场景化的全新购物体验，在更加现代化与优雅的氛围中充分阐释国际化品牌形象。当前各运动品牌为抢占市场，抓住市场快速发展机遇，凸显品牌理念和产品特色，会在适当增加终端零售店面数量的同时，还会对现有店面展示形象不断进行升级换代，从而将会为商业终端展示行业提供良好的发展机遇。

⁸ 《运动鞋服：空间广阔景气延续，格局渐晰奋楫者先》，中信证券

⁹ 《斯凯奇 2019 年年度报告》、《安踏体育 2019 年年度报告》，Wind

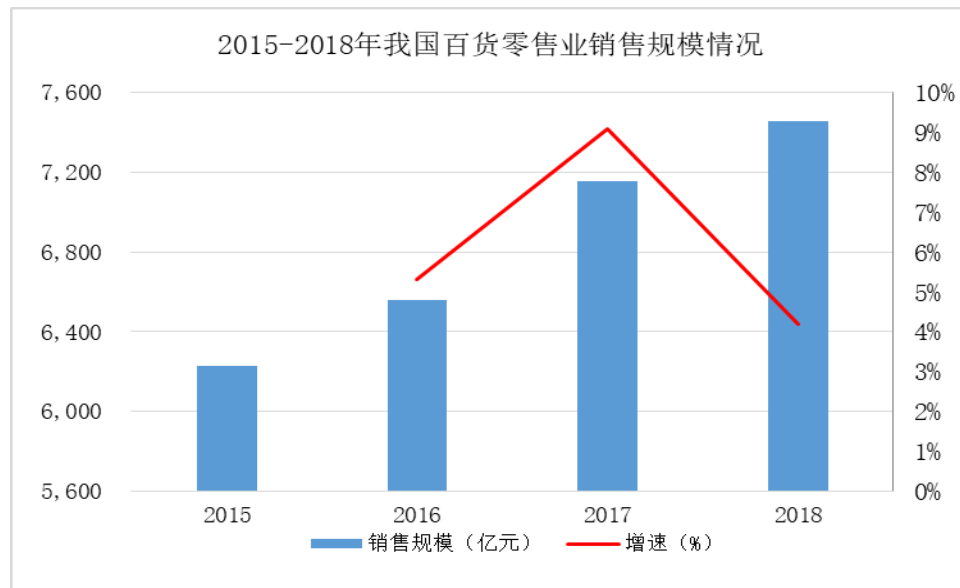
斐乐五代形象店示意图



（2）终端展示助力零售百货转型升级

零售百货是公司重点服务的下游行业之一，该行业主要包括购物中心、传统百货商场、超市、便利店、专业连锁零售店等各类实体零售业态。就公司而言，下游零售百货类客户主要包括专业连锁零售店（如屈臣氏）、免税店（如 DUFY、NUANCE 等）和大型购物中心（如 FUTURE GROUP、NESTO 等）。2017 年、2018 年和 2019 年，公司主营业务收入中来自零售百货品牌客户的收入占比分别为 49.35%、40.11%和 30.97%。

在经历了电商冲击之后，零售百货行业开启了转型升级之路，其中最重要的措施之一就是线上与线下全渠道融合。在经历了近几年的重塑与发展，当前的零售百货行业实现了全渠道拓展销售，其中门店数字化、泛渠道化、平台化、场景化和娱乐化等成为重要的全渠道策略。根据中国百货商业协会发布的《中国百货零售业的发展报告》显示，2014-2018 年中国百货零售行业销售规模逐年增长，但增速呈波动下降趋势，主要是因为经过电商短暂冲击之后行业开始复苏。随着经济增长、消费回暖、电商红利的逐渐丧失以及消费者对线下购物体验的重视，国内零售百货公司纷纷在 2015 年开始实现较好增长。



数据来源：中国百货商业协会¹⁰

专业连锁零售是零售百货业态中的一种，其主要经营一类或相关多类产品，但又不同于连锁专卖店（品牌专营店）。屈臣氏是目前国内规模最大的保健及美容产品连锁零售商，采用独家代理和自有品牌相结合的方式经营各类美容及保健产品。截至2019年末，屈臣氏全球保健及美容产品门店数量为15,314家，近3年的门店数量保持平均6%的增速，其中中国和亚洲其他地区门店数量合计为7,314家。2019年，屈臣氏保健及美容产品零售实现营业收入1,416.97亿港元，近3年营业收入保持平均5.93%的增速，其中来自中国和亚洲其他地区的营业收入为559.46亿港元¹¹。

由于受消费升级、电商冲击和创新乏力等因素的影响，屈臣氏在中国市场对智慧零售进行了探索与尝试，致力于利用数字化提升消费者在店内的购物体验。屈臣氏与巴黎欧莱雅和美宝莲纽约合作设计的中国首个Colorlab全新彩妆概念店，店内融入许多科技元素，比如借助AR技术实现的虚拟试妆服务，并设置有免费定制美甲图案的数码美甲机以及皮肤测试仪等数字化智能设备。屈臣氏目前的店铺类型和风格正朝着越来越多样化的趋势发展，除了打造全新彩妆概念店，屈臣氏还打造了全新的G-Next潮流店、第十代形象店以及贴合当下热点的主题

¹⁰ 《2018年中国百货零售行业市场分析：销售规模增速创新低，科技创新提升顾客购物体验》，同花顺财经，<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1645994409118166167&wfr=spider&for=pc>

¹¹ 《长江和记2018年年度报告》、《长江和记2019年年度报告》，Wind

店。屈臣氏通过独特的店铺风格吸引顾客进店体验，为他们提供所需的高端化产品，最后通过在店铺内提供优秀的服务与顾客建立连接。

公司根据屈臣氏第十代门店形象设计展示产品，借助展示产品将门店整体形象与展示商品巧妙结合，相得益彰。报告期内，屈臣氏为公司前五大客户之一，得益于屈臣氏收入规模和门店数量的双增长，公司来自于屈臣氏中国及亚洲其他地区的营业收入也逐年增加。

屈臣氏第十代全新形象店面示意图

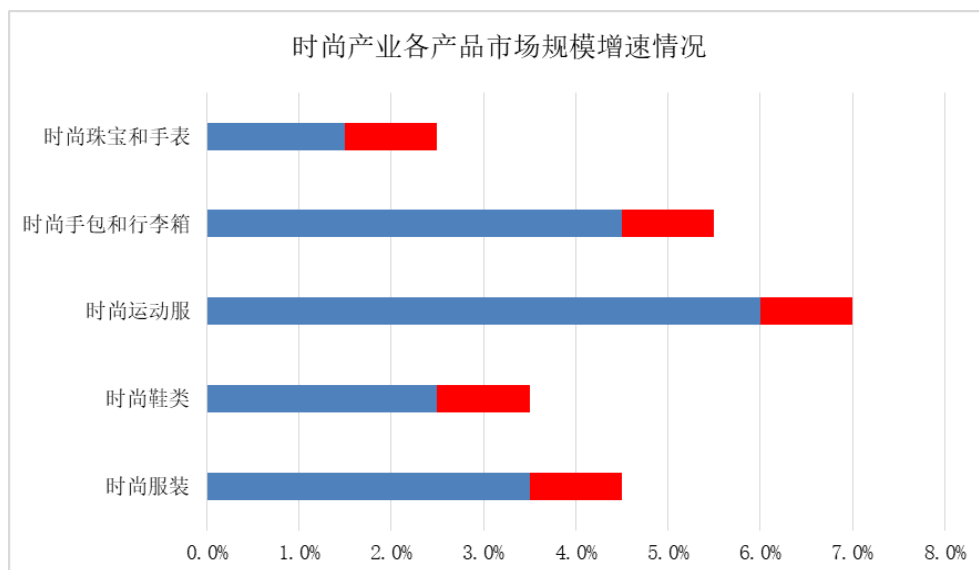


（3）时尚产业增速较稳，线下消费主力地位稳固

时尚产业涵盖时尚鞋服、奢侈品等产品，时尚产业的发展是以消费者经济实力增长为重要基础，具有高端可选消费品属性。近年来，随着全球经济缓慢复苏，中产阶级数量稳步增长，据 Credit Suisse（瑞信研究院）发布的《Global Wealth Report 2019》报告显示，2019 年全球中产阶级数量达 16.61 亿人，占比达 32.6%，预计到 2024 年将超过 18 亿人，其合计 55.7 万亿美元的总资产提供了可观的经济影响力，成为时尚产业持续发展的重要推动力¹²。据 McKinsey 与 BOF 联合发布的《The state of fashion 2020》报告数据显示，预计 2020 年全球时尚产业市场规模增速达 3.0%-4.0%，其中，时尚服装增速为 3.5%-4.5%，高于产业整体增速¹³。

¹² 《Global Wealth Report 2019》，Credit Suisse

¹³ 《The state of fashion 2020》，McKinsey&BOF



数据来源：McKinsey

虽然电子商务的发展能够满足消费者消费的即时性与便捷性要求，但线下实体店消费仍是时尚产业主要的消费方式，超过 70% 的购买行为仍然在线下实体店完成。因此，在经济发展、个人消费观念转变以及中产阶级规模日益扩大等因素的推动下，实体店作为时尚产业的核心消费渠道，愈发要求其能够直接为顾客重点突出展示产品的时尚属性与个性化特征。品牌商线下实体店布局建设将成为提高产品时尚溢价、进一步吸引客户以及提高市场竞争力的关键一环，从而提升终端展示产品的市场需求增长。

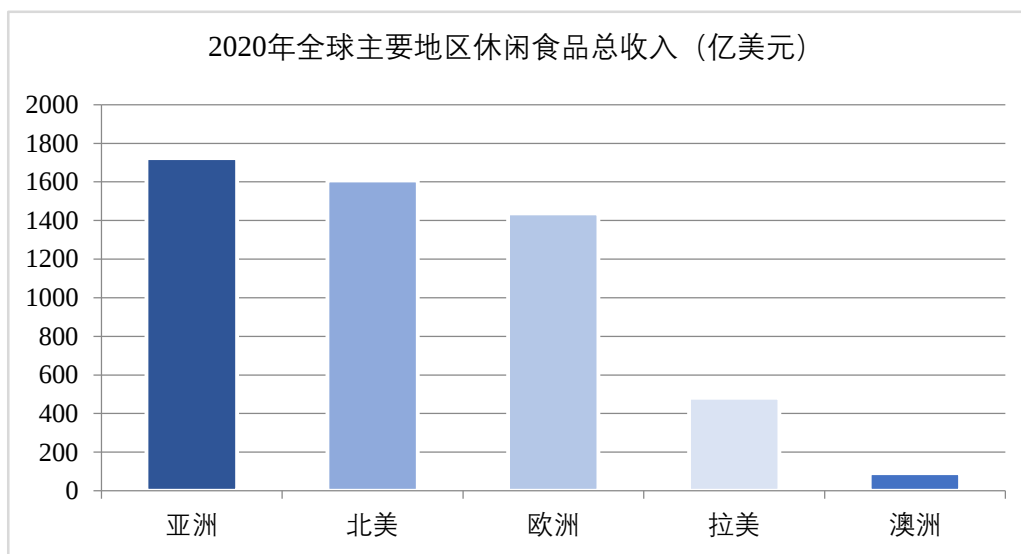
（4）休闲食品市场竞争激烈，良好的终端展示成抢占市场的重要助力

休闲食品行业是公司近年来新拓展的下游行业之一。

休闲食品是指以果蔬、谷物、肉、鱼类等为原料，采用合理的生产工艺加工制成的一类快速消费品，如糖果、坚果、果干、谷物类、膨化类、糕点类、饼干、蜜饯等。随着消费水平的上升，休闲食品愈发受消费者喜爱，其特点逐渐由色味鲜美、食用方便向具有娱乐、休闲以及社交的等多重属性延伸发展，且目前休闲食品已不再局限于餐后或随口零食，亦可作为代餐或加餐食品的有益补充。

近年来，全球休闲食品市场稳步发展。据 Statista 预计，2020 年包括糖果、饼干、巧克力、坚果等在内的休闲食品全球总收入达 5,897.51 亿美元，且 2020-2023 年全球休闲食品总收入年均复合增长率将达 3.8%，呈稳步增长态势。受益于经济的快速增长，2020 年亚洲休闲食品市场收入将达 1,724.05 亿美元，

成功超越北美、欧洲等发达经济体，位居全球首位，2020-2023 年均复合增长率为 4.6%¹⁴。此外，拉美市场虽然尚小，但正处于快速发展阶段。



数据来源：Statista（注：分地区收入统计中不包含非洲、中东地区）

随着我国居民消费的提升，推动我国休闲食品的市场规模稳健增长。公司 2019 年重点开发的新客户良品铺子作为我国知名零食品牌，2017、2018 年和 2019 年的营业收入分别为 54.24 亿、63.78 亿和 77.15 亿，营收增速保持在 20%左右¹⁵。在销售渠道方面，良品铺子采用“线下为主，线上与线下融合”的销售渠道，其中，线下门店是良品铺子的传统渠道，2019 年线下渠道销售占比为 51.42%。2017 年末至 2019 年末，良品铺子线下门店数量分别为 2,063 家、2,163 家和 2,416 家，线下门店数量平均增长率为 8.27%¹⁶。

休闲食品品类众多，同质化现象严重，行业竞争激烈，且消费者粘性不高。为了吸引消费者，增强消费者对休闲食品的消费体验，终端实体店往往是最便捷有效的方式。终端实体店一般位于大型购物中心、核心商圈等人流密集区域，目的是吸引购物逛街的消费者驻足休息并试吃食品，而醒目的店面形象往往是吸引消费者进店的关键所在，因此，良好的终端展示形象建设势在必行，从而促进了终端展示行业市场需求的增長。

¹⁴ 《展翠食品：小猪佩奇“代工厂”成立 30 载奔赴 IPO》，同花顺财经，<http://stock.10jqka.com.cn/20190610/c611895981.shtml>

¹⁵ 《良品铺子（603719，SH）：高端战略凸显优势，新零售布局已成型》，国信证券

¹⁶ 《良品铺子：首次公开发行股票招股说明书》、《良品铺子 2019 年年度报告》，上海证券交易所

良品铺子第五代门店形象图

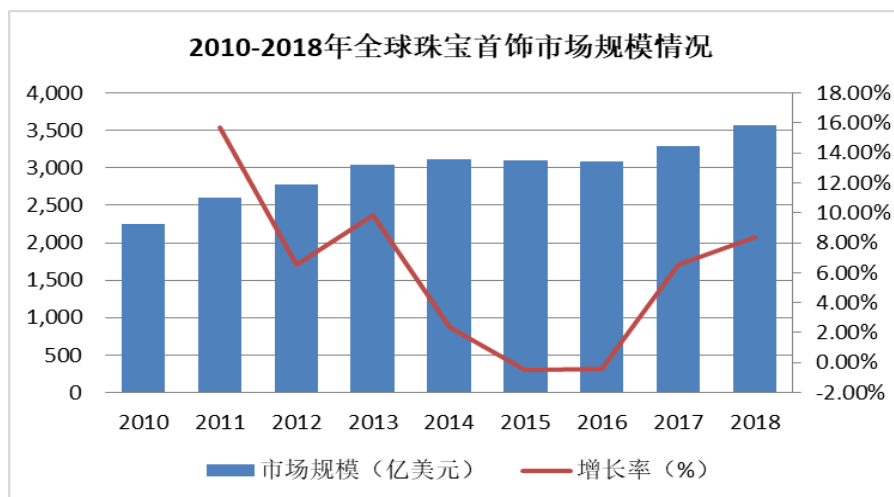


（5）珠宝首饰文化、时尚属性浓厚，展示设计赋予更高的艺术价值

珠宝首饰行业是公司未来重点开发的行业之一。目前，公司已服务过的珠宝首饰客户主要是 TOUS 等，但其收入占比较小。

珠宝首饰具有浓厚的设计文化属性与时尚属性，是精神文化的重要载体，亦是社会群众彰显个性、追求时尚的重要选择标的。珠宝首饰的发展与社会经济、居民收入水平以及时代文化等密切相关，随着珠宝首饰的消费群体已逐渐向具备经济实力的年轻消费者转变，同时消费升级促使珠宝首饰已不仅仅满足用于传统的婚嫁场景，珠宝首饰作为生日礼物、日常配饰、纪念礼物已成为消费常态，应用场景的丰富推动其市场空间不断拓宽。近年来，受居民消费水平持续提升、消费升级等因素的积极影响，珠宝首饰市场呈现良好的发展态势。据 Euromonitor 数据显示，全球珠宝首饰市场规模由 2010 年的 2,250 亿美元增至 2018 年的 3,564 亿美元，期间年复合增长率达 5.92%¹⁷。

¹⁷ 《2019 年全球及中国珠宝首饰市场现状及竞争格局分析：行业市场分散竞争激烈》，前瞻产业研究院，<https://xueqiu.com/8302426719/135617072>



数据来源：Euromonitor

而在中国，随着我国经济持续增长，人均收入水平不断提高，近几年来，兼具保值属性和彰显个性的珠宝首饰，成为中国居民的消费热点。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。根据 Euromonitor 统计，我国珠宝首饰行业 2018 年行业规模达到 6,965 亿元，同比增长 6.7%¹⁸。在国内珠宝首饰市场中，以老凤祥、周大生、周大福为主的国产品牌占据了国内珠宝首饰市场的主导地位，就门店数量而言，2019 年末，上述三家珠宝首饰品牌的门店数量分别为 3,893 家、4,011 家和 3,789 家，近三年平均增幅分别为 9.24%、17.89%和 17.00%，珠宝首饰消费市场热潮持续增长¹⁹。

珠宝首饰是终端展示需求与要求均较高的行业。一方面，由于珠宝首饰产品结构差异较大、产品监管难度较高，消费者更加倾向于在终端实体渠道内进行消费，推动终端零售实体建设扩张，从而带动展示产品需求增长；另一方面，珠宝首饰高奢、时尚的特性对终端展示的设计布局提出了较高的要求，需充分展示产品内涵、品牌形象，以赋予产品更高的艺术与情感价值。因此，伴随着珠宝首饰的持续发展，将大幅提高展示产品的市场需求。

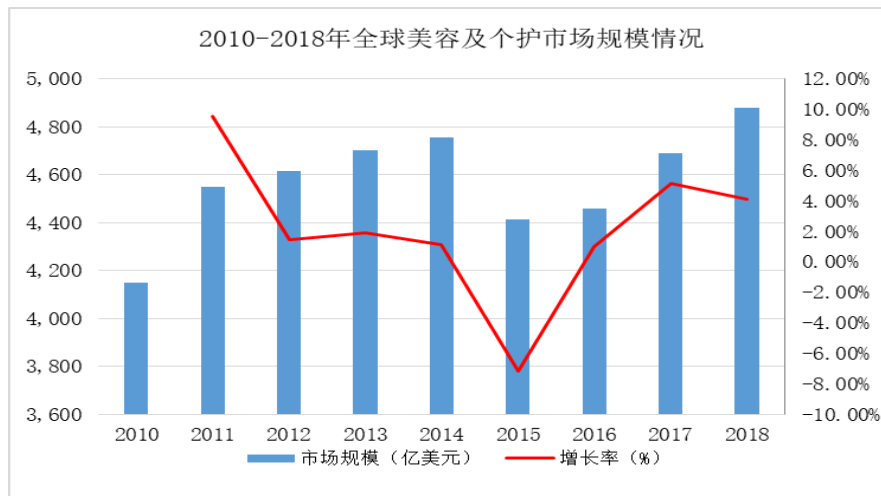
（6）化妆品快消品属性突出，终端展示成吸引消费者眼球的重要方式

化妆品行业亦是公司未来重点开发的下游行业之一。目前，公司服务的化妆品客户主要是妍丽，但其收入占比不高。

¹⁸ 《纺织服装行业 2020 年度策略：关注高景气度的运动鞋服和景气度有望提升的黄金珠宝行业》，国联证券

¹⁹ 《老凤祥 2019 年年度报告》，上海证券交易所；《周大生 2019 年年度报告》，深圳证券交易所；《周大福截至 2019 年 12 月 31 日止三个月未经审核主要经营数据》，Wind

近年来,全球化妆品市场规模受各地区经济震荡的影响,呈波动性增长态势,据 Euromonitor 数据显示,全球美容及个护市场规模由 2010 年的 4,151 亿美元增至 2018 年的 4,880 亿美元,期间年复合增长率为 2.04%²⁰。



数据来源: Euromonitor

化妆品市场发展与区域经济发展状况息息相关,美国、日本、欧洲等发达经济体是全球化妆品主要消费国,但随着我国经济的迅速崛起,以及国内消费结构以及消费习惯变迁,我国已成功迈入全球主要消费国之列,并发展成为仅次于美国的全球第二大化妆品消费国。根据 Euromonitor 的统计,2018 年我国美容用品及个人护理品类市场容量为 4,102.34 亿元,同比增长为 12.3%,过去十年复合增速达到 9.5%²¹。2019 年化妆品行业整体景气度依旧位居高位,根据国家统计局统计显示,2019 年限额以上化妆品零售额为 2,992 亿元,同比增长 12.6%²²。

在当前线上与线下全渠道融合的智慧零售背景下,各商家通过线上展播,如微博、微信公众号、小红书等网络媒介,将商品信息推送给潜在消费者,感兴趣的消费者进而通过线下实体店进行试妆体验,从而做出消费选择。由于化妆品需要消费者亲身体验的特性,各商家对于线下体验门店的需求较高,需要通过新潮的门店形象、精致的展示产品以及智能化的体验设备将商品本身特性和品牌文化展示给消费者。未来随着化妆品行业的快速发展,将为终端展示产品提供广阔的市场空间。

²⁰ 《2019 年全球化妆品行业市场现状及发展趋势分析: 新技术革新将带来新的市场空间》, 前瞻研究院, https://www.sohu.com/a/322161940_99922905

²¹ 《国信证券化妆品行业系列之六: “疫”外之路, 本土美妆龙头如何化危为机》, 国信证券

²² 《2019 年国民经济运行总体平稳 发展主要预期目标较好实现》, 国家统计局

三、发行人创新、创造、创意特征及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）创新、创造、创意特征

公司一直以创意设计、创新研发作为企业发展的核心驱动力，具有显著的创新、创造、创意特征。

首先，随着商业终端展示目的由最初的产品宣传与销售升级为品牌宣传、文化推广和消费体验，零售品牌商对终端展示产品的设计风格和能力都提出了更高的要求，展示设计在终端展示中的作用日益凸显。发行人需要在较短的时间内，结合客户所处行业、市场定位、品牌文化、商品特点和具体应用环境等，进行材质、尺寸、结构和工艺设计，提供从外观、尺寸、材质、色彩、照明、装配以及视觉效果都能契合客户品牌需求，并且能够进行批量化生产的商业终端展示产品工程设计方案。因此，公司具有文化创意特征。

其次，公司商业终端展示产品定制化程度高、时效性强，为了提高设计效率和生产效率，降低制造成本，缩短快速反应时间，在定制化的基础上快速实现批量化生产，公司一直致力于零部件标准化和产品模块化的研究，并取得了相关发明专利，形成了公司的核心技术——快装系统和模块化弱电照明系统。快装系统可在不使用任何工具和螺丝钉的情况下，帮助客户快速组装和拆卸各种不同类型的展示架，有效降低运输成本、提升安装效率；模块化弱电照明系统通过型材和接电单元的配合将整个型材装接在展示产品中，将线束、插头或变压器隐藏在型材内，使得展示产品简单、干净，品牌商无需接驳电线即可灵活调节使用，用于局部照明。因此，公司具有创造特征。关于快装系统和模块化弱电照明系统具体介绍参见本节之“四、发行人在行业中的竞争地位”之“（一）公司产品的市场地位、技术水平及特点”之“2、公司产品的技术水平及特点”。

最后，随着移动支付、大数据和移动互联网等新技术的普及，以消费者体验为中心、以数据为驱动的智慧零售正在成为零售业未来的发展潮流。公司作为商业终端展示服务提供商，积极参与品牌商对生产、流通、销售环节的升级改造，探索 5G、物联网、人脸识别、RFID 等新技术与商业终端展示产品的深度融合，进一步提升商业终端展示产品的科技水平，相继开发出诸如 3D 智能拍照设备、

足型扫描仪、Mini 智能拍照设备、LED/LCD 智能屏和自助收银台等一系列智慧零售产品。例如，公司自主研发的智能交互屏将 LED/LCD 触摸屏、零售软件、硬件相结合，基于云端布局，通过远程控制和推送，不仅能够实现价格显示和广告播放，更是打通了线上旗舰店和线下门店的产品信息，真正实现“线上线下一体化”和终端门店数字化、智能化。因此，公司具有创新特征。

（二）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、制造业与服务业融合发展情况

公司具有优秀的工程设计能力，能够为客户提供终端展示产品工程设计方案。在零售业向数字化、个性化和以体验为导向的创新转型升级过程中，营销终端展示功能需求也逐步升级，应用市场不断拓展，尤其是对提升客户体验和品牌忠诚度要求的不断提升，客户对终端展示方案设计和创新能力都提出了更高的个性化要求，展示设计与研发在终端展示中的核心作用日益凸显。

正是由于公司的产品定制化程度高、时效性强，在产品的设计、生产和安装的过程中与客户的沟通协调非常重要，发行人始终将企业定位为商业终端展示服务商，坚持以专业设计为驱动，以高品质产品为依托，以快速响应服务为保证，结合国内外行业资源，为客户提供定制化的商业终端展示服务。

未来，公司将进一步完善自身的一体化服务链条，将商业展示空间形象设计、门店装饰装修、零售软件开发等整合到公司业务链条中，为品牌客户提供更综合、更具附加值的终端展示一体化解决方案。

2、制造业与信息化融合发展情况

公司一直大力推进信息化建设，并取得了阶段性成果。

为实现生产过程精细化、信息化管理，对生产经营全过程及成本核算进行有效管控，公司引入鼎捷 ERP 系统投入日常运营管理，覆盖生产、采购、销售、研发、财务等部门。ERP 系统可实现从客户订单、生产计划、原材料采购、产品生产、质量检测、库存管理、销售发货管理等全过程的进度控制和管理。

针对公司存在的生产工序多，原材料、半成品和产成品多品类、小批量、管理困难等状况，公司积极引入智慧物流系统，将原材料、半成品、产成品的出入

库信息通过二维码扫码的方式进行采集，并与 ERP 系统有效对接，有效提升了生产管理的效率，提高了生产数据采集的准确性。

此外，公司还引入 KASS 软件进行工程图纸管理等。

2018 年 5 月 26 日，公司获得由中国电子技术标准化研究院颁发的《两化融合管理体系评定证书》（证书编号：CSAIII-00418IIMS0028901，有效期三年），证明公司的管理体系符合《信息化和工业化融合管理体系要求》（GB/T23001-2017）。

四、发行人在行业中的竞争地位

（一）公司产品的市场地位、技术水平及特点

1、公司产品的市场地位

整体而言，商业终端展示行业内参与企业众多，但企业规模普遍较小，服务水平参差不齐，致使该行业集中度较低，任何一家企业占整个行业的市场份额均不高。具有较强综合服务能力的终端展示一体化服务商在激烈的竞争中具有较强的竞争优势，更容易在中高端应用领域中占有一席之地。

公司在商业终端展示领域深耕多年，始终秉承“以客户为导向”的服务理念，致力于在较短的时间内为中高端品牌客户提供创意设计、规模化生产及安装售后等一体化服务，并凭借创新的设计理念、强大的研发能力、优异的工艺水平以及快速的生产整合能力和响应速度，获得了客户的一致认可，在业内树立了良好的口碑并积累了优质的客户资源，现已发展成为业内领先企业之一。

随着客户对公司综合服务能力的愈加认可，公司服务的优质客户越来越多，服务的客户品牌越来越多，公司的市场占有率逐渐提高。

目前，公司与众多国内外知名品牌客户在终端展示领域均建立了良好的业务合作关系，服务的品牌涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等领域的众多品牌，包括阿迪达斯、安踏、BMW Lifestyle、DUFY、斐乐、GEOX、良品铺子、NESTO、NUANCE、PORTS、屈臣氏、REEBOK、SELECTED、斯凯奇、TOUS、URBAN REVIVO、Y-3、亚瑟士等。

2、公司产品的技术水平及特点

公司产品的技术水平与特点主要体现在研发设计与生产制造方面。

（1）研发设计方面

公司深耕商业终端展示行业近二十年，沉淀了一支经验丰富、专业优秀、规模领先的研发设计团队。

在设计方面，公司具有优秀的工程设计能力，能够根据概念设计图纸，在较短的时间内，结合客户所处行业、市场定位、品牌内涵、商品特点和具体应用环境，进行材质、尺寸、结构和工艺设计，提供从外观、尺寸、材质、色彩、照明、装配以及视觉效果都能契合客户品牌需求，并且能够进行批量化生产的终端展示工程设计方案。公司优秀的工程设计能力获得了众多优质客户的认可。2019年，公司通过阿迪达斯的内部选拔，成为其亚太地区的工程设计图纸供应商。公司为其设计的商业终端展示产品工程技术标准可在亚太地区乃至全球门店通用。

在产品研发方面，公司研发设计团队经过多年技术创新积累，在零部件标准化、产品模块化以及智慧零售产品开发方面颇有建树，取得了5项发明专利和31项实用新型专利和6项外观设计专利，形成公司自有的核心技术，涵盖模块化弱电照明系统、快装系统以及智慧零售产品等。公司核心技术广泛应用于公司的终端展示产品，增加了公司产品的技术含量，提升了公司产品的市场竞争力。

①快装系统

截至招股说明书签署日，公司已成功开发并取得发明专利的标准零部件主要是快装系统，包括快速安装和拆解的锁固机构、挂具和立柱的联接装置等。

当今市场瞬息万变，各零售商家渠道布局速度无疑成为各商家抢占市场先机的重要手段，门店开店时间大大缩短。商业终端展示产品作为商品展示的重要载体，快速高效的完成安装是制约门店开店效率的重要因素。

快装系统能够帮助客户实现展示产品的快速安装和拆解。该系统创造性地利用一种可以快速安装和拆解的锁固装置，在使用时只需将活动链接件套设于锁固机构本体并旋转，即可实现卡锁，拆解时也只需反向旋转即可完成拆解，无需专业人员操作，也无需使用任何附加工具，非常便利。此外，在展示产品拼接方面，

卡扣连接装置的运用取代了传统的插接方式，一方面提高了安装和拆解的效率，另一方面提升了展示产品主体的强度，使其能够承受更大的重量，解决了传统插接方式因立柱中空而导致的立柱强度不足的安全隐患。

②模块化弱电照明系统

截至招股说明书签署日，公司已成功开发并取得发明专利的模块化产品主要是模块化弱电照明系统。

展示产品上照明光源的应用对于提升展示商品档次、营造氛围、增强消费者感官体验的重要性不言而喻。随着展示产品设计愈加复杂化，对照明光源的需求逐渐增加，导致大多数展示产品上照明光源布局杂乱，线束和插头外露，一方面影响了展示产品的整体形象，更重要的是容易增加安全隐患。

模块化弱电照明系统创造性地将导电组件安装于展示产品立柱及层板上，使得整个展示产品可以在配备多套照明光源的同时仅需要一个插头，集成度高；同时还可以将线束、插头、变压器隐藏于道具主体内，使得展示产品外观整洁有序，提升了展示商品的档次和形象。由于使用弱电系统，还可以大大降低安全隐患。

③智慧零售产品

公司新开发的多项拥有专利的智慧零售产品的应用有助于提升终端客户门店系统的数字化和智能化水平，为消费者提供了更多的体验与互动方式。例如3D 智能拍照设备可以快速对展示商品进行拍摄，利用自动去背景功能形成商品3D 场景图，发布到云端用于线上商品展播和销售，实现线上线下信息共享。LED/LCD 智能屏是全新的可触式数字营销消费体验，基于云端布局，通过远程控制、推送和更新商品介绍、价格和促销信息、图片视频组合轮播、触摸互动等功能。

（2）生产制造方面

在生产制造方面，受产品的多样性和定制化特征影响，行业生产的自动化程度相对较低，公司持续提升生产设备的自动化、智能化水平，引入激光割板设备、数控冲床、焊接机械手等一系列业内领先的生产装备及现代化生产线，有效提升精益生产能力，使产品质量稳定性、生产效率显著提高。此外，全球知名零售品牌对展示产品的生产工艺具有较高的要求，如对接缝、焊道的表面处理等。公司

经过多年的生产经验积累，系统性掌握了高端焊接、镜面不锈钢等多项核心工艺技术，并在焊接、抛光、喷粉等工艺处理上具有一定优势，为公司产品的市场开拓打下坚实基础。公司也注重清洁生产和环境保护，在同行业内率先采用了无磷前处理的喷粉生产工艺，彻底摒弃磷酸盐体系，有效地减少含磷及重金属废物的排放。

（二）行业内的主要企业

目前在国内市场上能与公司形成竞争的商业终端展示服务商主要有深圳市易尚展示股份有限公司、舒华体育股份有限公司、展阳金属制品（无锡）有限公司和广东领先展示股份有限公司，其基本情况如下：

公司名称	基本介绍
易尚展示 SZ.002751	深圳市易尚展示股份有限公司设立于 2004 年 04 月 28 日，统一社会信用代码为 91440300761957587B，法定代表人为刘梦龙，住所为深圳市宝安区新安街道海旺社区中心区甲岸南路易尚科技创意大厦二十三层，注册资本为 15,460.0613 万人民币。 易尚展示于 2015 年 4 月在深圳证券交易所中小板上市，股票简称为“易尚展示”，股票代码为“002751”。 易尚展示主营业务由终端展示、循环会展、虚拟展示构成，主要客户包括华为、茅台、格力、联想、海尔、三星等众多知名企业。
舒华体育	舒华体育股份有限公司设立于 1996 年 10 月 10 日，统一社会信用代码为 9135050061160716XA，法定代表人为张维建，住所为晋江市池店仕春工业区，注册资本为 36,149.90 万人民币。 舒华体育于 2016 年 8 月在全国中小企业股份转让系统挂牌，股票简称为“舒华体育”，股票代码为“839064”，并于 2018 年 7 月终止挂牌，目前正在申请在上海证券交易所主板上市。 舒华体育是专业、科学的运动健康解决方案供应商，其主营业务为健身器材和展示架产品的研发、生产和销售。其中，展示架业务的主要客户包括安踏、阿迪达斯和特步等运动品牌。
展阳金属制品（无锡）有限公司	展阳金属制品（无锡）有限公司设立于 1997 年 7 月 23 日，统一社会信用代码为 913202056282873695，法定代表人为孙佳钧，住所为江苏省无锡市锡山经济开发区工业园，注册资本 1700 万美元。 其主营业务为铁、木、铝、不锈钢、有机玻璃等多种材料相结合的展示道具生产制造，主要客户涵盖百货、服装、电器、体育用品等，例如 Best Buy、Chicos、Dillards、Federated Dept Stores、Levis/Dockers 等。
广东领先展示股份有限公司	广东领先展示股份有限公司设立于 2010 年 6 月 24 日，统一社会信用代码为 91442000557325574H，法定代表人为魏来金，住所为中山市火炬开发区沿江东三路 35 号、中山市南区兴福路 61 号一楼，注册资本为 3000 万人民币。 其主营业务为终端形象升级的一站式服务（个性化设计+规模化生产制作+系统化安装与售后配套），客户范围涉及通讯、家电、化妆品、饰品连锁、女性造型、服装零售、奢侈品、饮料、日化、眼镜连锁等十几个行业。

资料来源：上市公司年报及公开资料

（三）公司竞争优势

1、一体化综合服务能力优势

公司凭借强大的研发设计能力、优秀的制造工艺、精益化的管理能力，以设计引领制造，能够在较短的时间内为客户提供专业化设计、规模化生产、快速交货和配送安装等一体化服务，形成了较强的一体化综合服务能力。

（1）研发设计优势

公司一直以研发设计为驱动，持续创新的研发设计能力是公司核心竞争力的关键所在，因此，公司非常注重研发设计团队的建设。

在研发组织架构与人员配置方面，公司专设研发机构，负责展示产品设计、智能产品开发、样品制作和现场技术指导等工作。公司具有一支规模庞大的专业化研发设计团队，研发设计人员占公司员工总数的近四分之一，且大多数人员在本行业有多年从业经验，具有深厚的产品开发与设计功底。为符合精细化和专业化要求，公司根据客户类别划分不同的研发设计小组，设计小组内部有产品结构设计、包装设计、新品设计等不同分工。按照不同客户划分设计组，可以使各小组的设计师长期专注于客户的企业文化、品牌理念与营销策略，能够在该客户所处行业内得到长期、专一的学习和经验积累。公司各设计小组统一协调分工，优势互补。公司建立了设计图纸数据库，积累了结构造型、设计方案、制作工艺等方面的设计图纸和技术储备，可满足客户对展示产品设计方案的需求，提高了设计质量和设计效率。

在产品专利方面，截至查询日，公司已取得发明专利 5 项、实用新型专利 31 项、外观设计专利 6 项，并形成公司自有的核心技术，涵盖模块化弱电照明系统、快装系统、以及智慧零售产品等。其中，模块化的弱电照明系统提供了一种便携导电联接装置，无需电线接驳就能够灵活调节使用，其克服了传统用电设备连接电源操作较为繁琐、接线外露以及不便于移动位置等缺点，使整个展示系统更加简洁美观，提高了展示商品的档次。快装系统则可以不使用任何工具和螺丝钉，帮助客户快速组装和拆卸各种不同类型的展示架，有效降低运输成本、提升安装效率。模块化弱电照明系统和快装系统在终端展示产品中的应用获得了客户的广泛认可，进一步提升了公司产品的市场竞争力，使得公司成为屈臣氏的海

外地区独家供应商、大陆地区核心供应商。2017 年，公司发明专利“一种快速安装和拆解的锁固机构和展台”荣获厦门市专利奖，同年公司入选“厦门市知识产权试点企业”；2018 年，公司“一种快速安装和拆解的锁固机构和展台”在美国获得发明专利；2018 年公司入选福建省、厦门市“科技小巨人领军企业”。

公司拥有系统化的设计流程且能够实现与数字化设备的对接，利用大型三维造型设计软件完成各环节的设计工作。在设计策划方面，公司以客户需求为主导，与客户互动沟通，利用“头脑风暴”快速产生明确的设计概念并形成总体设计策划案。

在产品结构设计方面，公司根据客户的定制化需求，综合考虑外形、尺寸、材质、色彩、灯光、制造工艺、装配等因素，使商业终端展示产品尽可能达到外形美观、性能优良等效果；同时考虑工艺性，使制造和安装更加便捷，维修和运输成本更低。

在包装设计方面，公司主要针对客户个性化产品设计尺寸合适的包装物，同时还考虑了轻便、环保和节约成本的需要。例如公司在选择包装材料时尽量减少保利龙材料的使用，而是选择相对价格低、轻便和环保的气泡柱，最大程度优化包装箱内容积、减少产品破损、降低客户采购成本等。

在材料开发方面，公司积极响应客户个性化定制的材料需求，根据客户品牌定位不同，公司利用广阔的供应商渠道为客户选择优质的原材料。同时，公司还积极开发一些材质优良、轻量化、节能环保的新材料用于展示产品生产，以满足公司未来展示产品向更高端发展的趋势。

（2）生产制造优势

在生产规模方面，目前公司拥有自有厂房 2.88 万 m²，租赁厂房 7 万多 m²，募集资金投资项目上特长泰工业园将新建厂房 152,177 m²。上特长泰工业园全部达产后，公司生产能力将大幅提高，在短时间内能有效整合生产资源，满足客户大额订单的时效性需求。

在制造工艺方面，公司有强大的工艺整合能力，在钢材、木制品、玻璃、铝合金、锌合金、亚克力、人造石、塑料件等加工工艺方面均有丰富的专业储备，涉猎范围非常广泛，可多方位满足客户的加工要求。公司生产车间拥有木材加工、

钣金加工、焊接加工、抛磨、喷涂等多种加工手段，其中多道工序已经实现自动化。例如冲压工序，公司引进了世界顶级品牌的数控冲床，全自动化完成各种冲压件的加工；针对生产中比较耗时的焊接工序，利用氩焊和激光焊机器人取代人工焊接，与同行业企业相比自动化焊接技术应用时间更早，技术更成熟。抛光工序中也大量利用自动化抛光代替人工抛光，使产品表面处理更加精准、细致，降低了人工失误率，提高产品质量。上特长泰工业园将投入更多的自动化设备，进一步提高公司整体的生产自动化水平，提升生产效率。此外，公司在透明粉处理、热轧板、镜面不锈钢等工艺方面具有较强技术优势；在线脚处理、打磨、抛光、焊道、拼缝方式等细节处理上也更加细致。

在生产人员与设备方面，公司拥有一个操作经验丰富的制造团队，他们熟悉工艺及材料的运用，能提供高品质的产品和最有价值的解决方案。同时，公司还拥有行业领先、自动化程度较高的生产设备，包括数控冲床、焊接机械手、激光切割机、全自动电脑裁板锯、全自动封边机、木制喷漆线、自动化粉体喷涂线、自动化型材滚压生产线等。经验丰富的操作工人结合全球领先的生产设备，确保了稳定优质的产品品质。

在制造流程与生产管理方面，由于公司展示产品绝大多数为定制化产品，具有造型多、结构复杂、加工环节多等特点，经过多年的经验积累和技术研究，公司形成了一套专业化的生产制作流程和管理标准。在实际操作中，公司通过统一的订单管理系统、有效的成本管理、责任制的生产制度以及严格的生产进度管理切实保证车间的有效生产和管理，以集约化、规模化的生产方式来提高生产效率，降低生产成本，通过关键环节的优化，提升整体制造能力。

（3）产品品质优势

公司始终将产品的质量放在重要的位置，建立了良好的质量控制体系，并通过了 ISO9000、CE 和 UL 等各类质量认证。公司成立专门的质量控制团队，建立了较为严格的供应商评估与控制体系、生产管理流程及质量控制体系、客户服务体系，从产品开发设计、生产加工以及后期的检测检验，都严格按照公司相关产品质量管理制度进行。同时，公司设有专门的实验室进行力学性能、耐候性能、环保性能、防火性能等材料性能检测以及产品组装验证，严格控制产品质量。

通过多年的行业积累，公司在展示方案设计方面具有专业优势，提高了展示方案的设计质量和效率，并可凸显不同客户品牌的差异化定位及个性化展示需求，提升客户使用价值。此外，公司定期对员工开展质量意识和质量控制方法的培训，提高员工质量管理意识，对保持公司产品质量稳定具有积极作用。

（4）快速响应优势

随着消费者需求增长和零售市场的快速发展，各零售商为抢占市场先机，不断加大对终端门店的投入，门店开店时间缩短，这就要求终端展示服务商能够在最短的时间内完成从概念设计图到展示产品实体的落地并以最快的速度配送至客户终端门店完成安装，整个服务流程紧凑而又高效。公司能够在客户要求的交期内高质量地完成创意设计、样品打样、规模化生产、运输安装、售后服务等服务流程，确保客户开店计划顺利达成。

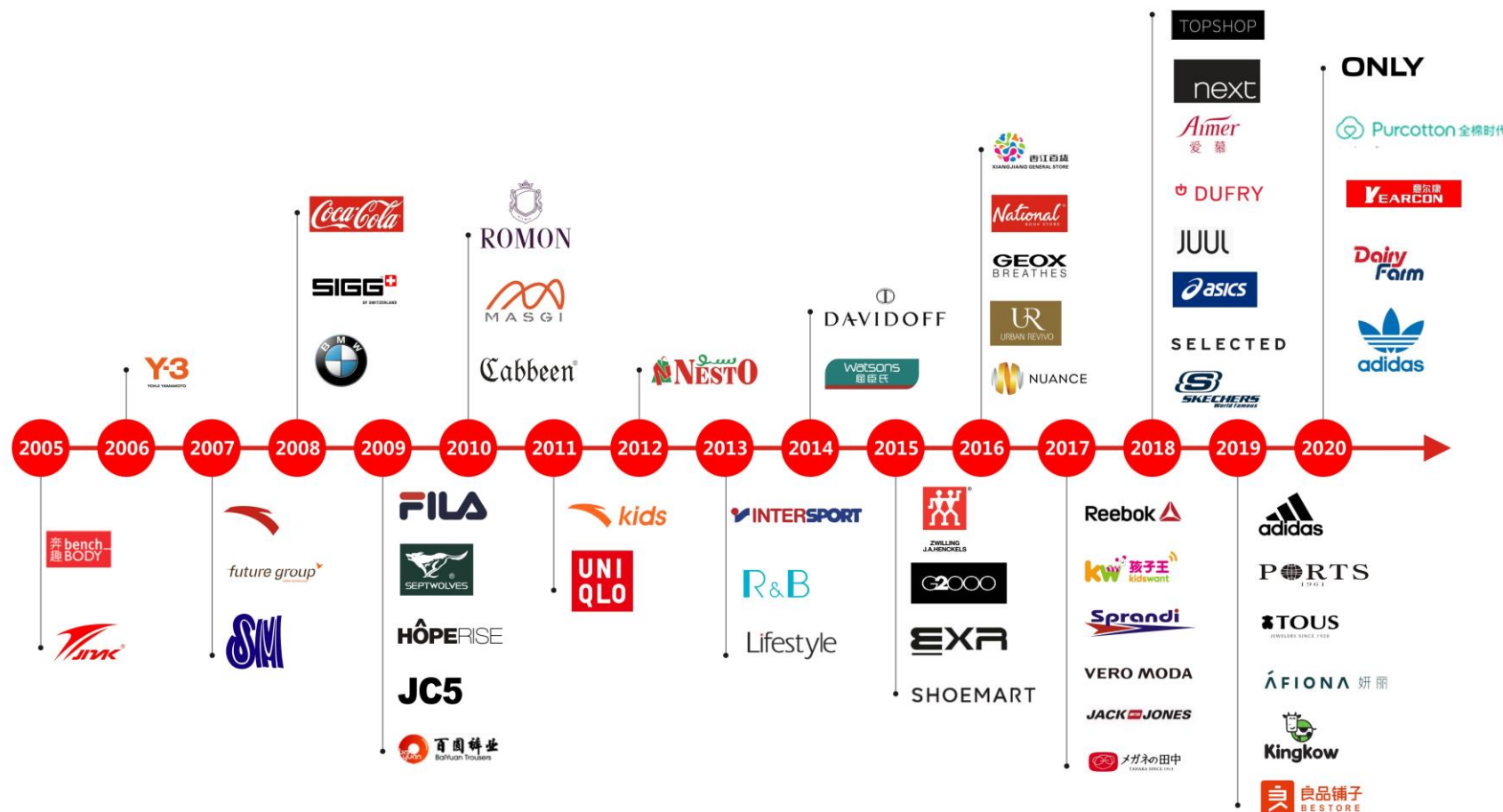
公司的综合服务能力得到了客户及政府相关部门的认可，获得多项荣誉资质。近几年，公司获得的荣誉资质情况如下：

序号	荣誉资质	颁发单位	时间
1	国家高新技术企业	厦门市科技局、厦门市财政局、国家税务总局厦门市税务局	2017 年
2	福建省科技小巨人领军企业	福建省科学技术厅、福建省发展和改革委员会、福建省经济和信息化委员会、福建省财政厅	2018 年
3	厦门市科技小巨人领军企业	厦门市科学技术局、厦门市财政局、厦门市发展与改革委员会、厦门市经济和信息化局、厦门市火炬高新技术开发区管理委员会	2018 年
4	2018-2019 年度厦门市最具成长性中小微企业	厦门市工业和信息化局、厦门市中小企业管理办公室	2018 年
5	第一届福建省工业设计协会理事	福建省工业设计协会	2017 年
6	厦门市知识产权试点企业	厦门市知识产权局	2017 年
7	厦门市专利奖三等奖（专利：一种快速安装和拆解的锁固机构和展台）	厦门市人民政府	2017 年
8	安全生产标准化三级企业	厦门市安全生产管理协会	2017 年
9	2016 年美国最佳设计奖	The Chicago Athenaeum	2016 年
10	2015 年度福建名牌产品	福建省人民政府	2016 年
11	2015 年度厦门名牌产品	厦门市人民政府	2016 年

2、客户开发能力及客户资源优势

公司具有较强的客户开发能力。多年以来，公司始终坚持以专业设计为驱动，以高品质产品为依托，以快速响应服务为保证，结合国内外行业资源，为客户提供个性化的商业终端展示服务。随着客户对公司服务能力的愈加认可，公司在行业内的知名度逐步提升，公司的客户开发能力越来越强，公司服务的客户品牌越来越多，逐渐成长为商业终端展示行业的领先者。

公司先后服务的主要品牌如下图所示：



注：上图为公司服务的主要品牌的时间表，表示公司开始服务该品牌的起始时间。

目前，公司已与众多国内外知名客户在终端展示领域建立了良好的业务合作关系，主要客户涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等领域，包括阿迪达斯集团、安踏集团（含斐乐）、宝姿集团、DUFY 免税集团、GEOX、快尚时装集团、良品铺子、绫致时装、屈臣氏集团、斯凯奇、TOUS、Y-3、亚瑟士等。

优质的客户资源不仅提升了公司品牌价值，更为重要的是在客户资源基础已成为竞争者进入中高端市场的主要壁垒的行业形势下，公司在中高端品牌客户中形成的良好产品口碑、服务口碑和品牌示范效应，已成为在市场开拓过程中的核心优势。公司凭借为中高端客户提供优质服务和产品的经验，能够快速开拓新市场、不断拓展客户群体，为进一步提升经营规模和盈利能力提供有力保障。

公司主要客户如下图所示：

序号	行业	客户名称	客户 LOGO	客户概况
1	运动品牌	安踏		安踏集团成立于 1991 年，地处福建晋江，是国内最大综合性体育用品企业，其旗下品牌矩阵丰富，拥有专业运动（安踏、安踏儿童、Sprandi）、时尚运动（Fila、Kingkow）和户外运动（Kolon、Desencte、Amer Sports）三大事业部，是国内运动服饰龙头品牌
		斐乐		FILA（斐乐）是意大利百年时尚运动品牌主要从事网球、滑雪、高尔夫、瑜伽、赛车等运动相关产品的开发。2009 年被安踏收购，成为其旗下单独的子品牌之一
		阿迪达斯		阿迪达斯（adidas）是德国运动用品制造商，阿迪达斯 AG 的成员公司。以其创办人阿道夫·阿迪·达斯勒（Adolf Adi Dassler）命名，在 1920 年于接近纽伦堡的黑措根奥拉赫开始生产鞋类产品。阿迪达斯分为三个系列，分别为：运动表现系列（三条纹标志）、运动传统系列（三叶草标志）、运动时尚系列（球状内含三条纹标志）。阿迪达斯集团运动用品涵盖球类和田径运动服饰，运动鞋、瑜伽服饰、运动配饰（腕表、眼镜等）休闲鞋类、男士香水和护肤品等
		锐步		总部位于马萨诸塞州坎顿市，在全球范围内以 Reebok、Rockport、CCM、JOFA、KOH0 和 Greg Norman 等品牌设计、销售和分销运动鞋、健身鞋、休闲鞋、运

序号	行业	客户名称	客户 LOGO	客户概况
				动服装和设备，并以 Polo Ralph Lauren 品牌设计、销售和分销鞋类产品。2005 年 8 月，阿迪达斯宣布以 38 亿美元收购锐步，二者于 2006 年初合并，锐步成为阿迪达斯旗下的独立子品牌之一
		斯凯奇		创始于 1992 年，目前为美国市场仅次于耐克的第二大鞋类品牌，专业设计、研发和营销超过 3,000 种款式的男鞋、女鞋、童鞋以及其他数个品牌系列产品，已发展为集运动功能、休闲生活鞋款为核心的领先品牌，更成为全球最受欢迎运动鞋类品牌之一
2	零售 百货 品牌	屈臣氏		创建于 1828 年，是长江和记有限公司旗下以保健及美容为主的一个品牌，涉及的商品包括保健产品、美容产品、香水、化妆品、日用、食品、饮品、电子产品、洋酒及机场零售业务，是中国目前最大的保健及美容产品零售连锁店
		DUFY 免税集团		于 1865 年创立于瑞士巴塞尔，是全球旅游零售业巨头。1948 年，Dufry 作为批发分销商开始经营免税业务。1952 年 Dufry 在巴黎开设第一家免税零售店，由此开始进入旅游零售领域，并于 2005 年在瑞士上市。Dufry 推行全球化和多元化的经营战略，主营旅游商品的零售业务（包括香化、食品、烟酒、奢侈品、电子产品等），业务遍及全球 65 个国家。2014 年，Dufry 收购瑞士的 Nuance 集团，确立 Dufry 在机场零售领域的全球领先地位。2015 年，Dufry 收购 WDF 集团（World Duty Free），收购后 Dufry 在机场旅游零售市场的份额进一步扩大
		FUTURE GROUP		印度未来集团（Future Group）是印度一家经营大型折扣百货店和仓储超市连锁店的私人控股公司。该集团业务遍及零售，金融和服务行业，总部位于印度马哈拉施特拉邦孟买
		RNA		沙特阿拉伯采购商，成立于 1998 年，隶属于中东零售巨头蓝玛克集团（Landmark Group），蓝玛克集团是中东地区最大的零售商，创始于 1973 年，旗下的品牌包括母婴及时尚品牌 Baby Shop、Splash、Max、Life Style、Iconic、Centre Point 等，家居品牌 Home Centre 和 Home Box，商场品牌 SM、City Max、Oasis Malls、Food Mark 等，这些品牌在中东几乎无处不在。蓝玛克集团于

序号	行业	客户名称	客户 LOGO	客户概况
3	时尚品牌			2007 年进入中国市场，成立其在中国的第一家公司——兰玛秀（上海）商贸有限公司
		NESTO		成立于 2004 年的中东知名大型连锁商超品牌，其业务范围涵盖百货和大型超市
		绫致时装		绫致时装（天津）有限公司设立于 1997 年 2 月 28 日，法定代表人王沛德，注册资本 8,180 万美元，是丹麦 BESTSELLER 在中国的全资子公司。丹麦 BESTSELLER 是欧洲著名的国际时装公司，于 1975 年在丹麦创立。Bestseller 集团在 1984 年建立香港办事处，1990 年建立北京办事处，1997 年在天津建厂，开始在中国市场推广旗下的服装品牌，带给中国喜爱时尚的年轻人充满活力与自由的生活方式。旗下品牌包括 ONLY、VEROMODA、JACK&JONES、EXIT、VILA、Object、Selected、TDK、PIECES、NameIt/Newborn、PHIndustries 和 phinkindustries 等十二个品牌
		快尚时装		URBAN REVIVO（以下简称 UR）——全球快时尚品牌，始创于 2006 年，是快时尚理念倡导者，品牌以“奢华大店、产品丰富、更新快速和价格实惠”为定位，打造以用创造改变习惯、以平价获取奢华、让时尚更加简单易得的“轻奢快尚”品牌理念，现已成为全球十大快时尚品牌之一
		七匹狼		七匹狼集团于 1990 年创立，发展至今已成为一家以服装为主业，兼营股权投资及房地产文旅项目的综合性公司。2004 年七匹狼成为中国服装业首家上市公司
		宝姿实业		1961 年，PORTS（宝姿）诞生于加拿大港口城市多伦多，是全球知名的轻奢时装品牌，1994 年全面进入中国市场，2000 年获得宝马中国独家生产及零售代理权，目前产品系列包括男女装、手袋配饰、眼镜、箱包、鞋履等，简约优雅的时装风格深得全球名流及时尚人士钟爱
		TOUS		TOUS 是 1920 年创建于西班牙的珠宝品牌，是一个已有近百年历史的轻奢品牌。TOUS 主营珠宝首饰，同时拥有包袋、手表、眼镜、香水等多种品类

序号	行业	客户名称	客户 LOGO	客户概况
4	其他品牌	妍丽		创立于 1995 年，致力于与国际品牌合作，构建企业的护肤、香氛、彩妆商品，是一家中国本土化妆品销售连锁旗舰企业。旗下经营品牌涵盖 GUCCI、Burberry、SK-II、雅诗兰黛等，并先后在各大一线城市购物中心与核心商业圈开设多家直营分店，形成了以深圳为中心，覆盖全国超过 20 个一线及省会城市的连锁直营网络
		良品铺子		2006 年 8 月诞生于武汉的良品铺子，13 年来深耕华中，辐射全国，迄今已有逾 2,000 多家门店遍布华中、华东、华南、西北、西南等 13 省。良品铺子 13 年专注高端零食，精选全球 32 大产地食材，产品超过 1000 种，口味丰富多样
		菲律宾国家书局		成立于 1942 年，拥有数百家书店、员工超过 3,000 人
		双立人		双立人为世界知名厨具品牌，拥有超过 2000 种的不锈钢刀剪餐具、锅具、厨房炊具和个人护理用品，开创了摩登厨房理念，让烹饪成为一种享受

资料来源：网络公开信息

3、全球性服务战略优势

公司的目标是成为“世界级品牌首选的商业空间智造商”，而作为世界级品牌的商业终端展示服务商就必须要有与客户全球营销网络相匹配的服务能力。因此，公司一直着力于打造全球性服务能力，自 2014 年开始即着手全球化的战略布局，在海外设立子公司，旨在服务全球客户，乃至服务全球性客户，即让公司的产品和服务能适应和满足客户全球化布局的战略需求。

公司至今已在中国香港、新加坡等地建立了控股子公司，辐射亚太、东欧、中东、南美洲等地区。这些海外子公司熟悉当地的市场环境、法律法规，进一步拓展了海外销售渠道，并积极响应海外客户的需求，提升了海外市场服务的响应速度和质量。

公司全球性服务战略成效斐然，外销比例相较于同行业其他公司处于较高水平。报告期内，公司实现境外销售收入分别为 12,469.44 万元、13,079.98 万元和 13,158.32 万元，占各年主营业务收入的比重分别为 43.53%、34.29%和 28.74%。

其中，公司为阿迪达斯、屈臣氏等全球性客户提供服务的区域范围遍及中国大陆、俄罗斯、亚太、东欧、南美洲等 20 多个国家和地区。

公司全球性服务战略不仅能够与客户建立更加紧密的合作关系，而且能够借助客户全球性营销网络，实现走出去并在国际市场上谋求生存和发展的目的，进一步提升公司产品在全球的品牌影响力和核心竞争力，同时为公司未来的全球制造布局、服务布局打下坚实的基础，并最终实现成为“世界级品牌首选的商业空间智造商”的愿景。

4、经营管理团队优势

以实际控制人李宏泽、李宏泗为核心的经营管理团队在商业终端展示行业中从业时间超过 20 年，拥有丰富的行业经验和经营管理经验，对行业发展具有深刻的认识，善于把握、引领行业方向，对公司的业务模式、品牌建设、质量管理、市场拓展、人才管理等也有深入的理解，能够较好地应对市场环境的变化，及时完善或调整公司的业务规划和发展战略，为公司业务的可持续发展提供了坚实的管理团队保障。

5、员工认同感优势

经过多年的发展，公司沉淀了丰富的企业文化底蕴，形成了“激情、协作、专业、创新、诚信、共赢”的价值观。在对待员工上，公司以“为员工提供实现梦想的舞台”为使命，尊重员工，关怀员工，致力于培养和提升员工不断创新的能力，给员工提供清晰的职业规划和良好的发展空间。

公司以诚待人的企业文化到了员工的高度认同，许多员工选择与公司同甘共苦，共同成长，形成公司坚实的中坚力量，其丰富的行业经验有力推动了公司研发设计水平、工艺技术水平和管理水平的不断提高、服务内容和服务质量的不断改进。截至 2019 年 12 月 31 日，公司 5 年以上工龄的员工 223 人，约占员工总数的 21%，其中 5 年以上工龄的研发设计人员 35 人，约占研发设计人员总数 18%。

（四）公司竞争劣势

1、产能不足劣势

报告期内，公司业务规模主要受限于产能不足。尤其是在销售旺季，订单量迅速增加导致公司不得不加紧生产排班，机器设备满负荷运载，产能受限已影响到公司接纳额外订单的能力，影响公司进一步发展。对此，公司正在建设长泰生产基地，预计建成投产后将会显著改善目前产能受限的状况。

2、服务链条需进一步完善

报告期内，公司为国内外知名品牌客户提供创意设计、样品打样、规模化生产、运输安装、售后服务等一体化终端展示服务。然而，随着商业终端展示行业的发展，品牌客户对于终端展示服务商的综合要求不断提升，尤其是奢侈品、高端珠宝等行业的客户，要求服务商提供“交钥匙”的综合型服务。

公司自成立以来始终专注于为品牌客户提供端展示产品设计、材料与制造技术的研发创新以及展示产品专业化制造等产品和服务，并未将业务链条延伸至商业空间形象设计、装饰装修等服务，因此，公司未来将进一步扩充自身的产品和服务内容，将商业展示空间形象设计、门店装饰装修、零售软件开发等整合到公司业务链条中，为品牌客户提供更综合、更具附加值的终端展示一体化解决方案。

3、融资渠道劣势

在融资渠道方面，公司目前主要依靠自身积累及银行贷款获得生产经营所需资金，融资手段较为单一，融资渠道狭窄，这将会对公司未来扩大经营规模产生重要影响。

（五）面临的机遇与挑战

1、发行人面临的机遇

（1）商业终端展示产品应用领域广泛，市场需求空间广阔

商业终端展示行业是受下游零售市场发展、展示需求提升拉动的新兴行业。商业终端展示行业服务的对象广泛，其服务的下游行业涵盖运动服饰、零售百货、时尚单品、化妆品、珠宝首饰、休闲食品、快消品、家电、通讯、医药等所有有展示需求的细分领域。关于商业终端展示行业部分下游细分领域的具体情况参见

本节之“二、发行人所在行业的基本情况”之“（三）行业特点和发展趋势”之“3、商业终端展示行业的市场前景”。下游行业的快速增长，给商业终端展示行业带来了广阔的市场需求空间。

（2）零售业的转型升级给商业终端展示行业带来前所未有的发展机会

当下，零售业正在经历着由传统零售向“智慧零售”创新转型升级的重大变革。“智慧零售”将线上线下紧密联系起来，而终端展示产品作为品牌商终端展示的重要载体，未来则是连通线上线下的一座桥梁。随着用户习惯的养成以及智慧零售模式的创新，未来智慧零售的增长潜力巨大，对专业性且体验性高的终端展示服务的需求日益增长，对展示服务创新性、个性化、定制化、科技化要求逐渐提高。“智慧零售”为终端展示服务行业带来了前所未有的发展机会。

（3）国家政策支持为发行人提供有利的宏观政策环境

当下正值国家大力推动传统制造业转型升级之际，国家发布了系列政策，鼓励科技创新、淡化行业界限、强调交互融合的大设计理念，支持生产型企业不断提高创意设计能力，充分发挥创意设计对实体经济相关领域的促进作用。发行人所处的行业符合国家政策指导方向及未来发展趋势，在国家政策的支持下，发行人将持续科学、快速、稳定的发展势头，赢得巨大的市场发展空间和更多、更广泛的发展机会。

2、发行人面临的挑战

“智慧零售”要求终端展示产品科技含金量更高、用途更广泛等，迫使商业终端展示行业向“科技化”转型升级。运用于零售的科技技术包括人工智能、物联网、RFID、移动支付、机器人、人脸识别、VR、大数据、云计算等新兴技术。如何将这些零售科技与公司终端展示产品进行有机结合，使得公司的终端展示产品能够满足市场和客户的需求，这对公司的研发能力形成了一定的挑战。

（六）发行人与同行业可比公司的比较情况

发行人主要为全球知名品牌提供定制化、数字化、智能化的商业终端展示产品和服务，主营业务收入均来自商业终端展示行业，因此发行人将主营业务主要为终端展示产品、下游客户主要为连锁零售品牌商的公司作为同行业可比公司的选取标准。目前 A 股符合此标准的已上市企业为易尚展示；另外已申报 A 股 IPO

的舒华体育主营业务为健身器材和展示架产品研发生产销售，其来自展示产品收入规模在 3 亿元以上，且部分主要下游客户与发行人相同，因此公司亦将其作为同行业可比公司。展阳金属制品（无锡）有限公司和广东领先展示股份有限公司为非上市公司，无法通过公开渠道获取其相关信息，故以下仅选取易尚展示和舒华体育两家公司，就经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据和指标方面与公司进行对比。

1、经营情况对比

（1）主营业务比较

公司名称	主营业务	与公司的比较情况
易尚展示	易尚展示主营业务由终端展示、循环会展、虚拟展示、贸易服务和其他业务构成。2017 年度、2018 年度和 2019 年度，易尚展示终端展示业务占其主营业务收入的比例分别为 70.66%、48.87%和 29.68%。	除了终端展示业务外，易尚展示还从事循环会展业务、虚拟展示业务、贸易服务和其他业务。且终端展示业务占易尚展示主营业务收入的比例逐年减少。
舒华体育	舒华体育主营业务为健身器材和展示架产品的研发、生产和销售。2017 年度、2018 年度和 2019 年度 1-6 月，舒华体育商业终端展示业务占其主营业务收入的比 例分别为 28.66%、33.35%和 28.47%。	除了商业终端展示业务外，舒华体育还从事健身器材的研发、生产和销售业务。且舒华体育以健身器材业务为主，商业终端展示业务收入占其主营业务收入比例较小。
上特展示	商业终端展示业务	-

（2）下游客户比较

公司名称	下游主要客户	与公司的比较情况
易尚展示	易尚展示主要客户包括华为、茅台、格力、联想、海尔、三星等企业。	易尚展示下游客户涵盖了消费电子、通讯、家电、快速消费品、医药连锁、连锁卖场等行业；公司的下游客户则主要涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等行业。易尚展示和公司下游客户所涵盖的行业差异较大。
舒华体育	舒华体育商业终端展示业务的主要客户包括安踏、阿迪达斯和特步等运动品牌。	舒华体育商业终端展示业务下游客户主要集中在运动品牌行业，2017 年度、2018 年度和 2019 年度 1-6 月，舒华体育销售给安踏、阿迪达斯和特步的合计销售收入占其商业终端展示业务销售收入的比例分别为 83.86%、82.31%和 83.96%；公司下游客户所涵盖的行业更为广泛，2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司运动品牌展示产品销售收入占主营业务收入的比例分别为

公司名称	下游主要客户	与公司的比较情况
		31.16%、43.75%和 55.17%；零售百货展示产品销售收入占主营业务收入的比例分别为 49.35%、40.11%和 30.97%；时尚品牌展示产品销售收入占主营业务收入的比例分别为 9.95%、10.98%和 9.16%。此外，为了拓宽下游细分行业领域，并向高端品牌行业发展，公司近年来相继开拓了包括奢侈品、高端珠宝、化妆品等行业的客户，如妍丽、TOUS 等。
上特展示	公司的主要客户包括阿迪达斯、安踏集团、宝姿集团、DUFY 免税集团、FUTURE GROUP、GEOX、快尚时装、良品铺子、凌致时装、屈臣氏集团、斯凯奇、TOUS、亚瑟士等。	-

（3）业务区域比较

公司名称	业务区域	与公司的比较情况
易尚展示	2017 年度、2018 年度和 2019 年度，易尚展示境外销售收入分别为 8,165.49 万元、8,688.85 万元和 13,349.80 万元，占主营业务收入的比例分别为 11.15%、7.73%和 12.77%。	易尚展示终端展示业务主要以国内市场为主。2019 年，易尚展示境外销售收入大幅增长，主要系其在香港设立全资子公司易尚香港有限公司，尝试布局 3D+5G 业务，努力将 3D 技术在通信电子、物联网行业中应用落地，配套开展电子产品销售业务所致。而公司采取全球性服务战略，至今已在中国香港、新加坡等地建立了控股子公司，辐射亚太、东欧、中东、南美洲等地区，报告期内公司境外销售收入总体稳中有升。
舒华体育	舒华体育产品主要聚焦境内市场，其境外销售收入主要系公司通过 OEM 或 ODM 的方式向境外客户提供产品。2017 年度、2018 年度和 2019 年度 1-6 月，舒华体育境外销售收入分别为 6,839.29 万元、8,267.69 万元和 4,665.19 万元，占其主营业务收入的比例分别为 6.10%、7.08%和 8.49%。	舒华体育商业终端展示业务主要以国内市场为主，而公司采取全球性服务战略，至今已在中国香港、新加坡等地建立了控股子公司，辐射亚太、东欧、中东、南美洲等地区，报告期内公司境外销售收入总体稳中有升。
上特展示	公司致力于成为“世界级品牌首选的商业空间智造商”，因此，公司一直着力于打造全球性服务能力，自 2014 年开始即着手全球化的战略布局，在海外设立子公司，旨在服务全球客户，乃至服务全球性客户。2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司境外销售收入分别为 12,469.44 万元、13,079.98 万元	-

	和 13,158.32 万元，占主营业务收入的比例分别为 43.53%、34.29%和 28.74%。	
--	---	--

注：易尚展示和舒华体育公开资料未按业务类别披露其业务区域销售情况，故此处业务区域销售情况包含其所有业务类别。

（4）业务规模比较

报告期内，公司与舒华体育、易尚展示的终端展示业务规模对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2019 年度/ 2019 年 1-6 月 ^注	2018 年度	2017 年度
易尚展示	31,034.21	54,929.52	51,752.03
舒华体育	15,637.89	38,929.32	32,157.44
上特展示	45,790.89	38,139.91	28,643.65

注：2019 年度，舒华体育终端展示业务营业收入为 1-6 月数据。

根据易尚展示年报披露，易尚展示终端展示业务具体包括展示道具和展示项目，展示道具主要包括展柜、展架、展台等；展示项目包含展馆、展厅、终端门店、展车等，故易尚展示终端展示业务除包括商业终端展示业务外，还包括展览展示业务。易尚展示于 2015 年首次公开发行股票并在 A 股上市，早期借助资本市场迅速发展壮大，从而占据了一定的市场份额。2017 年度和 2018 年度，易尚展示终端展示业务规模大于公司商业终端展示业务规模。但随着公司客户对公司服务能力的愈加认可，公司在行业内的知名度逐步提升，客户开发能力越来越强，业务规模迅速扩张，公司逐渐成长为商业终端展示行业的领先者。2019 年度，公司商业终端展示业务规模超过易尚展示终端展示业务规模。

舒华体育终端展示业务与公司终端展示业务完全相同，2017 年度和 2018 年度，舒华体育商业终端展示业务规模与公司大致相当。2019 年度，由于未能获取舒华体育商业终端展示业务全年销售收入数据，故公司无法与其进行比较。

2、市场地位对比

（1）舒华体育

根据舒华体育招股说明书披露，舒华体育展示架业务在行业中的竞争地位如下：“公司具备领先的概念设计能力及完善的大型客户服务能力，主要聚焦于运

动品牌知名企业，客户包括阿迪达斯、安踏体育、特步等，长期为品牌客户服务，且逐步向服饰、化妆品等领域渗透，进一步增强为客户服务的能力”。

（2）易尚展示

根据易尚展示年报披露，易尚展示在行业中的竞争地位如下：“公司秉持‘文化+科技’的理念，经过十多年的发展，已拥有业界领先的文化创意设计能力、全球领先的三维数字化技术实力、以及高效的研发、销售、运营和管理体系”。

在市场地位方面，虽然公司与舒华体育、易尚展示在主营业务及主要产品和服务方面存在重叠，但在核心技术与客户领域等方面仍存在一定的差异。公司凭借创新的设计理念、强大的研发能力和工艺水平以及快速的生产整合能力和响应速度，获得了客户的一致认可，在业内树立了良好的口碑并积累了优质的客户资源，现已发展成为业内领先企业之一。

3、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据和指标的对比

商业终端展示行业以技术创新为立足之本，研发人员数量、研发投入情况及已获专利情况是衡量企业技术实力及核心竞争力的关键数据和指标。

（1）研发人员数量比较

报告期内，公司研发人员的数量及占比与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

公司名称	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
易尚展示	180	24.90%	204	22.95%	157	19.53%
舒华体育 ^{注1}	123	5.72%	100	4.54%	112	4.55%
可比公司均值 ^{注2}	151	10.54%	152	9.78%	134	8.24%
上特展示	194	18.32%	150	15.87%	108	14.06%

注 1：舒华体育 2019 年研发人员数量及占比为截至 2019 年 6 月 30 日数据；

注 2：可比公司平均研发人员人数=可比公司研发人员总数/可比公司家数；可比公司平均研发人员占比=可比公司研发人员总数/可比公司人员总数。

公司一直以研发设计为驱动，持续创新的研发设计能力是公司核心竞争力的关键所在，因此，公司非常注重研发设计团队的建设。报告期内，公司研发人员

人数大幅增长，年均复合增长率为 34.03%。截至 2019 年末，公司研发人员人数高于可比公司平均研发人员人数。报告期内，公司研发人员占比高于可比公司平均研发人员占比。

（2）研发投入比较

报告期内，公司研发投入与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	2019 年度 ^{注3}		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
易尚展示	4,397.44	4.21%	3,461.69	3.08%	3,055.06	4.17%
舒华体育 ^{注1}	1,452.91	2.65%	2,112.34	1.79%	1,443.47	1.28%
可比公司均值 ^{注2}	-	-	2,787.02	2.42%	2,249.27	2.41%
上特展示	2,424.70	5.27%	1,623.99	4.25%	1,045.28	3.64%

注 1：舒华体育 2019 年研发投入数据为 2019 年 1-6 月数据；

注 2：可比公司平均研发费用=可比公司研发费用总额/可比公司家数；可比公司平均研发费用占比=可比公司研发费用总额/可比公司营业收入总额；

注 3：鉴于可比公司仅为 2 家，而舒华体育 2019 年数据为 2019 年 1-6 月数据，因此无法计算 2019 年度可比公司均值。

持续创新的研发设计能力是公司核心竞争力的关键所在，因此，公司持续加大对研发的投入。报告期内，公司研发费用投入年均复合增长率为 52.30%，公司研发投入占比均高于可比公司均值。

（3）专利数量比较

截至查询日日，公司共取得各类与生产经营相关的授权专利共 42 项，其中发明专利 5 项、实用新型专利 31 项，外观设计专利 6 项。公司将上述专利广泛应用于展示产品，为客户提供高品质和高附加值的产品和服务的同时，提升了公司的核心竞争力。

截至 2019 年 6 月 30 日，舒华体育拥有专利技术 134 项，其中发明专利 2 项，实用新型专利和外观设计专利共 132 项，但均为与健身器材相关的专利。

易尚展示年报中未披露专利情况，故无法进行对比分析。

五、发行人的销售情况和主要客户

（一）发行人主要产品的销售情况

1、发行人主要产品的产能、产量、销量和产销率

公司客户多为各行业的头部企业，其对展示产品设计、用料、工艺、细节处理方面有着较高要求，产品定制化程度较高。此外，同一客户旗下的不同品牌对于展示产品的需求不同，同一品牌旗下不同门店对于展示产品的需求也有较大差异。后者主要源于两方面因素，一是为体现设计美感并契合店铺整体结构，单一门店中需要使用多种不同类型的产品；二是不同门店在结构上存在差异，需要对产品设计进行调整。因此，公司展示产品呈现出定制程度高、品类多、在材料、功能、规格、工艺结构和生产流程等方面的差异较大的特点，因此无法准确估计产品产能，故以产成品出入库金额表示其产量和销量的情况。

报告期内，公司产品产量、销量和产销率如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产成品入库金额	29,943.98	25,397.50	18,511.48
主营业务成本	28,841.25	23,535.43	18,108.99
产销率	96.32%	92.67%	97.83%

2、发行人主要产品销售价格的变动情况

如上所述，发行人的产品定制化程度高、品类繁多、产品差异大，因此产品的定价根据项目而异，各产品的销售价格波动可比性较弱。

（二）报告期内，发行人向前五大客户的销售情况

1、报告期内各期向前五大客户的销售情况

发行人主要客户为国内外品牌商和零售商。按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书》要求，发行人对受同一实际控制人控制的销售客户合并计算销售额。报告期内，发行人向前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	销售收入	占当期营业收入的比例
2019 年度	安踏集团 ^{注 1}	19,064.39	41.44%
	屈臣氏集团 ^{注 2}	6,641.30	14.44%
	阿迪达斯集团 ^{注 3}	4,084.75	8.88%
	绫致时装（天津）有限公司	2,267.11	4.93%
	Future Group ^{注 4}	2,229.46	4.85%
	合计	34,287.02	74.53%
2018 年度	安踏集团	15,534.09	40.61%
	屈臣氏集团	6,465.82	16.90%
	Future Group	5,792.15	15.14%
	绫致时装（天津）有限公司	1,288.17	3.37%
	快尚时装集团 ^{注 5}	1,124.64	2.94%
	合计	30,204.87	78.97%
2017 年度	安踏集团	8,337.11	29.01%
	Future Group	5,728.63	19.93%
	屈臣氏集团	4,856.16	16.90%
	RNA ^{注 6}	976.49	3.40%
	快尚时装集团	916.67	3.19%
	合计	20,815.06	72.43%

注 1：安踏集团包括厦门安踏贸易有限公司、斐乐体育有限公司、Fila Marketing（Hong Kong）Limited、厦门安踏有限公司、斯潘迪（中国）有限公司、小笑牛（中国）有限公司、厦门安踏实业有限公司、上海斐乐体育发展有限公司、上海安踏实业有限公司、安踏（中国）有限公司、安踏体育用品集团有限公司；

注 2：屈臣氏集团包括武汉屈臣氏个人用品商店有限公司及其代表的中国大陆范围内的屈臣氏店铺所属的各屈臣氏、PT. Duta Intidaya TBK、Central Watson Company Limited、AS DROGAS、Watson's Personal Care Stores SDN BHD、Watsons Personal Care Stores PTE. LTD.、Watsons（Vietnam）Limited、A.S. Watson Retail（HK）Limited、A.S. Watson Guzellik ve Bakim Urunleri Tic AS、Watson's Personal Care Stores（Taiwan）CO.LTD.、Watsons Latvia、Reklet BV ltd；

注 3：阿迪达斯集团包括阿迪达斯（中国）有限公司、阿迪达斯体育（中国）有限公司、Adidas-Reebok（Store Development, Reebok SEAPAC）、ADIDAS DO BRASIL LTDA.、Adidas Taiwan Limited、Reebok India Company；

注 4：Future Group 包括 Future Enterprises Limited、Future Lifestyle Fashions Limited、Future Style Lab Limited、Future Lifestyle Fashions Limited（CT）、Future Lifestyle Fashions Limited（BF）、FUTURE RETAIL LLC；

注 5：快尚时装集团包括快尚时装（广州）有限公司、快尚时装（北京）有限公司、快尚时装（广州）有限公司北京第八分公司、UR FASHION GROUP（UK）CO. LTD.；

注 6：RNA 包括 RNA Resource Group Ltd（LS）和 RNA Resource Group Ltd（SM）。

在报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过销售总额的 50%或严重依赖于少数客户的情形。公司及其控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与前五大客户之间不存在关联关系，亦不存在前五大客户及其控股股东、实际控制人是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

2、发行人主要客户基本情况

主要客户名称	客户基本情况	合作起始时间	是否为报告期新增前五大客户 ^注
安踏集团	参见本节之“四、发行人在行业中的竞争地位”之“（三）公司竞争优势”之“2、客户开发能力及客户资源优势”	2007 年	否
屈臣氏集团		2016 年	否
阿迪达斯集团		2017 年	是
绫致时装（天津）有限公司		2018 年	是
Future Group		2007 年	否
快尚时装集团		2016 年	是
RNA		2013 年	是

注：“是否为报告期新增前五大客户”系相对于 2016 年度前五名客户而言。

报告期内，新增的前五大客户包括阿迪达斯集团、绫致时装（天津）有限公司、快尚时装集团和 RNA。其中，阿迪达斯集团、绫致时装集团均为报告期内新开发的客户；而快尚时装集团、RNA 则已与公司建立了长期合作关系，合作历史较长。报告期内新增前五大客户均为全球或全国知名企业，因认可公司的产品质量和综合服务能力而建立或是深化了与公司的合作关系，公司与其的合作具有连续性和持续性。

（三）发行人客户与供应商重叠、客户与竞争对手重叠的情形

报告期内，发行人存在少量客户与供应商重叠、客户与竞争对手重叠的情形，

具体情形如下：

1、客户与供应商重叠的情况

报告期内，发行人客户、供应商重叠情况如下：

单位：万元

年度	客户/供应商名称	销售情况		采购情况	
		销售金额	销售内容	采购金额	采购内容
2019年度	佛山市钜创照明科技有限公司	0.73	导电模块等专利配件	577.02	LED灯条、灯箱等电器
	上海可大光电科技有限公司	0.74	中岛样品	22.42	变压器、灯具等电器
	福建省灯匠照明科技有限公司	10.47	导电模块等专利配件、样品	0.09	LED灯条等电器
	厦门万宝特工贸有限公司	0.59	展示产品	0.37	喷涂粉末等化工品
2018年度	佛山市钜创照明科技有限公司	1.33	导电模块等专利配件	851.50	LED灯条、灯箱等电器
	福建首尚陈列展示用品有限公司	48.05	展示产品	0.77	铝塑板、层板等辅材和成品
	厦门立鑫旺工贸有限公司	4.95	展示产品	229.21	中纤板、三胺板等木材
	厦门万宝特工贸有限公司	3.38	展示产品	0.05	喷涂粉末等化工品
2017年度	厦门万宝特工贸有限公司	42.11	展示产品	0.18	喷涂粉末等化工品

公司存在客户与供应商重叠的情形，主要系公司供应商向公司采购专利配件、样品或是其作为中间商而向公司采购展示产品，金额较小，均属于正常业务往来，不存在利益输送的情形。

2、客户与竞争对手重叠的情形

报告期内，发行人向竞争对手销售的情况如下：

单位：万元

客户名称	竞争对手名称	采购内容	2019年度	2018年度	2017年度
舒华体育股份有限公司泉州台商投资区分公司	舒华体育股份有限公司	带电基座等	38.06	-	-

舒华体育股份有限公司泉州台商投资区分公司系舒华体育股份有限公司的下属分公司。2019年，发行人向其销售展示产品实现销售收入38.06万元，占发行人2019年营业收入的比例为0.08%。舒华体育向发行人采购是因为带电基座

等配件是公司的专利配件，舒华体育向公司采购后将其用于终端展示产品，符合商业逻辑，不存在利益输送的情形。

六、发行人的采购情况和主要供应商

（一）主要原材料采购及其价格变动

1、主要原材料采购情况

公司采购的物料较多，主要原材料包括木材（含中纤板、三胺板、多层板、装饰板、实木、封边条、木作半成品等）、钢材（含冷轧板、不锈钢管、不锈钢棒、镀锌管等）、五金（含五金半成品、各类五金零部件等）、电器（含 LED 灯、插座、变压器等）、有机材料、玻璃、铝材、包材等。

报告期内，公司主要原材料采购金额及占采购总金额的比例如下表：

单位：万元

原材料类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
木材	4,023.39	17.98%	3,744.93	19.11%	3,071.14	23.05%
钢材	2,910.09	13.01%	2,464.52	12.57%	1,754.49	13.17%
五金	2,558.03	11.43%	2,162.69	11.03%	1,548.11	11.62%
电器	1,828.08	8.17%	2,305.72	11.76%	1,582.48	11.88%
包材	1,085.67	4.85%	1,028.99	5.25%	715.67	5.37%

报告期内，随着公司业务的快速发展，公司主要原材料的采购金额也呈现出逐年增长态势。

公司的产品为定制化产品，受产品结构变化等因素影响，报告期内公司各主要原材料的采购金额及其占公司整体采购金额的比重，呈现一定波动。

2、主要原材料平均采购价格的变化情况

公司产品为定制化产品，且下游行业需求变化较快，因此公司需采购的原材料种类和规格型号繁多，价格差异较大。其中，木材和钢材为公司展示产品最主要的原材料。以下选取木材和钢材中采购金额最大的前三类品种进行价格变动分析，具体如下：

单位：元

原材料类别	名称	规格	单位	2019 年度	2018 年度	2017 年度
钢材	冷轧板	1250*3000*1.5	片	169.20	153.52	174.17
	304 不锈钢板	1500*3000*1.0 单面拉丝	片	595.82	599.30	599.51
	铁矩形管	15*30*1.5*6000	支	26.73	22.51	24.87
木材	中纤板 E2 级	1220*2440*15	片	52.69	53.32	50.43
	中纤板 B1 级	1220*2440*15	片	109.17	112.52	107.69
	多层板	1220*2440*18	片	138.39	132.48	133.48

报告期内，钢材、木材主要品种的采购价格随大宗商品市场价格波动，与上游行业原材料价格变动趋势总体保持一致。

（二）主要能源供应情况

公司主营业务所需能源以电力为主，电力由公司经营所在地的电力公司统一供应。总体上，公司生产经营所在地电力供应充足，且价格较为稳定，能够满足生产之需。

报告期内，公司电的采购情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购金额（万元）	394.23	333.09	272.82
采购数量（万度）	558.63	464.74	376.78
采购单价（元/度）	0.71	0.72	0.72

（三）报告期内，发行人向前五大供应商的采购情况

1、报告期各期向前五大供应商的采购情况

单位：万元

年份	供应商名称	采购主要内容	采购金额	占当期采购总额的比例
2019 年度	启品/庆品 ^注	木材	1,063.18	4.75%
	泉州金豚网络技术有限公司	电器	721.83	3.23%
	厦门宝钢精密钢材科技有限公司	钢材	647.42	2.89%
	广东永利坚铝业有限公司	铝材	578.37	2.58%
	佛山市钜创照明科技有限公司	电器	577.02	2.58%
	合计		3,587.81	16.04%
2018 年	佛山市钜创照明科技有限公司	电器	851.50	4.34%

度	厦门启品展示道具有限公司	木材	785.02	4.00%
	厦门冉上光电有限公司	电器	616.50	3.15%
	川普（厦门）精密电子有限公司	木材	574.47	2.93%
	泉州永荣货架有限公司	五金	563.95	2.88%
	合计		3,391.44	17.30%
2017 年度	厦门启品展示道具有限公司	木材	740.64	5.56%
	厦门鑫万佳特工贸有限公司	木材	518.86	3.89%
	广东永利坚铝业有限公司	铝材	492.34	3.69%
	泉州永荣货架有限公司	五金	464.39	3.48%
	厦门宝钢精密钢材科技有限公司	钢材	437.12	3.28%
	合计		2,653.35	19.91%

注：启品/庆品包括厦门启品展示道具有限公司和厦门庆品展示制品有限公司，双方系同一实际控制人控制的企业，故合并计算。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额的 50%或严重依赖于少数供应商的情况。公司及其控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与前五大供应商之间不存在关联关系，亦不存在前五大供应商及其控股股东、实际控制人是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

2、发行人主要供应商基本情况

供应商名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地	经营范围	合作起始时间	是否为报告期新增前五大供应商 ^{注1}
厦门启品展示道具有限公司	2012.08.20	550.00	厦门	1、生产、加工、销售：展示道具、灯具、照明器材、工艺品（生产、加工限合法设立的分支机构经营）；2、批发、零售：石材、木制品、塑料制品、建筑材料、五金交电、电子产品、广告材料、装饰材料、化工产品（不含危险化学品及监控化学品）。其他未列明制造业（不含须经许可审批的项目）；软木制品及其他木制品制造；木片加工；其他木材加工；木门窗、楼梯制造；其他家具	2013年	否
厦门庆品展示制品有限公司	2018.08.14	500.00	厦门	其他未列明制造业（不含须经许可审批的项目）；软木制品及其他木制品制造；木片加工；其他木材加工；木门窗、楼梯制造；其他家具	2019年	否 ^{注2}

				制造；建筑用木料及木材组件加工；锯材加工；单板加工；竹制品制造；藤制品制造；竹、藤家具制造；塑料家具制造；天然植物纤维编织工艺品制造；雕塑工艺品制造（象牙及其制品除外）；抽纱刺绣工艺品制造；漆器工艺品制造；花画工艺品制造；地毯、挂毯制造；其他工艺美术品制造（象牙及其制品除外）；家具和相关物品修理；家具零售；木质装饰材料零售；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。		
泉州金豚网络科技有限公司	2017.01.05	100.00	泉州	网络技术的研发；销售：办公设备、通讯设备、计算机软件；计算机房设计、安装及综合布线；维修：电脑、办公设备、通讯设备、监控设备、网络设备。（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）	2017年	是
厦门宝钢精密钢材科技有限公司	2009.11.26	8,000.00	厦门	金属材料及相关产品的研发、加工、销售；钢材压延；仓储和物流配送；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外	2016年	是
广东永利坚铝业有限公司	2004.04.23	1,268.00	佛山	研发、制造、销售：铝合金型材，铝合金制品、铝合金门窗、铝板及铝卷、铝挤压模具、五金模具、五金制品、五金配件、建筑新合金材料及相关产品；聚合氯化钠、硫酸铝、氢氧化铝、硫酸钠、硫酸铝铵、净水剂（不含危险化学品）；货物进出口、技术进出口。（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）	2006年	否
佛山市钜创照明科技有限公司	2015.11.11	1,000.00	佛山	研发、生产、销售：发光二级管LED灯管、筒灯、球泡灯、灯饰、照明用设备及其相关配件，从事上述产品同类商品的批发、进出口及其	2015年	是

				相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。（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）		
厦 门 冉 上 光 电 有 限 公 司	2016.10.20	600.00	厦 门	灯具、装饰物品批发；其他机械设备及电子产品批发；五金产品批发；电气设备批发；灯具零售；其他未列明批发业（不含需经许可审批的经营项目）	2016 年	是
川 普（厦 门）精 密 电 子 有 限 公 司	2006.03.06	1,900.00	厦 门	生产加工音响音箱功放、电视集成线路板、变压器、防盗器、报警器、传感器、遥控器、液晶电视、液晶显示屏组装、家具木制品、智能电子器件、家用电器的各类线路板的组装、电光源制造、照明灯具制造、灯用电器附件及其他照明器具制造。	2015 年	是
泉 州 永 荣 货 架 有 限 公 司	2016.04.06	100.00	石 狮	生产、销售：仓储货物堆放架、文件柜、保险柜、木质家具、金属家具、五金产品（以上均不含电镀）。（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）	2016 年	是
厦 门 鑫 万 佳 特 工 贸 有 限 公 司	2010.10.15	200.00	厦 门	木质家具制造；金属家具制造；其他家具制造；木门窗、楼梯制造；软木制品及其他木制品制造；经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。	2010 年	否

注 1：“是否为报告期新增前五大供应商”系相较于 2016 年度前五名供应商而言；

注 2：厦门庆品展示制品有限公司与厦门启品展示道具有限公司系同一实际控制人控制下的企业，公司向其采购的金额合并计算，故此处未将厦门庆品展示制品有限公司列为报告期内新增的供应商。

资料来源：国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）

报告期内，发行人新增的前五大供应商包括泉州金豚网络技术有限公司、厦门宝钢精密钢材科技有限公司、佛山市钜创照明科技有限公司、厦门冉上光电有限公司、川普（厦门）精密电子有限公司、泉州永荣货架有限公司。上述供应商

中，除泉州金豚网络技术有限公司系客户指定供应商，为报告期内新增的供应商；其他均与公司建立了长期、稳定的合作关系，订单具有连续性和持续性。

七、与发行人主营业务相关的固定资产、无形资产及其他资源要素

（一）主要固定资产

公司生产经营使用的主要设施为生产设备和房屋建筑物，截至 2019 年 12 月 31 日，公司固定资产账面价值为 4,577.65 万元。

单位：万元

资产类别	原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	2,933.49	1,141.09	1,792.40	61.10%
机器设备	3,928.45	1,466.17	2,462.28	62.68%
运输工具	608.94	421.44	187.49	30.79%
办公设备	349.65	214.17	135.47	38.75%
合计	7,820.52	3,242.88	4,577.65	58.53%

1、房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，公司拥有的主要房屋建筑物情况如下：

序号	权利人	不动产权证书编号	坐落	用途	建筑面积（m²）	宗地面积（m²）	终止日期	土地的取得方式	他项权利
1	上特展示	闽（2019）厦门市不动产权第 0018953 号	同安区工业集中区同安园 175 号 101、201、301 单元	厂房	3,991.80	4,584.10	2056.1.1	出让	抵押 注 1
2	上特展示	闽（2019）厦门市不动产权第 0018951 号	同安区工业集中区同安园 175 号 401、501 单元	厂房	2,711.56	4,584.10	2056.1.1	出让	抵押 注 1
3	上特展示	闽（2019）厦门市不动产权第 0018950 号	同安区工业集中区同安园 175 号 302 单元	厂房	1,148.86	4,584.10	2056.1.1	出让	抵押 注 2
4	上特展示	闽（2019）厦门市不动产权第 0018952 号	同安区工业集中区同安园 175 号 402、502 单元	厂房	2,297.72	4,584.10	2056.1.1	出让	抵押 注 2
5	上特展示	闽（2019）厦门市不动	同安区工业集中区同安	厂房	9,340.96	13,082.00	2060.12.8	出让	抵押 注 3

序号	权利人	不动产权证书编号	坐落	用途	建筑面积 (m²)	宗地面积 (m²)	终止日期	土地的取得方式	他项权利
		产 权 第 0016183 号	园 181 号						
6	上特展示	闽（2019）厦门市不动产权第 0016164 号	同安区工业集中区同安园 181 号之 1	门卫	49.59	13,082.00	2060.12.8	出让	抵押 注 3
7	上特展示	闽（2019）厦门市不动产权第 0016166 号	同安区工业集中区同安园 182 号	厂房	9,280.63	13,082.00	2060.12.8	出让	抵押 注 3
8	上特展示	闽（2019）厦门市不动产权第 0015144 号	湖里区泗水道 625 号 702 单元	办公	432.32	18,287.03	2056.8.4	出让	抵押 注 4

注 1：2017 年 8 月 1 日，上特展示与中国建设银行股份有限公司厦门市分行签订《最高额抵押合同》（合同编号：ZGDY2017168）。上特展示以其证号为“厦国土房证第 00837579 号、厦国土房证第 00837560 号”的房产作为抵押物，为上特展示自 2017 年 8 月 1 日至 2022 年 8 月 1 日期间最高金额为 1,044.48 万元的主债权提供担保。股份改制后，证号“厦国土房证第 00837579 号、厦国土房证第 00837560 号”分别变更为“闽（2019）厦门市不动产权第 0018953 号、闽（2019）厦门市不动产权第 0018951 号”。

注 2：2018 年 8 月 30 日，上特展示与中国建设银行股份有限公司厦门市分行签订《最高额抵押合同》（合同编号：ZGDY2018282）。上特展示以其证号为“闽（2018）厦门市不动产权第 0002152 号、闽（2018）厦门市不动产权第 0002151 号”的房产作为抵押物，为上特展示自 2018 年 8 月 30 日至 2023 年 8 月 30 日期间最高金额为 523.91 万元的主债权提供担保。股份改制后，证号“闽（2018）厦门市不动产权第 0002152 号、闽（2018）厦门市不动产权第 0002151 号”分别变更为“闽（2019）厦门市不动产权第 0018950 号、闽（2019）厦门市不动产权第 0018952 号”。

注 3：2019 年 4 月 16 日，上特展示与中国农业银行股份有限公司厦门同安支行签订《最高额抵押合同》（合同编号：83100620190000396），上特展示以其证号为“闽（2019）厦门市不动产权第 0016183 号、闽（2019）厦门市不动产权第 0016164 号、闽（2019）厦门市不动产权第 0016166 号”的房产作为抵押物，为上特展示自 2019 年 4 月 16 日至 2022 年 4 月 15 日期间最高金额为 4,296.21 万元的主债权提供担保。

注 4：2019 年 3 月 6 日，上特展示与兴业银行股份有限公司厦门分行签订《最高额抵押合同》（合同编号：兴银厦同支额抵字 2019016 号），上特展示以其证号为“闽（2019）厦门市不动产权第 0015144 号”的房产作为抵押物，为上特展示自 2019 年 3 月 6 日至 2021 年 12 月 31 日期间最高金额为 1,800.00 万元的主债权提供担保。

2、主要生产设备

截至 2019 年 12 月 31 日，公司主要生产设备情况如下：

单位：万元

序号	生产设备名称	单位	数量	原值	净值	成新率
1	折弯机	台	8	257.10	233.72	90.90%
2	大功率数控激光切割机	台	1	246.15	148.92	60.50%
3	通快数控冲床	台	1	219.29	127.47	58.13%
4	光纤激光切割机	台	2	203.45	179.31	88.14%
5	加工中心	台	8	169.95	150.51	88.56%
6	激光切割机	台	2	117.95	78.52	66.57%
7	静电粉末涂装设备	条	1	115.38	60.69	52.60%
8	压力机	台	11	97.78	49.06	50.18%
9	机械伺服数控转塔冲床	台	1	83.76	36.78	43.91%
10	高功率激光切割机主机系统	套	1	81.42	78.84	96.84%
11	OTC 焊接机器人	台	3	80.77	38.55	47.73%
12	数控开槽机	台	3	61.51	42.59	69.24%
13	雕刻机	台	8	59.93	20.34	33.95%
14	电液同步数控折弯机	台	2	57.26	28.42	49.63%
15	模具	个	34	63.89	3.84	6.01%
16	光纤激光切割机 3000W	台	1	76.11	74.90	98.42%

除湖里区泗水道 625 号 702 单元的房屋外，上述房屋建筑物、主要生产设备是公司开展正常生产经营活动的重要资源，对保证公司业务经营稳定有较大作用。上述与公司业务相关的主要固定资产不存在权属纠纷和法律风险，不存在对发行人持续经营产生重大不利影响的情形。

（二）主要无形资产

公司的无形资产主要包括土地使用权、商标、专利等。截至 2019 年 12 月 31 日，公司无形资产账面价值为 3,145.52 万元。

单位：万元

资产类别	原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	3,204.62	136.14	3,068.47
软件	167.78	91.27	76.51
其他	0.66	0.12	0.54

合计	3,373.06	227.54	3,145.52
----	----------	--------	----------

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，除本招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、与发行人主营业务相关的固定资产、无形资产及其他资源要素”之“（七）主要固定资产”之“1、房屋建筑物”所述的土地使用权外，公司及子公司其他土地使用权情况如下：

序号	权利人	不动产权证书编号	坐落	用途	宗地面积(m ²)	终止日期	土地的取得方式	他项权利
1	上特福建	闽(2019)长泰县不动产权第0002103号	长泰县武安镇官山工业园	工业用地(家具制造业)	110,736.00	2069.3.27	出让	无

2、商标

（1）境内商标

截至国家知识产权局出具《证明》之日（2020年5月14日），公司拥有的境内注册商标情况如下：

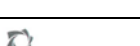
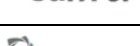
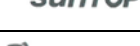
序号	权利人	注册商标	注册号	类别	有效期	取得方式
1	上特展示		7969381	第6类	2011.02.21 至 2021.02.20	原始取得
2	上特展示		7969399	第20类	2011.02.14 至 2021.02.13	原始取得
3	上特展示		7969386	第6类	2012.08.21 至 2022.08.20	原始取得
4	上特展示		7969406	第20类	2011.10.14 至 2021.10.13	原始取得

序号	权利人	注册商标	注册号	类别	有效期	取得方式
5	上特展示		5432222	第 20 类	2010.07.07 至 2020.07.06	继受取得 ^注
6	上特展示		5432223	第 20 类	2009.08.14 至 2019.08.13 续展至 2029.08.13	继受取得 ^注
7	上特展示		4766605	第 6 类	2008.06.21 至 2018.06.20 续展至 2028.06.20	继受取得 ^注
8	上特展示		12841374	第 20 类	2014.11.21 至 2024.11.20	原始取得

注：上特展示从李宏泽处受让 3 个商标，商标号分别为 5432222、5432223、4766605，并于 2011 年 6 月取得商标局核准的商标转让证明。

（2）境外商标

截至厦门市首创君合商标事务有限公司出具《确认函》之日（2020 年 5 月 28 日），公司拥有的境外注册商标情况如下：

序号	权利人	注册商标	地区	注册号	类别	有效期	取得方式
1	上特展示		香港	303727549	20	2016.03.30 至 2026.03.29	原始取得
2	上特展示		台湾	105023360	20	2016.12.16 至 2026.12.15	原始取得
3	上特展示		马德里商标	1340379	20	2016.12.20 至 2026.12.20	原始取得
4	上特展示		马来西亚	2016053133	20	2016.02.25 至 2026.02.25	原始取得
5	上特展示		加拿大	TMA968973	20	2017.04.25 至 2032.04.25	原始取得
6	上特展示		阿联酋	259609	20	2016.09.08 至 2026.09.08	原始取得
7	上特展示		泰国	171132793	20	2016.05.16 至 2026.05.15	原始取得
8	上特展示		巴拿马	247754	20	2016.02.24 至 2026.02.24	原始取得
9	上特展示		科威特	148977	20	2016.08.18 至 2026.08.17	原始取得

3、专利

（1）境内专利

截至国家知识产权局出具《证明》之日（2020年5月19日），公司共取得各类与生产经营相关的授权境内专利共41项，其中发明专利4项、实用新型专利31项，外观设计专利6项，境内专利具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日期	取得方式
1	上特展示	一种挂具与立柱的联接装置	ZL200910110975.9	发明	2009.01.21	原始取得
2	上特展示	一种快速安装和拆解的锁固机构和展台	ZL201410110617.9	发明	2014.03.24	原始取得
3	上特展示	一种展架层板导电发光结构及具有该结构的展示架	ZL201510216620.3	发明	2015.04.30	原始取得
4	上特展示	悬挂带电系统	ZL201510780288.3	发明	2015.11.13	原始取得
5	上特展示	一种展示架	ZL201120143170.7	实用新型	2011.05.06	原始取得
6	上特展示	一种组合式射灯	ZL201120142708.2	实用新型	2011.05.06	原始取得
7	上特展示	一种展示系统的导电装置	ZL201220175543.3	实用新型	2012.04.23	原始取得
8	上特展示	一种可装拆的展示柜及其组合架	ZL201220177874.0	实用新型	2012.04.23	原始取得
9	上特展示	微型便携导电联接装置	ZL201320583957.4	实用新型	2013.09.22	原始取得
10	上特展示	一种结构稳固的展示架	ZL201420736679.6	实用新型	2014.11.28	原始取得
11	上特展示	展示架正挂杆	ZL201420830457.0	实用新型	2014.12.24	原始取得
12	上特展示	展架层板导电发光结构及具有该结构的展示架	ZL201520275306.8	实用新型	2015.04.30	原始取得
13	上特展示	一种导电连接扣头及导电连接装置和应用该扣头的灯具	ZL201520286146.7	实用新型	2015.05.06	原始取得
14	上特展示	一种可快速拆装的锁固机构	ZL201620772631.X	实用新型	2016.07.21	原始取得
15	上特展示	一种适用于方管的锁固机构	ZL201620772556.7	实用新型	2016.07.21	原始取得
16	上特展示	一种快速装拆的组合架	ZL201620845942.4	实用新型	2016.08.05	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日期	取得方式
17	上特展示	一种旋转鞋托	ZL201820014202.5	实用新型	2018.01.04	原始取得
18	上特展示	一种位置信息采集分析装置	ZL201820431476.4	实用新型	2018.03.28	原始取得
19	上特展示	一种展示架上显示物品信息的LCD显示屏结构及装置	ZL201820431539.6	实用新型	2018.03.28	原始取得
20	上特展示	一种物品位置信息采集分析装置	ZL201820431508.0	实用新型	2018.03.28	原始取得
21	上特展示	一种便携导电连接结构	ZL201820428032.5	实用新型	2018.03.28	原始取得
22	上特展示	悬挂带电基座	ZL201820465776.4	实用新型	2018.04.03	原始取得
23	上特展示	简易发光展示装置	ZL201820480250.3	实用新型	2018.04.03	原始取得
24	上特展示	一种货物库存监测系统	ZL201820508374.8	实用新型	2018.04.11	原始取得
25	上特展示	一种防止两相插头脱落的连接结构	ZL201820776288.5	实用新型	2018.05.23	原始取得
26	上特展示	一种防止三相插头脱落的连接结构	ZL201820776211.8	实用新型	2018.05.23	原始取得
27	上特展示	一种型材与挂杆的连接结构	ZL201820931060.9	实用新型	2018.06.15	原始取得
28	上特展示	可调节角度的鞋托	ZL201821004996.3	实用新型	2018.06.27	原始取得
29	上特展示	一种展示架的旋转机构及展示架装置	ZL201821364744.1	实用新型	2018.08.23	原始取得
30	上特展示	展示系统导电连接装置	ZL201821367368.1	实用新型	2018.08.23	原始取得
31	上特展示	一种滑动装置的锁接机构	ZL201821367360.5	实用新型	2018.08.23	原始取得
32	上特展示	一种投球盒装置	ZL201821367356.9	实用新型	2018.08.23	原始取得
33	上特展示	能快速显示显示屏设备信息的电路结构及显示屏	ZL201920715705.X	实用新型	2019.05.17	原始取得
34	上特展示	一种快速接电结构及应用该接电结构的展示系统	ZL201920715884.7	实用新型	2019.05.17	原始取得
35	上特展示	一种能自动识别并显示商品信息的配件	ZL201921256427.2	实用新型	2019.08.05	原始取得
36	上特展示	立柱（导电）	ZL201630370348.X	外观	2016.08.05	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利号	专利类型	申请日期	取得方式
37	上特展示	支臂 (POT-AFS-307)	ZL201630370027.X	外观	2016.08.05	原始取得
38	上特展示	支臂 (POT-AFS-301)	ZL201630370346.0	外观	2016.08.05	原始取得
39	上特展示	支臂（2）	ZL201630370328.2	外观	2016.08.05	原始取得
40	上特展示、 厦门启尚科 技有限公司 注	智能拍照设备（卧 式）	ZL201930138001.6	外观	2019.3.29	原始取得
41	上特展示、 厦门启尚科 技有限公司 注	智能拍照设备（立 式）	ZL201930137684.3	外观	2019.03.29	原始取得

注：2019 年 4 月 2 日，上特展示与厦门启尚科技有限公司签署合作协议，约定厦门启尚科技有限公司负责指定产品的软件控制系统开发，产品的软件应用、控制系统开发所有权（包括但不限于知识产权等）属厦门启尚科技有限公司所有；上特展示负责指定产品的外观设计、结构、打样、硬件组装等，产品的外观设计、实用新型专利权属双方共同共有。

（2）境外专利

截至厦门市首创君合专利事务所有限公司出具《确认函》之日（2020 年 5 月 28 日），公司拥有 1 项境外发明专利，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	地区	专利号	专利类型	申请日期	取得方式	他项权利
1	上特展示	LOCK FIXING MECHANISM WITH QUICK ASSEMBLY AND DISASSEMBLY AND A BOOTH APPLIED WITH THE MECHANISM	美国	US9982698B2	发明	2015.01.30	原始取得	否

上述长泰县武安镇官山工业园商标的土地正处于建设状态。上述商标、专利等无形资产是公司开展正常生产经营活动的重要资源，对保证公司业务经营稳定有较大作用。上述与公司业务相关的主要无形资产不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在许可第三方使用等情形，不存在权属纠纷和法律风险，不存在对发行人持续经营产生重大不利影响的情形。

（三）经营资质

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司持有以下资格证书：

1、进出口业务相关资质

（1）海关报关单位注册登记

权利人	证书类型	海关注册编码	注册单位	取得时间
上特展示	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3502968148	厦门海关	2016.5.25

（2）对外贸易经营者备案登记

权利人	证书类型	证书编号	取得时间
上特展示	对外贸易经营者备案登记表	02918158	2020.5.13

（3）海关进出口货物收发货人备案登记

权利人	证书类型	海关编码	检验检疫备案号	有效期	取得时间
上特展示	海关进出口货物收发货人备案回执	35021691G5	3996600437	长期	2004.4.26

发行人上述经营资质均处于有效期内，不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或到期无法延期的风险。

2、排污许可证

被许可单位	证书类型	证书编号	发证机关	有效期	发证时间
上特展示	福建省排污许可证	3502122017000003	厦门市环境保护局同安分局	2017.01.05-2022.01.04	2017.01.05
上智一品	福建省排污许可证	3502122019000052	厦门市同安环境保护局	2019.03.18-2024.03.17	2019.03.18
上腾商用	排污许可证	913502125684257730001U	厦门市同安生态环境局	2019.09.02-2022.09.01	2019.09.02

发行人上述经营资质均处于有效期内，不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或到期无法延期的风险。

3、其他资质

序号	权利人	证书类型	证书编号	认证/批准机构	有效期	取得时间
1	上特展示	安全生产标准化证书	闽AQB3502QGIII201900165	厦门市安全生产管理协会	2019.09-2022.09	2019.9.19
2	上特展示	高新技术企业证书	GR201735100086	厦门市科学技术局、厦门市财政局、国家税务总局	2017.10-2020.10	2017.10.10

				局厦门市税务局		
3	上特展示	质量管理体系认证证书（GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015）	00218Q28407 R0M	方圆标志认证集团有限公司	2018.12.25-2021.12.24	2018.12.25
4	上特展示	FSC 认证证书	BV-COC-118 948	Bureau Veritas Certification	2018.12.5-2023.12.4	2018.12.2
5	上特展示	两化融合管理体系评定证书	CSAIII-0041 8IIIMS00289 01	中国电子技术标准化研究院	2018.5.26-2021.5.26	2018.05.26
6	上特展示	AEO 认证企业证书	75163922700 2	厦门海关	-	2019.09.19

（四）公司使用他人资产情况

截至本招股说明书签署日，公司租赁使用房屋主要情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落	面积（m²）	租赁期限	用途	房产证登记人
1	上特展示	厦门鑫凯利鞋业有限公司	同安区工业集中区同安园 171 号一楼	2,170	2017.09.01-2020.08.30	厂房	厦门鑫凯利鞋业有限公司
2	上特展示	厦门鑫凯利鞋业有限公司	同安区工业集中区同安园 171 号二楼	2,170	2017.09.01-2020.08.30	转租	厦门鑫凯利鞋业有限公司
3	上特展示	陈余英	同安区工业集中区同安园 176 号 1 楼	1,060	2019.03.15-2022.03.14	厂房	厦门九马实业有限公司 ^{注1}
4	上特展示	厦门浩达裕晟企业管理有限公司	同安区工业集中区同安园 167 号 102	2,500	2019.08.17-2022.08.16	厂房	厦门富森特木制品有限公司 ^{注2}
5	上特展示	厦门众隆鑫供应链有限公司	厦门市同安区同盛北路 19 号厂房一（三楼）	10,034	2019.04.07-2021.06.06	仓储	厦门鑫银江商贸有限公司 ^{注3}
6	上特展示	厦门众隆鑫供应链有限公司	厦门市同安区同盛北路 19 号厂房一（二、四、五楼）	二楼 10,034； 四楼 10,034； 五楼 7,139.38	2016.06.07-2021.06.06	仓储	厦门鑫银江商贸有限公司 ^{注3}
7	上特展示、上腾商用	厦门众隆鑫供应链有限公司	厦门市同安区同盛北路 19 号厂房一（一楼）	11,099.63 ^{注4}	2016.05.20-2021.05.19	厂房	厦门鑫银江商贸有限公司 ^{注3}
8	上智一品	厦门市海新生物科技有	同安区新民镇凤南农场凤南路	11,013	2018.04.01-2021.03.31	厂房、	厦门市海新生物

序号	承租方	出租方	房屋坐落	面积 (m²)	租赁期限	用途	房产证 登记人
		限公司	766 号 2#厂房一至三层			仓储	物 科 技 有 限 公 司
9	上智一品	厦门市海新 生物科技有 限公司	同安区新民镇凤 南农场凤南路 766 号 2#厂房 四、五层	7,342	2018.04.01- 2021.03.31	仓储	厦 门 市 海 新 生 物 科 技 有 限 公 司
10	上特上海	吴媛媛	上海市闵行区新 龙路 1333 弄万 科虹桥云 46 号 二楼	257.07	2018.07.01- 2020.06.30	办公	吴媛媛、 李 宏 泽 （ 共 同 共有）
11	RIS Hong Kong LTD	PREMIER RICH CHINA LTD 富 宝 （中国）有 限公司	中国香港特别行 政区黄竹坑业兴 街 11 号南汇广 场大厦 B 座 9 楼 9 室	/	2019.01.01- 2020.12.31	办公	-
12	RIS Singapore PTE. LTD.	MEL POS SOLUTION S LLP	21 Bukit Batok Crescent #25-70 Wcega Tower Singapore 658065	/	2019.09.10- 2020.08.31	办公	-

注 1：上述第 3 项房产实际权利人为厦门九马实业有限公司，出租方已取得其关于该物业租赁给上特展示的授权。

注 2：上述第 4 项房产实际权利人为厦门富森特木制品有限公司，出租方已取得其关于该物业租赁给上特展示的授权。

注 3：自租赁合同签订之日起至 2019 年 4 月止，第 5-7 项租赁房产实际权利人为厦门三立达资产管理有限公司，出租方已取得其关于全权处理该物业租赁事宜的授权。自 2019 年 4 月 30 日起至今，该房产实际权利人变更为厦门鑫银江商贸有限公司，出租方已取得其关于全权处理该物业租赁事宜的授权。

注 4：上腾商用原于 2016.05.20 至 2021.05.19 期间向厦门众隆鑫供应链有限公司租赁位于厦门市同安区同盛北路 19 号厂房一（一楼）的房产，租赁面积为 11,099.63 平方米；2019 年 11 月 5 日，厦门众隆鑫供应链有限公司、上腾商用、上特展示共同签署补充协议，上腾商用同意将其中 3,265.86 平方米的厂房转让给上特展示租赁。

（五）特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营权。

（六）公司与他人共享资源要素的情况

2019 年 4 月 2 日，上特展示与厦门启尚科技有限公司签署合作协议，约定

厦门启尚科技有限公司负责指定产品的软件控制系统开发，产品的软件应用、控制系统开发所有权（包括但不限于知识产权等）属厦门启尚科技有限公司所有；上特展示负责指定产品的外观设计、结构、打样、硬件组装等，产品的外观设计、实用新型专利权属双方共同共有。本协议的有效期限五年，自 2019 年 4 月 1 日至 2024 年 3 月 31 日，协议到期，任何一方无提出协议终止异议则有效期顺延五年至 2029 年 3 月 31 日止。

在本协议持续期间，厦门启尚科技有限公司授权上特展示生产、销售（除中国以外的国际市场）、使用及其他合法方式处置指定产品的权利及许可，同时厦门启尚科技有限公司授权上特展示指定产品的硬件组装方法及相关软件系统使用权利。上特展示必须根据实际销售出货情况支付厦门启尚科技有限公司的知识产权相关费用（下称“版权费”）。版权费收费标准如下：上特展示出货（立拍和平铺设备累计出货量）200 台支付人民币 3 万元/台；200 台（含）以上支付人民币 2 万元/台。

上特展示根据厦门启尚科技有限公司的需求设计满足厦门启尚科技有限公司实际需求的指定产品，期间发生的设计、开模等服务费用（下称“服务费”）均由上特展示先行垫付，双方同意根据指定产品的出货量按固定金额收取。服务费收费标准如下：厦门启尚科技有限公司累计出货（立拍和平铺设备累计出货量）200 台内支付人民币 4000 元/台；200 台（含）不再收取。收取的服务费用含出货结算价内。若指定产品进行二次升级等则费用另计。

八、发行人的技术和研发情况

（一）主要核心技术情况

公司自成立伊始，就将研发和创新作为公司的立足之本，凭借雄厚的技术实力和创新能力，通过多年来不间断地自主研发和创新，积累了多项核心技术。截至本招股说明书签署日，公司核心技术涵盖模块化弱电照明系统、快装系统以及智慧零售产品等，其中包括 5 项已授予的发明专利和 4 项实用新型专利以及 3 项在发明专利。这些核心技术在公司展示产品中得到了广泛的应用，极大地提高了公司的核心竞争力，建立并巩固了行业领先地位。

1、公司的核心技术

截至本招股说明书签署日，公司核心技术情况如下：

序号	专利名称	专利类别	涉及的核心技术名称	技术先进性及具体表征	技术来源	创新类型
1	一种挂具与立柱的联接装置	发明专利 ZL200910110975.9	快装系统	本发明创造性地采用挂具与立柱间卡接的连接方式取代现有技术中插接的连接方式，为物品展示提供一种完全不同的展示装置，大大提升了产品的档次，特别适用于中高端展示领域。	自主研发	原始创新
2	一种快速安装和拆解的锁固机构和展台	发明专利 ZL201410110617.9	快装系统	本发明提供一种可以快速安装和拆解的锁固装置，在使用时只需将活动链接件套设于锁固机构本体并旋转，即可实现卡锁，拆解时只需反向旋转就可拆开，无需专业人员操作，也无需使用任何附加工具，非常便捷。	自主研发	原始创新
3	LOCK FIXING MECHANISM WITH QUICK ASSEMBLY AND DISASSEMBLY AND A BOOTH APPLIED WITH THE MECHANISM (美国)	US9982698B2				
4	快速连接结构及展示装置及安装方法*	CN201910538036.8	快装系统	该结构在插拔展示托板时能保证快速连接结构与展示墙板始终保持成一个整体，整个快速连接结构简单，安装快速且方便，工作人员无需任何辅助工具便能将快速连接结构与展示墙板进行安装，且没有螺钉等锁接部件，从外形来看非常简洁、干净，尤其适合玻璃材质的展示墙板和展示托板。	自主研发	原始创新
5	便于安装维护的LCD屏拼接模块及拼接屏*	CN201910926201.7	快装系统	传统的LCD单元采用正面弹出的方式，由于LCD单元和支架体之间的安装空间不足，增加了安装维护的难度。该技术将LCD屏置于挂架上，由于挂架可转动，且挂架、折叠架与支架之间能围成三角形区域，极大增加了维修空间。LCD屏打开或关闭的方式也很简单，类似开关门的方式，有	自主研发	原始创新

序号	专利名称	专利类别	涉及的核心技术名称	技术先进性及具体表征	技术来源	创新类型
				效降低了安装与维护的难度。		
6	一种展架层板导电发光结构及具有该结构的展示架	发明专利 ZL201510216620.3	模块化弱电照明系统	该结构创造性地将导电组件安装于展示产品立柱及层板上，可实现层板与立柱接插便可取电照明，使得整个展示产品可以在配备多套照明光源的同时仅需要一个插头，集成度高。同时，还可以将线束、插头、变压器隐藏于产品主体内，使得展示产品外观整洁有序，提升了展示商品的档次和形象。	自主研发	原始创新
7	悬挂带电系统	发明专利 ZL201510780288.3	模块化弱电照明系统	传统展示架照明结构需要每一层板配备一套电源，插头和线束布局杂乱，影响整体美观度。利用本系统可以在置物架上加入挂件或层板，并且可以自由调整挂件和层板的位置，且挂件和层板安装在置物架上时，挂件和层板上的灯条会自动发光，使得整个置物架可以在配备多套光源的同时仅需要一个插头，集成度高、外观整洁有序，提高了展示物品的档次。	自主研发	原始创新
8	微型便携导电联接装置	实用新型专利 ZL201320583957.4	模块化弱电照明系统	传统的展示外接设备大多数通过固定墙壁插座或通过移动插座与墙壁固定插座连接取电，这些连接方式均属于明线联接，操作较为繁琐，接线外露，不够整洁雅观，且一旦连接位置设定后，不易变更连接位置。本装置克服了电源明线连接操作繁琐、接线外露且一旦连接位置设定后不易变更等缺陷。	自主研发	原始创新
9	快速接电结构及应用该接电结构的展示系统*	CN201910414636.3	模块化弱电照明系统	现有的展示系统，由于不具有快速接电结构，因此，展示面板与展示装置之间基本采用固定连接的方式，而展示装置经常需要被移动，该种连接方式使用极其不便。本快速接电结构不仅能	自主研发	原始创新

序号	专利名称	专利类别	涉及的核心技术名称	技术先进性及具体表征	技术来源	创新类型
				实现快速接电，还能随时移动取电组件，实现随插随用，使用极其方便，可以极大节约生产或购买取电组件成本。		
10	一种展示架的旋转机构及展示架装置	实用新型专利 ZL201821364744.1	智慧零售产品	该项技术充分地把可编程逻辑控制器（PLC）运用到展示产品上，通过程序控制展示产品旋转从而定时更换展示内容，使展示内容更加多样化。	自主研发	原始创新
11	一种展示架上显示物品信息的LCD显示屏结构及装置	实用新型专利 ZL201820431539.6	模块化弱电照明系统、智慧零售产品	传统价签牌是打印价签夹在PVC条上，变更价格时需要重新打印更换。LCD显示屏可以直接连接后台电脑或手机软件更改价格，也可以增加显示产品信息或广告内容，让智能技术充分运用到展示产品上。此外，LCD显示屏结构无需携带电池，可利用展示架自带的正负极导电条为LCD显示屏结构提供电源，安全可靠、绿色环保。	自主研发	原始创新
12	能快速显示显示屏设备信息的电路结构及显示屏	实用新型专利 ZL201920715705.X	模块化弱电照明系统、智慧零售产品	主板MCU控制电路通过外部开关断开并接通一次产生的信号以控制LCD显示屏的显示信息。显示信息可以是二维码、MAC地址，无需通过插拔插座进行通断电，使用更加方便。	自主研发	原始创新

注：表格中带*号的表示正在申请的发明专利。

2、与核心技术有关的重要荣誉和奖项

公司已获得的与核心技术有关的重要奖项和荣誉参见本节之“四、发行人在行业中的竞争地位”之“（三）公司竞争优势”之“1、一体化综合服务能力优势”。

（二）公司在研项目情况

截至本招股说明书签署日，公司在研未结项的研发项目共计6项，具体情况如下：

项目名称	研发内容	拟达到的目标	与行业技术水平比较	人员投入与经费预算	目前进度
智能模块化展示系统	多功能发光组合陈列装置	开发一种不受型材外形限制，具有任意外形的多功能发光陈列装置。	传统发光配件受到金属型材的限制无法满足多样化外观的要求。本装置具有以下创新： 1、运用带电模块把LED灯条充分地运用到配件中去，而且容易更换灯条； 2、外壳PC灯罩可以根据不同的需求改变其形状让展示形式更加多样化。	项目成员13人，研发经费预算600万元	1、申请发明专利和实用新型专利； 2、修改模具并确认开模后的成型品； 3、对项目设计方案持续改进。
	新型橱窗快速连接结构	开发一种新型橱窗快速连接结构，以解决橱窗现场制作和框架焊接存在的问题，采用新型铝合金材质减轻总体重量，同时使用内隐藏式的固定连接，这样能够彰显简练美观的结构。	行业现有的橱窗制作时间较长，焊接框架不便于运输安装。本结构具有以下创新： 1、采用铝合金材料减轻橱窗框架重量，便于安装和运输； 2、利用连接件加弹簧和弹珠顶紧固定的连接模式取代传统螺钉固定模式，安装方便快捷。		
	模块化快速安装展示装置	开发一种固定装置以取代现有的展示托板与展示墙板之间最常用的螺钉锁接方式，以达到安装便利、外形美观、锁接牢固等效果，尤其适合于玻璃材质的展示托板和墙板。	行业内通用的基座固定是靠螺钉固定，但在特殊材质下难以固定牢固且不美观。本装置创新性地采用卡扣方式来固定，可以使用在如玻璃、亚克力等特殊工艺材料上，使得展示背板材料在选择上更加多样化，丰富了客户展示需求。		
拼接转换及组合系统	拼接屏用快速转换架装置	开发一种LCD拼接屏快速转换架装置，对现有焊接在墙面上的框架进行改进，增加LCD屏和支架体之间的安装空间，使安装维护更	传统显示屏固定框架都是整体焊接在展示墙面上，但结构不方便安装调试和更换维修。本装置创新性地借鉴橱柜自动闭门器结构，运用到显示屏主体框架上利用弹簧和滑轨配合，轻按显	项目成员13人，研发经费预算600万元	1、申请实用新型专利； 2、修改模具并确认开模后的成型品； 3、对项目设计方案持续改进。

项目名称	研发内容	拟达到的目标	与行业技术水平比较	人员投入与经费预算	目前进度
		方便，降低维修调试难度。	示屏连同活动框架弹出，框架沿着合页打开箱体这样就便于安装调试和维修。		
	自动识别的展示系统	开发一种能够自动识别商品信息的互动展示系统，利用该系统可以代替传统的纸质标签更换价格信息，改变价格时无需重做价格牌，可重复使用；显示信息更加多样化且不易出错。	现有的显示屏价签牌或传统贴纸价签局限性比较大，无法满足多样化展示的要求。自动识别的展示系统利用可滑动的 LCD 屏滑动到不同产品的二维码或 RFID 标签处，以展示不同的内容，实现一块屏幕，多种显示。		
智能拍照及显示 ID 控制系统	智能 2D 拍照装置	开发一种利用微机系统来替代人工拍摄的智能化拍照设备，根据系统设置要求自动处理照片，不需要经过二次加工，提高工作效率和照片质感。	现有的零售展示宣传照片大都是人工拍摄，一方面受人为因素影响，照片往往达不到预想效果，另一方面拍照结束还需要软件 PS 处理，照片与实物相差较大，降低网购消费者的真实体验感。本智能拍照装置通过设置参数可以自动完成上述过程，照片效果以及拍照效率大大提高。	项目成员 14 人，研发经费预算 600 万元	对项目设计方案持续改善，并对研发成果进行推广和应用。
	智能 3D 拍照装置				
	智能显示带 LED 发光盘装置	开发出一种能自动识别并显示商品信息的装置，置于货架上并根据货架上替换的不同产品自动识别并显示替换的商品信息。	行业内现有价签牌大都为纸质或塑料材质，每次更换商品均需要更改价签牌信息，极为不便，且传统价签牌显示信息单一。本装置可通过 RFID 感应模块感应到商品 RFID 的信息并传递给 LCD 屏，实现商品与价格牌信息的一致，无需更换价格牌就可以实现随意移动调换商品，简单便捷，并且通过 LCD 屏幕可以显示多种商		

项目名称	研发内容	拟达到的目标	与行业技术水平比较	人员投入与经费预算	目前进度
			品信息，如图片、视频等。		
智能化 导电展示系统	多向连接结构装置	开发一种多向连接结构装置，用于解决矩形管快速连接结构适用管材范围较小的缺陷。	开发方管快速连接结构，以解决之前矩形管连接结构在生产过程中的缺陷，保持快速连接结构的性能不断优化。	项目成员 14 人，研发经费预算 650 万元	1、申请发明专利和实用新型专利； 2、讨论研发设计方向并搜集可行性数据； 3、设计图纸并打样验证。
	方孔带电基座	开发一种方孔带电基座，以解决圆孔带电基座无法在方形配件上使用的问题，满足客户多样化的展示需求。	以往客户在将圆孔带电基座应用于方形管材上时需要转换件来实现，而通过转换件可能会导致稳定性不足，外形不够简洁美观。对此，方孔带电基座的运用可以解决上述问题，与客户的方形管材相适配，连接稳定性也较高。		
	发光展示鞋托装置	开发一种发光展示鞋托装置，以解决外射灯光在鞋类展示中存在暗区的缺陷。	现有的鞋类展示外射灯照射时会受到顶部鞋托的影响，使光照产生暗区，照射到产品上的效果不佳。本装置创新性地在鞋托底部安装导光板实现四周发光，通过横撑与立柱导电系统结合为鞋托灯光取电，从而改善照射效果，提升展示氛围。		
自动化 展示 LED 灯光运用系统	新一代点式发光系统	开发新一代点式发光系统，以解决之前研发的模块化快速安装展示装置的基座不带电的问题，满足客户在展示配件中发光的要求。	新一代点式发光系统在模块化快速安装展示装置结构和基本功能的基础上进行优化，满足客户对发光配件提供工作电源的要求。	项目成员 15 人，研发经费预算 650 万元	1、申请发明专利和实用新型专利； 2、讨论研发设计方向并搜集可行性数据； 3、设计图纸并打样验证。
	商场安全试衣间门	开发一种新型试衣间门的合页，防止在使用试衣间时存在被门夹手的安全隐患。	商场安全试衣间门的设计思路是利用天地合页替代传统的开合合页，并在转动轴一侧设计成半圆形状，在开关门时门和门框始终保持着一一定的缝		

项目名称	研发内容	拟达到的目标	与行业技术水平比较	人员投入与经费预算	目前进度
			隙，直到门闭合后缝隙才合上，从而降低传统试衣间门存在被夹手的安全隐患。		
	展示发光柱系统	开发一种展示发光柱系统代替传统的 T5 灯管，减少灯管外露造成的展示空间不美观问题并降低用电安全隐患。	展示发光柱系统是利用立柱的空间把 LED 灯条隐藏在其中，并且利用隐形导电模块为 LED 灯取电。外面用透光 PC 灯罩扣在立柱卡槽内，替代外露的 T5 灯管，消除安全隐患。隐藏式结构还能够有效改善展示空间。		
隐藏导电快速连接展示系统	方管快速连接结构	对公司前期研发成果——快速连接系统进行结构提升，使之能够适应更多不同规格的管材，同时简化结构和加工工艺。	本装置利用弹珠卡在卡槽来实现连接固定，不需要在管上钻孔加工，工艺更加简化，能够快速进行加工生产，交期大大缩短，同时使产品更加多样化以满足不同客户的需求。	项目成员 13 人，研发经费预算 650 万元	1、申请发明专利和实用新型专利； 2、讨论研发设计方向并搜集可行性数据； 3、设计图纸并打样验证。
	内隐藏导电立柱系统	对原有竖槽带电系统进行升级，不需要配合背板即可单独使用内隐藏的导电立柱，拓宽原有竖槽带电系统的使用范围。	内隐藏导电立柱是竖槽带电体系统的升级版。内隐藏导电立柱在现场安装时无需配合背板即可单独使用，导电槽安装在内侧铝合金型材内，并且外观面可以选择不同颜色的表面处理，为客户提供更多元化的选择。		

（三）核心技术产品收入占营业收入的比例

报告期内，公司核心技术产品收入占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
核心技术产品收入	40,347.73	31,629.61	23,505.98
营业收入	46,003.67	38,248.05	28,737.66
占比	87.71%	82.70%	81.80%

（四）公司研发费用构成及占营业收入的比

单位：万元

研发费用项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工薪酬	1,865.14	1,251.00	736.14
材料投入	380.29	210.86	210.73
折旧及摊销费用	71.19	62.06	27.40
装备调试及其他费用	108.08	100.07	71.02
研发费用合计	2,424.70	1,623.99	1,045.28
营业收入	46,003.67	38,248.05	28,737.66
研发费用占营业收入的比例	5.27%	4.25%	3.64%

（五）公司研发人员情况**1、研发人员及核心技术人员基本情况**

截止 2019 年 12 月 31 日，公司研发人员共 194 人，占员工总数的比例为 18.32%。核心技术人员共 3 人，分别为李宏泽先生、李剑锋先生和王辉宇先生。公司核心技术人员的认定依据包括：在公司研发体系担任重要职务并实际承担研发工作；在公司申请专利等知识产权中发挥主要作用或推动作用；在工作背景、教育背景、技术经验、研究经历和知识储备等方面较为突出。

公司核心技术人员具体情况如下：

核心技术 人员姓名	职位	基本情况介绍	主要贡献
李宏泽	总经理	1975 年出生，中国国籍，本科学历，艺术设计专业。在商业终端展示行业拥有 20 余年的经营管理和产品设计经验，具有前瞻性的设计理念，能够洞察行业流行的设计风格，为客户产品设计提供创造性思维指导。	作为公司总经理，全面负责公司经营管理，协调研发部门与销售、生产和采购等业务部门的日常运作；开发并维护重要客户，第一时间了解重要客户的需求并为其提供专业的设计指导；牵头公司各项专利的研发与申请工作，为公司各项专利的获取作出重要贡献。
李剑锋	研发 总监	1964 年出生，中国国籍，大专学历，工业企业管理专业。拥有 17 年的商业终端展示行业研发设计经验，擅长结构设计、新型工艺以及结构和材料的开发等。	主要负责研发部门所有项目的监控管理、最终技术方案审核与确认以及流程改进等工作。曾主持或参与公司多项专利的研发工作并且在关键问题上提出解决方法与思路；带头编制行业设计标准，对产品电气的安全性设计标准起指导作用；积极开展培训，使员工快速成长为行业领先

核心技术 人员姓名	职位	基本情况介绍	主要贡献
			的研发设计人才。
王辉宇	研发部经理	1977 年出生，中国国籍，东北大学本科学历，机械设计制造专业。拥有 12 年商业终端展示研发设计经验，对各种材料应用、生产加工工艺和智能数字化控制应用等都有深刻的理解与实践应用。	主要负责标准化及智能化产品开发。曾主持或参与公司多项专利技术的研发工作，尤其是带电产品相关专利技术，例如“一种展示架上显示物品信息的 LCD 展示屏结构及装置”、“便于安装维护的 LCD 屏拼接模块及拼接屏”、“能快速显示显示屏设备信息的电路结构及显示屏”等，对公司产品设计、制作及安装使用提供了良好的基础与服务。

2、公司对核心技术人员实施的约束激励措施情况

公司拥有多项专利技术，这些技术的保有和持续创新在很大程度上依赖于核心技术人员。公司制定了相关的绩效管理和产品开发创新奖励等一系列自主创新制度和奖励机制，为核心技术人员提供了有竞争力的薪资待遇、良好的工作环境和设备支持以及股权激励等激励措施，以增强对企业的认同感。为确保核心技术人员稳定性及技术保密性，公司已与前述核心技术人员签订了《保密及竞业禁止协议》。

3、报告期核心技术人员的变动情况及对发行人的影响

报告期，公司研发设计团队不断成长并保持着较高的稳定性，核心技术人员未发生重大变化。

（六）公司保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的安排等

公司在技术创新方向上充分注重市场需求，根据客户要求设计开发，不断完善制造工艺，确保服务质量能满足客户的要求，并针对技术制定了较为完善的创新机制。

1、建立高效的客户沟通机制

公司高度重视客户的体验，注重收集客户的反馈信息，建立了高效的客户沟通机制，不定期对客户进行回访，以求在第一时间获得客户反馈信息，并利用上述信息统筹安排研发人员对现有产品和服务进行优化迭代，并相应修正研发方向。

2、以市场为导向确保技术领先

公司研发人员时刻关注本行业出现的新技术、新趋势，并定期组织研发部门会议，沟通新技术、新构想，开展预研项目。公司管理层定期与研发部、销售部沟通讨论，依据市场情况，判断未来市场形态和发展方向，提前布局新产品，保持公司在本行业的领先优势。

3、集中公司资源支持技术研发

公司高度重视技术研发与创新，拥有良好的技术研发条件，对于确定投入研发的重大课题项目，公司均会在物力和人力上给予足够的支持。

九、发行人境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 8 家子公司，其中境外子公司 3 家，分别是 RIS HONG KONG LIMITED、RIS SINGAPORE PTE. LTD.和 SUNTOP EUROPE LIMITED。本公司无参股公司。具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股及参股公司基本情况”。

第七节 公司治理与独立性

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

(一) 报告期内发行人公司治理制度的建立健全情况

本公司按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，依法建立了股东大会、董事会、监事会，制定了《公司章程》，设立了董事会提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会、战略委员会，并聘请独立董事，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事制度》、《董事会秘书工作细则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《募集资金管理制度》、《董事、监事和高级管理人员所持公司股份管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《重大信息内部报告制度》、《防止控股股东及其关联方占用公司资金制度》、《内幕信息知情人登记制度》、《总经理工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会审计委员会实施细则》、《董事会薪酬和考核委员会实施细则》、《董事会战略委员会工作细则》等内部管理制度，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的权责明确、运作规范的法人治理结构。

公司严格遵守《公司章程》和各项其他规章制度，股东大会、董事会、监事会各司其职，认真履行各自的权利和义务。公司股东大会、董事会、监事会会议召开符合法定程序，各项经营决策也都按《公司章程》和各项其他规章制度履行了法定程序，合法有效，保证了公司的生产、经营健康发展。

(二) 股东大会制度的运行情况

股东大会是公司的最高权力机构，决定公司经营方针和投资计划，审议批准公司的年度财务预算方案和决算方案。《公司章程》规定了股东的权利和义务，以及股东大会的职权。公司还根据《公司章程》和相关法规，制定了《股东大会议事规则》，规范了股东大会的运行。

股份公司成立之日起至本招股说明书签署日,公司召开了7次股东大会。股东大会的召集、召开及表决程序符合《公司法》、《公司章程》及《股东大会议事规则》等规定,决议内容合法有效,不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。

(三) 董事会制度的运行情况

股份公司成立之日起至本招股说明书签署日,公司召开了10次董事会会议,按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等规定,对公司选聘高级管理人员、设置专门委员会、制订公司主要管理制度、公司重大经营决策、股东分红回报、公司发展战略规划等事项作出了决议。历次董事会会议的召集、召开和决议内容合法有效,不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。

(四) 监事会制度的运行情况

股份公司成立之日起至本招股说明书签署日,公司召开了8次监事会会议,按照《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》等相关制度的规定,对公司董事、高级管理人员的履职行为、财务决算报告、内部控制制度的执行情况等进行了监督、评价。历次监事会会议的召集、召开和决议内容合法有效,不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。

(五) 独立董事制度的运行情况

自2019年第二次临时股东大会聘任独立董事后,各独立董事均出席了任职期间的历次董事会和股东大会,能够依据《公司法》、《公司章程》和《独立董事工作制度》等相关规定,谨慎、勤勉、尽责、独立地履行相关权利和义务,努力维护中小股东的利益,对公司重大事项和关联交易事项的决策、对公司完善法人治理结构与规范运作起到了积极作用。截至本招股说明书签署之日,独立董事未对有关决策事项提出异议。

(六) 董事会秘书制度的建立健全及运行情况

本公司设董事会秘书1名,由董事会提名,董事会聘任或解聘。自任职以来,本公司董事会秘书能够按照《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的规定,认真筹备董事会、股东大会,保管会议文件和股东资料,办理信息披露事务,并积极配合独立董事履行职责,促进了公司的规范运作。

(七) 董事会专门委员会的设置情况

公司董事会下设审计委员会、提名委员会、战略委员会以及薪酬与考核委员会。截至本招股说明书签署日, 公司董事会四个专门委员会成员构成如下:

专门委员会名称	主任委员	委员
审计委员会	陈朝琳	林永标、李宏泽
提名委员会	林永标	张学良、李宏泽
战略委员会	李宏泽	李宏泗、张学良
薪酬与考核委员会	张学良	陈朝琳、李宏泽

注: 陈朝琳为会计专业人士

1、审计委员会

根据公司《董事会审计委员会工作细则》规定, 审计委员会成员由三名董事组成, 独立董事占多数, 委员中至少有一名独立董事为会计专业人士。审计委员会设主任委员(召集人)一名, 由独立董事中的会计专业人士担任, 负责主持委员会工作; 主任委员在委员内选举, 并报请董事会批准产生。审计委员会主要负责监督公司的内部审计制度及其实施, 负责内部审计与外部审计之间的沟通, 审阅公司财务报告以及监督公司内部控制制度的建立和执行情况。

目前, 公司审计委员会由 3 名董事组成, 分别为陈朝琳、林永标、李宏泽, 其中陈朝琳、林永标为独立董事, 陈朝琳为会计专业人士。审计委员会由陈朝琳担任主任委员。公司审计委员会自设立以来有效运行, 截至本招股说明书签署之日, 共计召开 1 次会议。

2、提名委员会

根据公司《董事会提名委员会工作细则》规定, 提名委员会成员由三名董事组成, 独立董事占多数。提名委员会设主任委员(召集人)一名, 由独立董事担任, 负责主持委员会工作; 主任委员在委员内选举, 并报请董事会批准产生。提名委员会主要负责对公司董事和经理人员的选择标准、遴选程序提出建议, 对具体候选人提名和审议。

目前, 公司提名委员会由 3 名董事组成, 分别为林永标、张学良、李宏泽, 其中林永标、张学良为独立董事, 由林永标担任提名委员会主任。公司提名委员会自设立以来有效运行。

3、战略委员会

根据公司《董事会战略委员会工作细则》规定，战略委员会成员由三名董事组成，其中应至少包括一名独立董事。战略委员会设主任委员（召集人）一名，由公司董事长担任。战略委员会主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。

目前，公司战略委员会由3名董事组成，分别为李宏泽、李宏泗、张学良，其中张学良为独立董事，由李宏泽担任战略委员会主任。公司战略委员会自设立以来有效运行，截至本招股说明书签署之日，共计召开1次会议。

4、薪酬与考核委员会

根据公司《董事会薪酬与考核委员会工作细则》规定，薪酬与考核委员会由三名董事组成，独立董事占多数。薪酬与考核委员会设主任委员（召集人）一名，由独立董事担任，负责主持委员会工作；主任委员在委员内选举，并报请董事会批准产生。薪酬与考核委员会主要负责制定公司董事及高级管理人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案。

目前，公司薪酬与考核委员会由三名董事组成，分别为张学良、陈朝琳、李宏泽，其中张学良、陈朝琳为独立董事，由张学良担任薪酬与考核委员会主任。公司薪酬与考核委员会自设立以来有效运行。

二、发行人特别表决权股份情况

公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、发行人协议控制架构情况

公司不存在协议控制架构的情况。

四、发行人内部控制情况

（一）发行人管理层对内部控制的自我评估意见

公司管理层对公司的内部控制进行了自查和评估后认为，公司已结合公司业务发展情况和公司运营管理经验，制定了合理的内部控制制度，所建立的内部控制制度贯穿于公司经营活动的各层面和各环节并有效实施。公司按照《企业内部

控制基本规范》的要求在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。随着公司业务的发展,公司还将进一步加强内控体系建设工作,梳理业务流程,完善内部控制政策与程序,使公司所有部门和经济活动在公司内部控制框架内健康运行,以保障公司经营效益水平的不断提升。

(二) 注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

大华会计师事务所(特殊普通合伙)对公司内部控制进行了审核并出具《内部控制鉴证报告》(大华核字[2020]005015号),认为:公司按照《企业内部控制基本规范》的规定,于2019年12月31日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

五、发行人报告期内合法经营的情况

(一) 环保处罚

发行人子公司上腾商用因未按规定报批环境影响评价文件即开工建设,于2017年9月5日收到厦门市环境保护局同安分局“厦环(同)罚决字[2017]573号”《厦门市环境保护局同安分局责令改正违法行为行政处罚决定书》,罚款金额10万元。上腾商用已对上述情况进行整改,按期缴纳了上述罚款,报批环境影响评价文件,并取得环评批复、竣工环保验收批复和排污许可证,整改后符合环保法律法规的有关规定。

厦门市同安生态环境局就上腾商用的环保合规情况出具《厦门市同安生态环境局关于上特(厦门)商用家具有限公司环境违法案件情况的复函》:

“2017年8月19日,你司位于厦门市同安区同盛北路19号厂房一(一楼)的木制家具生产项目未按规定报批环境影响评价文件即开工建设且主体工程已投入生产使用,违反了《厦门市环境保护条例》的有关规定,被我局责令立即停止木制家具生产项目的生产,并处罚款人民币壹拾万元整。

根据《厦门市环境保护局重大环境案件审查规定(试行)》的有关规定,你司的环境违法案件不属于重大环境案件,且已按规定取得环评批复并缴清罚款。

经查,你司自2017年1月1日至今,除上述情形之外,未因其他环境违法行为被我局立案查处。

特此复函!”

综上,上腾商用的上述环保处罚不属于重大违法违规行为,对公司的持续经

营不构成重大不利影响，不会对发行上市构成法律障碍。上特展示已加强对下属公司的管理，提高相关人员的环保意识。除上述情况外，上特展示及子公司不存在因违反相关环保规定而受到其他处罚的情形。

保荐机构检索厦门市生态环境局网站，确认发行人及生产型子公司上腾商用、上智一品不存在因环保问题受到投诉的情况；保荐机构查阅厦门市同安生态环境局出具的复函，确认上腾商用上述处罚不属于重大环境案件，2017年1月1日至今，除上腾商用的上述处罚外，发行人及子公司上智一品、上腾商用未因其他环境违法行为被相关生态环境局立案查处的情形；保荐机构对厦门市同安生态环境局的相关人员进行访谈，确认该项处罚不属于重大行政处罚，不属于重大违法违规行。同时，上述违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果。综上，保荐机构认为：上腾商用的上述环保处罚不属于法律规定的情节严重情形，不属于重大违法违规行为，对公司的持续经营不构成重大不利影响，不会对发行上市构成法律障碍。

经核查，发行人律师认为：上腾商用被处以对应项目处罚幅度的下限，相关处罚依据未认定该行为属于情节严重；厦门市同安生态环境局已出具证明该行为不属于重大环境案件；上述违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果；上腾商用积极配合整改，及时缴纳罚款，并已按相关规定重新履行环境影响评价报批程序，上述违法行为不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。除前述行政处罚外，发行人在环境保护方面符合国家相关法律、行政法规和规范性文件的规定，前述行政处罚不会对本次发行上市构成实质性法律障碍，发行人符合《公司法》《证券法》《首发管理办法》《上市规则》等相关法律、行政法规和规范性文件中规定的首发实质条件。

(二) 税务处罚

2017年7月19日，发行人子公司上智一品因未按期申报2017年4月1日至2017年6月30日的企业所得税而受到国家税务总局厦门市同安区税务局的税务行政处罚（厦同国税简罚[2017]598号），罚款金额100元。上智一品已及时缴纳上述罚款，并进行纠正。上述事项所受的罚款金额较小，不属于法律规定的情节严重情形，对公司的持续经营不构成重大不利影响。发行人已加强对下属子公司的管理，敦促相关人员及时完成税务申报等工作。

鉴于上述罚款金额较小,且发行人子公司上智一品已及时纠正错误,同时,保荐机构对国家税务总局厦门市同安区税务局的有关人员进行访谈,确认上述处罚不属于重大违法违规行为,综上,保荐机构认为:上智一品的上述税务处罚不属于法律规定的情节严重情形,对公司的持续经营不构成重大不利影响。

经核查,发行人律师认为,上智一品未按期申报企业所得税被处以 100 元罚款,已及时缴纳相关罚款,处罚金额较小且不属于情节严重的情形,且该违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果,不属于重大违法行为,不会构成本次发行的实质性法律障碍。

报告期内,除上述行政处罚外,公司及下属子公司不存在其他行政处罚。报告期内,公司不存在重大违法违规行为。

六、发行人资金占用和对外担保情况

报告期内,公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。公司在公司章程中已明确对外担保的审批权限和审议程序,报告期内,公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行提供担保的情形。

七、公司独立经营情况

公司自设立以来,严格按照《公司法》和《公司章程》等法律、法规及规章、制度规范运作,建立健全了公司的法人治理结构,在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的企业,具有完善的业务体系和面向市场独立经营的能力,独立运作情况如下:

(一) 资产完整

公司具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施,合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备、商标、专利等所有权或使用权,具有独立的原料采购和产品销售系统。

公司资产权属清晰、完整,不存在产权归属纠纷或潜在的相关纠纷;不存在以自身资产、权益或信用为股东提供担保的情况;不存在资产、资金被控股股东占用而损害公司利益的情况,公司对所有资产有完全的控制和支配权。

(二) 人员独立

公司的董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定选举、聘任产生,不存在股东超越公司股东大会和董事会作出人事任免决定的情况。公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其它职务,未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中领薪;公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

(三) 财务独立

公司设立了独立的财务部门,配备了专门的财务人员,建立了独立的财务核算体系,能够独立作出财务决策,具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司在银行开设了独立账户,不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。

(四) 机构独立

公司已经按照《公司法》和《公司章程》的要求,设置了股东大会、董事会和监事会;并建立了符合公司经营管理需要的健全内部经营管理机构,独立行使经营管理职权;公司组织机构独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业,不存在机构混同的情形。

(五) 业务独立

公司拥有完整的采购、研发、生产和销售体系,具备独立面向市场自主经营的能力。公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业,与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争,以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

八、发行人主营业务、控制权、管理团队稳定性

公司主营业务、控制权、管理团队稳定,最近2年内主营业务和董事、高级管理人员没有发生重大不利变化;控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰,最近2年实际控制人没有发生变更,不存在可能导致控制权变更的重大权属纠纷。

九、发行人不存在对持续经营有重大影响的事项

公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

十、同业竞争

(一) 发行人不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的情况

截至本招股说明书签署日，公司的控股股东为李宏泽，共同实际控制人为李宏泽、李宏泗。

截至本招股说明书签署日，除本公司及控股子公司外，李宏泽、李宏泗及其近亲属全资或控股的企业情况如下：

单位：万元

企业名称	企业类型	成立日期	注册资本	经营范围	股权结构
厦门市思明区瑞贝卡思咖啡厅	个体工商户	2016.11.11	-	咖啡馆服务	经营者：吴媛媛 ^{注1}
厦门顺桦工贸有限公司	有限责任公司（自然人投资或控股）	2010.07.29	100.00	1、生产、加工：轮胎、汽车配件（限分公司经营）；2、批发、零售：汽车配件、五金交电、橡胶制品	李凤华 ^{注2} ：95%，徐娟娟：5%
厦门同桦机电设备有限公司	有限责任公司（自然人投资或控股）	2006.05.11	208.00	其他机械设备及电子产品批发；汽车零配件批发；五金产品批发；电气设备批发；石油制品批发（不含成品油、危险化学产品和监控化学品）；非金属矿及制品批发（不含危险化学产品和监控化学品）；其他化工产品批发（不含危险化学产品和监控化学品）	徐黎明 ^{注3} ：50%；徐娟娟：50%

注1：吴媛媛为李宏泽之配偶；

注2：李凤华为李宏泽、李宏泗之胞姐；

注 3：徐黎明为李凤华之配偶。

由上表可见，除发行人及控股子公司外，实际控制人李宏泽、李宏泗及其近亲属全资或控股的企业中，未有与发行人从事相同或相似业务的企业。

综上，公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的情况，不存在同业竞争。

(二) 避免同业竞争的承诺

为了避免未来可能发生的同业竞争，公司控股股东李宏泽，共同实际控制人李宏泽、李宏泗出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体情况如下：

“1、本人及本人控制的其他企业（不包含公司及其控制的企业，下同）现在或将来均不会在中国境内和境外，单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事或参与任何与公司及其控制的企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；不会在中国境内和境外，以任何形式支持第三方直接或间接从事或参与任何与公司及其控制的企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；亦不会在中国境内和境外，以其他形式介入（不论直接或间接）任何与公司及其控制的企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

2、如果本人及本人控制的其他企业发现任何与公司及其控制的企业主营业务构成或可能构成直接或间接竞争的新业务机会，应立即书面通知公司及其控制的企业，并尽力促使该业务机会按合理和公平的条款和条件首先提供给公司及其控制的企业。公司及其控制的企业在收到该通知的 30 日内，有权以书面形式通知本人及本人控制的其他企业准许公司及其控制的企业参与上述之业务机会。若公司及其控制的企业决定从事的，则本人及本人控制的其他企业应当无偿将该新业务机会提供给公司及其控制的企业。仅在公司及其控制的企业因任何原因明确书面放弃有关新业务机会时，本人及本人控制的其他企业方可自行经营有关的新业务。

3、如公司及其控制的企业放弃前述竞争性新业务机会且本人及本人控制的其他企业从事该等与公司及其控制的企业主营业务构成或可能构成直接或间接相竞争的新业务时，本人将给予公司选择权，以使公司及其控制的企业有权：

(1) 在适用法律及有关证券交易所上市规则允许的前提下, 随时一次性或多次向本人及本人控制的其他企业收购在上述竞争性业务中的任何股权、资产及其他权益;

(2) 根据国家法律许可的方式选择采取委托经营、租赁或承包经营等方式拥有或控制本人及本人控制的其他企业在上述竞争性业务中的资产或业务;

(3) 要求本人及本人控制的其他企业终止进行有关的新业务。本人将对公司及其控制的企业所提出的要求, 予以无条件配合。

如果第三方在同等条件下根据有关法律及相应的公司章程具有并且将要行使法定的优先受让权, 则上述承诺将不适用, 但在这种情况下, 本人及本人控制的其他企业应尽最大努力促使该第三方放弃其法定的优先受让权。

4、在本人作为公司控股股东/实际控制人期间, 如果本人及本人控制的其他企业与公司及其控制的企业在经营活动中发生或可能发生同业竞争, 公司有权要求本人进行协调并加以解决。

5、本人承诺不利用重要股东的地位和对公司的实际影响能力, 损害公司以及公司其他股东的权益。

6、自本承诺函出具日起, 本人承诺赔偿公司因本人违反本承诺函所作任何承诺而遭受的一切实际损失、损害和开支。

7、本承诺函至发生以下情形时终止(以较早为准):

(1) 本人不再持有公司 5%以上股份且本人不再作为公司控股股东/实际控制人;

(2) 公司股票终止在深圳证券交易所上市。”

十一、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》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关规定, 公司现有的关联方及关联关系如下:

(一) 控股股东、实际控制人

公司的控股股东为李宏泽, 共同实际控制人为李宏泽、李宏泗, 详细情况参

见“第五节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人的基本情况”。

（二）持有 5%以上股份的其他股东

除控股股东为李宏泽，共同实际控制人为李宏泽、李宏泗外，公司不存在其他持有 5%以上股份的股东。

（三）发行人的控股子公司

序号	关联方名称	注册资本（万元）	关联关系
1	上特（福建）展示科技有限公司	RMB 5,000.00	发行人全资子公司
2	上特展示道具（上海）有限公司	RMB 800.00	发行人全资子公司
3	上腾（厦门）商用家具有限公司	RMB 400.00	发行人全资子公司
4	厦门上智一品科技有限公司	RMB 200.00	发行人全资子公司
5	厦门上研展示科技有限公司	RMB 100.00	发行人全资子公司
6	RIS Hong Kong Limited	HKD 0.10	发行人控股子公司
7	RIS Singapore Pte. Ltd.	USD 30.07309	发行人控股子公司
8	Suntop Europe Limited	GBP 40.2444	发行人控股子公司

（四）联营企业或合营企业

截至本招股说明书签署日，本公司不存在联营企业或合营企业。

（五）控股股东、实际控制人控制或有重大影响的其他企业

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人未控制其他企业。

（六）发行人董事、监事、高级管理人员

关联方姓名	关联方关系
李宏泽、李宏泗、于大勇、郑春喜、胡志滨、陈瑞源、陈朝琳、张学良、林永标	公司董事
曾振坤、官玲玉、钟华麟	公司监事
李宏泽、李宏泗、陈歆、陈瑞源、张秀财	公司高级管理人员

本公司董事、监事、和高级管理人员的情况请详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员情况”。

(七) 与持股 5%以上自然人股东、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员

与公司持股 5%以上自然人股东、董事、监事和高级管理人员关系密切的家庭成员也属于本公司关联方，包括：配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

其中，报告期内曾与公司发生关联交易的关联人为李宏权、吴媛媛。

(八) 持股 5%以上自然人股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切家庭成员控制、共同控制、实施重大影响，或担任董事、高级管理人员的其他企业

公司持股 5%以上自然人股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、实施重大影响或担任董事、高级管理人员的除本公司及本公司控股子公司以外的企业为公司的关联方，主要关联企业如下：

序号	关联方姓名	关联方关系
1	厦门市思明区瑞贝卡思咖啡厅（个体工商户）	报告期内，发行人实际控制人、董事长、总经理李宏泽的配偶吴媛媛经营该企业
2	厦门顺桦工贸有限公司	发行人实际控制人李宏泽、李宏泗的姐姐李风华持有其 95.00%的股权，并担任其监事
3	厦门同桦机电设备有限公司	发行人实际控制人李宏泽、李宏泗的姐姐李风华的配偶徐黎明持有其 50.00%的股权，并担任其监事
4	厦门市云萱餐饮有限公司	发行人董事郑春喜的弟弟郑春龙持有其 100.00%的股权，并担任执行董事兼总经理
5	勇远（厦门）餐饮管理有限公司	发行人董事郑春喜的弟弟郑春龙持有其 40.00%的股权，并担任监事
6	厦门市湖里区云萱思慕雪食品柜（个体工商户）	发行人董事郑春喜的弟弟郑春龙经营该企业
7	山西龙晋智能车辆装备集团有限公司	发行人董事郑春喜的妹夫吴启明担任其财务总监
8	厦门市同创众鑫产业投资合伙企业（有限合伙）	公司员工持股平台；公司监事钟华麟担任其执行事务合伙人，并持有其 11.91%的出资额；公司董事、董事会秘书陈瑞源持有其 41.67%的出资额；公司监事曾振坤持有其 10.71%的出资额
9	厦门市同创宏领产业投资合伙企业（有限合伙）	公司员工持股平台；公司监事官玲玉担任其执行事务合伙人，并持有其 6.73%的出资额；公司财务总监张秀财持有其 15.82%的出资额
10	天津新柏灏资产管理合伙企业（有限合伙）	发行人董事胡志滨持有其 98.95%的出资额

序号	关联方姓名	关联方关系
11	中瑞智慧科技服务有限公司	发行人董事胡志滨及其配偶的姐姐江丽分别持有其 90.00%和 10.00%的股权;同时,胡志滨担任其执行董事兼总经理,江丽担任其监事
12	中瑞润和(宁波)投资管理有限公司	发行人董事胡志滨及其配偶的姐姐江丽通过中瑞智慧科技服务有限公司分别间接持有其 36.00%和 4.00%的股权,胡志滨担任其董事长
13	中瑞卓盛(宁波)股权投资基金合伙企业(有限合伙)	发行人董事胡志滨及其配偶的姐姐江丽通过中瑞润和(宁波)投资管理有限公司、中瑞智慧国际控股有限公司分别间接持有其 43.20%和 4.80%的出资额
14	深圳市瑞成科讯实业有限公司	发行人董事胡志滨及其配偶江艳分别持有其 90.00%和 10.00%的股权;同时,胡志滨担任其执行董事兼总经理,江艳担任其财务总监,胡志滨的妹妹胡志红担任其监事
15	中瑞智慧国际控股有限公司	发行人董事胡志滨及其配偶的姐姐江丽分别持有其 90.00%、10.00%的股权;同时,胡志滨担任其执行董事兼总经理,江丽担任其监事
16	中瑞盟灏(宁波)投资管理有限公司	发行人董事胡志滨及其配偶的姐姐江丽通过中瑞智慧国际控股有限公司分别间接持有其 90.00%和 10.00%的股权;同时,胡志滨担任其执行董事
17	深圳市瑞洲实业股份有限公司	发行人董事胡志滨及其配偶的姐姐江丽通过中瑞智慧国际控股有限公司分别间接持有其 54.00%和 6.00%的股权;同时,胡志滨担任其董事长兼总经理
18	深圳中瑞瑞哲创业投资有限公司	发行人董事胡志滨及其配偶的姐姐江丽通过中瑞智慧国际控股有限公司分别间接持有其 45.90%和 5.10%的股权
19	深圳市长长玖玖投资有限公司	发行人董事胡志滨持有其 80.00%的股权,并担任其执行董事兼总经理
20	深圳市国科瑞成科技有限公司	发行人董事胡志滨及其妻子江艳分别持有其 70.00%和 30.00%的股权;同时,胡志滨担任其执行董事兼总经理,江艳担任其监事
21	广州中值传媒产业投资企业(有限合伙)	发行人董事胡志滨持有其 55.00%的出资额
22	中广美意文化传播控股有限公司	发行人董事胡志滨通过广州中值传媒产业投资企业(有限合伙)间接持有其 22.00%的股权,并担任其董事。
23	宁波澜溪成长壹号股权投资合伙企业(有限合伙)	发行人董事胡志滨持有其 49.50%的出资额,并通过澜溪(宁波)资产管理有限公司间接持有其 0.30%的出资额
24	新疆虔昌企业管理咨询有限合伙企业	发行人董事胡志滨持有其 31.43%的出资额
25	澜溪(宁波)资产管理有限公司	发行人董事胡志滨持有其 30.00%的股权,并担任其董事
26	江西瑞德创业投资有限公司	发行人董事胡志滨持有其 30.00%的股权,并担任其监事
27	江西金力永磁科技股份有限公司(SZ.300748)	发行人董事胡志滨通过江西瑞德创业投资有限公司、新疆虔昌企业管理咨询有限合伙企业间接持有其 13.26%的股权,并担任其董事,为其实际控制人之一
28	赣州劲力磁材加工有限公司	江西金力永磁科技股份有限公司(SZ.300748)控制的企业,发行人董事胡志滨系江西金力永磁科技股份有限公司的实际控制人之一,故胡志滨对其构成控制
29	江西金力粘结磁有限公司	

序号	关联方姓名	关联方关系
30	金力永磁(宁波)投资有限公司	
31	金力稀土永磁(香港)有限公司(JL Mag Rare-Earth (HongKong) Co. Limited)	
32	JLMAG Rare-earth Co (Europe) B.V.(金力永磁欧洲公司)	
33	JL MAG RARE-EARTH JAPAN 株式会社	
34	金力稀土永磁(美国)有限公司 JL MAG RARE-EARTH (U.S.A.) INC.	
35	四川江铜稀土磁材有限公司	江西金力永磁科技股份有限公司(SZ.300748)有重大影响的企业,发行人董事胡志滨系江西金力永磁科技股份有限公司的实际控制人,故胡志滨对其具有重大影响
36	赣州协鑫超能磁业有限公司	
37	天津乾润商业保理有限责任公司	发行人董事胡志滨持有其 20.00%的股权,并担任其监事
38	深圳前海富海融通保理有限公司	发行人董事胡志滨通过天津乾润商业保理有限责任公司间接持有其 6.35%的股权,并担任其董事
39	深圳市转角街坊网络科技有限公司	发行人董事胡志滨持有其 4.30%的股权,并担任其董事
40	瑞成(香港)有限公司	发行人董事胡志滨及其配偶江艳分别持有其 50.00%和 50.00%的股份;同时,胡志滨担任董事局主席,江艳担任财务总监
41	力德风力发电(江西)有限责任公司	发行人董事胡志滨及其配偶江艳通过瑞成(香港)有限公司、力德电子科技(新余)有限公司分别间接持有其 18.00%和 12.00%的股权;同时,胡志滨担任其董事兼总经理
42	中国永磁新能源集团有限公司	发行人董事胡志滨持有其 30.00%的股份,并担任其董事
43	力德电子科技(新余)有限公司	发行人董事胡志滨通过中国永磁新能源集团有限公司间接持有其 30.00%的股份,并担任其董事
44	中国稀土风电集团有限公司	发行人董事胡志滨持有其 100.00%的股份,并担任其董事
45	深圳前海草本实业有限公司	发行人董事胡志滨担任其执行董事兼总经理
46	恒誉国际控股有限公司	发行人董事胡志滨担任其董事
47	厦门博芮投资股份有限公司	发行人独立董事陈朝琳担任其董事
48	魔元术(苏州)信息科技有限公司	发行人独立董事张学良持有其 46.00%的股权,并担任执行董事兼总经理
49	苏州魔元术企业管理中心(有限合伙)	发行人独立董事张学良持有其 71.43%的出资额,并担任执行事务合伙人

序号	关联方姓名	关联方关系
50	常熟大魔数科企业管理中心(有限合伙)	发行人独立董事张学良持有其 90.00%的出资额, 并担任执行事务合伙人
51	厦门也韬商贸有限公司	发行人独立董事林永标及其父亲林地理分别持有其 60.00%、40.00%的股权; 同时, 林永标担任其监事, 林地理担任其执行董事兼总经理

上述关联企业中, 报告期内与公司发生关联交易的关联方为: 厦门市思明区瑞贝卡思咖啡厅、同创众鑫、同创宏领。

(九) 曾经存在关联关系的关联方

报告期内, 曾经存在关联关系的关联方情况如下:

1、报告期内, 公司注销、转让的参股公司为瑞艾思, 具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股及参股公司基本情况”之“(二) 报告期内注销、转让的参股公司情况”。

2、报告期内, 曾担任公司董事的柳彦龙、李剑锋及其关系密切的家庭成员。上述自然人在担任公司董事期间控制、共同控制、实施重大影响或担任董事、高级管理人员除公司以外的企业。

3、公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上自然人股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员曾经控制、共同控制、实施重大影响或担任董事、高级管理人员的除本公司及本公司控股子公司以外的企业为公司曾经存在关联关系的关联方, 曾经存在关联关系的主要关联企业如下:

序号	关联方姓名	关联方关系
1	厦门日先广告展示器材有限公司(注销)	报告期内, 发行人实际控制人、董事长、总经理李宏泽持有其 60.00%的股权, 发行人董事李宏泗持有其 40.00%的股权并担任监事。该企业自 2005 年起即无实际业务经营, 并于 2018 年 1 月 5 日注销。
2	厦门市湖里区瑞贝咖餐厅(个体工商户, 注销)	报告期内, 发行人实际控制人、董事长、总经理李宏泽的配偶吴媛媛经营该企业, 2019 年 4 月 4 日, 该企业已注销。
3	新余瑞德数码科技有限公司(注销)	胡志滨成为发行人董事的前 12 个月内, 胡志滨担任其董事长, 胡志滨通过力德电子科技(新余)有限公司间接持有其 30.00%的股权。2018 年 12 月 25 日, 该企业已注销。
4	江西力德东元永磁发电机制造有限公司(注销)	胡志滨成为发行人董事的前 12 个月内, 胡志滨担任其董事长, 胡志滨及其配偶江艳分别通过力德风力发电(江西)有限责任公司间接持有其 9.90%和 6.60%的股权。2019 年 11 月 19 日, 该企业已注销。
5	深圳雨麦投资合伙	发行人董事胡志滨及其配偶的姐姐江丽曾通过中瑞智慧国际

	企业(有限合伙)	控股有限公司分别间接持有其 30.00%和 3.33%的出资额(2020 年 2 月, 中瑞智慧国际控股有限公司转让其持有的全部出资额)。
--	----------	---

上述曾经存在关联关系的关联方中, 报告期内曾与公司发生关联交易的关联方为厦门市湖里区瑞贝咖餐厅、瑞艾思。

十二、关联交易

(一) 关联交易汇总表

报告期内, 公司关联交易汇总情况如下:

单位: 万元

关联方	关联交易内容	2019 年度	2018 年度	2017 年度
董事、监事、高级管理人员	支付薪酬	376.96	112.75	74.72
瑞艾思	销售商品	-	-	0.14
吴媛媛	关联租赁(本公司作为承租方)	45.61	63.34	67.58
同创宏领、同创众鑫	关联租赁(本公司作为出租方) 注 1	-	-	-
厦门市湖里区瑞贝咖餐厅	接受餐饮服务	-	-	8.60
厦门市思明区瑞贝卡思咖啡厅	接受餐饮服务	-	17.59	7.06
瑞艾思	接受装修服务	-	-	255.22
李宏泽	为公司提供担保 注 2	1,500.00	-	-
李宏泽	为公司提供担保 注 3	2,200.00	-	-
李宏泽	为公司提供担保 注 4	3,000.00	-	-
李宏泽	公司归还资金拆借 注 5	-	318.28	117.22
李宏泗		-	356.00	37.80
李宏权		-	487.50	95.00
吴媛媛		-	245.00	-

注 1: 2017 年 9 月, 上特展示与同创宏领签订租赁合同, 上特展示将其房产厦门市同安工业集中区同安园 175 号 401 室租赁给同创宏领作为经营场所, 建筑面积 1,355 平方米, 租赁期限为 2017 年 9 月 11 日至 2027 年 9 月 10 日。2017 年 9 月, 上特展示与同创众鑫签订租赁合同, 上特展示将其房产厦门市同安工业集中区同安园 175 号 501 室租赁给同创众鑫作为经营场所, 建筑面积 1,355 平方米, 租赁期限为 2017 年 9 月 13 日至 2027 年 9 月 12 日。

因同创宏领、同创众鑫系员工持股平台，未经营业务，租赁该处房产仅用于工商注册使用，故租金为0元。2020年5月29日，同创宏领与同创众鑫办理了变更住所的工商登记手续，并终止了与上特展示签署的租赁协议。

注2: 2019年3月6日，公司控股股东李宏泽与兴业银行股份有限公司厦门分行签订《最高额保证合同》（合同号：兴银厦同支额保字2019016号），为在2019年3月6日至2019年12月31日期间，公司与兴业银行股份有限公司厦门分行在主合同《融资总合同》（合同号：兴银厦同支融字2019016号）项下所形成的债务提供保证担保，担保的债务最高余额为1,500.00万元。

注3: 2019年1月22日，公司控股股东李宏泽与中国农业银行厦门同安支行签订《最高额保证合同》（合同号：83100520190000096），为在2019年1月22日至2022年1月21日期间，公司与中国农业银行厦门同安支行办理约定的各类业务所形成的债务及该保证合同签订前形成的主合同项下未偿还的债务本金及其相应的利息、罚息、复利、费用等提供保证担保，担保的债务最高余额为2,200.00万元。

注4: 2019年8月14日，公司控股股东李宏泽与中国农业银行厦门同安支行签订《最高额保证合同》（合同号：83100520190000668），为在2019年8月14日至2022年8月13日期间，公司与中国农业银行厦门同安支行办理约定的各类业务所形成的债务及该保证合同签订前形成的主合同项下未偿还的债务本金及其相应的利息、罚息、复利、费用等提供保证担保，担保的债务最高余额为3,000.00万元。

注5: 报告期内未发生资金拆出，关联交易的金额按各年度本公司归还给借款人的金额列示。

（二）经常性关联交易

1、董事、监事和高级管理人员薪酬

报告期内，公司董事、监事和高级管理人员的薪酬总额如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
薪酬金额	376.96	112.75	74.72

2、关联销售

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019 年度	2018 年度	2017 年度
瑞艾思	销售商品	-	-	0.14
合计		-	-	0.14

2017 年,公司向关联方瑞艾思销售商品 0.14 万元,占营业收入的比重为 0.0005%,占比较低。

3、关联租赁

(1) 本公司作为承租方

2017 年 2 月,上特展示道具(上海)有限公司与实际控制人李宏泽之妻吴媛媛签订《房屋租赁合同》,承租吴媛媛上海市闵行区新龙路 1333 弄万科虹桥云 46 号房屋,建筑面积 457.07 平方米,租赁期限为 2017 年 3 月 1 日至 2020 年 2 月 28 日,租金为 20.57 万元/季度。

2018 年 6 月,上特展示道具(上海)有限公司与实际控制人李宏泽之妻吴媛媛签订《房屋租赁合同》,承租吴媛媛上海市闵行区新龙路 1333 弄万科虹桥云 46 号二楼房屋,建筑面积 257.07 平方米,租赁期限为 2018 年 7 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日,租金为 11.57 万元/季度,同时终止了 2017 年 2 月 20 日双方签订的《房屋租赁合同》。

报告期内上述关联租赁合同确认的租赁费用金额如下:

单位:万元

出租方名称	租赁资产用途	2019 年度确认的租赁费	2018 年度确认的租赁费	2017 年度确认的租赁费
吴媛媛	办公场所	45.61	63.34	67.58

(2) 本公司作为出租方

同创宏领与同创众鑫为发行人员工持股平台。2017 年 9 月,同创宏领与同创众鑫与上特展示签订租赁合同,分别向上特展示租赁厦门市同安工业集中区同安园 175 号 401 室和 501 室作为其工商登记场所,租金为 0 元。2020 年 5 月 26 日,同创宏领、同创众鑫分别与上特展示签订租赁终止协议。

(三) 偶发性关联交易

1、关联采购

单位:万元

关联方	关联交易内容	2019 年度	2018 年度	2017 年度
厦门市湖里区瑞贝咖啡厅	接受餐饮服务	-	-	8.60
厦门市思明区瑞贝卡思咖啡厅	接受餐饮服务	-	17.59	7.06

关联方	关联交易内容	2019 年度	2018 年度	2017 年度
瑞艾思	接受装修服务	-	-	255.22
合计		-	17.59	270.87

2017 年和 2018 年,公司向关联方采购餐饮及装修服务 270.87 万元和 17.59 万元,关联采购金额较小。

2、关联担保

2016 年 1 月 29 日,公司控股股东李宏泽与中国农业银行厦门同安支行签订《最高额保证合同》(合同号:83100520160000048),为在 2016 年 1 月 29 日至 2019 年 1 月 29 日期间,公司与中国农业银行厦门同安支行办理约定的各类业务所形成的债务及该保证合同签订前已形成的主合同项下未偿还的债务本金及其相应的利息、罚息、复利、费用等提供保证担保,担保的债务最高余额为 2,200.00 万元。截至 2019 年 12 月 31 日,该担保项下的债务已全部清偿,该担保合同已履行完毕。

2019 年 3 月 6 日,公司控股股东李宏泽与兴业银行股份有限公司厦门分行签订《最高额保证合同》(合同号:兴银厦同支额保字 2019016 号),为在 2019 年 3 月 6 日至 2019 年 12 月 31 日期间,公司与兴业银行股份有限公司厦门分行在主合同《融资总合同》(合同号:兴银厦同支融字 2019016 号)项下所形成的债务提供保证担保,担保的债务最高余额为 1,500.00 万元。截至 2019 年 12 月 31 日,该担保项下的债务已全部清偿,该担保合同已履行完毕。

2019 年 1 月 22 日,公司控股股东李宏泽与中国农业银行厦门同安支行签订《最高额保证合同》(合同号:831005201900000096),为在 2019 年 1 月 22 日至 2022 年 1 月 21 日期间,公司与中国农业银行厦门同安支行办理约定的各类业务所形成的债务及该保证合同签订前已形成的主合同项下未偿还的债务本金及其相应的利息、罚息、复利、费用等提供保证担保,担保的债务最高余额为 2,200.00 万元。截至 2019 年 12 月 31 日,该担保项下,公司的借款余额为 1,400.00 万元。

2019 年 8 月 14 日,公司控股股东李宏泽与中国农业银行厦门同安支行签订《最高额保证合同》(合同号:83100520190000668),为在 2019 年 8 月 14 日至 2022 年 8 月 13 日期间,公司与中国农业银行厦门同安支行办理约定的各类业

务所形成的债务及该保证合同签订前已形成的主合同项下未偿还的债务本金及其相应的利息、罚息、复利、费用等提供保证担保,担保的债务最高余额为3,000.00万元。截至2019年12月31日,该担保项下,公司的借款余额为200.00万元。

3、关联方资金拆借

在公司早期发展阶段,公司融资渠道有限。为了支持公司发展,缓解公司的资金压力,公司实际控制人李宏泽、李宏泗及其关联人吴媛媛、李宏权为公司提供个人资金借款,在2017年年初尚有余额1,656.80万元。

截至2018年末,公司已全部偿还对关联人的个人借款,并参照同期银行贷款利率,对关联人的个人借款计提利息。2017年和2018年的利息费用分别为69.21万元和54.27万元,已代扣代缴个人所得税。股份公司以来,公司未再与李宏泽、李宏泗及其关联人发生资金往来情形。

报告期内,公司向关联方借款并归还的具体情况如下:

单位:万元

关联方	2016-12-31	2017 年度		2017-12-31
	借款余额	借出金额	归还金额	借款余额
李宏泽	435.50	-	117.22	318.28
李宏泗	393.80	-	37.80	356.00
李宏权	582.50	-	95.00	487.50
吴媛媛	245.00	-	-	245.00
合计	1,656.80	-	250.02	1,406.78

单位:万元

关联方	2017-12-31	2018 年度		2018-12-31
	借款余额	借出金额	归还金额	借款余额
李宏泽	318.28	-	318.28	-
李宏泗	356.00	-	356.00	-
李宏权	487.50	-	487.50	-
吴媛媛	245.00	-	245.00	-
合计	1,406.78	-	1,406.78	-

4、偶发性关联交易对公司财务状况、经营成果和主营业务的影响

公司向关联方采购餐饮服务金额较小,未对公司造成重大不利影响。公司向

瑞艾思采购装修服务系公司经营所需,未对公司造成不利影响。为支持公司发展,缓解公司资金需求,控股股东李宏泽为公司向农行厦门同安支行的贷款提供担保,不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。公司与李宏泽、李宏泗、李宏权、吴媛媛的资金拆借主要系在有限公司阶段,公司需要资金周转,因此向上述人员借款,股份公司设立前,上述借款已清理完毕,未对公司造成重大不利影响。

综上,上述偶发性关联交易均未对公司主营业务造成重大不利影响。

(四) 关联方应收、应付款项余额

1、应收项目

报告期各期末,公司不存在应收关联方款项。

2、应付项目

报告期各期末,公司应付关联方款项余额情况如下:

单位:万元

项目名称	关联方	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付利息	李宏泽	-	-	19.16
	李宏泗	-	-	17.35
	李宏权	-	-	21.88
	吴媛媛	-	-	10.81
应付账款	瑞艾思	-	-	8.24
其他应付款	李宏泽	-	-	318.28
	李宏泗	-	-	356.00
	李宏权	-	-	487.50
	吴媛媛	-	-	245.00

十三、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

(一) 报告期内关联交易所履行的程序

自整体变更设立股份公司以来,公司根据《公司法》等法律、法规,相继制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》及《关联交易管理办法》,明确规定了关联交易应当履行的决策程序。股份公司设立后,公司按照相关规章制度对关联交易履行了必要的决策程序。

公司第一届董事会第二次会议审议、第一届监事会第二次会议审议通过《关于公司关联方为公司向金融机构贷款提供担保暨关联交易的议案》。公司第一届董事会第七次会议、第一届监事会第五次会议、2020 年第一次临时股东大会审议通过《关于对公司 2017 年、2018 年、2019 年发生的关联交易进行确认的议案》，对公司报告期内发生的关联交易进行了补充确认。

(二) 独立董事对报告期内关联交易的意见

针对报告期内的关联交易，公司独立董事审慎核查后发表意见如下：公司最近三年的关联交易事项遵循公平、自愿的原则，交易价格是按市场方式确定，定价公允合理，对公司持续经营能力、损益及资产状况无不良影响。关联交易事项合法、有效，公司独立性没有因其受到不利影响，不存在损害公司及其他股东（特别是中小股东）利益的情形，有利于公司的正常经营和健康发展。

十四、规范并减少关联交易的措施

1、为规范和减少关联交易，确保关联交易的公开、公平、公正，本公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》、《独立董事制度》等规章制度，对关联交易的决策权限、决策程序、回避表决制度进行了详细的规定，并赋予了独立董事监督关联交易是否公平、公正、公允的特别权利。

2、为了避免及规范关联交易，本公司控股股东李宏泽，共同实际控制人李宏泽、李宏泗，以及董事、监事、高级管理人员出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，具体情况如下：

(1) 控股股东、实际控制人关于减少和规范关联交易的承诺

“本人及本人关联方与公司之间不存在其他任何依照相关法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

本人已被告知、并知悉相关关联方的认定标准。

在本人作为公司控股股东/实际控制人期间，本人、本人的近亲属、本人及本人近亲属的下属或其他关联企业将尽量避免、减少与公司发生关联交易。如因客观情况导致关联交易无法避免的，本人、本人的近亲属、本人及本人近亲属的

下属或其他关联企业将严格遵守相关法律法规、中国证监会相关规定以及公司章程、《关联交易管理办法》等的规定,确保关联交易程序合法、价格公允,且不会损害公司及其他股东的利益。

本人承诺不利用作为公司控股股东或实际控制人的地位,损害公司及其他股东的合法利益。”

(2) 董事、监事、高级管理人员关于减少和规范关联交易的承诺

“本人及本人关联方与公司之间不存在其他任何依照相关法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

本人已被告知、并知悉相关关联方的认定标准。

在本人作为公司董事/监事/高级管理人员期间,本人、本人的近亲属、本人及本人近亲属的下属或其他关联企业将尽量避免、减少与公司发生关联交易。如因客观情况导致关联交易无法避免的,本人、本人的近亲属、本人及本人近亲属的下属或其他关联企业将严格遵守相关法律法规、中国证监会相关规定以及公司章程、《关联交易决策制度》等的规定,确保关联交易程序合法、价格公允,且不损害公司及其他股东的利益。

本人承诺不利用作为公司董事/监事/高级管理人员的地位,损害公司及其他股东的合法利益。”

十五、报告期内关联方的变化情况

报告期内,公司关联方的变化情况详解“第七节 公司治理与独立性”之“十一、关联方及关联关系”之“(九) 曾经存在关联关系的关联方”。

公司与曾经存在关联关系的关联方厦门市湖里区瑞贝咖餐厅、瑞艾思发生过关联交易,详见“第七节 公司治理与独立性”之“十二、关联交易”之“(三) 偶发性关联交易”之“1、关联采购”。公司董事长、总经理李宏泽的配偶吴媛媛曾经营厦门市湖里区瑞贝咖餐厅,2019年4月4日,该企业注销。公司曾持有瑞艾思51%的股权,2017年9月,公司将持有瑞艾思的股权转让给朱凯,并完成工商变更登记。公司将其持有瑞艾思51.00%的股权转让给朱凯后未再与瑞艾思发生交易。除此之外,公司与曾经存在的关联方均未发生关联交易。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本章的财务会计数据及有关分析反映了本公司及子公司最近三年经审计的财务报表及附注的主要内容。本节引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表，并以合并口径反映。

本公司提醒投资者，若欲对本公司的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策进行更详细的了解，应当认真阅读相关财务报告及审计报告全文。

在本节下文分析中，如有涉及同行业可比公司的对比分析，相关公司的选择原因及相关业务的可比程度参见本招股说明书之“第六节业务与技术”之“四、发行人在行业中的竞争地位”之“（六）发行人与同行业可比公司的比较情况”。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：			
货币资金	48,174,934.17	21,893,131.03	21,352,395.66
交易性金融资产	30,266,438.35		
应收账款	152,980,030.48	126,458,415.54	72,768,421.10
预付款项	924,740.22	725,637.87	1,345,272.20
其他应收款	6,739,825.18	5,068,247.07	7,100,949.67
存货	84,670,630.98	75,822,186.57	43,485,767.89
其他流动资产	4,718,405.54	1,433,992.83	797,244.00
流动资产合计	328,475,004.92	231,401,610.91	146,850,050.52
非流动资产：			
投资性房地产	1,692,946.44	1,840,722.48	1,988,498.52
固定资产	45,776,494.78	42,320,304.19	43,395,789.53
在建工程	2,246,706.16	101,000.00	-
无形资产	31,455,178.35	4,063,513.36	4,188,599.59
长期待摊费用	1,813,577.12	2,506,724.38	4,283,592.23

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
递延所得税资产	2,273,982.21	2,190,009.66	1,353,000.60
其他非流动资产	2,292,441.85	13,951,596.77	264,288.21
非流动资产合计	87,551,326.91	66,973,870.84	55,473,768.68
资产总计	416,026,331.83	298,375,481.75	202,323,819.20
流动负债:			
短期借款	16,022,160.86	28,641,250.57	14,016,916.67
应付账款	69,557,839.35	61,369,176.63	37,634,331.62
预收款项	7,982,378.40	10,700,121.21	5,082,788.44
应付职工薪酬	15,096,548.19	12,593,622.91	9,031,581.50
应交税费	9,403,505.28	8,993,693.52	6,465,152.18
其他应付款	9,472,420.51	10,699,980.92	26,387,596.95
其他流动负债	16,816,348.39	15,536,655.63	8,599,233.16
流动负债合计	144,351,200.98	148,534,501.39	107,217,600.52
非流动负债:			
递延所得税负债	39,965.75	-	-
非流动负债合计	39,965.75	-	-
负债合计	144,391,166.73	148,534,501.39	107,217,600.52
股本	65,532,300.00	60,000,000.00	9,000,000.00
资本公积	112,059,355.10	55,591,169.00	12,601,505.31
其他综合收益	-136,817.55	227,449.75	-4,397.67
盈余公积	8,902,119.49	3,289,556.10	4,500,000.00
未分配利润	85,881,959.16	31,221,013.84	69,824,040.54
归属于母公司股东权益合计	272,238,916.20	150,329,188.69	95,921,148.18
少数股东权益	-603,751.10	-488,208.33	-814,929.50
股东权益合计	271,635,165.10	149,840,980.36	95,106,218.68
负债和股东权益总计	416,026,331.83	298,375,481.75	202,323,819.20

(二) 合并利润表

单位: 元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	460,036,734.98	382,480,513.47	287,376,620.84
减: 营业成本	289,966,636.23	235,977,081.51	181,777,629.64
税金及附加	3,837,773.74	3,105,520.28	2,572,554.39

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用	39,907,118.17	32,455,169.63	24,211,935.15
管理费用	33,105,527.73	33,059,294.25	40,299,957.44
研发费用	24,246,960.40	16,239,865.50	10,452,821.91
财务费用	382,455.43	482,006.82	1,820,185.95
加：其他收益	7,313,486.59	2,971,972.71	1,917,862.20
投资收益	-	-	-255,000.00
公允价值变动收益	266,438.35	-	-
信用减值损失	-2,314,781.66	-	-
资产减值损失	-4,433,442.86	-6,177,524.28	-4,609,079.61
资产处置收益	33,089.88	-726,334.50	1,327.94
二、营业利润(损失以“-”号填列)	69,455,053.58	57,229,689.41	23,296,646.89
加：营业外收入	1,006,300.00	-	504,779.00
减：营业外支出	423,132.72	257,216.28	541,432.20
三、利润总额(损失以“-”号填列)	70,038,220.86	56,972,473.13	23,259,993.69
减：所得税费用	9,214,460.12	8,292,588.13	5,831,488.83
四、净利润(损失以“-”号填列)	60,823,760.74	48,679,885.00	17,428,504.86
(一) 按经营持续性分类：			
其中：持续经营净利润(净亏损以“-”号填列)	60,823,760.74	48,679,885.00	17,428,504.86
终止经营净利润(净亏损以“-”号填列)	-	-	-
(二) 按所有权归属分类：			
其中：归属于母公司所有者的净利润	60,273,508.71	47,926,193.09	17,114,137.05
少数股东损益	550,252.03	753,691.91	314,367.81
五、其他综合收益的税后净额	-364,267.30	231,847.42	-187,114.99
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-364,267.30	231,847.42	-187,114.99
(一) 不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1、重新计量设定受益计划变动额	-	-	-
2、权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-
3、其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-
4、企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-
(二) 将重分类进损益的其他综合收益	-364,267.30	231,847.42	-187,114.99

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1、权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-
2、可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
3、持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-
4、其他债权投资公允价值变动	-	-	-
5、金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-
6、其他债权投资信用减值准备	-	-	-
7、现金流量套期准备	-	-	-
8、外币财务报表折算差额	-364,267.30	231,847.42	-187,114.99
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	60,459,493.44	48,911,732.42	17,241,389.87
归属于母公司所有者的综合收益总额	59,909,241.41	48,158,040.51	16,927,022.06
归属于少数股东的综合收益总额	550,252.03	753,691.91	314,367.81
七、每股收益			
(一) 基本每股收益	0.98	0.80	0.29
(二) 稀释每股收益	0.98	0.80	0.29

(三) 合并现金流量表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 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	474,912,858.45	374,418,802.14	292,589,797.31
收到的税费返还	5,477,120.16	8,907,297.80	5,333,496.05
收到其他与经营活动有关的现金	18,728,158.98	4,244,068.75	8,213,464.92
经营活动现金流入小计	499,118,137.59	387,570,168.69	306,136,758.28
购买商品、接受劳务支付的现金	267,397,363.18	212,938,922.97	163,176,354.94
支付给职工以及为职工支付的现金	103,536,357.79	86,311,487.38	62,804,859.80
支付的各项税费	29,831,218.92	23,107,281.60	16,047,683.53
支付其他与经营活动有关的现金	60,807,607.81	59,357,600.34	43,986,438.49
经营活动现金流出小计	461,572,547.70	381,715,292.29	286,015,336.76
经营活动产生的现金流量净额	37,545,589.89	5,854,876.40	20,121,421.52
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	-

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
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	94,792.04	392,887.58	44,126.21
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	94,792.04	392,887.58	44,126.21
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	28,787,202.60	10,456,041.18	10,440,193.57
投资支付的现金	30,000,000.00	-	1,700,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	58,787,202.60	10,456,041.18	12,140,193.57
投资活动产生的现金流量净额	-58,692,410.56	-10,063,153.60	-12,096,067.36
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	62,000,486.10	7,040,958.46	-
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	853,644.60	-
取得借款收到的现金	24,000,000.00	37,700,000.00	23,700,000.00
筹资活动现金流入小计	86,000,486.10	44,740,958.46	23,700,000.00
偿还债务支付的现金	36,600,000.00	37,167,827.71	19,500,172.29
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,013,719.65	3,755,017.18	1,207,669.11
其中：子公司支付少数股东的现金股利	702,370.80	1,414,605.05	545,883.03
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	38,613,719.65	40,922,844.89	20,707,841.40
筹资活动产生的现金流量净额	47,386,766.45	3,818,113.57	2,992,158.60
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	41,857.36	930,899.00	-401,878.07
五、现金及现金等价物净增加额	26,281,803.14	540,735.37	10,615,634.69
加：期初现金及现金等价物余额	21,893,131.03	21,352,395.66	10,736,760.97
六、期末现金及现金等价物余额	48,174,934.17	21,893,131.03	21,352,395.66

二、审计意见、关键审计事项和重要性水平

(一) 审计意见

大华会计师事务所(特殊普通合伙)对公司截至2017年12月31日、2018年12月31日及2019年12月31日的合并及母公司资产负债表,2017年度、2018年度及2019年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及合并及母公司股东权益变动表和财务报表附注进行了审计,并出具了标准无保留意见的审计报告(大华审字[2020]009676号),认为公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制,公允反映了公司2017年12月31日、2018年12月31日及2019年12月31日的财务状况以及2017年度、2018年度及2019年度的经营成果和现金流量。

(二) 关键审计事项

关键审计事项是大华所根据职业判断,认为分别对2019年度、2018年度、2017年度期间财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景,大华所不对这些事项单独发表意见。

大华所在审计中识别出的关键审计事项汇总如下:

收入确认

1、事项描述

关键审计事项适用的会计年度:2019年度、2018年度及2017年度。

由于收入金额重大且为关键业绩指标,从而存在管理层为达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险,大华所将收入确认识别为关键审计事项。

2、审计应对

在2019年度、2018年度及2017年度财务报表审计中,大华所针对收入确认实施的重要审计程序包括:

(1) 了解管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计,并测试其运行的有效性;

(2) 通过审阅销售合同与收入确认相关的主要条款,与管理层的沟通,评价收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求;

(3) 对收入和成本执行分析程序,包括:本期收入季度间波动较去年同期对比分析,各类产品收入、成本、毛利率与上期比较分析等;

(4) 针对不同业务收入进行抽样测试,了解业务情况,核对销售合同、收入确认支持性文件,抽查销售合同或订单、出库单、物流单据和报关单、销售发票等与收入确认相关单据,结合函证程序以确认收入的真实性;

(5) 针对资产负债表日前后确认的销售收入执行抽样测试,以评估销售收入是否在恰当的期间确认。

根据已执行的审计工作,大华所认为,上特展示的收入确认符合会计政策及企业会计准则的规定,与大华所取得的审计证据是一致的。

(三) 重要性水平

公司根据所处环境和实际情况,从业务的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在性质方面,公司会评估业务是否属于经常性业务,是否会对公司报告期及未来的财务状况、经营成果和现金流量构成重大影响等因素。在评价金额大小的重要性时,公司选择的基准包括经常性业务的税前利润指标。公司在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平计算值为税前利润的 5%,实际执行的重要性水平为计算值的 50%。

三、影响未来盈利(经营)能力或财务状况的主要因素

(一) 影响收入的主要因素

影响公司收入的因素主要为市场需求、市场地位、公司的综合服务能力以及客户开发能力。

1、市场需求

发行人系行业领先的商业终端展示一体化服务商,致力于为全球知名品牌提供定制化、数字化、智能化的零售门店展示产品和服务,范围涵盖创意设计、道具研发、规模化生产及安装售后等。商业终端展示行业的发展主要依赖于零售业

的发展需要,特别是以连锁终端实体店形式出现的零售业态对商业终端展示行业的发展起到了重要的推动作用。

公司服务的品牌客户涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等众多细分领域:①运动服饰是公司重点服务的下游行业之一,根据国信证券经济研究所数据,2018年我国运动品牌市场规模达到2,357亿元,过去5年复合增速达到12.8%,在国内总体服饰渗透率仅达10.64%,规模与渗透率较发达国家存在较大的上升空间;②零售百货包括购物中心、传统百货商场、超市、便利店、专业连锁零售店等各类实体零售业态,公司下游客户包括专卖店如屈臣氏、DUFY 免税集团和大型购物中心 FUTURE GROUP 等,在经历了电商冲击之后,零售百货行业亦开启了转型升级之路,过去5年中国百货零售行业销售规模逐年增长;③时尚品牌包括潮流服饰、奢侈品牌服饰、时尚珠宝品牌等,公司下游客户主要为快尚时装集团、绫致时装、宝姿集团、TOUS 等品牌客户,对应的终端消费市场规模较大,公司在该细分行业的市场占有率尚较低,随着公司在该领域的深耕,未来仍有较大发展空间;④其他品牌主要包括休闲食品、化妆品等众多行业客户,伴随公司持续培育与拓展,对其他行业的收入规模有望持续扩大。

2、市场地位

整体而言,商业终端展示行业内参与企业众多,但企业规模普遍较小,服务水平参差不齐,致使该行业集中度较低,具有较强综合服务能力的终端展示一体化服务商在激烈的竞争中具有较强的竞争优势,容易在中高端应用领域中占有一席之地。公司在商业终端展示领域深耕多年,获得了客户的一致认可,在业内树立了良好的口碑并积累了优质的客户资源,现已发展成为业内领先企业之一。

3、公司综合服务能力

公司凭借强大的研发设计能力、优秀的制造工艺、精益化的管理能力,以设计引领制造,能够在较短的时间内为客户提供专业化设计、规模化生产、快速交货和配送安装等一体化服务,形成了较强的一体化综合服务能力。公司综合服务能力的持续提升系获得客户认可和订单的重要保障。

4、客户开发能力

公司具有较强的客户开发能力。多年以来,公司始终坚持以专业设计为驱动,以高品质产品为依托,以快速响应服务为保证,结合国内外行业资源,为客户提供个性化的商业终端展示服务。随着客户对公司服务能力的愈加认可,公司在行业内的知名度逐步提升,公司的客户开发能力越来越强,公司服务的客户品牌越来越多,逐渐成长为商业终端展示行业的领先者。公司在中高端品牌客户中形成的良好产品口碑、服务口碑和品牌示范效应,已成为在市场开拓过程中的核心优势。公司凭借为中高端客户提供优质服务 and 产品的经验,能够快速开拓新市场、不断拓展客户群体,为进一步提升经营规模和盈利能力提供有力保障。

报告期内,受下游市场需求的驱动,公司运动品牌展示产品分别实现销售收入 8,925.79 万元、16,685.50 万元和 25,260.77 万元,年复合增长率达 68.23%,其中对安踏集团实现的销售收入分别 8,337.11 万元、15,534.09 万元和 19,064.39 万元,年复合增长率达 51.22%。同时,随着公司的综合服务能力愈加得到客户的认可,公司的市场地位、知名度逐渐提升,公司客户开发能力也越来越强,报告期内,公司相继开发了阿迪达斯集团、DUFY 免税集团、绫致时装、斯凯奇、亚瑟士、爱慕、TOUS、妍丽、良品铺子等新客户。上述客户在报告期内实现的销售收入分别为 546.01 万元、2,847.63 万元和 10,590.66 万元,占主营业务收入的比例分别为 1.91%、7.47%和 23.13%。

综上,公司凭借较强综合服务能力和客户开发能力,持续为品牌客户提供优质产品和服务,满足客户不断增长的需求,市场地位进一步提升,将对公司未来盈利(经营)能力或财务状况带来积极影响。

(二) 影响成本的主要因素

影响公司产品成本的因素主要是客户的定制化需求和原材料的价格波动。首先,公司的产品定制化程度较高,不同客户对产品的材质、形状、规格、工艺等的要求均不相同,致使不同客户的同类产品成本差异较大。其次,公司产品成本主要由钢材、木材及五金电器等原材料成本以及人工成本和制造费用构成,其中材料占产品成本的比例较高,因此,原材料的价格波动是影响公司产品成本的主要因素。但公司采购的原材料品类较多,单项原材料采购金额占比相对较低,单

项原材料的价格波动不会对公司产品成本造成重大不利影响。报告期内,公司主要原材料采购价格相对平稳。

(三) 影响期间费用的主要因素

报告期内,公司期间费用占营业收入的比例分别为 26.72%、21.51%和 21.22%,总体保持稳定,期间费用主要以销售费用、管理费用、和研发费用为主。从具体明细构成看,销售费用主要受职工薪酬、运输港杂费、安装及销售服务费用影响,管理费用和研发费用主要受职工薪酬影响。公司根据业务规模的发展情况,保持持续的人力资源投入,以保证公司的可持续发展。员工薪酬主要受社会平均薪酬的变动、通货膨胀的影响、行业专业人员供给的变化等影响。

(四) 影响盈利的主要因素

报告期内,影响发行人盈利水平的主要是主营业务毛利率,而主营业务毛率主要受产品毛利率和产品结构的影响。产品毛利率又主要受下游客户的经营状况、客户对产品的定制化需求、出口退税等因素的影响。报告期内,发行人主营业务毛利率分别为 36.78%、38.29%和 37.02%,较为稳定。

四、报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

(一) 财务报表的编制基础

公司根据实际发生的交易和事项,按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体企业会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定(以下合称“企业会计准则”)进行确认和计量,在此基础上,结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》(2014 年修订)的规定,编制财务报表。

(二) 合并财务报表范围及变化情况

1、纳入合并报表的子公司

子公司名称	子公司类型	级次	持股比例	表决权比例
厦门上智一品科技有限公司	全资子公司	一级	100.00%	100.00%
上腾(厦门)商用家具有限公司	全资子公司	一级	100.00%	100.00%
厦门上研展示科技有限公司	全资子公司	一级	100.00%	100.00%

子公司名称	子公司类型	级次	持股比例	表决权比例
上特展示道具(上海)有限公司	全资子公司	一级	100.00%	100.00%
上特(福建)展示科技有限公司	全资子公司	一级	100.00%	100.00%
RIS SINGAPORE PTE. LTD. ^注	控股子公司	一级	90.00%	90.00%
RIS HONG KONG LIMITED	控股子公司	一级	57.00%	57.00%
SUNTOP EUROPE LIMITED	控股子公司	一级	70.00%	70.00%

注:报告期内,公司对 RIS SINGAPORE PTE. LTD.的持股比例为 57%,2020 年公司收购少数股东权益,对其持股比例变更为 90%。

2、合并报表范围变化、原因及影响

报告期纳入合并财务报表范围的主体增加 2 户,其中:

名称	变更原因
上特展示道具(上海)有限公司	2017 年 3 月 17 日新设子公司
上特(福建)展示科技有限公司	2018 年 6 月 22 日新设子公司

五、报告期内主要会计政策和会计估计方法

(一) 遵循企业会计准则的声明

公司申报财务报表符合企业会计准则的要求,真实、完整地反映了公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度的合并及公司经营成果和合并及公司现金流量等有关信息。

(二) 会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。

(三) 营业周期

本公司的营业周期为 12 个月。

(四) 记账本位币

采用人民币为记账本位币。

境外子公司以其经营所处的主要经济环境中的货币为记账本位币,编制财务报表时折算为人民币。

(五) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、分步实现企业合并过程中的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理

- (1) 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- (2) 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- (3) 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- (4) 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

2、同一控制下企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

如果存在或有对价并需要确认预计负债或资产，该预计负债或资产金额与后续或有对价结算金额的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足的，调整留存收益。

对于通过多次交易最终实现企业合并的，属于一揽子交易的，将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，在取得控制权日，长期股权投资初始投资成本，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。对于合并日之前持有的股权投资，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的所有者权益其他变动，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时转入当期损益。

3、非同一控制下企业合并

购买日是指本公司实际取得对被购买方控制权的日期,即被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给本公司的日期。同时满足下列条件时,本公司一般认为实现了控制权的转移:

- (1) 企业合并合同或协议已获本公司内部权力机构通过。
- (2) 企业合并事项需要经过国家有关主管部门审批的,已获得批准。
- (3) 已办理了必要的财产权转移手续。
- (4) 本公司已支付了合并价款的大部分,并且有能力、有计划支付剩余款项。
- (5) 本公司实际上已经控制了被购买方的财务和经营政策,并享有相应的利益、承担相应的风险。

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量,公允价值与其账面价值的差额,计入当期损益。

本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额,确认为商誉;合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额,经复核后,计入当期损益。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并,属于一揽子交易的,将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,合并日之前持有的股权投资采用权益法核算的,以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和,作为该项投资的初始投资成本;购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益,在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。合并日之前持有的股权投资采用金融工具确认和计量准则核算的,以该股权投资在合并日的公允价值加上新增投资成本之和,作为合并日的初始投资成本。原持有股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应全部转入合并日当期的投资收益。

4、为合并发生的相关费用

为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他直接相关

费用,于发生时计入当期损益;为企业合并而发行权益性证券的交易费用,可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

(六) 合并财务报表的编制方法

1、合并报表编制范围

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定,所有子公司(包括本公司所控制的单独主体)均纳入合并财务报表。

2、合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础,根据其他有关资料,编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表,将整个企业集团视为一个会计主体,依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求,按照统一的会计政策,反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致,如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的,在编制合并财务报表时,按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

合并财务报表时抵销本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并股东权益变动表的影响。如果站在企业集团合并财务报表角度与以本公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时,从企业集团的角度对该交易予以调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额,冲减少数股东权益。

对于同一控制下企业合并取得的子公司,以其资产、负债(包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉)在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司,以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

(1) 增加子公司或业务

在报告期内,若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的,则调整合并资产负债表的期初数;将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表;将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表,同时对比较报表的相关项目进行调整,视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的,视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资,在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动,分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内,若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的,则不调整合并资产负债表期初数;将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表;该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的,对于购买日之前持有的被购买方的股权,本公司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以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的,与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益,由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

(2) 处置子公司或业务

①一般处理方法

在报告期内,本公司处置子公司或业务,则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表;该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时,对于处置后的剩余股权投资,本公司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与商誉之和的差额,计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动,在丧失控制权时转为当期投资收益,由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

②分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的,处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况,通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理:

- A.这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的;
- B.这些交易整体才能达成一项完整的商业结果;
- C.一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生;
- D.一项交易单独看是不经济的,但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的,本公司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。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的,在丧失控制权之前,按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理;在丧失控制权时,按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

(3) 购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算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

合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

(4) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的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，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

(七) 现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（一般从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

(八) 外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币业务交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率折合成人民币记账。

资产负债表日，外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额作为公允价值变动损益计入当期损益。如属于可供出售外币非货币性项目的，形成的汇兑差额计入其他综合收益。

2、外币财务报表的折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的当期平均汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额计入其他综合收益。

处置境外经营时,将资产负债表中其他综合收益项目中列示的、与该境外经营相关的外币财务报表折算差额,自其他综合收益项目转入处置当期损益;在处置部分股权投资或其他原因导致持有境外经营权益比例降低但不丧失对境外经营控制权时,与该境外经营处置部分相关的外币报表折算差额将归属于少数股东权益,不转入当期损益。在处置境外经营为联营企业或合营企业的部分股权时,与该境外经营相关的外币报表折算差额,按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

(九) 金融工具(适用 2018 年 12 月 31 日之前)

金融工具是指形成一个企业的金融资产,并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式,结合取得持有金融资产和承担金融负债的目的,在初始确认时将金融资产和金融负债分为不同类别:应收款项;可供出售金融资产等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(金融负债)

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债,包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

交易性金融资产或金融负债是指满足下列条件之一的金融资产或金融负债:

①取得该金融资产或金融负债的目的是为了在短期内出售、回购或赎回;

②属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分,且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理;

③属于衍生金融工具,但是被指定为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与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挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

只有符合以下条件之一，金融资产或金融负债才可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入损益的金融资产或金融负债：

①该项指定可以消除或明显减少由于金融资产或金融负债的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；

①风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融资产组合、该金融负债组合、或该金融资产和金融负债组合，以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；

③包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中分拆；

④包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。

本公司对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，在取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。

本公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的债权（不包括在活跃市场上有报价的债务工具），包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

(3) 持有至到期投资

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生性金融资产。

本公司对持有至到期投资，在取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

如果持有至到期投资处置或重分类为其他类金融资产的金额，相对于本公司全部持有至到期投资在出售或重分类前的总额较大，在处置或重分类后应即将其剩余的持有至到期投资重分类为可供出售金融资产；重分类日，该投资的账面价值与其公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。但是，遇到下列情况可以除外：

①出售日或重分类日距离该项投资到期日或赎回日较近(如到期前三个月内)，且市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响。

②根据合同约定的偿付方式，企业已收回几乎所有初始本金。

③出售或重分类是由于企业无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事件所引起。

(4) 可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除其他金融资产类别以外的金融资产。

本公司对可供出售金融资产，在取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。可供出售金融资产的公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，直接计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款

与该金融资产账面价值之间的差额,计入投资损益;同时,将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出,计入投资损益。

本公司对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。

(5) 其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时,如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方,则终止确认该金融资产;如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的,则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时,采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的,将下列两项金额的差额计入当期损益:

(1) 所转移金融资产的账面价值;

(2) 因转移而收到的对价,与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额(涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形)之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的,将所转移金融资产整体的账面价值,在终止确认部分和未终止确认部分之间,按照各自的相对公允价值进行分摊,并将下列两项金额的差额计入当期损益:

(1) 终止确认部分的账面价值;

(2) 终止确认部分的对价,与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额(涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形)之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的,继续确认该金融资产,所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的,则终止确认该金融负债或其一部分;本公司若与债权人签定协议,以承担新金融负债方式替换现存金融负债,且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的,则终止确认现存金融负债,并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的,则终止确认现存金融负债或其一部分,同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时,终止确认的金融负债账面价值与支付对价(包括转出的非现金资产或承担的新金融负债)之间的差额,计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的,在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值,将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价(包括转出的非现金资产或承担的新金融负债)之间的差额,计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债,以活跃市场的报价确定其公允价值;活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价,且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债,以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

不存在活跃市场的金融资产或金融负债,采用估值技术确定其公允价值。在估值时,本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术,选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值,并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下,使用不可观察输入值。

6、金融资产(不含应收款项)减值准备计提

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。

金融资产发生减值的客观证据,包括但不限于:

- (1) 发行方或债务人发生严重财务困难;
- (2) 债务人违反了合同条款,如偿付利息或本金发生违约或逾期等;
- (3) 债权人出于经济或法律等方面因素的考虑,对发生财务困难的债务人作出让步;
- (4) 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组;
- (5) 因发行方发生重大财务困难,该金融资产无法在活跃市场继续交易;
- (6) 无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少,但根据公开的数据对其进行总体评价后发现,该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量,如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化,或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等;
- (7) 权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化,使权益工具投资人可能无法收回投资成本;

- (8) 权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌;

金融资产的具体减值方法如下:

- (1) 可供出售金融资产的减值准备

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查,若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50% (含 50%) 或低于其成本持续时间超过一年 (含一年) 的,则表明其发生减值;若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20% (含 20%) 但尚未达到 50% 的,本公司会综合考虑其他相关因素诸如价格波动率等,判断该权益工具投资是否发生减值。

上段所述成本按照可供出售权益工具投资的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、原已计入损益的减值损失确定；不存在活跃市场的可供出售权益工具投资的公允价值，按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值确定；在活跃市场有报价的可供出售权益工具投资的公允价值根据证券交易所期末收盘价确定，除非该项可供出售权益工具投资存在限售期。对于存在限售期的可供出售权益工具投资，按照证券交易所期末收盘价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该权益工具的风险而要求获得的补偿金额后确定。

可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，本公司将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失从其他综合收益转出，计入当期损益。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊余金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回计入当期损益；对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时通过权益转回；但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

(2) 持有至到期投资的减值准备

对于持有至到期投资，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回，计入当期损益，但该转回的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

(1) 本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

(2) 本公司计划以净额结算, 或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

(十) 金融工具(自 2019 年 1 月 1 日起适用)

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

实际利率法是指计算金融资产或金融负债的摊余成本以及将利息收入或利息费用分摊计入各会计期间的方法。

实际利率, 是指将金融资产或金融负债在预计存续期的估计未来现金流量, 折现为该金融资产账面余额或该金融负债摊余成本所使用的利率。在确定实际利率时, 在考虑金融资产或金融负债所有合同条款(如提前还款、展期、看涨期权或其他类似期权等)的基础上估计预期现金流量, 但不考虑预期信用损失。

金融资产或金融负债的摊余成本是以该金融资产或金融负债的初始确认金额扣除已偿还的本金, 加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额, 再扣除累计计提的损失准备(仅适用于金融资产)。

1、金融资产分类和计量

本公司根据所管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征, 将金融资产划分为以下三类:

- (1) 以摊余成本计量的金融资产。
- (2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。
- (3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量, 但是因销售商品或提供服务等产生的应收账款或应收票据未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的, 按照交易价格进行初始计量。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产, 相关交易费用直接计入当期损益, 其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类, 当且仅当本公司改变管理金融资产的业务模式时, 才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

(1) 分类为以摊余成本计量的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付,且管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标,则本公司将该金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产。本公司分类为以摊余成本计量的金融资产包括货币资金、应收票据及应收账款、其他应收款等。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入,按摊余成本进行后续计量,其发生减值时或终止确认、修改产生的利得或损失,计入当期损益。除下列情况外,本公司根据金融资产账面余额乘以实际利率计算确定利息收入:

①对于购入或源生的已发生信用减值的金融资产,本公司自初始确认起,按照该金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定其利息收入。

②对于购入或源生的未发生信用减值、但在后续期间成为已发生信用减值的金融资产,本公司在后续期间,按照该金融资产的摊余成本和实际利率计算确定其利息收入。若该金融工具在后续期间因其信用风险有所改善而不再存在信用减值,本公司转按实际利率乘以该金融资产账面余额来计算确定利息收入。

(2) 分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付,且管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标,则本公司将该金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外,其余公允价值变动计入其他综合收益。当该金融资产终止确认时,之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出,计入当期损益。

以公允价值计量且变动计入其他综合收益的应收票据及应收账款列报为应收款项融资,其他此类金融资产列报为其他债权投资,其中:自资产负债表日起一年内到期的其他债权投资列报为一年内到期的非流动资产,原到期日在一年以内的其他债权投资列报为其他流动资产。

(3) 指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

在初始确认时,本公司可以单项金融资产为基础不可撤销地将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

此类金融资产的公允价值变动计入其他综合收益,不需计提减值准备。该金融资产终止确认时,之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出,计入留存收益。本公司持有该权益工具投资期间,在本公司收取股利的权利已经确立,与股利相关的经济利益很可能流入本公司,且股利的金额能够可靠计量时,确认股利收入并计入当期损益。本公司对此类金融资产在其他权益工具投资项目下列报。

权益工具投资满足下列条件之一的,属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产:取得该金融资产的目的主要是为了近期出售;初始确认时属于集中管理的可辨认金融资产工具组合的一部分,且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式;属于衍生工具(符合财务担保合同定义的以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外)。

(4) 分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

不符合分类为以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产条件、亦不指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产均分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量,将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

(5) 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

在初始确认时,本公司为了消除或显著减少会计错配,可以单项金融资产为基础不可撤销地将金融资产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。

混合合同包含一项或多项嵌入衍生工具,且其主合同不属于以上金融资产的,本公司可以将其整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融工具。但下列情况除外:

①嵌入衍生工具不会对混合合同的现金流量产生重大改变。

②在初次确定类似的混合合同是否需要分拆时,几乎不需分析就能明确其包含的嵌入衍生工具不应分拆。如嵌入贷款的提前还款权,允许持有人以接近摊余成本的金额提前偿还贷款,该提前还款权不需要分拆。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量,将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

2、金融负债分类和计量

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式,结合金融负债和权益工具的定义,在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。金融负债在初始确认时分类为:以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债、被指定为有效套期工具的衍生工具。

金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,相关的交易费用直接计入当期损益;对于其他类别的金融负债,相关交易费用计入初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类:

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债(含属于金融负债的衍生工具)和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。

满足下列条件之一的,属于交易性金融负债:承担相关金融负债的目的主要是为了在近期内出售或回购;属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分,且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式模式;属于衍生工具,但是,被指定

且为有效套期工具的衍生工具、符合财务担保合同的衍生工具除外。交易性金融负债(含属于金融负债的衍生工具),按照公允价值进行后续计量,除与套期会计有关外,所有公允价值变动均计入当期损益。

在初始确认时,为了提供更相关的会计信息,本公司将满足下列条件之一的金融负债不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债:

①能够消除或显著减少会计错配。

②根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略,以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价,并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

本公司对此类金融负债采用公允价值进行后续计量,除由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益之外,其他公允价值变动计入当期损益。除非由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配,本公司将所有公允价值变动(包括自身信用风险变动的影响金额)计入当期损益。

(2) 其他金融负债

除下列各项外,公司将金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债,对此类金融负债采用实际利率法,按照摊余成本进行后续计量,终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益:

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债。

③不属于本条前两类情形的财务担保合同,以及不属于本条第1)类情形的以低于市场利率贷款的贷款承诺。

财务担保合同是指当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时,要求发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。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,在

初始确认后按照损失准备金额以及初始确认金额扣除担保期内的累计摊销额后的余额孰高进行计量。

3. 金融资产和金融负债的终止确认

(1) 金融资产满足下列条件之一的，终止确认金融资产，即从其账户和资产负债表内予以转销：

- ①收取该金融资产现金流量的合同权利终止。
- ②该金融资产已转移，且该转移满足金融资产终止确认的规定。

(2) 金融负债终止确认条件

金融负债(或其一部分)的现时义务已经解除的，则终止确认该金融负债(或该部分金融负债)。

本公司与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，或对原金融负债(或其一部分)的合同条款做出实质性修改的，则终止确认原金融负债，同时确认一项新金融负债，账面价值与支付的对价(包括转出的非现金资产或承担的负债)之间的差额，计入当期损益。

本公司回购金融负债一部分的，按照继续确认部分和终止确认部分在回购日各自的公允价值占整体公允价值的比例，对该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价(包括转出的非现金资产或承担的负债)之间的差额，应当计入当期损益。

4. 金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司在发生金融资产转移时，评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：

(1) 转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

(2) 保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则继续确认该金融资产。

(3) 既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的(即除本条(1)、(2)之外的其他情形), 则根据其是否保留了对金融资产的控制, 分别下列情形处理:

①未保留对该金融资产控制的, 则终止确认该金融资产, 并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

②保留了对该金融资产控制的, 则按照其继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产, 并相应确认相关负债。继续涉入被转移金融资产的程度, 是指本公司承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时, 采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

(1) 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被转移金融资产在终止确认日的账面价值。

②因转移金融资产而收到的对价, 与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额(涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产)之和。

(2) 金融资产部分转移且该被转移部分整体满足终止确认条件的, 将转移前金融资产整体的账面价值, 在终止确认部分和继续确认部分(在此种情形下, 所保留的服务资产应当视同继续确认金融资产的一部分)之间, 按照转移日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终止确认部分在终止确认日的账面价值。

②终止确认部分收到的对价, 与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额(涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产)之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的, 继续确认该金融资产, 所收到的对价确认为一项金融负债。

5. 金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值，除非该项金融资产存在针对资产本身的限售期。对于针对资产本身的限售的金融资产，按照活跃市场的报价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该金融资产的风险而要求获得的补偿金额后确定。活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

6. 金融工具减值

本公司以预期信用损失为基础，对分类为以摊余成本计量的金融资产、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及财务担保合同，进行减值会计处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对由收入准则规范的交易形成的应收款项，本公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。在每个资产负债表日，将整个存续期内预期信用损失的变动金额作为减值损失或利得计入当期损

益。即使该资产负债表日确定的整个存续期内预期信用损失小于初始确认时估计现金流量所反映的预期信用损失的金额,也将预期信用损失的有利变动确认为减值利得。

除上述采用简化计量方法和购买或源生的已发生信用减值以外的其他金融资产,本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加,并按照下列情形分别计量其损失准备、确认预期信用损失及其变动:

(1) 如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加,处于第一阶段,则按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备,并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

(2) 如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的,处于第二阶段,则按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备,并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

(3) 如果该金融工具自初始确认后已经发生信用减值的,处于第三阶段,本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备,并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。

金融工具信用损失准备的增加或转回金额,作为减值损失或利得计入当期损益。除分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外,信用损失准备抵减金融资产的账面余额。对于分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产,本公司在其他综合收益中确认其信用损失准备,不减少该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

本公司在上一会计期间已经按照相当于金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量了损失准备,但在当期资产负债表日,该金融工具已不再属于自初始确认后信用风险显著增加的情形的,本公司在当期资产负债表日按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量该金融工具的损失准备,由此形成的损失准备的转回金额作为减值利得计入当期损益。

(1) 信用风险显著增加

本公司利用可获得的合理且有依据的前瞻性信息,通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险,以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。对于财务担保合同,本公司在应用金融工具减值规定时,将本公司成为做出不可撤销承诺的一方之日作为初始确认日。

本公司在评估信用风险是否显著增加时会考虑如下因素:

- ①债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化;
- ②债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化;
- ③作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化,这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率;
- ④债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化;
- ⑤本公司对金融工具信用管理方法是否发生变化等。

于资产负债表日,若本公司判断金融工具只具有较低的信用风险,则本公司假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。如果金融工具的违约风险较低,借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强,并且即使较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化,但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力,则该金融工具被视为具有较低的信用风险。

(2) 已发生信用减值的金融资产

当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时,该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息:

- ①发行方或债务人发生重大财务困难;
- ②债务人违反合同,如偿付利息或本金违约或逾期等;
- ③债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑,给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步;
- ④债务人很可能破产或进行其他财务重组;

⑤发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失;

⑥以大幅折扣购买或源生一项金融资产,该折扣反映了发生信用损失的事实。

金融资产发生信用减值,有可能是多个事件的共同作用所致,未必是可单独识别的事件所致。

(3) 预期信用损失的确定

本公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失,在评估预期信用损失时,考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

本公司以共同信用风险特征为依据,将金融工具分为不同组合。本公司采用的共同信用风险特征包括:金融工具类型、信用风险评级、账龄组合、逾期账龄组合、合同结算周期、债务人所处行业等。相关金融工具的单项评估标准和组合信用风险特征详见相关金融工具的会计政策。

本公司按照下列方法确定相关金融工具的预期信用损失:

①对于金融资产,信用损失为本公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值。

②对于财务担保合同,信用损失为本公司就该合同持有人发生的信用损失向其做出赔付的预计付款额,减去本公司预期向该合同持有人、债务人或任何其他方收取的金额之间差额的现值。

③对于资产负债表日已发生信用减值但并非购买或源生已发生信用减值的金融资产,信用损失为该金融资产账面余额与按原实际利率折现的估计未来现金流量的现值之间的差额。

本公司计量金融工具预期信用损失的方法反映的因素包括:通过评价一系列可能的结果而确定的无偏概率加权平均金额;货币时间价值;在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

(4) 减记金融资产

当本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的,直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。

7. 金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示,没有相互抵销。但是,同时满足下列条件的,以相互抵销后的净额在资产负债表内列示:

(1) 本公司具有抵销已确认金额的法定权利,且该种法定权利是当前可执行的;

(2) 本公司计划以净额结算,或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

(十一) 应收款项(适用 2018 年 12 月 31 日之前)

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准:占应收款项余额 10%以上且金额在 500.00 万元以上。

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法:单独进行减值测试,按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备,计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项,将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款

(1) 信用风险特征组合的确定依据

对于单项金额不重大的应收款项,与经单独测试后未减值的单项金额重大的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合,根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础,结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定组合的依据:

组合名称	计提方法	确定组合的依据
并表关联方组合	单项计提坏账准备	除资不抵债、严重亏损等需要单独计提坏账准备的关联方外,纳入合并范围的关联方组合
账龄分析法组合	账龄分析法	包括除上述组合之外的应收款项,本公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计,参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类

(2) 根据信用风险特征组合确定的计提方法

采用账龄分析法计提坏账准备的:

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1年以内	5.00	5.00
1—2年	10.00	10.00
2—3年	30.00	30.00
3年以上	100.00	100.00

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为:存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为:根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

4、其他计提方法说明

公司与其他单位的往来计提的应收利息采用账龄分析法计提坏账准备,计提比例参照其他应收款。

(十二) 应收款项(自2019年1月1日起适用)

本公司对应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见本节之“五、报告期内主要会计政策和会计估计方法”之“(十)金融工具”。

本公司对单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值的应收账款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时,本公司参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的判断,依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合,在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下:

组合名称	确定组合的依据	计提方法
组合一:账龄组合	账龄状态	按账龄与整个存续期预期信用损失率对照表计提
组合二:并表关联方组合	合并范围内单位之间的应收款项	除明显证据表明存在坏账风险,并对其单项测试计提减值损失外,本公司参考历史信用

		损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预期, 对该组合计量坏账准备
--	--	--------------------------------------

(十三) 其他应收款(自 2019 年 1 月 1 日起适用)

本公司对其他应收款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见本节之“五、报告期内主要会计政策和会计估计方法”之“(十) 金融工具”。

本公司对单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值的其他应收款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的判断, 依据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合, 在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下:

组合名称	确定组合的依据	计提方法
组合一: 备用金、押金、保证金组合	押金、备用金及保证金	按账龄与整个存续期预期信用损失率对照表计提
组合二: 并表关联方组合	并表范围内往来款	除明显证据表明存在坏账风险, 并对其单项测试计提减值损失外, 本公司参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预期, 对该组合计量坏账准备
组合三: 账龄组合	除上述组合之外的其他应收款	按账龄与整个存续期预期信用损失率对照表计提

(十四) 存货

1、存货的分类

存货是指本公司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。主要包括原材料、周转材料、委托加工材料、在产品、自制半成品、产成品(库存商品)、发出商品等。

2、发出存货的计价方法

存货在取得时, 按成本进行初始计量, 包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按月末一次加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后,按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货,在正常生产经营过程中,以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额,确定其可变现净值;需要经过加工的材料存货,在正常生产经营过程中,以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额,确定其可变现净值;为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货,其可变现净值以合同价格为基础计算,若持有存货的数量多于销售合同订购数量的,超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备;但对于数量繁多、单价较低的存货,按照存货类别计提存货跌价准备;与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的,且难以与其他项目分开计量的存货,则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的,减记的金额予以恢复,并在原已计提的存货跌价准备金额内转回,转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

本公司存货盘存制度采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

在领用时采用一次转销法摊销,计入相关成本费用。

(十五) 投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值,或两者兼有而持有的房地产,包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物。此外,对于本公司持有以备经营出租的空置建筑物,若董事会作出书面决议,明确表示将其用于经营出租且持有意图短期内不再发生变化的,也作为投资性房地产列报。

本公司的投资性房地产按其成本作为入账价值,外购投资性房地产的成本包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出;自行建造投资性房地产的成本,由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

本公司对投资性房地产采用成本模式进行后续计量,按其预计使用寿命及净残值率对建筑物和土地使用权计提折旧或摊销。投资性房地产的预计使用寿命、净残值率及年折旧(摊销)率列示如下:

类别	预计使用寿命(年)	预计净残值率(%)	年折旧(摊销)率(%)
房屋建筑物	20	5.00	4.75

投资性房地产的用途改变为自用时,自改变之日起,本公司将该投资性房地产转换为固定资产或无形资产。自用房地产的用途改变为赚取租金或资本增值时,自改变之日起,本公司将固定资产或无形资产转换为投资性房地产。发生转换时,以转换前的账面价值作为转换后的入账价值。

当投资性房地产被处置,或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时,终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值,或两者兼有而持有的房地产。包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物等。此外,对于本公司持有以备经营出租的空置建筑物,若董事会作出书面决议,明确表示将其用于经营出租且持有意图短期内不再发生变化的,也作为投资性房地产列报。

本公司的投资性房地产按其成本作为入账价值,外购投资性房地产的成本包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出;自行建造投资性房地产的成本,由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

本公司有确凿证据表明房地产用途发生改变,将投资性房地产转换为自用房地产时,以其转换当日的公允价值作为自用房地产的账面价值,公允价值与原账面价值的差额计入当期损益。自用房地产或存货转换为采用公允价值模式计量的投资性房地产时,投资性房地产按照转换当日的公允价值计价,转换当日的公允

价值小于原账面价值的,其差额计入当期损益;转换当日的公允价值大于原账面价值的,其差额计入其他综合收益。

当投资性房地产被处置,或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时,终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

(十六) 固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有,并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认:

- (1) 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业;
- (2) 该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产初始计量

本公司固定资产按成本进行初始计量。

(1) 外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费,以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。

(2) 自行建造固定资产的成本,由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

(3) 投资者投入的固定资产,按投资合同或协议约定的价值作为入账价值,但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。

(4) 购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付,实质上具有融资性质的,固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额,除应予资本化的以外,在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

(1) 固定资产折旧

固定资产折旧按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产,则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额;已提足折旧仍继续使用的固定资产不计提折旧。

本公司根据固定资产的性质和使用情况,确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了,对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核,如与原先估计数存在差异的,进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下:

类别	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	20	5.00	4.75
机器设备	年限平均法	5-10	5.00	9.50-19.00
办公设备	年限平均法	3-10	5.00	9.50—31.6
运输设备	年限平均法	4	5.00	23.75

(2) 固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出,符合固定资产确认条件的,计入固定资产成本;不符合固定资产确认条件的,在发生时计入当期损益。

(3) 固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时,终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时,确认为融资租入固定资产:

(1) 在租赁期届满时,租赁资产的所有权转移给本公司。

(2) 本公司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本公司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。

(4) 本公司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。

(5) 租赁资产性质特殊, 如果不作较大改造, 只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产, 按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者, 作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值, 其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的, 可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用, 计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提融资租入固定资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的, 在租赁资产使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的, 在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

(十七) 在建工程

1、在建工程初始计量

本公司自行建造的在建工程按实际成本计价, 实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成, 包括工程用物资成本、人工成本、交纳的相关税费、应予资本化的借款费用以及应分摊的间接费用等。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出, 作为固定资产的入账价值。所建造的在建工程已达到预定可使用状态, 但尚未办理竣工决算的, 自达到预定可使用状态之日起, 根据工程预算、造价或者工程实际成本等, 按估计的价值转入固定资产, 并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧, 待办理竣工决算后, 再按实际成本调整原来的暂估价值, 但不调整原已计提的折旧额。

(十八) 无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产, 包括土地使用权、办公软件等。

1、无形资产的初始计量

外购无形资产的成本,包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付,实质上具有融资性质的,无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产,以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值,并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额,计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下,非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值,除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠;不满足上述前提的非货币性资产交换,以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本,不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值;以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产,其成本包括:开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用,以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

2、无形资产的后续计量

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命,划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

(1) 使用寿命有限的无形资产

对于使用寿命有限的无形资产,在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下:

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	50 年	土地使用证载使用年限

项目	预计使用寿命	依据
软件	5-10 年	软件预计使用寿命

每期末,对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核,如与原先估计数存在差异的,进行相应的调整。

经复核,本报告期内各期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

(2) 使用寿命不确定的无形资产

无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的,视为使用寿命不确定的无形资产。本公司无使用寿命不确定的无形资产。

3、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段:为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段:在进行商业性生产或使用前,将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计,以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出,在发生时计入当期损益。

4、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出,同时满足下列条件时确认为无形资产:

- (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,能够证明其有用性;
- (4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持,以完成该无形资产的开发,并有能力使用或出售该无形资产;
- (5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出,于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出,自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

(十九) 长期待摊费用

长期待摊费用,是指本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内按直线法分期摊销。

(二十) 职工薪酬

1、职工薪酬的范围

职工薪酬,是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬

短期薪酬是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬,离职后福利和辞退福利除外。本公司在职工提供服务的会计期间,将应付的短期薪酬确认为负债,并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

3、离职后福利

离职后福利是指本公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后,提供的各种形式的报酬和福利,短期薪酬和辞退福利除外。

本公司的离职后福利计划全部为设定提存计划。

离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等。在职工为本公司提供服务的会计期间,将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

本公司按照国家规定的标准定期缴付上述款项后,不再有其他的支付义务。

4、辞退福利

辞退福利是指本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系,或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿,在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日,确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债,同时计入当期损益。

本公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指,向未达到国家规定的退休年龄、经本公司管理层批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。本公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止,向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利,本公司比照辞退福利进行会计处理,在符合辞退福利相关确认条件时,将自职工停止提供服务日至正常退休日期间拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等,确认为负债,一次性计入当期损益。内退福利的精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

(二十一) 股份支付

1、股份支付的种类

本公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具,按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具,采用期权定价模型等确定其公允价值,选用的期权定价模型考虑以下因素:(1)期权的行权价格;(2)期权的有效期;(3)标的股份的现行价格;(4)股价预计波动率;(5)股份的预计股利;(6)期权有效期内的无风险利率。

在确定权益工具授予日的公允价值时,考虑股份支付协议规定的可行权条件中的市场条件和非可行权条件的影响。股份支付存在非可行权条件的,只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件(如服务期限等),即确认已得到服务相对应的成本费用。

3、确定可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日,根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计,修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日,最终预计可行权权益工具的数量与实际可行权数量一致。

4、会计处理方法

以权益结算的股份支付,按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的,在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用,相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的,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,按照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和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付,按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的,在授予日以本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。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权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,按照本公司承担负债的公允价值金额,将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日,对负债的公允价值重新计量,其变动计入当期损益。

若在等待期内取消了授予的权益工具,本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理,将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益,同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的,本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

(二十二) 收入

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方;公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权,也没有对已售出的商品实施有效控制;收入的金额能够可靠地计量;相关的经济利益很可能流入企业;相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时,确认商品销售收入实现。

(1) 公司收入确认具体政策

公司系行业领先的商业终端展示一体化服务商,致力于为全球知名品牌提供定制化、数字化、智能化的零售门店展示产品和服务,范围涵盖创意设计、道具研发、规模化生产及安装售后等。

公司销售模式主要采取招投标、商业谈判等方式获取项目,报价主要采用门店统一报价和道具直接报价相结合的方式,具体定价会根据客户品牌形象、结构设计、产品类别、材质要求、工艺复杂度、定制化程度、服务内容、服务范围等多因素综合考虑定价。

公司内销产品一般在交付客户门店并经对方签收确认后,如无质量问题不允许退货;境外销售一般为 FOB 交易方式,完成出口报关后如无质量问题不允许退货;货款结算政策根据不同客户资质、合作规模、合作时间等因素具体约定。

结合公司主要产品的销售模式、交货时点、验收程序、退货政策、款项结算条款等因素,公司收入确认政策如下:

①境内商品销售收入确认具体原则

公司根据合同约定或订单要求将产品交付给购货方,并获得购货方确认,已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方时确认收入。

②境外商品销售收入确认具体原则

公司境外销售主要采取 FOB 方式,在此方式下,公司在将货物交付承运方,并完成报关出口时作为风险报酬转移的时点,确认销售收入;少部分境外销售根据合同约定将产品交付给购货方,并获得购货方确认,已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方时确认收入。

(2) 保荐机构核查意见

经核查,保荐机构认为发行人披露的收入确认政策准确、有针对性,不是仅简单重述企业会计准则。发行人披露的相关收入确认政策符合发行人实际经营情况,与主要销售合同条款及实际执行情况一致。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业,收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额:

(1) 利息收入金额,按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

(2) 使用费收入金额,按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、提供劳务收入的确认依据和方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的,采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度,依据已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计,是指同时满足下列条件:

- (1) 收入的金额能够可靠地计量;
- (2) 相关的经济利益很可能流入企业;
- (3) 交易的完工进度能够可靠地确定;
- (4) 交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额,但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额,确认当期提供劳务收入;同时,按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额,结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的,分别下列情况处理:

(1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的,按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入,并按相同金额结转劳务成本。

(2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的,将已经发生的劳务成本计入当期损益,不确认提供劳务收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时,销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的,将销售商品的部分作为销售商品处理,将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分,或虽能区分但不能够单独计量的,将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

4、拟执行新收入准则的影响

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 14 号——收入(修订)》(财会[2017]22 号)(以下简称“新收入准则”),对收入准则进行了修订。按照相关规定,本公司应于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则并对会计政策相关内容进行调整。

新收入准则实施后,公司收入确认会计政策为:

公司在履行了合同中的履约义务,即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务的控制权,是指能够主导该商品的使用或该服务的提供并从中获得几乎全部的经济利益。

公司主要销售展示产品,公司在报价时系整体展示货架进行报价,设计、运输、安装、质保等费用系构成合同定价的一部分,不可单独区分,根据合同条款,公司并不符合“属于在某一时段内履行履约义务”的三个条件,因此公司的履约义务属于某一时点履行履约义务。公司通常在综合考虑了下列因素的基础上,以在客户取得商品控制权的时点确认收入:取得商品的现时收款权利、商品所有权上的主要风险和报酬的转移、商品的法定所有权的转移、商品实物资产的转移、客户接受该商品。因此,在新收入准则实施后,公司收入确认政策如下:

境内商品销售收入确认具体原则:公司境内商品销售送货至购买方指定的地点,在商品交付购货方并经其对商品签收后,即客户取得相关商品控制权的时点,确认销售收入的实现。

境外商品销售收入确认具体原则:公司境外销售主要采取 FOB 方式,在此方式下,公司将货物交给承运方,并完成报关出口时为客户取得相关商品控制权的时点,确认销售收入的实现;少部分境外销售根据合同约定将产品交付给购货方,并获得购货方确认,即商品的控制权转移给客户后,确认收入的实现。

综上,新收入准则实施前后对公司收入确认会计政策没有实质性差异,对公司的营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产无影响。

(二十三) 政府补助

1、类型

政府补助,是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。根据相关政府文件规定的补助对象,将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助,是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助,是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

对期末有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金的,按应收金额确认政府补助。除此之外,政府补助均在实际收到时确认。

政府补助为货币性资产的,按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的,按照公允价值计量;公允价值不能够可靠取得的,按照名义金额(人民币1元)计量。按照名义金额计量的政府补助,直接计入当期损益。

3、会计处理方法

本公司根据经济业务的实质,确定某一类政府补助业务应当采用总额法还是净额法进行会计处理。本公司对于同类或类似政府补助业务选用采用总额法核算的政府补助类别,且对该业务一贯地运用该方法。

与资产相关的政府补助,应当冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的,在所建造或购买资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。

与收益相关的政府补助,用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的,确认为递延收益,在确认相关费用或损失的期间计入当期损益或冲减相关成本;用于

补偿企业已发生的相关费用或损失的,取得时直接计入当期损益或冲减相关成本。

与企业日常活动相关的政府补助计入其他收益或冲减相关成本费用;与企业日常活动无关的政府补助计入营业外收支。

收到与政策性优惠贷款贴息相关的政府补助冲减相关借款费用;取得贷款银行提供的政策性优惠利率贷款的,以实际收到的借款金额作为借款的入账价值,按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用

已确认的政府补助需要返还时,初始确认时冲减相关资产账面价值的,调整资产账面价值;存在相关递延收益余额的,冲减相关递延收益账面余额,超出部分计入当期损益;不存在相关递延收益的,直接计入当期损益。

(二十四) 递延所得税资产和抵押所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。于资产负债表日,递延所得税资产和递延所得税负债,按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限,确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是,同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认:(1)该交易不是企业合并;(2)交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

对于与联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异,同时满足下列条件的,确认相应的递延所得税资产:暂时性差异在可预见的未来很可能转回,且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括:

- (1) 商誉的初始确认所形成的暂时性差异;

(2) 非企业合并形成的交易或事项, 且该交易或事项发生时既不影响会计利润, 也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)所形成的暂时性差异;

(3) 对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异, 该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、同时满足下列条件时, 将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示

(1) 企业拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利;

(2) 递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关, 但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内, 涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

(二十五) 财务报表列报项目变更说明

财政部于 2019 年发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6 号)和《关于修订印发合并财务报表格式(2019 版)的通知》(财会[2019]16 号), 对一般企业财务报表格式进行了修订, 拆分部分资产负债表项目和调整利润表项目等。本公司已经根据新的企业财务报表格式的要求编制财务报表, 财务报表的列报项目因此发生变更的, 已经按照《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》等的相关规定, 对可比期间的比较数据进行调整。

对可比期间的财务报表列报项目及金额的影响如下:

单位: 万元

列报项目	2017 年 12 月 31 日列报变更前金额	影响金额	2017 年 12 月 31 日列报变更后金额	2018 年 12 月 31 日列报变更前金额	影响金额	2018 年 12 月 31 日列报变更后金额
应收账款	-	7,276.84	7,276.84	-	12,645.84	12,645.84
应收票据及应收账款	7,276.84	-7,276.84	-	12,645.84	-12,645.84	-
应付账款	-	3,763.43	3,763.43	-	6,136.92	6,136.92

应付票据及应付账款	3,763.43	-3,763.43	-	6,136.92	-6,136.92	-
-----------	----------	-----------	---	----------	-----------	---

(二十六) 重要会计政策、会计估计的变更

1、重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	备注
本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》和《企业会计准则第 24 号——套期会计》、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》	(1)
本公司自 2019 年 6 月 10 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》，自 2019 年 6 月 17 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 12 号——债务重组》	(2)

会计政策变更说明：

(1) 执行新金融工具准则对本公司的影响

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》和《企业会计准则第 24 号——套期会计》、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以上四项统称“新金融工具准则”），变更后的会计政策详见本节之“五、报告期内主要会计政策和会计估计方法”之“（十）金融工具”。

于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，本公司按照新金融工具准则的要求进行衔接调整。涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则要求不一致的，本公司未调整可比期间信息。金融工具原账面价值和新金融工具准则施行日的新账面价值之间的差额，计入 2019 年 1 月 1 日留存收益或其他综合收益。

本公司执行新金融工具准则对本报告期内财务报表无重大影响。

(2) 执行新债务重组及非货币性资产交换准则对本公司的影响

本公司自 2019 年 6 月 10 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》，自 2019 年 6 月 17 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 12 号——债务重组》。该项会计政策变更采用未来适用法处理，并根据准则的规定对于 2019 年 1 月 1 日至准则实施日之间发生的非货币性资产交换和债务重组进行调整。

本公司执行上述准则对本报告期内财务报表无重大影响。

(3) 保荐机构核查意见

经核查,保荐机构认为,发行人会计政策变更均因会计准则变更所导致的,变更具有合理性与合规性,对发行人财务状况、经营成果不具有不利影响。

2、重要会计估计变更

本报告期公司未发生重要会计估计变更。

六、主要税收政策、缴纳的主要税种及税率

(一) 主要税种及税率情况

报告期内公司适用的主要税种和税率

税种	计税依据	税率	备注
增值税	境内销售;提供加工、修理修配劳务	2018年5月1日之前为17% 2018年5月1日之后为16% 2019年4月1日之后为13%	注1
城市维护建设税	实缴流转税税额	7%、5%	
企业所得税	应纳税所得额	25.00%、15.00%等	注2
房产税	按照房产原值的70%(或租金收入)为纳税基准	1.2%或12%	

注1:根据财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》(财税[2018]32号)的规定,本公司自2018年5月1日起发生增值税应税销售行为或者进口货物,原适用17%和11%税率的,税率分别调整为16%、10%。

根据财政部、税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》(财政部、税务总局、海关总署公告2019年第39号)的规定,本公司自2019年4月1日起发生增值税应税销售行为或者进口货物,原适用16%和10%税率的,税率分别调整为13%、9%。

SUNTOP EUROPE LIMITED 增值税率为0%(根据英国税法,增值税基础税率为20%,SUNTOP EUROPE LIMITED 销售的产品适用0税率);根据新加坡税法 RIS SINGAPORE PTE. LTD.无需缴纳增值税;根据香港税法 RIS HONG KONG LIMITED 无需缴纳增值税。

注2:不同纳税主体所得税税率说明:

纳税主体名称	所得税税率
上特展示(厦门)股份有限公司	15.00%
厦门上研展示科技有限公司	25.00%

纳税主体名称	所得税税率
厦门上智一品科技有限公司	25.00%
上腾(厦门)商用家具有限公司	25.00%、20.00%
SUNTOP EUROPE LIMITED	19.00%
RIS SINGAPORE PTE. LTD.	17.00%
RIS HONG KONG LIMITED	16.50%
上特展示道具(上海)有限公司	25.00%
上特(福建)展示科技有限公司	25.00%

(二) 税收优惠

1、高新技术企业税收优惠政策

根据厦门市科学技术局、厦门市财政局、厦门市国家税务局、厦门市地方税务局《关于认定厦门市 2017 年第一批高新技术企业(总第二十二批)的通知》(厦科联[2017]61 号), 母公司于 2017 年 10 月 10 日被认定为高新技术企业, 证书编号: GR201735100086; 根据《中华人民共和国企业所得税法》及《中华人民共和国企业所得税法实施条例》的规定, 对国家需要重点扶持的高新技术企业, 减按 15.00% 的税率征收企业所得税。公司税收优惠期为 2017 年度-2019 年度。在税收优惠期内, 公司企业所得税税率为 15.00%。

2、小型微利企业所得优惠政策

根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》(财税[2019]13 号), 自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日, 对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分, 减按 25% 计入应纳税所得额, 按 20% 的税率缴纳企业所得税; 对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分, 减按 50% 计入应纳税所得额, 按 20% 的税率缴纳企业所得税。2019 年度, 子公司上腾(厦门)商用家具有限公司符合上述规定, 享受小微企业的优惠政策。

(三) 发行人税收政策与税收优惠政策对发行人的影响

报告期内, 发行人税收政策未发生重大变化, 税收优惠政策未对发行人生产经营成果造成重大影响。关于税收优惠对发行人经营成果的影响参见本节之“十、经营成果分析”之“(八) 税收优惠对公司经营成果的影响”。

七、分部信息

发行人按产品、地区列示的主营业务收入信息，参见本节之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”的相关内容。

八、非经常性损益明细表

报告期内，公司非经常性损益的具体内容、金额及扣除非经常性损益后的净利润金额如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动性资产处置损益	3.31	-77.78	0.13
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）	824.37	297.20	242.26
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	25.52	51.28	45.00
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、债权投资和其他债权投资取得的投资收益	26.64	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-34.71	-20.58	-54.14
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-1,250.00
非经常性损益总额	845.14	250.13	-1,016.75
减：非经常性损益的所得税影响数	130.24	39.51	38.59
非经常性损益净额	714.90	210.61	-1,055.33
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-0.13	-4.53	0.89
归属于公司普通股股东的非经常性损益	715.03	215.14	-1,056.22
归属于母公司所有者的净利润	6,027.35	4,792.62	1,711.41
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,312.32	4,577.48	2,767.64

报告期内，公司非经常性损益主要由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）等构成。不考虑 2017 年股份支付费用的影响，报告期内，公司非经常性损益总额占利润总额的比例分别为 6.52%、4.39%和 12.07%。报告期内，

公司非经常性损益对公司经营业绩影响较小, 公司盈利水平主要取决于主营业务。

九、发行人报告期内的主要财务指标

(一) 报告期内主要财务指标

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率(次/年)	2.28	1.56	1.37
速动比率(次/年)	1.68	1.04	0.95
资产负债率(母公司)	33.98%	47.72%	48.36%
资产负债率(合并报表)	34.71%	49.78%	52.99%
归属于发行人股东的每股净资产(元/股)	4.15	2.51	10.66
无形资产(扣除土地使用权)占净资产的比例	0.28%	0.49%	0.82%

注: 上述各指标计算公式如下

- (1) 流动比率=流动资产/流动负债
- (2) 速动比率=(流动资产-存货-预付账款)/流动负债
- (3) 资产负债率(母公司)=母公司负债/母公司资产
- (4) 资产负债率(合并报表)=合并报表负债/合并报表资产
- (5) 归属于发行人股东的每股净资产=归属于母公司所有者权益/期末股本总额
- (6) 无形资产占净资产的比例=无形资产(扣除土地使用权)/期末净资产

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率(次/年)	3.13	3.65	4.65
存货周转率(次/年)	3.43	3.72	4.20
息税折旧摊销前利润(万元)	7,920.75	6,351.13	3,180.84
利息保障倍数(倍)	55.20	34.77	17.42
每股经营活动的现金流量(元/股)	0.57	0.10	2.24
每股净现金流量(元/股)	0.40	0.01	1.18
每股净资产(元/股)	4.15	2.50	10.57
归属于发行人股东的净利润(万元)	6,027.35	4,792.62	1,711.41
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润(万元)	5,312.32	4,577.48	2,767.64
研发投入占营业收入的比例	5.27%	4.25%	3.64%

注: 上述各指标计算公式如下

- (1) 应收账款周转率=营业收入/应收账款期初期末平均值
- (2) 存货周转率=营业成本/存货期初期末平均值
- (3) 息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息费用+折旧+摊销
- (4) 利息保障倍数=(净利润+所得税+利息费用)/利息费用
- (5) 每股经营活动的现金流量=当期经营活动产生的现金流量净额/期末总股本
- (6) 每股净现金流量=当期现金及现金等价物净增加额/期末总股本
- (7) 每股净资产=所有者权益/期末总股本
- (8) 归属于发行人股东的净利润=净利润-少数股东损益
- (9) 归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=净利润-少数股东损益-税后非经常性损益
- (10) 研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

(二) 报告期内净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露(2010年修订)》，公司报告期内的净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	加权平均净资产收益率%		
归属于公司普通股股东的净利润	30.76	38.31	21.92
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27.61	36.91	33.20
报告期利润	基本每股收益		
归属于公司普通股股东的净利润	0.98	0.80	0.29
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.87	0.76	0.46
报告期利润	稀释每股收益		
归属于公司普通股股东的净利润	0.98	0.80	0.29
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.87	0.76	0.46

上述财务指标计算如下：

1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益

基本每股收益= $P_0 \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益

稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ 。

其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十、经营成果分析

报告期内，公司主要的利润表项目的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比
营业收入	46,003.67	100.00%	38,248.05	100.00%	28,737.66	100.00%
营业成本	28,996.66	63.03%	23,597.71	61.70%	18,177.76	63.25%
销售费用	3,990.71	8.67%	3,245.52	8.49%	2,421.19	8.43%
管理费用	3,310.55	7.20%	3,305.93	8.64%	4,030.00	14.02%
研发费用	2,424.70	5.27%	1,623.99	4.25%	1,045.28	3.64%
营业利润	6,945.51	15.10%	5,722.97	14.96%	2,329.66	8.11%
利润总额	7,003.82	15.22%	5,697.25	14.90%	2,326.00	8.09%
净利润	6,082.38	13.22%	4,867.99	12.73%	1,742.85	6.06%
归属母公司所有者的净利润	6,027.35	13.10%	4,792.62	12.53%	1,711.41	5.96%

公司系商业终端展示一体化服务商，能够根据国内外品牌客户的定制化需求，为其提供创意设计、道具研发、规模化生产及安装售后等一体化的终端展示服务。报告期内，公司保持快速发展态势，盈利水平较为稳定，2017 年净利率较低主要系当年因计提股份支付费用 1,250 万元导致管理费用率较高。

（一）营业收入分析

1、营业收入的构成及变动趋势分析

报告期内，公司营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	45,790.89	99.54%	38,139.91	99.72%	28,643.65	99.67%
其他业务收入	212.78	0.46%	108.14	0.28%	94.01	0.33%
合计	46,003.67	100.00%	38,248.05	100.00%	28,737.66	100.00%

报告期内公司收入主要来源于主营业务收入，其他收入主要为房租收入、服务收入等。

报告期内,公司主营业务收入复合增长率为 26.44%,增长较快主要得益于:

(1) 公司经过多年积累,在结构设计、工艺制造、响应速度、服务质量等方面竞争优势日益凸显,持续为运动品牌、零售百货、时尚品牌等领域客户提供终端展示一体化综合服务,客户粘性不断加强,逐步打开了国内外市场销路;(2) 公司完善治理结构,持续优化客户结构,加大对核心品牌客户的服务投入力度,为其提供更多元化、更智能化、更高档、更快速的设计和产品服务;(3) 终端零售市场稳步发展,核心品牌客户经营效益良好,不断扩张市场份额,开店以及店面翻新数量持续增加,带动公司经营规模不断增长。

2、主营业务收入产品分布情况

报告期内,公司主营业务收入按产品分布情况如下:

单位:万元

地区	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运动品牌展示产品	25,260.77	55.17%	16,685.50	43.75%	8,925.79	31.16%
零售百货展示产品	14,181.56	30.97%	15,299.63	40.11%	14,137.01	49.35%
时尚品牌展示产品	4,192.78	9.16%	4,186.51	10.98%	2,849.44	9.95%
其他品牌展示产品	2,155.78	4.71%	1,968.27	5.16%	2,731.41	9.54%
合计	45,790.89	100.00%	38,139.91	100.00%	28,643.65	100.00%

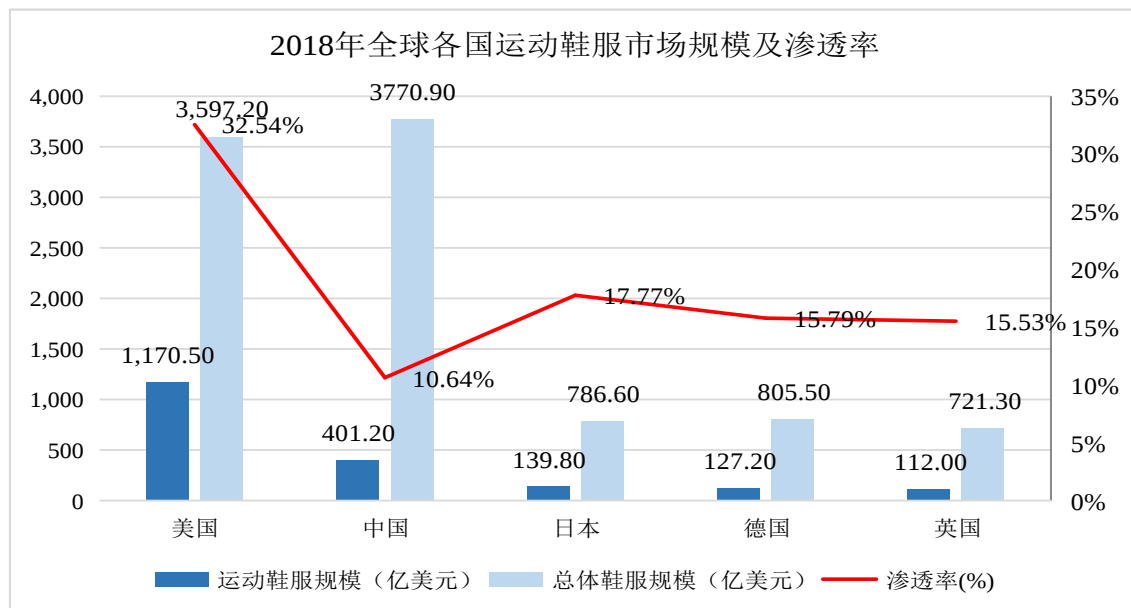
报告期内,公司主营业务收入主要由运动品牌、零售百货和时尚品牌的展示产品构成,三者合计占公司主营业务收入比例分别为 90.46%, 94.84%和 95.29%;同时随着公司研发设计等综合能力的加强,公司逐步开发了化妆品牌、休闲食品等客户,不断拓展客户群体,同时拓宽了公司的盈利渠道,巩固行业领先地位。

(1) 运动品牌展示产品

运动品牌展示产品主要系公司为阿迪达斯集团、安踏集团(含斐乐)、斯凯奇等知名运动品牌客户提供的零售终端展示道具产品,近年来运动服饰一直系全球服装行业保持最高增速的细分领域,国内关于体育产业相关政策的频繁发布更直接推动了运动服饰市场的快速发展,尤其知名运动名牌的市场渗透率和市场份额不断提升,但相较欧美发达国家,中国及东南亚等地区体育产业发展还处于早期,具备巨大的发展潜力和市场空间。

伴随着下游运动服饰市场零售额的增长,公司运动品牌展示产品收入亦不断增长,优质的产品和服务使得公司在运动服饰终端展示领域的知名度快速提升,从而带动了公司对更多国际知名客户销售额的增长,报告期内公司运动品牌展示产品销售收入分别为 8,925.79 万元、16,685.50 万元和 25,260.77 万元,收入复合增长率高达 68.23%。

据 Euromonitor 数据显示,受美国职业篮球等高热度比赛的积极影响,美国是全球最大的运动服饰市场,2018 年美国运动服饰市场规模达 1,170.5 亿美元,在美国总体服饰中的渗透率达 32.54%,而中国依托于庞大的人口基数及持续增长的消费水平,迅速成为运动鞋服的高潜力新兴市场,2018 年中国运动服饰市场规模 401.2 亿美元,位居全球第二,在国内总体服饰渗透率达 10.64%,但规模与渗透率较美国尚存较大的上升空间,前景可期。



数据来源: Euromonitor

(2) 零售百货展示产品

零售百货展示产品主要系公司为屈臣氏集团、DUFY 免税集团、FutureGroup 等国内外大型连锁零售百货客户提供的终端展示产品,时尚高档的展示产品系连锁零售百货客户店面呈现的重要元素,在店面营销过程中起着不可替代作用。

报告期内,公司零售百货展示产品的销售收入分别为 14,137.01 万元、15,299.63 万元和 14,181.56 万元,总体保持稳定,其中 2019 年零售百货展示产

品销售额略有下降,主要系 Future Group 经营策略调整,将市场布局重点转向印度非一线城市,而公司方面,屈臣氏集团、DUFY 免税集团、孩子王等中高端客户和运动品牌客户的订单需求不断增长,受公司产能所限,公司 2019 年对 Future Group 的销售额有所下降。

(3) 时尚品牌展示产品

时尚品牌展示产品主要系公司为宝姿、快尚时装集团、绫致时装、TOUS 等时尚品牌提供的终端展示道具产品,报告期内公司时尚品牌展示产品销售收入分别为 2,849.44 万元、4,186.51 万元和 4,192.78 万元,占主营业务收入的比例分别为 9.95%、10.98%和 9.16%,收入总体保持增长态势。

3、主营业务收入区域分布情况

报告期内,公司主营业务收入情况如下:

单位:万元

地区	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	32,632.57	71.26%	25,059.94	65.71%	16,174.21	56.47%
境外	13,158.32	28.74%	13,079.98	34.29%	12,469.44	43.53%
合计	45,790.89	100.00%	38,139.91	100.00%	28,643.65	100.00%

报告期内公司外销收入金额分别为 12,469.44 万元、13,079.98 万元、13,158.32 万元,占主营业务收入比例分别为 43.53%、34.29%、28.74%,公司销售收入主要以内销为主,外销收入水平总体稳定,但占主营业务收入比例逐年下降,且最近一年占比已低于 30%。报告期内,发行人外销收入不存在快速增长的趋势。

4、主营业务收入季节性分布情况

单位:万元

地区	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
上半年	20,029.95	43.74%	14,468.53	37.94%	12,011.39	41.93%
下半年	25,760.94	56.26%	23,671.38	62.06%	16,632.26	58.07%
合计	45,790.89	100.00%	38,139.91	100.00%	28,643.65	100.00%

受商家年初开店计划、营销策略和装修季节性等因素影响,终端展示行业存在一定的季节性特征。节假日多,客户的营销市场活动计划随之增多。

总体来说,每年下半年以及重要节假日前,下游零售商家展示产品的需求相对较大。报告期内,公司下半年的收入占主营业务收入比例分别为 58.07%、62.06%和 56.26%。

同行业可比公司营业收入季节性占比分布情况如下:

单位:万元

项目	易尚展示			舒华体育		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
上半年	44.75%	29.79%	38.07%	-	45.37%	42.93%
下半年	55.25%	70.21%	61.93%	-	54.63%	57.07%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	-	100.00%	100.00%

注:舒华体育尚未披露 2019 年全年收入情况。

经比较,同行业可比公司亦存在季节性销售情况。

5、现金交易情况

报告期内,发行人现金采购金额分别为 88.21 万元、4.52 万元、0.01 万元,逐年降低,占当期采购比例分别为 0.66%、0.02%、0.00%,主要为零星采购;发行人现金销售金额分别为 12.70 万元、11.20 万元、17.96 万元,占当期收入比例极低,主要为废品销售。综上,公司报告期现金交易已基本规范,现金交易真实、合理。

经核查,保荐机构认为发行人在报告期内的现金交易具有真实性、合理性和必要性。

6、三方回款情况

单位:万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
三方回款金额	3.81	36.44	849.51
营业收入金额	46,003.67	38,248.05	28,737.66
占比	0.01%	0.10%	2.96%

报告期内,发行人三方回款金额分别为 849.51 万元、36.44 万元、3.81 万元,占主营业务收入比例分别为 2.96%、0.10%、0.01%,占比逐年降低,其中属于“情形②客户为自然人控制的企业,该企业的法定代表人、实际控制人代为支付货款”的金额报告期分别为 39.49 万元、7.36 万元、0.50 万元;属于“情形③客户所属

集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款”的金额报告期分别为 641.74 万元、25.08 万元、3.31 万元；属于“情形⑥境外客户指定付款的金额”报告期分别为 19.26 万元、4.00 万元、0 万元；除此之外，仅剩一笔三方回款不属于《创业板股票首次公开发行上市审核问答》指定情形，发生在 2017 年，金额为 149.10 万元，为客户指定其员工为其代付货款。

经核查，保荐机构认为发行人第三方回款情况合理且占比较小，不影响发行人销售真实性。

(二) 营业成本分析

1、营业成本的构成分析

报告期内，公司的营业成本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	28,841.25	99.46%	23,535.43	99.74%	18,108.99	99.62%
其他业务成本	155.41	0.54%	62.28	0.26%	68.78	0.38%
合计	28,996.66	100.00%	23,597.71	100.00%	18,177.76	100.00%

报告期内，公司主营业务成本占营业成本比重分别为 99.62%、99.74%和 99.46%，是营业成本的主要构成来源。

2、主营业务成本变动分析

(1) 公司主营业务成本变动情况

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务成本金额	28,841.25	23,535.43	18,108.99
主营业务成本占主营业务收入比重	62.98%	61.71%	63.22%
主营业务成本同比增长率	22.54%	29.97%	

报告期内公司主营业务成本占主营业务收入比重较为稳定，主营业务成本的变动与收入变动趋势基本一致。

(2) 公司主营业务成本产品构成情况

单位: 万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运动品牌展示产品	16,429.91	56.97%	10,735.44	45.61%	6,094.71	33.66%
零售百货展示产品	8,111.09	28.12%	8,859.46	37.64%	7,674.31	42.38%
时尚品牌展示产品	2,796.09	9.69%	2,555.15	10.86%	2,180.63	12.04%
其他品牌展示产品	1,504.17	5.22%	1,385.39	5.89%	2,159.33	11.92%
总计	28,841.25	100.00%	23,535.43	100.00%	18,108.99	100.00%

公司主营业务成本主要由运动品牌、零售百货、时尚品牌展示产品构成,报告期内三者合计占公司主营业务成本比例分别为 88.08%、94.11%和 94.78%,是影响公司成本变化的主要产品。

3、原材料、能源等采购情况

原材料系影响公司成本构成的主要因素,公司采购的原材料品类较多,单项原材料采购金额占比相对较低,主要原材料包括木材、钢材、电器、有机材料、玻璃、铝材、包材等。报告期内,公司主要材料采购价格相对平稳。

公司能源耗用主要为电能,电能由公司经营所在地的电力公司统一供应,公司生产经营所在地电力供应充足,采购单价稳定。

(三) 主营业务毛利额、毛利率变动分析

1、主营业务产品毛利额构成及变动分析

报告期内,公司主营业务产品的毛利额构成如下表所示:

单位: 万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运动品牌展示产品	8,830.86	52.10%	5,950.06	40.74%	2,831.08	26.87%
零售百货展示产品	6,070.47	35.81%	6,440.17	44.10%	6,462.69	61.35%
时尚品牌展示产品	1,396.69	8.24%	1,631.36	11.17%	668.81	6.35%
其他品牌展示产品	651.62	3.84%	582.88	3.99%	572.08	5.43%
总计	16,949.64	100.00%	14,604.48	100.00%	10,534.66	100.00%

报告期内,公司主营业务毛利额逐年增加,其中随着公司对运动品牌优质客户销售额的增加,运动品牌展示产品毛利额贡献比例逐年上升,最近一年其毛利额占总毛利额的比例为 52.10%;零售百货展示产品毛利额贡献比例有所下降,但各年毛利额总体保持稳定;时尚品牌展示产品毛利额变动主要系客户结构不同毛利率差异导致,其收入总体保持增长趋势。

2、主营业务产品毛利率构成及变动分析

报告期内,公司主营业务产品的毛利率如下表所示:

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运动品牌展示产品	34.96%	35.66%	31.72%
零售百货展示产品	42.81%	42.09%	45.71%
时尚品牌展示产品	33.31%	38.97%	23.47%
其他品牌展示产品	30.23%	29.61%	20.94%
主营业务毛利率	37.02%	38.29%	36.78%

报告期内,公司主营业务产品总体毛利率相对稳定,各产品类别毛利率主要受下游客户品牌、内外销以及客户要求等因素影响。

(1) 运动品牌展示产品毛利率分析

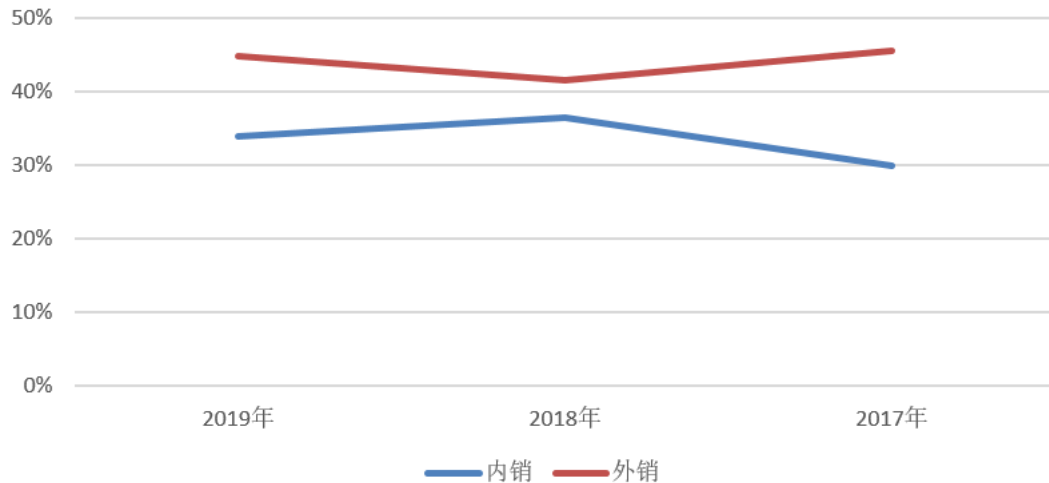
项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
上特展示运动品牌展示产品	34.96%	35.66%	31.72%
舒华体育安踏体育毛利率 ^注	34.42%	33.94%	32.36%
舒华体育阿迪达斯毛利率	32.45%	32.13%	33.07%

注:舒华体育因未披露 2019 年年报数据,暂采用其半年报披露数据。

报告期内,公司运动品牌展示产品毛利率相对稳定,与同行业舒华体育对安踏体育、阿迪达斯客户的毛利率水平相近。

(2) 零售百货展示产品毛利率分析

报告期内,公司零售百货展示产品的毛利率水平相对较高,主要系公司的零售百货品牌客户主要是 DUFY 免税集团、Future Group、屈臣氏集团、RNA 等高端零售百货品牌商,对展示产品及服务的品质要求较高,且公司的零售百货展示产品有超过一半出口销售,因外销业务的毛利率相较内销业务高,也拉高了公司零售百货展示产品的整体毛利率。



注：上图为公司整体内外销毛利率水平。

外销业务毛利率相对较高的主要原因是：

①公司向境外客户销售时提供的各项服务成本支出相对较高，因此公司在对外销客户报价时会将该因素相应加以考虑；

②公司外销产品实行增值税“免抵退”税政策，实际承担的税负低于内销，导致外销毛利较高。

③境外有能力为零售品牌客户提供高端定制展示产品的企业主要集中在德国、新加坡、日本等发达国家，这些企业总体报价较高，而公司的产品和服务水平并不低于国外企业，因此参考国外同类产品报价，虽然公司外销产品价格比国外同类高端产品优惠，但相对于公司内销产品而言毛利率相对较高。

(3) 时尚品牌展示产品毛利率分析

报告期内，公司时尚品牌展示产品毛利率分别为 23.47%、38.97%、33.31%，其毛利率波动主要系客户结构变动所致。2018 年时尚品牌展示产品毛利率较上年提升 15.50 个百分点，主要一方面是优化时尚品牌内部客户结构，对快尚时装集团等毛利率较高客户销售额增加，逐渐减少低毛利客户的销售；另一方面，随着对时尚品牌客户的定位、需求以及产品工艺等认识加深，公司与客户合作契合度提升，对部分客户毛利率有所提升；2019 年时尚品牌展示产品毛利率较上年下降 5.66 个百分点，主要是公司对绫致时装销售规模较上年大幅增长了 76.00%，

公司相应地在报价上有所让步导致毛利率下降,从而拉低了当年时尚品牌展示产品的毛利率水平。

3、同行业毛利率比较

报告期内,公司与同行业可比公司毛利率对比情况如下:

综合毛利率	2019 年度	2018 年度	2017 年度
易尚展示	36.53%	33.48%	30.10%
舒华体育 ^{注 2}	33.84% ^{注 1}	31.72%	31.10%
可比公司均值	35.30%	32.60%	30.60%
本公司	37.02%	38.29%	36.78%

注 1: 舒华体育因未披露 2019 年年报数据, 暂采用其半年报披露数据;

注 2: 舒华体育为展示架毛利率。

由上表可知, 公司产品的毛利率水平略高于行业平均水平, 主要原因是:

(1) 下游客户行业不同

公司下游客户主要是运动品牌、中高端零售百货品牌、时尚品牌、化妆品牌等连锁品牌和零售商, 如阿迪达斯集团、安踏集团(包含斐乐)、DUFY 免税集团、Future Group、快尚时装集团、绫致时装、屈臣氏集团、斯凯奇、Tous 等; 易尚展示的下游客客户主要是消费电子、通讯、家电、医药连锁等行业的品牌客户, 如华为、格力、联想、海尔、三星、大参林等; 舒华体育展示产品业务的下游客客户主要是运动品牌客户, 如阿迪达斯、安踏体育、特步等。

①公司下游客户毛利率水平较高, 公司产品议价空间较大

下游不同行业毛利率水平举例比较如下:

项目	客户名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运动品牌	安踏体育毛利率	55.00%	52.64%	49.37%
	阿迪达斯毛利率	52.00%	51.85%	50.45%
零售百货	屈臣氏中国分部 EBITDA/营业收入比率	18.00%	19.00%	20.00%
	中国国旅(免税店)毛利率	50.00%	53.09%	45.72%
时尚品牌	美邦服饰毛利率	41.42%	44.66%	47.45%
	七匹狼毛利率	44.35%	42.60%	40.66%

3C 电子行业	华为消费者业务毛利率	30.24%	28.33%	27.68%
	小米集团毛利率	13.87%	12.69%	13.22%
医药商业	大参林毛利率	39.83%	41.65%	40.26%
	老百姓毛利率	33.89%	35.21%	35.31%

从上表可见,公司下游客户行业毛利率要高于同行业可比公司下游客户行业毛利率,因此,公司产品的议价空间相对较大。

②下游客户要求较高,公司为客户提供的附加值服务更多,研发费用率较高

公司客户品牌较为多元化,与同行可比公司相比,因公司下游客户主要处于潮流前沿行业,相应对产品质量、寿命、美观、时尚、档次等各方面要求相对较高,即对公司的创意设计、产品品质的要求更高,公司为客户提供的附加值服务更多,导致公司研发投入力度高于同行业可比公司,因此公司的产品溢价也相对较高。

报告期内,公司研发费用率与同行比较如下:

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
易尚展示研发费用率	4.21%	3.08%	4.17%
舒华体育研发费用率 ^注	2.65%	1.79%	1.28%
上特展示研发费用率	5.27%	4.25%	3.64%

注:舒华体育因未披露 2019 年年报数据,暂采用其半年报披露数据。

(2) 公司服务区域范围较广

公司系商业终端展示一体化服务商,要根据客户的要求将产品运送至其指定的门店或港口。公司突破商业终端展示行业区域化竞争格局,已成为具备全国性乃至全球性服务能力的终端展示服务商,产品远销海内外多个国家和地区。报告期内,随着公司全球性客户业务的增加以及境内客户营销布局的全国化,公司较远地区的零售终端展示业务逐渐增加,导致运杂费金额相应不断增长。因运输港杂费用主要由卖方承担,公司在产品定价时会将此部分费用加以考虑,相较同行,公司运杂费率要高出 2 个多点。

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
易尚展示运杂费率	1.48%	1.96%	2.16%
舒华体育运杂费率 ^注	2.47%	2.42%	2.34%
上特展示运杂费率	4.72%	4.71%	4.37%

注：舒华体育因未披露 2019 年年报数据，暂采用其半年报披露数据。

综上所述，因下游客户特点和要求不同，以及客户服务区域范围的不同，导致公司毛利率与同行业可比公司存在差异，在扣除运杂费和研发费用率后，公司毛利率水平与同行业可比公司平均水平较为接近，不存在明显差异。

(四) 期间费用分析

报告期内，公司期间费用及占营业收入比重情况如下表：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	3,990.71	8.67%	3,245.52	8.49%	2,421.19	8.43%
管理费用	3,310.55	7.20%	3,305.93	8.64%	4,030.00	14.02%
研发费用	2,424.70	5.27%	1,623.99	4.25%	1,045.28	3.64%
财务费用	38.25	0.08%	48.20	0.13%	182.02	0.63%
合计	9,764.21	21.22%	8,223.63	21.51%	7,678.49	26.72%

报告期内，随着业务扩张和营业收入的增加，公司的期间费用也呈上升趋势，2017 年期间费用率较高主要系当期计提股份支付费用导致管理费用较高所致。

1、销售费用

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	562.58	14.10%	459.73	14.17%	363.46	15.01%
交通差旅费	96.02	2.41%	104.66	3.22%	107.48	4.44%
业务招待费	108.80	2.73%	109.04	3.36%	49.01	2.02%
办公费用	32.53	0.82%	34.05	1.05%	29.04	1.20%
安装及销售服务费	816.32	20.46%	498.69	15.37%	201.14	8.31%
运输港杂费	2,171.95	54.43%	1,803.03	55.55%	1,254.67	51.82%
折旧费	7.64	0.19%	8.09	0.25%	3.30	0.14%

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告宣传费	26.82	0.67%	51.95	1.60%	56.50	2.33%
佣金	97.38	2.44%	96.31	2.97%	336.62	13.90%
其他	70.68	1.77%	79.97	2.46%	19.99	0.83%
合计	3,990.71	100.00%	3,245.52	100.00%	2,421.19	100.00%

发行人采取直销模式，2018 年销售费用较 2017 年同比增长 34.05%，增幅较大主要系公司收入规模扩大所致。

报告期内，公司安装及销售服务费用金额分别为 201.14 万元、498.69 万元和 816.32 万元，2018 年相较 2017 年增加了 297.56 万元，主要系公司业务规模扩大，加强售后服务，相应服务支出上升；2019 年相继 2018 年增加 317.62 万元，主要系公司为 DUFY 免税集团提供的安装服务费用增加所致。

报告期内，公司运输港杂费用金额分别为 1,254.67 万元、1,803.03 万元和 2,171.95 万元，占销售收入的比例分别为 4.37%、4.71%和 4.72%，占比相对稳定。公司系商业终端展示一体化服务商，要根据客户的要求将产品运送至其指定的门店或港口。报告期内，随着公司全球性客户业务的增加以及境内客户营销布局的全国化，公司较远地区的零售终端展示业务逐渐增加，导致运杂费金额相应不断增长。

报告期各期，公司的销售费用率与同行业可比上市公司的对比情况如下：

可比上市公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
易尚展示	5.67%	5.97%	6.31%
舒华体育 ^注	15.35%	15.85%	18.08%
可比公司均值	10.51%	10.91%	12.19%
本公司	8.67%	8.49%	8.43%

注：舒华体育因未披露 2019 年年报数据，暂采用其半年报披露数据。

公司销售费用率高于易尚展示，但低于舒华体育，主要系客户产品、区域分布结构等因素差异所致，舒华体育销售费用率较高主要原因是其健身器材产品产生的综合服务费等费用支出较大。

2、管理费用

报告期内公司管理费用构成明细如下表所示:

单位: 万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,146.70	64.84%	2,049.34	61.99%	1,754.30	43.53%
办公费用	213.65	6.45%	220.45	6.67%	187.98	4.66%
业务招待费	119.18	3.60%	122.39	3.70%	99.06	2.46%
交通差旅费	137.11	4.14%	134.15	4.06%	127.27	3.16%
折旧及摊销	121.15	3.66%	147.08	4.45%	131.95	3.27%
租赁及水电费	125.32	3.79%	146.73	4.44%	132.60	3.29%
中介机构费用	221.17	6.68%	217.42	6.58%	105.18	2.61%
装修修缮费	132.82	4.01%	170.50	5.16%	115.47	2.87%
股权激励	-	-	-	-	1,250.00	31.02%
其他	93.45	2.82%	97.88	2.96%	126.18	3.13%
合计	3,310.55	100.00%	3,305.93	100.00%	4,030.00	100.00%

管理费用主要由职工薪酬、股权激励费、办公费、招待费、差旅费、租赁及水电费等构成,报告期内公司管理费用分别为 4,030.00 万元、3,305.93 万元和 3,310.55 万元。2017 年管理费用较高主要系当年实施股权激励产生费用 1,250.00 万元。扣除股权激励费用后,公司管理费用总体随业务规模的扩大保持增加态势。

(1) 股份支付

关于股份支付的形成原因、具体对象、股份数量请参见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“十、公司股权激励及其他制度安排和执行情况”。

公司股份支付计算过程如下:2017 年 9 月 20 日,员工增资入股,注册资本由 900 万元增加至 960 万元,增资价格为 10.42 元/一元出资额,整体投后估值为 1 亿元。公司以 2017 年 11 月外部股东受让公司股份的价格 31.25 元/一元出资额为公允价值,整体投后估值 3 亿元,对应 2017 年当年市盈率 10.84 倍。根据员工支付的对价与公允价值的差额一次性确认股份支付费用 1,250 万元,相关会计处理符合会计准则等相关规定。

(2) 同行业比较

报告期各期, 公司的管理费用率与同行业可比上市公司的对比情况如下:

证券简称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
易尚展示	7.05%	7.31%	8.81%
舒华体育	7.08%	7.68%	8.40%
可比公司均值	7.07%	7.49%	8.60%
本公司	7.20%	8.64%	9.67%

注 1: 舒华体育因未披露 2019 年年报数据, 暂采用其半年报披露数据;

注 2: 为保持可比性, 以上可比公司管理费用率的计算均不含研发费用和股权激励费用。

经与同行业可比公司比较, 报告期内公司管理费用率与同行业平均水平大致相当。

3、研发费用

报告期内公司研发费用构成明细如下表所示:

单位: 万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工薪酬	1,865.14	1,251.00	736.14
材料投入	380.29	210.86	210.73
折旧及摊销费用	71.19	62.06	27.40
其他费用	108.08	100.07	71.02
合计	2,424.70	1,623.99	1,045.28

报告期内, 公司研发费用主要由职工薪酬、材料投入、折旧摊销及其他费用构成, 报告期内公司不断加大研发投入水平, 研发人员数量、工资水平和研发领料金额都相应增加。

报告期内, 公司研发项目的具体构成如下:

单位: 万元

项目名称	研发费用		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度
高集成隐藏式 LED 取电装置系统的研发与产业化	-	-	347.70
电子价签及零售解决方案	187.26	572.50	365.61
高集成悬挂导电装置系统的研发与产业化	-	-	248.27

快速锁固结构的研发与产业化	-	-	54.31
正挂展示系统的研发与产业化	-	-	21.73
隐形导电触点系统	217.22	332.34	-
新型高效展示发光棒系统	177.72	271.03	-
精准快速调整定位系统	330.81	90.85	-
内置式隐藏导电系统	276.15	150.45	-
自动控制循环展示系统	353.05	206.81	-
智能拍照及显示 ID 设备控制系统	342.05	-	-
智能模块化展示系统	300.40	-	-
拼接转换架及模块组合系统	240.03	-	-
其他	-	-	7.67
合计	2,424.70	1,623.99	1,045.28

4、财务费用

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息支出	129.23	168.72	141.62
减：利息收入	43.60	56.38	49.02
汇兑损益	-63.60	-84.31	59.15
银行手续费	16.22	20.18	30.27
合计	38.25	48.20	182.02

报告期内，公司财务费用主要是利息净支出和汇兑损益构成，2018 年财务费用较 2017 年减少主要系当年实现汇兑净收益 84.31 万元。

(五) 信用减值损失和资产减值损失

2019 年度，公司信用减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-231.48	-	-
合计	-231.48	-	-

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-	-304.82	-180.16

存货跌价损失	-443.34	-312.93	-280.74
合计	-443.34	-617.75	-460.90

(六) 非经常性损益分析

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动性资产处置损益	3.31	-77.78	0.13
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)	824.37	297.20	242.26
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	25.52	51.28	45.00
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、债权投资和其他债权投资取得的投资收益	26.64		
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-34.71	-20.58	-54.14
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-1,250.00
非经常性损益总额	845.14	250.13	-1,016.75
减: 非经常性损益的所得税影响数	130.24	39.51	38.59
非经常性损益净额	714.90	210.61	-1,055.33
减: 归属于少数股东的非经常性损益净影响数(税后)	-0.13	-4.53	0.89
归属于公司普通股股东的非经常性损益	715.03	215.14	-1,056.22
非经常性损益净额占归属于母公司所有者净利润比重	11.86%	4.49%	-61.72%

报告期内,公司的非经常性损益净额分别为-1,056.22 万元、215.14 万元和 715.03 万元,影响非经常性损益的因素主要有股份支付费用、政府补助、其他营业外收支等。

1、其他收益

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与收益相关的政府补助	724.37	297.20	191.79
个税手续费返还	6.98	-	-
合计	731.35	297.20	191.79

根据 2017 年 5 月修订后的《企业会计准则第 16 号——政府补助》，公司将与日常经营活动相关的政府补助计入其他收益，并在利润表中单独列报；公司将与企业日常经营活动无关的政府补助，计入营业外收入。

2、营业外收入

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与日常活动无关的政府补助	100.00	-	50.48
其他	0.63	-	-
合计	100.63	-	50.48

3、营业外支出

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
对外捐赠	32.24	7.48	43.90
非流动资产毁损报废损失	-	5.15	-
其他	10.07	13.09	10.24
合计	42.31	25.72	54.14

报告期内，公司营业外支出金额分别为 54.14 万元、25.72 万元和 42.31 万元，主要系公司的对外捐赠支出。

(七) 主要税种税款缴纳情况

报告期内，公司主要税种纳税情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	本期 应交数	本期 已交数	本期 应交数	本期 已交数	本期 应交数	本期 已交数
增值税	1,678.42	1,692.24	1,334.51	1,276.21	873.26	772.14
企业所得税	926.18	922.32	914.39	685.23	639.30	596.41

(八) 税收优惠对公司经营成果的影响

报告期内，公司主要享受的税收优惠金额情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
高新技术企业税收优惠金额	530.76	482.75	380.39

小型微利企业税收优惠金额	31.22	-	-
合计	561.98	482.75	380.39
利润总额	7,003.82	5,697.25	2,326.00
税收优惠金额占利润总额比例	8.02%	8.47%	16.35%

根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》，公司税收优惠均为依法取得，可以计入经常性损益。

报告期各期，公司税收优惠合计金额分别为380.39万元、482.75万元、561.98万元，占公司利润总额比例分别为16.35%、8.47%、8.02%，占比逐年降低，对公司经营业绩、财务状况不存在重大影响，公司对相关税收政策不存在重大依赖。另外公司高新技术企业资质将于2020年9月进行高新复审，报告期公司研发费用投入比例较高，其他各项亦符合高新技术企业相关要求，预计大概率可以通过复审。

十一、资产质量分析

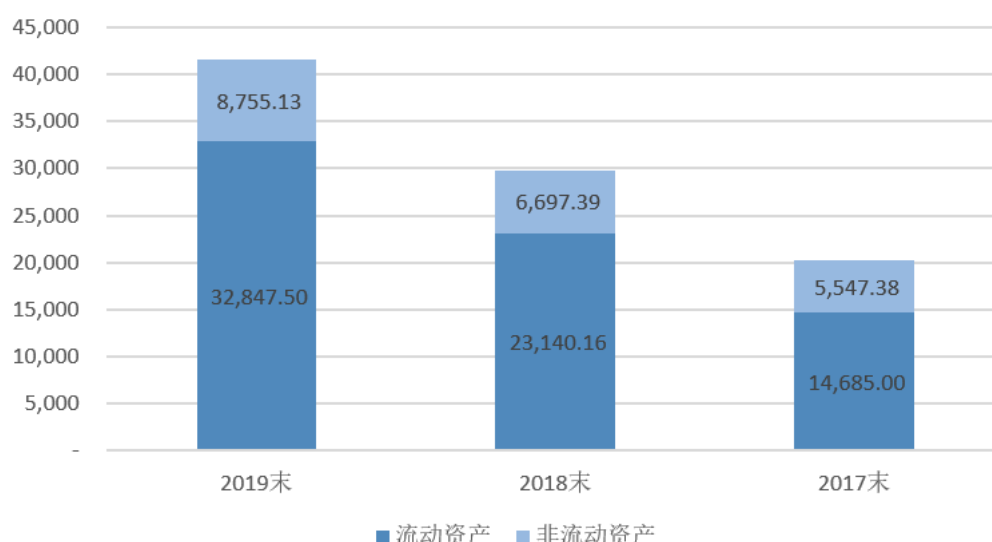
(一) 资产构成及其变化分析

报告期内，公司资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	32,847.50	78.96%	23,140.16	77.55%	14,685.00	72.58%
非流动资产	8,755.13	21.04%	6,697.39	22.45%	5,547.38	27.42%
资产合计	41,602.63	100.00%	29,837.55	100.00%	20,232.38	100.00%

报告期各期末公司总资产分别为20,232.38万元、29,837.55万元和41,602.63万元，其中流动资产占比分别为72.58%、77.55%和78.96%，流动资产占比高反映了公司良好的资产流动性和较强的变现能力。报告期各期末，公司主要资产构成变化情况如下图所示：



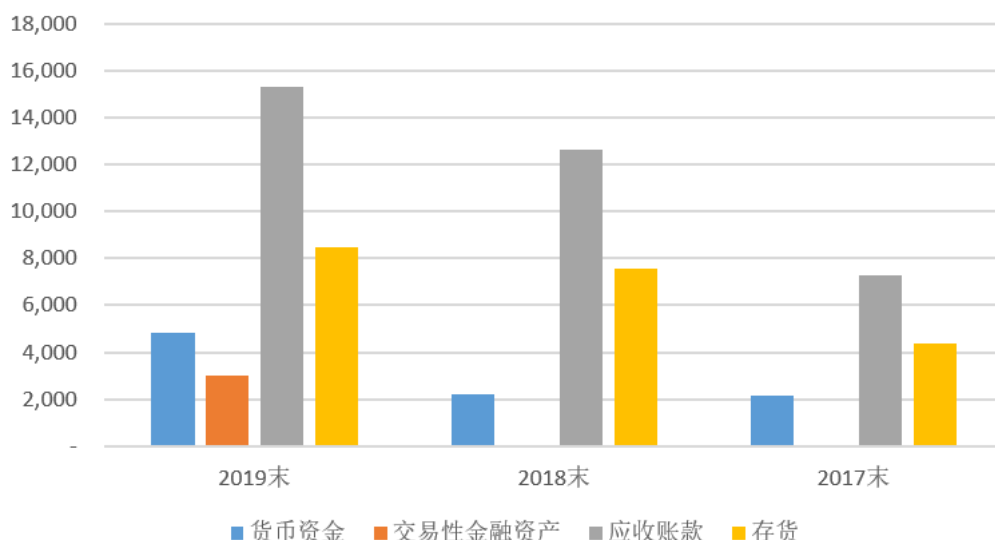
(二) 流动资产构成及其变化分析

报告期内，公司流动资产及构成如下：

单位：万元

科目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	4,817.49	14.67%	2,189.31	9.46%	2,135.24	14.54%
交易性金融资产	3,026.64	9.21%	-	-	-	-
应收账款	15,298.00	46.57%	12,645.84	54.65%	7,276.84	49.55%
预付款项	92.47	0.28%	72.56	0.31%	134.53	0.92%
其他应收款	673.98	2.05%	506.82	2.19%	710.09	4.84%
存货	8,467.06	25.78%	7,582.22	32.77%	4,348.58	29.61%
其他流动资产	471.84	1.44%	143.40	0.62%	79.72	0.54%
流动资产合计	32,847.50	100.00%	23,140.16	100.00%	14,685.00	100.00%

报告期内，公司流动资产主要包括货币资金、交易性金融资产、应收账款和存货，以上四者合计占流动资产的比例分别为 93.71%、96.88%和 96.23%。报告期各期末，公司主要流动资产的变动情况如下图所示：



1、货币资金

报告期内公司货币资金主要由银行存款构成，具体情况如下表所示：

单位:万元

科目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	2.68	0.06%	5.49	0.25%	10.96	0.51%
银行存款	4,747.85	98.55%	2,183.83	99.75%	1,906.83	89.30%
其他货币资金	66.96	1.39%	-	-	217.45	10.18%
合计	4,817.49	100.00%	2,189.31	100.00%	2,135.24	100.00%

报告期各期末公司货币资金余额分别为 2,135.24 万元、2,189.31 万元和 4,817.49 万元，主要系银行存款。2017 年末及 2019 年末，公司分别存在 217.45 万元、66.96 万元的其他货币资金系因银行间结算时间差异导致公司与子公司 RIS SINGAPORE PTE. LTD. 的往来款跨期，并产生在途货币资金。

截至 2019 年末，公司存放在境外货币资金为 514.65 万元，除此之外，公司不存在因抵押、质押或冻结等受到限制的款项。

2、交易性金融资产

截至 2019 年末，公司交易性金融资产金额为 3,026.64 万元，系公司以现金管理为目的的银行结构性存款产品，投资期限均在半年以内，不属于风险较大的交易性金融资产。截止本招股说明书签署日，银行结构性存款产品投资均已收回。

3、应收账款

报告期内公司应收账款的账面余额、坏账准备和账面价值如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
账面余额	16,112.65	13,322.95	7,662.57
坏账准备	814.65	677.11	385.73
账面价值	15,298.00	12,645.84	7,276.84

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 7,276.84 万元、12,645.84 万元和 15,298.00 万元，应收账款规模的扩大与公司收入规模扩张相匹配。

2018 年末公司应收账款较上年末增加 5,369.00 万元，同比增幅为 73.78%，增长幅度较大的主要原因是随着客户对公司综合服务能力愈加认可，公司行业地位持续提升，对优质客户的销售额逐年增加，对优质客户的应收账款金额亦相应增长。2018 年公司对安踏集团、屈臣氏集团的销售额同比增长 86.32%、29.85%，导致当年末对安踏集团、屈臣氏集团的应收账款余额分别较上年末增加 3,075.87 万元、1,660.03 万元，两个大客户的应收账款余额合计增加 4,735.91 万元。

2019 年末公司应收账款较上年末增加 2,652.16 万元，同比增幅为 20.97%，与公司收入增长幅度基本一致。

(1) 应收账款账龄分析

报告期内，公司应收账款总额及账龄情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	15,992.02	99.25%	13,225.30	99.27%	7,612.11	99.34%
1 至 2 年	105.72	0.66%	67.25	0.50%	50.06	0.65%
2 至 3 年	14.91	0.09%	30.40	0.23%	0.40	0.01%
3 年以上	-	-	-	-	-	-
合计	16,112.65	100.00%	13,322.95	100.00%	7,662.57	100.00%

报告期内，公司应收账款账龄在 1 年以内的比例分别为 99.34%、99.27%和 99.25%，客户基本按合同期限要求回款，账龄超过 1 年款项很少，占比不超过 1%，主要系部分小客户拖欠的货款，主要应收款项无法回收风险的可能性较小。

报告期内,针对1年以上账龄客户公司并没有单项计提坏账准备,公司已加强催款工作,部门逾期客户尾款已在陆续回款中。

(2) 客户结构分析

报告期公司应收账款余额前五大客户情况如下表所示:

单位:万元

年度	序号	公司名称	金额	占应收账款总额的比例
2019.12.31	1	安踏集团	6,992.46	43.40%
	2	阿迪达斯集团	3,359.94	20.85%
	3	屈臣氏集团	2,488.57	15.44%
	4	斯凯奇	1,093.71	6.79%
	5	孩子王儿童用品股份有限公司	286.78	1.78%
	合计		14,221.45	88.26%
2018.12.31	1	安踏集团	6,109.20	45.85%
	2	屈臣氏集团	3,609.33	27.09%
	3	绫致时装(天津)有限公司	1,420.27	10.66%
	4	快尚时装集团	483.64	3.63%
	5	都市丽人	375.82	2.82%
	合计		11,998.26	90.05%
2017.12.31	1	安踏集团	3,033.33	39.59%
	2	屈臣氏集团	1,949.30	25.44%
	3	Future Group	731.78	9.55%
	4	RNA	339.83	4.43%
	5	快尚时装集团	224.13	2.92%
	合计		6,278.36	81.93%

报告期各期末,公司前五名欠款单位应收账款余额合计为6,278.36万元、11,998.26万元和14,221.45万元,占期末应收账款余额的比例分别为81.93%、90.05%和88.26%,集中度相对较高。

截止2019年末,公司应收账款前五大客户均为与公司紧密合作的重要客户,该类客户与公司保持长期稳定的合作关系,交易频繁,信用良好,公司发生大额坏账的可能性很小。

(3) 坏账准备计提情况

报告期各期,公司坏账准备计提金额分别为 385.73 万元、677.11 万元、814.65 万元,占应收账款余额的比例分别为 5.03%、5.08%、5.06%,均为按账龄组合计提,不存在单项计提坏账准备情况。

(4) 同行业可比公司坏账计提比例

账龄	上特展示应收账款坏账计提比例	易尚展示应收账款坏账计提比例	舒华体育应收账款坏账计提比例
1 年以内(含 1 年)	5%	5%	5%
1-2 年(含 2 年)	10%	10%	20%
2-3 年(含 3 年)	30%	30%	50%
3 年以上	100%	100%	100%

公司应收账款坏账计提方法和比例与易尚展示一致,与舒华体育在对 1 年以内账龄的应收账款坏账计提比例一致,在 1-2 年和 2-3 年账龄的应收账款计提比例低于舒华体育,但报告期内公司应收账款账龄在 1 年以内的比例分别为 99.34%、99.27%和 99.25%。

4、预付款项

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预付款项(万元)	92.47	72.56	134.53
占流动资产比例	0.28%	0.31%	0.92%

报告期各期末公司预付账款账面价值分别为 134.53 万元、72.56 万元和 92.47 万元,占流动资产比例分别为 0.92%、0.31%和 0.28%,占比较小。

截至 2019 年 12 月 31 日,公司预付账款前五名情况如下:

单位:万元

单位名称	与公司关系	期末余额	占总额比例
漳州台商投资区角美上颖铁件加工场	非关联方	10.56	11.42%
广州迈德电气科技有限公司	非关联方	8.00	8.65%
广州幸民泰商业有限公司	非关联方	5.97	6.46%
福建省新益源电缆有限公司	非关联方	5.68	6.14%
厦门本地人仓储物流有限公司	非关联方	4.50	4.87%
合计		34.71	37.54%

5、其他应收款

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收利息	101.90	89.22	42.75
应收股利	-	-	-
其他应收款	572.08	417.61	667.34
合计	673.98	506.82	710.09

报告期内，公司应收利息分别为 42.75 万元、89.22 万元和 101.90 万元，主要系公司对厦门又一城网络科技有限公司借款的应计利息。

报告期各期末，公司对厦门又一城网络科技有限公司的其他应收账款金额分别为 500 万元、250 万元、180 万元，扣除该款项后，公司前两年其他应收款余额较小，主要为保证金、厂房押金和员工备用金等；2019 年末，公司其他应收账款余额较上年末有所增加，主要系预付长泰厂房建设款保证金增加 203.20 万元。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司其他应收账款前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	其他应收款期末余额	账龄
福建大舟建设集团有限公司厦门分公司	保证金	203.20	1 年以内
厦门又一城网络科技有限公司	往来款	180.00	2-3 年
厦门市海新生物科技有限公司	押金	37.44	1 年以内 8.99 万元 1-2 年 28.45 万元
厦门众隆鑫供应链有限公司	押金	31.45	1 年以内 12.04 万元 3 年以上 19.41 万元
代垫社医保	往来款	20.63	1 年以内
合计		472.72	

6、存货

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
存货账面价值（万元）	8,467.06	7,582.22	4,348.58
占流动资产比例	25.78%	32.77%	29.61%

报告期末公司存货账面价值分别为 4,348.58 万元、7,582.22 万元和 8,467.06 万元，占流动资产的比例分别为 29.61%、32.77%和 25.78%，最近一期末占比略有下降。

2018 年末, 公司存货较上年末增长幅度较大, 主要原因是: (1) 随着公司市场地位的不断提升, 公司业务覆盖范围拓展至海内外, 销售规模快速增长; (2) 公司客户结构持续优化, 与安踏集团、屈臣氏集团等优质客户的合作进一步深化, 下游客户市场占有率的增长使得公司销售订单持续增加, 生产存货数量随之增长; (3) 经过多年技术积累及品牌沉淀, 公司获得国内外知名品牌客户的高度认可, 逐步进入阿迪达斯集团、斯凯奇、DUFY 免税集团等国际大客户的供应链, 并随着双方合作的深入, 公司陆续打开了国际大客户的销路, 随着公司客户结构的多元化, 公司存货类别相应增加。

(1) 存货结构分析

单位: 万元

存货种类	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	1,245.58	13.97%	1,772.41	22.24%	709.62	15.06%
半成品	717.80	8.05%	637.64	8.00%	434.53	9.22%
在产品	613.96	6.89%	295.31	3.71%	174.08	3.70%
库存商品	6,028.56	67.62%	4,843.78	60.79%	3,092.31	65.64%
发出商品	282.16	3.16%	364.20	4.57%	253.60	5.38%
委托加工物质	27.70	0.31%	54.58	0.68%	46.92	1.00%
合计	8,915.74	100.00%	7,967.91	100.00%	4,711.07	100.00%

报告期各期末, 公司存货主要由原材料、半成品、在产品和库存商品构成, 其中库存商品和原材料合计占比分别为 80.70%、83.04%和 81.59%, 原材料主要系公司常规备料所致, 库存商品主要系根据客户的备货要求进行生产的成品, 不存在大量堆积滞销情况。

(2) 存货周转水平分析

报告期内, 公司存货周转率分别为 4.20 次、3.72 次和 3.43 次, 整体周转率水平略有下降, 与同行业变动趋势一致, 公司库存商品的周转天数情况如下:

单位: 万元

项目	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度	2017.12.31/2017 年度
库存商品余额	6,028.56	4,843.78	3,092.31
主营业务成本	28,841.25	23,535.43	18,108.99
库存商品周转天数(天)	67.85	60.70	59.94

公司产品主要为定制化产品,安踏集团、屈臣氏集团等大客户通常会提前两个月要求公司进行备货,报告期内公司库存商品周转天数分别为 59.94 天、60.70 天和 67.85 天,与公司的经营特点相匹配。

(3) 存货跌价准备计提

公司结合库龄情况和客户产品的更新换代及客户的未来需求变化,估计产品是否可销售变现,计提跌价准备。由于公司产品为定制化产品,若营销部无法估计是否可对外销售变现,则对产品全额计提存货跌价准备,各期存货跌价准备金额分别为 362.49 万元、385.69 万元和 448.68 万元,报告期内公司销售规模不断增长,存货周转情况良好,管理有序,不存在其他减值情况。

报告期各期末,公司库龄在 1 年以上存货金额分别为 634.70 万元、786.40 万元、602.67 万元。公司库龄在 1 年以上存货主要由产成品构成,主要是公司按客户的标准门店计划要求为客户进行备货,因实际开店面积及产品等与计划存在一定差异,导致公司部分产品库龄超过 1 年,但公司与客户保持稳定合作,后续客户会优先考虑消化公司库龄较长产品。

7、其他流动资产

单位: 万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
待认证进项税额	314.69	10.15	2.12
增值税留抵税额	19.56	21.22	27.80
预缴增值税	0.13	0.89	0.78
预缴企业所得税	-	-	3.48
待摊费用	137.46	111.14	45.55
合计	471.84	143.40	79.72

报告期内,公司其他流动资产主要为待认证进项税额以及待摊费用,占流动资产的比例分别为 0.54%、0.62%和 1.44%,占比较小,最近一期末余额有所增加主要系公司期末待认证进项税额增加所致。

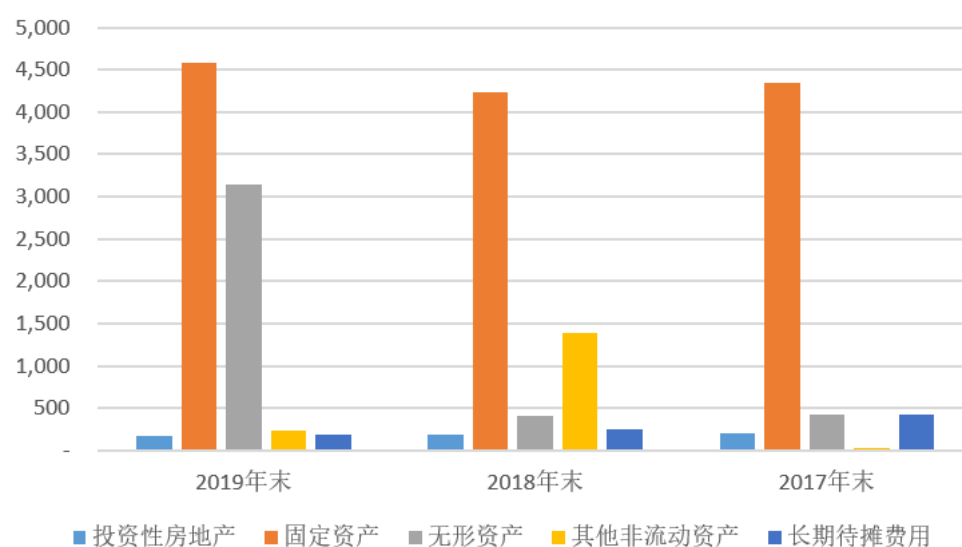
(三) 非流动资产构成及其变化分析

公司报告期内非流动资产规模及构成如下:

单位: 万元

科目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	169.29	1.93%	184.07	2.75%	198.85	3.58%
固定资产	4,577.65	52.29%	4,232.03	63.19%	4,339.58	78.23%
在建工程	224.67	2.57%	10.10	0.15%	-	-
无形资产	3,145.52	35.93%	406.35	6.07%	418.86	7.55%
长期待摊费用	181.36	2.07%	250.67	3.74%	428.36	7.72%
递延所得税资产	227.40	2.60%	219.00	3.27%	135.30	2.44%
其他非流动资产	229.24	2.62%	1,395.16	20.83%	26.43	0.48%
非流动资产合计	8,755.13	100.00%	6,697.39	100.00%	5,547.38	100.00%

报告期内,公司非流动资产主要由投资性房地产、固定资产、无形资产、长期待摊费用和其他非流动资产构成。2018年末,公司非流动资产金额较2017年末有所增长主要系公司2018年底购买长泰厂房土地预付款1,300万元计入其他非流动资产所致;2019年末,公司非流动资产金额较2018年末有所增长主要系公司购买土地导致土地使用权原值增加2,790.92万元。报告期各期末,公司主要非流动资产的变动情况如下图所示:



1、投资性房地产

公司投资性房地产采用成本模式进行计量。

公司投资性房地产为处于厦门市湖里区泗水道 625 号 702 单元的房地产, 主要用途为办公出租, 开始使用日为 2010 年 7 月, 原值为 307.87 万元, 按 20 年进行折旧, 截至 2019 年 12 月底, 投资性房地产账面价值为 169.29 万元。

公司将投资性房地产出租取得的租金收入计入其他业务收入, 折旧相应计入其他业务成本。

2、固定资产

单位: 万元

项目		2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
原值	房屋及建筑物	2,933.49	2,933.49	2,933.49
	机器设备	3,928.45	3,115.77	2,979.69
	运输工具	608.94	565.89	574.93
	办公设备	349.65	285.52	245.63
	合计	7,820.52	6,900.67	6,733.74
累计折旧	房屋及建筑物	1,141.09	1,000.28	859.47
	机器设备	1,466.17	1,129.42	1,067.44
	运输工具	421.44	382.83	348.02
	办公设备	214.17	156.11	119.23
	合计	3,242.88	2,668.64	2,394.16
减值准备	房屋及建筑物	-	-	-
	机器设备	-	-	-
	运输工具	-	-	-
	办公设备	-	-	-
	合计	-	-	-
账面价值	房屋及建筑物	1,792.40	1,933.21	2,074.02
	机器设备	2,462.28	1,986.35	1,912.25
	运输工具	187.49	183.06	226.91
	办公设备	135.47	129.41	126.40
	合计	4,577.65	4,232.03	4,339.58

报告期各期末, 公司固定资产原值分别为 6,733.74 万元、6,900.67 万元和 7,820.52 万元, 最近一期末固定资产增加较多主要系公司扩大经营规模, 添加生产机器设备所致。

截至 2019 年 12 月底, 公司主要的生产设备性能良好, 处于正常运转状态, 不存在可收回金额低于账面价值等减值情况, 也不存在固定资产闲置情况, 故未计提固定资产减值准备。

公司固定资产折旧计提政策与同行业可比公司易尚展示相比基本一致。

报告期内, 公司机器设备原值与产成品产值的匹配情况如下:

单位: 万元

项目	2019.12.31/2019 年	2018.12.31/2018 年	2017.12.31/2017 年
机器设备原值	3,928.45	3,115.77	2,979.69
产成品入库金额	29,943.98	25,397.50	18,511.48
单位机器设备产值	7.62	8.15	6.21

3、在建工程

单位: 万元

工程名称	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
长泰厂房	224.67	10.10	-
合计	224.67	10.10	-

报告期各期末, 公司在建工程账面价值分别为 0 万元、10.10 万元和 224.67 万元, 均为长泰厂房建设款项。

4、无形资产

单位: 万元

项目		2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
原值	土地使用权	3,204.62	413.69	413.69
	计算机软件	167.78	151.67	142.10
	其他	0.66	0.26	-
	合计	3,373.06	565.63	555.80
累计摊销	土地使用权	136.14	81.35	73.07
	计算机软件	91.27	77.89	63.87
	其他	0.12	0.04	-
	合计	227.54	159.28	136.94
减值准备累计	土地使用权	-	-	-
	计算机软件	-	-	-
	其他	-	-	-

项目		2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
	合计	-	-	-
账面价值	土地使用权	3,068.47	332.35	340.63
	计算机软件	76.51	73.78	78.23
	其他	0.54	0.22	-
	合计	3,145.52	406.35	418.86

报告期各期末, 公司无形资产账面原值分别为 555.80 万元、565.63 万元和 3,373.06 万元, 主要为土地使用权和计算机软件, 目前公司土地使用权按 50 年摊销, 软件按 10 年摊销, 不存在减值情形。

5、长期待摊费用

报告期各期末, 公司长期待摊费用金额分别为 428.36 万元、250.67 万元和 181.36 万元, 主要为厂房及办公室装修摊销款。

报告期内公司长期待摊费用情况如下:

单位: 万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
厂房及办公室装修	140.85	247.63	416.49
其他	40.50	3.04	11.87
合计	181.36	250.67	428.36

6、递延所得税资产

单位: 万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
坏账准备	967.05	152.51	737.24	116.22	430.41	69.42
存货跌价准备	448.68	70.09	385.69	59.45	362.49	57.35
内部交易未实现利润	30.32	4.79	278.49	43.33	56.82	8.52
合计	1,446.05	227.40	1,401.43	219.00	849.72	135.30

报告期内, 公司递延所得税资产账面价值的变动主要系资产减值准备以及内部交易未实现利润变动所致。

7、其他非流动资产

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其他非流动资产(万元)	229.24	1,395.16	26.43
占非流动资产比例	2.62%	20.83%	0.48%

报告期内,公司其他非流动资产主要包括设备、软件预付款和购买土地预付款,2018年末其他非流动资产金额较上年末增加1,368.73万元主要系当期预付了长泰厂房土地款1,300万元。

(四) 资产周转能力分析

1、资产周转效率主要财务指标

报告期内,公司资产周转效率指标如下:

项目	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款周转率(次/年)	3.13	3.65	4.65
存货周转率(次/年)	3.43	3.72	4.20

报告期内公司对主要客户信用政策及执行情况均未发生变化。报告期各期公司应收账款周转率分别为4.65次、3.65次和3.13次,周转率有所下降,主要系公司客户结构持续优化,对安踏集团、屈臣氏集团等信用账期较长的大客户销售额增长幅度较大,导致期末应收账款余额增加较多,从而拉低了公司整体应收账款的周转水平;但因优质客户的信用资质和回款情况较好,客户结构的优化实际上加强了公司应收账款的整体质量,降低了回收风险。

报告期公司存货周转率分别为4.20次、3.72次和3.43次,总体略有下降,主要原因是随着经营规模和市场地位的提升,公司抗风险能力逐步加强,客户结构的优化导致公司销售订单持续增加,报告期内公司生产存货数量和金额相应不断增长,总体存货周转水平略有下降。

2、公司资产周转能力与同行业可比上市公司比较

财务指标	公司名称	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款周转率 (次/年)	易尚展示	1.71	2.63	2.70
	舒华体育	4.08	4.37	4.26
	可比公司均值	2.89	3.50	3.48
	本公司	3.13	3.65	4.65

财务指标	公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货周转率 (次/年)	易尚展示	2.49	3.50	6.85
	舒华体育	3.56	3.98	3.85
	可比公司均值	3.02	3.74	5.35
	本公司	3.43	3.72	4.20

注：2019 年舒华体育因未披露年报数据，暂采用其半年报披露数据。

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率总体高于行业平均水平，主要是公司提升治理水平，优化客户结构，加强资产管理，各项经营资产周转效率基本保持良好。

十二、偿债能力分析

(一) 负债构成及其变化分析

公司最近三年负债规模及构成情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	14,435.12	99.97%	14,853.45	100.00%	10,721.76	100.00%
非流动负债	4.00	0.03%	-	-	-	-
负债合计	14,439.12	100.00%	14,853.45	100.00%	10,721.76	100.00%

报告期各期末，公司负债总额分别为 10,721.76 万元、14,853.45 万元和 14,439.12 万元，除 2019 年末有 4 万元的递延所得税负债外，其余全部为流动负债。

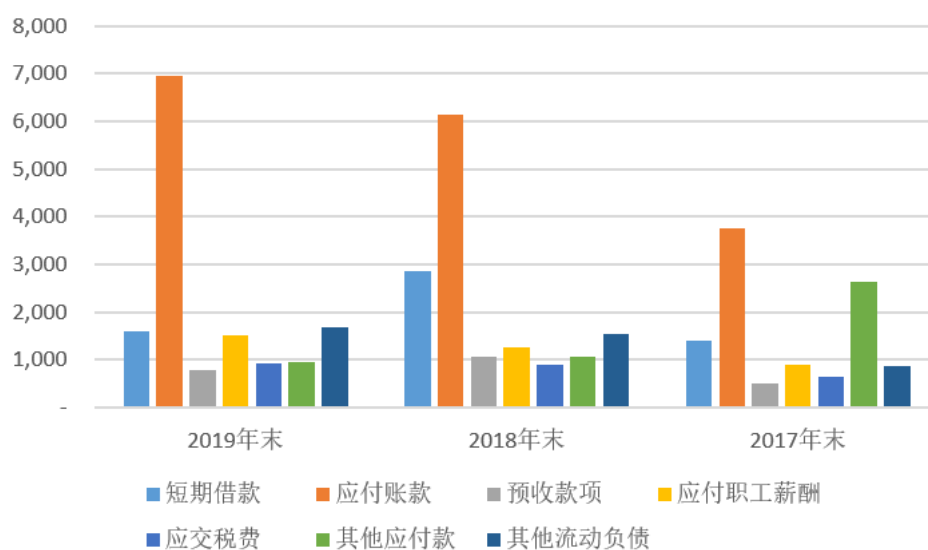
(二) 流动负债的构成与变化

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	1,602.22	11.10%	2,864.13	19.28%	1,401.69	13.07%
应付账款	6,955.78	48.19%	6,136.92	41.32%	3,763.43	35.10%
预收款项	798.24	5.53%	1,070.01	7.20%	508.28	4.74%
应付职工薪酬	1,509.65	10.46%	1,259.36	8.48%	903.16	8.42%
应交税费	940.35	6.51%	899.37	6.05%	646.52	6.03%

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他应付款	947.24	6.56%	1,070.00	7.20%	2,638.76	24.61%
其他流动负债	1,681.63	11.65%	1,553.67	10.46%	859.92	8.02%
合计	14,435.12	100.00%	14,853.45	100.00%	10,721.76	100.00%

报告期内公司流动负债主要包括短期借款、应付账款、应付职工薪酬、其他流动负债等，2018 年末公司流动负债金额较上年末有所增长主要系随着公司规模扩大，短期借款和应付账款增加所致。报告期各期末，公司流动负债的变动情况如下图所示：



1、短期借款

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
抵押借款	1,600.00	2,860.00	1,400.00
未到期应付利息	2.22	4.13	1.69
合计	1,602.22	2,864.13	1,401.69

截至 2019 年 12 月底，公司短期借款余额为 1,602.22 万元，主要系中国农业银行厦门同安支行流动资金贷款。

公司短期借款的具体情况如下：

借款人	贷款银行	借款金额	借款日期	借款期限	借款利率
上特展示(厦门)股份有限公司	中国农业银行股份有限公司厦门同安支行	500 万元	20190122	1 年	1 年期 LPR 加 82.3 基点
		300 万元	20190228	1 年	1 年期 LPR 加

司	安支行				82.3 基点
		300 万元	20190425	1 年	1 年期 LPR 加 69.25 基点
		300 万元	20190521	1 年	1 年期 LPR 加 69.25 基点
		200 万元	20191126	1 年	1 年期 LPR 加 20 基点

2、应付账款

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付材料款	6,875.75	6,025.85	3,749.82
应付装修款	45.37	14.03	-
应付设备款	16.45	38.25	13.61
应付服务费	18.21	58.79	-
合计	6,955.78	6,136.92	3,763.43

报告期内公司应付账款主要是应付材料款，公司与主要供应商合作良好，期末无账龄超过一年的重要应付账款，不存在拖欠货款未偿还情况。

3、预收款项

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预收账款	798.24	1,070.01	508.28
占流动负债比例	5.53%	7.20%	4.74%

公司的预收款项主要为预收客户货款，报告期内，公司预收账款占流动负债比例分别为 4.74%、7.20%和 5.53%。

4、应付职工薪酬

报告期内公司薪酬主要包括短期薪酬和离职后福利，其中短期薪酬包括工资、奖金、津贴、补贴，福利费，社会保险，住房公积金，工会经费和职工教育经费。报告期末公司应付职工薪酬的账面价值分别为 903.16 万元、1,259.36 万元和 1,509.65 万元，随着公司经营规模扩张，公司员工数量相应增加，期末应付职工薪酬金额逐渐增长。

5、应交税费

报告期末公司应交税费的账面价值分别为 646.52 万元、899.37 万元和 940.35 万元，占流动负债的比例分别为 6.03%、6.05%和 6.51%。报告期末应交税费变动主要系公司利润总额变动导致应交企业所得税额变动所致。

报告期各期末应交税费的结构如下表所示：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
增值税	163.03	176.85	118.54
企业所得税	649.91	646.05	420.36
个人所得税	60.56	25.07	49.39
城市维护建设税	12.84	15.62	19.34
教育费附加	12.84	15.62	19.34
房产税	14.06	15.06	15.06
印花税	1.82	1.49	0.92
城镇土地使用税	25.00	3.57	3.57
其他	0.29	0.04	-
合计	940.35	899.37	646.52

6、其他应付款

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付利息	-	5.24	73.51
应付股利	-	-	16.01
其他应付款	947.24	1,064.75	2,549.25
合计	947.24	1,070.00	2,638.76

公司其他应付款主要包括应付往来款，2018 年末较 2017 年末减少 1,568.76 万元，主要系偿还了股东借款所致。

其中，其他应付款按款项性质列示如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
往来款	932.19	908.05	2,410.14
代扣代缴款项	15.05	156.70	139.11
其他应付款合计	947.24	1,064.75	2,549.25

7、其他流动负债

报告期各期末，其他流动负债明细如下表所示：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
房屋租金及水电费	55.03	73.16	55.47
快递及运输费	460.70	375.88	223.80
待转销项税	1,165.90	1,104.63	580.65
合计	1,681.63	1,553.67	859.92

公司其他流动负债主要包括待转销项税、快递及运输费和房屋租金及水电费，报告期末余额变动主要系待转销项税余额变动所致。

(三) 偿债能力分析

1、主要偿债能力指标

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（次/年）	2.28	1.56	1.37
速动比率（次/年）	1.68	1.04	0.95
资产负债率（母公司）	33.98%	47.72%	48.36%
资产负债率（合并报表）	34.71%	49.78%	52.99%
项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	7,920.75	6,351.13	3,180.84
利息保障倍数（倍）	55.20	34.77	17.42

报告期内，公司流动比率和速动比率呈上升趋势，资产负债率逐年下降，利息保障倍数逐年上升，公司抗风险能力和偿债能力不断增强。

2、影响偿债能力的其他因素分析

报告期内，公司资信状况良好，不存在不良信用记录，无逾期未偿还银行借款，无表外融资及或有负债等影响偿债能力的事项。

十三、报告期股利分配情况

报告期内，公司未进行股利分配。

十四、现金流量分析

报告期内，公司现金流量基本情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,754.56	585.49	2,012.14
投资活动产生的现金流量净额	-5,869.24	-1,006.32	-1,209.61
筹资活动产生的现金流量净额	4,738.68	381.81	299.22
现金及现金等价物净增加额	2,628.18	54.07	1,061.56
期末现金及现金等价物余额	4,817.49	2,189.31	2,135.24

(一) 经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	47,491.29	37,441.88	29,258.98
收到的税费返还	547.71	890.73	533.35
收到其他与经营活动有关的现金	1,872.82	424.41	821.35
经营活动现金流入小计	49,911.81	38,757.02	30,613.68
购买商品、接受劳务支付的现金	26,739.74	21,293.89	16,317.64
支付给职工以及为职工支付的现金	10,353.64	8,631.15	6,280.49
支付的各项税费	2,983.12	2,310.73	1,604.77
支付其他与经营活动有关的现金	6,080.76	5,935.76	4,398.64
经营活动现金流出小计	46,157.25	38,171.53	28,601.53
经营活动产生的现金流量净额	3,754.56	585.49	2,012.14

报告期内，公司的经营活动产生的现金流量净额金额分别为 2,012.14 万元、585.49 万元和 3,754.56 万元，报告期内公司经营活动现金流量主要来源于销售商品、提供劳务收到的现金。公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异主要系由存货、应收账款等资产变动引起，2019 年公司经营活动现金流量净额较去年大幅增长，主要系公司对应收账款、存货等资产的管控不断加强，经营资产效率提升所致。

报告期内，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额关系如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	6,082.38	4,867.99	1,742.85
加：信用减值损失	231.48	-	-
资产减值准备	443.34	617.75	460.91

固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	619.52	610.79	558.23
无形资产摊销	21.75	22.34	19.73
长期待摊费用摊销	174.03	229.95	188.84
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“—”号填列)	-3.31	72.63	-0.13
固定资产报废损失(收益以“—”号填列)	-	5.15	-
公允价值变动损失(收益以“—”号填列)	-26.64	-	-
财务费用(收益以“—”号填列)	139.24	102.72	150.31
投资损失(收益以“—”号填列)	-	-	25.50
递延所得税资产减少(增加以“—”号填列)	-8.25	-83.36	-56.20
递延所得税负债增加(减少以“—”号填列)	4.00	-	-
存货的减少(增加以“—”号填列)	-1,326.55	-3,532.62	-849.54
经营性应收项目的减少(增加以“—”号填列)	-3,043.01	-5,382.81	-4,213.44
经营性应付项目的增加(减少以“—”号填列)	446.59	3,054.96	2,735.08
其他	-	-	1,250.00
经营活动产生的现金流量净额	3,754.56	585.49	2,012.14

(二) 投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 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	9.48	39.29	4.41
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	9.48	39.29	4.41
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,878.72	1,045.60	1,044.02
投资支付的现金	3,000.00	-	170.00
投资活动现金流出小计	5,878.72	1,045.60	1,214.02
投资活动产生的现金流量净额	-5,869.24	-1,006.32	-1,209.61

2017年、2018年、2019年公司投资活动产生的现金流量净额分别为-1,209.61万元、-1,006.32万元和-5,869.24万元,主要系购建固定资产、预付土地款等其他长期资产支付的现金和子公司投资建厂支付的现金较大所致。

(三) 筹资活动现金流量分析

报告期内,公司筹资活动产生的现金流量情况如下:

单位:万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
吸收投资收到的现金	6,200.05	704.10	-
取得借款所收到的现金	2,400.00	3,770.00	2,370.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	8,600.05	4,474.10	2,370.00
偿还债务所支付的现金	3,660.00	3,716.78	1,950.02
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	201.37	375.50	120.77
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	3,861.37	4,092.28	2,070.78
筹资活动产生的现金流量净额	4,738.68	381.81	299.22

2017年、2018年、2019年公司筹资活动产生的现金流量净额分别为299.22万元、381.81万元和4,738.68万元,2019年增长较多主要系当期吸收投资者收到现金增加所致。

十五、发行人资本性支出分析

(一) 重大资本性支出

报告期内,公司购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为1,044.02万元、1,045.60万元、2,878.72万元,投资支付的现金分别为170.00万元、0.00万元、3,000.00万元。

(二) 未来可预见的重大资本性支出计划

公司本次拟通过公开发行新股募集资金用于以下项目:

项目名称	投资总额(万元)	拟使用募集资金(万元)
上特长泰工业园项目	50,000.00	50,000.00
研发及工程技术中心建设项目	5,786.30	5,786.30

合计	55,786.30	55,786.30
----	-----------	-----------

除上述及本次募集资金运用相关的资本性支出外,公司无其他可预见的重大资本性支出计划。有关本次募集资金运用项目具体情况请参见本招股说明书之“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

十六、流动性风险分析

报告期内各期末,公司合并资产负债率逐年下降,分别为 52.99%、49.78% 和 34.71%;流动比率分别为 1.37、1.56 和 2.28,速动比率分别为 0.95、1.04 和 1.68,呈上升趋势,偿债能力逐年增强。报告期末公司资产负债率较低,流动比率和速动比率较高,资信状况良好,不存在逾期债务未偿还的情况。

随着收入规模增加,公司的应收账款余额和存货余额呈现增加态势,增加了公司的管理压力,降低了资金使用效率,若发生坏账或跌价损失,可能对于公司流动性产生不利影响。

公司应对流动性风险的措施包括:(1)建立应收账款催收制度,加大货款催收力度,保证及时回款;(2)定期监测货款回收及客户信用情况,适时通过法律手段催收,尽可能控制流动性风险;(3)加强与客户沟通,优化存货结构,提升存货周转水平;(4)持续提升综合服务能力,加大对老客户销售金额,同时拓展客户群体,培育更多优质客户。

十七、持续经营能力

公司系行业领先的商业终端展示一体化服务商,致力于为全球知名品牌提供定制化、数字化、智能化的零售门店展示产品和服务,报告期内,公司商业终端展示产品收入分别为 28,643.65 万元、38,139.91 万元和 45,790.89 万元。

公司服务的品牌客户涵盖运动服饰、零售百货、时尚服饰、奢侈品、珠宝和化妆品等众多细分领域,其中运动品牌、零售百货和时尚品牌的展示产品系公司收入主要来源,三者合计占公司主营业务收入 90%以上,具体客户包括阿迪达斯集团、安踏集团(包括斐乐)、DUFY 免税集团、Future Group、屈臣氏集团、绫致时装、斯凯奇等。

公司经过多年的研究开发与经验积累,研发设计能力突出,截至查询日已拥有 5 项发明专利,31 项实用新型专利,6 项外观设计专利,核心技术涵盖模块化弱电照明系统、快装系统等,广泛运用于公司商业终端展示产品。

随着终端零售市场稳步发展,公司一体化综合服务水平持续提升,客户粘性不断增强,带动公司经营规模不断增长,公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化或风险因素。

十八、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保、诉讼等事项

(一) 资产负债表日存在的重要或有事项

截至 2019 年 12 月 31 日,本公司不存在应披露的重要承诺以及或有事项。

(二) 其他资产负债表日后事项说明

新冠疫情于 2020 年 1 月在全国爆发,并于 2020 年 3 月在其他国家蔓延,对肺炎疫情的防控工作各国正在持续进行。肺炎疫情将对全国乃至其他国家的整体经济运行造成一定影响,从而可能在一定程度上影响本公司生产、销售等经营情况,影响程度将取决于疫情的持续时间、疫情防控的情况以及各项调控政策的实施。本公司将继续密切关注肺炎疫情发展情况,谨慎评估和积极应对其对本公司财务状况、经营成果等方面的影响。

(三) 重大担保、诉讼等事项

截止 2019 年 12 月 31 日,本公司不存在应披露的重大担保、诉讼事项。

十九、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次募集资金运用概况

(一) 募集资金运用方案

经公司 2020 年 4 月 6 日召开的 2020 年度第一次临时股东大会审议同意,公司本次拟公开发行不低于 2,184.41 万股人民币普通股(A 股),募集资金将全部用于公司主营业务相关项目。募集资金项目实施后不新增同业竞争,对发行人的独立性不产生不利影响。

本次发行募集资金扣除发行费用后,将按轻重缓急顺序投入以下项目:

单位:万元

项目名称	投资总额	拟使用 募集资金	备案情况	环保批复
上特长泰工业园项目	50,000.00	50,000.00	闽发改备 [2018]E070108 号	泰环审[2019]58 号
研发及工程技术中心 建设项目	5,786.30	5,786.30	同发投(2020)备 157	202035021200000150
合计	55,786.30	55,786.30		

本次募集资金到位后,若实际募集资金额少于上述项目对募集资金需求总额,不足部分由公司自筹解决;若实际募集资金额超过上述项目对募集资金需求总额,则超出部分将在履行法定程序后用于与公司主营业务相关支出。

在本次募集资金到位前,公司将根据项目进展的实际需要以自筹资金先行投入上述项目,并在募集资金到位后以募集资金置换先期投入的自筹资金。

(二) 募集资金使用管理安排

公司成功发行并上市后,将严格遵照《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》(证监会公告[2012]44 号)等法律法规,以及公司《募集资金管理制度》的规定,将募集资金存放于公司与银行、保荐机构三方监管的专项账户,集中管理,做到专款专用,规范使用募集资金。

(三) 募集资金对发行人主营业务发展的贡献

本次募集资金使用后,公司产能和自动化程度将得到大幅的提高,有效地解

决制约公司发展的产能不足的瓶颈,提高生产效率,降低生产成本,提升响应速度,满足客户对高质量产品的要求,有助于进一步提高公司综合服务能力和业务规模。同时,通过建设研发平台进行技术储备,从而进一步提高产品品质,增加产品的附加价值,优化公司产品结构,加强公司的研发设计能力和工程技术实力,拓展产品应用空间,从而拓展公司未来发展的市场空间,最终提升公司的核心竞争力,巩固公司现有的行业地位。

(四) 对发行人未来经营战略的影响及对发行人业务创新创造创意性的支持作用

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务展开,是公司现有业务的扩展和延伸,项目的实施对扩大公司生产规模,提升公司核心竞争力,提高盈利水平,实现公司发展战略目标具有重要意义。

上特长泰工业园项目的建设将扩大公司展示产品生产场地和产能,能够突破公司现有的产能瓶颈,为公司快速发展提供重要保障。此外,上特长泰工业园项目将引入先进的自动化设备,优化工艺流程,一方面,通过提高生产线的自动化程度,提升生产效率并减少人工依赖,从而在降低生产成本的同时提高产品品质稳定性,有助于公司规模化经营,提高市场份额;另一方面,通过新建批量化生产线以及大规模定制化生产能力,并结合公司现有生产空间和生产能力,实现公司对生产资源的优化配置,从而同时满足大客户的批量化订单需求和高端客户小批量定制化需求,提高公司柔性化制造能力,拓展公司产品应用领域,提高公司主营业务盈利能力。

研发及工程技术中心建设项目是公司结合行业技术发展需求和公司未来市场开拓方向,通过升级公司研发场所,购置先进的硬件设备和软件工具,打造公司产品、技术、工艺研发的创新平台,从而全面提升公司展示产品开发、高科技应用、工艺实现等技术能力,有助于提升和完善公司核心技术体系,提高公司核心竞争力,保障公司可持续发展。

二、募集资金项目具体情况

(一) 上特长泰工业园

1、项目简介

公司综合考虑自身研发和工艺工程产业化能力、行业发展趋势、市场需求状况、技术进步情况等因素，拟使用募集资金 50,000.00 万元，投资于“上特长泰工业园”项目。本项目实施主体为公司全资子公司上特(福建)展示科技有限公司。

本项目将新建厂房 152,177 m²，并引入先进新装备，建设新生产线，优化工艺流程，提升生产自动化程度，扩大公司展示产品生产能力，提升生产效率。本项目的实施将有利于满足不断增长的客户需求，扩张公司现有业务，提高整体盈利水平。项目建成后，可实现年产值 80,000 万元的生产能力，有助于进一步升级公司的产能，扩大公司产品的市场占用率。

2、项目建设的可行性分析

(1) 商业终端展示行业需求稳步增长，市场前景广阔

2009 年以来，我国社会消费品零售总额稳步增长，2018 年达到 38 万亿元，年复合增长率达到 12.40%。国内外零售品牌方依托中国快速增长的消费市场不断发展的同时，也为商业终端展示行业带来了源源不断的市场需求。

目前，运动鞋服、化妆品等领域是公司产品最主要的应用领域，二者市场体量庞大并保持了平稳增长态势，且中国市场增速明显高于全球市场。根据 Euromonitor 数据，2018 年全球运动鞋服市场规模为 3,029.5 亿美元，较 2017 年增长了 8.48%，2014 年到 2018 年的年复合增长率为 4.89%；而 2018 年中国运动鞋服市场规模为 2,647.6 亿元，较 2017 年增长了 19.52%，2014 年到 2018 年年复合增长率为 15.6%。根据 Euromonitor 数据，2018 年全球化妆品市场规模为 4,880 亿美元，较 2017 年增长了 4.11%；而 2018 年中国化妆品市场规模为 4,102.34 亿元，较 2017 年增长了 12.3%。

同时，随着中国零售业品牌化发展，消费品牌不断涌现，优势品牌快速扩张。对商业终端展示行业来说，品牌方新开店不仅意味着当年订单量的增加，此后品牌方每次形象的更迭和店面的定期翻新都会带来新的展示产品需求。此外，伴随国产品牌的崛起，国产品牌开始走向国际，其中国门店乃至全球门店的建设也会为商业终端展示行业带来巨大的市场空间。

(2) 优秀的工程设计和工艺实现能力是项目顺利实施的重要前提

展示产品生产需要厂家根据品牌方提供的概念图转化为可工艺实现的工程设计图,因此对于商业终端展示行业而言,产能扩建需要强大的工程设计能力作为支撑。公司已组建了高水平的研发技术团队,团队设计经验丰富,制图效率高,并能够将品牌概念完整传递和呈现。因此,公司的工程设计实力足以支撑项目实施后不断增长的订单需求。

同时,从工程图纸到实物产品需要企业具备强大的工艺实现能力。商业终端展示行业缺乏通用的批量化生产设备,为了使设备能适应行业生产特性,需求生产企业根据自身工艺特点对设备进行定制改造。公司依托自身研发技术团队,持续推进设备自主研发改造、工艺创新和流程优化,例如公司采用自动抛光代替人工抛光以提效降本;焊接环节,公司通过机械手取代人工氩焊,减少焊料浪费以及焊接处机械强度不足、电气短路等质量问题的同时,大幅度提高焊接速度,使焊道更美观;通过程序设计实现了双端铣设备上产品的自动位置调整,保证了产品的尺寸精度;通过加装自动送料装置使冲床能自动完成多孔冲压等。公司持续的工艺优化和设备改进使公司始终保持先进生产制造能力,公司强大工艺实现能力有利于项目的顺利实施。

(3) 优质、稳定的客户资源是产能消化的基础

经过多年的经营,公司依托优质的产品品质、强大的研发能力、及时的响应速度、先进的生产制造水平等优势,成功积累了一批优质客户资源,包括阿迪达斯集团、安踏集团(包括斐乐)、宝姿集团、DUFY 免税集团、FUTURE GROUP、GEOX、快尚时装集团、良品铺子、绫致时装、屈臣氏集团、斯凯奇、TOUS、Y-3、亚瑟士等众多国内外知名客户。由于公司客户多为行业领先的龙头企业,因此客户的发展势头强劲,店铺基数大,每年都保持着较高的扩张速度,且形象换代快,店铺翻新频率高,长期需要大批量采购展示产品,为公司带来了稳定、大量的订单需求。而公司在奢侈品领域的客户,尽管门店数量较少,但单店利润率较高,有助于提升公司利润率水平。

同时,国内外知名的大型客户对于供应商的考核尤为严格,要求供应商需具备一定的产能规模,能满足大批量采购需求;具备较高生产效率,能保证在较短

交期内完成生产任务；具备较高的产品质量水平以匹配品牌产品定位，能够完整传递品牌形象与内涵。因此此类大客户与展示产品厂商间合作粘性高，合作稳定性强。而且得到大客户对公司产品质量以及服务水平的认可，有助于公司树立良好的品牌形象，吸引潜在客户，从而进一步丰富公司的客户资源，形成良性循环。

综上，优质、稳定的客户资源是公司消化新增产能的基础，对公司进一步扩大与现有客户的合作体量以及未来开拓新客户都能起到积极作用，将推动项目顺利实施。

3、项目建设的必要性分析

(1) 突破现有产能瓶颈，满足不断增长的客户需求

近年来，受益于中国消费品牌快速崛起带动展示产品需求持续增加，公司规模不断扩张，以满足日益增长的客户需求。但由于商业终端展示行业生产涉及到五金加工、木制加工、装配、涂装等多个环节，且生产设备、成品、半成品体积较大，因此对于场地面积的要求较高。为此，公司通过外租厂房等方式扩大生产面积，缓解生产压力，但当前外租厂房的面积已超过公司自有厂房面积，给公司的生产管理带来一定困难。此外，由于商业终端展示行业拥有相对明显的季节性，公司虽通过开拓海外客户等平衡产能措施有效提高了淡季生产量，但旺季时公司仍需采用引入外协等措施缓解产能瓶颈问题。

未来，随着公司与安踏集团、阿迪达斯集团、屈臣氏集团等大客户的合作持续深入，以及新客户的开拓，公司订单量将进一步增长，现有产能瓶颈将对公司发展造成不利影响。因此，公司亟需通过本次项目，新建厂房，新增生产线，扩大产能，以突破现有产能瓶颈，减小旺季生产压力，以满足长期合作客户及新客户不断增长的订单需求。

(2) 提高自动化生产程度，降低生产成本，提高产品质量稳定性

近年来，我国制造业长期以来依赖的劳动力资源丰富、劳动成本低等优势逐渐消失，人力成本不断提高。鉴于商业终端展示行业的特殊性，生产过程中依赖人工完成的环节较多，因此公司对木工、抛光工、涂装工、装配钳工等技术工种需求量较大。为从根本上提高生产效率，降低人工成本，减少对技术工种的依赖，公司有必要引入更多先进生产设备，提高生产线自动化程度。

同时,由于公司主要客户多为国际大品牌方,且开拓新客户时也首选各行业内的头部企业或发展潜力大、盈利能力强的优质企业,因此出于品牌形象维护的考虑以及展示产品直接面对一线消费者的特点,公司客户对于展示产品质量要求较高,除实用性外,外观也是客户的重要考核指标,如线脚处理、打磨抛光、焊道处理、拼缝方式等细节处理。但在旺季时,公司生产线处于满负荷运转状态,工人生产压力大,难以始终保持最佳工作状态,公司品控管理压力巨大。

因此,公司亟需通过本次项目引进先进设备,以机器换人,降低人工依赖和减少人为失误,从整体上提升公司交货速度,并进一步提高产品品质,保障产品质量稳定性,以利于公司继续保持高速、稳定的增长态势。

(3) 增强公司柔性化制造能力,满足产品高度定制化需求

公司客户多为各行业的头部企业,其对展示产品设计、用料、工艺、细节处理方面有着较高要求,产品定制化程度较高。此外,同一客户旗下的不同品牌对于展示产品的需求不同,同一品牌旗下不同门店对于展示产品的需求也有较大差异。后者主要源于两方面因素,一是为体现设计美感并契合店铺整体结构,单一门店中需要使用多种不同类型的产品;二是不同门店在结构上存在差异,需要对产品设计进行调整。因此,展示产品的生产呈现多批次、小批量的特点。

未来,随着公司客户趋于多元化,产品多样性需求将更为突出,而展示产品生产原材料种类的不断增加也将对公司生产能力提出更高要求。因此,公司亟需通过本项目的建设,从生产线搭建、生产布局、生产管理等多维度加强公司柔性化制造能力建设,同时通过大幅提升公司生产能力,并结合公司现有生产资源,实现根据订单需求进行更高效的生产资源调配。故本次项目的实施有利于提高公司柔性化生产能力,是公司持续扩大生产规模、提高生产效率、提升响应速度以及满足客户高产品质量要求的必然选择。

4、投资概算

本项目投资总额 50,000.00 万元,全部使用募集资金进行投资。具体投资构成如下表所示:

序号	项目	投资额(万元)	比例
1	土建工程	32,049.53	64.10%

序号	项目	投资额(万元)	比例
1.1	主体工程	27,392.76	54.79%
1.2	工程建设其他费用	3,287.13	6.57%
1.3	预备费	1,369.64	2.74%
2	机器设备	9,283.00	18.57%
3	铺底流动资金	8,667.47	17.33%
	项目总投资	50,000.00	100.00%

5、项目的技术及工艺情况

项目的技术及工艺情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/(四)公司业务流程图/2、主要产品生产流程图”。

6、主要原材料的供应情况

项目生产所使用的主要原材料主要为包括钢材、木材、五金材料、亚克力、灯箱、音响、变压器、人造石、玻璃等，其中玻璃、亚克力、灯箱等制品主要采购可直接销售的成品以及可直接与公司配件组合的半成品。

公司以“与合作伙伴共同推动行业进步”为使命，将客户与供应商视为平等的合作伙伴，经过多年的发展，已经与供应商形成了良好的合作关系，可保证原材料的供应及时，质量可靠。

7、项目实施计划

本项目建设期为 36 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	第一年				第二年				第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备												
工程实施												
设备购置及安装												
人员招聘及培训												
项目投产												

8、项目选址

本项目选址漳州市长泰县，本项目总建筑面积为 152,177 平方米。项目所在地交通便利，具有优越的地理位置和宽松的投资环境，水、电、通讯设施齐全，适宜项目建设。目前，公司已经获得该地块的土地使用权，权证号为：闽（2019）长泰县不动产权第 0002103 号，用途为工业用地。

9、环境保护

（1）项目环境影响评价

本项目于 2019 年 12 月 6 日已经漳州市长泰生态环境局批准建设，并由其出具《关于<上特（福建）展示科技有限公司上特长泰工业园项目环境影响报告书>的批复》（泰环审[2019]58 号）。

（2）项目对环境的影响及防治措施

本项目运营期间的主要污染物为废水、废气、生产噪音以及一些固体废物等。其治理措施如下：

污染物	污染来源	治理措施
废水	金属件前处理废水	配套建设一座污水处理站，采用“预处理（包括隔油-沉淀-过滤等工序）+厌氧+好氧”组合处理后接入园区污水管网，最终排入长泰县东区污水处理厂处理。
	木质件喷漆废水	设置密闭且微负压的喷漆房，配建“水帘柜+喷淋塔+UV 光解催化系统+活性炭吸附”处理设施，除漆废水在污水处理站采用“预处理（包括隔油-沉淀-过滤等工序）+厌氧+好氧”组合处理后接入园区污水管网，最终排入长泰县东区污水处理厂处理。
	生活废水	经化粪池预处理后，由市政污水管网排入长泰县东区污水处理厂处理。
废气	金属机加工粉尘	设置打磨区，在产生烟尘区域设置集气罩，机加工粉尘集中收集后进入喷淋塔处理，后通过排气筒排放。
	焊接烟尘	设置焊接专区，在焊接区设置移动式焊接净化器处理。
	静电喷涂粉尘	设置封闭型且微负压的喷粉房，喷涂粉尘经滤筒和布袋除尘处理后，通过排气筒排放。
	天然气加热炉废气	天然气燃烧废气通过排气筒排放。
	固化废气	设置封闭且微负压固化室，固化废气通过风机负压抽吸引至 UV 光解催化处理后通过排气筒排放。
	木质机加工粉尘	设置侧吸集气罩，将机加工粉尘引入布袋除尘进行除尘，经处理后通过排气筒排放。
	打磨粉尘	设置集风罩并配套风机，打磨粉尘收集后经喷淋塔处理，通过排气筒排放。

污染物	污染来源	治理措施
	喷漆漆雾	设置密闭且微负压的喷漆房, 配建“水帘柜+喷淋塔+UV 光解催化系统+活性炭吸附”处理设施, 漆雾经水帘柜及喷淋塔处理后, 无组织排放。
	喷漆工序有机废气	设置密闭且微负压的喷漆房, 配建“水帘柜+喷淋塔+UV 光解催化系统+活性炭吸附”处理设施, 喷漆废气经处理后通过排气筒排放。
	封边工序有机废气	设置集风罩并配套风机, 废气经收集后引至喷漆有机废气处理设施处理后, 通过排气筒排放。
固体废物	一般固体废物	包括金属边角料、焊渣、木板边角料、收集的粉尘渣等, 集中收集后统一外售。
	危险废物	包括废砂纸、漆渣、废油桶、废稀释剂空桶、废活性炭、机加工设备产生的废润滑油、表面处理池废槽渣、废滤筒、废挂件、废 UV 光解灯管和生产废水污水处理站污泥等, 集中收集后委托有危险废物处置资质单位安全处置。
	含油抹布和生活垃圾	收集后由当地环卫部门统一清运处理。
噪音	生产设备产生的机械噪声	选用低噪声设备, 高噪声设备做好减振、隔声措施, 加强设备维护保养, 确保厂界噪声达标。

10、项目效益分析

本项目计算期为 10 年, 其中建设期 36 个月, 运营期为 105 个月。根据规划, 预计 T2 年达产 40%, T3 年达产 70%, T4 年全部达产。经估算投资项目达产后, 年收入可达到 80,000.00 万元, 若公司的企业所得税按 15% 缴纳, 年净利润达 10,195.85 万元。项目财务内部收益率为 20.32% (税后), 投资回收期为 6.94 年 (含建设期)。

(二) 研发及工程技术中心建设项目

1、项目简介

本次募投项目计划投资 5,786.30 万元进行项目实施, 项目实施主体为上特展示(厦门)股份有限公司。本项目将利用公司现有场地, 装修研发办公、工艺验证、实验检测场所, 新增研发和打样设备以及先进的检测、试验仪器等。同时, 引入高水平的专业研发、设计、技术人才, 壮大公司研发设计和技术团队, 通过整合公司现有研发技术力量, 提升公司研发设计能力和工程技术实力。本项目建设完成后将进行“上特数字化展厅设计及制作”、“上特数字化门店设计及制作”、“多功能带电基座系统研发”、“产品模块化设计研发”等课题的研发, 持续完善公司核心技术体系, 进一步加强公司核心竞争力, 促进公司持续发展。

2、项目建设的可行性分析

(1) 公司优秀的打样能力是公司研制新产品、开拓新客户的基础

打样能力是客户选择供应商的重要考核因素,是否具备强大的打样能力直接影响企业能否进入备选供应商名录。一方面,打样速度反映了展示产品生产商进行工程设计、制定工艺流程、整合各类资源进行生产的总体效率,由于品牌方形象更新换代快,每隔一段时间就会有新的打样需求,打样速度直接决定双方能否保持长期稳定的合作。另一方面,品牌方对样品品质有较高要求。品质不仅体现在样品本身的性能、外观上,还包括了其品牌方提供的概念设计的完成度,如概念要点的诠释程度、品牌调性的符合程度、原设计完整性的保留程度等。前者考验了供应商的生产制造能力,后者要求研发设计人员对企业的生产设备、工艺水准有深刻理解,并结合设计经验,从而既能体现原概念设计精髓,又能通过现有条件经济、高效地完成生产。

目前,公司拥有项目经验丰富的研发技术团队,可助力公司在短时间内制定出具有高可行性的工程设计方案;完善配套的供应商体系使公司能快速完成采购;先进的 ERP 系统以及规范的内部管理体系协助公司快速整合资源完成生产。公司打样能力获得了各品牌客户的广泛认可。优秀的打样能力是公司继续为现有客户研制新产品以及未来开拓更多的新客户的基础,也为项目的顺利实施提供了技术保障。

(2) 丰富的跨领域、跨学科开发设计经验为未来产品研发提供了技术支撑

目前,公司已组建了囊括软硬件工程师、电子工程师和结构设计工程师等多领域的专业人才研发团队。公司研发团队视野开阔,积极尝试将各类 IT 软硬件与传统道具结合,并取得一定成果,包括基于传统的横槽带电结构,开发出独特的竖槽带电产品,并得到了广泛应用;基于行业的定制化特征,研发出了各种异形屏和拼接屏,满足不同场景对屏幕的需求;采用定制化天线,克服金属货架对无线信号的屏蔽效应,实现展示信息的顺畅无线传输;自行研发部分 PCB 板(印制电路板)以适配定制化产品的外形以及对应的信发系统。

随着品牌门店数字化、智能化的普及,各类消费者行为分析软件、传感器等软硬件与展示产品的结合将愈加紧密,缺乏相关开发经验的传统展示产品生产商

难以适应行业转变趋势，将逐步被市场所淘汰。而公司有望依托丰富的跨领域、跨学科的研发经验，构建在传统展示产品与新型软硬件的一体化结合上的先行技术优势，这既为新产品开发提供有力的技术支撑，也为本次项目的顺利实施提供了技术储备，为项目建设打下坚实的技术基础。

(3) 多层次的研发体系促进员工持续创新

公司建立了层次分明的研发体系，主要包括前沿开发和项目设计，涵盖工艺优化、结构性开发和跨领域开发等几个方面。在工艺优化方面，公司工程部已形成了内部长效机制，通过持续对工艺问题进行挖掘与解决，并利用展会等外部渠道持续跟踪、学习、引进、吸收先进的生产技术与工艺，实现工艺优化。在结构开发方面，公司产品通过优化和创新结构设计，从多方面改进产品性能，例如，制造视觉盲点隐藏电线、接口等影响整体外观的部位，提升产品档次；赋予展示产品动态展示功能；提升产品安装、拆卸速度，如公司的发明专利“一种快速安装和拆解的锁固机构和展台”于 2017 年获得了厦门市专利奖，并于 2018 年在美国获得发明专利。在跨领域开发方面，公司成立了囊括软硬件工程师、电子工程师、结构设计工程师等多领域专业人才的研发团队，共同推进各类软硬件与展示产品一体化的课题研究，并取得了多项专利技术，在带电结构设计上更是达到行业领先水平，获得多项相关发明专利。

因此，公司多层次的研发体系使得研发分工更加明确，有利于发挥员工专长，从而提升整个研发团队的创新水平，并持续推动新品研发、产品品质提升、生产工艺优化、生产效率提高，助力公司实现进一步发展。故公司现有的多层次研发体系将为本次项目建设提供研发基础，有利于项目的实施。

3、项目建设的必要性分析

(1) 新技术、新设备、新材料在展示产品生产中的应用越来越多，公司对交叉学科人才需求不断增加

近年来，随着行业的不断发展，新技术、新设备越来越多的应用在展示产品中，例如以液晶显示屏替代水墨屏显示产品价格信息、促销信息；通过搭载各类传感器及相应数据处理软件，以收集和分析消费者信息；以 LED 光源取代白炽灯实现照明、凸显产品亮点等功能。此外，新材料也越来越多的运用在展示产品

中,一方面,大品牌客户出于环保需求要求企业在生产制造中尽量采用可回收、可降解的绿色材料;另一方面,企业主动采用成本更低、性能更优越的材料。

由于展示产品的设计和生產涉及越来越多的学科领域,因此公司对电气工程师、软件工程师、硬件工程师、材料工程师等专业人才的需求不断增加。同时,新技术、新设备、新材料的应用加大了公司研发设计、生产控制、设备调试改进、产品质量检验的技术难度,对公司研发技术团队提出了更高要求。因此,公司亟需通过本项目的实施,顺应行业发展趋势,补充相关交叉学科人才,进一步增强技术实力,提高产品附加值,提升公司核心竞争力。

(2) 推动零部件标准化和产品设计模块化进程,提高设计、生产效率

商业终端展示行业非标性特征较为明显,产品具有较强的定制化属性,如何在大规模生产的同时实现产品品种的多样性,解决定制化需求与批量生产二者之间的矛盾已成为行业发展所要面对的重要课题。

公司将大力推行零部件标准化工作,规范常用零部件的类型、性能、规格、所用原材料、工艺装备、检验方法、制图要求等。标准化有利于实现零部件批量生产,提高生产效率;便于对产品进行统一的质量管控,在零部件出现质量缺陷时只需单独进行更换而不影响产品整体结构。零部件的标准化将带动公司产品设计模块化发展,在标准零部件基础上,对产品进行功能分析,划分出一系列功能模块,通过模块的选择和组合构成各品牌客户的定制化产品。

本项目将进一步推动零部件标准化和产品设计模块化研究,项目的实施将有助于使公司多年来的技术积累实体化,便于员工继承和改进技术标准,并简化生产,提高生产效率,助力公司规模扩张、品质提升,进一步增强公司柔性化生产能力,更好地适应行业定制化特点,在研发端和生产端继续扩大竞争优势。

(3) 提升研发设计能力,满足客户高频率的品牌形象更新换代需求

为吸引线下流量,获得更大的关注度,客户的品牌形象更新换代速度不断加快。通常,客户更新品牌形象的速度受到产品受众、所处行业、品牌定位、发展态势、企业规模等多方面因素影响,而受众群体年龄越小、发展速度越快、产品定位越高端,形象更新周期就越短。一旦客户确定需要进行形象升级,则所有门店的展示产品需要进行同步更新。因此客户品牌形象换代为展示产品企业带来大

量订单需求的同时,也对企业研发部门提出更高要求,需要研发部门能够快速响应品牌方需求,提高工程图纸和样品的交付速度。

由于公司服务的客户多为鞋服行业的龙头企业,相对于其他行业而言,其形象更新频率更高,对产品设计要求更为严格,加大研发人员的工作难度。且客户门店开业时间多在大型节假日前,订单需求相对集中。尽管,当前公司已经建立起一支专业的研发团队,研发实力强大,研发效率较高,但仍无法满足日益繁重的研发设计任务,研发力量有待进一步增强。因此公司亟需通过本项目的实施,进一步提升研发设计能力和打样能力,更好地满足客户高频率的品牌形象更新换代需求。

4、投资概算

本项目拟募集资金 5,786.30 万元,用于场地装修改造、研发软硬件投入、研发费用,具体投资如下:

序号	项目	投资金额(万元)	占比
1	装修改造	756.00	13.06%
2	研发软硬件	2,762.30	47.74%
3	研发费用	2,268.00	39.20%
合计		5,786.30	100.00%

5、研发目标和课题

本次募集资金投向公司研发中心,研发中心建设将以现有业务为核心,以现有研发体系为支撑,研发“上特数字化展厅设计及制作”、“上特数字化门店设计及制作”、“多功能带电基座系统研发”、“产品模块化设计研发”等课题,提高公司产品的核心竞争力。通过对研发平台的建设,进行技术储备,从而进一步提高产品品质,增加产品的附加价值,优化公司产品结构,提升产品研发水平和供应能力,拓展产品应用空间。

序号	研发课题	具体内容
1	上特数字化展厅设计及制作	在大数据、物联网、互联网等现代科技的驱动下,门店的数字化进程正在逐步推进,IT 软硬件和展示产品结合更加紧密和丰富,以采集、分析和挖掘消费相关数据,从而实现精准营销。本项目将以展厅为试点,在原有电子标签及展示屏的配套软件基础上,研发第一版测试版数字化智能化展示产品软、硬件,为客户提供的数据采集和分析服务,以更好的满

		足客户需求。
2	上特数字化门店设计及制作	在大数据、物联网、互联网等现代科技的驱动下,门店的数字化进程正在逐步推进,本项目将以数字化展厅为基础,在测试版软、硬件基础上,研发调试正式版数字化智能化展示产品软、硬件,助力客户数字化门店建设。
3	多功能带电基座系统研发	为了满足照明、电子标签、展示屏等各类电子产品与展示产品结合的需求,带电基座的使用越发普遍。本项目拟研发多功能带电基座系统,满足环保可回收要求,实现快速免工具安装及拆卸,并可应用于不同材质和厚度的场景。
4	产品模块化设计研发	公司展示产品多为高度定制化产品,产品种类、造型多样,为提升产品的自动化生产程度和研发效率,公司将在本项目中研究产品的模块化设计,通过建立零部件标准规范,在零部件标准化基础上,分析产品功能,开发一系列的功能模块,通过模块的多功能自由组合,实现产品的定制化。

6、项目选址

本项目选址为厦门市同安区工业集中区同安园 175 号 401、501 单元。本项目的不动产权已经由公司取得,不动产权证书编号为闽(2019)厦门市不动产权第 0018951 号,用途为通用厂房。

7、环境保护

本项目于 2020 年 6 月 15 日已经完成环境影响登记表备案,并取得《建设项目环境影响备案表》(登记备案号:202035021200000150)。

本项目为研发项目,在研发过程中产生少量的废水、废气、噪音和固体废物,基本没有重大危害因素。公司将按照环评批复的要求落实污染防治措施。

8、实施进度

本项目建设期为 15 个月,课题研究运行期 24 个月,项目实施进度计划安排如下:

项目实施内容	第一年				第二年				第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备												
工程实施												
设备购置及安装调试												
人员招聘及培训												
开展产品研发												

9、项目效益分析

研发及工程技术中心建成后,产生的成本费用支出主要包括研发人员的工资支出、研发材料费用以及研发设备的折旧。研发及工程技术中心建成后虽然无法产生直接的经济效益,但研发及工程技术中心的建设将有利于确保公司技术领先性,保证公司的技术创新需求,最终提升公司竞争力和竞争优势,维护公司行业领先地位和向更高端市场领域发展。

三、发行人战略规划

(一) 整体发展战略

公司围绕着“世界级品牌首选的商业空间智造商”的愿景,坚持“激情、协作、专业、创新、诚信、共赢”的价值观,以“为员工提供实现梦想的舞台,与合作伙伴共同推动行业进步,让人们享受愉悦的消费体验”为使命,以市场为导向,以科技创新、创意创新为先导,专注产品与服务的品质,不断提升自身的综合服务能力和一体化服务能力,努力为国内外品牌商和零售商提供更高质量的定制化产品、更好的配套服务,为消费者创造更好的消费环境,为员工提供更好的职业发展平台,与客户、供应商和员工结成长期稳定的合作伙伴关系,协作发展,并最终共同推动商业终端展示行业的进步。

(二) 近期发展规划

公司将坚持以研发为核心、以服务为导向,充分发挥快速反应、研发设计、规模化生产、客户资源等优势,加快“数字化门店”的探索 and 开发,完善产业链布局 and 全球化布局,在继续巩固和扩大终端展示行业领先地位的基础上,进一步开拓全球零售市场和全球化客户,积极提升市场占有率 and 影响力,力争于 2024 年成为“亚洲最值得信赖的行业领导者”。

(三) 报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、为新生产基地储备建设用地

报告期内,产能已经成为限制公司业务规模扩大的发展瓶颈。为了扩充生产线,扩大产能,公司于 2018 年在福建漳州长泰设立全资子公司上特福建,并通过上特福建取得一宗占地面积为 110,736.00m² 的工业用地,用于建设新的生产

基地,即本次募集资金投资项目上特长泰工业园。2019年,上特福建取得该宗土地的土地使用权证,不动产权证书编号为闽(2019)长泰县不动产权第0002103号。

2、持续加大研发设计投入,建设研发体系和研发团队

研发创新能力一直是公司的核心竞争优势,报告期内,公司持续加大对研发设计的投入,各年研发费用分别为1,045.28万元、1,623.99万元和2,424.70万元,占营业收入的比例分别为3.64%、4.25%和5.27%。

在公司的持续投入下,一方面,公司研发设计团队不断壮大,各报告期期末研发设计人员人数分别为108人、150人和194人,占各期末员工总数的比例分别为14.06%、15.87%和18.32%;另一方面,公司研发成果不断增加,报告期内取得了21项专利授权,另有受理但尚未授权的发明专利15项、实用新型专利和外观设计专利11项。

3、拓宽下游细分行业领域,开发新客户

公司在运动服饰、零售百货、休闲时尚等下游细分行业领域具有较大的优势和市场占有率。为了拓宽下游细分行业领域,并向高端品牌行业发展,开拓国内外市场和品牌客户,包括奢侈品、高端珠宝、化妆品等行业的客户,一方面,公司报告期内开发的新客户向多元细分领域发展,如良品铺子是休闲食品行业客户,妍丽是化妆品行业客户,TOUS是珠宝行业客户,孩子王、全棉时代是婴童行业客户等;另一方面,公司于2017年在上海设立全资子公司上特上海,拟开发对接高端客户。

(四) 未来规划采取的措施

为实现未来规划,公司拟定了以下各项措施:

1、新生产基地建设

目前,公司在福建厦门建有生产基地,但是由于公司业务规模不断扩大,上述生产基地已经不能满足公司生产经营的需要,公司目前采取租赁厂房等形式,缓解公司生产能力不足的问题。

截至本招股说明书签署日,公司已经在福建省漳州长泰取得工业用地,拟建

设 152,177 平方米的现代化厂房,并配备自动化生产设备和信息化设备,切实提高生产效率和生产管理水平。新生产基地的建设,将能满足公司业务发展的需要,突破公司产能瓶颈,为公司快速发展提供重要保障。此外,公司还将在新生产基地布局高端产品(例如奢侈品、化妆品、高端珠宝等行业终端展示产品)生产线,进一步提升公司的高端客户服务能力和品牌形象,增强公司的盈利能力。

2、研发设计与自主创新

研发创新能力一直是公司的核心竞争优势,一方面公司出色的研发创新能力确保项目工程图纸能在短时间内落地且符合客户的各项要求,并通过打样、测试,不断进行结构、工艺、材料等方面的优化,从而提升产品质量、提高美观度,降低生产成本,为规模化生产奠定坚实的基础。另一方面,公司的研发创新能力使得公司能够根据零售场景和零售市场的变换,自主研究开发各种专利产品、“智慧零售”技术,从而为客户带来更好的经营效益、为消费者带来更好的购物体验。

公司将利用首次公开发行股票募集资金投资建设“研发及工程技术中心”,持续完善公司核心技术体系,进一步加强公司核心竞争力,促进公司持续发展。

(1) 加强研发设计创新

公司将给研发中心配套更系统化、自动化的研发、打样设备以及先进的检测、试验仪器等,改善研发环境,并通过“上特数字化门店软硬件研发”、“新材料在终端展示产品上的应用研发”、“地面带电轨道研究开发”、“多功能带电基座系统研发”、“产品模块化设计研发”等课题的研发,在提升研发设计能力,巩固和加强图纸设计、产品打样及测试能力,满足客户高频率的品牌形象更新换代需求的同时,紧跟“智慧零售”市场的变革,加大在零售软件、智能显示、零售交互系统、数据采集和分析等“数字化门店”的研发投入,同时推动零部件标准化和产品设计模块化进程,提高设计、生产效率,进一步提升公司的核心竞争力。

(2) 加强研发队伍建设

目前,公司已组建了囊括软硬件工程师、电子工程师和结构设计师等多领域的专业人才研发团队。公司将以建设“研发及工程技术中心”为契机,积极引入和培养高水平的专业研发、设计、技术人才,壮大公司研发设计和技术团队,通过整合公司现有研发技术力量,提升公司研发设计能力和工程技术实力。

(3) 建立和完善创新体系制度建设

公司将陆续建立和完善研发设计与自主创新激励机制和科研成果保护措施,积极进行专利申请,并促进技术的成果转化,依靠自主创新技术和自主知识产权,提高盈利水平。

3、市场与客户开拓

目前,公司在运动服饰、零售百货、休闲时尚等下游细分行业领域具有较大的优势和市场占有率。公司将在继续保持和巩固优势行业市场占有率的基础上,通过参加展会、参与客户投标和打样、加深与其他终端展示配套服务商的合作以及聘请零售业资深背景人士作为顾问等方式进一步拓展下游高端品牌行业,开拓国内外市场和品牌客户,包括奢侈品、高端珠宝、化妆品等行业的客户。

4、培养和引进人才

公司将继续坚持以“为员工提供实现梦想的舞台”为使命,积极打造行业精英团队。

(1) 通过内部培养和外部引进相结合的方式,吸纳符合公司业务发展需求的优秀人才。将人才的培养和引进落实到各个部门、各个层级,不断优化人员结构。在人才引进上着重引进与公司价值观一致的复合型或专业型中高级人才,以期为公司带来新思路、新视野和新动力。

(2) 不断优化培训体系,建立高效、灵活的人才培养机制,鼓励员工的自我学习和创新,并通过内部培训、到外部企业学习等方式,全面提高公司员工的整体素质。

(3) 完善公司的薪酬考核体系和晋升制度,针对不同岗位、不同层级的员工,制定与公司发展和员工需求相适应的薪酬体系和晋升制度,激发和调动员工的工作热情和积极性,完善岗位的绩效考核机制,营造良好的竞争氛围,帮助员工实现其职业发展。

5、提升一体化服务能力

目前公司为零售客户提供的产品和服务主要集中在研发设计、生产、配送和安装等方面。随着商业终端展示行业的发展,零售客户对于终端展示服务商的综

合要求不断提升,尤其是奢侈品、高端珠宝等行业的客户,很多客户甚至要求供应商提供“交钥匙”服务。因此,公司未来将进一步扩充自身的产品和服务内容,延伸服务链条,将零售配套的展示空间形象设计、门店装修、零售软件、显示屏、橱窗、零售数据的收集和分析技术等整合到公司业务中,为零售客户提供更综合、更具附加值的终端门店一体化解决方案。

6、深化国际化布局

公司的目标是成为“世界级品牌首选的商业空间智造商”,而作为世界级品牌的商业终端展示服务商就必须要有与客户全球营销网络相匹配的服务能力。公司至今已在中国香港、新加坡等地建立了控股子公司,辐射亚太、东欧、中东、南美洲等地区。这些海外子公司熟悉当地的市场环境、法律法规,进一步拓展了海外销售渠道,并积极响应海外客户的需求,提升了海外市场服务的响应速度和质量。

公司将根据业务发展情况,选择适当时机通过新设或并购的方式在海外投资建立新的生产基地、销售公司或设计公司,以提升客户服务响应速度,增强全球生产和配送能力。

7、资本市场融资

公司将根据发展所处阶段、整体发展战略、财务状况和投资计划,利用资本市场便利且多样化的融资渠道,选择适当的再融资方式,获取公司持续发展所需要的资金,提高资金使用效率,实现企业价值最大化、资本结构最优化和股东回报最大化。

8、收购兼并及对外扩充

公司本着实现股东利益最大化和长远发展目标的原则,根据总体发展战略,将充分发挥本公司的品牌、人才、技术、规模等方面的优势,积极寻求与公司业务发展相关的企业作为收购、兼并对象,以达到优化产业布局、扩大销售规模、降低生产成本、延伸产业链、加快发展步伐等目的。

第十节 投资者保护

一、发行人投资者关系的主要安排

为切实提高公司规范运作的水平,保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利,公司制定了相关制度和措施,对投资者的权益保护作了详细规定。

(一) 建立健全信息披露制度和流程

为保障投资者依法获取本公司信息的权利,公司按照相关法律、法规的规定,公司第一届董事会第九次会议、第一届监事会第七次会议、2020 年第二次临时股东大会审议通过《公司章程(草案)》,第一届董事会第九次会议审议通过《信息披露管理制度(草案)》,第一届董事会第七次会议、第一届监事会第五次会议、2020 年第一次临时股东大会审议通过《投资者关系管理制度(草案)》。《公司章程(草案)》对股东查阅章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告等公司信息的权利作出明确规定。《信息披露管理制度(草案)》规定了信息披露的基本原则、内容、程序等内容,对公司信息披露做出了制度性安排。《投资者关系管理制度》明确了投资者关系工作中公司与投资者沟通的内容、方式和职责。公司将严格按照《公司章程(草案)》、《信息披露管理办法(草案)》、《投资者关系管理制度(草案)》及中国证监会、深圳证券交易所有关规定,真实、准确、完整、及时地向投资者披露公司公开信息,保障投资者权益。

(二) 投资者沟通渠道的建立情况和投资者关系管理的规划

1、完善股东投票机制

发行人第一届董事会第七次会议、第一届监事会第五次会议、2020 年第一次临时股东大会审议通过了修订《累积投票制度实施细则(草案)》,对选举公司董事、监事所适用累积投票制度、候选人通知、投票与当选等相关事项进行了详细规定。

上市后适用的《公司章程(草案)》中也对建立累积投票制选举公司董事、

监事、网络投票、中小投资者单独计票等机制作出了规定，具体如下：

(1) 股东大会就选举 2 名及以上董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，应当实行累积投票制。股东大会以累积投票方式选举董事的，独立董事和非独立董事的表决应当分别进行。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

(2) 公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。通过网络或其他方式投票的公司股东或其代理人，有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。股东大会现场结束时间不得早于网络或其他方式，会议主持人应当宣布每一提案的表决情况和结果，并根据表决结果宣布提案是否通过。在正式公布表决结果前，股东大会现场、网络及其他表决方式所涉及的公司、计票人、监票人、主要股东、网络服务方等相关各方对表决情况均具有保密义务。

(3) 股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

2、投资者沟通的机构设置

公司在董事会下设立董事会办公室负责与投资者的具体沟通工作，董事会办公室聘任的董事会秘书担任投资者关系管理负责人，证券事务代表协助其工作。董事会秘书及证券事务代表协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通。

3、未来开展投资者关系管理的规划

首先，本公司将会不断改善投资者关系管理制度，在原有的投资者关系管理制度的基础上，制订更加具体的操作细则，并规范操作的流程，明确负责投资者关系管理的相关人员的权责与分工。其次将派遣人员参加专业培训、参加行业内各种重要会议、掌握公司经营情况和宏观政策等，让员工不断增强此项能力。此

外,为有效提升各类投资者对投资者关系管理工作的美好体验和满意度,本公司将探索网上投资者管理工作专区,或者充分利用公司微信、APP等工具与投资者互动。最后,在规范、充分的信息披露基础上,通过与投资者和分析师就公司战略规划、公司治理、经营业绩等进行准确、及时和清晰的双向沟通,促进投资者对公司价值的认同,并通过向管理层反馈来自资本市场的信息,进一步提升公司治理的透明度。

二、股利分配政策

(一) 本次发行前滚存利润的分配政策

根据公司2020年第一次临时股东大会决议,本次发行前公司形成的滚存未分配利润,由本次发行完成后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

(二) 本次发行后公司利润分配政策

根据公司2020年第二次临时股东大会通过的《上特展示(厦门)股份有限公司章程(草案)》,公司股票发行后股利分配政策如下:

1、利润分配原则

公司的利润分配应充分重视对投资者的合理投资回报,利润分配政策应保持连续性和稳定性,并坚持如下原则:

- (1) 按法定顺序分配的原则;
- (2) 存在未弥补亏损,不得向股东分配利润的原则;
- (3) 同股同权、同股同利的原则;
- (4) 公司持有的本公司股份不得参与分配利润的原则。

2、利润分配形式

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润;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。

3、利润分配的期间间隔

在公司当年实现的净利润为正数且当年末公司累计未分配利润为正数的情况下,公司每年度至少进行一次利润分配,董事会可以根据公司的盈利及资金需

求状况提议公司进行中期现金或股票股利分配。

4、利润分配的顺序

公司在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配。

5、利润分配的条件和比例

(1) 现金分配的条件和比例：在公司当年实现的净利润为正数且当年末公司累计未分配利润为正数，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营，审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；满足前述条件的情况下，应当采取现金方式分配股利，公司原则上每年进行至少一次现金分红，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的10%。

(2) 发放股票股利的具体条件：公司根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证足额现金分红及公司股本规模合理的前提下，综合考虑公司成长性、每股净资产摊薄等因素，可以采用发放股票股利方式进行利润分配，具体分红比例由公司董事会审议通过后提交股东大会审议决定。

(3) 公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，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%；

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。

股东大会授权董事会每年在综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，根据上述原则提出当年利润分配方案。

上述重大资金支出安排是指以下情形之一：（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的50%，且绝对金额超过5,000万元；（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的30%。

上述重大资金支出安排事项需经公司董事会批准并提交股东大会审议通过。

6、利润分配应履行的审议程序

（1）利润分配方案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方能提交股东大会审议。董事会在审议利润分配方案时，需经全体董事过半数表决同意，且经公司过半数独立董事表决同意。监事会审议利润分配方案时，需经全体监事过半数表决同意。

（2）股东大会在审议利润分配方案时，需经出席股东大会的股东所持表决权的过半数表决同意。

（3）公司对留存的未分配利润使用计划安排或原则作出调整时，应重新报经董事会、监事会及股东大会按照上述审议程序批准，并在相关提案中详细论证和说明调整的原因，独立董事应当对此发表独立意见。

7、董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的研究论证程序和决策机制

定期报告公布前，公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生产正常经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

公司董事会制定具体的利润分配方案时，应遵守法律、法规和本章程规定的利润分配政策；利润分配方案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划安排或原则进行说明，独立董事应当就利润分配方案的合理性发表独立意见。

公司董事会审议并在定期报告中公告利润分配方案，提交股东大会批准；公司董事会未做出现金利润分配方案的，应当征询独立董事和外部监事（如有）的意见，并在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

董事会、监事会和股东大会在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董

事、外部监事(如有)和公众投资者的意见。

8、利润分配政策调整

公司如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的,调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会、监事会审议后方能提交股东大会批准,独立董事应当对利润分配政策的调整发表独立意见,同时,公司应充分听取中小股东的意见,应通过网络、电话、邮件等方式收集中小股东意见,并由公司董事会办公室汇集后交由董事会。公司应以股东权益保护为出发点,在股东大会提案中详细论证和说明原因,并充分考虑独立董事、外部监事(如有)和公众投资者的意见。股东大会在审议利润分配政策调整时,须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。

下列情况为前款所称的外部经营环境或者自身经营状况的较大变化:

(1) 国家制定的法律法规及行业政策发生重大变化,非因公司自身原因导致公司经营亏损;

(2) 出现地震、台风、水灾、战争等不能预见、不能避免并不能克服的不可抗力因素,对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经营亏损;

(3) 公司法定公积金弥补以前年度亏损后,公司当年实现净利润仍不足以弥补以前年度亏损;

(4) 公司经营活动产生的现金流量净额连续三年均低于当年实现的可分配利润的 20%;

(5) 中国证监会和证券交易所规定的其他事项。

如出现以上五种情形,公司可对利润分配政策中的现金分红比例进行调整。除以上五种情形外,公司不进行利润分配政策调整。

9、利润分配的规划安排

公司应当制定《股东分红回报规划》,经董事会审议后提交股东大会审议决定。公司董事会应当根据股东大会审议通过的《股东分红回报规划》中确定的利润分配政策,制定分配预案。董事会制定的分配预案中未包含现金分配预案的,

应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

公司至少每五年重新审议一次《股东分红回报规划》。根据公司实际生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整《股东分红回报规划》中确定的利润分配政策的，应当根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见作出适当且必要的修改。经调整后的《股东分红回报规划》不得违反坚持现金分红为主。

（三）本次发行前后公司利润分配政策的差异

本次发行前后公司股利分配政策不存在重大差异。

三、股东投票机制的建立情况

公司第一届董事会第九次会议、第一届监事会第七次会议、2020 年第二次临时股东大会审议通过了《股东大会议事规则（草案）》、《公司章程（草案）》，公司第一届董事会第七次会议、第一届监事会第五次会议、2020 年第一次临时股东大会审议通过了《累积投票制度实施细则（草案）》，对建立累积投票制、中小投资者单独计票机制、网络投票方式、征集投票权等投票机制作出了规定。

（一）累积投票制

1、《公司章程（草案）》的规定

股东大会就选举 2 名及以上董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，应当实行累积投票制。股东大会以累积投票方式选举董事的，独立董事和非独立董事的表决应当分别进行。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

2、《股东大会议事规则（草案）》的规定

公司股东大会在选举或更换 2 名及以上董事、监事时，应当实行累积投票制。累积投票制即股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

股东大会以累积投票方式选举董事的，独立董事和非独立董事的表决应当分

别进行。

累积投票制的具体操作程序如下：

(1) 公司董事、监事应分开选举，分开投票。

(2) 选举董事、监事时，每位股东有权取得的选票数等于其所持有的股票数乘以其有权选出的董事、监事人数的乘积数，该票数只能投向该公司的董事、监事候选人，得票多者当选。

(3) 在候选人数多于公司章程规定的人数时，每位股东投票所选的董事和监事的人数不得超过公司章程规定的董事和监事的人数，所投选票数的总和不得超过股东有权取得的选票数，否则该选票作废。

(4) 股东大会的监票人和点票人必须认真核对上述情况，以保证累积投票的公正、有效。

3、《累积投票制度实施细则(草案)》的规定

累积投票制，是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用的一种投票制度，即每位股东拥有的选票数等于其所持有的股票数乘以其有权选出的董事、监事人数的乘积数，每位股东可以将其拥有的全部选票投向某一位董事、监事候选人，也可以任意分配给其有权选举的所有董事、监事候选人，或用全部选票来投向两位或多位董事、监事候选人，得票多者当选。

公司在选举两名及以上董事或监事时，应当实行累积投票制。董事会应当在召开股东大会通知中，表明该次董事、监事选举采用累积投票制。

当全部提案所提候选人多于应选人数时，应当进行差额选举。

独立董事和非独立董事应分开投票。具体操作如下：

选举独立董事时，每位股东所拥有的投票表决权等于其持有的股份总数乘以该次股东大会应选独立董事人数的乘积数，该部分投票表决权只能投向本次股东大会的独立董事候选人；

选举非独立董事时，每位股东所拥有的投票表决权等于其所持有的股份总数乘以该次股东大会应选非独立董事人数的乘积数，该部分投票表决权只能投向该

次股东大会的非独立董事候选人。

(二) 中小投资者单独计票机制

根据《公司章程(草案)》及《股东大会议事规则(草案)》的规定:

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时,对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

(三) 网络投票方式

1、《公司章程(草案)》的规定

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下,通过各种方式和途径,优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段,为股东参加股东大会提供便利。

同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。

通过网络或其他方式投票的公司股东或其代理人,有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。

股东大会现场结束时间不得早于网络或其他方式,会议主持人应当宣布每一提案的表决情况和结果,并根据表决结果宣布提案是否通过。

在正式公布表决结果前,股东大会现场、网络及其他表决方式所涉及的公司、计票人、监票人、主要股东、网络服务方等相关各方对表决情况均具有保密义务。

2、《股东大会议事规则(草案)》的规定

股东大会采用其他方式的,应当在股东大会通知中明确载明其他方式的表决时间及表决程序。股东大会网络或其他方式投票的开始时间,不得早于现场股东大会召开前一日下午 3:00,并不得迟于现场股东大会召开当日上午 9:30,其结束时间不得早于现场股东大会结束当日下午 3:00。

同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。

通过网络或其他方式投票的公司股东或其代理人,有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。

股东大会现场结束时间不得早于网络或其他方式,会议主持人应当宣布每一提案的表决情况和结果,并根据表决结果宣布提案是否通过。

在正式公布表决结果前,股东大会现场、网络及其表决方式中所涉及的公司、计票人、监票人、主要股东、网络服务方等相关各方对表决情况均负有保密义务。

(四) 征集投票权

1、《公司章程(草案)》的规定

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

2、《股东大会议事规则(草案)》的规定

董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者国务院证券监督管理机构的规定设立的投资者保护机构可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

(五) 公司关于特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

截止本招股说明书签署之日,公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排的情形。

(六) 尚未盈利或存在累计未弥补亏损的公司关于依法落实保护投资者合法权益规定的各项措施

公司报告期内连续三年盈利,不存在累计未弥补亏损,无需因尚未盈利或存在累计未弥补亏损的事项,做出保护投资者权益的特殊安排。

第十一节 其他重要事项

一、对报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同情况

(一) 销售合同

对公司经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的销售合同情况(报告期内前五大客户的销售框架合同)如下:

序号	客户	销售标的	履行期限	合同履行情况
1	厦门安踏有限公司、厦门安踏贸易有限公司	器架类定制品	2020.01.01-2020.12.31	正在履行
	安踏体育用品集团有限公司、安踏(中国)有限公司、厦门安踏有限公司、厦门安踏贸易有限公司	展示用品	2019.01.01-2019.12.31	履行完毕
	安踏体育用品集团有限公司、安踏(中国)有限公司、厦门安踏有限公司、厦门安踏贸易有限公司	展示用品	2018.01.01-2018.12.31	履行完毕
	安踏体育用品集团有限公司、安踏(中国)有限公司、厦门安踏有限公司、厦门安踏贸易有限公司	展示用品	2017.01.01-2017.12.31	履行完毕
	斐乐体育有限公司、上海斐乐体育发展有限公司、斐乐服饰有限公司、上海群鲤服饰有限公司	器架类定制品	2020.01.01-2020.12.31	正在履行
	斐乐体育有限公司	展示用品(器架)	2019.01.01-2019.12.31	履行完毕
	斐乐体育有限公司、上海斐乐体育发展有限公司	展示用品(器架)	2018.01.01-2018.12.31	履行完毕
	斐乐体育有限公司	展示用品(器架)	2017.01.01-2017.12.31	履行完毕
2	武汉屈臣氏个人用品商店有限公司	2019 SusiBar 2米短款体验台项目	2019.09.15-2020.09.14	正在履行
		2019 SusiBar 3米试妆体验台项目	2019.10.01-2020.09.30	正在履行
		2019 促销柱包柱项目	2019.07.01-2020.06.30	正在履行
		G7 货架	2018.01.01-2020.06.30	正在履行
		2018 促销柱包柱项目	2018.07.20-2019.06.30	履行完毕
		G7 货架	2016.04.01-2017.12.31	履行完毕

序号	客户	销售标的	履行期限	合同履行情况
		2019 Derma Wall Bay Logo 价格条项目	2019.09.01-2020.02.29	履行完毕
		2018 Derma Wall Unit 货架层板价格条项目	2018.09.20-2019.08.31	履行完毕
		2017 Health Project	2017.12.01-2018.05.31	履行完毕
		2017 Cosmetic Wall2.0 化妆镜项目	2017.10.01-2017.12.31	履行完毕
		2017 Cosmetic Wall1.0 项目	2017.06.20-2017.12.31	履行完毕
		2017 G-Next GM Netcage 项目	2017.06.20-2017.12.31	履行完毕
		2017 G-Next Perfume Table 项目	2017.06.20-2017.12.31	履行完毕
3	阿迪达斯体育(中国)有限公司	Outlet 道具和基于 Outlet 道具的更新换代产品和相关订单确认书的相关产品	2019.05.01-2021.04.30	正在履行
	阿迪达斯体育(中国)有限公司	新项目道具开发服务和相关订单确认书的相关产品	2019.09.01-2021.08.31	正在履行
	阿迪达斯(中国)有限公司、阿迪达斯体育(中国)有限公司	Reebok 道具和基于 Reebok 道具的更新换代产品	2017.03.01-2021.02.28	正在履行
4	绫致时装(天津)有限公司	铁木道具产品	2017.12.18-无期限	正在履行
5	快尚时装(广州)有限公司、捷高体育科技(广州)有限公司、广州优岸美致时装有限公司、江西速尚供应链科技有限公司、快尚时装(北京)有限公司、深圳悦尚商贸有限公司	UR 货架	2019.12.01-2020.12.01	正在履行
	快尚时装(广州)有限公司	展示用品	2016.09.05-2018.07.16	履行完毕

(二) 采购合同

对公司经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的采购合同(报告期内前五大供应商的采购框架合同)情况如下:

序号	供应商	采购标的	履行期限	合同履行情况
1	厦门启品展示道具有限公司	木材	2019.01.01-2020.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年, 如双方合作未终止, 则合同继续生效	正在履行
	厦门启品展示道具有限公司	木材	2016.01.01-2017.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年	履行完毕
2	泉州金豚网络技术有限公司	电器	2019.01.01-2020.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年, 如双方合作未终止, 则合同继续生效	正在履行
3	厦门宝钢精密钢材科技有限公司	钢材	2019.01.01-2020.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年, 如双方合作未终止, 则合同继续生效	正在履行
	厦门宝钢精密钢材科技有限公司	钢材	2017.04.01-2018.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年	履行完毕
4	广东永利坚铝业有限公司	铝材、钢材	2019 年度	履行完毕
	广东永利坚铝业有限公司	铝材、钢材	2017 年度	正在履行
5	佛山市钜创照明科技有限公司	电器	2019.01.01-2020.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年, 如双方合作未终止, 则合同继续生效	正在履行
	佛山市钜创照明科技有限公司	电器	2017.01.01-2017.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年	履行完毕
6	厦门冉上光电有限公司	电器	2016.01.01-2017.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年	正在履行
7	川普(厦门)精密电子有限公司	木材	2016.01.01-2017.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年	正在履行
8	泉州永荣货架有限公司	五金	2016.01.01-2017.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年	履行完毕
9	厦门鑫万佳特工贸有限公司	木材	2016.01.01-2017.12.31, 期间届满如双方均未提出书面变更或解除要求, 即以同一条款继续生效一年	履行完毕

(三) 银行融资合同

公司的合同金额在 1,000 万元以上的授信、担保合同如下:

1、授信合同

序号	被授信方	授信人	授信金额(万元)	合同期限	担保方式	合同履行情况
1	上特展示	中国建设银行股份有限公司厦门市分行	1,044.48	2017.08.01-2022.08.01	抵押	正在履行
2	上特展示	兴业银行股份有限公司厦门分行	1,800.00	2019.03.06-2021.12.31	抵押	正在履行
3	上特展示	中国建设银行股份有限公司厦门市分行	1,000.00	2014.06.16-2017.06.01	抵押	履行完毕

2、循环额度借款合同

序号	借款人	贷款人	借款金额(万元)	借款利率	贷款期限	担保方式	合同履行情况
1	上特展示	中国建设银行股份有限公司厦门市分行	1000.00	一年期 LPR 利率加 135.5 基点	2016.06.17-2017.06.01	抵押	履行完毕

3、委托贷款合同

序号	委托人	受托人	借款人	借款金额(万元)	借款利率	贷款期限	履行情况
1	上特展示	兴业银行股份有限公司厦门分行	上腾商用	2000.00	一年至五年期贷款基准利率×1.25	2016.10.21-2019.10.20	履行完毕

4、担保合同

序号	担保方	被担保方	债权人	担保金额上限(万元)	抵押物/保证	担保期限	合同履行情况
1	上特展示	上特展示	中国农业银行股份有限公司厦门同安支行	4,296.21	同安区工业集中区同安园 181 号、181 号之 1、182 号(闽(2019)厦门市不动产权第 0016183、0016164、0016166 号)	2019.04.16-2022.04.15	正在履行
2	上特展示	上特展示	中国农业银行股份有限公司厦门同安支行	3,464.21	同安区工业集中区同安园 181 号、181 号之 1、182 号工业房地产(厦国土房证第 01065765、01065766、01065767 号) 注 1	2016.05.26-2019.05.26	履行完毕
3	李宏泽	上特展示	中国农业银行股份有限公司厦门同安支行	2,200.00	连带责任保证	2019.01.22-2022.01.21	正在履行
4	李宏泽	上特展示	中国农业银行股份有限公司厦门同安支行	2,200.00	连带责任保证	2016.01.29-2019.01.29	履行完毕

序号	担保方	被担保方	债权人	担保金额 上限(万元)	抵押物/保证	担保期限	合同履行 情况
5	李宏泽	上特展示	中国农业银行股份有限公司厦门同安支行	3,000.00	连带责任保证	2019.08.14-2022.08.13	正在履行
6	上特展示	上特展示	中国建设银行股份有限公司厦门市分行	1,044.48	同安区工业集中区同安园175号101、201、301、401、501室(厦国土房证第00837579、00837560号) ^{注2}	2017.08.01-2022.08.01	正在履行
7	上特展示、上好美特	上特展示	中国建设银行股份有限公司厦门市分行	1,605.38	上好美特房产(厦国土房证第00837578、00837562号) ^{注3} 上特展示房产(厦国土房证第00837579、00837560号) ^{注2}	2014.06.16-2017.06.01	履行完毕
8	上特展示	上特展示	兴业银行股份有限公司厦门分行	1,800.00	湖里区泗水道625号702单元(闽(2019)厦门市不动产权第0015144号)	2019.03.06-2021.12.31	正在履行
9	李宏泽	上特展示	兴业银行股份有限公司厦门分行	1,500.00	连带责任保证	2019.03.06-2019.12.31	履行完毕

注1: 因股份改制, (1) 同安区工业集中区同安园181号的产权证书由“厦国土房证第01065765”变更为“闽(2019)厦门市不动产权第0016183”; (2) 同安区工业集中区同安园181号之1的产权证书由“厦国土房证第01065766”变更为“闽(2019)厦门市不动产权第0016164”; (3) 同安区工业集中区同安园182号的产权证书由“厦国土房证第01065767号”变更为“闽(2019)厦门市不动产权第0016166号”。

注2: 因股份改制, (1) 同安区工业集中区同安园175号101、201、301室的产权证号由“厦国土房证第00837579号”变更为“闽(2019)厦门市不动产权第0018953号”; (2) 同安区工业集中区同安园175号401、501室的产权证号由“厦国土房证第00837560号”变更为“闽(2019)厦门市不动产权第0018951号”。

注3: 因上特有限吸收合并上好美特, 上好美特的同安区工业集中区同安园175号302室房产、同安区工业集中区同安园175号402、502室房产的所有权人由上好美特变更为上特有限, 产权证号由“房产厦国土房证第00837578”、“房产厦国土房证00837562号”分别变更为“闽(2018)厦门市不动产权第0002152号”、“闽(2018)厦门市不动产权第0002151号”; 因股份改制, 该房产的产权证号分别变更为“闽(2019)厦门市不动产权第0018950”、“闽(2019)厦门市不动产权第0018952”。

(四) 国有建设用地使用权出让合同

序号	受让人	出让人	合同金额(万元)	用途	面积(m ²)	地址	签订时间	合同履行情况
1	上特展示	福建省长泰县国土资源局	1,517.00	工业用地	110,736	长泰县武安镇官山工业园内地块(具体位置详见合同)	2019.01.16	履行完毕

(五) 建筑工程施工合同

序号	发包人	承包人	工程名称	合同金额(万元)	地址	工期	合同履行情况
1	上特福建	福建大舟建设集团有限公司	上特长泰工业园一期厂房及配套设施	8,128.00	漳州市长泰县武安镇官山工业园	2019.09.20-2020.07.19	正在履行

(六) 保荐协议

公司与国金证券签订了《保荐协议》，国金证券作为本次发行上市的保荐机构为公司提供保荐服务。

二、公司对外担保的有关情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保。

三、对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

四、发行人控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东或实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

五、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在最近 3 年内受到行政处罚,或者因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查等情况。

六、控股股东、实际控制人最近三年内是否存在重大违法行为

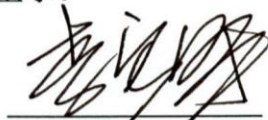
公司控股股东李宏泽,实际控制人李宏泽、李宏泗报告期内不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪,不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 发行人及各中介机构声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：



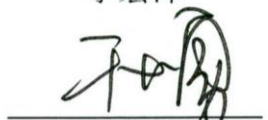
李宏泽



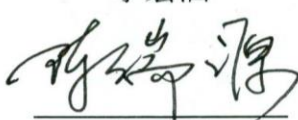
李宏泗



郑春喜



于大勇



陈瑞源



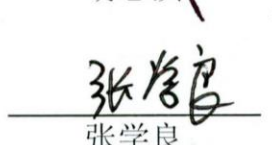
胡志滨



陈朝琳



林永标



张学良

全体监事：



曾振坤



钟华麟



官玲玉

非董事高级管理人员：



陈 歆



张秀财



上特展示(厦门)股份有限公司

2020年6月30日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,按照诚信原则履行承诺,并承担相应的法律责任。

控股股东:



李宏泽

实际控制人:



李宏泽



李宏泗



上特展示(厦门)股份有限公司

2020年6月30日

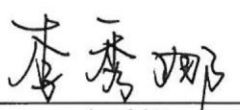
三、保荐机构(主承销商)声明

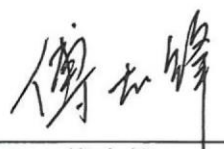
本公司已对招股说明书进行了核查,确认招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

法定代表人:


冉 云

保荐代表人:


李秀娜


傅志锋

项目协办人:


胡超杰



保荐人（主承销商）管理层声明

本人已认真阅读上特展示（厦门）股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：


金 鹏

董事长：


梅 云



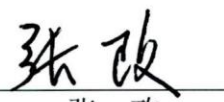
四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

经办律师:


李 赫


康晓阳


张 政


陈鸣剑

律师事务所负责人:


乔佳平



五、发行人会计师声明

大华特字[2020]003141 号

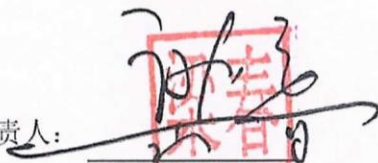
本所及签字注册会计师已阅读上特展示(厦门)股份有限公司(以下简称“发行人”)的招股说明书,确认招股说明书与本所出具的审计报告(大华审字[2020]009676 号)、内部控制鉴证报告(大华核字[2020]005015 号)及经本所鉴证的非经常性损益明细表(大华核字[2020]005017 号)等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

签字注册会计师:


曹隆森


桂后圆

会计师事务所负责人:


梁 春

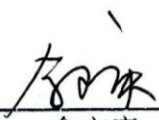
大华会计师事务所(特殊普通合伙)



六、资产评估机构声明

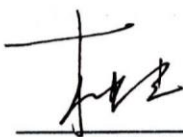
本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书,确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

经办资产评估师:


余文庆


姜煌彩

资产评估机构负责人:


权忠光

北京中企华资产评估有限责任公司



七、验资复核机构声明

大华特字[2020]003142 号

本机构及签字注册会计师已阅读上特展示(厦门)股份有限公司(以下简称“发行人”)的招股说明书,确认招股说明书与本机构出具的大华核字[2020]005134号验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

验资机构负责人:

梁 春

签字注册会计师:

曹隆森

桂后圆

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

二〇二〇年六月三十日

第十三节 附件

一、备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

- (一) 发行保荐书；
- (二) 上市保荐书；
- (三) 法律意见书；
- (四) 财务报告及审计报告；
- (五) 公司章程（草案）；

(六) 与投资者保护相关的承诺。承诺应充分披露发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况。承诺事项主要包括：

- 1、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺；
- 2、稳定股价的措施和承诺；
- 3、股份回购和股份买回的措施和承诺；
- 4、对欺诈发行上市的股份买回承诺；
- 5、填补被摊薄即期回报的措施及承诺；
- 6、利润分配政策的承诺；
- 7、依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺；
- 8、其他承诺事项。

(七) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项;

(八) 内部控制鉴证报告;

(九) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表;

(十) 中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件;

(十一) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、附件查阅地点和时间

(一) 查阅地点

1、上特展示(厦门)股份有限公司

地址: 厦门市同安工业集中区同安园 175 号

电话: 0592-3605599

传真: 0592-5903511

联系人: 陈瑞源

2、国金证券股份有限公司

地址: 上海市浦东新区芳甸路 1088 号紫竹国际大厦 23 楼

电话: 021-68826801

传真: 021-68826800

联系人: 李秀娜、傅志锋

(二) 查阅时间

每周一至周五上午 9:00-11:30、下午 1:30-5:00

附件 1 重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况

一、发行人股东关于股份锁定、持股及减持意向承诺

(一) 发行人控股股东、实际控制人关于股份锁定、持股及减持意向承诺

首次公开发行股票前,李宏泽直接持有发行人 4,155.00 万股股份,占发行人总股本的 63.4038%,为发行人的控股股东,同时担任发行人的董事长、总经理;李宏泗直接持有发行人 1,038.75 万股股份,占发行人总股本的 15.8509%,为发行人的第二大股东,同时担任发行人的董事、副总经理。李宏泽、李宏泗为发行人的共同实际控制人,就股份锁定、持股及减持意向承诺如下:

“一、所持股份自愿锁定的承诺

1、自发行人(A股)股票上市之日起 36 个月内,不转让或者委托他人管理本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份,也不以任何理由要求发行人回购该部分股份。

2、发行人(A股)股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价(如发行人有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项,则价格进行相应调整)均低于发行价,或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价,本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

3、本人在公司担任董事、高级管理人员期间,将向公司申报所持公司股份及其变动情况。在前述锁定期满后,如本人在任期届满前离职的,在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%,自离职之日起半年内,不转让本人所持公司股份。

4、该承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行。

二、持股及减持意向的承诺

1、本人拟长期持有公司股票。

2、如果在锁定期届满后，本人拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、证券交易所等有权监管机关关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，并逐步减持股票。

3、本人减持公司股票应符合相关法律、法规、规章及规范性文件的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易、大宗交易、协议转让等。

4、本人减持公司股票前，应提前 3 个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

5、本人所持发行人公开发行股票前已发行的股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。如发行人有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，则前述发行价格进行相应调整。

6、该承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行。”

(二) 发行人其他董事、监事、高级管理人员关于股份锁定及减持意向承诺

于大勇、郑春喜、陈瑞源、胡志滨、陈朝琳、林永标、张学良、曾振坤、钟华麟、官玲玉、张秀财、陈歆就股份锁定及减持事宜承诺如下：

“1、自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

2、在上述锁定期满后 2 年内减持的，本人减持价格不低于发行价。如发行人有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，则前述发行价格进行相应调整。

3、公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如公司有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，则价格进行相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持有的公司股票将在上述锁定期限届满后自动延长 6 个月的锁定期。

4、本人在公司担任董事/监事/高级管理人员期间，将向公司申报所持公司股份及其变动情况。在前述锁定期满后，如本人在任期届满前离职的，在本人就任

时确定的任期内和任期届满后六个月内每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，自离职之日起半年内，不转让本人所持公司股份。

上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行。

本人将严格遵守我国法律法规关于股东持股及股份变动的有关规定，规范、诚信履行股东的义务。如本人违反本承诺进行减持的，自愿将减持所得收益上缴发行人，并将赔偿因违反承诺出售股票而给公司或其他股东造成的损失。”

(三) 发行人控股股东、实际控制人的近亲属关于股份锁定承诺

李宏权为发行人共同实际控制人李宏泽、李宏泗的哥哥，就股份锁定事宜承诺如下：

“自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不以任何理由要求发行人回购该部分股份。”

(四) 发行人其他自然人股东关于股份锁定承诺

发行人其他自然人股东张亚练，就股份锁定事宜承诺如下：

“自发行人股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不以任何理由要求发行人回购该部分股份。”

(五) 发行人机构股东、持股平台关于股份锁定承诺

发行人机构股东中瑞卓盛、博新合众、和希创投，员工持股平台同创宏领、同创众鑫就股份锁定事宜承诺如下：

“自发行人股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不以任何理由要求发行人回购该部分股份。”

二、关于公司上市后稳定股价的预案及承诺

(一) 发行人关于公司股票上市后股票价格稳定措施的预案

根据《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》、中国证监会的相关要求及其他有关法律、法规、规范性文件的规定,并结合公司的实际情况,公司现制度《上特展示(厦门)股份有限公司股票上市后三年内公司股价稳定预案》如下:

“一、启动稳定股价措施的条件

如公司上市后三年内,非因不可抗力因素所致,公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产(每股净资产=合并财务报表中归属于母公司所有者权益合计数÷年末公司股份总数;最近一期审计基准日后,因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况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,下同),将依据法律、法规及公司章程的规定,在不影响公司上市条件的前提下启动稳定股价的措施。

在启动稳定股价措施的条件被触发后,将依次采取控股股东、实际控制人增持;董事(独立董事除外)、高级管理人员增持;公司回购股份等措施以稳定公司股价。回购或增持价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产。

二、稳定股价的具体措施

(一) 控股股东、实际控制人增持

1. 为稳定股价之目的增持股份,应符合《上市公司收购管理办法》等法律法规规定的条件和要求。

2. 单次及/或连续十二个月增持股份数量不超过公司总股本的 2%。

3. 若未能履行增持承诺,应向股东及社会公众投资者致歉,且其所持公司股票自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。

公司将在增持条件满足后 2 个交易日内向有增持义务的实际控制人发出应
由其增持股份稳定股价的书面通知。

(二) 董事(不包括独立董事)、高级管理人员增持

1. 公司董事(不包括独立董事)、高级管理人员应符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的规定。

2. 用于增持公司股份的资金不少于董事(不包括独立董事)、高级管理人员上年度从公司领取的税后薪酬的 20%，但不超过 50%。

3. 若未能履行上述承诺，相关人员应向股东及社会公众投资者致歉，且其所持公司股票自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。

公司将在上述条件满足后 2 个交易日内向有增持义务的公司董事、高级管理人员发出应由其增持股份稳定股价的书面通知。

(三) 公司回购股份

1. 公司应符合《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，且不应导致公司不符合上市条件。

2. 公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金总额的 10%。

3. 公司单次回购股份的数量不超过公司发行后总股本的 2%；

公司采取集中竞价交易方式回购股份。如果在回购方案实施前，公司股票收盘价不满足启动稳定股价措施的条件，董事会可做出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动回购股份事宜。

三、稳定股价措施的具体实施程序

(一) 控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员增持

1. 公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员(以下简称“负有增持义务的人员”)应在收到公司通知后 2 个交易日内，就其增持公司股票的具体计

划书面通知公司并由公司进行公告，公告应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额等信息。

2. 负有增持义务的人员应在增持公告做出之日开始履行与增持相关法定手续，并在依法办理相关手续后 30 个交易日内实施完毕。

3. 增持方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

4. 在公司任职并领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员应根据本预案的规定签署相关承诺。公司上市后 3 年内拟新聘任在公司任职并领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员时，公司将促使其根据本预案的规定签署相关承诺。

（二）公司回购股份

1. 公司应在上述启动稳定股价措施的条件触发后 5 个交易日内召开董事会，审议公司是否回购股份以稳定股价及具体的回购方案。

2. 公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并在 30 个交易日内召开股东大会审议相关回购股份议案。

3. 股东大会审议通过回购股份的相关议案后，公司将依法履行通知债权人和履行备案程序。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。

4. 公司应在股东大会关于回购股份的决议做出之日开始履行与回购相关法定手续，并应在履行相关法定手续后的 30 个交易日内实施完毕。回购方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

四、本预案实施的保障措施

（一）公司违反本预案的惩罚措施

1. 及时充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2. 向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

3. 将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议;
4. 因违反承诺给投资者造成损失的, 将依法对投资者进行赔偿。

(二) 公司控股股东、实际控制人违反本预案的惩罚措施

公司控股股东、实际控制人不得有下列情形:

1. 对公司股东大会提出的股份回购计划投弃权票或反对票, 导致稳定股价议案未予通过;
2. 在出现应由控股股东、实际控制人增持股份时, 实际控制人在收到通知后 2 个交易日内, 未书面通知公司并由公司公告其增持具体计划;
3. 控股股东、实际控制人已书面通知公司并由公司公告其增持具体计划但不能实际履行。

当公司控股股东、实际控制人存在上述违反承诺情形时, 控股股东、实际控制人应:

1. 及时充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因;
2. 向投资者提出补充承诺或替代承诺, 以尽可能保护投资者的权益;
3. 将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议;
4. 因违反承诺给公司或投资者造成损失的, 将依法对公司或投资者进行赔偿。
5. 公司有权将控股股东、实际控制人应履行其增持义务相等金额的应付控股股东、实际控制人现金分红予以截留, 直至控股股东、实际控制人履行其增持义务; 如已经连续两次以上存在上述情形时, 则公司可将与控股股东、实际控制人履行其增持义务相等金额的应付控股股东、实际控制人现金分红予以截留用于股份回购计划, 控股股东、实际控制人丧失对相应金额现金分红的追索权。

(三) 公司董事及高级管理人员违反本预案的惩罚措施

公司董事及高级管理人员不得有下列情形:

1. 对公司董事会提出的股份回购计划投弃权票或反对票, 导致公司回购股份稳定股价的议案未予通过;

2. 在应由董事、高级管理人员增持股份稳定股价时, 有增持义务的公司董事及高级管理人员在收到通知后 2 个交易日内, 未书面通知公司并由公司公告其增持具体计划;

3. 董事及高级管理人员已书面通知公司并由公司公告其增持具体计划但不能实际履行。

有增持义务的公司董事、高级管理人员在任职期间未能按本预案的相关约定履行其增持义务时, 公司有权将其履行增持义务相等金额的工资薪酬(扣除当地最低工资标准后的部分)予以截留并代其履行增持义务; 有增持义务的公司董事、高级管理人员如在任职期间连续两次以上未能主动履行本预案规定义务的, 由实际控制人或董事会、监事会、半数以上的独立董事提请股东大会同意更换相关董事, 由公司董事会解聘相关高级管理人员。

五、本预案在经公司股东大会审议通过、公司完成首次公开发行 A 股股票并上市之日起生效, 有效期三年。”

(二) 关于发行人股票上市后股票价格稳定措施的承诺

1、发行人稳定股价的承诺

发行人就稳定股价出具承诺如下:

“ (一) 启动条件

本公司自本次发行并上市之日起三年内, 非因不可抗力因素所致, 公司股票连续 20 个交易日收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产(每股净资产=合并财务报表中归属于母公司所有者权益合计数÷年末公司股份总数; 最近一期审计基准日后, 因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况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, 下同), 本公司将依据法律、法规及公司章程的规定在不影响公司上市条件的前提下启动稳定股价的

措施。

(二) 稳定股价的具体措施及保障措施

在启动稳定股价措施的条件被触发后, 公司将视具体情况按以下先后顺序: 控股股东、实际控制人增持; 董事(独立董事除外)、高级管理人员增持; 公司回购股份等措施以稳定公司股价。

1. 控股股东、实际控制人增持股份

(1) 为稳定股价之目的增持股份, 应符合《上市公司收购管理办法》等法律法规规定的条件和要求;

(2) 单次及/或连续十二个月增持股份数量不超过公司总股本的 2%;

(3) 若未能履行上述承诺, 应向股东及社会公众投资者致歉, 且其所持公司股票自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。

2. 董事(独立董事除外)、高级管理人员增持股份

(1) 应符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规规定的条件和要求;

(2) 用于增持公司股份的资金不少于董事(不包括独立董事)、高级管理人员上年度从公司领取的税后薪酬的 20%, 但不超过 50%;

(3) 若未能履行上述承诺, 相关人员应向股东及社会公众投资者致歉, 且其所持公司股票自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。

3. 公司回购股票

(1) 应符合《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;

(2) 公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金总额的 10%;

(3) 公司单次回购股份的数量不超过公司发行后总股本的 2%。

(三) 稳定股价措施的具体实施程序

1. 控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员增持

公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员应在收到公司通知后 2 个交易日内, 就其增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告, 公告应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额等信息。

负有增持义务的人员应在增持公告做出之日开始履行与增持相关法定手续, 并在依法办理相关手续后 30 个交易日内实施完毕。

增持方案实施完毕后, 公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

在公司任职并领取薪酬的公司董事(不包括独立董事)、高级管理人员应根据本预案的规定签署相关承诺。公司上市后 3 年内拟新聘任在公司任职并领取薪酬的公司董事(不包括独立董事)、高级管理人员时, 公司将促使其根据本预案的规定签署相关承诺。

2. 公司回购

公司应在上述启动稳定股价措施的条件触发后 5 个交易日内召开董事会, 审议公司是否回购股份以稳定股价及具体的回购方案。

公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案, 并在 30 个交易日内召开股东大会审议相关回购股份议案。

股东大会审议通过回购股份的相关议案后, 公司将依法履行通知债权人和履行备案程序。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。

公司应在股东大会关于回购股份的决议做出之日开始履行与回购相关法定手续, 并应在履行相关法定手续后的 30 个交易日内实施完毕。回购方案实施完毕后, 公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

(四) 限制条件方面承诺

本公司采取任何股价稳定措施将保证符合法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，并确保不影响公司的上市地位。

(五) 其他方面承诺

本公司在未来聘任新的董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已做出的稳定股价承诺，并要求其按照公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员的承诺提出未履行承诺的约束措施。”

2、发行人控股股东、实际控制人稳定股价的承诺

发行人控股股东李宏泽、共同实际控制人李宏泽、李宏泗出具就稳定股价出具承诺如下：

“1、如公司上市后三年内，非因不可抗力因素所致，公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司所有者权益合计数÷年末公司股份总数；最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况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，下同），将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下启动稳定股价的措施。

在启动稳定股价措施的条件被触发后，将依次采取控股股东、实际控制人增持；董事（独立董事除外）、高级管理人员增持；公司回购股份等措施以稳定公司股价。

2、本人以增持公司股票的形式稳定公司股价，将遵循下述规则：

（1）为稳定股价之目的增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》等法律法规规定的条件和要求；

（2）单次及/或连续十二个月增持股份数量不超过公司总股本的 2%；

（3）若未能履行上述承诺，应向股东及社会公众投资者致歉，且其所持公

公司股票自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。”

3、发行人非独立董事、高级管理人员稳定股价的承诺

发行人非独立董事、高级管理人员就稳定股价出具承诺如下：

“1、如公司上市后三年内，非因不可抗力因素所致，公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司所有者权益合计数÷年末公司股份总数；最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况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，下同），将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下启动稳定股价的措施。

在启动稳定股价措施的条件被触发后，将依次采取控股股东、实际控制人增持；董事（独立董事除外）、高级管理人员增持；公司回购股份等措施以稳定公司股价。

2、本人以增持公司股票的形式稳定公司股价，将遵循下述原则：

（1）应符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规规定的条件和要求；

（2）用于增持公司股份的资金不少于本人上年度从公司领取的税后薪酬的 20%，但不超过 50%；

（3）若未能履行上述承诺，相关人员应向股东及社会公众投资者致歉，且其所持公司股票自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。

超过上述标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。但如下一会计年度继续出现需要启动稳定股价措施情形的，本人将继续按照上述原则执行。”

三、股份回购和股份购回的措施和承诺

发行人、实际控制人、董事和高级管理人员分别出具了股份回购和股份购回的承诺，具体内容参见本招股说明书“第十节投资者保护”之“四、重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况”之“（二）关

于稳定股价的预案及承诺”和“（四）欺诈发行上市的股份购回承诺”。

四、欺诈发行上市的股份购回承诺

（一）发行人关于欺诈发行上市的股份购回承诺

发行人就欺诈发行的股份购回作出承诺如下：

“1、保证本公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回本公司本次公开发行的全部新股。”

（二）控股股东、实际控制人关于欺诈发行上市的股份购回承诺

发行人控股股东、实际控制人就欺诈发行的股份购回作出承诺如下：

“1、本人保证上特展示本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、如上特展示不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回上特展示本次公开发行的全部新股。”

五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）发行人关于填补被摊薄即期回报的措施

为了优化投资回报机制，维护中小投资者合法权益，就本次公开发行可能导致投资者的即期回报被摊薄的相关事宜，公司承诺拟采取多种措施以提升公司的盈利能力，增强公司的持续回报能力：

“1. 强化募集资金管理

为了规范公司募集资金的管理和运用，切实保护投资者的合法权益，公司制定了《募集资金管理制度（草案）》，对募集资金存储、使用、监督和责任追究

等内容进行明确规定。公司将严格遵守《募集资金管理制度(草案)》等相关规定,由保荐机构、监管银行、公司共同监管募集资金按照承诺用途和金额使用,保障募集资金用于承诺的投资项目,配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督。公司将定期检查募集资金的使用情况,从而加强对募投项目的监管,保证募集资金得到合理、合法的使用。

2. 提高募集资金使用效率

本次公开发行募集资金到位后,公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设,提高募集资金使用效率,争取募投项目早日实现预期效益,以提升发行人盈利水平。本次募集资金到位前,为尽快实现募投项目预期效益,公司拟通过多种渠道积极筹措资金,调配资源,开展募投项目的前期准备工作,增强项目相关的人才储备,争取尽早实现项目预期收益,提高未来几年的股东回报,降低本次公开发行导致的即期回报被摊薄的风险。

3. 利润分配政策的安排及承诺

根据公司制定的上市后《公司章程(草案)》,公司强化了发行上市后的利润分配政策,进一步明确了公司利润分配的总原则,明确了利润分配的条件和方式,制定了现金分红的具体条件、比例以及股票股利分配的条件,完善了利润分配的决策程序等,公司的利润分配政策将更加健全、透明。同时,公司还制订了未来分红回报规划,对发行上市后的利润分配进行了具体安排。公司将保持利润分配政策的连续性与稳定性,重视对投资者的合理投资回报,强化对投资者的权益保障,兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

4. 加强经营管理和内部控制,不断完善公司治理

目前公司已制定了较为完善、健全的公司内部控制制度管理体系,保证了公司各项经营活动的正常有序进行,公司未来几年将进一步提高经营和管理水平,完善并强化投资决策程序,严格控制公司的各项费用支出,加强成本管理,优化预算管理流程,强化执行监督,全面有效地提升公司经营效率。”

(二) 发行人董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的相关承诺

为确保公司就本次公开发行可能导致投资者即期回报被摊薄而制定的填补回报相关措施得以切实履行，公司董事、高级管理人员承诺如下：

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

2. 本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

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

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

5. 若公司后续推出股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6. 自本承诺出具日至公司首次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺；

7. 本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任；

8. 作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人愿意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则承担相应责任。”

(三) 发行人控股股东、实际控制人关于填补被摊薄即期回报的相关承诺

为确保公司就本次公开发行可能导致投资者即期回报被摊薄而制定的填补回报相关措施得以切实履行，公司控股股东李宏泽、共同实际控制人李宏泽、李

宏泗承诺如下:

“1、公司首次公开发行并上市后,发行人净资产规模将大幅增加,总股本亦相应增加,由于募集资金投资项目从投入到实现效益需要一定的时间,因此,短期内发行人的每股收益和净资产收益率可能出现下降。针对此情况,本人承诺将督促发行人采取措施填补被摊薄即期回报。

2、若发行人董事会决议采取措施填补被摊薄即期回报的,本人承诺就该等表决事项在股东大会中以本人控制的股份投赞成票。

3、本人不越权干预公司经营管理活动,不侵占公司利益。

4、本承诺经本人签署后即具有法律效力。本人将严格履行本承诺中的各项承诺。本人自愿接受监管机构、社会公众等的监督,若违反上述承诺,本人将依法承担相应责任。”

六、利润分配政策的承诺

为充分保障股东的合法权益,提供稳定持续的投资回报,最大化地实现股东投资收益,公司就首次公开发行股票并在创业板上市后三年的利润分配安排,承诺如下:

“一、利润分配的原则

1. 公司实行持续、稳定的利润分配政策,公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报,并兼顾公司的可持续发展;

2. 利润分配政策应保持连续性和稳定性,同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展,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;

3. 公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事(如有)和公众投资者的意见。

二、利润分配的具体政策

1. 利润的分配形式：公司采取现金、股票或者两者相结合的方式分配股利，并优先推行以现金方式分配股利。

2. 利润分配的时间间隔：公司一般按年度进行利润分配，在有条件的情况下，董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期利润分配。在满足现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，原则上每年度进行一次现金分红，也可以进行中期现金分红。

3. 在当年盈利且满足现金分红条件的情况下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。在公司现金流状况良好且不存在重大投资项目或重大现金支出的条件下，公司可加大现金分红的比例。

4. 公司考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体差异化的现金分红政策：

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%；

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%；

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，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%。

上述重大资金支出安排是指以下情形之一：

公司未来十二个月内拟以现金对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 5,000 万元（运用募集资金进行项目投资除外）；

公司未来十二个月内拟以现金对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%（运用募集资金进行项目投资除外）。

上述重大资金支出安排事项需经公司董事会批准并提交股东大会审议通过。

5. 发放股票股利的具体条件：董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，公司在实施上述现金方式分配利润的同时，可以采取股票方式进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

6. 存在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。

三、利润分配的审议程序

1. 公司董事会应结合公司盈利情况、资金需求、股东意见和股东回报规划提出合理的分红建议和预案；在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜；独立董事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。

公司对利润分配政策进行决策时，以及因公司外部经营环境或自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策时，首先应经公司二分之一以上的独立董事同意并发表明确独立意见，然后分别提交董事会和监事会审议（如果公司有外部监事，外部监事应发表明确意见）；董事会和监事会审议通过后提交股东大会审议批准。如果调整分红政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

2. 股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。公司股东大会审议利润分配方案需经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。

3. 公司对留存的未分配利润使用计划安排或原则做出调整时，应重新报经董事会、监事会及股东大会按照上述审议程序批准，并在相关提案中详细论证和说明调整的原因，独立董事应当对此发表独立意见。

四、利润分配政策调整

公司如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的,调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会、监事会审议后方能提交股东大会批准,独立董事应当对利润分配政策的调整发表独立意见,同时,公司应充分听取中小股东的意见,应通过网络、电话、邮件等方式收集中小股东意见,并由公司董事会办公室汇集后交由董事会。公司应以股东权益保护为出发点,在股东大会提案中详细论证和说明原因,并充分考虑独立董事、外部监事(如有)和公众投资者的意见。股东大会在审议利润分配政策调整时,须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。

下列情况为前款所称的外部经营环境或者自身经营状况的较大变化:

1. 国家制定的法律法规及行业政策发生重大变化,非因公司自身原因导致公司经营亏损;
2. 出现地震、台风、水灾、战争等不能预见、不能避免并不能克服的不可抗力因素,对公司生产经营造成重大不利影响导致公司经营亏损;
3. 公司法定公积金弥补以前年度亏损后,公司当年实现净利润仍不足以弥补以前年度亏损;
4. 公司经营活动产生的现金流量净额连续三年均低于当年实现的可分配利润的 20%;
5. 中国证监会和证券交易所规定的其他事项。

如出现以上五种情形,公司可对利润分配政策中的现金分红比例进行调整。除以上五种情形外,公司不进行利润分配政策调整。

五、其他事项

公司应严格按照有关规定在定期报告中披露利润分配方案及其执行情况。若公司年度盈利但未提出现金分红预案,应在年报中详细说明未分红的原因、未用

于分红的资金留存公司的用途和使用计划。

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，独立董事是否尽职履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。公司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。”

七、发行人及相关责任主体关于信息披露赔偿责任的承诺

（一）发行人关于信息披露赔偿责任的承诺

发行人就首次公开发行股票并在创业板上市的申请文件真实、准确、完整事宜，承诺如下：

“上特展示（厦门）股份有限公司（以下简称“本公司”）招股说明书和有关申请文件真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，如招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将按照以下方法依法回购首次公开发行的全部新股：

1. 若上述情形发生于公司首次公开发行新股已完成发行但未上市交易前，本公司董事会将在证券监管部门依法对上述事实作出认定当日进行公告，并于10个交易日内制订股份回购方案并提交股东大会审议批准，将投资者所缴纳股票申购款并加算银行同期存款利息全额返还已缴纳股票申购款的投资者；

2. 若上述情形发生于公司首次公开发行的新股已完成上市交易之后，公司将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格为发行价格加计同期银行存款利息（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括首次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应调整），并根据相关法律、法规规定的程序实施。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。

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

4. 除招股说明书等已披露的申请文件外,公司不存在其他影响发行上市和投资者判断的重大事项。”

(二) 发行人控股股东、实际控制人关于信息披露赔偿责任的承诺

发行人控股股东李宏泽、共同实际控制人李宏泽、李宏泗就首次公开发行股票并在创业板上市的申请文件真实、准确、完整事宜,承诺如下:

“公司招股说明书和有关申报文件真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。若公司首次公开发行招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的,本人承诺如下:

1、本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股。

2、若上述情形发生于公司首次公开发行的新股已完成上市交易之后,本人将回购已转让的原限售股份(如有),回购价格为发行价格加计同期银行存款利息(若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的,回购的股份包括首次公开发行的全部新股及其派生股份,发行价格将相应进行除权、除息调整),并根据相关法律、法规规定的程序实施。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。

3、发行人招股说明书及其他信息披露资料如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,致使投资者在证券交易中遭受损失的,本人将依照相关法律、法规的规定承担相应的民事赔偿责任,赔偿投资者损失。”

(三) 发行人董事、监事、高级管理人员关于信息披露赔偿责任的承诺

发行人董事、监事、高级管理人员就首次公开发行股票并在创业板上市的申请文件真实、准确、完整事宜,承诺如下:

“1、发行人招股说明书和有关申报文件、本人提供的名下全部银行流水信息及本人填写的调查表信息真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、发行人首次公开发行招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

3、该承诺不因承诺人职务变更、离职等原因而放弃履行。”

（四）中介机构对信息披露赔偿责任的承诺

1、国金证券股份有限公司承诺：“保荐人已经审阅了上特展示（厦门）股份有限公司本次发行上市申请文件，本申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，保荐人对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的责任。因保荐人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，将依法赔偿投资者损失。因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。除招股说明书等已披露的申请文件外，公司不存在其他影响发行上市和投资者判断的重大事项。”

2、大华会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“根据《证券法》等法律、法规和中国证监会的有关规定，按照中国注册会计师执业准则和中国注册会计师职业道德守则的要求，大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“大华所”）为上特展示（厦门）股份有限公司（以下简称“发行人”）申请首次公开发行股票并在创业板上市依法出具相关文件，大华所保证本所出具的文件的真实性、准确性和完整性。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。”。

3、北京市康达律师事务所承诺：“本所根据《公司法》、《证券法》等法律、法规和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定，遵循诚实守信、勤勉尽责的原则，对发行人进行了全面调查，依法出具了本次发行上市的相关文件，并保

证本所出具的文件的真实性、准确性和完整性。如因本所为发行人本次发行上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。”

八、关于避免同业竞争的承诺

参见本招股说明书之“第七节 公司治理与独立性”之“十、同业竞争”之“(二) 避免同业竞争的承诺”。

九、关于避免或减少关联交易的承诺

参见本招股说明书之“第七节 公司治理与独立性”之“十四、规范并减少关联交易的措施”。

十、关于不占用公司资金的承诺

为了进一步保障公司利益，公司控股股东李宏泽，共同实际控制人李宏泽、李宏泗，公司董事、监事、高级管理人员出具《关于避免资金占用的承诺函》，承诺如下：

“本人承诺将严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《关于规范上市公司与关联方资金往来及上市公司对外担保若干问题的通知》（2017 年修改）及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于保护上市公司公众股东权益的相关规定，认真落实监管部门各项规章及工作指引，确保本人及本人控制的企业不发生占用上特展示(厦门)股份有限公司及其子公司资金的情形。

若本人违反上述承诺，将无条件承担由此引致的一切法律责任。”

十一、关于未履行承诺时的约束措施的承诺

（一）发行人关于未履行承诺时的约束措施的承诺

发行人就首次公开发行股票并在创业板上市未履行承诺时的约束措施事宜承诺如下：

“一、本公司将严格履行在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项（以下简称“承诺事项”）中的各项义务和责任。

二、若本公司未能完全且有效地履行承诺事项中的各项义务或责任，则本公司将采取以下措施予以约束：

1、如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）对本公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

（3）给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

2、如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护投资者利益。”

（二）发行人控股股东、实际控制人关于未履行承诺事项时采取约束措施的承诺

发行人控股股东李宏泽、共同实际控制人李宏泽、李宏泗就首次公开发行股票并在创业板上市未履行承诺时的约束措施事宜承诺如下：

“1、通过发行人及时、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、在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

3、如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交发行人股东大会审议；

4、本人将停止在公司领取股东分红，同时本人持有的发行人股份将不得转让，直至本人按相关承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

5、本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人依法赔偿投资者的损失；本人因违反承诺所得收益，将上缴发行人所有；

6、其他根据届时规定可以采取的约束措施。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人自身无法控制的客观原因，导致本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

1、通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、向发行人及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护发行人及投资者的权益。”

(三) 发行人董事、监事、高级管理人员关于未履行承诺事项时采取约束措施的承诺函

发行人董事、监事、高级管理人员就首次公开发行股票并在创业板上市未履行承诺时的约束措施事宜承诺如下：

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

（1）通过发行人及时、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，并向公司股东和社会公众投资者道歉；

(2) 向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺,以尽可能保护发行人及其投资者的权益,并将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议;

(3) 本人违反公开承诺事项而获得收益的,所获收益归发行人所有,并在获得收益的5个工作日内将所获收益支付至发行人指定账户;

(4) 本人违反公开承诺及招股说明书其他承诺事项,给发行人或投资者造成损失的,依法赔偿对发行人或投资者的损失。如果本人未承担签署赔偿责任,发行人有权扣减本人所获分配的现金分红、薪酬、津贴等用于承担前述赔偿责任。同时,在本人未承担前述赔偿责任期间,不得转让本人直接或间接持有的发行人股份。

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

(1) 通过发行人及时、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) 尽快配合发行人研究并实施将投资者损失降低至最小的处理方案,尽可能保护发行人及其投资者的利益。”

(四) 发行人其他股东关于未履行承诺事项时采取约束措施的承诺函

1、发行人其他自然人股东李宏权、张亚练就首次公开发行股票并在创业板上市未履行承诺时的约束措施事宜承诺如下:

“1、本人将严格履行在发行人首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项(以下简称“承诺事项”)中的各项义务和责任。

2、若本人未能完全且有效地履行前述承诺事项中的各项义务或责任,则本人承诺采取以下各项措施予以约束:

(1) 如本人违反关于股份锁定的相关承诺,应将出售股份取得的收益(转让所得扣除税费后的金额)上缴发行人。

(2) 如本人未及时上缴收益, 公司有权从对本人的应付现金股利中扣除相应的金额, 直至本人完全且有效地履行相关义务。

(3) 如果未履行承诺事项, 致使投资者在证券交易中遭受损失的, 本人将以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失, 补偿方式及金额由本人与投资者协商确定, 或根据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

上述承诺为本人真实意思表示, 本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督, 若违反上述承诺本人将依法承担相应责任。”

2、发行人机构股东中瑞卓盛、博新合众、和希创投, 持股平台同创宏领、同创众鑫就首次公开发行股票并在创业板上市未履行承诺时的约束措施事宜承诺如下:

“1、本企业将严格履行在发行人首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项(以下简称“承诺事项”)中的各项义务和责任。

2、若本企业未能完全且有效地履行前述承诺事项中的各项义务或责任, 则本企业承诺采取以下各项措施予以约束:

(1) 如本企业违反关于股份锁定的相关承诺, 应将出售股份取得的收益(转让所得扣除税费后的金额)上缴发行人。

(2) 如本企业未及时上缴收益, 公司有权从对本企业的应付现金股利中扣除相应的金额, 直至本企业完全且有效地履行相关义务。

(3) 如果未履行承诺事项, 致使投资者在证券交易中遭受损失的, 本企业将以自有资金补偿公众投资者因依赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失, 补偿方式及金额由本企业与投资者协商确定, 或根据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

上述承诺为本企业真实意思表示, 本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督, 若违反上述承诺本企业将依法承担相应责任。”