



华鸿画家居股份有限公司

Huahong Art Home Shares Co., Ltd.

(浙江省义乌市佛堂镇大士路 1 号)

首次公开发行股票并在主板上市

招股说明书（申报稿）



声明：本公司的发行申请尚需经上海证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



东方证券
ORIENT SECURITIES

投资银行

东方证券承销保荐有限公司
ORIENT SECURITIES INVESTMENT BANKING CO., LTD

(上海市黄浦区中山南路 318 号 24 层)

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，均不表明其对发行人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》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。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次发行股票不超过 2,837 万股，发行完成后公开发行股数占发行后总股数的比例不低于 25%。本次发行股份均为公开发行的新股，公司原有股东不公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	上海证券交易所主板
发行后总股本	不超过 11,347.6383 万股
保荐人（主承销商）	东方证券承销保荐有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

目 录

声 明.....	1
发行概况	2
目 录.....	3
第一节 释义	7
一、基本术语.....	7
二、专业术语.....	9
第二节 概览	11
一、重大事项提示.....	11
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	15
三、本次发行概况.....	15
四、发行人主营业务经营情况.....	17
五、发行人符合主板定位的说明.....	20
六、发行人报告期主要财务数据和财务指标.....	22
七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况.....	23
八、发行人选择的具体上市标准.....	23
九、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....	23
十、募集资金运用与未来发展规划.....	23
十一、其他对发行人有重大影响的事项.....	24
第三节 风险因素	25
一、与发行人相关的风险.....	25
二、与行业相关的风险.....	30
三、其他风险.....	32
第四节 发行人基本情况	33
一、发行人基本情况.....	33
二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况.....	33
三、发行人报告期内的重大资产重组情况.....	53
四、发行人在其他证券市场上市或挂牌的情况.....	59

五、发行人的股权结构.....	59
六、发行人子公司、参股公司及分公司的情况.....	60
七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况	69
八、发行人股本情况.....	88
九、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员.....	92
十、发行人员工及社会保障情况.....	107
第五节 业务与技术	116
一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况.....	116
二、发行人所处行业的基本情况与竞争格局.....	149
三、发行人销售情况和主要客户	201
四、发行人主要产品的原材料、能源供应情况.....	205
五、发行人的主要资产情况.....	211
六、发行人的核心技术与研发设计情况.....	239
七、发行人环境保护和安全生产情况.....	251
八、发行人质量控制情况.....	258
九、发行人在境外经营及拥有境外资产的情况.....	261
第六节 财务会计信息与管理层分析	262
一、财务报表.....	262
二、审计意见.....	267
三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准.....	268
四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	269
五、重要会计政策及会计估计.....	271
六、非经常性损益.....	288
七、税项.....	289
八、主要财务指标.....	293
九、经营成果分析.....	295
十、资产质量分析.....	343
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	367
十二、报告期内重大投资或重大资产重组事项.....	389

十三、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.....	389
十四、盈利预测报告.....	390
第七节 募集资金运用与未来发展规划	391
一、本次募集资金运用概况.....	391
二、公司未来发展规划.....	402
第八节 公司治理与独立性	407
一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况.....	407
二、发行人的内部控制情况.....	407
三、发行人报告期内违法违规行及受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况.....	409
四、发行人报告期内资金占用和对外担保情况.....	410
五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力.....	411
六、同业竞争.....	413
七、关联方及关联关系.....	419
八、关联交易.....	432
第九节 投资者保护	463
一、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....	463
二、发行人本次发行前后的股利分配政策差异情况.....	463
三、发行人有关现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制.....	463
四、重要子公司分红政策.....	467
第十节 其他重要事项	468
一、重大合同情况.....	468
二、对外担保情况.....	474
三、诉讼或仲裁事项.....	474
第十一节 声明	475
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明.....	475
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	476
三、保荐人（主承销商）声明.....	477
四、保荐机构（主承销商）董事长、首席执行官声明.....	478

五、发行人律师声明.....	480
六、会计师事务所声明.....	481
七、资产评估机构声明.....	482
八、验资机构声明.....	483
第十二节 附件	485
一、备查文件.....	485
二、备查文件查阅地点.....	485
三、落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票 机制建立情况.....	486
四、与投资者保护相关的承诺.....	488
五、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.....	514
六、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 及运行情况说明.....	519
七、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明.....	521
八、募集资金具体运用情况.....	522
九、发行人子公司、参股公司及分公司简要情况.....	532
附录一、发行人及其子公司已经授权的专利	541
附录二、发行人及其子公司拥有的注册商标	546

第一节 释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、基本术语

公司、本公司、股份公司、华鸿股份、发行人	指	华鸿画家居股份有限公司
控股股东、华鸿控股	指	华鸿控股集团有限公司，原义乌市华鸿工艺品有限公司、浙江华鸿工艺品有限公司
实际控制人	指	龚品忠、龚新明兄弟，龚品忠配偶王爱香和龚新明配偶王荷仙为实际控制人之一致行动人
华鸿有限、有限公司	指	义乌华鸿文化创意有限公司（发行人前身）
画之都	指	浙江画之都文化创意有限公司（原义乌市画都图片有限公司、浙江画之都油画股份有限公司、浙江画之都文化创意股份有限公司），发行人子公司
天画家居	指	浙江天画家居用品有限公司（原义乌市天画家居用品有限公司），发行人子公司
与龙共舞	指	杭州与龙共舞股权投资有限公司，发行人子公司
图库科技	指	杭州图库科技有限公司，发行人子公司
香港画家居	指	画家居香港有限公司（Art Home Décor HK Limited），发行人子公司
桑妮家居	指	义乌市桑妮家居用品有限责任公司，发行人孙公司
香香儿家居	指	义乌市香香儿家居用品有限公司，发行人孙公司
美国选一	指	选一有限责任公司（Selection One LLC），发行人孙公司
林君文化	指	金华市林君文化创意有限公司，发行人孙公司
画之都义乌分公司	指	浙江画之都文化创意有限公司义乌分公司
印尼画家居	指	华鸿画家居印尼股份有限公司（PT Huahong Art Home Shares Indonesia），发行人子公司
印尼艺海	指	印尼艺海工艺品股份有限公司（PT Yihai Art and Crafts Indonesia），发行人孙公司
雅阁文化	指	金华市雅阁文化创意有限公司，林君文化子公司，已于2021年4月29日注销
坤冠画框	指	义乌市坤冠画框有限公司
易富投资	指	义乌市易富投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
台州谱润	指	台州谱润股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
上海谱润	指	上海谱润股权投资管理有限公司
Taurus	指	Taurus 2020 (HK) Limited，发行人股东
艺谷文化	指	金华艺谷文化创意有限责任公司，华鸿控股控制的企业
港龙包装	指	金华市港龙包装有限公司

淑浩塑料	指	义乌市淑浩塑料有限公司
靖凯贸易	指	义乌市靖凯贸易有限公司
南坤装饰	指	义乌市南坤装饰材料有限公司
华盛装饰	指	义乌市华盛装饰材料有限公司
义乌华福	指	义乌市华福工艺品有限公司，系发行人的关联企业
义乌华发	指	义乌市华发工艺品有限公司，系发行人的关联企业
浙江金子来	指	浙江金子来工艺品有限公司，系发行人的关联企业
义乌金子来	指	义乌市金子来工艺品有限公司，系发行人的关联企业
浦江富明	指	浦江县富明工艺品厂，系发行人的关联企业
富馥商行	指	义乌市富馥装饰画商行，系发行人的关联企业
大士文化	指	浙江大士文化旅游发展有限公司，曾用名浙江天下画仓文化创意有限公司，已于 2019 年 7 月 1 日注销
中信保	指	中国出口信用保险公司
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
企业会计准则	指	国家财政部于 2006 年 2 月颁布的《企业会计准则——基本准则》，以及其后颁布修订的具体会计准则、应用指南、解释和其他相关规定
保荐机构/保荐人/主承销商	指	东方证券承销保荐有限公司
发行人律师、律师事务所	指	北京国枫律师事务所
会计师、审计机构、立信会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构、东洲评估师	指	上海东洲资产评估有限公司
本次发行并上市	指	华鸿画家居股份有限公司申请首次公开发行股票并在上交所主板上市
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《华鸿画家居股份有限公司章程》，包括截至本招股说明书签署之日的修正案
《公司章程（草案）》	指	经发行人 2022 年第一次临时股东大会审议通过，上市后启用的《华鸿画家居股份有限公司章程（草案）》
《股东大会议事规则》	指	《华鸿画家居股份有限公司股东大会议事规则》
《董事会议事规则》	指	《华鸿画家居股份有限公司董事会议事规则》
《监事会议事规则》	指	《华鸿画家居股份有限公司监事会议事规则》
《独立董事工作制度》	指	《华鸿画家居股份有限公司独立董事工作制度》
《关联交易管理制度》	指	《华鸿画家居股份有限公司关联交易管理制度》

《审计报告》	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）为发行人本次发行并上市出具的发行人最近三年及一期的审计报告
报告期、报告期内、报告期各期、最近三年及一期	指	2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-9 月
报告期末、最近一期末	指	2022 年 9 月 30 日
报告期各期末	指	2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 9 月 30 日
元、万元	指	分别指人民币元、万元

二、专业术语

装饰画	指	采用美学规律和装饰设计手法创作的绘画形式，公司的装饰画品种有手绘油画、帆布工艺画、木板工艺画、玻璃框画等
镜子	指	穿衣镜、化妆镜等功能型镜子及用于装饰的工艺品镜子
相框	指	用木材、PS 线条等做成的框架，用来装相片
PS	指	聚苯乙烯，一种热塑性非结晶性的树脂
线条	指	以聚苯乙烯、密度板、木材等为原材料制作的条形材料，用于生产装饰画、镜子及相框的框体，经过裁切、拼合等步骤后组成框体
PS 线条	指	以聚苯乙烯材料为原料制作的线条
MDF	指	中纤维密度板
文化创意产业	指	一类以创造力为核心的新兴产业，强调一种主体文化或文化因素依靠个人（团队）通过技术、创意和产业化的方式开发、营销知识产权的行业，文化创意产业主要包括广播影视、动漫、音像、传媒、视觉艺术、表演艺术、工艺与设计、雕塑、环境艺术、广告装潢、服装设计、软件和计算机服务等
委托加工	指	公司负责向委托加工厂商提供生产所需主要原材料，委托加工厂商仅负责部分加工、生产过程，委托加工厂商加工完成后送回发行人指定场所
GDP	指	即国内生产总值，指在一定时期内一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和劳务的价值，常被公认为衡量国家经济状况的最佳指标
OEM	指	代工生产（Original Equipment Manufactures），即品牌生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键核心技术负责设计和开发新产品，控制销售渠道，具体的加工任务通过合同订购的方式委托其他厂家生产，之后将所订产品买断，并直接贴上自己的品牌商标
ODM	指	原始设计制造商（Original Design Manufactures），即一家厂商根据另一家厂商的规格和要求，设计和生产产品。被委托方拥有设计能力和技术水平，基于授权合同生产产品，但产品贴上委托方的品牌进行销售
OBM	指	原始品牌制造商（Original Brand Manufactures），即生产厂商经营自有品牌，生产、销售拥有自主品牌的产品

电脑绘画	指	运用电脑的手段和技巧进行的绘画创作。相比于一般的纸上绘画，它具有如下特点：一是颜色处理真实、细腻、可控；二是修改、变形、变色方便；三是复制、放大、缩小方便；四是制作速度快捷、保存耐久、运输方便、画面效果奇特
数字影像合成	指	相对于传统影像合成而言，是在计算机的软硬件环境中，运用计算机图形图像学的原理和方法，将多种源素材（包括实拍的画面和电脑三维动画技术创造的画面）混合成单一复合图像的处理过程
打样	指	在批量生产前，根据原始设计图或客户提供的产品效果图制作样品的过程
制版	指	将原稿复制成印版的统称
交期	指	交货期，即从采购订货日至供应商送货日之间的时间长短

本招股说明书中除特别说明外，所有数值保留 2 位小数，若出现合计数的尾数与各分项数值总和的尾数不相等的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

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

一、重大事项提示

（一）特别风险提示

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

1、宏观经济和市场需求变动导致业绩变动的风险

公司主要产品为装饰画、镜子、相框类家居饰品，属于时尚消费类产品，与社会经济发展水平、居民收入水平、家居装饰市场需求等因素具有较强的相关性。公司产品主要销往欧美等全球多个国家和地区，受全球宏观经济发展情况、当地居民收入和消费水平等因素的影响较大。2020 年以来，由于新冠疫情、地缘政治冲突等各种因素给美国、欧洲等主要经济体的经济发展趋势带来不确定性。

2022 年上半年以来，俄乌冲突引发了能源供应危机，能源价格高涨并推高了通货膨胀，推高了食品和大宗商品价格，给欧洲经济带来较大冲击，并在全球范围内加剧通胀压力。美国经济同样受困于通胀，根据美国劳工部公布的数据显示，2022 年 6 月美国消费者价格指数（CPI）同比上涨 9.1%，达到其 40 年来最高水平。

美欧等经济体高企的通胀水平及短期经济前景的不确定性可能使得消费者减少对公司家居饰品产品的消费，进而导致公司客户采购意愿下降，并最终导致公司销售收入减少，公司可能出现经营业绩波动甚至下滑的风险。

2、国际贸易形势变动的风险

公司产品以外销为主，受国际贸易形势和国家间相对成本优势的影响较大。最近三年及一期，公司外销收入分别为 74,663.03 万元、74,272.59 万元、

99,357.81 万元和 61,790.06 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 96.54%、97.76%、97.76%和 95.58%。其中，对欧美市场实现的收入分别为 66,525.45 万元、66,603.01 万元、85,575.39 万元和 54,856.63 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 86.02%、87.67%、84.20%和 84.86%。

近年来，中美贸易摩擦导致国际贸易形势动荡，全球范围贸易保护主义再度抬头。在此背景下，若公司主要客户所在国家对中国采取针对性关税惩罚、非关税壁垒等措施，客户可能因此减少采购或转向其他国家供应商，对公司的海外销售带来不利影响。

3、存货积压及减值风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,541.31 万元、9,309.94 万元、10,313.26 万元和 6,388.55 万元。2020 年下半年以来，全球海运市场运力紧张，集装箱货柜资源短缺，2020 年中旬至 2021 年底，海运价格持续上涨，导致公司不能及时发货或客户延迟提货，2022 年以来，海运价格从高位波动下降。如果未来海运紧张情况不能持续疏解或海运紧张情况再度出现，一方面可能导致公司出现存货积压，存货余额保持在较高水平；另一方面，如出现客户违约等情形，将导致相关库存商品不能正常实现出售，存货跌价风险提高，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

4、应收账款发生坏账损失的风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 7,685.35 万元、14,637.00 万元、12,731.85 万元和 8,232.33 万元，占流动资产的比例分别为 31.08%、35.43%、27.36%和 16.80%，占比较高。虽然公司主要客户均为国际知名家居装饰终端商和连锁企业，商业信用程度高，支付能力较强，且公司对于主要外销客户的应收账款已在中信保投保，但若公司主要客户受到行业市场环境变化及国家宏观政策等因素的影响，财务状况出现恶化，或者经营情况、商业信用发生重大不利变化，公司应收账款产生坏账的可能性将增加，从而对公司的经营造成不利影响。

5、金融衍生工具交易风险

为应对汇率波动风险，公司根据销售收汇情况，开展远期结汇、外汇期权

和货币互换业务，以平滑汇率波动、减少汇率风险。报告期内，公司从事上述金融衍生工具交易形成公允价值变动损益和投资收益，合计对利润总额的影响金额分别为-1,369.96 万元、2,877.67 万元、420.00 万元和-216.95 万元，占同期税前利润总额的比例分别为-7.53%、12.87%、1.93%和-1.48%。虽然公司内部控制制度已对金融衍生工具交易的规模和程序做出明确规定，但若公司未能严格执行相关的内控制度，将可能造成一定的公允价值变动损失和投资损失，对公司净利润产生不利影响。

6、税收优惠、出口退税政策变化的风险

公司于 2020 年 12 月通过高新技术企业认定，2020 至 2022 年度执行 15% 的企业所得税税率。公司子公司画之都于 2019 年 12 月及 2022 年 12 月通过高新技术企业认定，2019 至 2024 年度执行 15% 的企业所得税税率。《高新技术企业证书》到期后，公司及子公司能否继续获得国家高新技术企业认定，取决于是否仍然满足《高新技术企业认定管理办法》规定的有关条件。如果未来不能持续取得高新技术企业资格或国家税收优惠政策发生变化，将会对公司未来税后经营业绩产生影响。

公司出口产品享受增值税出口退税政策。报告期内，公司主要出口产品享受 16%（2019 年 1 月 1 日-2019 年 3 月 31 日）和 13%（2019 年 4 月 1 日之后）的增值税出口退税。如果未来国家调整出口退税政策，可能对公司出口产品的竞争力产生不利影响。

此外，公司享有研发费用加计扣除企业所得税税收优惠，子公司林君文化、图库科技、与龙共舞、桑妮家居和香香儿享有小型微利企业所得税税收优惠政策。如果未来国家税收优惠政策发生变化，将会对公司未来税后经营业绩产生影响。

7、社会保险、住房公积金补缴风险

报告期内，公司及子公司员工社会保险和住房公积金存在未全部缴纳的情形。报告期内，公司及子公司员工社会保险的缴纳比例分别为 60.68%、80.98%、99.72%和 99.76%，住房公积金的缴纳比例分别为 13.07%、54.32%、73.33%和 79.57%。尽管公司已采取措施，加强员工社会保险和住房公积金缴纳

管理，规范社保和公积金缴纳，但未来仍存在被有关主管部门要求补充缴纳社会保险、住房公积金的风险。

8、知识产权保护风险

公司拥有大量装饰画产品的美术作品著作权。截至报告期末，公司及子公司拥有美术作品著作权合计 16,395 项。市场上，装饰画产品存在知识产权被盗用或被不当使用的情形，公司通过申请著作权等方式对自主知识产权进行了保护，但无法排除自身知识产权被盗用或被不当使用的风险。若出现知识产权被他人侵权的情况，将不利于公司正常业务经营。

公司一贯坚持独立自主研发设计，避免侵犯第三方知识产权，但仍无法完全排除由于公司员工对知识产权的理解出现偏差等因素而导致的侵犯第三方知识产权的情形，以及竞争对手或其他利益相关方采取恶意诉讼等不当手段阻碍公司业务正常发展的风险。

9、募集资金投资项目产能消化的风险

募投项目实施后，公司的产能将得到大幅提升，尽管公司对本次募集资金投资项目进行了审慎的可行性论证，但在实施过程中市场环境等因素可能出现变化。若下游市场环境出现不利变化或是市场开拓不力，公司新增产能的消化将面临一定的市场风险。

（二）本次发行相关主体作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本公司、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，具体承诺事项参见本招股说明书“第十二节 附件”之“四、与投资者保护相关的承诺”及“五、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”。

（三）发行前滚存未分配利润分配计划

根据公司 2022 年第一次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润由本次发行完成后的新老股东依其届时所持股份比例共同享有。

（四）本次发行后公司股利分配政策

本公司提醒投资者关注公司发行上市后的利润分配政策，具体参见本招股说明书“第九节 投资者保护”之“三、发行人有关现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制”。

二、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	华鸿画家居股份有限公司	成立日期	2017 年 10 月 19 日
注册资本	8,510.6383 万元	法定代表人	龚品忠
注册地址	浙江省义乌市佛堂镇大士路 1 号	主要生产经营地址	浙江省义乌市佛堂镇大士路 1 号
控股股东	华鸿控股集团有限公司	实际控制人	龚品忠、龚新明
行业分类	C24 文教、工美、体育和娱乐用品制造业	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	东方证券承销保荐有限公司	主承销商	东方证券承销保荐有限公司
发行人律师	北京国枫律师事务所	其他承销机构	-
审计机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	上海东洲资产评估有限公司
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、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		-	
（三）本次发行其他有关机构			
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司	收款银行	中国工商银行上海市分行第二营业部
其他与本次发行有关的机构		-	

三、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	不超过 2,837 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 2,837 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
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	不超过 11,347.6383 万股		
每股发行价格	【】元/股		
发行市盈率	【】倍（每股收益按照经审计的【】年度扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元/股
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元/股
发行市净率	【】倍（按发行价格除以发行后每股净资产计算）		
预测净利润	不适用		
发行方式	采取网下向投资者配售与网上按市值申购方式向投资者定价发行相结合的方式，或者采用中国证监会、上海证券交易所认可的其他方式。		
发行对象	符合资格的询价对象和已开立上海证券交易所证券账户的境内自然人、法人等投资者（中华人民共和国法律、行政法规、其他规范性文件及本公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）或中国证监会规定的其他对象。		
承销方式	余额包销		
募集资金总额	【】元		
募集资金净额	【】元		
募集资金投资项目	（1）年产 1,626 万幅/年镜子类相框扩建项目		
	（2）年产 1,526 万幅/年装饰画扩建项目		
	（3）研发中心建设项目		
	（4）营销与服务网络建设项目		
发行费用概算	共计【】元，其中承销及保荐费【】元，审计及验资费【】元，律师费【】元，信息披露费用【】元，发行手续费【】元，印花税等【】元。		
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	不适用		
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	不适用		
拟公开发售股份股东名称、持股数量及拟公开发售股份数量、发行费用的分摊原则	不适用		
（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		

四、发行人主营业务经营情况

（一）发行人主要业务、主要产品及其用途

公司是一家致力于全球生活艺术化的家居饰品供应商，主要从事装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售。

公司主要产品包括装饰画、镜子及相框类家居饰品，主要用于家庭墙面、酒店办公类公共场所等各类室内场所的装饰，起到美化室内环境、营造环境氛围的作用，满足国内外消费者的室内环境装饰需求。公司产品是经过创意设计后生产的非标准化产品，融合了各种时尚潮流元素、展现多样文化属性，通过把传统艺术与现代创意设计工业制造能力相结合，为全球消费者提供大众化、生活化的创意家居装饰产品，美化人们的生活。公司产品以出口为主，主要市场为美国及欧洲等地，产品覆盖全球 60 多个国家和地区。

（二）发行人所需主要原材料及重要供应商

公司主要采取“以产定购”的采购模式。公司主要原材料为包装物、玻璃镜子、密度板、线条、聚苯乙烯、画布等。公司主要供应商情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、发行人主要产品原材料、能源供应情况”之“（二）报告期内主要供应商情况”。

（三）发行人主要生产模式、销售方式和渠道及重要客户

1、主要生产模式

公司的生产模式以自主生产为主，少量外协生产为补充。其中，涉及产品的核心工艺制作及生产工序均采用自主生产模式。针对国际市场，公司制定“以销定产”的生产策略。针对国内市场，公司实行“先产后销”与“以销定产”相结合的策略。

2、主要销售方式和渠道及重要客户

公司已形成“以外销为重点，以内销为补充，线上线下良好互动”的销售模式。针对外销市场，公司采用的销售模式主要分为三类：（1）以 ODM 模式销售；（2）以 OEM 模式销售；（3）以自有品牌模式销售。其中，ODM 模式是公司目前最主要的境外销售模式，辅以少量 OEM 模式，自主品牌模式在国

际市场还处于探索开发阶段。

针对内销市场，公司采用线上线下相辅相成的模式。线下销售中，公司采取直销模式；线上销售中，公司在天猫平台、微信小程序、抖音等第三方电商平台开设网店进行销售，直接面向消费者。

公司自主开展销售，建立并形成了自己的海外销售渠道体系。外销客户主要分为终端商和贸易商，以终端商为主。终端商主要是国际知名的家居饰品品牌商、大型零售连锁商超，如 Target、Ross Stores、Walmart、The Home Depot、Falabella、CDS 等均为公司主要客户。主要客户情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）报告期内主要客户情况”。

（四）行业竞争情况及发行人在行业中的竞争地位

1、发行人所在行业竞争情况

我国从事装饰画、镜子、相框类家居饰品生产的企业数量众多，但在技术水平、生产规模、品牌知名度等方面差别较大。行业内大部分企业技术实力有限，规模较小，规模效应难以凸显，面临较大竞争压力；部分生产企业经过多年积累在技术水平和市场规模上均具备了较为明显的优势，逐步确立了行业领先地位。领先企业将发挥自身的资源优势，进一步加大研发设计、销售渠道建设的投入，甚至并购行业内或产业链上下游的优势企业，推动行业的集中度进一步提升。

我国装饰画、镜子、相框类家居饰品制造企业分化明显，以华鸿股份、浙江王斌装饰材料有限公司、英科再生等为代表的行业领先企业，工艺水平高，自主研发能力强，产品种类丰富，品牌知名度高，具有规模优势和渠道优势，竞争优势明显。行业内大量中小型企业，生产规模较小、产品种类较为单一、缺乏自主研发能力，在竞争中处于劣势。

未来，随着产业转型升级的加快，装饰画、镜子、相框类家居饰品企业将会向高端化、品牌化、规模化转型，国内可能会诞生一批具有世界级品牌和核心竞争力的大型家居饰品企业。

2、发行人在行业中的竞争地位

公司的装饰画、镜子和相框类家居饰品种类丰富、产品质量稳定。经过多年发展，公司已经成为装饰画、镜子和相框类家居饰品行业内知名的领先企业，在国内外市场具有较强的市场竞争力和品牌知名度。

（1）业务规模方面

报告期内，公司营业收入分别为 77,733.79 万元、76,383.21 万元、102,244.22 万元和 65,138.72 万元，营收规模居于行业前列。

公司产品以出口为主，从公司出口产品占我国同类产品出口的比例来看：

2019 年至 2021 年，公司手绘油画（HS 代码 97011020）占我国手绘油画出口总额的比重分别为 4.78%、4.73%和 5.51%，公司印刷图画（HS 代码 49119100）占我国印刷图画出口总额的比重分别为 17.92%、17.62%和 21.57%。公司的手绘油画及印刷图画（包括喷绘油画、玻璃框画等）在我国同类产品出口金额中占据较高的比重，体现公司在国内装饰画行业领先的出口业务规模。

长期以来，我国是玻璃镜（含无框与镶框）产品的第一大出口国。2019 年至 2021 年，公司无框玻璃镜（HS 代码 70099100）占我国无框玻璃镜出口总额的比重分别为 0.61%、0.65%和 0.86%，镶框玻璃镜（HS 代码 70099200）占我国镶框玻璃镜出口总额的比重分别为 1.57%、1.59%和 1.74%。

综上，可以看出，公司业务规模优势较为显著。

（2）研发设计创新方面

突出的原创设计和研发创新能力是公司的核心竞争力。公司及子公司画之都均为高新技术企业，画之都还被认定为浙江省专利示范企业、浙江省科技型企业，装饰画设计中心被认定为第二批浙江省省级工业设计中心。截至报告期末，公司获得国家专利授权 91 项，其中发明专利 29 项，实用新型专利 50 项，外观设计专利 12 个。

公司坚持原创、自主设计，产品设计能力突出，以装饰画产品见长。2019 年至 2021 年，公司每年新增自主设计的装饰画分别为 11,370 款、9,093 款和

10,060 款；各年度自主设计的装饰画产品销售量分别为 4,079,587 件、7,940,237 件及 8,585,715 件。

截至本招股说明书签署之日，装饰画数据库内作品数量达 13 万幅，镜子数据库内作品数量超过 2 万款，相框数据库内作品数量超过 4 万款，作品数据库容量超过 120TB。报告期内，公司销售装饰画产品的图案内容自主版权占比超过 65%。

（3）营销渠道方面

公司持续多年深耕国际市场，在美国、英国、南美等地设立了专门子公司或销售代表处，建立和形成了自己的海外销售渠道体系，产品覆盖全球 60 多个国家和地区。公司与 Target、The Home Depot、TJX、Lowe's、Burlington、Walmart 等美国零售商及品牌商建立了长期战略协作关系。根据美国零售联合会发布的 2022 年度美国零售百强榜，公司与榜单 100 家公司中的 9 家公司建立了业务合作关系；全美前 10 名零售商中，公司覆盖其中 4 家。

除了上述美国零售商、品牌商外，公司还与英国知名家居品牌商 DUNELM、瑞典知名家居品牌商 Rusta AB、英国知名零售商 CDS、智利知名零售商 Falabella 等建立了业务合作。

（4）重要荣誉奖项

公司子公司画之都多次被商务部、中宣部、财政部、文化部、国家新闻出版广电总局联合授予“国家文化出口重点企业”（2021-2022 年度、2017-2018 年度、2011-2012 年度），多次被浙江省商务厅、浙江省委宣传部、浙江省文化厅、浙江省广播电影电视局联合授予“浙江省文化出口重点企业”（2021-2022 年度、2019-2020 年度、2017-2018 年度、2015-2016 年度、2013-2014 年度、2011-2012 年度），其“画之都”牌装饰画被浙江省质量技术监督局授予“浙江名牌产品”（2018 年度），被浙江省文化厅授予“浙江省文化产业示范基地”（2014 年）等。

五、发行人符合主板定位的说明

公司主要从事装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售。公司业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、且具有行业代表性，符

合主板定位，具体情况如下：

（一）发行人业务模式成熟

公司是一家致力于全球生活艺术化的家居饰品供应商，主要从事装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售。经过多年的生产经营管理经营积累，现已形成了成熟完整的业务模式，即“以产定购”的采购模式、“以销定产”的生产模式、“以外销为重点，以内销为补充，线上线下良好互动”的销售模式。

报告期内，公司业务模式未发生重大变动。

（二）发行人经营业绩稳定、规模较大

报告期各期，公司营业收入分别 77,733.79 万元、76,383.21 万元、102,244.22 万元和 65,138.72 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 15,526.63 万元、14,333.35 万元、17,739.99 万元和 11,250.77 万元。公司营业收入和利润维持在较高水平且经营业绩稳定，公司整体经营规模较大。

报告期各期，公司综合毛利率分别为 50.60%、47.11%、41.02% 和 40.87%。公司综合毛利率处于较高水平，具备较强的盈利能力。

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量分别为 17,210.39 万元、12,334.31 万元、20,173.63 万元和 16,062.85 万元。公司经营性现金流良好，盈利质量较高。

（三）发行人具有行业代表性

公司是我国装饰画、镜子、相框家居饰品的重点出口企业之一，尤其以装饰画的出口规模较为突出。根据中国海关数据显示，2019 年至 2021 年，公司手绘油画（HS 代码 97011020）占我国手绘油画出口总额的比重分别为 4.78%、4.73%和 5.51%，公司印刷图画（HS 代码 49119100）占我国印刷图画出口总额的比重分别为 17.92%、17.62%和 21.57%。

公司产品具有较强的文化创意属性，是我国实施文化产业繁荣发展战略、推进文化对外出口贸易的重点企业之一。自 2012 年以来公司子公司画之都连续

多次被商务部、中宣部、财政部、文化部和广电总局认定为“国家文化出口重点企业”，被浙江省商务厅、文化厅、外贸厅等部门认定为“浙江省文化出口重点企业”。经过多年发展，公司已成为装饰画、镜子、相框等家居饰品行业内具有显著代表性的企业。

六、发行人报告期主要财务数据和财务指标

最近三年及一期，公司经审计的主要财务数据和财务指标如下：

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
资产总额（万元）	72,036.82	69,032.80	56,619.41	35,616.67
归属于母公司所有者权益（万元）	55,326.64	45,151.88	28,433.35	18,416.24
资产负债率（母公司）（%）	14.42	25.29	44.45	50.91
资产负债率（合并）（%）	22.28	33.51	49.78	48.29
营业收入（万元）	65,138.72	102,244.22	76,383.21	77,733.79
净利润（万元）	12,080.84	19,019.09	19,269.13	15,155.18
归属于母公司所有者的净利润（万元）	12,030.14	18,881.22	19,269.13	15,155.18
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	11,250.77	17,739.99	14,333.35	15,526.63
基本每股收益（元）	1.41	2.22	2.41	1.89
稀释每股收益（元）	1.41	2.22	2.41	1.89
加权平均净资产收益率（%）	23.49	44.35	72.08	85.79
经营活动产生的现金流量净额（万元）	16,062.85	20,173.63	12,334.31	17,210.39
现金分红（万元）	2,000.00	8,000.00	15,000.00	13,500.00
研发投入占营业收入的比例（%）	5.47	4.78	4.52	4.44

注：上述财务指标计算公式如下：

（1）资产负债率=总负债 / 总资产

（2）基本每股收益= $P0 \div S$

$S=S0+S1+Si \times Mi \div M0-Sj \times Mj \div M0-Sk$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为报告期股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

报告期内，公司不存在稀释性的潜在普通股，稀释每股收益的计算过程与基本每股收益的计算过程相同。

(3) 加权平均净资产收益率= $P0/(E0+NP\div 2+ Ei\times Mi\div M0-Ej\times Mj\div M0\pm Ek\times Mk\div M0)$

其中：P0 对应归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

(4) 研发投入占营业收入的比例=研发费用 / 营业收入。

七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，公司经营模式、主要客户及供应商的构成、税收政策等重大事项未发生重大变化，公司生产经营的内外环境不存在发生或将要发生重大变化的情形，公司经营状况和经营业绩未受到重大不利影响。

八、发行人选择的具体上市标准

公司结合自身状况，选择适用《上海证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条第（一）项的上市标准，即“最近 3 年净利润均为正，且最近 3 年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6000 万元，最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或营业收入累计不低于 10 亿元。”

九、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在公司治理方面的特殊安排。

十、募集资金运用与未来发展规划

（一）募集资金运用情况

公司本次拟公开发行人民币普通股不超过 2,837 万股，本次发行募集资金扣除发行费用后用于投资的项目具体情况如下：

单位：万元

单位：万元

序号	项目名称		项目投资 总额	募集资金 投入金额
1	扩产项目	年产 1,626 万幅/年镜子类相框扩建项目	31,098.00	31,098.00
2		年产 1,526 万幅/年装饰画扩建项目	30,706.00	30,706.00
3	研发中心建设项目		8,770.00	8,770.00
4	营销与服务网络建设项目		15,636.00	15,636.00
合计			86,210.00	86,210.00

本次募集资金到位前，公司根据项目的实际进度，可以利用自有资金和银行借款进行先期投入。募集资金到位后，将置换先期投入资金及支付项目建设剩余款项。

若本次股票发行实际募集资金不能满足项目的资金需求，资金缺口由公司自筹解决。若本次实际募集资金超过项目资金需求，公司将根据相关规定履行相应决策程序后使用。

公司将严格按照有关法律、法规和公司《募集资金管理办法》（上市后适用）的规定管理、使用本次发行募集资金。

（二）发行人未来发展规划

公司未来发展规划参见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、公司未来发展规划”。

十一、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，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。

第三节 风险因素

一、与发行人相关的风险

（一）原材料价格波动的风险

报告期内，公司主要原材料为包装物、玻璃镜子、密度板、线条、聚苯乙烯、画布等，其中玻璃镜子、聚苯乙烯受供需影响导致价格波动较大，报告期内，两者合计占采购总额的比例分别为 25.40%、26.59%、26.55%和 22.36%，占比较高。报告期内，公司主营业务成本构成中直接材料占比较高，玻璃镜子、聚苯乙烯等价格波动会对公司毛利率产生一定影响。若未来玻璃镜子、聚苯乙烯等价格出现持续大幅上涨的情况，同时公司产品价格未能及时调整，将直接影响公司的生产成本和毛利率，对公司的盈利水平带来不利影响。

（二）新产品开发的风险

家居饰品行业具有时尚产业的特点，行业企业需要紧跟市场潮流，不断开发新品吸引消费者，以获得更多的市场份额。公司作为行业领先的装饰画、镜子及相框类家居饰品企业，高度重视新产品开发，在设计研发团队的培养、版权的积累与设计新稿的创作、新型材料的开发、生产工艺研发等方面均投入大量的人力物力。目前行业竞争仍不规范，部分竞争对手跟风模仿，一旦新产品开发计划或即将上市的新产品款式等商业秘密泄露，可能对公司新产品上市造成较大影响。另一方面，由于家居饰品产品市场需求变化较快，能否准确把握引领市场的潮流和消费者偏好的变化存在不确定性。公司研发的新产品可能偏离消费需求，使得相应新产品市场推广困难或销售不畅，从而影响公司效益。

（三）流动性风险

公司流动资产中存货和应收账款金额较大。报告期各期，存货和应收账款总金额占流动资产的比例分别为 53.49%、57.96%、49.52%和 29.84%。如果公司在生产经营过程中遇到存货周转率、应收账款周转率降低等影响流动资产变现能力的情况，公司的短期偿债能力会受到影响，公司存在一定的流动性风险。

（四）存货积压及减值风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,541.31 万元、9,309.94 万元、10,313.26 万元和 6,388.55 万元。2020 年下半年以来，全球海运市场运力紧张，集装箱货柜资源短缺，2020 年中旬至 2021 年底，海运价格持续上涨，导致公司不能及时发货或客户延迟提货，2022 年以来，海运价格从高位波动下降。如果未来海运紧张情况不能持续疏解或海运紧张情况再度出现，一方面可能导致公司出现存货积压，存货余额保持在较高水平；另一方面，如出现客户违约等情形，将导致相关库存商品不能正常实现出售，存货跌价风险提高，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

（五）应收账款发生坏账损失的风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 7,685.35 万元、14,637.00 万元、12,731.85 万元和 8,232.33 万元，占流动资产的比例分别为 31.08%、35.43%、27.36%和 16.80%，占比较高。虽然公司主要客户均为国际知名家居装饰终端商和连锁企业，商业信用程度高，支付能力较强，且公司对于主要外销客户的应收账款已在中信保投保，但若公司主要客户受到行业市场环境变化及国家宏观政策等因素的影响，财务状况出现恶化，或者经营情况、商业信用发生重大不利变化，公司应收账款产生坏账的可能性将增加，从而对公司的经营造成不利影响。

（六）金融衍生工具交易风险

为应对汇率波动风险，公司根据销售收汇情况，开展远期结汇、外汇期权和货币互换业务，以平滑汇率波动、减少汇率风险。报告期内，公司从事上述金融衍生工具交易形成公允价值变动损益和投资收益，合计对利润总额的影响金额分别为-1,369.96 万元、2,877.67 万元、420.00 万元和-216.95 万元，占同期税前利润总额的比例分别为-7.53%、12.87%、1.93%和-1.48%。虽然公司内部控制制度已对金融衍生工具交易的规模和程序做出明确规定，但若公司未能严格执行相关的内控制度，将可能造成一定的公允价值变动损失和投资损失，对公司净利润产生不利影响。

（七）税收优惠、出口退税政策变化的风险

公司于 2020 年 12 月通过高新技术企业认定，2020 至 2022 年度执行 15% 的企业所得税税率。公司子公司画之都于 2019 年 12 月及 2022 年 12 月通过高新技术企业认定，2019 至 2024 年度执行 15% 的企业所得税税率。《高新技术企业证书》到期后，公司及子公司能否继续获得国家高新技术企业认定，取决于是否仍然满足《高新技术企业认定管理办法》规定的有关条件。如果未来不能持续取得高新技术企业资格或国家税收优惠政策发生变化，将会对公司未来税后经营业绩产生影响。

公司出口产品享受增值税出口退税政策。报告期内，公司主要出口产品享受 16%（2019 年 1 月 1 日-2019 年 3 月 31 日）和 13%（2019 年 4 月 1 日之后）的增值税出口退税。如果未来国家调整出口退税政策，可能对公司出口产品的竞争力产生不利影响。

此外，公司享有研发费用加计扣除企业所得税税收优惠，子公司林君文化、图库科技、与龙共舞、桑妮家居和香香儿享有小型微利企业所得税税收优惠政策。如果未来国家税收优惠政策发生变化，将会对公司未来税后经营业绩产生影响。

（八）毛利率下降风险

最近三年及一期，剔除《企业会计准则第 14 号——收入》对运杂费影响后，公司主营业务毛利率分别为 51.42%、52.86%、47.99%和 48.20%，整体毛利率水平较高。若未来家居饰品行业需求、市场环境、生产成本等发生不利变化，公司未能推出符合市场需求的具有高附加值的新产品或调整产品结构，公司的毛利率水平将存在下降的风险，进而影响公司的整体业绩水平。

（九）实际控制人不当控制的风险

公司的实际控制人为龚品忠、龚新明，王爱香、王荷仙为一致行动人。本次发行前，龚品忠、龚新明二人通过华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙合计控制 89.80% 的股权。虽然公司已经建立了与股份公司相适应的法人治理结构，并建立健全了《关联交易管理制度》等各项规章制度，但如果相关制度执行不力，可能存在公司的控股股东和实际控制人凭借自己的控股和控制地位，

通过行使表决权等方式干预公司经营管理，做出损害投资者利益的决策和行为的，公司面临实际控制人控制权集中的风险。

（十）业务规模扩大引致的管理风险

公司自设立以来经营规模逐步扩大，资产规模、员工数量等均有一定增长。如果本次成功发行，随着募集资金投资项目的实施，公司将面临进一步完善内控制度和管理体系、提高生产管理能力、控制成本费用等一系列挑战。同时，本次募集资金投资项目投入建设后，公司的生产规模将进一步扩大，组织结构和管理体系需要进一步优化，公司的经营管理制度、内部控制制度、人员管理制度将面临更高要求。

如果公司不能根据情况适时建立完善的经营管理体系，充实相关高素质管理人才，将难以适应公司未来业务的发展和市场环境的变化，对公司的生产经营和长远发展带来不利影响。

（十一）境外经营的风险

报告期内，公司在美国、印尼等境外地区设有经营主体，境外经营主体所在国家及地区的经营环境与境内经营环境存在一定的差异，公司对其管理受地缘政治、所在国政策及国际化人才培养、管理能力等因素影响较大，在监管、汇率波动、当地政治与法律等方面均面临风险，若公司无法适应多个国家和地区的经营环境，不能建立起有效的境外经营管控体系，将对公司的生产经营产生不利影响。

（十二）社会保险、住房公积金补缴风险

报告期内，公司及子公司员工社会保险和住房公积金存在未全部缴纳的情形。报告期内，公司及子公司员工社会保险的缴纳比例分别为 60.68%、80.98%、99.72%和 99.76%，住房公积金的缴纳比例分别为 13.07%、54.32%、73.33%和 79.57%。尽管公司已采取措施，加强员工社会保险和住房公积金缴纳管理，规范社保和公积金缴纳，但未来仍存在被有关主管部门要求补充缴纳社会保险、住房公积金的风险。

（十三）劳务用工风险

报告期内，由于发行人业务旺季订单量大，公司及子公司存在以劳务派遣方式满足部分临时性、辅助性或替代性岗位用工需求的情形。若公司在未来的生产经营过程中无法有效控制劳务派遣用工的规范性，存在被主管机关处罚的风险，对公司未来业务的进一步扩展带来不利影响。

（十四）知识产权保护风险

公司拥有大量装饰画产品的美术作品著作权。截至报告期末，公司及子公司拥有美术作品著作权合计 16,395 项。市场上，装饰画产品存在知识产权被盗用或被不当使用的情形，公司通过申请著作权等方式对自主知识产权进行了保护，但无法排除自身知识产权被盗用或被不当使用的风险。若出现知识产权被他人侵权的情况，将不利于公司正常业务经营。

公司一贯坚持独立自主研发设计，避免侵犯第三方知识产权，但仍无法完全排除由于公司员工对知识产权的理解出现偏差等因素而导致的侵犯第三方知识产权的情形，以及竞争对手或其他利益相关方采取恶意诉讼等不当手段阻碍公司业务正常发展的风险。

（十五）瑕疵土地房产导致的搬迁风险

截至本招股说明书签署之日，公司子公司林君文化租赁的厂房未办理房屋产权证，如果该等物业因未办理房屋权属证书被政府部门依法责令拆除，导致林君文化无法租赁该等物业，林君文化寻找面积、价格、区位等均合适的替代物业及搬迁需要一定的时间及费用，将对公司经营业绩造成短期不利影响。

（十六）募集资金投资项目产能消化的风险

募投项目实施后，公司的产能将得到大幅提升，尽管公司对本次募集资金投资项目进行了审慎的可行性论证，但在实施过程中市场环境等因素可能出现变化。若下游市场环境出现不利变化或是市场开拓不力，公司新增产能的消化将面临一定的市场风险。

（十七）募投项目未能达到预期效果的风险

公司根据行业发展趋势、行业市场情况以及目前公司相关产品的价格、成

本、费用情况，对募集资金投资项目进行了合理测算。但是公司对募集资金投资项目的经济效益为预测性信息，经济效益是否能够如期实现具有一定不确定性。如果行业政策、经济环境、市场竞争状况等因素发生不利变化，公司存在无法实现募集资金项目预期经济效益的风险。

（十八）规模快速扩大的管理风险

随着募投项目的实施，公司营业收入规模、资产规模和员工数量将迅速扩大，公司将面临人才储备、技术创新、市场开拓、内部管理、资本运作等方面的考验。如果公司的组织结构、管理机制和管理人员未能及时应对公司内外部环境变化，则可能会对公司生产经营绩效产生不利影响。

二、与行业相关的风险

（一）宏观经济和市场需求变动导致业绩波动的风险

公司主要产品为装饰画、镜子、相框类家居饰品，属于时尚消费类产品，与社会经济发展水平、居民收入水平、家居装饰市场需求等因素具有较强的相关性。公司产品主要销往欧美等全球多个国家和地区，受全球宏观经济发展情况、当地居民收入和消费水平等因素的影响较大。2020 年以来，由于新冠疫情、地缘政治冲突等各种因素给美国、欧洲等主要经济体的经济发展趋势带来不确定性。

2022 年上半年以来，俄乌冲突引发了能源供应危机，能源价格高涨并推高了通货膨胀，推高了食品和大宗商品价格，给欧洲经济带来较大冲击，并在全球范围内加剧通胀压力。美国经济同样受困于通胀，根据美国劳工部公布的数据显示，2022 年 6 月美国消费者价格指数（CPI）同比上涨 9.1%，达到其 40 年来最高水平。

美欧等经济体高企的通胀水平及短期经济前景的不确定性可能使得消费者减少对公司家居饰品产品的消费，进而导致公司客户采购意愿下降，并最终导致公司销售收入减少，公司可能出现经营业绩波动甚至下滑的风险。

（二）国际贸易形势变动的风险

公司产品以外销为主，受国际贸易形势和国家间相对成本优势的影响较

大。最近三年及一期，公司外销收入分别为 74,663.03 万元、74,272.59 万元、99,357.81 万元和 61,790.06 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 96.54%、97.76%、97.76%和 95.58%。其中，对欧美市场实现的收入分别为 66,525.45 万元、66,603.01 万元、85,575.39 万元和 54,856.63 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 86.02%、87.67%、84.20%和 84.86%。

近年来，中美贸易摩擦导致国际贸易形势动荡，全球范围贸易保护主义再度抬头。在此背景下，若公司主要客户所在国家对中国公司采取针对性关税惩罚、非关税壁垒等措施，客户可能因此减少采购或转向其他国家供应商，对公司的海外销售带来不利影响。

（三）行业竞争及境外厂商替代风险

随着家居饰品行业的不断发展，在海外市场，国外家居饰品企业在不断强化其在国外市场的竞争优势地位；在国内市场，随着我国经济稳步增长，人民生活水平不断提高，未来可能有更多的企业进入家居饰品行业，使公司在国内外面临较为激烈的市场竞争。如果公司不能利用自身优势积极开拓国内外市场，准确把握市场需求开发出适销对路的新产品，持续进行产品优化、技术创新，则公司可能因行业竞争加剧出现盈利能力下滑的风险。

公司在境外市场的竞争对手包括具有自主设计能力的贸易商、进口商以及东南亚等新兴市场的家具、家居产品生产商等。具有自主设计能力的贸易商、进口商具有较强的设计能力和对终端客户的覆盖能力，同时可以全球采购，实现较低的生产成本，在面对终端商客户时，与公司构成直接竞争。东南亚等新兴市场的家具、家居产品生产商具有原材料、劳动力优势，其凭借成本优势可能获取国外大型终端商或贸易商、进口商的订单。因此，如公司不能持续强化竞争优势，提升创意设计能力、保持生产制造优势，则公司可能出现在竞争中被境外厂商替代，从而导致经营业绩下滑的风险。

（四）汇率波动风险

报告期内，公司外销收入占主营业务收入的比例超过 95%。预计未来几年海外市场仍将是公司主要的销售区域。公司向海外客户的销售主要以美元结算，人民币对美元的汇率波动将对公司经营业绩产生影响。报告期内，公司的

汇兑损益分别为-248.29 万元、1,594.48 万元、680.79 万元和-3,106.21 万元。公司通过远期外汇合同等措施对冲汇率波动的影响，但未来如果境内外经济环境、政治形势、货币政策等因素发生变化，使得人民币兑美元等外币汇率大幅波动，可能导致公司汇兑损益发生波动，对公司经营业绩带来不利影响。

（五）新冠疫情引致的风险

2020 年初，全球爆发了新型冠状病毒肺炎疫情，为防控疫情扩散，世界各国均采取了严格的防疫管控措施。新冠肺炎疫情暂未对公司生产经营活动造成重大不利影响。目前新冠疫情仍在全球范围内蔓延，给各国经济发展形成了一定的阻力。若未来国内疫情出现大规模反复、或海外疫情长期无法得到有效控制，可能会导致出现以下风险：（1）因新冠疫情导致无法开展生产；（2）上游原材料供应出现困难；（3）海外市场需求下降；（4）产品及原材料物流运输出现延迟或中断等，从而导致公司经营业绩受到不利影响。

（六）海运运力紧张、价格上涨的风险

全球海运运力在受到 2020 年新冠疫情冲击后，运力增长有限，加之疫情防控等因素导致港口运转效率变低，出现了海运集装箱货柜紧缺。2020 年下半年，随着我国疫情得到控制和快速复工复产，海运需求提升与供给不足导致全球海运费高涨的情况。2022 年上半年以来，海运市场集装箱货柜紧缺情况得到缓解，但海运费仍处于 2019 年初以来的较高水平。

公司主要以 FOB 模式进行外销。FOB 模式下公司虽不承担海运成本，但因集装箱货柜紧缺以及运费上涨，客户可能放缓发货速度，从而导致公司出现存货积压的情形。长期看，若全球海运成本继续维持高位，则可能导致客户要求与公司分担运费上涨成本，或减少采购，从而影响公司的盈利水平。

三、其他风险

（一）发行失败风险

公司本次首次公开发行股票如顺利通过中国证监会注册，公司将启动后续的股票发行工作。发行价格和发行结果将受到证券市场整体情况、投资者对发行人的价值判断等多种内外部因素影响，存在发行失败的风险。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	华鸿画家居股份有限公司
英文名称	Huahong Art Home Shares Co., Ltd.
注册资本	人民币8,510.6383万元
法定代表人	龚品忠
有限公司成立日期	2017年10月19日
股份公司成立日期	2019年12月18日
住所	浙江省义乌市佛堂镇大士路1号
邮政编码	322002
联系电话	0579-89903799
传真号码	0579-89903799
互联网网址	www.huahongarthome.com
电子信箱	IR@chinaframe.com
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
信息披露和投资者关系负责人	周水富
信息披露和投资者关系负责人电话	0579-89903799

二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况

（一）发行人设立情况

1、有限公司的设立情况

公司前身为华鸿有限，华鸿有限由华鸿控股设立，设立时注册资本为 500 万元。

2017 年 10 月 16 日，华鸿控股作为发起人签署《义乌华鸿文化创意有限公司章程》，以货币出资 500 万元设立华鸿有限。

2017 年 10 月 19 日，华鸿有限取得义乌市市场监督管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码 91330782MA29PMNU70）。

华鸿有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	华鸿控股	500.00	100.00	货币
合计		500.00	100.00	-

2017 年 10 月 27 日，立信会计师出具了《验资报告》（信会师报字【2017】第 ZF50051 号），验证截至 2017 年 10 月 26 日，华鸿有限已收到华鸿控股实缴的注册资本 500 万元。

2、股份公司的设立情况

公司系由华鸿有限整体变更设立的股份公司。

2019 年 12 月 3 日，华鸿有限股东会作出决议，确认立信会计师出具的《审计报告》（信会师报字【2019】第 ZF10789 号）、东洲评估师出具的《资产评估报告》（东洲评报字【2019】第 1264 号），并同意以截至 2019 年 9 月 30 日经审计的净资产 9,911.62 万元为基准，折为股本 8,000 万股，余额 1,911.62 万元计入资本公积，整体变更设立为股份公司。

2019 年 12 月 17 日，立信会计师出具《验资报告》（信会师报字【2019】第 ZF10811 号），验证公司设立时股本为 8,000 万元。

2019 年 12 月 18 日，华鸿股份召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了股份公司设立的相关议案。

2019 年 12 月 18 日，公司就本次整体变更事项完成工商登记，取得了金华市市场监督管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码 91330782MA29PMNU70）。

股份公司设立时，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	华鸿控股	6,400.00	80.00
2	易富投资	800.00	10.00
3	王爱香	400.00	5.00
4	王荷仙	400.00	5.00
合计		8,000.00	100.00

（二）报告期内的股本和股东变化情况

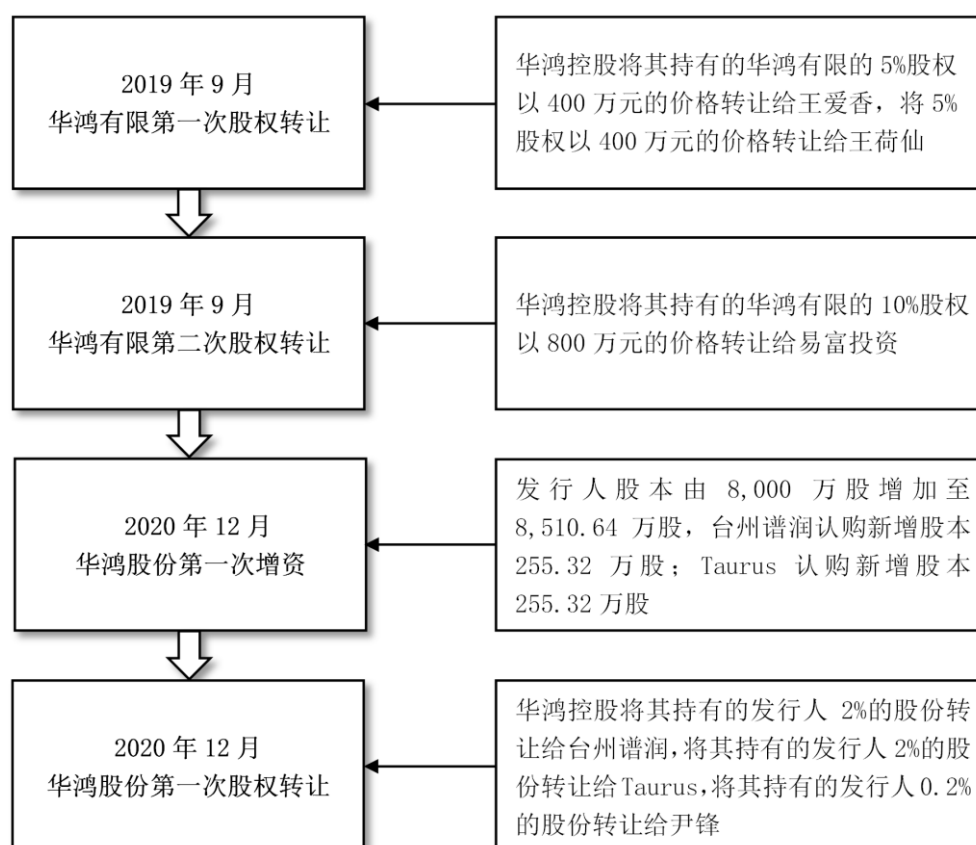
1、报告期初，华鸿有限的股本情况

报告期初，华鸿有限的注册资本为 8,000 万元，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式	
1	华鸿控股	8,000.00	100.00	货币	3,000 万元
				实物	5,000 万元
合计		8,000.00	100.00	-	

2、报告期内发行人股本和股东变化情况

报告期内，公司股本和股东变化情况具体情况如下图所示：



（1）2019年9月，华鸿有限第一次股权转让

2019年8月31日，华鸿有限的股东华鸿控股作出决定，同意华鸿控股将其持有的5%华鸿有限股权（对应出资额400万元）以400万元的价格转让给王爱香，将其持有的5%华鸿有限股权（对应出资额400万元）以400万元的价格转让给王荷仙，并相应修订公司章程。同日，华鸿控股分别与王爱香、王荷仙就

上述股权转让事宜签署了《股权转让协议》。

2019年9月25日，华鸿有限就本次股权转让事宜在义乌市市场监督管理局办理了工商变更登记。2019年10月14日，王爱香、王荷仙分别向华鸿控股支付了股权转让款400万元。

本次股权转让完成后，华鸿有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式	
1	华鸿控股	7,200.00	90.00	货币	2,200 万元
				实物	5,000 万元
2	王爱香	400.00	5.00	货币	
3	王荷仙	400.00	5.00	货币	
合计		8,000.00	100.00	-	

（2）2019年9月，华鸿有限第二次股权转让

2019年9月29日，华鸿有限召开股东会并作出决议，同意华鸿控股将其持有的10%华鸿有限股权（对应出资额800万元）以800万元的价格转给易富投资，华鸿有限其他股东一致同意放弃本次转让股权的优先购买权，并相应修订公司章程。同日，华鸿控股与易富投资就上述股权转让事宜签订了《股权转让协议》。

2019年9月30日，华鸿有限就本次股权转让事宜在义乌市市场监督管理局办理了工商变更登记。2019年11月19日，易富投资向华鸿控股支付了股权转让款800万元。

本次股权转让完成后，华鸿有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式	
1	华鸿控股	6,400.00	80.00	货币	1,400 万元
				实物	5,000 万元
2	易富投资	800.00	10.00	货币	
3	王爱香	400.00	5.00	货币	
4	王荷仙	400.00	5.00	货币	
合计		8,000.00	100.00	-	

（3）2020 年 12 月，华鸿股份第一次增资

2020 年 11 月 26 日，华鸿股份召开股东大会并作出决议，同意公司股本由 8,000.0000 万股增加至 8,510.6383 万股，台州谱润、Taurus 以 23.03 元/股的价格认缴公司新增 510.6383 万股，其中：台州谱润出资 5,880 万元认缴 255.3192 万股，Taurus 出资 5,880 万元认缴 255.3191 万股，增资价款超出股本的部分计入资本公积，并相应修订公司章程。同日，华鸿控股与台州谱润、Taurus、尹锋就公司本次增资事宜签订了《增资及股权转让协议》。

本次增资的具体情况如下：

增资方	新增注册资本 (万股)	增资金额 (万元)	增资价格 (元/股)	增资方式
台州谱润	255.3192	5,880	23.03	货币
Taurus	255.3191	5,880	23.03	货币

根据公司章程规定，Taurus 应于 2020 年 12 月 25 日完成实缴出资 5,880 万元，Taurus 实际于 2021 年 1 月 6 日完成实缴出资 5,880 万元。公司全体股东已出具《关于台州谱润股权投资合伙企业（有限合伙）、Taurus 2020 (HK) Limited、尹锋持有华鸿画家居股份有限公司股份相关事项确认书》，对 Taurus 已足额缴纳出资情况予以认可，并确认股东之间不存在任何与此相关的违约纠纷、权益纠纷或争议。

2021 年 1 月 13 日，立信会计师出具“信会师报字【2021】第 ZF10016 号”《验资报告》，经审验，截至 2021 年 1 月 6 日，公司已收到台州谱润以货币方式缴纳的增资款 5,880 万元，Taurus 以货币方式缴纳的增资款 5,880 万元。

2020 年 12 月 22 日，公司就增资及股权转让事宜在金华市市场监督管理局办理了变更登记手续。

本次增资完成后，华鸿股份的股权结构如下：

序号	股东名称或姓名	出资形式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	华鸿控股	净资产	6,400.00	75.20
2	易富投资	净资产	800.00	9.40
3	王爱香	净资产	400.00	4.70
4	王荷仙	净资产	400.00	4.70

序号	股东名称或姓名	出资形式	出资额（万元）	出资比例（%）
5	台州谱润	货币	255.32	3.00
6	Taurus	货币	255.32	3.00
合计			8,510.64	100.00

（4）2020 年 12 月，华鸿股份第一次股权转让

2020 年 12 月 19 日，华鸿股份召开股东大会并作出决议，同意华鸿控股将其持有的公司 2%的股份（对应出资额为 170.2128 万元）以 3,920 万元的价格转让给台州谱润，华鸿控股将其持有的公司 2%的股份（对应出资额为 170.2128 万元）以 3,920 万元的价格转让给 Taurus，华鸿控股将其持有的公司 0.2%的股份（对应出资额为 17.0213 万元）以 392 万元的价格转让给尹锋，并相应修订公司章程。

2020 年 11 月 26 日，华鸿控股与台州谱润、Taurus、尹锋就上述股权转让事宜签订了《增资及股权转让协议》。本次股权转让的具体情况如下：

转让方名称	受让方名称	转让出资额（万元）	转让金额（万元）	转让价格（元/股）
华鸿控股	台州谱润	170.2128	3,920	23.03
华鸿控股	Taurus	170.2128	3,920	23.03
华鸿控股	尹锋	17.0213	392	23.03

2020 年 12 月 22 日，公司就股权转让事宜在金华市市场监督管理局办理了变更登记手续。2020 年 12 月 23 日，台州谱润向华鸿控股支付了股权转让款 3,920 万元，尹锋向华鸿控股支付了股权转让款 392 万元；2021 年 1 月 5 日，Taurus 向华鸿控股支付了股权转让款 3,920 万元。

本次股权转让完成后，公司的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	股份数量（万股）	持股比例（%）
1	华鸿控股	6,042.5531	71.00
2	易富投资	800.0000	9.40
3	王爱香	400.0000	4.70
4	王荷仙	400.0000	4.70
5	台州谱润	425.5320	5.00
6	Taurus	425.5319	5.00

序号	股东名称	股份数量（万股）	持股比例（%）
7	尹锋	17.0213	0.20
合计		8,510.6383	100.00

本次股权变更至今，公司股本和股东未发生变化。

（三）发行人设立以来设立时、历次增资和股权转让的背景和原因、所履行的法律程序、价格及确定依据、对应发行人整体估值 PE 倍数，时间接近的增资和股权转让价格是否存在较大差异

结合历史财务数据、业务开展情况以及股东的基本情况，华鸿有限设立以来设立时、历次增资和股权转让的背景和原因、所履行的法律程序、价格及确定依据、对应发行人整体估值 PE 倍数等情况如下：

序号	股权变动情况	具体内容	背景和原因	华鸿有限或发行人所履行的法律程序	价格及确定依据	PE 倍数	历史财务数据、业务开展情况、股东基本情况
1	2017 年 10 月，华鸿有限设立	注册资本 500 万元，由华鸿控股认缴	新设华鸿有限作为资产和业务整合的主体	(1) 2017 年 10 月 16 日，华鸿控股作出股东决定出资设立华鸿有限； (2) 2017 年 10 月 19 日，华鸿有限取得新《营业执照》； (3) 2017 年 10 月 27 日，立信会计师完成验资。	1.00 元/出资额 -	-	华鸿控股将其原从事的镜子、相框、装饰画的生产、销售业务，通过设立华鸿有限拟将该部分业务注入华鸿有限
2	2017 年 11 月，华鸿有限第一次增资	注册资本由 500 万元增加到 3,000 万元，新增 2,500 万元注册资本由华鸿控股认缴	扩大华鸿有限资本和经营规模	(1) 2017 年 11 月 30 日，华鸿控股作出股东决定对华鸿有限进行增资 2,500 万元； (2) 2017 年 11 月 30 日，华鸿有限取得新《营业执照》； (3) 2017 年 12 月 30 日，立信会计师完成验资。	1.00 元/出资额 参考原始出资价格定价	-	业务开展情况：拟与华鸿控股进行业务整合，尚未开展实际经营 股东基本情况：华鸿控股
3	2018 年 6 月，华鸿有限第二次增资	注册资本由 3,000 万元增加到 8,000 万元，新增 5,000 万元注册资本，由华鸿控股以不动产进行出资	华鸿控股将土地、房屋等资产注入	(1) 2017 年 11 月 30 日，华鸿控股作出股东决定以不动产对华鸿有限进行增资 5,000 万元； (2) 2018 年 6 月 19 日，华鸿控股完成本次用于对华鸿有限增资的土地及房屋产权变更登记手续； (3) 2018 年 6 月 20 日，银信资产评估有限公司完成评估，以 2017 年 11 月 30 日为评估基准日，用于增资不动产的账面价值为 5,018.46 万元，评估价值为 13,127.28 万元； (4) 2018 年 6 月 21 日，华鸿控股	1.05 元/出资额 参照用以增资的土地使用权及地上房屋截至 2017 年 11 月 30 日账面值定价	-	财务数据：总资产：36,260.65 万元；净资产：2,794.17 万元；净利润：-508.52 万元（未经审计） 业务开展情况：主营业务为装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售 股东基本情况：华鸿控股

序号	股权变动情况	具体内容	背景和原因	华鸿有限或发行人所履行的法律程序	价格及确定依据	PE 倍数	历史财务数据、业务开展情况、股东基本情况
				作出股东决定，确认华鸿控股用于出资的不动产账面净值 5,018.46 万元（含税金额为 5,269.38 万元），其中 5,000 万元计入华鸿有限注册资本，溢价部分及相关资产增值税进项税金额计入资本公积； （5）2018 年 6 月 22 日，华鸿有限取得新《营业执照》； （6）2018 年 7 月 5 日，立信会计师完成验资。			
4	2019 年 9 月，华鸿有限第一次股权转让	华鸿控股将其持有的华鸿有限的 5% 股权以 400 万元的价格转让给王爱香，将 5% 股权以 400 万元的价格转让给王荷仙	实际控制人家庭内部股权调整	（1）2019 年 8 月 31 日，华鸿控股作出股东决定，同意本次股权转让； （2）2019 年 8 月 31 日，股权转让各方签订了《股权转让协议》； （3）2019 年 9 月 25 日，华鸿有限取得新《营业执照》； （4）2019 年 10 月 14 日，王爱香、王荷仙分别向华鸿控股支付股权转让款 400 万元。	1.00 元/出资额 按原始出资价格转让	-	财务数据：总资产：41,770.79 万元；净资产：16,464.55 万元；净利润：15,406.11 万元 业务开展情况：主营业务为装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售 股东基本情况：华鸿控股、王爱香（新增股东）、王荷仙（新增股东）
5	2019 年 9 月，华鸿有限第二次股权转让	华鸿控股将其持有的华鸿有限的 10% 股权以 800 万元的价格转让给易富投资	实际控制人控制企业之间股权调整	（1）2019 年 9 月 29 日，华鸿有限召开股东会决议，同意本次股权转让； （2）2019 年 9 月 29 日，股权转让各方签订《股权转让协议》； （3）2019 年 9 月 30 日，华鸿有限取得新《营业执照》；	1.00 元/出资额 按原始出资价格转让	-	财务数据：总资产：41,770.79 万元；净资产：16,464.55 万元；净利润：15,406.11 万元 业务开展情况：主营业务为装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售

序号	股权变动情况	具体内容	背景和原因	华鸿有限或发行人所履行的法律程序	价格及确定依据	PE 倍数	历史财务数据、业务开展情况、股东基本情况
				(4) 2019 年 11 月 19 日，易富投资向华鸿控股支付股权转让款 800 万元。			股东基本情况：华鸿控股、王爱香、王荷仙、易富投资（新增股东）
6	2020 年 12 月，发行人第一次增资、第一次股权转让	发行人股本由 8,000 万股增加至 8,510.64 万股，台州谱润认购新增股本 255.32 万股；Taurus 认购新增股本 255.32 万股。华鸿控股将其持有的发行人 2% 的股份（对应股本为 170.21 万股）转让给台州谱润，将其持有的发行人 2% 的股份（对应股本为 170.21 万股）转让给 Taurus，将其持有的发行人 0.2% 的股份（对应股本为 17.02 万股）转让给尹锋	引入外部投资机构	(1) 2020 年 11 月 26 日，发行人召开股东大会同意本次增资； (2) 2020 年 11 月 26 日，增资方与发行人、发行人原股东签订《关于华鸿画家居股份有限公司之增资及股份转让协议》； (3) 2020 年 12 月 19 日，发行人召开股东大会同意本次股份转让； (4) 2020 年 12 月 22 日，发行人取得新《营业执照》； (5) 2020 年 12 月 23 日，台州谱润向华鸿控股支付了股权转让款 3,920 万元，尹锋向华鸿控股支付了股权转让款 392 万元；2021 年 1 月 5 日，Taurus 向华鸿控股支付了股权转让款 3,920 万元； (6) 2021 年 1 月 13 日，立信会计师对本次增资完成验资。	23.03 元/股 参照发行人所处行业、成长性、营业收入和利润等协商确定	12.9	财务数据：总资产：35,616.67 万元；净资产：18,416.24 万元；净利润：15,155.18 万元 业务开展情况：主营业务为装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售 股东基本情况：华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、台州谱润（新增外部股东）、Taurus（新增外部股东）、尹锋（新增外部股东）

注：（1）上表中的历史财务数据、业务开展情况，系华鸿有限或发行人历次增资和股权转让前一会计年度的财务数据；（2）上表中的 PE 倍数，系参考投资者入股发行人当年前一年度每股收益计算。

自有限公司设立以来的历次增资或股权转让中，除公司于 2020 年 12 月通过增资和股权转让方式引进投资人台州谱润、Taurus、尹锋外，其他历次增资或股权转让相关方分别为华鸿控股、易富投资及公司实际控制人的配偶，相关增资或股权转让主要考虑股东身份、华鸿有限的净资产等情况确认，价格不存在较大差异。公司于 2020 年 12 月通过增资和股权转让方式引进投资人台州谱润、Taurus、尹锋，由于台州谱润、Taurus、尹锋作为专业投资人，看好公司发展前景，是基于产业投资策略的市场行为，而且台州谱润、Taurus、尹锋投资公司相较于前次股权变动已相隔一年以上，投资价格与华鸿有限其他增资和股权转让的价格存在差异，具有合理性。

（四）设立时、历次增资及股权转让价款支付情况，股东资金来源及其合法性，是否存在出资瑕疵，是否存在委托持股或信托持股情形，是否存在纠纷或潜在纠纷

华鸿有限设立时、历次增资及股权转让价款支付情况、股东资金来源等情况如下：

序号	股权变动情况	价款支付情况	资金来源及合法性	是否存在出资瑕疵	是否存在委托持股或信托持股	是否存在纠纷或潜在纠纷
1	2017 年 10 月，华鸿有限设立	经立信会计师审验，截至 2017 年 10 月 26 日，华鸿有限已收到华鸿控股以货币方式缴纳的出资款 500 万元	注册资本为华鸿控股自有资金，资金来源合法合规	否	否	否
2	2017 年 11 月，华鸿有限第一次增资	经立信会计师审验，截至 2017 年 11 月 30 日，已收到华鸿控股以货币方式缴纳的增资款 2,500 万元	增资款为华鸿控股自有资金，资金来源合法合规	否	否	否
3	2018 年 6 月，华鸿有限第二次增资	经银信资产评估有限公司评估，用于增资的不动产以 2017 年 11 月 30 日为评估基准日的账面价值为 5,018.46 万元，评估价值为 13,127.28 万元，并经立信会计师审验，2018 年 6 月 19 日华鸿控股就出资	自有不动产权作价出资，不动产权合法合规	否	否	否

序号	股权变动情况	价款支付情况	资金来源及合法性	是否存在出资瑕疵	是否存在委托持股或信托持股	是否存在纠纷或潜在纠纷
		所涉及的土地使用权及房屋所有权完成过户手续				
4	2019年9月，华鸿有限第一次股权转让	2019年10月14日，王爱香、王荷仙分别向华鸿控股支付了股权转让款400万元	股权转让款均为自有资金，资金来源合法合规	否	否	否
5	2019年9月，华鸿有限第二次股权转让	2019年11月19日，易富投资向华鸿控股支付了股权转让款800万元	股权转让款均为自有资金，资金来源合法合规	否	否	否
6	2020年12月，发行人第一次增资、第一次股权转让	（1）经立信会计师事务所审验，2020年12月8日，发行人已收到台州谱润以货币方式缴纳的增资款5,880万元；2021年1月6日，已收到Taurus以货币方式缴纳的增资款5,880万元； （2）2020年12月23日，台州谱润向华鸿控股支付股权转让款3,920万元，尹锋向华鸿控股支付股权转让款392万元；2021年1月5日，Taurus向华鸿控股支付股权转让款3,920万元。	增资款或股权转让款均为自有资金，资金来源合法合规	是	否	否

2020年11月26日，台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙签订了《关于华鸿画家居股份有限公司之增资及股份转让协议》（以下简称“《增资及股份转让协议》”），其中约定Taurus以5,880万元认购发行人新增股本255.32万股。根据发行人章程规定，Taurus应于2020年12月25日完成实缴出资5,880万元，Taurus实际于2021年1月6日完成实缴出资5,880万元。发行人全体股东已出具《关于台州谱润股权投资合伙企业（有限合伙）、Taurus 2020 (HK) Limited、尹锋持有华鸿画家居股份有限公司股份相关事项确认书》（以下简称“《股东确认书》”），对Taurus已足额缴纳出资情况予以认可，并确认股东之间不存在任何与此相关的违约纠纷、权益纠纷或争议。根

据金华市市场监督管理局出具的证明，自2019年1月1日至2022年11月15日，金华市市场监督管理局未发现发行人因违反市场监管法律、法规而受到行政处罚的记录。金华市市场监督管理局未因Taurus上述未按期出资事项给予行政处罚，且上述逾期出资行为已经超过《中华人民共和国行政处罚法》第三十六条规定的两年追责时效。

除上述Taurus未按照公司章程规定时间实缴出资、已完成规范外，华鸿有限及发行人设立时、历次增资及股权转让价款已按照公司章程等规定完成支付，股东资金来源均为其自有资金或自有不动产权，资金来源合法合规，不存在其他出资瑕疵事项。

根据发行人就其股东信息披露情况及股东持股真实性情况出具的声明承诺，华鸿有限及发行人的工商登记资料、“三会”会议文件、公司章程、股东名册，华鸿有限及发行人设立及历次增资的相关协议、验资报告及出资凭证，历次股权/股份转让的相关协议、支付凭证等，华鸿有限及发行人不存在委托持股或信托持股情形。

综上，除 Taurus 未按照公司章程规定时间实缴出资、已完成规范外，华鸿有限及发行人设立时、历次增资及股权转让价款已按照公司章程等规定完成支付，股东资金来源均为其自有资金或自有不动产权，资金来源合法合规，不存在其他出资瑕疵事项。华鸿有限及发行人不存在委托持股或信托持股情形，设立时、历次增资及股权转让也不存在纠纷或潜在纠纷。

（五）发行人现有股东是否为适格股东、发行人直接或间接股东与发行人及其实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排，是否存在纠纷或潜在争议

1、发行人现有股东是否为适格股东

截至本招股说明书签署之日，发行人共有 7 名股东，其中 3 名自然人股东为王爱香、王荷仙、尹锋；4 名企业股东为华鸿控股、易富投资、台州谱润、Taurus。其股东适格性具体如下：

（1）发行人自然人股东的股东资格

发行人自然人股东王爱香、王荷仙、尹锋系中华人民共和国公民，具有完全的民事权利能力和民事行为能力，上述自然人股东的住址均在中华人民共和国境内，且在中华人民共和国境外无永久居留权，均不存在因具有公务员、现役军人、党政机关领导干部等特殊身份而不得参与营利性活动的情形或相关法律法规规定的不适宜担任股东的情形，具备法律、法规及规范性文件规定的担任发行人股东并进行出资的资格，因此，发行人现有自然人股东王爱香、王荷仙、尹锋均为适格股东。

（2）发行人非自然人股东的股东资格

发行人非自然人股东中有 1 名为法人股东，2 名为合伙企业股东，1 名为境外法人股东，上述非自然人股东的适格性如下：

华鸿控股系依照《公司法》设立并有效存续的企业法人，截至本招股说明书签署之日，华鸿控股不存在根据《公司法》等法律、法规、规范性文件及其公司章程所规定的破产、解散和被责令关闭等情形。

易富投资、台州谱润系依照《合伙企业法》依设立并有效存续的合伙企业，截至本招股说明书签署之日，易富投资以自有资金投资，未委托管理人进行资产管理，不存在非公开募集资金的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》以及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的需要登记和备案的基金管理人或私募基金，易富投资无需办理私募基金备案。台州谱润及其私募基金管理人上海谱润已按照《证券投资基金法》《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、法规规定完成了私募投资基金备案手续以及私募投资基金管理人的登记（基金编号为 SX5769，私募基金管理人登记编号为 P1000910）。易富投资、台州谱润不存在根据《合伙企业法》等法律、法规、规范性文件及《合伙协议》所规定的破产、解散、被责令关闭等情形，且不存在员工持股会、工会等国家法律法规、规范性文件等相关文件规定导致股东不适格的情形。

根据中国香港特别行政区公司注册处出具的《公司注册证明书》及相关注册档案、罗拔臣律师事务所出具的法律意见，Taurus 不存在进入清算程序或其他终止、结算的情况，系按照中国香港特别行政区法律在中国香港特别行政区正式成立且有效存续的有限公司。

因此，发行人现有股东均具有《公司法》等有关法律、法规和规范性文件规定的担任股东并进行出资的资格。

2、发行人直接或间接股东与发行人及其实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排，是否存在纠纷或潜在争议

截至本招股说明书签署之日，发行人直接或间接股东与发行人及其实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员存在如下关系：

（1）华鸿控股的股东龚品忠、龚新明系同胞兄弟关系，龚品忠和龚新明为一致行动人；

（2）华鸿股份股东、副总经理王爱香与龚品忠系夫妻关系，华鸿股份股东王荷仙与龚新明系夫妻关系，王爱香、王荷仙系龚品忠、龚新明的一致行动人；

（3）华鸿控股是易富投资的执行事务合伙人（普通合伙人），龚品忠和龚新明是易富投资的有限合伙人，易富投资系华鸿控股的一致行动人；

（4）尹锋系台州谱润的执行事务合伙人委派代表，持有台州谱润执行事务合伙人上海谱润 80%的股权并担任上海谱润的董事兼总经理，台州谱润系尹锋的一致行动人；

（5）华鸿股份的董事、Taurus 实际控制人 ZHOU LIN-LIN（周林林）担任台州谱润执行事务合伙人上海谱润的董事长，其配偶王珺直接和间接持有台州谱润的财产份额。

除上述关系外，发行人直接或间接股东与发行人及其实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、

经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

（六）发行人历史沿革中相关特殊条款是否已履行完毕，存在的争议、纠纷情况及相关事件进展

2020年11月26日，发行人、华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙与台州谱润、Taurus、尹锋共同签订《增资及股份转让协议》，约定台州谱润、Taurus、尹锋享有优先增资权、反摊薄保护权、共同出售权、优先购买权、跟随出售权、最惠权利适用、委派董事、优先清算权、重大事项明示同意权、以及台州谱润、Taurus、尹锋提名的董事对于发行人重大事项的明示同意权等特殊权利；同日，华鸿控股、王爱香、王荷仙、龚品忠、龚新明与台州谱润、Taurus、尹锋共同签订《关于投资华鸿画家居股份有限公司之补充协议》（以下简称“《补充协议一》”），约定了华鸿控股、王爱香、王荷仙、龚品忠、龚新明的股份回购义务条款。除上述协议外，发行人历史沿革中不存在其他对赌相关特殊权利条款。

2021年11月28日，台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、发行人、龚品忠、龚新明共同签订《<关于华鸿画家居股份有限公司之增资及股份转让协议>之补充协议二》（以下简称“《补充协议二》”），彻底终止了上述相关特殊权利条款。

《增资及股份转让协议》《补充协议一》中相关特殊条款的主要内容、履行情况等如下：

协议名称	协议签署主体	特殊权利条款		是否已履行完毕
《增资及股份转让协议》	甲方：华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙 乙方：台州谱润、Taurus、尹锋 丙方：发行人	优先增资权	发行人拟增加注册资本时，乙方有权按照其持股比例优先认购发行人拟新增的注册资本。 以下情形除外： （1）为实施经适当审议的股权激励计划/员工持股计划而新增的注册资本； （2）为实施经适当审议的对外投资、资产收购或合并行为，作为该等行为的对价而增加的注册资本； （3）经适当审议的以资本公积金或未分配利润转增的注册资本； （4）发行人合格首次公开发行或此后发行的股票。	均未触发执行
		反摊薄保护	本次投资至发行人上市期间，发行人增加注册资本、并购换股等方式进行融资或引进外部投资机构股东	

协议名称	协议签署主体	特殊权利条款		是否已履行完毕
		护权	的，应经乙方同意，如该等行为导致乙方持股比例被稀释，甲方承诺乙方持有丙方 10.2%股份比例被不变。	
		共同出售权	发行人中国境内首次公开发行股票并上市前且乙方持有发行人股份期间，如甲方转让股份且不改变实际控制人时，乙方有权按同等条件向甲方的股份受让方按比例出售股份；改变实际控制人时，乙方有权要求按同等条件向甲方的股份受让方出售全部股份。	
		优先购买权	乙方享有以与第三方购买股份相同的价格和条件下优先购买甲方转让发行人股份的权利。	
		跟 随 出 售 权	持有发行人 50%以上股份的股东批准向第三方出售发行人全部或大部分资产或股份，且乙方可通过该等出售实现的收入不少于投资额的两倍，则发行人所有股东应同意该收购，不同意的股东应按第三方提出的价格收购乙方的全部股份。	
		最 惠 利 适用	本协议生效后，任何第三方通过股份转让或增资等方式成为发行人股东，第三方在发行人享有的任何权利或条件优于乙方，则乙方自动享有与该等第三方同等的权利和条件。	
		优 先 清 算 权	发行人如发生清算事件，如乙方按出资比例可分配财产不足投资金额与投资额年 8%回报之和（扣减分红），则乙方优先于甲方获得按照其投资额加上每年 8%的内部回报率的回报，如乙方未能足额取得上述回报，甲方应在发行人清算完毕后 30 日内一次性补足。	履行完毕
		委 派 董 事 权	甲方应确保丙方董事会中乙方享有一个董事席位。	
《补充协议一》	甲方：华鸿控股 乙方：台州谱润、Taurus、尹锋 丙方：龚品	重 大 事 项 的 示 意 权	发行人审议下列重大事项时须经乙方提名的董事明示同意： （1）制定公司的利润分配方案和弥补亏损方案； （2）制定公司增加或减少注册资本以及发行公司债券的方案； （3）制定公司合并、分离、变更公司形式、解散的方案； （4）决定公司 5,000 万以上的对外担保及对外投资； （5）提请股东大会聘请或更换为公司审计的会计师事务所； （6）董事会认为需要由全体董事通过的其他事项。 以上事项须经目标公司股东大会通过的，经目标公司董事会按照上述规则通过提交股东大会审议时，须经乙方明示同意。	均未触发履行
		回 购	如发生下列情形，乙方有权通过书面通知要求甲方、丙方回购乙方持有的发行人全部股份并支付全部回购价款： （1）发行人在 2023 年 6 月 30 日前未向中国证监会/证券交易所（不含新三板）提交上市申报材料（如遇 IPO 政策变化，证监会/证券交易所不受理任何企业申报的，时间顺延）；	

协议名称	协议签署主体	特殊权利条款	是否已履行完毕
	忠、龚新明、王爱香、王荷仙	（2）发行人在 2024 年 6 月 30 日前未实现首次公开发行股票并上市（如遇 IPO 政策变化，证监会/证券交易所不受理任何企业申报的，或 2024 年 6 月 30 日时，IPO 申请尚在证监会/证券交易所审核则按其公告时间顺延）； （3）甲方、丙方及其关联方针对发行人作出重大诚信问题或重大违法违规问题，包括但不限于资金占用、财产转移、账外销售、侵占公司财产、同业竞争等。	

根据台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、发行人、龚品忠、龚新明共同签署的《补充协议二》的约定、台州谱润、Taurus、尹锋签署的调查问卷、出具的《股东确认书》，台州谱润、Taurus、尹锋在《增资及股份转让协议》《补充协议一》项下的特殊权利条款已彻底解除，不存在尚需履行事项，发行人、华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、发行人、龚品忠、龚新明不存在任何违反《增资及股份转让协议》《补充协议一》约定的对赌等特殊权利条款的义务或责任，也不存在任何关于对赌等特殊权利条款的争议、纠纷。

综上，台州谱润、Taurus、尹锋在《增资及股份转让协议》《补充协议一》项下的特殊权利条款已彻底解除，不存在尚需履行事项，台州谱润、Taurus、尹锋与发行人、华鸿控股、易富投资、龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙之间不存在任何关于对赌等特殊权利条款的争议、纠纷。

（七）各股东与发行人及其控股股东、实际控制人之间的对赌协议或类似安排是否已真实、彻底解除，是否存在相关股东与发行人及其实际控制人其他形式的利益安排，是否存在相关效力恢复条款，相关条款或安排是否违反法律法规禁止性规定或损害其他股东利益，是否存在股权权属清晰等风险、纠纷或潜在纠纷

台州谱润、Taurus、尹锋与发行人、华鸿控股、易富投资、龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙之间对赌协议或类似安排等事项确认如下：

1、各股东与发行人及其控股股东、实际控制人之间的对赌协议或类似安排已真实、彻底解除，不存在相关效力恢复条款

台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、发行人、龚品忠、龚新明共同签署的《补充协议二》约定：“第一条 各方一致同意终止《增资及股份转让协议》《补充协议一》中的对赌条款和其他乙方（台州谱润、Taurus、尹锋）特殊权利条款：

1.1 《增资及股份转让协议》中包含的优先增资权、共同出售权、优先购买权、跟随出售权、反摊薄保护权、优先清算权、最惠权利适用、乙方（台州谱润、Taurus、尹锋）提名的董事对于丙方（发行人）重大事项的明示同意权等全部乙方（台州谱润、Taurus、尹锋）特殊权利条款在本协议生效后全面终止，且在任何情况下均不重新生效。

1.2 《补充协议一》中包含上市承诺、不违背诚信或法律法规承诺、股份回购等全部对赌条款在本协议生效后全面终止，且在任何情况下均不重新生效。

1.3 上述对赌条款和其他乙方（台州谱润、Taurus、尹锋）特殊权利条款效力终止后，乙方（台州谱润、Taurus、尹锋）依据法律法规和丙方（发行人）公司章程的规定享有股东权利，承担股东义务。”

根据台州谱润、Taurus、尹锋出具的《股东确认书》，确认“《增资及股份转让协议》《补充协议一》中约定的全部对赌条款（包括但不限于上市承诺、不违背诚信或法律法规承诺、股份回购等）和其他台州谱润、Taurus、尹锋的特殊权利条款（包括但不限于优先增资权、共同出售权、优先购买权、跟随出售权、反摊薄保护权、优先清算权、最惠权利适用以及台州谱润、Taurus、尹锋提名的董事对于华鸿股份重大事项的明示同意权等）已彻底终止，且追溯至《增资及股份转让协议》《补充协议一》等法律文件签署之日起自始无效，任何情况下均不得恢复效力或重新生效。”

因此，根据上述《补充协议二》《股东确认书》，台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿控股、易富投资、龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙的对赌协议或类似安排已真实、彻底解除，不存在相关效力恢复条款。

2、各股东与发行人及其控股股东、实际控制人之间不存在其他形式的利益安排，也不存在违反法律法规禁止性规定或损害其他股东利益的相关条款或安排

台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、发行人、龚品忠、龚新明共同签署的《补充协议二》约定：“除《增资及股份转让协议》《补充协议一》外，本协议各方（台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、发行人、龚品忠、龚新明）不存在签署的约定对赌和其他乙方（台州谱润、Taurus、尹锋）特殊权利事项的其他协议或安排，也不存在对丙方（发行人）构成障碍的其他约定；如存在的，相关协议中的对赌条款、其他乙方（台州谱润、Taurus、尹锋）特殊权利条款、对丙方（发行人）构成障碍的其他约定亦将按照本协议第一条的约定一并终止。”

根据台州谱润、Taurus、尹锋出具的《股东确认书》，确认“台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿股份、华鸿股份股东、华鸿股份实际控制人之间不存在其他有效的或未予披露的特殊权利条款、对赌条款或其他特殊权利安排。”

因此，各股东与发行人及其控股股东、实际控制人之间不存在其他形式的利益安排，也不存在违反法律法规禁止性规定或损害其他股东利益的相关条款或安排。

3、各股东与发行人及其控股股东、实际控制人之间不存在股权权属清晰等风险、纠纷或潜在纠纷

台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、发行人、龚品忠、龚新明共同签署的《补充协议二》约定：“各方确认就签署本终止协议终止《增资及股份转让协议》《补充协议一》中包含的全部对赌条款和其他乙方（台州谱润、Taurus、尹锋）特殊权利条款及所涉及事项不存在纠纷和潜在纠纷。本协议各方在《增资及股份转让协议》《补充协议一》项下不存在任何违约纠纷、股权或股份纠纷，不存在任何导致丙方（发行人）承担债务或陷入债务纠纷的情形，乙方（台州谱润、Taurus、尹锋）不存在向甲方（华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙）、丙方（发行人）、丁方（龚品忠、龚新明）进行责任追偿的情形。”

根据台州谱润、Taurus、尹锋出具的《股东确认书》，确认“台州谱润、Taurus、尹锋与华鸿股份、华鸿股份股东、华鸿股份实际控制人之间不存在任何违反各方之前签署的特殊权利条款或对赌条款所约定的义务及责任，也不存在任何关于特殊权利条款或对赌条款的争议和纠纷或潜在争议和纠纷。”

因此，各股东与发行人及其控股股东、实际控制人之间不存在股权权属清晰等风险、纠纷或潜在纠纷。

三、发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司不存在重大资产重组的情况。报告期内，公司主要资产变化和收购兼并情况如下：

（一）画之都收购坤冠画框机器设备和存货

2020年，画之都分两次收购坤冠画框机器设备和存货，具体情况如下：

1、本次收购的原因和背景

（1）坤冠画框基本情况

公司名称：义乌市坤冠画框有限公司

企业类型：有限责任公司（自然人独资）

成立日期：2014年4月14日

注册地址：浙江省义乌市赤岸镇小乔路1号

注册资本：50万元

法定代表人：张宸铭

经营范围：一般项目：木材加工；木材销售；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；化工产品生产（不含许可类化工产品）；专用化学产品销售（不含危险化学品）；产业用纺织制成品销售；面料纺织加工（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

股东结构：宋俊庆持股 100.00%。

（2）本次收购的原因

本次收购前，坤冠画框系公司松木线条主要供应商之一。基于优化生产流程、提高生产效率等因素的考虑，公司与坤冠画框经友好协商，通过收购坤冠画框机器设备和存货，旨在扩大公司生产规模实现松木线条自主生产，进一步提高生产效率。

2、本次收购的具体过程

（1）画之都收购坤冠画框 43 台/套机器设备

2020 年 4 月 29 日，公司第一届董事会第四次会议作出决议，同意画之都使用自有资金收购坤冠画框部分固定资产（43 台/套机器设备），最终交易价格根据上海东洲资产评估有限公司出具的资产评估报告确定。2020 年 4 月 30 日，画之都与坤冠画框签署《资产转让协议》，对上述资产转让事宜进行了约定。

2020 年 5 月 8 日，上海东洲资产评估有限公司出具《浙江画之都文化创意有限公司拟收购义乌市坤冠画框有限公司部分固定资产评估报告》（东洲评报字【2020】0643 号），以 2020 年 2 月 29 日为评估基准日，标的资产的评估值为 59.88 万元（不含税）。

2020 年 5 月 14 日，画之都与坤冠画框签署《<资产转让协议>之补充协议》，确认标的资产转让价格为 67.67 万元（含税），坤冠画框已于 2020 年 4 月 30 日将标的资产交付给画之都并完成资产交割手续。

2020 年 5 月 18 日，画之都向坤冠画框支付完毕本次标的资产转让款 67.67 万元。

（2）画之都收购坤冠画框 472 项存货及 1,230 台/套机器设备

2020 年 10 月 7 日，公司第一届董事会第七次会议作出决议，同意画之都使用自有资金收购坤冠画框部分存货及固定资产（472 项存货及 1,230 台/套机器设备），最终交易价格根据上海东洲资产评估有限公司出具的资产评估报告确定。2020 年 10 月 7 日，画之都与坤冠画框签署《资产转让协议》，对上述资产转让事宜进行了约定。

2020 年 11 月 17 日，上海东洲资产评估有限公司出具《浙江画之都文化创

意有限公司拟收购义乌市坤冠画框有限公司部分存货及固定资产评估报告》（东洲评报字【2020】第 1763 号），以 2020 年 8 月 31 日作为评估基准日，标的资产的评估值为 359.36 万元（不含税）。

2020 年 11 月 23 日，公司第一届董事会第九次会议作出决议，确定本次标的资产转让价格为 406.08 万元（含税）。同日，画之都与坤冠画框签署《<资产转让协议>之补充协议》，对最终交易价格进行了确认。

2021 年 5 月 14 日，画之都向坤冠画框支付完毕本次标的资产转让款 406.08 万元。坤冠画框已将标的资产交付给画之都并完成资产交割手续。

3、本次收购对公司的影响

本次收购涉及金额较小，未对公司的财务状况产生重大影响。本次收购对公司管理层、控制权不构成影响。本次收购完成后，公司利用收购的机器设备进行松木线条自主生产，有利于优化公司生产流程、提高生产效率。

（二）与龙共舞收购林君文化股权

2021 年和 2022 年，公司子公司与龙共舞分两次收购林君文化合计 60%的股权。具体情况如下：

1、本次收购的原因和背景

（1）林君文化基本情况

公司名称：金华市林君文化创意有限公司

企业类型：有限责任公司（自然人投资或控股）

成立日期：2016 年 11 月 1 日

注册地址：浙江省金华市兰溪经济开发区江南高新园区高新大道 189 号

注册资本：1,080 万元

法定代表人：张林君

经营范围：一般项目：数字文化创意内容应用服务；图文设计制作；数字文化创意软件开发；平面设计；专业设计服务；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工

艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：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，具体经营项目以审批结果为准）。

本次收购前，林君文化的股东及股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	张杨青	344.52	31.90
2	张林君	224.64	20.80
3	彭纯辉	219.24	20.30
4	杨云	108.00	10.00
5	姚海军	108.00	10.00
6	张天贤	75.60	7.00
合计		1,080.00	100.00

林君文化是一家专门从事装饰画设计研发、生产、销售的企业，主要产品有帆布工艺画、手绘油画等，产品主要销往欧洲、南美、北美等地。

截至 2021 年 1 月 31 日，林君文化的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021 年 1 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
总资产	1,398.43	1,614.44
总负债	1,085.57	1,348.33
净资产	312.86	266.11
项目	2021 年 1 月	2020 年度
营业收入	473.46	3,781.75
营业利润	51.33	93.93
净利润	46.75	74.49

注：资产负债表项目已经审计；利润表项目未经审计。

（2）本次收购的原因

公司收购林君文化的主要原因是：①扩大公司业务规模。通过收购行业内同类企业有利于发挥公司整体规模优势和协同效应，增强公司整体竞争实力；②经过几年发展，林君文化已经具备一定自主研发设计能力，形成了稳定的销售渠道，发展前景良好。

2、本次收购的具体过程

（1）2021年2月，与龙共舞收购林君文化51%股权

2021年2月1日，公司第一届董事会第十二次会议作出决议，同意公司子公司与龙共舞以1,370万元收购林君文化51%的股权。

2021年2月1日，张杨青、张林君、彭纯辉、杨云、姚海军、张天贤、与龙共舞和林君文化共同签署《股权转让协议》，约定张杨青、张林君、彭纯辉、杨云、姚海军、张天贤将其持有的林君文化51%的股权作价1,370万元进行转让给与龙共舞。其中，张杨青将其持有的林君文化11.7%的股权（对应126.36万元出资额）转让给与龙共舞，转让金额为314.29万元；彭纯辉将其持有的林君文化11.3%的股权（对应出资额122.04万元）转让给与龙共舞，转让金额为303.55万元；张林君将其持有的林君文化11%的股权（对应118.80万元出资额）转让给与龙共舞，转让金额为295.49万元；张天贤将其持有的林君文化7%的股权（对应出资额75.60万元）转让给与龙共舞，转让金额为188.04万元；杨云将其持有的林君文化5%的股权（对应出资额54万元）转让给与龙共舞，转让金额为134.31万元；姚海军将其持有的林君文化5%的股权（对应出资额54万元）转让给与龙共舞，转让金额为134.31万元。

股权转让完成后，林君文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	与龙共舞	550.80	51.00
2	张杨青	218.16	20.20
3	张林君	105.84	9.80
4	彭纯辉	97.20	9.00
5	杨云	54.00	5.00
6	姚海军	54.00	5.00
合计		1,080.00	100.00

2021年2月8日，林君文化就本次股权转让事宜在市场监督管理部门办理了变更登记手续。

截至2021年10月28日，与龙共舞已按照《股权转让协议》约定支付完毕股权转让款共计1,370万元。

2021 年 11 月 26 日，上海东洲资产评估有限公司出具“东洲评报字【2021】第 2162 号”《资产评估报告》，以 2021 年 1 月 31 日为评估基准日，根据收益法的评估结果，林君文化股东权益账面价值 312.86 万元，评估值 2,689.00 万元，评估增值 2,376.14 万元，增值率 759.50%。

（2）2022 年 3 月，与龙共舞收购林君文化 9%股权

2022 年 1 月 12 日，公司第一届董事会第十七次会议作出决议，同意公司子公司与龙共舞以 241.76 万元收购林君文化 9%的股权。2022 年 1 月 12 日，林君文化召开股东会并作出决议，同意本次股权转让事项，其他股东一致同意放弃优先购买权。

2022 年 1 月 24 日，彭纯辉与与龙共舞签署了《股权转让协议》，约定彭纯辉将其持有的林君文化 9%的股权（对应 97.2 万元出资额）转让给与龙共舞，参考 2021 年 2 月股权转让价格，彭纯辉与与龙共舞经协商一致确定本次股权转让价格为 2.49 元/出资额，转让金额为 241.76 万元。

股权转让完成后，林君文化的股权结构如下：

序号	股东名称	出金额（万元）	出资比例（%）
1	与龙共舞	648.00	60.00
2	张杨青	218.16	20.20
3	张林君	105.84	9.80
4	杨云	54.00	5.00
5	姚海军	54.00	5.00
合计		1,080.00	100.00

截至 2022 年 2 月 18 日，与龙共舞已向彭纯辉支付全部股权转让款 241.76 万元。

2022 年 3 月 7 日，林君文化就本次股权转让事宜在市场监督管理部门办理了变更登记手续。

3、本次收购对公司的影响

本次收购对公司管理层、控制权不构成影响。林君文化与公司 2020 年度财务数据对比如下：

单位：万元

项目	林君文化	公司	占比
总资产	1,614.44	56,619.41	2.85%
净资产	266.11	28,433.35	0.94%
营业收入	3,781.75	76,383.21	4.95%
利润总额	78.66	22,359.66	0.35%

注：林君文化资产负债表项目已经审计、利润表项目未经审计；公司数据已经立信会计师事务所审计

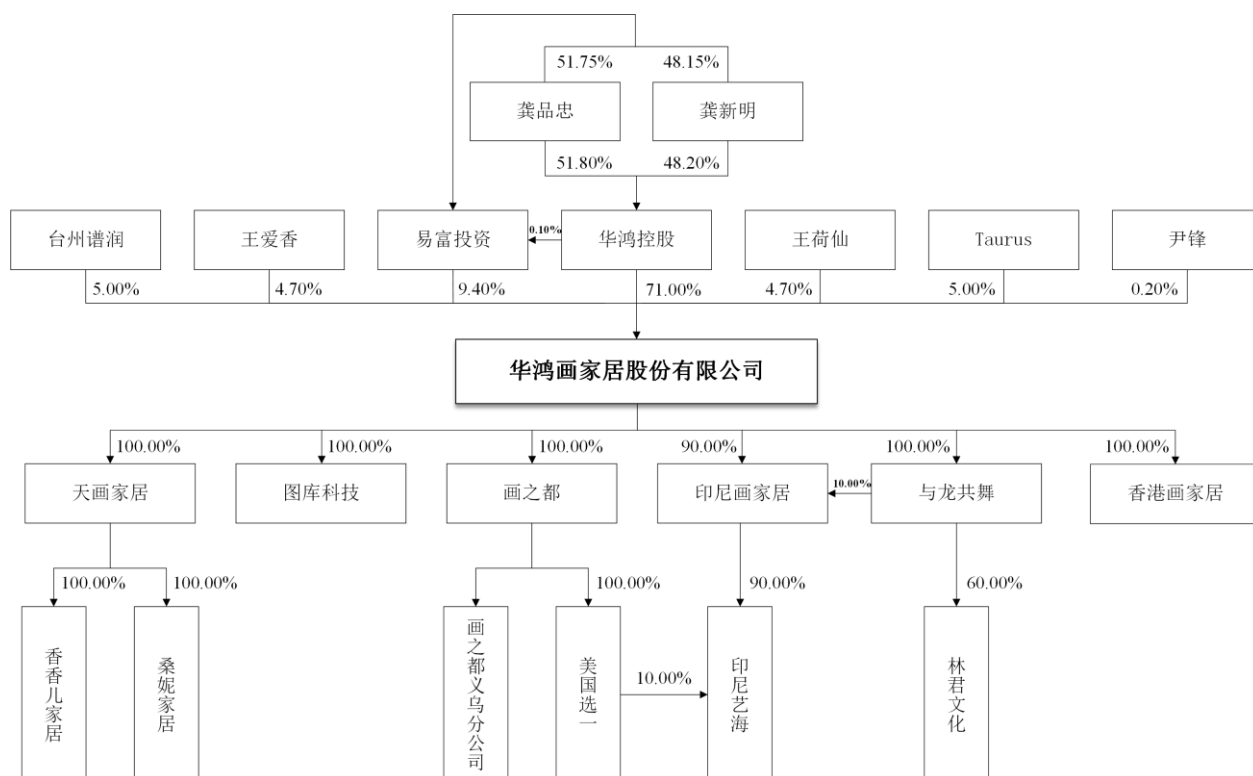
林君文化在收购前一个会计年度末的资产总额、前一个会计年度的营业收入和利润总额未超过公司相应项目的 5%，本次收购不构成对公司主营业务和盈利能力的重大影响。

四、发行人在其他证券市场上市或挂牌的情况

发行人自成立至今，未在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署之日，公司的股权结构如下图所示：



六、发行人子公司、参股公司及分公司的情况

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 6 家子公司、5 家孙公司和 1 家分公司，无参股公司。报告期内，公司孙公司林君文化的子公司雅阁文化注销。具体情况如下：

（一）重要子公司、分公司

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 2 家重要子公司、2 家重要孙公司、1 家重要分公司。公司对重要子公司的定义为：（1）报告期内收入、利润、总资产或净资产等财务指标占公司合并报表相关指标的比例超过 5%（含）的子公司；（2）经营业务、未来发展战略对公司有重要影响的子公司。

截至本招股说明书签署之日，公司的重要子公司情况如下：

1、重要控股子公司

（1）浙江画之都文化创意有限公司及其分公司

①浙江画之都文化创意有限公司

公司名称	浙江画之都文化创意有限公司
统一社会信用代码	913307007639403402
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市稠江经济开发区戚继光路136号
法定代表人	龚新明
注册资本	4,000万元
实收资本	4,000万元
成立时间	2004年6月14日
股东构成及控制情况	华鸿股份持股100%
主营业务情况	主要从事装饰画产品的研发设计、生产和销售
在公司业务板块中的定位	发行人装饰画业务的主要生产经营主体

②画之都义乌分公司

公司名称	浙江画之都文化创意有限公司义乌分公司
统一社会信用代码	91330782572939128L
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市佛堂镇大士路1号
负责人	王荷仙
成立日期	2011年3月8日

画之都最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	40,405.00	38,355.13
净资产	33,641.96	30,341.13
营业收入	30,880.33	51,575.34
净利润	9,300.83	14,896.80

注：以上数据经立信会计师事务所审计。

（2）浙江天画家居用品有限公司

公司名称	浙江天画家居用品有限公司
统一社会信用代码	91330782MA2E5C951D
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市佛堂镇义南工业园区大士路1号
法定代表人	王爱香
注册资本	4,000.00万元
实收资本	4,000.00万元
成立日期	2018年11月19日
股东构成及控制情况	华鸿股份持有100%股权
主营业务情况	主要从事装饰画、镜子、相框类家居饰品的销售
在公司业务板块中的定位	发行人主要面向内销市场的经营主体

天画家居最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	5,168.59	4,326.22
净资产	2,867.01	1,814.07
营业收入	3,871.86	5,083.32
净利润	-947.05	-899.05

注：以上数据经立信会计师事务所审计。

2、重要孙公司

（1）选一有限责任公司

公司名称	选一有限责任公司
英文名称	Selection One LLC
注册地/主要生产经营地	美国加利福尼亚州阿纳海姆市西特伦南街510号

境外投资证书号	境外投资证第N3300201500071号
投资总额	200.00万美元
成立日期	2014年12月15日
经理	龚新明
股东构成及控制情况	画之都持有美国选一100%股权
主营业务情况	主要从事装饰画、镜子和相框类家居饰品的销售
在公司业务板块中的定位	发行人主要面向美国市场的销售主体

2015年2月15日，画之都就投资设立美国选一事项取得浙江省商务厅颁发的证书编号为境外投资证第 N3300201500071 号的《企业境外投资证书》，于2022年8月4日在义乌市发展和改革委员会办理了境外投资项目备案，取得了《义乌市发展和改革委员会关于境外投资项目备案通知书》（义发改境外备字[2022]第6号）。

画之都投资设立美国选一投资前，未根据《境外投资项目核准和备案管理办法》的规定办理发改部门境外投资项目备案。根据义乌市发展和改革委员会于2022年8月23日出具的《证明》：“本单位知悉该公司于2015年投资境外子公司 Selection One LLC（选一有限责任公司），并于2022年8月4日在本单位对上述投资事项办理了备案，备案号为‘义发改境外备字[2022]第6号’。该公司投资 Selection One LLC（选一有限责任公司）的境外投资项目备案所需发改手续已齐备，该公司自设立至本证明出具日不存在重大违法违规行为，不存在导致或可能导致本单位对该公司进行行政处罚、停止 Selection One LLC 的经营或追究相关责任人的法律和行政责任等情形。”

根据义乌市发展和改革委员会出具的证明，画之都投资设立美国选一前未办理发改部门境外投资项目备案，上述行为已于2022年8月4日通过在义乌市发展和改革委员会办理境外投资项目备案手续得到了规范，上述行为不构成重大违法违规行为，画之都不存在因上述事项被责令停止美国选一项目实施的风险。

美国选一最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	3,944.72	6,522.99
净资产	2,126.24	1,653.46

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
营业收入	11,552.24	15,341.86
净利润	255.72	-108.44

注：以上数据经立信会计师审计。

（2）金华市林君文化创意有限公司

公司名称	金华市林君文化创意有限公司
统一社会信用代码	91330782MA28EG366Y
注册地/主要生产经营地	浙江省金华市兰溪经济开发区江南高新园区高新大道189号
法定代表人	张林君
注册资本	1,080.00万元
实收资本	1,080.00万元
成立日期	2016年11月1日
股东构成及控制情况	公司全资子公司龙共舞持有林君文化60.00%股权、张杨青持有林君文化20.20%股权、张林君持有林君文化9.80%股权、杨云持有林君文化5.00%股权、姚海军持有林君文化5.00%股权
主营业务情况	主要从事装饰画产品的设计研发、生产和销售
在公司业务板块中的定位	发行人装饰画业务的经营主体之一

林君文化最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	2,213.18	2,446.73
净资产	1,647.87	1,524.23
营业收入	2,562.16	4,066.10
净利润	123.64	281.37

注：以上数据经立信会计师审计。

（二）其他子公司情况

截至本招股说明书签署之日，公司其他子公司情况如下：

1、其他境内子公司

序号	公司名称	股权结构及持股比例	出资金额（万元）	成立时间	控股方	主营业务情况
1	图库科技	发行人持股100%	500.00	2020.11.19	华鸿股份	无实际经营业务
2	与龙共舞	发行人持股100%	2,000.00	2020.12.7	华鸿股份	发行人持股平台

序号	公司名称	股权结构及持股比例	出资金额（万元）	成立时间	控股方	主营业务情况
3	桑妮家居	天画家居持股 100%	10.00	2022.2.23	华鸿股份	装饰画、工艺美术品的电商销售
4	香香儿家居	天画家居持股 100%	10.00	2022.8.4	华鸿股份	无实际经营业务

2、其他境外子公司

序号	公司名称	股权结构及持股比例	已发行股本	成立时间	控股方	主营业务情况
1	印尼画家居	发行人持股 90%，与龙共舞持股 10%	2,200,000 万卢比	2022.3.9	华鸿股份	木材线条的生产、加工；截至报告期末尚未开展实际经营业务
2	香港画家居	发行人持股 100%	10 万港元	2022.1.13	华鸿股份	无实际经营业务
3	印尼艺海	印尼画家居持股 90%，美国选一持股 10%	1,100,000 万卢比	2023.1.10	华鸿股份	无实际经营业务

（三）报告期内注销的控股公司情况

报告期内，林君文化控股子公司雅阁文化注销，具体情况如下：

公司名称	金华市雅阁文化创意有限公司
注册号/统一社会信用代码	91330781MA2HUGLP1Y
注册资本	100 万元
法定代表人	张杨青
住所	浙江省金华市兰溪市上华街道经济开发区江南高新园区高新大道 189 号
成立日期	2020 年 6 月 3 日
股权结构	林君文化持股 71.43%、陆平持股 28.57%

雅阁文化自设立后未开展经营活动。2021 年 3 月 29 日，雅阁文化全体投资人出具《简易注销全体投资人承诺书》，承诺申请注销登记前未发生债权债务，不存在未结清清算费用、职工工资、社会保险费用、法定补偿金和未交清的应缴纳税款及其他未了结事务，清算工作已全面完结。2021 年 4 月 29 日，兰溪市市场监督管理局出具《核准简易注销登记通知书》，核准雅阁文化简易注销登记。

雅阁文化截至清算注销完成日的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021年4月29日/2021年1月1日-4月29日
总资产	-
净资产	-
净利润	-

注：以上数据经立信会计师审计。

（四）设立各子公司、参股公司的商业合理性，各子公司、参股公司之间的业务关系、发展定位、与发行人主营业务的对应关系

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人设立各子公司、参股公司的商业合理性，各子公司、参股公司之间的业务关系、发展定位、与发行人主营业务的对应关系情况如下：

序号	公司名称	持股比例	设立原因及商业合理性	与发行人主营业务对应关系	各子公司、参股公司之间的业务关系、发展定位	主要经营情况
1	画之都	发行人持股 100%	作为发行人装饰画业务的主要生产经营主体	发行人装饰画业务的主要生产经营主体	主要从事装饰画产品的研发设计、生产和销售	正常经营
2	画之义都分公司	-	作为发行人装饰画业务的主要生产经营主体	发行人装饰画业务的主要生产经营主体	主要从事装饰画产品的生产，系画之都厂区之一	正常经营
3	天画家居	发行人持股 100%	作为发行人面向内销市场的经营主体	发行人面向内销市场的经营主体	主要从事装饰画、镜子、相框类家居饰品的销售，主要面向内销市场	正常经营
4	图库科技	发行人持股 100%	拟作为发行人版权业务的经营主体	拟作为发行人版权业务的经营主体	拟运用发行人现有美术作品著作权资源开展版权授权业务	无实际经营业务
5	与龙共舞	发行人持股 100%	作为发行人持股平台	发行人持股平台	发行人持股平台，持有印尼画家居、林君文化股权	正常经营
6	印尼家居	发行人持股 90%，与龙共舞持股 10%	拟作为发行人境外生产基地，利用印尼当地丰富的木材资源开发木质线条和镜相框产品	拟作为发行人镜子、相框类产品的境外生产基地	拟从事镜子、相框类家居饰品的生产和销售	尚未开展实际经营业务
7	香港画家居	发行人持股 100%	原拟作为印尼画家居投资主体之一所设立，后因计划改变，目前暂未经营	拟作为境外投资主体	拟作为境外投资主体	无实际经营业务

序号	公司名称	持股比例	设立原因及商业合理性	与发行人主营业务对应关系	各子公司、参股公司之间的业务关系、发展定位	主要经营情况
8	林君文化	与龙共舞持股60%	通过收购方式取得	发行人装饰画业务的经营主体之一	主要从事装饰画产品的研发设计、生产和销售	正常经营
9	美国选一	发行人持股100%	作为发行人面向美国市场的经营主体	发行人面向美国市场的经营主体	主要从事装饰画、镜子和相框类家居饰品的销售，主要面向美国市场	正常经营
10	桑妮家居	天画家居持股100%	作为天画家居电商销售平台之一	发行人内销业务电商销售平台	主要从事装饰画、工艺美术品的电商销售，主要面向内销市场	正常经营
11	香儿家居	天画家居持股100%	拟作为天画家居电商销售平台之一	拟作为发行人内销业务电商销售平台	拟从事装饰画、工艺美术品的电商销售，主要面向内销市场	无实际经营业务

（五）发行人实际控制人、董事、高管直接或间接持有发行人子公司、参股公司的权益情况

截至本招股说明书签署之日，除通过发行人间接持有发行人子公司权益外，发行人实际控制人、董事、高级管理人员未直接或间接持有发行人子公司、参股公司权益。

（六）发行人控股公司、参股公司的其他股东情况、其他股东的实际控制人情况，其他股东在生产经营中发挥的具体作用

截至本招股说明书签署之日，发行人存在一家控股孙公司林君文化，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	与龙共舞	648.00	60.00
2	张杨青	218.16	20.20
3	张林君	105.84	9.80
4	杨云	54.00	5.00
5	姚海军	54.00	5.00
合计		1,080.00	100.00

林君文化的其他股东包括张杨青、张林君、杨云和姚海军等 4 名自然人股东。截至本招股说明书签署之日，林君文化其他股东的基本情况、在生产经营中发挥的具体作用情况如下：

1、张杨青

张杨青，男，1985年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2009年4月至2016年7月，任画之都业务员、业务经理。2016年11月到2020年1月，任林君文化销售负责人，2020年1月至2022年3月，任林君文化经理办公室主任。2022年3月至今，任林君文化执行董事。张杨青在林君文化生产经营中负责生产、经营和管理工作。

2、张林君

张林君，男，1986年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2009年4月至2014年12月，任画之都车间主任。2015年1月到2016年10月，任金华市林君工艺品有限公司执行董事、经理。2016年11月至2022年3月，任林君文化执行董事。2016年11月至今，任林君文化研发负责人和品管负责人。2022年3月至今，任林君文化经理。张林君在林君文化生产经营中负责产品研发和产品质量监控与管理工作。

3、杨云

杨云，男，1984年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2005年3月至2007年5月，任华鸿控股财务会计。2008年1月到2010年4月，任浙江神力针织品有限公司财务主管；2010年5月至2014年12月，任画之都财务经理。2015年1月到2016年11月，任义乌市启道企业管理咨询有限公司执行董事、经理；2016年11月至今，任林君文化财务负责人。杨云在林君文化生产经营中负责财务管理工作。

4、姚海军

姚海军，男，1984年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2006年3月至2017年4月，任画之都销售经理。2018年10月到2019年12月，任厦门雅特力实业有限公司销售；2020年1月至今，任林君文化销售负责人。2022年3月至今，任林君文化监事。姚海军在林君文化生产经营中负责销售管理。

（七）其他股东及其实际控制人与发行人的控股股东、实际控制人及在上述单位任职董监高（公司法人）或者管理职务的人员（非公司机构）是否存在亲属关系、关联关系、利益输送或者其他利益安排

截至本招股说明书签署之日，发行人控股孙公司林君文化的其他股东与发行人的实际控制人龚品忠、龚新明及其一致行动人王爱香、王荷仙及在林君文化任职的董监高或管理职务的人员不存在亲属关系、关联关系、利益输送或者其他利益安排。

（八）境外经营的子公司目前开展生产经营的情况，是否符合当地法律法规，是否存在违反相关国家法律法规规定的违法行为

截至本招股说明书签署之日，发行人境外经营的子公司为美国选一、印尼画家居、香港画家居、印尼艺海。

截至本招股说明书签署之日，美国选一主要从事装饰画、镜子和相框类家居饰品的销售。美国选一在其注册地开展经营的各项行为符合注册地法律法规和公司章程的规定，不存在未决的或潜在的诉讼、仲裁程序，未遭受任何行政处罚、询问、调查。

截至本招股说明书签署之日，印尼画家居已开展木材线条的生产加工业务。印尼画家居在纳税、外汇使用、海关进口、环境保护、知识产权、产品质量、产品安全、技术监督、劳动安全、人身权利等相关事项上均符合印度尼西亚相关法律法规，未因上述事项受到当地任何行政处罚或诉讼。

截至本招股说明书签署之日，香港画家居并无实际经营业务，香港画家居不存在因公司注册登记、质量和技术监督、安全生产、税收、土地、环保、海关等方面的违法行为而受到行政处罚、立案侦查的情形，并且不存在任何尚未了结或可以预见的诉讼、仲裁及行政处罚案件。

截至本招股说明书签署之日，印尼艺海并无实际经营业务，印尼艺海不存在因公司注册登记、质量和技术监督、安全生产、税收、土地、环保、海关等方面的违法行为而受到行政处罚、立案侦查的情形，并且不存在任何尚未了结或可以预见的诉讼、仲裁及行政处罚案件。

综上，截至本招股说明书签署之日，发行人境外经营的子公司中，香港画

家居、印尼艺海尚未实际经营，美国选一主要从事装饰画、镜子和相框类家居饰品的销售，印尼画家居已开展木材线条的生产加工业务。美国选一、印尼画家居、香港画家居、印尼艺海的存续或经营均符合当地法律法规，不存在违反相关国家或地区法律法规规定的违法行为。

七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发行人的控股股东、实际控制人及其一致行动人

1、控股股东基本情况

报告期内，发行人的控股股东一直为华鸿控股。截至本招股说明书签署之日，华鸿控股持有发行人 71.00%的股份，同时，华鸿股份担任易富投资的执行事务合伙人，华鸿控股通过易富投资控制发行人 9.40%的股份，华鸿控股直接和间接控制发行人 80.40%的股份，为发行人的控股股东。

截至本招股说明书签署之日，华鸿控股的基本情况如下：

名称	华鸿控股集团有限公司
成立时间	1997 年 1 月 3 日
法定代表人	龚品忠
统一社会信用代码	913307827045743285
注册资本	5,000.00 万元
实收资本	5,000.00 万元
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市佛堂镇佛堂大道 2769 号（自主申报）
营业期限	1997 年 1 月 3 日至 2030 年 1 月 2 日
主营业务	股权投资业务
与公司主营业务的关系	无
经营范围	一般项目：控股公司服务；物业管理；实业投资（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

截至本招股说明书签署之日，华鸿控股的股东构成情况如下：

序号	出资人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	龚品忠	2,590.00	51.80
2	龚新明	2,410.00	48.20
合计		5,000.00	100.00

华鸿控股最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 9 月 30 日/2022 年 1-9 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
总资产	57,562.95	37,869.57
净资产	39,918.00	36,163.80
营业收入	85.84	753.10
净利润	489.23	5,442.80

注：2021 年度财务数据经浙江至诚会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2022 年 1-9 月财务数据未经审计。

2、实际控制人及一致行动人基本情况

报告期内，公司的实际控制人为龚品忠、龚新明，王爱香、王荷仙为一致行动人，未发生变化。其中，龚品忠、龚新明系兄弟关系、一致行动关系；王爱香与龚品忠系夫妻关系，王荷仙与龚新明系夫妻关系，王爱香、王荷仙系龚品忠、龚新明的一致行动人。

报告期内，公司控股股东华鸿控股的股东一直为龚品忠、龚新明。截至本招股说明书签署之日，龚品忠通过华鸿控股间接持有发行人 36.7829%的股份、通过易富投资间接持有发行人 4.8643%的股份，合计间接持有发行人 41.6472%的股份；龚新明通过华鸿控股间接持有发行人 34.2265%的股份、通过易富投资间接持有发行人 4.5263%的股份，合计间接持有发行人 38.7528%的股份。龚品忠、龚新明通过华鸿控股控制发行人 80.40%的股份。

王爱香直接持有发行人 4.70%的股份；王荷仙直接持有发行人 4.70%的股份。龚品忠、龚新明通过一致行动人王爱香、王荷仙实际控制发行人 9.40%的股份。龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙通过华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙合计控制发行人 89.80%的股份。

2018 年 12 月 1 日，龚品忠与龚新明共同签署《共同控制暨一致行动协议》，约定双方共同控制华鸿控股、发行人及华鸿有限的经营与决策，实际支配和控制华鸿控股、发行人及华鸿有限，并在华鸿控股董事会（如设立）及股东会、发行人及华鸿有限董事会、股东会或股东大会上就与发行人有关事项进行表决时采取一致行动，如双方不能达成一致意见，则按照龚品忠的意见行使表决权。《共同控制暨一致行动协议》有效期至发行人完成首次公开发行股票

并上市之日起满 36 个月时终止，有效期满，龚品忠和龚新明如无异议，自动延期三年。《共同控制暨一致行动协议》一经签订即不可撤销，除非上述期限届满。

2019 年 12 月 20 日，龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙共同签署《共同控制暨一致行动协议之补充协议》，约定王爱香、王荷仙在发行人股东大会上进行表决时与龚品忠、龚新明控制的发行人股东保持一致行动，如各方不能达成一致意见，则按照龚品忠的意见行使表决权。《共同控制暨一致行动协议之补充协议》有效期与《共同控制暨一致行动协议》一致。

（1）龚品忠

龚品忠，男，1969 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 3307251969*****。具体简历参见本节“九、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事”。

（2）龚新明

龚新明，男，1971 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 3307251971*****。具体简历参见本节“九、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事”。

（3）王爱香

王爱香，女，1969 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 3307251969*****。具体简历参见本节“九、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“3、高级管理人员”。

（4）王荷仙

王荷仙，女，1972 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 3307191972*****。

3、发行人对实际控制人的认定是否符合“法律适用意见第1号”的有关规定

《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用——证券期货法律适用意见第1号》（以下简称“《法律适用意见第1号》”）第三条规定了多人共同拥有公司控制权应符合的条件。结合公司实际情况，逐项对照《法律适用意见第1号》第三条的规定，认定龚品忠、龚新明为发行人实际控制人，具体原因如下：

《法律适用意见第1号》第三条相关规定	发行人情况	是否符合《法律适用意见第1号》相关规定
每人都必须直接持有公司股份和/或者间接支配公司股份的表决权	龚品忠、龚新明分别持有华鸿控股51.8%、48.2%的股权，合计持有华鸿控股100%股权。华鸿控股直接持有发行人71%的股份，通过易富投资间接控制发行人9.4%的股份，龚品忠、龚新明通过华鸿控股间接支配发行人80.4%的表决权。	是
发行人公司治理结构健全、运行良好，多人共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作	发行人已按照相关法律法规等规定，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的法人治理架构，制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等管理制度，发行人公司治理结构健全。报告期内，龚品忠、龚新明通过华鸿控股、易富投资行使股东权利，龚品忠担任董事长、龚新明担任董事和总经理，龚品忠、龚新明在公司经营管理等方面的决策一致，治理结构运行良好，龚品忠、龚新明共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作。	是
多人共同拥有公司控制权的情况，一般应当通过公司章程、协议或者其他安排予以明确，有关章程、协议及安排必须合法有效、权利义务清晰、责任明确，该情况在最近3年内且在首发后的可预期期限内是稳定、有效存在的，共同拥有公司控制权的多人没有出现重大变更	（1）2018年12月1日，龚品忠与龚新明共同签署《共同控制暨一致行动协议》，约定双方在华鸿控股董事会（如设立）及股东会、发行人及华鸿有限董事会、股东会或股东大会上就与发行人有关事项进行提案、表决时采取一致行动，如双方不能达成一致意见，则按照龚品忠的意见为准。《共同控制暨一致行动协议》有效期至发行人完成首次公开发行股票并上市之日起满36个月时终止，有效期满，龚品忠和龚新明如无异议，自动延期三年。 龚品忠和龚新明共同拥有公司控制权，已通过签署《共同控制暨一致行动协议》予以明确，《共同控制暨一致行动协议》的约定合法有效、权利义务清晰、责任明确，该安排在最近3年内且在首发后的可预期期限内是稳定、有效存在的。 （2）报告期内，发行人实际控制人一直为龚品忠、龚新明，没有出现重大变更。	是
发行审核部门根据发行人的具体情况认为发行人应该符合的其	不适用	不适用

《法律适用意见第1号》第三条相关规定	发行人情况	是否符合《法律适用意见第1号》相关规定
他条件		
相关股东采取股份锁定等有利于公司控制权稳定措施的，发行审核部门可将该等情形作为判断构成多人共同拥有公司控制权的重要因素	为稳定公司实际控制权，发行人实际控制人龚品忠、龚新明及控股股东华鸿控股均承诺：“（1）自发行人股票在证券交易所上市交易之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本人/本单位直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人/本单位直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份；（2）若发行人上市后6个月内发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于首次公开发行的发行价，本人/本单位持有发行人股票的锁定期自动延长至少6个月。”	是
如果发行人最近3年内持有、实际支配公司股份表决权比例最高的人发生变化，且变化前后的股东不属于同一实际控制人，或发行人最近3年内持有、实际支配公司股份表决权比例最高的人存在重大不确定性的，视为公司控制权发生变更	最近3年内，发行人持有、实际支配公司股份表决权比例最高的人一直为龚品忠，未发生变化，发行人不存在控制权发生变更的情形	是

综上，发行人认定龚品忠、龚新明为公司实际控制人，符合《法律适用意见第1号》的有关规定。

发行人也已根据《<首次公开发行股票注册管理办法>第十二条、第十三条、第三十一条、第四十四条、第四十五条和<公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第57号——招股说明书>第七条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第17号》（以下简称“《证券期货法律适用意见第17号》”）中第二条，关于“二、关于《首次公开发行股票注册管理办法》第十二条“实际控制人没有发生变更”和第四十五条控股股东、实际控制人锁定期安排的理解与适用”对多人拥有公司控制权应符合的条件，进行了对照检查，发行人认定龚品忠、龚新明为公司实际控制人，符合《证券期货法律适用意见第17号》的有关规定。

4、一致行动协议的签订时间、具体内容及安排，一致行动协议的期限及解除条款，如解除后对实际控制权稳定性是否构成影响，及维持实际控制权稳定的措施

（1）一致行动协议的签订时间、具体内容及安排，一致行动协议的期限及解除条款

2018年12月1日，龚品忠与龚新明共同签署《共同控制暨一致行动协议》，约定双方共同控制华鸿控股、发行人及华鸿有限的经营与决策，实际支配和控制华鸿控股、发行人及华鸿有限。2019年8月，龚品忠的配偶王爱香、龚新明的配偶王荷仙分别受让华鸿控股持有的华鸿有限5%股权（对应出资额为400万元），王爱香、王荷仙成为华鸿有限股东后，2019年12月20日，龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙共同签署《共同控制暨一致行动协议之补充协议》，约定王爱香、王荷仙在发行人股东大会上进行表决时与龚品忠、龚新明控制的发行人股东保持一致行动，如各方不能达成一致意见，则按照龚品忠的意见行使表决权。

《共同控制暨一致行动协议》《共同控制暨一致行动协议之补充协议》的具体内容及安排、一致行动协议的期限及解除条款如下：

协议名称	协议主体	具体内容及安排	一致行动协议期限	解除条款
《共同控制暨一致行动协议》	龚品忠、龚新明	（1）协议有效期内，龚品忠、龚新明应就发行人有关事项的提案、表决等行为采取一致行动； （2）协议有效期内，龚品忠、龚新明在华鸿控股董事会（如设立）及股东会、发行人及华鸿有限董事会、股东（大）会上，就与发行人有关事项提出提案或临时提案、行使表决权时，应事先协商一致，如双方不能达成一致意见，则按照龚品忠的意见进行提案、行使表决权； （3）龚品忠、龚新明承诺在作为华鸿控股、发行人董事或股东期间，不会作出任何影响华鸿控股、发行人控制权稳定性的行为。	协议自双方签署之日起生效，至发行人完成首次公开发行股票并上市之日起满36个月时终止。有效期满，龚品忠、龚新明如无异议，一致行动协议期限自动延期三年。	一经签订不可撤销
《共同控制暨一致行动协议》	龚品忠、龚新明、王爱	（1）协议有效期内，王爱香、王荷仙应就发行人有关事项的提案、表决等行为与龚品忠、龚新明采取一致行动； （2）王爱香、王荷仙应在发行人股东大	协议自各方签署之日起生效，有效期与《共同控制暨一致行动协	一经签订不可撤销

之补充协议》	香、王荷仙	会上就任何事项进行表决时与龚品忠、龚新明及其控制的公司股东采取一致行动，保持投票的一致性； （3）王爱香、王荷仙向发行人股东大会提出提案或临时提案、进行表决时，应事先与龚品忠、龚新明协商一致，如不能达成一致意见，则按照龚品忠的意见进行提案、行使表决权。	议》一致。	

（2）如解除后对实际控制权稳定性是否构成影响，及维持实际控制权稳定的措施

截至本招股说明书签署之日，华鸿控股直接持有发行人71%的股份，同时，华鸿控股担任易富投资的执行事务合伙人，华鸿控股通过易富投资控制发行人9.4%的股份，华鸿控股直接和间接控制发行人80.4%的股份。龚品忠、龚新明分别持有华鸿控股51.8%、48.2%的股权，合计持有华鸿控股100%股权，龚品忠、龚新明通过华鸿控股控制发行人80.4%的股份。

《共同控制暨一致行动协议》《共同控制暨一致行动协议之补充协议》的签署主要为进一步巩固和加强发行人控制权的稳定，如未来解除上述协议，并不会实质性影响发行人控制权的稳定性，主要原因如下：

①龚品忠、龚新明系同胞兄弟，龚品忠在发行人担任董事长、龚新明在发行人担任董事、总经理。龚品忠、龚新明在1997年1月即共同出资设立华鸿控股，并通过华鸿控股及其控股子公司开展装饰画等家居饰品业务，两人在华鸿控股、发行人的经营决策方面具有共同的经营理念 and 稳定的关系基础，华鸿控股及发行人实质上亦由龚品忠、龚新明共同控制；

②龚品忠系持有、实际支配华鸿控股股权表决权比例最高的人、且持股比例超过50%，根据《公司法》《证券法》、华鸿控股和发行人公司章程等规定，龚品忠能对华鸿控股的股东会决议产生决定性影响，而且《共同控制暨一致行动协议》也约定了龚品忠、龚新明无法达成一致意见时以龚品忠的意见为准；

③王爱香、王荷仙分别直接持有发行人4.7%的股份，王爱香与龚品忠系夫妻关系，王荷仙与龚新明系夫妻关系。龚品忠、龚新明通过华鸿控股已经能够控制发行人80.4%的股份，王爱香、王荷仙与龚品忠、龚新明签署《共同控制暨

一致行动协议之补充协议》并保持一致行动，仅是进一步加强了龚品忠、龚新明对发行人的控制权，解除《共同控制暨一致行动协议之补充协议》不会实质上影响龚品忠、龚新明对发行人控制权的稳定性。

为进一步维持发行人实际控制权的稳定性，龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙已出具承诺：“《共同控制暨一致行动协议》《共同控制暨一致行动协议之补充协议》有效期内，本人承诺不会以任何理由解除、终止或撤销上述协议。本人在作为公司的董事或股东期间，不与公司其他董事或股东签署任何一致行动协议或作出类似安排，也不会作出任何影响发行人控制权稳定性的行为。《共同控制暨一致行动协议》《共同控制暨一致行动协议之补充协议》有效期届满后，本人同意上述协议的有效期自动延期三年。

综上，如解除《共同控制暨一致行动协议》《共同控制暨一致行动协议之补充协议》，对发行人实际控制权稳定性不构成实质性影响，龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙已出具进一步维持发行人控制权稳定的承诺，相关承诺有利于维持发行人实际控制权稳定。

5、是否在一致行动协议中明确发生意见分歧或纠纷时的解决机制，相关人员的一致行动关系是否稳定

（1）是否在一致行动协议中明确发生意见分歧或纠纷时的解决机制

龚品忠、龚新明签署的《共同控制暨一致行动协议》明确约定了双方发生意见分歧或纠纷时的解决机制，具体为：龚品忠、龚新明按照相关法律法规或公司章程的规定，向华鸿控股董事会（如设立）、发行人董事会提出提案、进行表决，向华鸿控股股东会、直接或通过其控制的发行人股东向发行人股东（大）会提出提案、进行表决，均应事先与另一方协商一致，如双方不能达成一致意见，则双方一致同意应按照龚品忠的意见进行提案、表决。

龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙签署的《共同控制暨一致行动协议之补充协议》明确约定了各方发生意见分歧或纠纷时的解决机制，具体为：王爱香、王荷仙按照相关法律法规或公司章程的规定直接向发行人股东大会提出提案、进行表决，均应事先与龚品忠、龚新明协商一致，如各方不能达成一致意见，则各方一致同意应按照龚品忠的意见进行提案、表决。

（2）结合《一致行动关系》的有关条款，说明相关人员的一致行动关系是否稳定

《共同控制暨一致行动协议》约定：“本协议自签署之日起生效，有效期至公司（发行人）完成首次公开发行股票并上市之日起满 36 个月时终止。有效期满，甲方（龚品忠）、乙方（龚新明）如无异议，本协议自动延期三年。本协议一经签订即不可撤销，除非协议所规定的期限届满。”《共同控制暨一致行动协议之补充协议》约定：“本协议自签署之日起生效，有效期与原协议（《共同控制暨一致行动协议》）一致。”因此，《共同控制暨一致行动协议》《共同控制暨一致行动协议之补充协议》已对一致行动的有效期和不得随意撤销等条款作了明确约定，有利于保证龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙一致行动关系的稳定。

自《共同控制暨一致行动协议》《共同控制暨一致行动协议之补充协议》签订后至本招股说明书签署之日，龚品忠、龚新明在华鸿控股历次股东会、发行人历次董事会提案、表决中保持了一致行动，王爱香、王荷仙在发行人历次股东大会提案、表决中与华鸿控股保持了一致行动，均不存在意见分歧。而且，龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙已出具了进一步维持发行人实际控制权稳定性的承诺，自 2023 年 1 月 12 日起至本次发行上市完成后 36 个月内，龚品忠、龚新明不主动放弃针对发行人的实际控制权，龚品忠、龚新明将在符合法律、法规、规章及规范性文件的前提下，通过一切合法手段维持龚品忠、龚新明对发行人的控制权；自 2023 年 1 月 12 日起至本次发行上市完成后 36 个月内，龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙作为发行人实际控制人及其一致行动人，不会主动放弃在发行人董事会或股东大会的提案权或表决权，不会通过委托、协议安排或其他方式变相放弃股东权利；龚品忠、龚新明、王爱香、王荷仙不会协助任何第三人谋求发行人控股股东及实际控制人的地位，不会实施其他任何可能威胁龚品忠、龚新明实际控制人地位的行为。

综上，《共同控制暨一致行动协议》《共同控制暨一致行动协议之补充协议》均明确约定了一致行动人发生意见分歧或纠纷时的解决机制，以及一致行动的有效期和不得随意撤销等条款，一致行动人也进一步出具了维持发行人实际控制权稳定性的承诺，一致行动关系稳定。

6、除一致行动协议以外是否存在其他特殊协议或安排

截至本招股说明书签署之日，除《共同控制暨一致行动协议》《共同控制暨一致行动协议之补充协议》外，发行人实际控制人及其一致行动人之间不存在其他特殊协议或安排。

7、结合《首发业务若干问题解答》问题 10 的规定，说明王爱香、王荷仙是否为共同控制人，王爱香、王荷仙未认定为共同控制人是否存在规避实际控制人认定及规避履行相关监管要求的情形

《首发业务若干问题解答》问题10的规定，关于共同实际控制人，“法定或约定形成的一致行动关系并不必然导致多人共同拥有公司控制权的情况，发行人及中介机构不应为扩大履行实际控制人义务的主体范围或满足发行条件而作出违背事实的认定”，“实际控制人的配偶、直系亲属，如其持有公司股份达到5%以上或者虽未超过5%但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用，保荐机构、发行人律师应说明上述主体是否为共同实际控制人”。

根据上述规定，王爱香、王荷仙不构成共同控制人，王爱香、王荷仙未认定为共同控制人，不存在规避实际控制人认定及规避履行相关监管要求的情形，原因如下：

（1）王爱香系发行人实际控制人龚品忠的配偶，持有发行人4.7%的股份，报告期内任发行人副总经理，属于“虽未超过5%但是担任公司董事、高级管理人员”的情形。根据发行人公司章程的规定，副总经理协助总经理进行公司的各项工作，受总经理领导，向总经理负责。王爱香在报告期内从未担任发行人董事，仅担任副总经理，主要负责协助总经理开展工作，在发行人股东大会及董事会层面均无法对发行人产生重大影响，不属于“在公司经营决策中发挥重要作用”的情形，因此王爱香不构成共同控制人；

（2）王荷仙系发行人实际控制人龚新明的配偶、直系亲属，持有发行人4.7%的股份，报告期内在发行人任供应链管理中心负责人，并未担任发行人董事或高级管理人员，不符合“持有公司股份达到5%以上或者虽未超过5%但是

担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用”的情形，因此王荷仙不构成共同控制人；

（3）龚品忠、龚新明通过华鸿控股控制发行人80.4%的股份，龚品忠、龚新明通过华鸿控股对发行人享有的表决权已足以对发行人股东（大）会产生重大影响，对发行人的经营决策能发挥重要作用，无需与王爱香、王荷仙共同控制发行人；

（4）王爱香、王荷仙已比照发行人实际控制人龚品忠、龚新明的标准，出具了《关于发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺》《关于持股意向及减持意向的承诺》《关于避免同业竞争的承诺》《关于规范及减少关联交易的承诺》等承诺，不存在规避实际控制人认定及规避履行相关监管要求的情形。

综上，结合《首发业务若干问题解答》问题 10 的规定，王爱香与龚品忠、王荷仙与龚新明的配偶关系，并不必然导致王爱香、王荷仙共同拥有发行人控制权的情况；发行人及中介机构本着实事求是的原则，根据发行人实际情况作出实际控制人认定，王爱香、王荷仙不构成发行人共同控制人；王爱香、王荷仙已比照实际控制人龚品忠、龚新明作出关于持股锁定、减持等各项承诺，不存在规避实际控制人认定及规避履行相关监管要求的情形，也符合《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定。

（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被质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况

1、报告期内，实际控制人间接持有的发行人股份的争议情况

报告期内，公司实际控制人之一龚品忠持有的华鸿控股 51.80%的股权和易富投资 51.75%的合伙份额存在被司法冻结的情形，龚品忠存在被限制高消费的情形，具体情况如下：

2016 年 5 月，龚品忠与中国民生银行股份有限公司（以下简称“民生银行”）、泰达宏利基金管理有限公司（以下简称“泰达宏利”）签订《泰达宏利价值成长定向增发 481 号资产管理计划资管合同》（以下简称“资管合同”）。根据《资管合同》，民生银行为资管计划（以下简称“481 号计

划”）A类份额委托人，认购金额为3亿元，龚品忠为481号计划B类份额委托人，认购金额为2亿元，民生银行和龚品忠委托泰达宏利成立资管计划用于投资上市公司新光圆成股份有限公司非公开发行的股票。《资管合同》约定，资管计划清算时，B类份额委托人龚品忠对A类份额委托人民生银行A类份额本金和基准收益分配总额的差额承担补足义务。

481号计划到期清算后，资管计划的现金资产不足以偿付民生银行的资管资金及预期收益。2019年8月9日，申请人龚品忠以泰达宏利为被申请人，向中国国际经济贸易仲裁委员会（以下简称“仲裁委员会”）提交仲裁申请，龚品忠主张，泰达宏利延迟提交清算报告、未按合同约定时限将证券变现构成违约，泰达宏利赔偿龚品忠1,054.08万元等。2020年4月7日，仲裁委员会作出《裁决书》，驳回申请人龚品忠的全部仲裁请求。

2020年6月，申请人民生银行以龚品忠、周晓光、虞云新、泰达宏利为被申请人，向仲裁委员会提交了仲裁申请。民生银行主张，根据民生银行与龚品忠签署的《资管合同》，龚品忠与周晓光、虞云新应共同向民生银行支付差额补足款14,626.00万元并支付相应的违约金。

由于民生银行向仲裁委员会申请财产保全，2020年9月28日，义乌市人民法院作出“（2020）浙0782财保3号”《民事裁定书》，裁定查封龚品忠持有的发行人股东华鸿控股51.8%的股权、易富投资51.75%的财产份额，查封期限为24个月。

2021年3月11日，仲裁委员会对该案件进行了第一次开庭审理；2021年6月17日，仲裁委员会对该案件进行了第二次开庭审理。龚品忠答辩：新光控股集团有限公司（以下简称“新光集团”）是481号计划的实际委托人，且民生银行知晓龚品忠与新光集团之间的代理关系，龚品忠并非适格的被申请人，应当驳回民生银行对龚品忠的全部仲裁申请。龚品忠向仲裁委员会提交证监会安徽监管局于2019年12月31日作出的《行政处罚决定书》（[2019]8号）作为证据之一，该《行政处罚决定书》确认：481号计划成立、存续、到期后均与新光集团存在重要资金关联，新光集团存在以龚品忠的名义成立481号计划参与新光圆成2016年非公开发行股票认购的情形，新光集团与481号计划构成一致行动关系。

2021 年 9 月，仲裁委员会作出《裁决书》，仲裁庭认为，龚品忠对与新光集团构成股权代持关系未充分举证，从现有证据出发，不能认定《资管合同》为股权代持协议，不能认定龚品忠与新光集团构成代理关系；龚品忠、周晓光、虞云新应向民生银行支付差额补足款 14,626.00 万元、仲裁费 101.22 万元、律师费 30 万元。

2021 年 11 月 15 日，金华市中级人民法院对龚品忠作出“（2021）浙 07 执 964 号”《限制消费令》。

2022 年 8 月 10 日，民生银行与龚品忠签署《执行和解协议》，约定龚品忠于 2022 年 8 月 25 日前，向执行法院指定账户偿还本金 11,700.80 万元、仲裁费 101.22 万元、律师费 33.49 万元，共计 11,835.51 万元。如龚品忠履行上述还款，则视为龚品忠已经完整执行了“（2021）中国贸仲京裁字第 2382 号”《裁决书》中需要龚品忠履行的全部义务，民生银行同意免除龚品忠可能存在的延迟履行期间的全部债务利息和剩余本金的差额补足责任，民生银行不再向龚品忠进行追偿。

2022 年 8 月 16 日，龚品忠通过直接支付和委托华鸿控股支付的方式共计向执行法院指定账户支付 11,835.51 万元还款。

2022 年 8 月 19 日，金华市中级人民法院作出“（2021）浙 07 执 964 号之三”、“（2021）浙 07 执 964 号之四”《执行裁定书》，裁定解除对龚品忠持有的华鸿控股股权及易富投资财产份额的查封，（2021）浙 07 执 964 号案终结执行。

截至本招股说明书签署之日，龚品忠持有的华鸿控股 51.80%的股权和易富投资 51.75%的合伙份额已解除司法冻结；金华市中级人民法院对龚品忠的限制消费令亦已解除。

2、报告期内，实际控制人间接持有的发行人股份的质押情况

2018 年 10 月 22 日，龚品忠与浙江稠州商业银行股份有限公司签署《最高额质押合同》，以龚品忠持有的华鸿控股 25%股权为华鸿控股与浙江稠州商业银行股份有限公司的借款提供最高额质押担保，质押期限为 2018 年 10 月 22 日至 2020 年 10 月 21 日。

2022年8月26日，义乌市市场监督管理局出具《股权出质注销登记通知书》（义市监）股权质销字[2022]第0192号，就上述股权质押登记事项办理了注销登记。

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东和实际控制人直接或间接持有本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

3、是否存在重大债务风险并影响实际控制人变更或发行人股权清晰稳定的风险

关于龚品忠间接持有的发行人股份质押情况，截至2019年9月24日，华鸿控股已向浙江稠州商业银行清偿完毕借款协议之一、借款协议之二项下的全部本金及利息，华鸿控股的资金来源为自有资金。龚品忠间接持有的发行人股份质押已被注销，龚品忠不存在因上述股份质押而产生的重大债务风险，也不存在影响实际控制人变更或发行人股权清晰稳定的风险。

关于龚品忠相关股权被司法冻结的情况，龚品忠用于支付与民生银行《执行和解协议》项下11,835.51万元的资金来源为自有资金及对华鸿控股的借款，其中自有资金1,600.00万元、向华鸿控股借款10,235.51万元。因此，龚品忠为解除华鸿控股股权被司法冻结，除向华鸿控股借款10,235.51万元、且尚未清偿完毕外，不存在其他较大金额（50万元以上）的债务。

龚品忠向华鸿控股借款10,235.51万元，用于向民生银行偿还《执行和解协议》项下的费用，已事先取得了龚新明的认可和同意。华鸿控股、龚新明已出具承诺，不会因上述借款与龚品忠发生任何债权债务纠纷、或关于华鸿控股、发行人股权或股份纠纷。因此，龚品忠向华鸿控股借款不存在重大债务风险，也不存在影响实际控制人变更或发行人股权清晰稳定的风险。

综上，截至本招股说明书签署之日，龚品忠相关股权被司法冻结、间接持有的发行人股份质押已被终结执行或被注销，龚品忠直接和间接持有的发行人股份不存在被司法冻结、质押的情形；龚品忠向华鸿控股借款不存在重大债务风险，也不存在影响实际控制人变更或发行人股权清晰稳定的风险。

4、结合实际控制人的资金流水、征信等核查情况，说明是否存在其他债权债务纠纷情况，是否存在其他影响股权清晰的间接安排

经查阅发行人实际控制人龚品忠及其配偶王爱香、龚新明及其配偶王荷仙的《个人信用报告》、报告期内的银行流水，根据保荐机构、发行人律师对发行人实际控制人龚品忠及其配偶王爱香、龚新明及其配偶王荷仙的访谈及其出具的承诺函等文件，经查询中国裁判文书网、12309 中国检察网、中国审判流程信息公开网、中国执行信息公开网、中国证监会、证券期货市场失信记录查询平台、上海证券交易所、深圳证券交易所、信用中国的公开披露信息，截至本招股说明书签署之日，除龚品忠因向民生银行偿还《执行和解协议》项下资金向华鸿控股借款 10,235.51 万元、龚新明存在房贷且尚未偿还完毕外，发行人实际控制人龚品忠、龚新明不存在其他较大金额（50 万元以上）的债务，也不存在债权债务纠纷或其他影响股权清晰的间接安排。

（三）其他持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署之日，除华鸿控股外，其他持有公司 5%以上股份的主要股东为易富投资、台州谱润与尹锋、Taurus。具体情况如下：

1、易富投资

易富投资的基本情况如下：

公司名称	义乌市易富投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2019 年 9 月 29 日
统一社会信用代码	91330782MA2ECR3P6H
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市佛堂镇佛堂大道 2769 号一楼（自主申报）
执行事务合伙人	华鸿控股
认缴出资额	800.00 万元
实缴出资额	800.00 万元
合伙期限	2019 年 9 月 29 日至 2029 年 9 月 28 日
主营业务	股权投资
与发行人主营业务的关系	无

截至本招股说明书签署之日，易富投资的出资人构成及出资比例如下：

序号	出资人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资人类型

序号	出资人姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资人类型
1	龚品忠	413.99	51.75	有限合伙人
2	龚新明	385.21	48.15	有限合伙人
3	华鸿控股	0.80	0.10	普通合伙人
合计		800.00	100.00	-

2、台州谱润与尹锋

截至本招股说明书签署之日，台州谱润持有公司 5%的股份，尹锋持有公司 0.20%的股份。尹锋系台州谱润实际控制人，台州谱润与尹锋合计持有公司 5.20%的股份，为持有公司 5.00%以上股份的股东。

（1）台州谱润

台州谱润的基本情况如下：

公司名称	台州谱润股权投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016 年 9 月 9 日
合伙期限	2016 年 9 月 9 日至 2023 年 9 月 8 日
统一社会信用代码	91331001MA28GPAG87
注册地/主要生产经营地	台州市开投商务大厦 1501 室-11
执行事务合伙人	上海谱润股权投资管理有限公司
认缴出资额	83,200.00 万元
主营业务	股权投资
与发行人主营业务的关系	无

台州谱润系由上海谱润股权投资管理有限公司设立的私募基金，其备案信息如下：

公司名称	台州谱润股权投资合伙企业（有限合伙）
备案时间	2017 年 11 月 6 日
基金类型	创业投资基金
基金编号	SX5769
基金管理人	上海谱润股权投资管理有限公司
管理人登记编号	P1000910

截至本招股说明书签署之日，台州谱润的出资人构成及出资比例如下：

序号	合伙人姓名/名称	出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资人类型
1	上海谱润四期股权投资合伙企业 (有限合伙)	34,000.00	40.87	有限合伙人
2	台州市临港产业带母基金有限公司	24,000.00	28.85	有限合伙人
3	杭州岫青投资合伙企业（有限合伙）	19,200.00	23.08	有限合伙人
4	尹锋	3,200.00	3.85	有限合伙人
5	王珺	2,000.00	2.40	有限合伙人
6	上海谱润股权投资管理有限公司	800.00	0.96	普通合伙人
合计		83,200.00	100.00	

注：1、尹锋持有上海谱润股权投资管理有限公司 80%的股权，且担任法定代表人、董事兼总经理；王珺持有上海谱润股权投资管理有限公司 20%的股权，且与上海谱润股权投资管理有限公司董事长 ZHOU LIN-LIN（周林林）系夫妻关系；

2、上海谱润股权投资管理有限公司持有上海谱润泓优股权投资管理有限公司 100%的股权，上海谱润泓优股权投资管理有限公司持有上海谱润四期股权投资合伙企业（有限合伙）2.65%的财产份额；尹锋持有上海谱润四期股权投资合伙企业（有限合伙）1.76%的财产份额；王珺持有上海谱润四期股权投资合伙企业（有限合伙）5.88%的财产份额。

（2）尹锋

尹锋，女，1968 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 2101021968*****。截至本招股说明书签署之日，尹锋直接持有公司 0.20% 的股份。

3、Taurus

截至本招股说明书签署之日，Taurus 持有公司 5%的股份。Taurus 的基本情况如下：

公司名称	Taurus 2020（HK）Limited
成立时间	2020 年 9 月 3 日
公司编号	2974044
注册地/主要生产经营地	香港轩尼诗道 245-251 号守时商业大厦 11 楼 A 单位 A1 室
主营业务	股权投资
与发行人主营业务的关系	无
董事	ZHOU LIN-LIN（周林林）、SUN YUN GEORGE
已发行股本	1 港元
股东构成	Taurus 2020 Holding Limited 持股 100%

（四）报告期内发行人及其控股股东、实际控制人、董监高是否存在重大违法违规行

1、报告期内发行人及其控股股东是否存在重大违法违规行

报告期内，除发行人孙公司林君文化、控股股东华鸿控股受到行政处罚外，发行人及其控股股东华鸿控股不存在其他受到行政处罚的情形。林君文化、华鸿控股受到行政处罚的具体情况如下：

公司名称	处罚部门	处罚日期	处罚文号	处罚原因	处罚事项	是否执行完毕
林君文化	宁波海事局	2021.5.20	海 事 罚 字 [2021]07010404 5411 号	载货集装箱验证重量与实际重量的误差超过 5%且最大误差超过 1 吨	罚款 8,500 元	是
华鸿控股	义乌市消防救援支队	2021.5.11	义（消）行罚决字[2021]0017 号	部分疏散指示标志和应急照明灯具不亮，消防设施、器材未保持完好有效	罚 款 10,000 元	是
	义乌市消防救援支队	2021.5.11	义（消）行罚决字[2021]0018 号	部分疏散通道上堆放杂物，堵塞疏散通道、安全出口	罚 款 10,000 元	是

注：林君文化曾因未批先建等行为，于 2019 年 7 月被金华市生态环境局下达《行政处罚决定书》（金兰环罚字〔2019〕30 号），处以 22.10 万元罚款。林君文化上述行政处罚发生与龙共舞收购林君文化前，不构成发行人受到行政处罚的情形。

（1）林君文化受到宁波海事局行政处罚不构成重大违法违规

根据林君文化被行政处罚时有效的《中华人民共和国船舶安全监督规则（2020 年修正）》第五十六条规定，违反本规则，在船舶国际集装箱货物运输经营活动中，有下列情形之一的，由海事管理机构处 1,000 元以上 3 万元以下罚款：（一）托运人提供的验证重量与实际重量的误差超过 5%或者 1 吨的；（二）承运人载运未取得验证信息或者验证重量超过最大营运总质量的集装箱的。根据当时有效的《宁波市行政处罚自由裁量权行使规则》第十五条第二款规定，除法律、法规、规章另有规定外，罚款为一定幅度的数额的，从重处罚不得低于最高罚款数额与最低罚款数额的平均值；从轻处罚应当低于平均值，一般处罚按平均金额处罚。

因此，林君文化被罚款金额为 8,500 元，低于《中华人民共和国船舶安全监督规则》第五十六条规定的最高罚款数额与最低罚款数额的平均值，罚款金额在《宁波市行政处罚自由裁量权行使规则》第十五条第二款规定的从轻处罚范围内。

根据当时有效的《海事行政处罚程序实施细则》第二十五条第二款的规定，“重大行政处罚决定”是指案件有下列情形之一的：（一）拟对自然人罚款或者没收违法所得数额超过三万元，对法人或者其他组织罚款或者没收违法所得数额超过十万元的；（二）拟扣留船员适任证书超过十二个月、拟吊销船员适任证书或者其他船员证书、证件的；（三）拟撤销船舶检验资格的；（四）拟没收船舶、没收或者吊销船舶登记证书的。因此，林君文化被罚款金额为 8,500 元不属于《海事行政处罚程序实施细则》规定的重大行政处罚。

（2）华鸿控股受到义乌市消防救援支队行政处罚不构成重大违法违规

根据《中华人民共和国消防法》第六十条规定，单位违反本法规定，有下列行为之一的，责令改正，处五千元以上五万元以下罚款：（一）消防设施、器材或者消防安全标志的配置、设置不符合国家标准、行业标准，或者未保持完好有效的；（三）占用、堵塞、封闭疏散通道、安全出口或者有其他妨碍安全疏散行为的。

根据《浙江省消防行政处罚裁量标准》第二条第三款规定，下列情形属于较轻违法：存在其他消防设施、器材或者消防安全标志的配置、设置不符合国家标准、行业标准，或者未保持完好有效的情形，且不存在不予处罚情形的。根据《浙江省消防行政处罚裁量标准》第四条第三款规定，下列情形属于较轻违法：存在其他占用、堵塞、封闭疏散通道、安全出口或者有其他妨碍安全疏散行为，且不存在不予处罚情形的。根据《浙江省消防行政处罚裁量规定》第六条规定，根据消防安全违法行为的事实、性质、情节、危害后果及单位（场所）使用性质，可以将违法行为划分为严重、一般、较轻三种情形，分别对应罚款幅度的 70%—100%、30%—70%、0—30%三个量罚阶次（部分案由除外）。法定处罚幅度上限的 30%低于下限的，按照对应罚款幅度的 70%—100%、0—70%两个量罚阶次实施。因此，华鸿控股因疏散指示标志和应急照明

灯具不良，消防设施、器材未保持完好有效及堵塞疏散通道、安全出口分别被罚款 10,000 元，属于《浙江省消防行政处罚裁量规定》规定的较轻违法行为。

根据义乌市消防救援支队于 2022 年 6 月 8 日出具的证明，2021 年 5 月 11 日，义乌市消防救援支队对华鸿控股出具了文号为义（消）行罚决字[2021]0017 号和义（消）行罚决字[2021]0018 号的《行政处罚决定书》，决定对华鸿控股消防设施、器材未保持完好有效和堵塞疏散通道、安全出口的违法行为，分别处以罚款人民币壹万元整的行政处罚。上述违法行为隐患均已整改完毕，不属于重大违法违规行为，行政处罚不属于重大行政处罚。

因此，林君文化和华鸿控股上述行政处罚事项不构成重大违法违规，不会对本次发行上市构成实质性障碍。

2、报告期内发行人实际控制人、董监高是否存在重大违法违规行为

根据发行人实际控制人、董监高填写的《调查问卷》，查阅其《无违法犯罪记录证明》《征信报告》，并经查询中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网、中国执行信息公开网、中国证监会、中国证监会证券期货市场失信查询平台网站、12309 中国检察网、信用中国网站等公开披露信息，报告期内，发行人实际控制人、董监高不存在重大违法违规行为。

3、报告期内，发行人控股股东、实际控制人是否存在贪污、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，是否存在欺诈发行、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

报告期内，发行人控股股东、实际控制人不存在贪污、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。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本变化

本次发行前公司总股本 8,510.6383 万股，本次拟公开发行人民币普通股

2,837 万股，发行前后公司的股本结构变化如下：

序号	股东姓名/名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例 (%)	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
1	华鸿控股	6,042.5531	71.00	6,042.5531	53.25
2	易富投资	800.0000	9.40	800.0000	7.05
3	台州谱润	425.5320	5.00	425.5320	3.75
4	Taurus	425.5319	5.00	425.5319	3.75
5	王爱香	400.0000	4.70	400.0000	3.52
6	王荷仙	400.0000	4.70	400.0000	3.52
7	尹锋	17.0213	0.20	17.0213	0.15
8	本次发行流通股	-	-	2,837.0000	25.00
合计		8,510.6383	100.00	11,347.6383	100.00

（二）本次发行前，前十名股东情况

截至本招股说明书签署之日，公司股东情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	华鸿控股	6,042.5531	71.00
2	易富投资	800.0000	9.40
3	王爱香	400.0000	4.70
4	王荷仙	400.0000	4.70
5	台州谱润	425.5320	5.00
6	Taurus	425.5319	5.00
7	尹锋	17.0213	0.20
合计		8,510.6383	100.00

（三）本次发行前，前十名自然人股东及其在发行人处任职情况

本次发行前，自然人股东在公司担任的职务情况如下：

序号	股东姓名	担任职务
1	王爱香	副总经理、天画家居事业部负责人
2	王荷仙	供应链管理中心负责人
3	尹锋	-

（四）发行人股本中的国有股份和外资股份情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在国有股份的情况。

截至本招股说明书签署之日，公司外资股东 Taurus 具体情况参见本节“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东的基本情况”之“3、Taurus”。

（五）发行人最近一年新增股东情况

公司提交本次发行上市申请前 12 个月内不存在新增股东的情形。

（六）本次发行前各股东间的关联关系、一致行动关系及关联股东各自持股比例

本次发行前，各股东之间的关联关系、一致行动关系及关联股东各自持股比例如下：

（1）华鸿控股直接持有公司 71.00%股份，华鸿控股的股东龚品忠和龚新明系兄弟关系，龚品忠和龚新明为一致行动人。其中，龚品忠持有华鸿控股 51.80%的股权，龚新明持有华鸿控股 48.20%的股权。易富投资直接持有公司 9.40%股份，华鸿控股是易富投资的执行事务合伙人（普通合伙人），持有易富投资 0.10%的份额；龚品忠和龚新明是易富投资的有限合伙人，其中龚品忠持有易富投资 51.75%的份额，龚新明持有易富投资 48.15%的份额。易富投资系华鸿控股的一致行动人。

（2）龚品忠、龚新明为公司的实际控制人，王爱香、王荷仙系一致行动人。龚品忠、龚新明合计通过华鸿控股和易富投资间接持有公司 80.40%的股份。王爱香与龚品忠系夫妻关系，王爱香直接持有公司 4.70%的股份；王荷仙与龚新明系夫妻关系，王荷仙直接持有公司 4.70%的股份。

（3）台州谱润直接持有公司 5.00%股份，尹锋直接持有公司 0.20%股份。尹锋系台州谱润执行事务合伙人上海谱润的委派代表，持有台州谱润执行事务合伙人上海谱润 80%的股权并担任上海谱润的董事兼总经理，台州谱润系尹锋的一致行动人；

（4）Taurus 直接持有公司 5.00%股份，Taurus 实际控制人 ZHOU LIN-LIN（周林林）担任台州谱润执行事务合伙人上海谱润的董事长，其配偶王珺直接和间接持有台州谱润的财产份额。

除上述情况外，公司各直接股东与其他股东之间无关联关系。

（七）发行人申报时已解除的对赌协议

公司与投资者的对赌等特殊条款及解除情况如下：

1、2020 年 11 月 26 日，华鸿股份、华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙与台州谱润、Taurus、尹锋共同签订《关于华鸿画家居股份有限公司之增资及股份转让协议》（以下简称“《增资及股份转让协议》”），约定了台州谱润、Taurus、尹锋享有优先增资权、共同出售权、优先购买权、跟随出售权、反摊薄保护权、优先清算权、最惠权利适用以及台州谱润、Taurus、尹锋提名的董事对于发行人重大事项的明示同意权等特殊权利；同日，华鸿控股、王爱香、王荷仙、龚品忠、龚新明与台州谱润、Taurus、尹锋共同签订《关于投资华鸿画家居股份有限公司之补充协议》（以下简称“《补充协议一》”），约定了若发行人未能实现在 2023 年 6 月 30 日前未向证监会/证券交易所提交上市申报材料并在 2024 年 6 月 30 日前未实现首次公开发行股票并上市的上市承诺、华鸿控股/王爱香/王荷仙/龚品忠/龚新明及其关联方对发行人做出重大诚信问题或重大违法违规问题的，台州谱润、Taurus、尹锋有权要求华鸿控股、王爱香、王荷仙、龚品忠龚新明回购台州谱润、Taurus、尹锋股份等对赌条款。

2、2021 年 11 月 28 日，华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、发行人、龚品忠、龚新明与台州谱润、Taurus、尹锋共同签署了《<关于华鸿画家居股份有限公司之增资及股份转让协议>之补充协议二》；同日，台州谱润、Taurus、尹锋签署《关于台州谱润股权投资合伙企业（有限合伙）、Taurus 2020 (HK) Limited、尹锋持有华鸿画家居股份有限公司股份相关事项确认书》，对特殊权利条款解除事项作出了如下约定：

（1）全面终止《增资及股份转让协议》《补充协议一》中全部对赌条款和其他台州谱润、Taurus、尹锋特殊权利条款，相关对赌条款和特殊权利条款追溯至《增资及股份转让协议》《补充协议一》等法律文件签署之日起自始无

效，且在任何情况下均不重新生效；

（2）各方就终止《增资及股份转让协议》《补充协议一》中包含的全部对赌条款和其他台州谱润、Taurus、尹锋特殊权利条款及所涉及事项不存在纠纷或潜在纠纷；

（3）各方在《增资及股份转让协议》《补充协议一》项下不存在任何违约纠纷、股权或股份纠纷，不存在任何导致发行人承担债务或陷入债务纠纷的情形，台州谱润、Taurus、尹锋不存在向华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙、发行人、龚品忠、龚新明进行责任追偿的情形。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：上述对赌条款和特殊权利条款已彻底终止、且自始无效，不会对发行人本次发行上市构成不利影响。

九、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

1、董事

截至本招股说明书签署之日，公司董事会成员共 9 名，其中独立董事 3 名。公司董事由股东大会选举产生，任期 3 年，任期届满连选可以连任。本届董事会至 2025 年 12 月 15 日届满。公司现任 9 名董事的基本情况如下表所示：

姓名	在本公司任职情况	本届任期	提名人
龚品忠	董事长	2022.12.16-2025.12.15	华鸿控股
龚新明	董事、总经理	2022.12.16-2025.12.15	华鸿控股
周水富	董事、董事会秘书	2022.12.16-2025.12.15	华鸿控股
马金才	董事、财务总监	2022.12.16-2025.12.15	华鸿控股
章庆洪	董事、副总经理、生产中心负责人	2022.12.16-2025.12.15	华鸿控股
ZHOU LIN-LIN（周林林）	董事	2022.12.16-2025.12.15	Taurus
伍芷仪	独立董事	2022.12.16-2025.12.15	华鸿控股
林忠	独立董事	2022.12.16-2025.12.15	台州谱润
吕延涛	独立董事	2022.12.16-2025.12.15	华鸿控股

上述董事的简历如下：

龚品忠，男，1969 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，工商企业管理

专业大专学历。1997年1月至2012年8月，任华鸿控股执行董事、经理；2012年8月至2019年12月，任华鸿控股监事；2019年12月至今，任华鸿控股执行董事、经理；2013年7月至2022年9月，任义乌市新光小额贷款股份有限公司董事；2018年11月至今，任天画家居监事；2017年10月至2019年12月，任华鸿股份执行董事、经理；2019年12月至今，任华鸿股份董事长。龚品忠先生于2001年12月获得中华人民共和国农业部颁发的“第四届全国乡镇企业家奖”。

龚新明，男，1971年出生，中国国籍，无永久境外居留权，工商管理专业大专学历。1997年1月至2011年9月，任华鸿控股监事；2010年1月至今，任画之都执行董事、经理；2019年12月至今，任华鸿股份董事、总经理。

龚品忠先生、龚新明先生自1995年开始共同创业，从镜子、相框的贸易业务起步进入家居装饰品行业，于1997年1月正式成立了义乌市华鸿工艺品有限公司（现“华鸿控股”），组建了以镜子、相框等家居装饰品的制造和出口为主营业务的经营主体；于2004年6月正式成立了义乌市画都图片有限公司（现“画之都”），以“画之都”立足于装饰画产业化之路，组建了以装饰画的研发、设计、生产和销售为主营业务的经营主体。

周水富，男，1979年出生，中国国籍，无永久境外居留权，工商管理专业本科学历。1999年2月至2009年10月，任华鸿控股财务总监；2009年10月至2017年11月，历任画之都财务总监、董事及董事会秘书；2017年12月至2019年11月，任华鸿股份董事办公室主任；2019年12月至今，任华鸿股份董事、董事会秘书。

马金才，男，1976年出生，中国国籍，金融学专业本科学历。2001年9月至2011年2月，历任华鸿控股财务部会计、财务经理；2011年3月至2011年12月，任义乌市依人袜业有限公司财务经理；2012年1月至2017年11月，历任华鸿控股财务总监、项目总监、信息总监；2017年12月至今，任华鸿股份财务中心负责人；2019年12月至今，任华鸿股份董事、财务总监。

章庆洪，男，1968年出生，中国国籍，无永久境外居留权，工商管理

专业大专学历。1999年3月至2009年1月，历任华鸿控股车间主任、厂长、生产部总监；2009年1月至2017年11月，任华鸿控股副总经理、生产部门负责人；2017年12月至今，任华鸿股份生产中心负责人；2019年12月至今，任华鸿股份董事、副总经理。

ZHOU LIN-LIN（周林林），男，1961年出生，加拿大国籍，拥有境外永久居留权，化学专业博士学历。1989年8月至1991年7月，任加拿大国家研究院助理研究员；1991年8月至1995年4月，任美国罗门哈斯公司市场经理和事业发展部经理；1995年5月至1997年12月，任麦肯锡咨询公司资深咨询顾问；1998年1月至1999年12月，任赛诺金生物科技（中国）公司总裁；2000年1月至2002年2月，任美国视频数码技术公司总裁；2002年3月至2003年11月，任上海天汇投资管理有限公司总裁；2003年12月至今，任上海复星化工医药创业投资有限公司总裁；2009年7月至今，任上海谱润股权投资管理有限公司董事长；2021年10月至今，任华鸿股份董事。

伍芷仪，女，1976年出生，中国国籍，无境外永久居留权，视觉传达设计专业本科学历。2018年3月至今，任深圳大学人文学院教师；2019年至今，任岭南画院画家；2020年1月至今，任深圳市艺易时空心行文化科技有限公司执行董事、总经理。2021年11月至今，任华鸿股份独立董事。

林忠，男，1969年出生，中国国籍，无境外永久居留权，法学博士学历。1994年8月至1998年11月，任厦门群贤律师事务所兼职律师；1996年8月至1998年11月任，厦门大学法学院讲师；1998年12月至2001年7月，任厦门友业律师事务所合伙人；2001年8月至2003年3月，任毕马威法律国际总部（巴黎）经理；2003年5月至2006年3月，任上海昊理文律师事务所合伙人；2006年4月至2021年3月，任上海市瑛明律师事务所合伙人/管理合伙人；2021年4月至今，任上海瓴德律师事务所创始合伙人；2011年11月至今，任厦门大学陈安国际法学发展基金会副理事长。2021年11月至今，任华鸿股份独立董事。

吕延涛，男，1984年出生，中国国籍，无境外永久居留权，财务管理专业本科学历，会计专业硕士，高级会计师，美国注册管理会计师（CMA）。2007年8月至2012年8月，任浙江万安科技股份有限公司主办会计、财务副经理，子公司上海万捷汽车控制系统有限公司财务负责人；2012年10月至2018年1

月，任盾安控股集团有限公司财务部财务经理、下属产业公司董事兼财务负责人；2020年12月至2022年5月，任飞洲集团股份有限公司独立董事；2018年2月至今，任德玛克（长兴）注塑系统有限公司副总经理兼财务总监；2021年5月至今，任宁波一彬电子科技股份有限公司独立董事；2022年2月至今，任江苏默乐生物科技股份有限公司独立董事。2021年11月至今，任华鸿股份独立董事。

2、监事

截至本招股说明书签署之日，公司监事会成员3名，其中：非职工代表监事2名，由股东大会选举产生，职工代表监事1名，由公司职工代表大会选举产生。监事每届任期3年，任期届满连选可以连任。本届监事会至2025年12月15日届满。

公司现任3名监事的基本情况如下表所示：

姓名	在本公司任职情况	本届任期	提名人
孟建华	监事会主席，画家居事业部相框项目产品部总监	2022.12.16-2025.12.15	华鸿控股
秦玉梅	监事，研发中心总监	2022.12.16-2025.12.15	华鸿控股
周露	职工监事	2022.12.16-2025.12.15	职工代表大会

上述监事的简历如下：

孟建华，男，1980年出生，中国国籍，无永久境外居留权，工商企业管理专业大专学历。2000年4月至2008年12月，历任华鸿控股职员、厂长；2009年1月至2017年11月，任华鸿控股生产部门总监；2017年12月至2020年12月，任华鸿股份生产中心总监；2021年1月至今，任华鸿股份画家居事业部相框项目产品部总监；2019年12月至今，任华鸿股份监事会主席。

秦玉梅，女，1984年出生，中国国籍，无永久境外居留权，电子商务专业大专学历。2001年2月至2017年11月，任华鸿控股研发总监；2017年12月至今，任华鸿股份研发中心总监；2021年10月至今，任华鸿股份监事。

周露，女，1986年出生，中国国籍，无永久境外居留权，信息与计算科学专业本科学历。2010年6月至2012年3月，任义乌市新景良贸易有限公司财务部出纳；2012年4月至2014年6月，任宁波凤城投资有限公司财务部出纳；

2015 年 6 月至 2017 年 11 月，任华鸿控股人事部人事专员；2017 年 12 月至 2019 年 10 月，任华鸿股份人事部人事主管；2020 年 2 月至今，任天画家居经理秘书；2019 年 12 月至今，任华鸿股份监事；2022 年 2 月至今，任桑妮家居监事。

3、高级管理人员

截至本招股说明书签署之日，公司高级管理人员的基本情况如下表所示：

姓名	在本公司任职情况	本届任期
龚新明	董事、总经理	2022.12.16-2025.12.15
王爱香	副总经理、天画家居事业部负责人	2022.12.16-2025.12.15
章庆洪	董事、副总经理、生产中心负责人	2022.12.16-2025.12.15
汪胜	副总经理、人事行政中心负责人兼画家居事业部负责人	2022.12.16-2025.12.15
李代义	副总经理、研发中心负责人	2022.12.16-2025.12.15
周水富	董事、董事会秘书	2022.12.16-2025.12.15
马金才	董事、财务总监	2022.12.16-2025.12.15

上述各位高级管理人员的简历如下：

龚新明：详见本节“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事”。

王爱香，女，1969 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，工商企业管理专业大专学历。1997 年 1 月至今，历任华鸿控股销售经理、经理、执行董事、监事；2018 年 11 月至今，任天画家居执行董事、经理；2019 年 12 月至今，任华鸿股份副总经理、天画家居事业部负责人；2022 年 5 月至今，任桑妮家居执行董事兼总经理；2022 年 8 月至今，任香香儿家居执行董事兼总经理。

章庆洪：详见本节“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事”。

汪胜，男，1967 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，经贸与企业管理专业大专学历。2001 年 2 月至 2008 年 10 月，任华鸿控股副总经理；2008 年 11 月至 2015 年 12 月，任奔辉欧式艺品（惠州）有限公司厂长；2016 年 6 月至 2020 年 12 月，任画之都副总经理；2017 年 12 月至今，任华鸿股份人事行政中

心负责人兼任画家居事业部负责人；2019 年 12 月至今，任华鸿股份副总经理。

李代义，男，1977 年出生，无永久境外居留权，油画专业大专学历。2000 年 10 月至今，任画之都研发部负责人；2017 年 12 月至今，任华鸿股份研发中心负责人；2019 年 12 月至今，任华鸿股份副总经理。

周水富：详见本节“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事”。

马金才：详见本节“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事”。

4、其他核心人员

截至本招股说明书签署之日，公司其他核心人员主要为核心技术人员，基本情况如下表所示：

姓名	在本公司任职情况
李代义	副总经理、研发中心负责人
秦玉梅	监事、研发中心总监

上述各位核心技术人员的简历如下：

李代义：详见本节“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“3、高级管理人员”。

秦玉梅：详见本节（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“2、监事”。

（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之日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的其他任职情况如下：

姓名	在公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与公司是否存在关联关系
龚品忠	董事长	义乌市工艺礼品行业协会	会长	无关联关系
		华鸿控股	经理兼执行董事	控股股东

姓名	在公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与公司是否存在关联关系
王爱香	副总经理、 天画家居事业部负责人	华鸿控股	监事	控股股东
周水富	董事、董事 会秘书	义乌市慧汐电子商务有限公司	监事	无其他关联关系
ZHOU LIN-LIN (周林林)	董事	上海复星化工医药创业投资有限公司	董事	无其他关联关系
		上海谱润股权投资管理有限公司	董事长	无其他关联关系
		Taurus 2020 (HK) Limited	董事	无其他关联关系
		Asia Refrigeration Holdings Limited	董事	无其他关联关系
		Asia Refrigeration Holdings (HK) Limited	董事	无其他关联关系
		Ai Automation Limited	董事	无其他关联关系
		Metalogic Motivation (Hong Kong) Limited	董事	无其他关联关系
		Venus 2020 Holding Limited	董事	无其他关联关系
		Venus 2020 (HK) Limited	董事	无其他关联关系
		Jupiter 2020 Holding Limited	董事	无其他关联关系
		Jupiter 2020 (HK) Limited	董事	无其他关联关系
		Principle Capital Limited	董事	无其他关联关系
		Principle Capital Advisors Limited	董事	无其他关联关系
		Principle Capital Fund IV GP, Ltd.	董事	无其他关联关系
		Taurus 2020 Holding Limited	董事	无其他关联关系
		Akribis Systems Pte Ltd	董事	无其他关联关系
		上海百赛生物技术股份有限公司	董事	无其他关联关系
		上海沪佳沪颐建筑装饰有限公司	董事	无其他关联关系
		浙江格励奥纺织股份有限公司	董事	无其他关联关系
		上海春戈玻璃有限公司	董事	无其他关联关系
		上海吉凯基因医学科技股份有限公司	董事	无其他关联关系
		胜华新材料集团股份有限公司	董事	无其他关联关系
		天昊基因科技（苏州）有限公司	董事	无其他关联关系
		浙江星星冷链集成股份有限公司	董事	无其他关联关系

姓名	在公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与公司是否存在关联关系
		浙江永强集团股份有限公司	董事	无其他关联关系
		珠海越亚半导体股份有限公司	董事	无其他关联关系
		浙江华远汽车科技股份有限公司	董事	无其他关联关系
伍芷仪	独立董事	深圳大学人文学院	教师	无关联关系
	独立董事	深圳市艺易时空心行文化科技有限公司	执行董事、总经理	无其他关联关系
林忠	独立董事	上海瓴德律师事务所	合伙人	无其他关联关系
吕延涛	独立董事	宁波一彬电子科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
	独立董事	江苏默乐生物科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
	独立董事	德玛克（长兴）注塑系统有限公司	财务总监兼副总经理	无其他关联关系

除上表披露的人员外，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员没有在其他单位兼职的情况。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

龚品忠与王爱香、龚新明与王荷仙为夫妻关系，龚新明、龚品忠为兄弟关系。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员之间不存在亲属关系。

（四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况

最近三年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议及承诺情况

发行人与在公司任职并领取薪酬的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员签订了《劳动合同》或《劳务合同》，与独立董事签订了《独立董事聘任

协议》，除此之外公司未与董事、监事、高级管理人员和其他核心人员签订其他重大协议。截至本招股说明书签署之日，上述合同履行情况正常。

（六）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶持有发行人股份情况

1、直接持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶直接持有公司股份的情况如下表所示：

姓名	职务	持股数（万股）	持股比例
王爱香	副总经理、天画家居事业部负责人	400.00	4.70%
王荷仙	供应链管理中心负责人	400.00	4.70%

除上述持股情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶不存在直接持有公司股份的情况。

2、间接持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶间接持有公司股份的情况如下表所示：

姓名	职务/亲属关系	通过华鸿控股持股数（万股）	持股比例
龚品忠	董事长	3,130.04	36.78%
龚新明	董事、总经理	2,912.51	34.22%
姓名	职务	通过易富投资持股数（万股）	持股比例
龚品忠	董事长	414.40	4.87%
龚新明	董事、总经理	385.60	4.53%
姓名	职务	通过 Taurus 持股数（万股）	持股比例
ZHOU LIN-LIN (周林林)	董事	425.53	5.00%

截至本招股说明书签署之日，除上述情形外，公司其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶不存

间接持有公司股份的情况。

3、所持股份的质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况

报告期内，公司实际控制人之一龚品忠持有的华鸿控股 51.80%股权和易富投资 51.75%合伙份额曾经存在被司法冻结的情形；公司实际控制人之一龚品忠间接持有的发行人股权曾经存在质押的情形。具体情况参见本节“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（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被质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况”。

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶持有的发行人股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年的变动情况

最近 3 年，发行人及华鸿有限的董事、监事、高级管理人员的任职及变动情况如下：

职务	变动日期	变动依据	变动前人员	变动后人员	变动人数	变动原因
董事	2019 年 12 月 18 日	创立大会暨第一次股东大会	龚品忠	龚品忠、龚新明、周水富、马金才、章庆洪	新增4人	为完善发行人治理结构，选举龚新明、周水富、马金才、章庆洪为董事
	2021 年 10 月 25 日	2021 年第一次临时股东大会	龚品忠、龚新明、周水富、马金才、章庆洪	龚品忠、龚新明、周水富、马金才、章庆洪、ZHOU LIN-LIN（周林林）	新增1人	为完善发行人治理结构，选举 ZHOU LIN-LIN（周林林）为董事
	2021 年 11 月 17 日	2021 年第二次临时股东大会	龚品忠、龚新明、周水富、马金才、章庆洪、ZHOU LIN-LIN（周林林）	龚品忠、龚新明、周水富、马金才、章庆洪、ZHOU LIN-LIN（周林林）、吕延涛、伍芷仪、林忠	新增3人	完善发行人治理结构，选举吕延涛、伍芷仪、林忠为独立董事
	2022 年 12 月 16 日	2022 年第四次临时股东大会	龚品忠、龚新明、周水富、马金才、章庆洪、ZHOU	龚品忠、龚新明、马金才、周水富、章庆洪、ZHOU LIN-LIN（周林林）、林	0	-

职务	变动日期	变动依据	变动前人员	变动后人员	变动人数	变动原因
			LIN-LIN（周林林）、吕延涛、伍芷仪、林忠	忠、伍芷仪、吕延涛		
高级管理人员	2019年12月18日	第一届董事会第一次会议	龚品忠	龚新明、王爱香、章庆洪、汪胜、李茁、李代义、马金才、周水富	辞职1人，新增8人	龚品忠辞去总经理职务，同时为完善发行人治理结构，发行人新增1名财务总监、1名董事会秘书、1名总经理、5名副总经理
	2020年7月21日	第一届董事会第六次会议	龚新明、王爱香、章庆洪、汪胜、李茁、李代义、马金才、周水富	龚新明、王爱香、章庆洪、汪胜、李代义、马金才、周水富	辞职1人	李茁因个人原因辞职
	2022年12月16日	第二届董事会第一次会议	龚新明、王爱香、章庆洪、汪胜、李代义、马金才、周水富	龚新明、王爱香、章庆洪、汪胜、李代义、马金才、周水富	0	-

发行人及华鸿有限最近3年董事、高级管理人员总数合计为13人（剔除重复人员），变动人数为2人（占发行人董事和高级管理人员合计总数的15.38%），其中，1人经投资机构股东 Taurus 提名后被选举为董事，1人因个人原因辞去发行人副总经理职务，变动人数占比较小；发行人新增3名独立董事及整体变更设立股份有限公司时新增董事、高级管理人员，是完善公司治理结构的必要行为，发行人整体变更设立股份有限公司时新增董事、高级管理人员均来自原股东提名及发行人内部培养。因此，最近3年，发行人董事、高级管理人员的上述变化不构成重大变化，符合《首次公开发行股票注册管理办法》第十二条“首次公开发行股票并在主板上市的，最近三年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化”的规定。

（八）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心

人员不存在与发行人及其业务相关的对外投资，不存在与公司有利益冲突的情形。

（九）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

1、薪酬组成、确定依据及所履行的程序

2021年11月17日，公司2021年第二次临时股东大会通过《关于设立华鸿画家居股份有限公司第一届董事会专门委员会的议案》，设立薪酬与考核委员会。公司薪酬与考核委员会由3名董事组成，独立董事占多数。薪酬与考核委员会主要负责制定和实施公司董事及高级管理人员的考核标准；制定、审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案，对董事会负责。

报告期内，未在公司担任管理层职务的外部董事 ZHOU LIN-LIN（周林林）不在公司领取薪酬；独立董事在公司只领取独立董事津贴。公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由基本薪酬、津贴和年终奖金组成。

薪酬与考核委员会根据董事（非独立董事）及高级管理人员管理岗位的范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案，包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励（包括股权激励）和惩罚的主要方案和制度等，审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评，并公司薪酬制度执行情况进行监督。

薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准后实施。

2、报告期内薪酬总额占发行人各期利润总额的比例

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额及其占公司利润总额的比重如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
薪酬总额	542.17	690.70	771.52	776.07

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	14,609.94	21,740.99	22,359.66	18,193.58
占比	3.71%	3.18%	3.45%	4.27%

3、最近一年从发行人及其关联企业获得收入情况

2021 年，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员从公司及其关联企业领取收入的情况如下：

单位：万元

序号	姓名	本公司职务	2021 年薪酬 (税前)	是否从控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬
1	龚品忠	董事长	138.48	否
2	龚新明	董事、总经理	100.45	否
3	周水富	董事、董事会秘书	66.20	否
4	马金才	董事、财务总监	56.28	否
5	章庆洪	董事、副总经理、生产中心负责人	54.41	否
6	ZHOU LIN-LIN (周林林)	董事	-	否
7	伍芷仪	独立董事	-	否
8	林忠	独立董事	-	否
9	吕延涛	独立董事	-	否
10	孟建华	监事会主席、画家居事业部相框项目产品部总监	33.50	否
11	秦玉梅	监事、研发中心总监	30.37	否
12	周露	职工监事	13.69	否
13	王爱香	副总经理、天画家居事业部负责人	97.28	否
14	汪胜	副总经理、人事行政中心负责人兼画家居事业部负责人	61.18	否
15	李代义	副总经理、研发中心负责人	64.11	否

注：公司独立董事津贴为 5 万元人民币/年。公司独立董事伍芷仪、吕延涛、林忠经公司 2021 年 11 月 17 日召开的 2021 年第二次临时股东大会选举产生，公司 2021 年未发放独立董事津贴。

4、所享受的其他待遇和退休金计划

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在公司享受其他待遇或退休金计划。

（十）本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励或期权激励及相关安排

截至本招股说明书签署之日，公司不存在已经制定或实施的股权激励或期权激励及相关安排。

（十一）董事、监事及高级管理人员的任职资格**1、董事、监事、高管任职是否具备任职规定**

截至本招股说明书签署之日，公司现有董事 9 名（其中独立董事 3 名）、监事 3 名（其中职工代表监事 1 名）、总经理 1 名、副总经理 4 名、董事会秘书 1 名、财务总监 1 名，公司的董事、监事、高级管理人员在公司任职情况具体如下：

序号	姓名	担任职务
1	龚品忠	董事长
2	龚新明	董事、总经理
3	马金才	董事、财务总监
4	周水富	董事、董事会秘书
5	章庆洪	董事、副总经理
6	ZHOU LIN-LIN（周林林）	董事
7	林忠	独立董事
8	伍芷仪	独立董事
9	吕延涛	独立董事
10	孟建华	监事会主席
11	周露	职工代表监事
12	秦玉梅	监事
13	王爱香	副总经理
14	汪胜	副总经理
15	李代义	副总经理

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员不存在《公司法》《首次公开发行股票注册管理办法》《上海证券交易所股票上市规则》等法律、法规及规范性文件规定的不得被提名或担任公司董事、监事及高级管理人员的情形，具备相应的任职资格。

发行人现任董事、监事及高级管理人员不存在《公司法》第一百四十六条

规定的不得担任董事、监事及高级管理人员的情形：

（1）无民事行为能力或者限制民事行为能力；

（2）因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，执行期满未逾五年，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年；

（3）担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾三年；

（4）担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年；

（5）个人所负数额较大的债务到期未清偿。

发行人现任董事、监事及高级管理人员符合《首次公开发行股票注册管理办法》第十三条规定的关于董事、监事和高级管理人员的规定：

董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。

2、独立董事任职是否符合中组部以及教育部关于党政领导干部在企业兼职（任职）问题的相关规定

根据中共中央纪委、教育部、监察部《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》《中共教育部党组关于印发<直属高校党员领导干部廉洁自律“十不准”>的通知》、中共教育部党组《关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》、中组部《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》、中共教育部党组《关于印发<高等学校领导班子及领导干部深入解决“四风”突出问题有关规定>的通知》、教育部办公厅《关于开展党政领导干部在企业兼职情况专项检查的通知》等相关规定，中组部、教育部规定的党政领导干部是指学校党政领导班子成员、高校领导干部、教育部直属高校处级（中层）党员领导干部、现职和不担任现职但未办理退（离）休手续的党政领导干部、各单位副处级以上干部（现任校领导、各单位正副职、调研员、已退休未

退休局级干部、离退休局级和处级干部）等。

截至本招股说明书签署之日，公司独立董事在其他单位任职情况如下：

姓名	担任发行人职务	报告期内在其他单位任职情况	是否曾经担任或现任党政领导干部
林忠	独立董事	2006年4月-2021年3月，在上海市瑛明律师事务所任合伙人/管理合伙人； 2022年11月至今，兼任厦门大学陈安国际法学发展基金会副理事长； 2021年4月至今，在上海瓴德律师事务所任创始合伙人	否
伍芷仪	独立董事	2018年3月至今，兼任深圳大学人文学院教师； 2019年至今为岭南画院画家； 2020年1月至今，在深圳市艺易时空心行文化科技有限公司任执行董事、总经理	否
吕延涛	独立董事	2018年2月至今，在德玛克（长兴）注塑系统有限公司任财务总监兼副总经理； 2020年12月-2022年5月，兼任飞洲集团股份有限公司独立董事； 2021年5月至今，兼任宁波一彬电子科技股份有限公司独立董事； 2022年2月至今，兼任江苏默乐生物科技股份有限公司独立董事	否

因此，公司独立董事均不属于中组部、教育部规定的党政领导干部，不存在违反中组部以及教育部关于党政领导干部在企业兼职（任职）问题的相关规定的情形。

十、发行人员工及社会保障情况

（一）人员情况

1、员工人数及变化情况

报告期各期末，公司及子公司在册员工人数情况如下：

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
员工人数（人）	2,346	2,735	2,562	2,164

2、员工专业结构

截至 2022 年 9 月 30 日，公司员工按专业结构分类列示如下：

员工类别	员工人数（人）	占员工比例（%）

员工类别	员工人数（人）	占员工比例（%）
行政管理人员	289	12.32
研发人员	326	13.90
生产人员	1,478	63.00
销售人员	218	9.29
采购人员	35	1.49
合计	2,346	100.00

（二）发行人报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况

1、发行人社保及住房公积金缴纳人数

公司根据国家和地方的有关规定实行劳动合同制，为正式员工办理了养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险等社会保险，建立了住房公积金制度。境外子公司均按照当地法律为员工提供了社会福利保障。

（1）社会保险缴纳情况

报告期内，公司及境内子公司社会保险的缴纳情况如下：

时间	境内在册员工人数	退休返聘人数	当月入职次月缴纳社会保险人数	应缴社会保险人数	缴纳城镇职工社会保险人数	缴纳新农合/新农保人数	缴纳比例
2019年末	2,140	113	-	2,027	1,079	151	60.68%
2020年末	2,538	140	11	2,387	1,433	500	80.98%
2021年末	2,708	215	15	2,478	1,779	692	99.72%
2022年9月末	2,294	178	6	2,110	1,684	421	99.76%

注：1、城乡居民基本医疗保险简称为“新农合”，城乡居民基本养老保险简称为“新农保”；

2、应缴社会保险人数=境内在册员工人数-退休返聘人数-当月入职次月缴纳社会保险人数；

3、缴纳比例=（缴纳城镇职工社会保险人数+缴纳新农合/新农保人数）÷应缴社会保险人数。

（2）住房公积金缴纳情况

报告期内，公司及境内子公司为员工缴纳住房公积金，缴纳情况如下：

时间	境内在册员工人数	退休返聘人数	当月入职次月缴纳住房公积金人数	应缴住房公积金人数	缴纳住房公积金人数	缴纳比例
2019年末	2,140	113	-	2,027	265	13.07%
2020年末	2,538	140	12	2,386	1,296	54.32%

2021 年末	2,708	215	15	2,478	1,817	73.33%
2022 年 9 月末	2,294	178	6	2,110	1,679	79.57%

注：1、应缴住房公积金人数=境内在册员工人数-退休返聘人数-当月入职次月缴纳住房公积金人数；

2、缴纳比例=缴纳住房公积金人数÷应缴住房公积金人数。

2、未缴情形及原因

报告期各期末，公司及境内子公司城镇职工社会保险和住房公积金的未缴纳原因如下：

项目	2022 年 9 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
未缴城镇职工社会保险人数	426	699	954	948
未缴城镇职工社会保险原因	(1) 421 人已缴纳新农保或新农合，发行人或其子公司已为其中 421 名员工报销个人承担的保险费；(2) 5 人自行缴纳或在其他单位缴纳	(1) 692 人已缴纳新农保或新农合，发行人或其子公司已为其中的 673 名员工报销个人承担的保险费；(2) 4 人自行缴纳或在其他单位缴纳；(3) 3 人发行人或其子公司未予缴纳	(1) 500 人已缴纳新农保或新农合；(2) 6 人在其他单位缴纳；(3) 243 人自愿放弃；(4) 205 人发行人或其子公司未予缴纳	(1) 151 人已缴纳新农保或新农合；(2) 350 人自愿放弃；(3) 447 人发行人或其子公司未予缴纳
未缴住房公积金人数	431	661	1,090	1,762
未缴住房公积金原因	431 人自愿放弃；发行人或其子公司已为其中 431 名员工提供宿舍或住房补贴	(1) 604 人自愿放弃；(2) 57 人发行人或其子公司未予缴纳。发行人或其子公司已为其中 608 名员工提供宿舍或住房补贴	(1) 738 人自愿放弃；(2) 352 人发行人或其子公司未予缴纳	(1) 1043 人自愿放弃；(2) 719 人发行人或其子公司未予缴纳

注：1、未缴城镇职工社会保险人数=应缴社会保险人数-缴纳城镇职工社会保险人数；
2、未缴住房公积金人数=应缴住房公积金人数-缴纳住房公积金人数。

报告期内，公司及子公司员工社会保险的缴纳比例分别为 60.68%、80.98%、99.72%和 99.76%，住房公积金的缴纳比例分别为 13.07%、54.32%、73.33%和 79.57%。发行人存在部分员工城镇职工社会保险、住房公积金未缴的情况，主要原因是：报告期内发行人及其子公司未缴纳城镇职工社会保险/住房公积金的员工主要为农村户籍人员，此类人员大部分已缴纳新农合或新农保，不愿意因承担“五险一金”中个人应缴纳部分导致减少其实际可支配收入，缴纳城镇职工社会保险、住房公积金的意愿不强，发行人及其子公司为该部分员

工缴纳城镇职工社会保险和住房公积金存在客观困难。

报告期内，公司通过为员工报销新农保、新农合缴交费用的形式保障未缴纳城镇职工社会保险员工的福利待遇。报告期内，公司向员工提供新农保、新农合报销的人数分别为 0 人、384 人、673 人和 421 人，占应缴社会保险员工总人数的比例分别为 0.00%、16.09%、27.16%、19.95%。报告期内，公司通过提供员工宿舍和住房补贴等形式保障未缴纳住房公积金的员工住房方面的福利待遇。报告期内，公司向员工提供住宿的人数分别为 925 人、1,243 人、1,242 人和 1,291 人，占应缴住房公积金员工总人数的比例分别为 45.63%、52.10%、50.12%和 61.18%；领取住房补贴的员工人数分别为 159 人、162 人、158 人和 35 人，占应缴住房公积金员工总人数的比例分别为 7.84%、6.79%、6.38%和 1.66%。

经测算，如发行人补缴报告期内未缴的社会保险、住房公积金，对公司经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应补缴社会保险金额	77.98	537.30	797.14	1,175.47
应补缴住房公积金金额	57.45	128.42	229.81	276.52
补缴金额合计	135.42	665.73	1,026.95	1,451.99
净利润	12,080.84	19,019.09	19,269.13	15,155.18
应补缴金额占净利润比例	1.12%	3.50%	5.33%	9.58%

注：（1）社保补缴测算范围不包含已以新农合、新农保等方式参保的员工；（2）社会保险/公积金应补缴金额以发行人所在地人社部门公布的最低缴纳基数、应缴未缴员工人数、缴纳比例为基础进行测算。

根据上述测算结果，发行人如足额补缴报告期内社会保险和住房公积金，补缴金额分别占发行人报告期各期末净利润的 9.58%、5.33%、3.50%、1.12%，对发行人经营业绩不构成重大不利影响。

公司已采取措施，加强员工社会保险和住房公积金缴纳管理，将逐步提高社保和公积金缴纳比例，规范社保和公积金缴纳。

截至 2022 年 9 月 30 日，除已缴纳新农保或新农合的员工自愿放弃缴纳社会保险外，发行人已为全部符合缴纳条件的员工缴纳了社会保险。对于已缴纳新农保或新农合且自愿放弃缴纳社会保险的员工，发行人为其及时报销新农保

或新农合费用，对于有缴纳社会保险意愿的农村户籍员工，发行人将根据其个人意愿办理社会保险增员手续。对于未缴纳住房公积金的员工，发行人将继续鼓励员工参加住房公积金，对于仍不愿缴纳的，发行人将为其提供宿舍或住房补贴。

3、合法合规情况

报告期内，发行人及其境内子公司不存在因违反社会保险、住房公积金管理相关法律、法规、规章及规范性文件而受到行政处罚的情形。

（1）社会保险

公司实行劳动合同制，员工的聘用和解聘依据《中华人民共和国劳动法》等法律法规的相关规定办理。公司为员工办理了养老保险、医疗保险、失业保险、生育保险、工伤保险等社会保险，报告期内未发生因违反国家、地方有关社会保险方面的法律、法规而受到行政处罚的情况。

（2）住房公积金

公司已办理住房公积金缴存登记手续，并开立单位公积金账户为员工缴纳住房公积金，对于未缴纳住房公积金的员工，公司通过提供员工宿舍和住房补贴等措施解决其住房保障问题。

根据义乌市人力资源和社会保障局、义乌市佛堂镇综合行政执法大队、兰溪市人力资源和社会保障局出具的证明、信用杭州线上出具的《企业信用报告（无违法违规证明）》，报告期内，发行人及其境内子公司不存在因违反社会保险相关法律、法规、规章及规范性文件而受到行政处罚的情形。

根据义乌市住房公积金管理中心、杭州住房公积金管理中心、金华市住房公积金管理中心兰溪分中心出具的证明，报告期内，发行人及其境内子公司不存在因违反住房公积金管理相关法律、法规、规章及规范性文件而受到行政处罚的情形。

（3）境外子公司社会保障制度合法合规情况

根据境外律师出具的关于美国选一、香港画家居、印尼画家居、印尼艺海的法律意见书，报告期内，公司境外子公司不存在违反所在地劳动相关法律法

规的情形。

（4）发行人境外子公司是否遵守了所在国家或地区劳动方面的法律法规，是否因违反劳动方面法律法规引起争议、诉讼、处罚

根据 Law Offices of Bin Li & Associates 出具的法律意见，报告期内，美国选一按照美国联邦和州相关规定依法为所有员工支付了社保和工伤保险，并为全体员工提供了医疗保险。报告期内，美国选一不存在因违反劳动法而受到政府部门处罚的情形，也不存在因违法劳动法而产生诉讼的记录。

根据罗拔臣律师事务所出具的法律意见，自香港画家居成立日起，香港画家居在中国香港特别行政区未签订任何劳动合同或雇用任何雇员。

根据 Macalloharlin Mendrofa Advocates 出具的法律意见，报告期内，印尼画家居已按照印度尼西亚相关规定依法为员工提供了劳动保障，印尼画家居未因违反劳动和雇佣相关法律而受到政府当局行政处罚，也未因违反劳动和雇佣相关法律而被提起诉讼。

根据 Macalloharlin Mendrofa Advocates 出具的法律意见，截至 2023 年 2 月 27 日，印尼艺海未雇佣任何员工。

综上，发行人境外子公司遵守了所在国家或地区劳动方面的法律法规，不存在因违反劳动方面法律法规引起争议、诉讼、处罚。

4、控股股东、实际控制人关于社会保险、住房公积金缴纳事项的承诺

公司控股股东华鸿控股、实际控制人龚品忠、龚新明承诺：“若依有权政府部门、法院、仲裁机构、员工的决定、判决、裁定、主张，发行人及其子公司需为其员工补缴社会保险费用、住房公积金，或因未及时、足额为其员工缴纳社会保险费用、住房公积金而需缴纳罚款、滞纳金或承担其他法律责任时，本单位/本人将无条件对发行人及其子公司予以全额补偿，且放弃对发行人及其子公司的追偿权。本单位/本人保证发行人及其境内子公司不会因社会保险及住房公积金的补缴事项而遭受任何损失。”

（三）劳务派遣用工情况

1、劳务派遣用工范围和用工比例

《劳务派遣暂行规定》第三条规定：“用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者。”第四条规定：“用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的10%。”

报告期内，公司在管理岗位、销售岗位、研发岗位、核心生产工序等重要及核心岗位的用工均为签订劳动合同的正式员工或签署劳务合同的退休返聘员工，但由于发行人业务旺季订单量大，部分临时性、辅助性或替代性岗位用工紧缺，为解决临时用工需求，发行人及其子公司存在劳务派遣用工的情形。报告期各期末，公司劳务派遣用工具体情况如下：

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
劳务派遣人数（人）	-	32	-	-
公司境内在册员工总数（人）	2,294	2,708	2,538	2,140
劳务派遣人数占比	-	1.18%	-	-

注：劳务派遣人数占比=劳务派遣人数/（境内在册员工总数+劳务派遣人数）

截至 2022 年 9 月 30 日，公司不存在采用劳务派遣用工的情形。报告期各期末，公司劳务派遣人数占员工人数的比例均低于 10%，符合《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定。

因此，公司劳务派遣用工范围和用工比例符合《劳务派遣暂行规定》相关规定。

2、劳务派遣用工报酬

《中华人民共和国劳动合同法》第六十三条规定：“被派遣劳动者享有与用工单位的劳动者同工同酬的权利。用工单位应当按照同工同酬原则，对被派遣劳动者与本单位同类岗位的劳动者实行相同的劳动报酬分配办法。用工单位无同类岗位劳动者的，参照用工单位所在地相同或者相近岗位劳动者的劳动报酬确定。”

报告期内，劳务派遣员工的薪酬与公司同类岗位员工的薪酬不存在明显差

异，符合《中华人民共和国劳动合同法》的规定。

3、劳务派遣单位资质

报告期内，宁波浩源人力资源有限公司、江西省任远人力资源有限公司、金华市小董人力资源有限公司曾为公司及子公司提供劳务派遣服务，公司及子公司劳务派遣单位的具体情况如下：

用工单位	劳务派遣单位	劳务派遣经营许可证编号	劳务派遣经营许可证有效期	劳务派遣合同有效期	劳务派遣资质有效期是否覆盖合同期间	与发行人是否存在关联关系
华鸿股份	宁波浩源人力资源有限公司	330211202003250143	2020.3.25-2023.3.24	2021.12.15-2022.1.26	是	否
画之都	江西省任远人力资源有限公司	36042620240705047	2021.7.6-2024.7.5	2021.8.18-2021.10.17	是	否
林君文化	金华市小董人力资源有限公司	330701202110110034	2021.10.11-2024.10.10	2021.1.1-2022.12.31	否	否

报告期内，在与发行人及其子公司合作的劳务派遣公司中，金华市小董人力资源有限公司在取得《劳务派遣经营许可证》之前曾向林君文化提供劳务派遣服务，该情形不符合《中华人民共和国劳动合同法》《劳务派遣行政许可实施办法》等相关法律法规的规定。金华市小董人力资源有限公司已于 2021 年 10 月 11 日取得《劳务派遣经营许可证》。

根据《中华人民共和国劳动合同法》第九十二条规定：“违反本法规定，未经许可，擅自经营劳务派遣业务的，由劳动行政部门责令停止违法行为，没收违法所得，并处违法所得一倍以上五倍以下的罚款；没有违法所得的，可以处五万元以下的罚款。”

根据上述规定，擅自经营劳务派遣业务的法律责任承担主体为劳务派遣单位，对发行人的合法经营不会构成影响。

4、是否存在违法违规行为

根据义乌市人力资源和社会保障局、义乌市佛堂镇综合行政执法大队、兰溪市人力资源和社会保障局、兰溪市医疗保障局出具的证明、信用杭州线上出具的《企业信用报告（无违法违规证明）》，报告期内，发行人及其境内子公司不存在因劳务派遣用工而受到行政处罚的情形。

根据《中华人民共和国劳动合同法》第九十二条规定：“违反本法规定，

未经许可，擅自经营劳务派遣业务的，由劳动行政部门责令停止违法行为，没收违法所得，并处违法所得一倍以上五倍以下的罚款；没有违法所得的，可以处五万元以下的罚款。”金华市小董人力资源有限公司在向林君文化提供劳务派遣服务的部分期间未能提供其劳务派遣资质，如其未取得劳务派遣资质，林君文化在报告期内与其合作，相关法律责任的承担主体为劳务派遣单位，且金华市小董人力资源有限公司在与林君文化后续合作过程中已取得《劳务派遣经营许可证》，完成了规范手续。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在受到过行政主管部门关于劳务派遣用工方面的处罚的情形。公司使用劳务派遣员工符合《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》等相关法律规定，不存在重大违法行为。

第五节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

（一）发行人主营业务、主要产品、主营业务收入构成

1、发行人主营业务概况

公司是一家致力于全球生活艺术化的家居饰品供应商，主要从事装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售，产品主要用于各类室内场所的装饰，起到美化室内环境、营造环境氛围的作用。公司主要采用 ODM 生产模式，主要市场为美国及欧洲等地，通过把传统艺术与现代创意设计 & 工业制造能力相结合，为全球消费者提供大众化、生活化的创意家居装饰产品，美化人们的生活。

突出的原创设计和研发创新能力是公司的核心竞争力。公司始终高度重视产品的设计与创新，组建了超过二百人的研发设计师团队，通过引进国际前沿时尚设计理念、潮流元素，并依靠丰富的研发设计经验，能够准确把握市场和客户需求，在欧美行业内具有较高知名度。公司积极探索现代美术设计技术在装饰画、镜子、相框等家居饰品领域的运用，将电脑绘画、数字影像合成等技术与传统绘画创作方式相结合，形成了具有独创性的高效设计研发流程和体系。公司不断探索新材料、新工艺在产品中的创新性运用，实现原创设计产品与新材料、新工艺的完美结合，大幅提升公司产品的艺术价值和市场价值。截至本招股说明书签署之日，装饰画数据库内作品数量达 13 万幅，镜子数据库内作品数量超过 2 万款，相框数据库内作品数量超过 4 万款，作品数据库容量超过 120TB。报告期内，公司销售装饰画产品的图案内容自主版权占比超过 65%。通过大量优秀的原创设计结合不断推陈出新的新材料、新工艺，大大提升了公司产品的附加价值和竞争力。

公司营销渠道和客户资源优势明显。公司直接面向国际大型综合零售商和品牌商客户，能满足客户对研发设计能力、产品质量、版权保护等多方面的严格要求，具备持续为客户提供优质产品的能力。公司持续多年深耕国际市场，在美国、英国、南美等地设立了专门子公司或销售代表处，建立和形成了自己

的海外销售渠道体系，产品覆盖全球 60 多个国家和地区。公司与 Target、Ross Stores、Walmart、The Home Depot、Falabella、CDS 等大型连锁超市和家居装饰品牌建立了长期良好的合作关系。公司自有品牌“Tyler & Finn”“Empty Space”已开始在海外市场布局，与海外连锁商的合作不断加深，品牌影响力不断上升。公司也积极拓展国内市场，“天下画仓”“天画家居”已成为国内行业内知名品牌。



公司及子公司画之都均为国家高新技术企业。截至报告期末，公司取得国家专利授权 91 项，其中发明专利 29 项，实用新型专利 50 项，外观设计专利 12 个。2011 年，画之都获浙江省知识产权局、浙江省经济和信息化委员会认定为浙江省专利示范企业；2012 年，画之都装饰画研发中心被浙江省科学技术厅认定为省级高新技术企业研究开发中心；2015 年，被浙江省经济和信息化厅认定为第二批浙江省省级工业设计中心。公司通过了 ISO9001 标准的质量管理体系和 ISO14001 环境管理体系的认证。画之都自 2012 年以来连续多年被商务部、中宣部、财政部、文化部和国家广电总局认定为“国家文化出口重点企业”，被浙江省商务厅、文化厅、外贸厅等部门认定为“浙江省文化出口重点企业”。

2、发行人主要产品

公司主要产品包括装饰画、镜子及相框类家居饰品，主要用于家庭墙面、酒店办公类公共场所，满足国内外消费者的室内环境装饰需求。公司产品融合了各种时尚潮流元素、展现多样文化属性，是经过创意设计后生产的非标准化

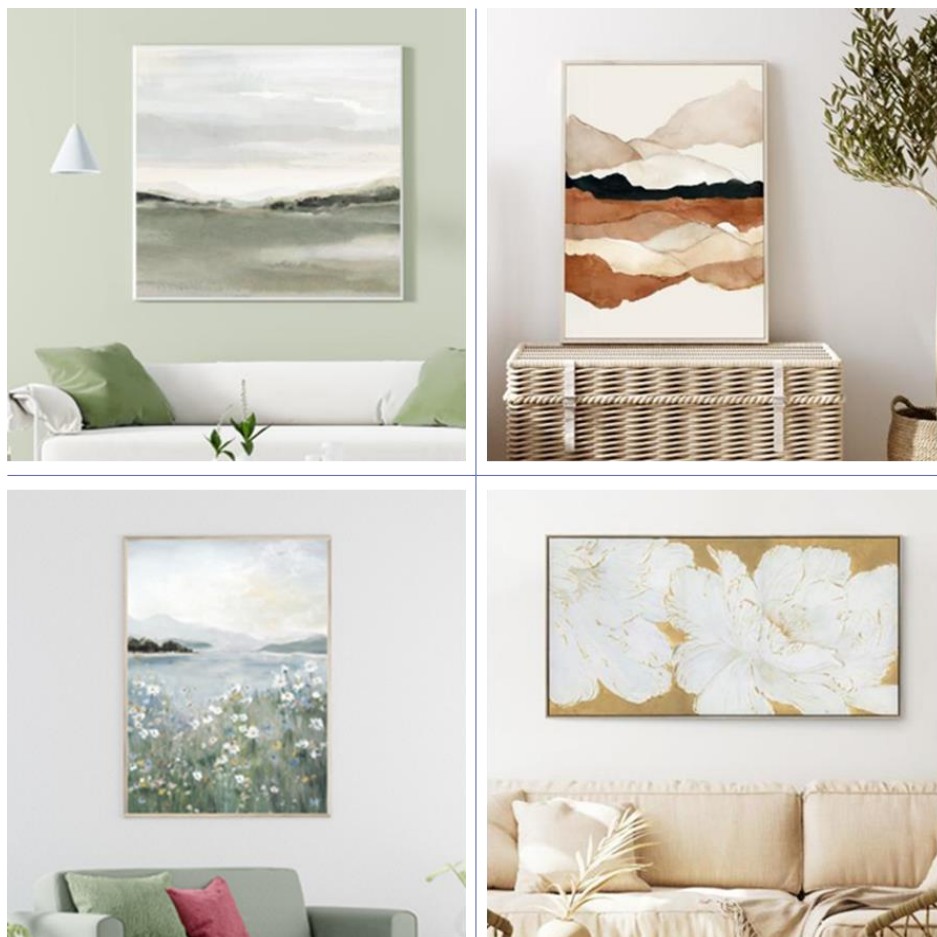
产品。

（1）装饰画

根据采用的材质、工艺，公司的装饰画产品主要包括：帆布工艺画、玻璃框画、手绘油画及木板工艺画等四个大类。

①帆布工艺画

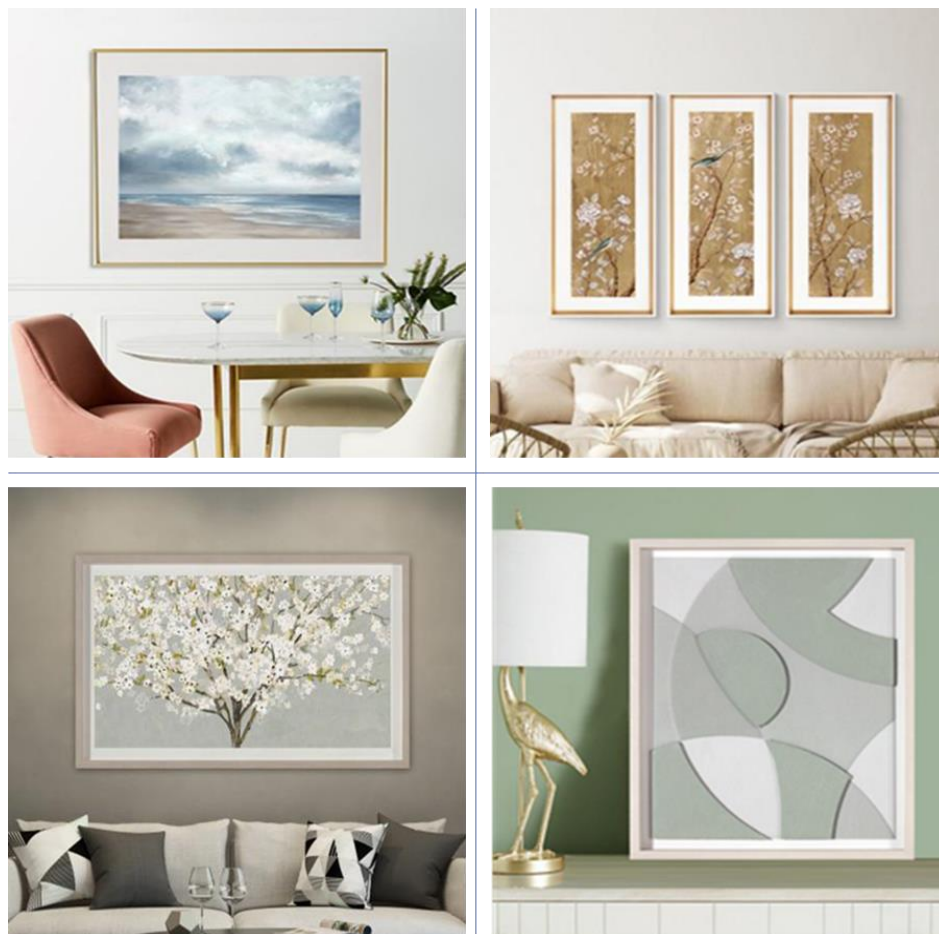
帆布工艺画主要特点是：a.以帆布、麻布、银布等材质为创作依托，以数码喷绘为主要创作手法，经绷框后呈现；b.数码喷绘后，通过增加手工油画笔触等方式，使画面呈现出接近手绘油画的质感，提升审美价值；c.完成画芯创作后，进行发泡、烫金、烫钻、闪粉、裁框、绷框等一系列工艺程序后封装为成品。



②玻璃框画

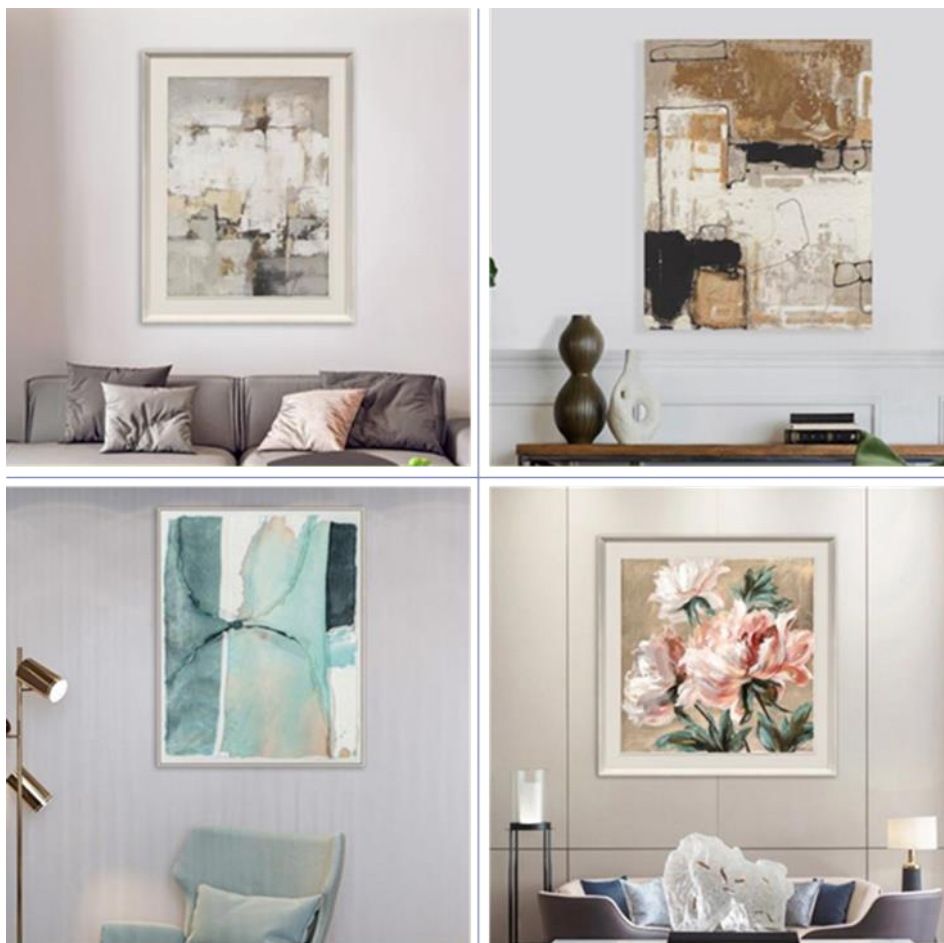
玻璃框画的主要特点是：a.在玻璃、画纸、帆布、麻布等材质上喷绘或手绘画，经玻璃封框后呈现；b.画芯创作完成后，通过聚金、烫金等多重工艺

以突显多重艺术效果；c.玻璃框画增加了玻璃封装，可以更好的保护画面，也更显精致高端，具有较高的艺术欣赏价值。



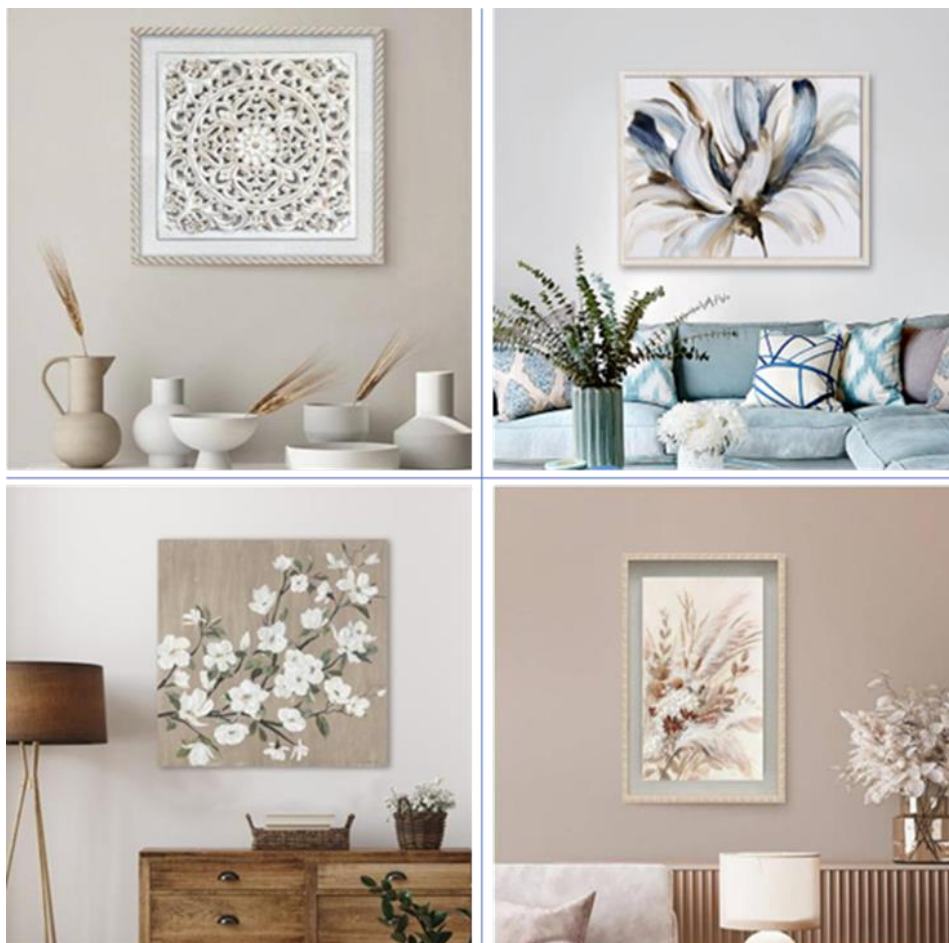
③手绘油画

手绘油画主要依靠画师手工创作。专业画师经过工艺分解后，在各类画布上手绘画作，再经过裁框、绷框、笔触等一系列工艺程序并最终完成封装；相较帆布工艺画和玻璃框画，手绘油画具有更高艺术创作价值，具有艺术商品化的最佳体现。



④木板工艺画

木板工艺画的特点：a.使用木板作为创作载体，通过喷绘，丝印，精雕，裱装等一系列工艺程序后封装制作完成；b.木板工艺画质感强烈，体现自然主题，极具艺术价值和观赏价值。



（2）镜子

镜子是家居生活中不可或缺的家居用品，其不仅具有实用性，也是家居装饰的重要组成部分。公司的镜子产品主要包括功能镜和装饰镜两大类。

①功能镜

功能镜是指以功能性为主的镜子，常见的功能镜产品包括穿衣镜、浴室镜、墙镜等。



②装饰镜

装饰镜在满足基本的反射功能外，更凸显美化及装饰空间的作用，其可塑性强，造型多变，使用范围广泛。随着现代装修技术的不断革新，装饰镜在设计师的创新驱动下，变得更加人性化、艺术化和个性化，与多元化材质以及科技元素的创新融合，衍化出多种多样的镜子家居饰品以满足不同消费群体的需求。



（3）相框

相框主要用于图片的固定、保护及加强其美观性，具有装饰功能，是较为普遍的家居装饰用品。根据制作材料，包括木制相框、铁艺相框、塑料相框等。相框按功能属性，包括摆台相框和组合相框等。

①摆台相框

摆台相框主要功能为保护相片。摆台相框融入设计理念和丝印、贴镜等工艺后，大大增加了装饰属性。



②组合相框

组合相框的主要特点：造型、功能可多样，可以满足客户的不同功能需求。组合相框赋予客户更多的参与感，大大地提升了客户的体验感和实用性。



3、发行人主营业务收入构成及特征

报告期内，公司主营业务收入按照产品类型分类情况如下：

单位：万元、%

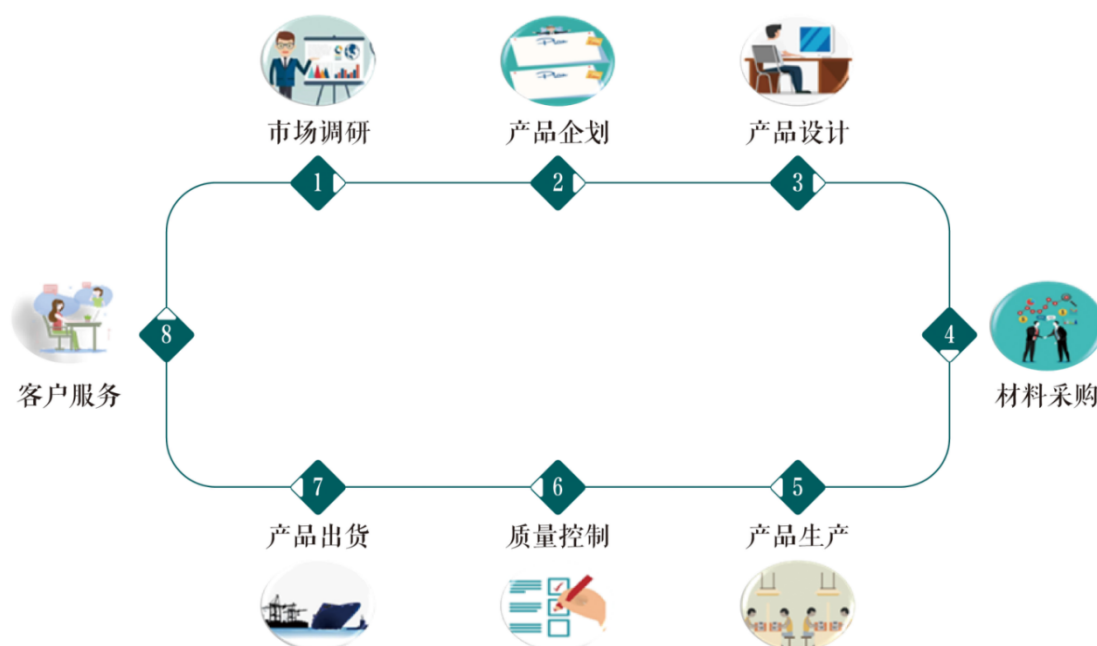
项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
装饰画	39,922.38	61.75	61,352.45	60.37	43,688.50	57.51	44,492.41	57.53
镜子	16,967.40	26.25	28,196.43	27.74	21,025.13	27.67	16,835.50	21.77
相框	7,134.96	11.04	11,945.79	11.75	11,166.90	14.70	15,651.63	20.24
其他	621.90	0.96	136.63	0.13	91.82	0.12	357.34	0.46
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

报告期内，公司主营业务收入主要来自装饰画、镜子和相框类产品。最近三年及一期，三项产品合计占主营业务收入的比例分别为 99.54%、99.88%、99.87%和 99.04%。公司产品中，装饰画类产品对收入的贡献度最高，产品竞争力和盈利能力也较强。报告期末，装饰画类产品的主营收入占比在 60%以上。镜子类产品对收入的贡献度其次。相框类产品对收入的贡献度最少，且报告期

内，相框类产品占主营业务收入的比例呈逐步下降趋势。

（二）发行人的经营模式

公司拥有独立、完整的产品研发与设计、采购、生产及销售体系，形成了稳定成熟的经营模式。公司的业务线覆盖市场调研、产品企划、产品设计、供应链管理、生产制造、渠道建设、产品营销和售后服务等各个环节，实现对价值链的全程把控。公司业务流程如下所示：



1、采购模式

公司主要采用以产定购的采购模式，设置采购部门负责生产用原材料、辅料、设备等供应商的评定及采购计划的编制、执行工作。

公司采购部门采购的物资主要分为三大类：（1）原材料：包括但不限于画布、聚苯乙烯、密度板、玻璃镜子等；（2）辅料：包括但不限于颜料、胶水、胶布等；（3）设备：木条切割机、自动封装机等。其中，原材料是物资采购的主要部分。

根据原材料及辅料的特点，公司采取不同的采购方式：（1）对于通用性较强或价值量较小的原材料及辅料，如画布、聚苯乙烯、密度板、玻璃镜子、胶水、颜料等，采购部门按照公司的生产、销售计划进行常规采购。公司与原材料供应商签署采购框架协议，再以订单形式确定原材料及辅料采购的具体数

量、金额、型号等。（2）对于特殊、专用的原材料及辅料，如金箔等，公司根据实际订单情况和生产计划进行临时采购。

公司建立了完备的供应商管理体系，通过多种渠道开发、甄选优秀的供应商，并对其供货能力和产品质量进行综合评定，最后审批进入公司的合格供应商名录，开展长期合作。公司评定合格供应商的流程如下图所示：



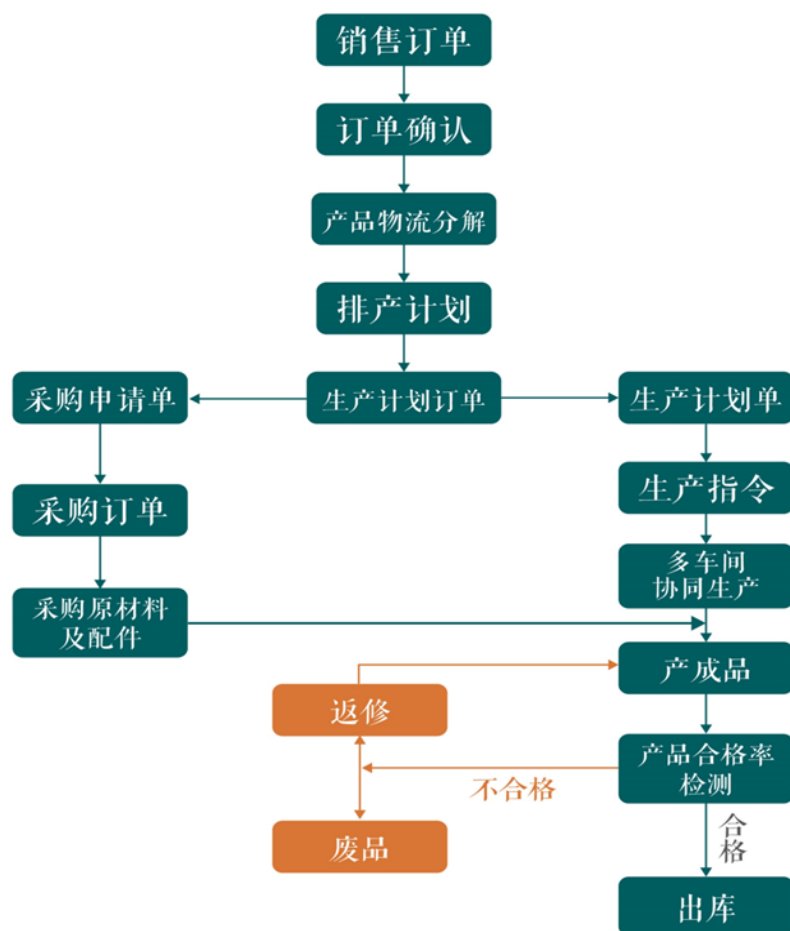
对于进入合格供应商名录的企业，公司每年进行定期评审和不定期的工厂查验，以确定合作的供应商是否具备持续稳定的供应能力。公司根据生产计划，适时调整采购计划，调整的内容包括：合格供应商名录、采购物资及相关比例等。公司通过评审、查验及调整采购计划，保证采购活动的可持续性。

2、生产模式

公司的生产模式以自主生产为主，少量外协生产为补充。其中，涉及产品的核心工艺制作及生产工序均采用自主生产模式。

（1）自主生产模式

根据国内外客户的不同特点和营销网络的覆盖情况，公司针对内外销市场采取不同的自主生产流程。针对外销市场，公司实行以销定产策略，即公司根据客户订单的需求和交货期限安排生产，公司接到客户订单后根据交货期限编制生产计划，完成生产后向客户发货。以销定产策略有利于降低公司的库存，减少资金占用。自主生产模式流程图，如下所示：



在内销市场，公司实行先产后销与以销定产相结合的策略，即根据公司对市场的判断生产小批量新产品进入销售渠道，再根据产品销售情况进行追加生产。

（2）外协生产模式

公司综合考虑订单情况制定产品生产计划。公司在产品生产过程中，对主要生产工序以自主生产为主，当加工能力不足时，通过质量可靠、合作基础良好的厂商进行委托加工。

报告期内，公司采购外协加工服务的具体内容包括装饰画绷框、镜子加工、装饰画喷绘、喷漆喷塑、框体加工、铁框加工等加工服务，考虑到自身加工能力限制和成本效率等因素，公司将部分技术含量较低的非核心工序采用外协加工的方式进行生产，从而聚焦更具商业价值的核心业务，具备必要性与合理性。

公司生产中的关键工序或技术主要集中在产品设计环节、新材料及新工艺

的研发等环节，外协加工涉及的装饰画绷框、框体加工、装饰画喷绘等均非公司生产中的关键工序或关键技术，公司在相关方面亦无技术瓶颈。公司在产品生产过程中，对主要生产工序以自主生产为主，当加工能力不足时，通过质量可靠、合作基础良好的厂商进行委托加工。另外，公司周边能够提供装饰画绷框、框体加工、装饰画喷绘等服务的加工厂商较多，供给侧竞争较为充分，公司不存在对外协厂商的依赖。

①公司控制委托加工产品质量的具体措施

A.生产前的控制措施

建立合格委托加工厂商库，由品管部门、生产部门组成审核小组，对外协厂商进行调查评核，调查评估合格之厂商列入合格厂商名列。

对外协厂商进行产前辅导。促进委托加工厂商品质管理组织的建立健全；强化委托加工厂商品质标准、品管方法、检测设备使用的训练；协助其制程改善等。

B.生产过程的控制措施

公司在委托加工协议中对受托加工方需提供产品质量有明确要求。

在批量生产前，受托加工方先做首件样，与公司确认相符后方可批量生产。

针对新工艺或有特殊要求的客户订单，公司对委托加工进行首期（生产总量的 10%-20%）、中期（生产总量的 50%）和尾期（生产完成）验货，对于长期合作的委托加工，则只进行尾期验货。如首期、中期验货不通过，公司将书面通知委托加工厂商，进行原因分析并整改，整改完成后重新进行首期、中期验货，验货通过的继续生产。如尾期验货不通过，委托加工厂商将全部返工，无法返工的需做报废处理，重新生产。

C.生产完成后的控制措施

受托加工方将委托加工品提供给公司时，由质检部进行抽样质量检测并组织验货。若提供产品符合委托加工协议约定的品质，则正常入库，不合格则由受托加工方重新加工，更换后的加工产品仍达不到质量技术要求的，公司有权

退货，并要求受托加工方赔偿公司相应损失。

公司通过制定相关控制程序解决了委托加工产品在生产前、生产中、生产后可能产生的问题，也有效确保了委托加工产品的质量。

②公司与委托加工商关于产品质量责任分摊的具体安排

对不符合标准的委托加工品，公司有权拒收或要求受托加工方进行重新加工。公司亦可在收到加工产品后向受托加工方提书面异议，经双方核实确属受托加工方责任的，公司有权要求受托加工方进行重新加工。受托加工方应在公司提出异议后更换符合质量要求的加工产品，由此延误的时间按逾期交货承担违约责任；如更换后的加工产品仍达不到质量技术要求，公司有权退货。因上述情形所造成的损失，应由受托加工方承担。公司采取了委托加工产品质量控制的具体措施，与委托加工厂商有明确的产品质量责任分摊约定。

③发行人对外协质量管理的制度及执行情况

公司制定了《供应商开发流程》《供应商评审制度》《外协核价流程》，对外协加工供应商的开发与选择、质量控制等进行明确。公司在实际执行过程中，严格遵循以上制度的要求，报告期内公司未发生过因外协加工服务质量导致的纠纷问题。

④主要委托加工商情况

报告期内，公司前五名委托加工商的委托加工费用及其占委托加工费用总额的比例如下：

单位：万元

期间	序号	委托加工企业名称	金额	占比	委托加工内容
2022 年 1-9 月	1	义乌市涛晔工艺品有限公司	96.01	18.58%	装饰画绷框
	2	金华市麟达工艺品有限公司	92.04	17.81%	装饰画绷框
	3	金华市金博工艺品有限公司	63.12	12.22%	装饰画绷框
	4	沐阳县汇金工艺品有限公司	45.57	8.82%	装饰画绷框
	5	义乌斌泰工艺品有限公司	43.54	8.43%	镜子加工
	合计		340.29	65.86%	-
2021 年度	1	磐安煜珈工贸有限公司	201.67	17.23%	装饰画绷框
	2	金华市华年工艺品有限公司	130.25	11.13%	装饰画绷框、 喷绘

期间	序号	委托加工企业名称	金额	占比	委托加工内容
	3	金华市麟达工艺品有限公司	89.82	7.68%	装饰画绷框
	4	仙居县春虹工艺礼品厂（普通合伙）	78.59	6.72%	装饰画绷框
	5	金华市锦旋工艺品有限公司	72.31	6.18%	装饰画绷框
	合计		572.64	48.93%	-
2020 年度	1	金华市唯美工艺品有限公司	126.28	15.07%	装饰画绷框
	2	仙居县春虹工艺礼品厂（普通合伙）	100.80	12.03%	装饰画绷框
	3	义乌斌泰工艺品有限公司	98.33	11.74%	镜子加工
	4	义乌市坤冠画框有限公司	83.32	9.95%	框体加工、喷漆 喷绘等
	5	沐阳县汇金工艺品有限公司	80.12	9.56%	装饰画绷框、框 体加工等
	合计		488.85	58.35%	-
2019 年度	1	义乌市坤冠画框有限公司	746.15	50.86%	框体加工、喷漆 喷绘等
	2	金华市唯美工艺品有限公司	200.18	13.65%	装饰画绷框、喷 绘等
	3	浙江普莱德休闲用品有限公司	115.35	7.86%	铁框加工
	4	兰溪市冠景工艺品有限公司	114.41	7.80%	装饰画绷框、喷 绘等
	5	仙居县春虹工艺礼品厂（普通合伙）	75.00	5.11%	装饰画绷框、喷 绘、框体加工等
	合计		1,251.09	85.28%	-

截至本招股说明书签署之日，公司主要外协方及其股东、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公司及公司的股东、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之间不存在股权关系、委托持股或者其它关联关系，亦不存在其他利益安排。

报告期内，公司前十大委托加工行政处罚情况如下：

公司名称	处罚日期	决定书文号	处罚机构	处罚内容
浙江普莱德休闲用品有限公司	2021 年 3 月 15 日	武公（熟溪）行罚决字【2021】00500 号	浙江省金华市武义县公安局熟溪派出所	2019 年 2 月至 2021 年 1 月期间，聘用非法入境的越南人，根据《中华人民共和国出境入境管理法》第八十条第三款之规定，罚款 10 万元
仙居好生活家居用品有限公司	2022 年 8 月 10 日	台 税 三 稽 罚【2022】80 号	浙江省台州市税务局	伙同他人虚开发票构成偷税，对所偷增值税、城市维护建设税、企业所得税合计罚款 86,404.62 元

公司名称	处罚日期	决定书文号	处罚机构	处罚内容
	2020 年 1 月 14 日	台环仙罚字【2020】10 号	浙江省台州市生态环境局仙居分局	涉嫌未批先建、配套环保设施未经验收擅自投产案，罚款 21.3 万元
仙居县远扬工艺品有限公司	2020 年 1 月 3 日	仙（消）行罚决字【2020】0005 号	浙江省台州市仙居县公安局	消防设施、器材、消防安全标志未保持完好有效，罚款 5,000 元
义乌市坤冠画框有限公司	2020 年 12 月 14 日	义执法行罚字【2020】第 08853 号	浙江省义乌市综合行政执法局	违规弃置其他垃圾、可回收物，违反《浙江省城镇生活垃圾分类管理办法》第十五条，罚款 2,000 元
仙居县春虹工艺礼品厂（普通合伙）	2021 年 4 月 15 日	仙应急罚字【2021】第 2000009 号	浙江省台州市仙居县应急管理局	未对从业人员进行安全生产教育和培训，根据《中华人民共和国安全生产法》第九十四条第（三）项的规定，罚款 20,000 元

报告期内，公司委托加工金额占主营业务成本的比例分别为 3.82%、2.08%、1.94%和 1.35%，公司委托加工占比较小且呈下降趋势，所涉及的委托加工工序均为非核心工序，主要作为公司自身生产力不足时的补充；另外，义乌周边能够提供相关委托加工服务的企业众多，公司更换委托加工商的成本较低。

公司主要委托加工商不存在因与公司合作而受环保、安全生产等方面重大行政处罚的情形。报告期内，公司委托加工规模较低且更换委托加工商成本较低，委托加工商受行政处罚情形不会对本次发行构成实质性障碍。

⑤委托加工费构成及定价

报告期内，公司的委托加工费占主营业务成本的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务成本	38,394.61	60,248.03	40,360.14	38,364.96
委托加工费	516.69	1,170.26	837.74	1,467.00
委托加工费占主营业务成本比例	1.35%	1.94%	2.08%	3.82%

最近三年及一期，公司委托加工费占主营业务成本的比例分别为 3.82%、2.08%、1.94%和 1.35%，占比较低。2019 年，公司的第一大委托加工厂商为坤冠画框，2020 年公司收购了坤冠画框主要机器设备和存货，具体参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情

况”之“（一）画之都收购坤冠画框机器设备和存货”。收购坤冠画框后，公司原委托其加工的部分转为自行生产，导致 2020 年度、2021 年度委托加工费用较 2019 年下降。

报告期内，公司委托加工的主要内容如下：

单位：万元、%

加工内容	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
装饰画绷框	354.57	68.62	741.17	63.33	561.71	67.05	198.60	13.54
镜子加工	84.46	16.35	97.39	8.32	80.43	9.60	11.35	0.77
装饰画喷绘	11.08	2.14	183.67	15.69	0.15	0.02	243.65	16.61
喷漆喷塑	31.26	6.05	48.15	4.11	26.64	3.18	6.86	0.47
框体加工	-	-	2.61	0.22	118.40	14.13	823.86	56.16
铁框加工	-	-	-	-	-	-	115.35	7.86
其他	35.32	6.84	97.26	8.31	50.42	6.02	67.33	4.59
合计	516.69	100.00	1,170.26	100.00	837.74	100.00	1,467.00	100.00

公司产品为非标准化产品，不同订单对产品的尺寸、规格及原料要求均不尽相同。报告期内，公司周边能够提供装饰画绷框、成品包装、喷漆喷塑、框体加工、装饰画喷绘等服务的加工厂商较多，竞争较为充分。公司根据生产工期需要，综合考虑委托加工厂商的生产能力、交货期、产品质量、工厂位置、报价等因素选择委托加工厂商。委托加工的定价依据为公司基于耗用材料、人工成本及委托加工厂商的合理利润、采购规模等因素，与委托加工厂商协商确定，定价公允。

为了充分发挥外协采购控价作用，有效控制采购成本，公司制定了《外协核价流程》，对外协核价人员的主要职责、外协订单价格审核流程、外协报价及打样流程等进行了明确，上述制度合理全面并在报告期内得到有效执行。

报告期各期，公司采购规模较大的外协工序为装饰画绷框，其加工单价情况如下：

单位：元/平方米

加工内容	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
装饰画绷框	38.62	33.91	38.08	34.80

报告期内，装饰画绷框加工单价基本维持稳定，其小幅波动主要受框体材质、规格、绷框工艺、采购数量等因素影响。公司以各道工序自行生产所需的辅材、人工等内部成本为基础，通过向多家供应商询价并结合其交期安排等综合确定外协工序供应商及外协采购价格，外协采购价格公允。

3、销售模式

公司销售区域包括境外和境内，境外市场销售范围包括欧洲、北美、南美、亚洲等地区，公司与境外客户建立了稳定的合作关系。针对境内及境外市场竞争格局、价值链构成、渠道及需求特点，根据境内外市场不同的发展阶段和市场特点，公司采取不同的销售模式，具体如下：

国内外市场特点		
项目	境内市场	境外市场
竞争格局	潜力巨大，成长迅速，逐步进入品牌竞争阶段，跨国企业还未介入，国内企业竞争力不强，市场集中度较低。	市场容量大，存在大量优势品牌，市场集中度相对较高，竞争较激烈
价值链构成	利润主要来自于生产环节，研发设计和销售环节较弱	利润来源主要是研发设计和销售环节，生产环节大部分外包
渠道特点	成熟度低，销售渠道散、乱，以批发渠道为主，缺乏有实力的经销商、零售商，终端渠道不成型，进入门槛较低。	销售渠道成熟，专业经销商网络、终端连锁店发达，进入门槛较高
需求特点	消费者对产品认知度低，消费习惯不成熟，尚需培育，产品结构丰富	消费者有成熟、稳定的消费习惯，产品种类较少，需求量大
公司销售模式选择		
项目	境内市场	境外市场
公司目标	扩大销售网络覆盖范围，迅速占领国内中高端市场，引领市场发展潮流，巩固公司的行业领先地位，塑造企业品牌影响力，培育消费者消费习惯。	充分发挥自身创意设计和生产工艺的优势，提高出口市场份额；扩张销售网络，扩大市场覆盖区域，逐步提高公司产品知名度。
销售渠道	线上与线下销售结合	重点开拓国外大型终端连锁企业和品牌商，结合贸易商等，建立稳定的销售渠道
品牌经营	自主品牌经营	以 ODM、OEM 模式为主，尝试开拓自主品牌

公司境外销售占比较高，已经形成了“以外销为重点，以内销为补充，线上线下良好互动”的销售业态，为公司发展奠定了良好基础。报告期内，公司主营业务收入情况如下：

单位：万元、%

区域	2022 年 1-9 月份		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	61,790.06	95.58	99,357.81	97.76	74,272.59	97.76	74,663.03	96.54
内销	2,856.57	4.42	2,273.48	2.24	1,699.77	2.24	2,673.85	3.46
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

（1）外销模式

境外销售渠道是公司创立以来不断积累和沉淀形成的核心竞争力之一。未来一段时间内，公司业务拓展的重心仍然在海外，以研发设计创新能力为支撑持续拓展延伸产品系列，促进收入规模的增长。公司不断扩大在境外市场的知名度和影响力，建立了一套成熟的市场开拓机制。

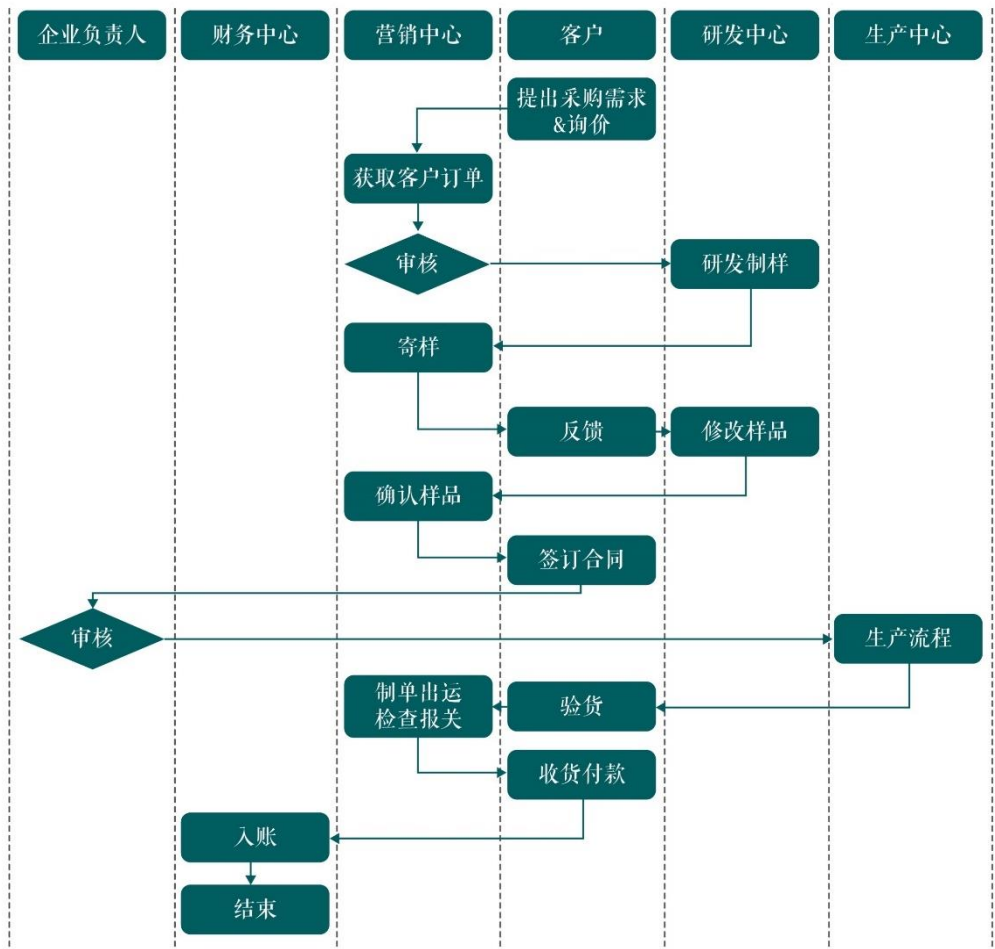
①境外销售业务流程

公司的境外销售模式主要分为三类：（1）以 ODM 模式销售；（2）以 OEM 模式销售；（3）以自有品牌模式销售。

ODM 模式是公司目前最主要的境外销售模式，辅以少量的 OEM 模式。在 ODM 模式下，公司主要按照境外客户的创意意图、产品质量、工艺技术等进行设计、打样；在 OEM 模式下，客户直接根据客户所提供的样品直接打样，不参与产品设计。客户评审通过产品样品后，公司组织生产部批量生产，再直接销售给境外客户。

自有品牌的境外销售主要是境外客户直接采购公司自有产品或由客户提出创意设计、工艺技术的要求后交由公司进行设计并生产，相关产品印有公司的自有商标。目前，公司自有品牌模式仍处在探索阶段，销售收入占比较低。

境外销售 ODM 模式和 OEM 模式的具体流程如下所示：



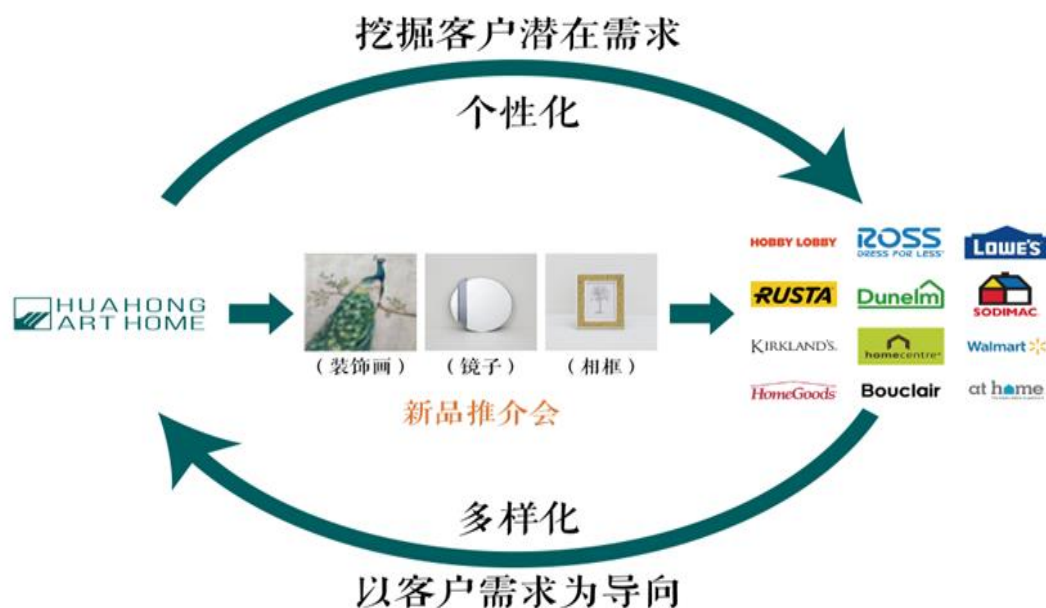
A.获取订单的方式

公司在境外销售的过程中建立了一套成熟的市场开拓机制。营销部门以家居饰品发展的流行前沿为方向，以为客户提供多样化的个性化定制服务为前提，以应对市场变化的快速反馈为基础，通过多种渠道接触下游客户。公司获取订单主要有以下方式：

a.主动订单获取。公司凭借自身的创意设计能力、工艺技术能力和材料开发能力，研发出新产品后通过客户官网、电子邮箱、登门拜访等多种方式主动向客户推介，以获取客户的订单。

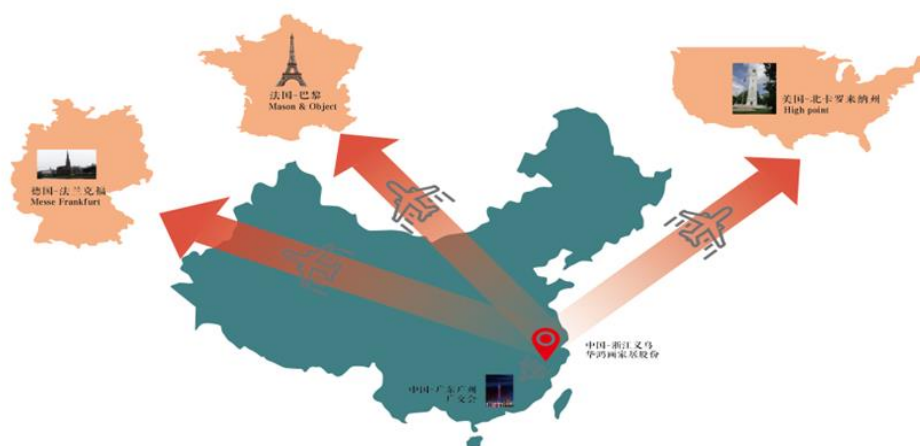
对于重要客户，公司会针对性的举行新品推介活动，并邀请国内外客户、国外客户驻内代表来参与。研发设计部和销售部通过实物展览、视频影像、摄影图片等多种方式，发布公司针对重要客户的新品设计和工艺研发成果。新品推介活动不仅能满足客户的多样化需求，还通过自身的创意设计优势引导客户选择，从“以客户需求为导向”到一定程度上“挖掘客户潜在需求”的角色转

变，突出客户个性化的设计理念，增强了客户粘性。



在 2020 年以来的疫情期间，公司主要采取网络视频、电话和邮件等方式进行新品的推荐，并向客户邮寄相关样品。

b.展会订单获取。公司主动参加中国进出口商品交易会（广交会）、德国法兰克福消费品展、法国高点消费品展等国际性展会，展示公司产品独到的创意设计理念、良好的工艺技术水平，提升业内国际知名度，与世界领先的家居饰品企业沟通交流，从而获取新的客户订单。



c.口碑订单获取。存量客户持续性订单承接和依靠积攒下来的业内品牌影

响力和口碑传播获取新的客户订单。

B.境外客户基本情况

公司现已建立了覆盖全球五大洲、60 多个国家的 300 多个客户的营销网络。公司与众多品牌商、零售商经过长时间的业务合作，已建立了稳定良好的供销关系。公司凭借自身优质的产品质量和突出的产品创意，在品牌商、零售商提供的销售渠道中实现终端销售。

报告期内，公司境外销售按照区域划分的销售收入及其占主营业务收入比例的情况，如下所示：

单位：万元、%

区域	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北美	41,404.53	64.05	62,059.64	61.06	46,409.17	61.09	45,751.39	59.16
欧洲	13,452.11	20.81	23,515.75	23.14	20,193.84	26.58	20,774.07	26.86
亚洲	2,765.61	4.28	4,544.68	4.47	2,201.29	2.90	2,475.09	3.20
南美	3,515.44	5.44	8,156.59	8.03	4,259.62	5.61	4,107.97	5.31
其他	652.38	1.01	1,081.16	1.06	1,208.67	1.59	1,554.52	2.01
合计	61,790.06	95.58	99,357.81	97.76	74,272.59	97.76	74,663.03	96.54

C.境外客户类型划分

公司境外客户主要分为贸易商客户和终端商客户。贸易商客户并不直接面对消费者，收到货后再出售给其下游的零售商；终端商客户直接面对终端消费者，包括大型连锁超市、家居品牌商店。与行业内多数企业主要销往贸易商不同，公司境外客户主要为终端商。行业内多数企业因其自身的规模和自主产品设计能力有限，无法直接面向终端商并为其提供客户所需的产品，也不具备完善的销售渠道，其销售渠道被贸易商掌握，多数企业只能提供生产加工服务，创造的价值有限。

报告期内，公司按照客户类型划分的外销收入及占主营业务收入的比例如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
终端商	53,643.45	82.98	84,578.40	83.22	62,746.32	82.59	59,512.68	76.95
贸易商	8,112.54	12.55	14,755.44	14.52	11,523.17	15.17	15,150.35	19.59
电商零售	34.07	0.05	23.97	0.02	3.11	0.00	-	-
合计	61,790.06	95.58	99,357.81	97.76	74,272.59	97.76	74,663.03	96.54

D.销售订单/合同

公司与客户通过签订销售订单/合同对相关交易进行确定，订单的主要内容
包括产品规格、数量、价格条款、单价、包装方式、交货时间、交运安排、保
费支付等相关内容。其中，重要的内容如下：

a.签订买断式销售订单/合同

公司与客户签订的销售订单/合同为买断式销售，即公司将产品销售给客户
之后，由客户独立承担对最终客户的销售风险。双方所签订的销售订单/合同
中，未附有任何带有约束力的经销协议或者具有经销性质的合同条款。依照该
销售订单/合同，客户不能在除产品损害或质量不达标的情况外，随意更换或
取消所订购的产品。在产品交易完成后，产品所有权、控制权及其收益与风险
已全部移交给客户。依照销售订单/合同，公司分别与贸易商客户、终端商客户
约定的权利义务关系、风险报酬转移时点无实质性差异。

b.产品定价方式

公司外销以 FOB 形式为主，即按照离岸价格进行交易。公司的产品定价中
不包含装运港至约定目的地港的运费和约定的保险费。产品定价考虑的因素主
要为：原材料成本、人工成本、创意设计价值等。

为避免原材料价格、人工、关税及汇率波动对公司盈利能力的影响，公司
采用成本加成的定价策略，在保证一定的产品毛利的基础上，与客户协商确定
价格。当原材料、人工、关税及汇率等出现较大波动时，公司会与客户重新协
商确定价格。

c. 货款支付方式

公司境外销售主要采用电汇、不可撤销信用证、银行托收等方式进行结算。对于新增客户，公司通常要求客户支付预付款，余款在客户收到提单等相关单据复印件后支付。

d. 出口信用保险

为了保障外销收入回款的安全性，公司与中信保开展业务合作，投保了短期出口信用保险综合保险。短期出口信用保险综合保险承保的风险包括商业风险和政治风险。商业风险包括买方破产、无力偿付债务、拖欠货款，开证行破产、停业或被接管，单证相符、单单相符时开证行拖欠或在远期信用项下拒绝承兑等；政治风险包括买方或开证行所在国家、地区禁止或限制买方或开证行向被保险人支付货款或信用证款项，禁止买方购买的货物进口或撤销已颁发给买方的进口许可证，发生战争、内战或者暴动，导致买方无法履行合同或开证行不能履行信用证项下的付款义务，买方付款须经过的第三国颁布延期付款令等。商业风险和政治风险基本涵盖了公司与客户的全部交易风险。

对于新开发的客户，在签订订单或合同前，公司会向中信保提出对该客户的投保限额申请。中信保对该客户进行详细的资信调查后，根据调查结果和风险评估情况批复保险限额。公司根据中信保的批复情况确定是否与该客户进行合作或是否重新商量付款方式。通过投保出口信用保险的方式，可以确保公司新开发的客户资信状况良好，不存在重大的商业风险和政治风险。

对于已经建立长期合作关系的客户，如果出现潜在的商业风险和客户所在国产生潜在的政治风险，中信保会及时发出预警信息，尽可能地避免公司发生交易损失。

对于超过信用期、可能发生损失的应收账款，公司可向中信保申报可能发生的损失，中信保积极帮助公司追偿、减少损失，如确实无法追偿，公司即可提出索赔申请，中信保按程序定损后依约赔付。

（2）内销模式

公司境内销售业务正处于开拓阶段，占公司销售收入的比例较低，主要由子公司天画家居开展具体业务。天画家居负责境内市场的开拓，通过线上、线

下相结合的方式开展业务。

随着国内经济的快速发展，居民的可支配收入提高，装饰画等家居饰品的市场需求水涨船高。国内市场是公司未来拟大力拓展的目标市场。公司积极探索线上销售与线下销售相结合的复合型模式，借鉴境外销售的成功经验，整合公司业务资源，加快境内销售的规模。

公司境内销售产品主要为自主研发设计的产品。公司的境内客户主要为各类家居饰品门店、中高档酒店、艺术画廊、中高档艺术品店等。线下销售渠道中，公司采用直销的方式。客户下达采购订单后，公司接单备货。公司备货完成后，客户到公司仓库提货并付货款，运费亦由客户承担。线下销售的业务流程图，如下所示：



公司内销的线上销售主要是在天猫平台、微信小程序、抖音等第三方电商平台开设网店进行销售，直接面向消费者。对于线上销售，客户下达采购订单后，公司接单备货，通过物流公司发货，并开具发票。客户确认收货后，电商平台将款项结算至公司网店账户。线上销售的流程如下图所示：



线上与线下销售相结合的经营模式对公司国内市场的开拓和品牌形象塑造产生积极的推动作用。公司境内销售的具体情况如下表所示：

单位：万元、%

内销类型	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线下销售	1,796.09	2.78	1,316.80	1.30	1,117.64	1.47	1,830.78	2.37
线上销售	1,060.48	1.64	956.69	0.94	582.13	0.77	843.07	1.09
合计	2,856.57	4.42	2,273.48	2.24	1,699.77	2.24	2,673.85	3.46

注：占比=对应内销类型销售收入/主营业务收入

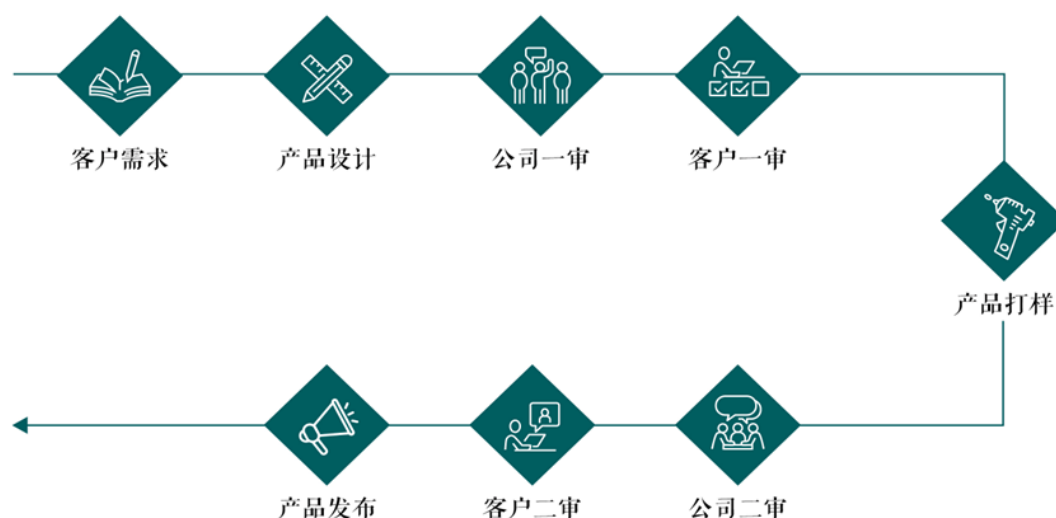
4、研发设计模式

研发设计环节是公司的“创意生产”环节。公司已形成了一套以画面设计为核心、以市场为导向、自主设计与客户定制相结合的研发设计体系。公司的研发设计模式主要有客户定制和自主研发两种。

公司早期主要依赖国外客户的 OEM 订单进行生产、销售。对于 OEM 订单，公司研发设计部门需要进行客户定制研发设计。研发设计部门的主要职能是按要求将客户提供的设计样稿或样品转化为产品样品，经客户确认后再交由生产部生产，研发设计人员主要从事复制、打样制作等工作，即代工模式。为避免代工过程中产生知识产权纠纷，公司要求客户在合同中承诺：按照其预计销售的国家的法律，对于其所提供的图样，在该国不存在侵犯他人著作权的情形。如果因第三方主张权利，致使卖方造成损失，买方应当承担全部赔偿责任。

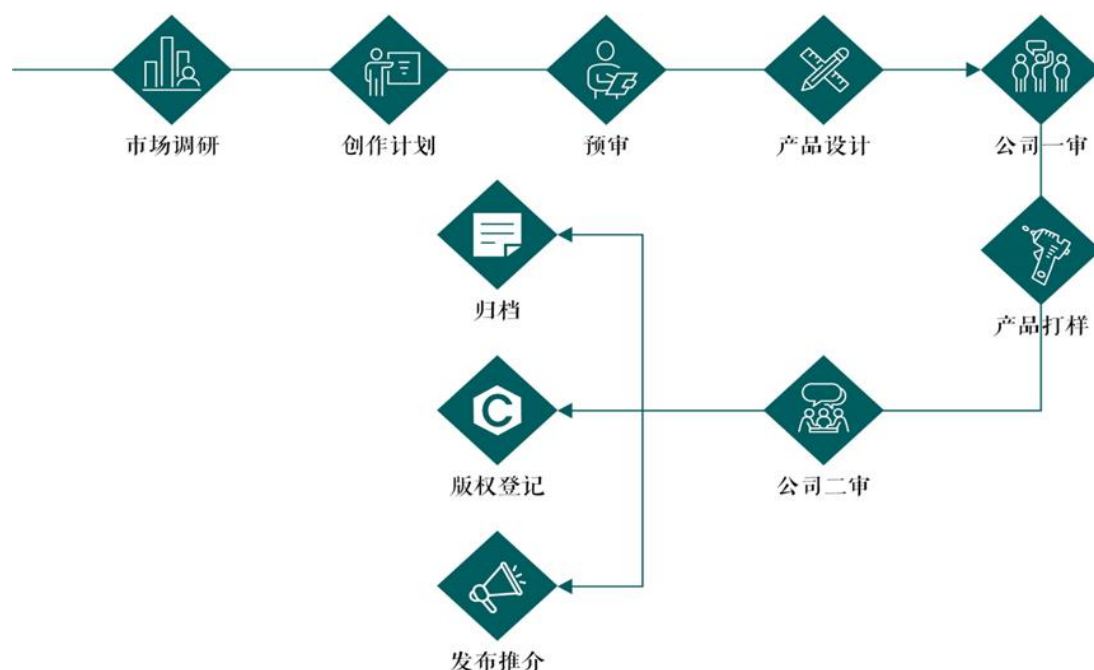
经过多年投入和不断积累，公司具备独立设计研发的能力后，逐渐转为以 ODM 业务模式为主，并相应进行自主研发设计。公司美国子公司在美国装饰画、镜子及相框产品等装饰品行业深耕多年，深切了解美国装饰品市场及主流客户的切实需求，能够将产品的最新消费趋势和设计潮流等需求信息及时反馈给公司设计研发团队，研发设计团队根据客户提出的所需产品的种类、风格或者题材，进行开发、设计、打样制作，即客户定制模式。在自主研发设计模式下，研发设计不是对客户提供的样稿的简单复制，而是需要进行自主创作，研发设计人员的创意设计水平是公司获得客户订单的最重要因素。

客户定制研发设计流程如下图所示：



为加强研发设计能力，公司大量吸收高水平的设计师，完善研发设计体系。在外销市场，公司凭借多年以来的经验积累开始尝试直接面向市场的完全自主研发设计模式，公司研发设计部门不再依赖客户提供研发方向，而是主动进行市场调研和预测，由设计师根据市场需求进行自主创作，再由销售部门将这些作品集中向新老客户发布、推介。

自主研发设计流程如下图所示：



5、采用目前经营模式的原因、关键影响因素及未来变化趋势

公司根据多年生产经营实践，结合行业和产品特点，形成了现有的采购、生产、销售和研发模式。影响公司经营模式的关键因素为境内外市场的需求状

况、客户群体的类型、公司的研发设计能力以及对客户的综合服务能力等。

报告期内，影响公司经营模式的关键因素未发生重大变化。公司在可预计的未来仍将继续保持现有经营模式，不断加强客户服务、提升研发设计能力，确保公司持续稳定发展。

（三）发行人设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

公司的主营业务为装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售。公司设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式未发生变化。

（四）主要业务经营情况和核心技术产业化情况

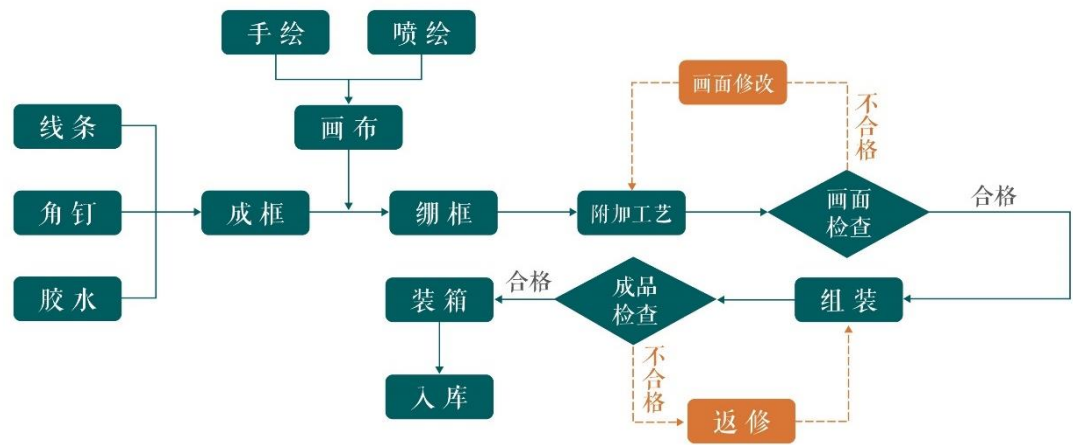
公司是一家致力于全球生活艺术化的家居饰品供应商，主要从事装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售，产品主要用于各类室内场所的装饰，起到美化室内环境、营造环境氛围的作用。报告期内，公司主营业务突出、主要业务经营情况良好，具体参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析分析”之“（一）营业收入分析”相关内容。

公司通过自主研发形成了核心技术并拥有自主知识产权，涵盖创意创作、生产制造、营销策略方面。相关技术均处于批量生产阶段并广泛使用于主要业务经营活动中，已实现产业化应用。

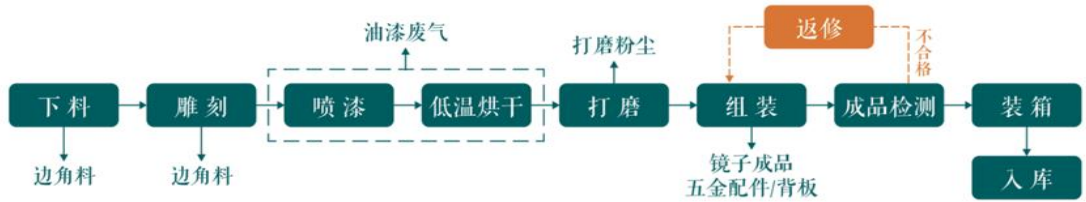
（五）发行人主要产品的工艺流程图

公司的主要产品为装饰画、镜子及相框，其工艺流程主要如下图所示：

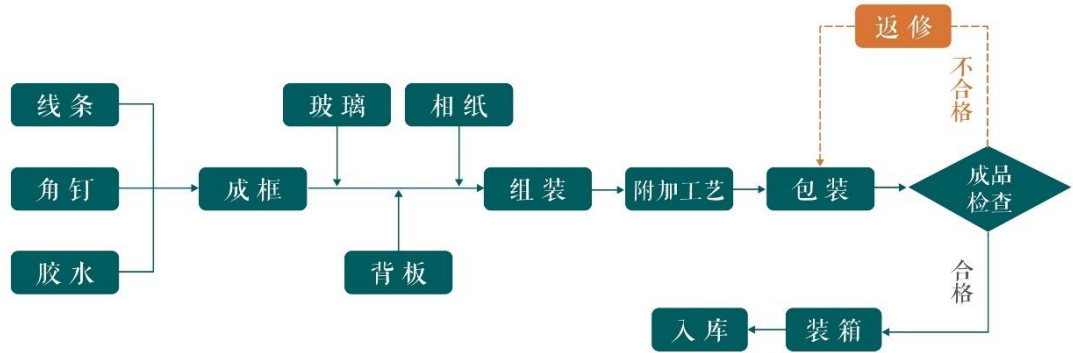
1、装饰画



2、镜子



3、相框



4、核心技术在工艺流程中的运用及效果情况

(1) 装饰画

公司装饰画产品中主要运用的核心技术及其在工艺流程中的运用情况及效果展示如下：

序号	名称	流程节点	关键工艺及技术	效果展示

序号	名称	流程节点	关键工艺及技术	效果展示
1	钢化玻璃装饰画及制作工艺	附加工艺	直接将图案或印刷层激光打印在第一层钢化玻璃表面，第一层钢化玻璃起支撑作用；通过对第二层钢化玻璃外表面加热至600—700℃，然后自然冷却，控制加热位置及移动方向，从而控制钢化玻璃纹理的走向研究，第二层钢化玻璃上的纹理对图案起到增色作用；通过控制第二层钢化玻璃表面的加热温度、形成纹理时间等，形成连续的纹理上延伸有断续的短纹理等特点。	
2	3D画及其制作工艺	附加工艺	采用亚敏热熔粘合剂作为蛋托间的粘合剂，该粘合剂能保持剥离和粘结性能间的平衡；确定3D画目数研究色块占据目数，根据电脑软件分色后形成亮光色块和亚光色块，亮光格位置采用电化铝或者电化箔，亚光格位置采用发泡浆进行发泡形成凸块；控制亮光格、亚光格占据的目数，研究亮光格、亚光格色块重叠形成立体效果。	
3	木纹画制作工艺	附加工艺	选择铁梳在KT板表面划出木纹，划痕走向参照装饰画上木质纹路走向，铁梳端部经过处理形成倾斜面，通过倾斜使用铁梳，使得产生的纹路接近自然效果；用刀具在木纹区划出木板的条块外形，条块外形处截面为三角形，其三角形划痕能填充聚集足额天那水，在外形对条块边缘进行颜色深化处理；绘画后，采用丙烯颜料进行涂抹并浸湿擦除做旧处理，使其显示墙面破损、岩石表面风化的效果。	

（2）镜子

公司镜子产品中主要运用的核心技术及其在工艺流程中的运用情况及效果展示如下：

序号	名称	流程节点	关键工艺及技术	效果展示
1	一种玻璃制品高光耐磨丝网印刷工艺	打磨	重新确定丝印油墨的配方，并添加一定比例的高光改性剂及纳米金属盐，确定丝网的目数及厚度，在一定的温度下载相应的时间进行固化，图形清晰鲜艳并具有较强的耐磨性。	
2	一种耐水型紫外线固化玻璃铂金工艺	打磨	对聚氨酯丙烯酸酯涂料的结构及表面进行适当的改性。使得聚氨酯丙烯酸酯的氨基、羧基等亲水性基团得到了封闭，降低其亲水性，具有较强的耐水性；加入纳米二氧化硅，表面出现明显颗粒状粗糙面，通过降低摩擦面积，使耐磨性得到明显的提高，使铂金花纹更为耐磨。	

(3) 相框

序号	名称	流程节点	关键工艺及技术	效果展示
1	一种亮光蚀刻磨砂玻璃及其制备方法	附加工艺	利用碱剂对玻璃表面的二氧化硅进行微腐蚀，调整蚀刻液配方，实现了对大部分四氟化硅的回收，降低了对环境、人体的影响。	

2	一种贴箔胶及其在玻璃贴箔中的应用	附加工艺	重新确定了贴箔胶配方及固化剂、填充剂和流平剂筛选，快速固化并留有改错时间；增加硅酸钠、硬脂酸钠提高贴箔胶与玻璃制品的亲合力，25℃下的粘度为 4000-4500CPS。	

（六）具有代表性的业务指标及其变动情况

公司是家居饰品行业的领先企业，主营业务收入、毛利率等核心指标对发行人业务开展情况具有代表性意义。主营业务收入体现了公司业务开展规模，可据以判断公司主营业务发展状况和创造价值的能力；毛利率体现了公司业务的竞争力及盈利能力。

报告期内公司主营业务收入变动情况及原因分析参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”相关内容。报告期内公司毛利率变动情况及原因分析参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率变动分析”相关内容。

（七）符合产业政策和国家经济发展战略的情况

公司产品具有较强的文化创意属性，是我国实施文化产业繁荣发展战略、推进文化对外出口贸易的重点企业之一。自 2012 年以来公司子公司画之都连续多次被商务部、中宣部、财政部、文化部和国家广电总局认定为“国家文化出口重点企业”，被浙江省商务厅、文化厅、外贸厅等部门认定为“浙江省文化出口重点企业”。公司的经营发展符合国家近年来先后颁布的多部关于文化产业、文化贸易的产业政策和国家经济发展战略，包括《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《国家“十四五”文化产业发展规划》《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》《关于共推进工业文化发展的指导意见》。

公司将继续把握时代及国家文化发展战略的机遇，积极推进国际化经营战

略，将公司的装饰画、镜子、相框类家居饰品进一步推向世界优秀文化产品前列，建设成为具有国际影响力的文化产品品牌。

二、发行人所处行业的基本情况 & 竞争格局

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司主营业务为装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发设计、生产和销售。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）规定，公司所处行业为“C 制造业”中的“C24 文教、工美、体育和娱乐用品制造业”。根据国家统计局颁布的《文化及相关产业分类（2018）》，公司所处行业为“02 内容创作生产”中的“026 工艺美术品制造”之“0264 花画工艺品制造”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门及监管体制

公司所处行业为家居饰品业，家居饰品包括装饰画、镜子、相框、钟表、窗帘、沙发套、桌布等一系列和居室饰品有关的范畴。

目前，我国对家居饰品行业的监管采取国家宏观调控和行业自律相结合的方式。从事装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发设计、生产、销售和出口企业的政府主管部门主要包括国家发改委、工业和信息化部、商务部、国家市场监督管理总局、文化和旅游部、中国海关以及外汇管理局等。上述主管部门及相关职能如下表所示：

部门	主要职能
中华人民共和国国家发展和改革委员会	主要负责产业政策制定，指导行业结构调整、行业体制改革、新建项目与技术改造、宏观调控、宏观管理等工作。
中华人民共和国工业和信息化部	负责制定并组织实施行业规划、计划和产业政策，起草相关法律法规草案，制定规章，监测分析行业运行态势，统计并发布相关信息，进行预测预警和信息引导，协调解决行业运行发展中的有关问题并提出政策建议等。
中华人民共和国商务部	拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策，负责制定进出口商品、加工贸易管理办法和进出口管理商品、技术目录，拟订促进外贸增长方式转变的政策措施。
中华人民共和国国家市场监督管理总局	负责市场主体统一登记注册。指导各类企业、农民专业合作社和从事经营活动的单位、个体工商户以及外国（地区）企业常驻代表机构等市场主体的登记注册工作。建立市场主体信息公示和共享机制，依法公示和共享有关信息，加强信用监管，推动市场主体信用体系建设。

部门	主要职能
中华人民共和国文化和旅游部	负责研究拟订文化和旅游政策措施；起草文化和旅游法律法规草案；统筹规划文化和旅游发展；拟订发展规划并组织实施、监管。
中华人民共和国海关总署	中国海关是家居的进出境监督管理机构，基本任务是出入境监管、征税、打私，对外承担税收征管、通关监管、保税监管、进出口统计、海关稽查等主要职责。
中华人民共和国外汇管理局	负责参与起草外汇管理有关法律法规和部门规章草案，发布与履行职责有关的规范性文件；负责全国外汇市场的监督管理工作；承担结售汇业务监督管理的责任；培育和发展外汇市场。

家居饰品行业自律机构包括中国轻工业联合会、中国工艺美术协会。上述主要行业自律机构及相关职能如下表所示：

机构	主要职能
中国轻工业联合会	中国轻工业联合会受委托归口管理服务的行业 and 主要产品包括：家具、工艺美术品、室内装饰等。主要职能包括：参与制定行业规划，对行业投资开发、重大技术改造、技术引进等项目进行前期论证与初审；为知识产权保护、反倾销、反补贴、反不正当竞争、打击走私等提供咨询服务等。
中国工艺美术协会	以促进工艺美术行业发展，繁荣工艺美术事业为宗旨，其主要职责包括：向政府主管部门提出制定行业规划、经济立法、经济技术政策等方面的意见、建议；协助制定行业标准，对行业检测、标准、信息等工作参与业务指导；组织行业的经济技术交流，推动行业内外多种形式的联合；协调行业内部和行业间在生产经营、技术合作和竞争中出现的的问题，订立行规、行约并监督遵守；协同政府主管部门落实工艺美术专家和专业技术人员政策，落实保护、发展、提高优秀传统文化技艺的措施；开展咨询服务，组织产品展销；积极开展国际间的交流与合作活动。

2、行业主要法律法规及政策

公司产品涉及的主要法律法规如下表所示：

序号	法律法规名称	发布单位	发布/修订时间
1	《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人大常委会	2013 年
2	《中华人民共和国专利法》	全国人大常委会	2020 年
3	《中华人民共和国著作权法》	全国人大常委会	2020 年
4	《中华人民共和国商标法》	全国人大常委会	2019 年
5	《中华人民共和国对外贸易法》	全国人大常委会	2016 年
6	《中华人民共和国进出口商品检验法》	全国人大常委会	2021 年

公司产品涉及的产业政策主要有：

2021 年 3 月，中共中央办公厅、国务院办公厅公布了《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，指出要：立足国内大循环，协

同推进强大国内市场和贸易强国建设，形成全球资源要素强大引力场，促进内需和外需、进口和出口、引进外资和对外投资协调发展，加快培育参与国际合作和竞争新优势……优化国际市场布局，引导企业深耕传统出口市场、拓展新兴市场，扩大与周边国家贸易规模，稳定国际市场份额。推动加工贸易转型升级，深化外贸转型升级基地、海关特殊监管区域、贸易促进平台、国际营销服务网络建设，加快发展跨境电商、市场采购贸易等新模式，鼓励建设海外仓，保障外贸产业链供应链畅通运转。

2021 年 4 月，文化和旅游部印发《国家“十四五”文化产业发展规划》，提出构建文化产业国际合作新格局：引导文化企业深耕传统出口市场、拓展新兴市场，逐步提高自贸伙伴、新兴市场和发展中国家在我国对外文化贸易与合作中的占比，扩大与周边国家文化产业合作规模。增强对外文化贸易综合竞争力：坚持以企业为主体、市场为导向，培育一批具有国际竞争力的外向型文化企业。

2020 年 11 月，国务院办公厅印发《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》，提出加快发展对外文化贸易，加大对国家文化出口重点企业和重点项目的支持，加强国家文化出口基地建设。

2019 年 10 月，国家发改委公布了《产业结构调整指导目录（2019 年本）》。其中，鼓励类产业包含：文化艺术；文化创意设计服务；民族和民间艺术、传统工艺美术保护与发展等。

2019 年 10 月，工业和信息化部、国家发展和改革委员会等十三部门印发《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022 年）》，提出：要提升制造业设计能力，能够为产品植入更高品质、更加绿色、更可持续的设计理念；能够综合应用新材料、新技术、新工艺、新模式，促进科技成果转化应用；能够推动集成创新和原始创新，助力解决制造业短板领域设计问题。

2019 年 5 月，国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》，提出促进工艺美术等行业创新发展，积极拓展文化消费广度和深度，鼓励文创产品开发与经营，拓宽文创产品展示和销售渠道。

2019 年 4 月，中国轻工业联合会在《第五次兼职副会长座谈会》，指出

要：引导行业企业向价值整合创新升级，加强关键技术开发，带动配套及零部件生产企业向“专、精、特、新”发展。要“无中生有”发展轻工新兴产业，“有中生新”嫁接改造传统产业。

2017 年 1 月，工业和信息化部、财政部印发《关于共推进工业文化发展的指导意见》，指出要：积极引导企业运用新技术、新工艺、新材料、新设计，创新发展工艺美术产业。培育一批示范性创新创业工艺美术特色区域和大师工作室，打造工艺美术特色区域品牌。

2016 年 8 月，工业和信息化部编制发布了《轻工业发展规划（2016—2020 年）》，指出要：强化企业品牌发展和竞争意识，培育知名品牌，建立完善品牌培育管理体系，开展品牌培育工作，提升核心竞争力，支持……文教体育用品、……等行业企业从贴牌生产向自主设计、自创品牌发展，支持品牌企业参加国内外大型展览展示活动。……推动工艺美术产品向特色型、创意型、个性化和精品化方向发展。……提升创新设计能力和创新成果产业化水平。

2015 年 6 月，浙江省经济和信息化委员会印发《浙江省时尚产业发展规划纲要（2014-2020 年）》，指出围绕现代生活品质需求，重点发展家具、厨具、家电、照明灯具、工艺美术品、家用纺织品。注重家居用品的绿色环保、节能降耗、智能高效、美观舒适。……进一步促进传统工艺美术传承保护与创新发展。打造成为国内重要的时尚家具、家电、工艺美术品基地和中国时尚厨具中心。

3、行业主要标准

公司产品涉及的主要行业标准如下表所示：

序号	行业规范名称	行业标准编号	生效日期
1	《画布框》	QB/T 2914-2007	2008-06-01
2	《家居行业经营服务规范》	SB/T 10903-2012	2013-09-01
3	《家居画饰》	QB/T 4669-2014	2014-10-01
4	《无铜镀银玻璃镜》	GB/T 28804-2012	2013-03-01
5	《民用装饰镜》	GB/T 23148-2008	2009-09-01
6	《消费品安全风险预警指南》	GB/T 39012-2020	2020-07-21
7	《消费品安全风险控制指南》	GB/T 39013-2020	2020-07-21

4、主要法律法规、产业政策、行业标准的制定趋势及其对公司发展的影响

从行业的法律法规制定来看，未来我国会逐步完善知识产权法、著作权等涉及创作领域的法律法规，并从执法方面，依法严惩非法盗版、盗用版权等窃取他人知识产权成果的违法行为。

从产业政策来看，未来我国会持续文化产业的繁荣发展战略，积极鼓励对外文化贸易，注重中西方文化的交流荟萃，取其精华，弃其糟粕。工艺美术品作为文化产业其中的成果重要呈现形式之一，也是我国对外文化贸易的主要产品之一，会继续受到相关产业政策的规范及扶持。

从行业标准来看，公司涉及的标准可能会进一步细化，相关标准也会因销售区域或国家的不同而不同。行业内相关公司必须提高对产品标准的认知更新进度。

行业法律法规的完善及严格执法、产业政策的持续扶持和规范和行业标准的细化，有利于优化行业的经营环境，对规范行业发展、监督行业发展、提高行业准入门槛起到积极影响，不会对公司的经营模式、业务资质及收入业绩产生重大不利影响。

（三）发行人所处行业概况及发展趋势

1、家居饰品行业

家居饰品属于家居用品，是指装修完毕后，对室内进行二度陈设与布置的易更换、易变动位置的饰物与家具，如窗帘、装饰画、镜子、相框及其他装饰工艺品等。依据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），家居饰品归属于文教、工美、体育和娱乐用品。

伴随着全球经济的发展，以及人们生活水平和消费能力的提高，家居用品包括家居饰品种类愈发丰富，对人们居家生活的重要性也日趋显著，促进了全球家居饰品市场的发展和繁荣。

（1）国际市场

从国际市场需求来看，欧美发达国家人均收入水平较高，居民购买能力较强，对居住环境要求较高，装饰画、镜子、相框等家居饰品是普通民众家居生

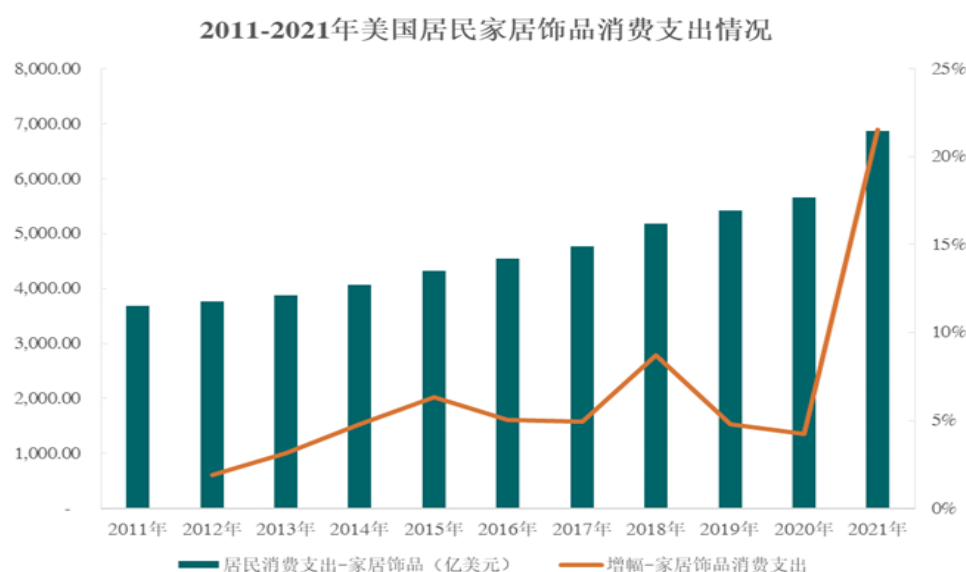
活的必需品。因此欧美地区不仅是现代家居装饰品的发源地，也是主要家居装饰品的消费市场。

①美国市场

美国市场是全世界最具有发展前景的家居饰品消费市场之一。最近三年及一期，公司在美国市场的销售收入分别为 41,659.42 万元、41,896.98 万元、56,149.88 万元和 38,687.36 万元，占当期主营业务收入比重分别为 53.87%、55.15%、55.25%和 59.84%，是公司主要销售目的地。

美国的家居饰品市场起步较早，现已步入成熟发展期。美国居民对家居饰品的消费支出持续增长，消费额从 2011 年的 3,690.24 亿美元增长到 2019 年的 5,424.42 亿美元，年均复合增长率为 4.93%。

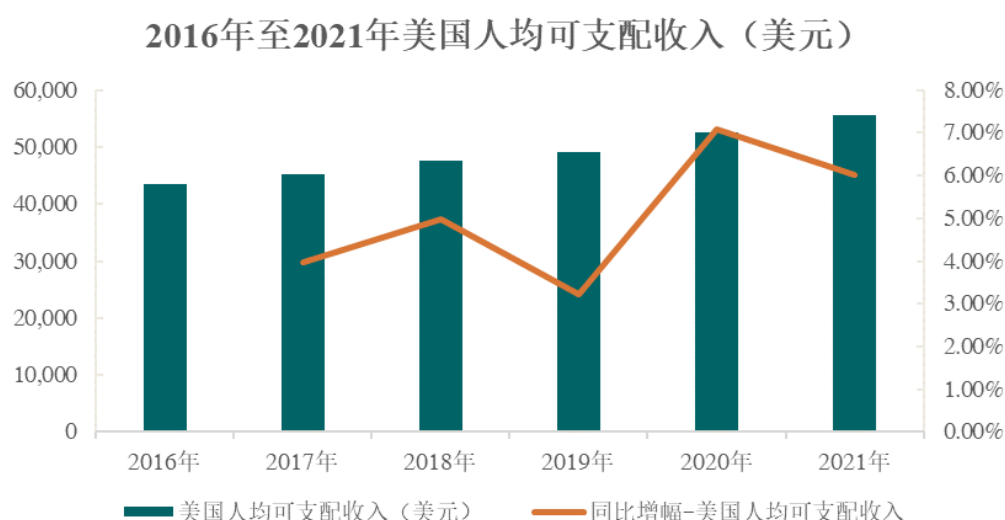
2020 年以来，为应对新冠疫情对美国经济的冲击，美国联邦政府推出了量化宽松的货币政策以及一系列的经济刺激措施，包括 2021 推出的 1.9 万亿美元的“经济救助计划”和 1.2 万亿美元的“基础设施投资和就业计划”，用于应对疫情对家庭及商业活动造成的冲击。在政策刺激下，2020 年美国居民消费中对家居饰品的支出仍有 4.23%的增幅。2021 年，随着新冠疫情的影响消退和持续的经济刺激措施，美国居民消费中对家居饰品的支出达到 6,871.89 亿美元，增幅达到 21.54%。



数据来源：Bureau of Economic Analysis

美国家居饰品市场发展前景良好。家居饰品消费主要受国民经济发展水

平、居民可支配收入变化等因素的影响。2016 年至 2020 年，美国人均可支配收入由 44,326 美元增长至 52,194 美元，年均复合增长率为 4.17%。2020 年，得益于美国联邦政府转移支付的政策刺激，人均可支配收入提升幅度达 7.07%，新冠疫情的消极影响受到削弱。稳定增长的美国人均可支配收入为其消费增长提供了支撑。



数据来源：Wind

②欧洲市场

最近三年及一期，公司在欧洲市场的销售收入分别为 20,774.07 万元、20,193.84 万元、23,515.75 万元和 13,452.11 万元，占主营业务收入的比例分别为 26.86%、26.58%、23.14%和 20.81%。欧洲国家的人均收入水平、居民受教育程度较高，对居住环境的要求也相对较高。欧洲人文气息浓厚，消费者长期受人文艺术的熏陶，有着长期的家居饰品消费习惯。2017 年至 2020 年期间，欧盟人均 GDP 维持在 3.3 万美元以上。欧洲居民的高收入水平为其消费家居饰品提供了物质基础。

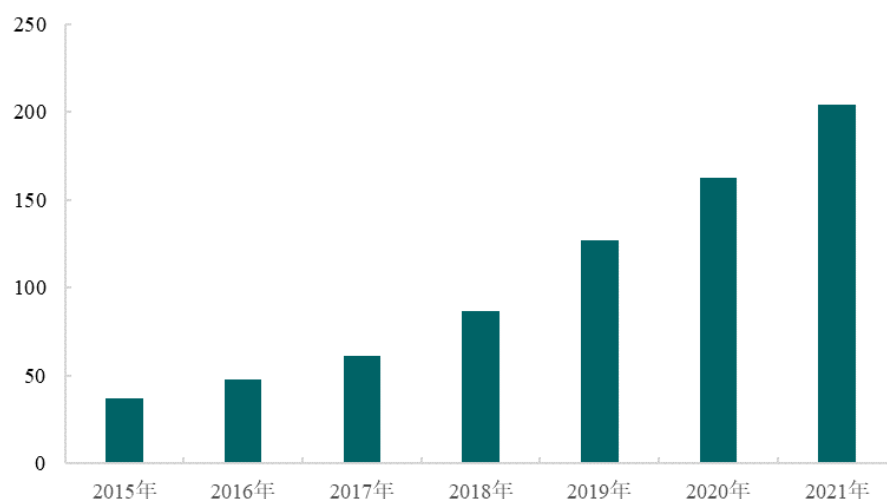
（2）国内市场

随着城镇化的快速推进和居民消费水平的不断提高，我国家居饰品产业得以快速发展。近年来我国经济保持良好的发展趋势，虽然 2020 年我国爆发新冠疫情，但得益于科学的防疫措施和有序的复工复产政策，我国经济率先恢复，2021 年 GDP 比上年增长 8.1%。经济发展带动我国居民生活水平不断提升，家居饰品作为居民日常生活的必需品或改善性用品，家居饰品市场实现了较大幅

度增长。

以家居饰品的线上销售额为例，2015 年以来我国家家居饰品的线上销售额每年都在稳步增长。2015 年至 2021 年，我国家家居饰品的线上销售额由 37.11 亿元增长至 204.32 亿元，年均复合增长率为 32.88%。

2015年至2021年中国家居饰品线上销售额（亿元）

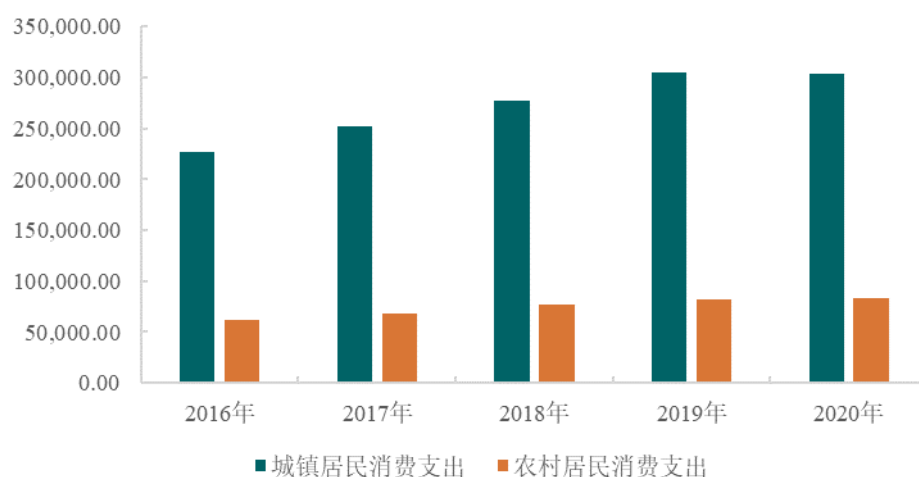


数据来源：Wind

①居民消费能力提升是家居饰品市场发展的基础

作为拉动经济发展的三驾马车之一的消费维持运行在良好的发展区间。2016 年至 2020 年，我国城镇居民和农村居民消费支出持续增长，其中城镇居民消费支出从 2016 年的 226,960.18 亿元增长到 2020 年的 304,086.30 亿元，年均复合增长幅度为 7.59%。

2016年至2020年我国居民消费支出（亿元）

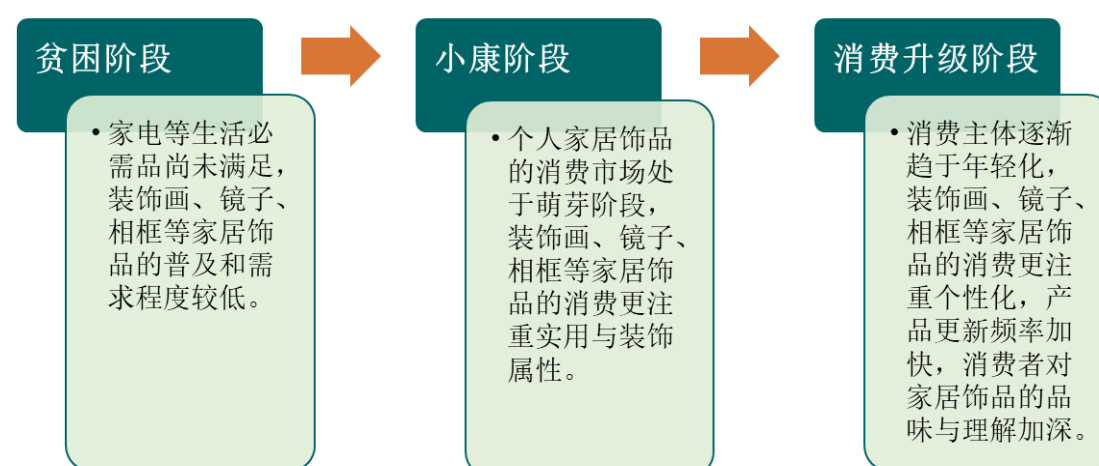


数据来源：Wind，国家统计局

居民消费支出稳中向好促进了家居饰品产业发展，进一步提升了消费能力。2021 年，我国社会消费品零售额为 440,823.20 亿元，同比增长 12.46%。居民消费能力的提升，也预示着刚需消费的比重逐步下降和品质消费比重的逐步上升，将推进家居饰品市场的市场容量扩大。

②年轻消费群体推动家居饰品的消费趋势转变

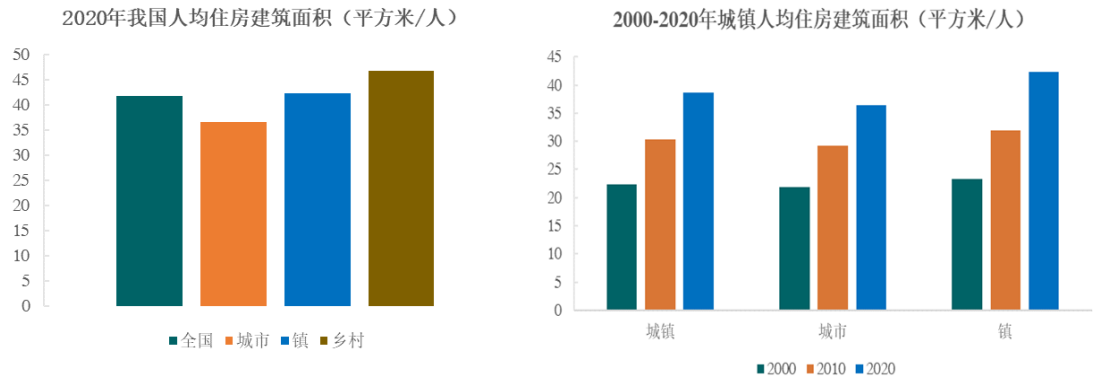
以 90、00 后为主体的年轻人群已成为我国消费群体的主力军。随着我国居民人均可支配收入的提高，这群年轻的消费主体主张更个性、更多样的消费需求。传统的家居饰品已无法满足年轻消费群体的需求，他们将家居饰品视作一种消费品位与生活情趣的彰显，更加注重个性化、设计感与协调性。我国的家居饰品消费开始向欧美国家靠拢，倾向于重复购买或快速更换。在此趋势下，我国的家居饰品呈现出高频化、快时尚化的特征。



③居民住房面积增长为家居饰品带来新的增量空间

根据第七次全国人口普查数据，2020 年，我国人均住房建筑面积为 41.8 平方米，其中镇和乡村较高，分别为 42.3 和 46.8 平方米，城市较低，为 36.5 平方米。从总量来看，2020 年我国住房共有 517.2 亿平米，14.86 亿间；其中，城镇家庭户住房 294.6 亿平米，8.1 亿间，分别占比 57%、54.4%，与城镇家庭户的人口占比大致相当。2010 年城镇家庭户住房总量为 179 亿平米，5.5 亿间，即 2020 年比 2010 年净增加了 115.6 亿平米、2.6 亿间。从时间趋势来看，2020 年城市人均住房建筑面积相比于 2010 年增长了 25.3%，镇的人均住房建筑面积相比于

2010 年增长了 32%。



居民住房面积的增加，为家居饰品的消费需求带来新的增量空间，国内家居饰品的需求平稳上升，家居饰品的消费属性进一步突显。

2、装饰画、镜子、相框类家居饰品行业概述

(1) 装饰画

装饰画是具有装饰性的绘画作品，具有与居住环境的相协调以及美化室内环境、营造居住环境氛围的作用，是艺术与商业结合的产物。装饰画不仅仅是一种绘画展示形式，其内涵组成还包括了材料、工艺以及审美因素，是艺术造型以及科学工艺的结合体，同时也是时代精神与物质材料的综合反映。现代人们对于装饰画的接受程度越来越高，装饰画的应用也更加广泛。尤其在室内空间设计领域中，装饰画得到了较为广泛的应用，人们通过对装饰画不同材质、色彩、画面的选择，让装饰画与室内空间形成一种和谐照应的感觉，既能够提升人们的审美情趣，又能够美化人们的生活。

现代装饰画形式丰富、材料技法的范围更广，兼收各种绘画形式的美学思想于一身。现代装饰画的工具和颜料形式多样，甚至可以使用贝壳、布料、金属等特殊元素；画面的形式美法则也是多样化的，可以是平面化形式感的，也可是立体化空间感的，可以有图案的设计美，也可以有国画的意境美，油画的厚重美，水彩的轻盈美，版画的概括美，漆画的凝重美，更有其本身传统的变化装饰美。

现代装饰画具有大众化，平民化的特质，它与人们现实生活的关系越来越密切，其价格也实惠，大多数人都易于接受。装饰画在主要功能、消费人群、

生产模式、营销渠道等方面与作为艺术收藏品的各种绘画作品存在较大差异，现代装饰画产品以其大众化的价格使以往价格昂贵的油画、国画等艺术形式真正走进千家万户。

①装饰画的发展历程

装饰画起源于原始的壁画、岩画、图腾绘画等。我国室内装饰绘画历史悠久，历代宫廷、士大夫阶层是国画、书法、匾额、漆画、刺绣等各种手工艺绘画和装饰品的主要消费群体，民间也有将各种传统工艺美术品用于家居装饰的习惯。但在古代，用作室内装饰的绘画一般都是手工制作，生产规模小、价格昂贵，难以满足普通居民的日常消费需求，因此我国古代的装饰绘画主要以艺术收藏品或民间手工艺品的形式存在。

装饰画发展到今天，种类繁多，包括商品油画、帆布画、木板画等。商品油画是最具代表性的一个品种，商品油画产业的发展历程较为清晰，基本代表了现代装饰画产业的发展过程。商品油画产业最初起源于欧洲。第一次世界大战后，欧洲的油画产业开始逐渐向美国转移，当时美国劳动力低廉，订单也随着产业的转移到了美国。二战后经过十多年的发展，欧美国家经济出现前所未有的繁荣，社会物质财富膨胀，人们对文化艺术产品的消费日渐兴盛。伴随着室内装饰产业的繁荣，与之相配套的商品油画产业快速发展，商品油画富有个性、文化内涵丰富，价格定位大众化，从此商品油画成为大众化的文化消费品。

20 世纪 60 年代末，商品油画在韩国、中国香港等地实现了产业化。这些国家和地区充分发挥了当时剩余劳动力资源丰富的优势大批培训画工，以临摹世界名画为主，其产品定位准确且具有明显的价格优势，满足了欧美市场的快速增长的文化消费需求。

20 世纪 80 年代后，随着改革开放政策的实行，中国大陆经济快速发展，美术教育水平、欣赏水平逐步提高，与西方国家的经济、文化交流机会增加。中国大陆凭借深厚的文化底蕴和丰富的美术人才资源快速发展成为亚太地区最主要的商品油画生产基地，并且在生产方式上开始逐步摆脱单纯的“行画”加工模式，走上了独具特色的发展道路，呈现出良好的发展势头，成为世界主要

的商品油画生产基地。

②装饰画的市场容量

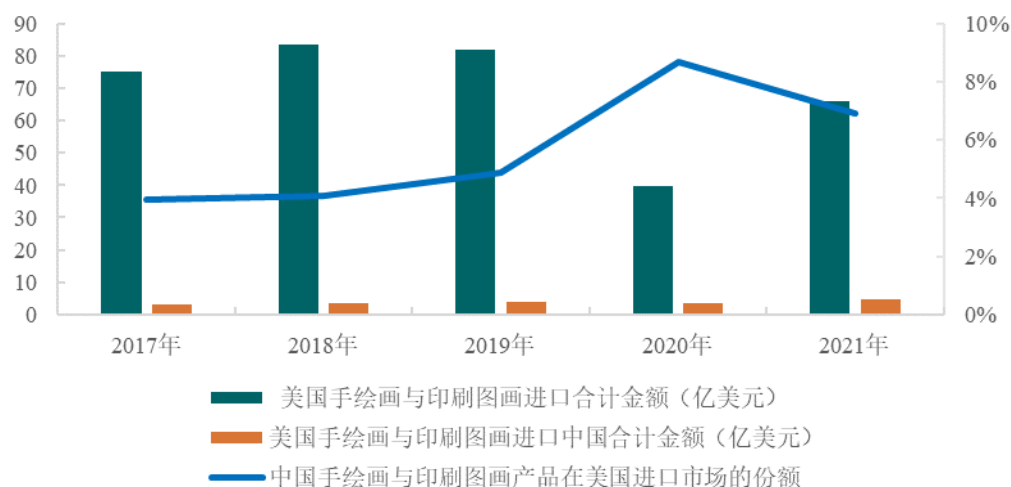
A.美国市场

装饰画作为具有一定艺术欣赏价值的时尚消费品，美国的中产家庭是其消费主力，美国是装饰画最大的消费市场。美国人家庭居住面积宽敞，且十分偏好室内装饰，尤其对手工油画这类有文化内涵的装饰品相当喜爱，对装饰画的需求量大，同时由于美国人工费用昂贵，进口就成为装饰画的主要来源。

2017年至2019年，美国的手绘画与印刷图画合计进口额分别为75.21亿美元、83.64亿美元和81.94亿美元，装饰画消费规模较大。2020年美国新冠肺炎疫情爆发，居民消费需求萎缩，对手绘画与印刷图画的合计进口额下滑至39.61亿美元。2021年，随着美国经济的逐渐复苏以及货币财政政策的刺激，居民消费需求复苏，手绘画与印刷图画的合计进口额回升至65.91亿美元，同比增长66.40%。

2017年至2021年，美国对我国的手绘画与印刷图画的进口额从2.99亿美元增长至4.55亿美元，总体呈上升趋势。2020年，在新冠疫情爆发的背景下，美国市场对我国手绘画与印刷图画的合计进口额下滑至3.44亿美元，较上年下滑14.00%，远小于同期美国手绘画与印刷图画合计进口额的51.66%下滑幅度。2021年，美国对我国的手绘画与印刷图画的合计进口额增长至4.55亿美元，同比增幅为32.27%。我国对美国手绘画和印刷图画的进口市场份额也在不断提升，从2017年的4.09%上升至2021年为6.90%。

2017年至2021年美国手绘画与印刷图画进口额、
中国手绘画与印刷图画产品在美国进口市场的份额情况

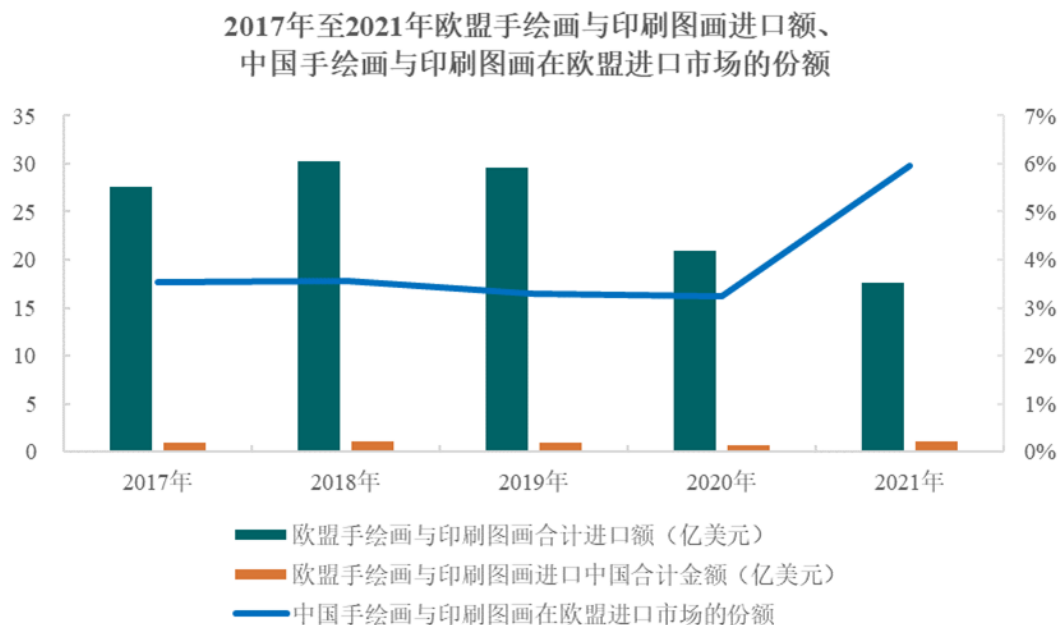


数据来源：美国国际贸易委员会

未来，随着我国以手绘画与印刷图画为代表的装饰画产业迎来产业升级的机遇，美国的品牌商、零售商将会更多地直接来我国大陆采购装饰画产品，我国的装饰画产业有望取在美国市场取得更多市场份额。

B. 欧洲市场

作为油画艺术的发源地，人文艺术气息浓厚的欧洲地区也是装饰画的主要消费区域之一。欧洲国家的人均收入水平接近美国，对文化消费品具有更强的接受度，消费者偏好手绘油画等手工制作的中高端装饰画。数据显示，2017年至2019年，欧盟的手绘画与印刷图画合计进口额分别为27.54亿美元、30.28亿美元和29.57亿美元，是装饰画的主要市场之一。2020年以来，受新冠疫情影响，欧盟对手绘画与印刷图画合计的进口额下滑明显，但欧盟手绘画和印刷图画从中国的进口额未发生大幅下滑，且我国在其进口市场的份额出现了上升趋势，截至2021年，我国在欧盟进口市场的份额提升至5.97%。体现了我国装饰画产品较强的市场竞争能力。

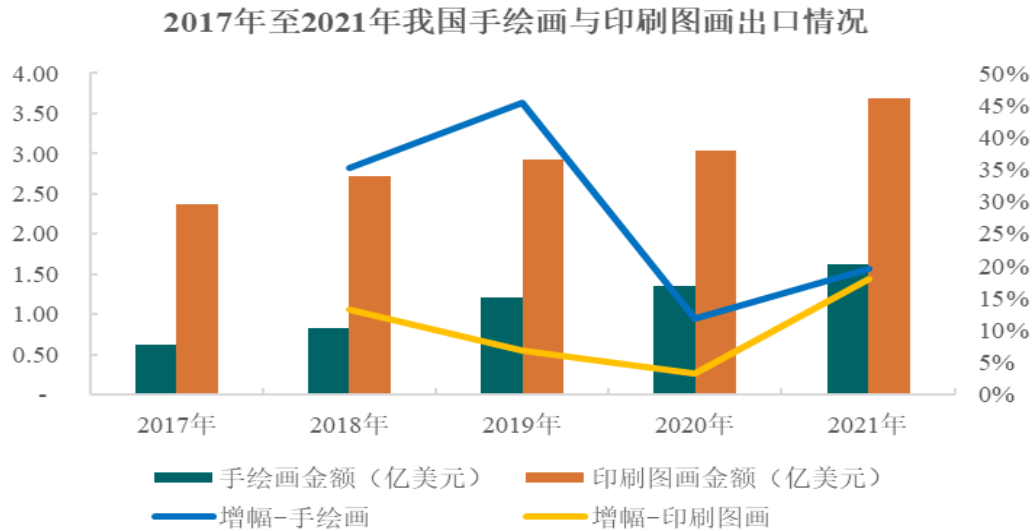


数据来源：联合国商品贸易统计数据库

未来，如新冠疫情得到控制、欧洲各国经济复苏，欧洲居民的文化精神消费需求将会释放回弹，其对装饰画产品的进口需求也会随之恢复。我国装饰画产品依靠较高的生产效率及良好的产品品质，可以进一步巩固和增强欧洲客户的粘性，我国装饰画产品在欧洲市场的进口份额有望进一步提升。

C.我国装饰画出口情况

现代装饰画产业是从国外发展盛行后逐渐转移到我国，导致我国装饰画产业多以出口为主。以装饰画中的手绘画和印刷图画为例，自 2017 年以来，我国手绘画产品出口额从 2017 年的 0.62 亿美元增长至 2021 年的 1.62 亿美元，复合增长率为 27.14%；我国印刷图画产品出口额由 2017 年的 2.36 亿美元增长至 2021 年的 3.70 亿美元，复合增长率为 11.90%，总体均保持增长趋势。



数据来源：中国海关总署

(2) 镜子

在室内软装搭配中，镜子的使用频率非常高，甚至被设计师看作墙面艺术品的一种，与平面的装饰画相比，镜子凭借反射与折射的性能，呈现出更加立体、饱满的视觉效果，承载着实用与装饰的双重效果。镜子的可塑性强，通过不同材质、形状的选择，可以适应不同的家装风格。

镜子作为家居饰品，主要分为两大类：功能镜和装饰镜。功能镜与装饰镜在主要功能、生产工艺、产品特征方面的特征如下：

类别	主要功能	主要生产工艺	产品特征
功能镜	利用镜面反光的原理，提供整理仪容、仪表等功能	镜面切割、打磨、抛光、涂层滚漆、PS压花等	外观设计感较少、产品附加值低
装饰镜	为家居、酒店等室内环境提供装饰、美化氛围	烤漆、喷塑、铝合金加工、UV喷绘等	外观设计感强、产品附加值高

①镜子的发展历程

镜子的历史悠久，铜镜在我国已流传了近三千多年，玻璃镜子的研发和使用则可追溯于 14 世纪的意大利。18 世纪末，欧洲人制造出了穿衣镜并用于家居用品上，镜子及其衍生品逐渐应用于欧洲社会上层阶级的家居装饰中。20 世纪 70 年代，化学镀铝法使玻璃镜子的制造成本进一步下降。玻璃镜子不再是奢侈品，并凭借便宜耐用的特点，逐步走向社会大众。如今，镜子造型越来越多样化，选择外观设计感比较强的装饰镜，可以和室内的家具相互调节搭配以提升空间的品质感。我国是世界最大的玻璃镜子生产国和出口国。2019 年，我国

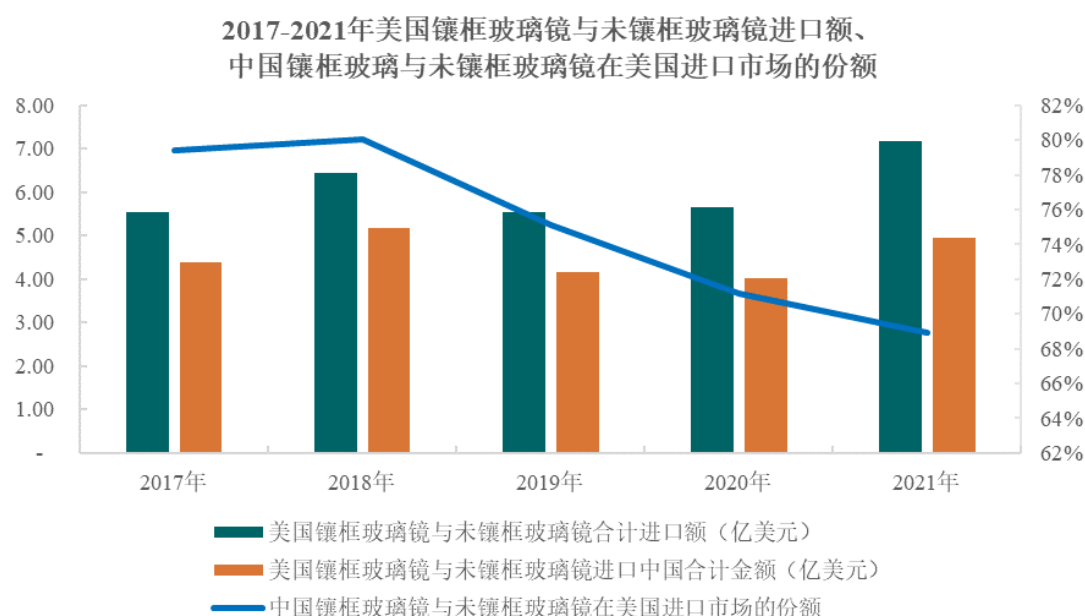
玻璃镜子的产量为 202.85 万吨。

②镜子的市场容量

A.美国市场

美国是全球最大的玻璃镜产品进口国，具有发达的零售体系，各大中型零售商及品牌商通过分布于全球的供应商进口镜子产品，以满足客户需求。数据显示，2017 年至 2021 年美国镶框玻璃镜与未镶框玻璃镜的进口额呈波动上升趋势，由 2017 年的 5.54 亿美元上升至 2021 年的 7.18 亿美元，年均复合增长率为 6.70%。

我国是美国镶框玻璃镜与未镶框玻璃镜产品的最大进口来源国。2017 年至 2019 年，我国镶框玻璃镜与未镶框玻璃镜产品在美国进口市场的份额保持在 75%以上。即使在 2020 年至 2021 年，在新冠疫情爆发的背景下，我国镶框玻璃镜与未镶框玻璃镜产品在美国进口市场的份额也依然维持在 70%左右。

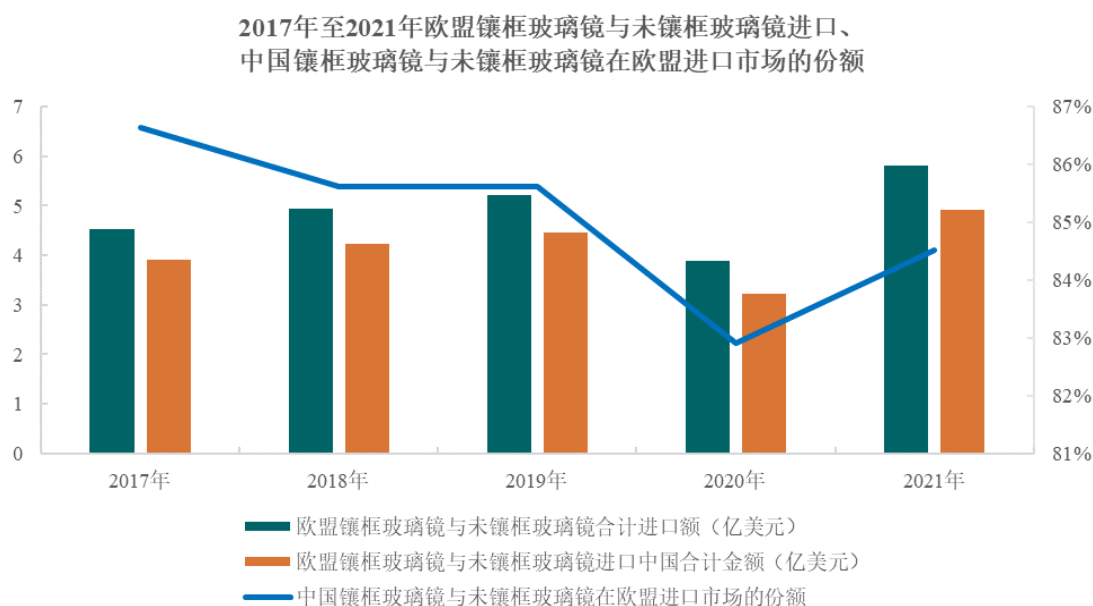


数据来源：美国国际贸易委员会

B.欧洲市场

欧洲经济发展水平和人均收入水平较高，但劳动用工成本居高不下，对于玻璃镜这类依靠熟练工艺的产品主要依赖对外进口。在欧洲市场，我国镶框玻璃镜与未镶框玻璃镜对欧洲进口市场的份额更高。即使在新冠疫情爆发的背景下，2020 年至 2021 年，我国相框玻璃镜与未镶框玻璃产品在欧盟进口市场的

份额分别为 82.91%和 84.52%。这表明在全球新冠疫情的背景下，我国玻璃镜产品以良好的品质和高效的生产效率得到了欧洲客户的认可。



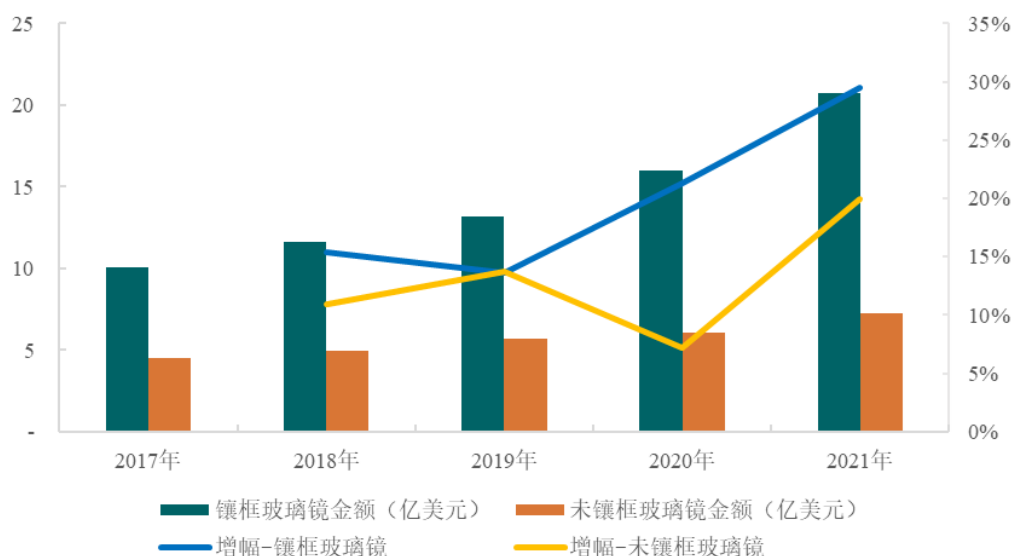
数据来源：联合国商品贸易统计数据库

截至 2021 年，欧盟镶框玻璃镜与未镶框玻璃镜的进口额已达 5.82 亿美元，超过新冠疫情爆发前水平。其中，欧盟对中国的合计进口额为 4.92 亿美元。欧洲市场对我国镜子类家居饰品依旧有着较强的消费需求。

C.我国镜子出口情况

以镶框玻璃镜与未镶框玻璃镜为例，2017 年至 2021 年，我国镶框玻璃镜与未镶框玻璃镜的出口额总体均呈上升趋势。其中，镶框玻璃镜出口金额由 2017 年的 10.07 亿美元增长至 2021 年的 20.72 亿美元，复合增长率为 19.77%。未镶框玻璃镜出口金额由 2017 年的 4.49 亿美元增长至 2021 年的 7.29 亿美元，复合增长率为 12.88%。

2017年至2021年我国镶框玻璃镜与未镶框玻璃镜出口情况



数据来源：中国海关总署

(3) 相框

相框主要用来摆放照片、图画类艺术作品，主要起到保护、增值及装饰作用。从材质来分，相框主要分为木制相框、塑料相框、金属相框等。相框是家居饰品中不可或缺的时尚元素，往往以背景墙、照片墙等各种形式应用于家居装饰领域。

①相框的发展历程

相框文化在欧美国家较为流行，无论是传统的皇室贵族还是现代的中产阶级，都对照片、油画以及墙面艺术品有着装裱的爱好，并形成了长久的传统。相比于欧美国家，我国居民尚未形成显著的相框消费习惯。我国的相框产品也主要是面向外销市场。

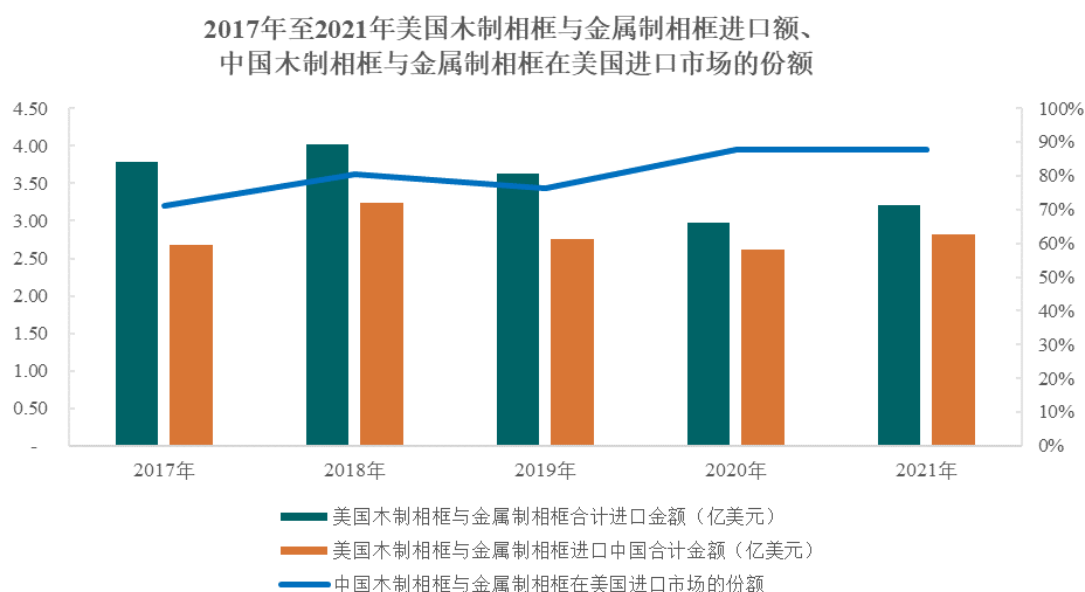
进入 21 世纪，随着数码相机、手机等移动电子设备的普及，传统的摄影行业收到冲击。人们对冲印照片的消费需求亦有所下降。相框行业作为摄影行业的衍生行业，其行业发展趋势亦有所转变。目前，相框产品逐步向礼品、工艺品方向发展，突出其差异化的产品设计和品质。

②相框的市场容量

A.美国市场

数据显示，2017 年以来，美国木制相框与金属制相框的进口额约为 3 至 4

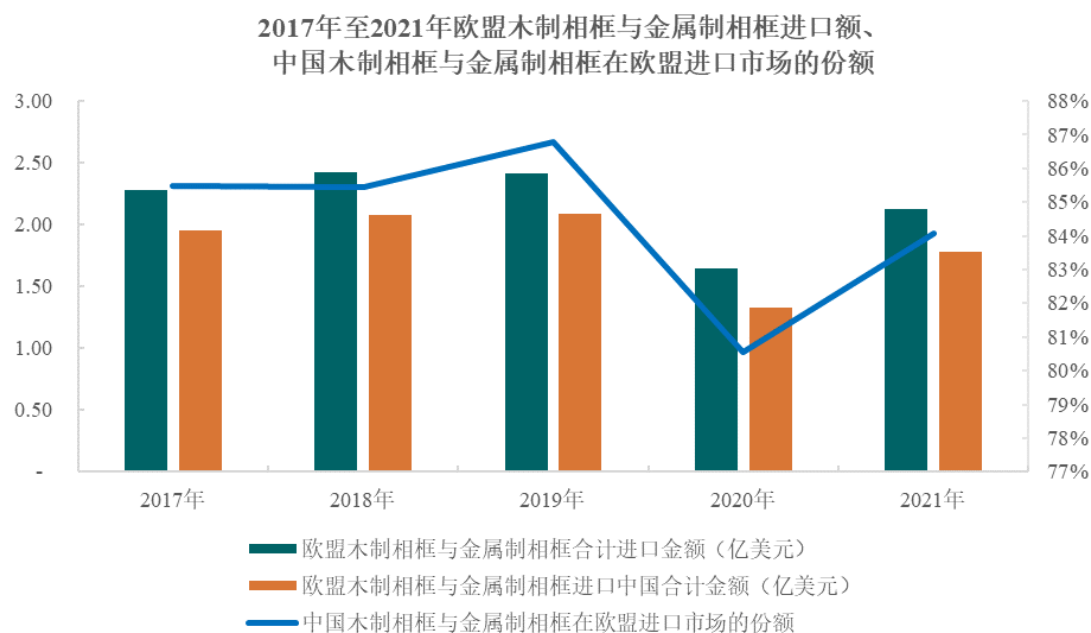
亿美元。虽然 2020 年受新冠疫情影响有所下滑，但 2021 年在政策刺激下美国经济回暖和消费需求复苏，进口额回升至 3.21 亿美元。美国木制相框与金属制相框绝大部分从中国进口，进口额约为 2 至 3 亿美元。2017 年以来中国相关产品在美国进口市场的份额稳定上升，2021 年达到 87.91%，已超过中美贸易战爆发前水平。表明美国市场对我国的木制相框和金属制相框存在依赖。



数据来源：美国国际贸易委员会

B. 欧洲市场

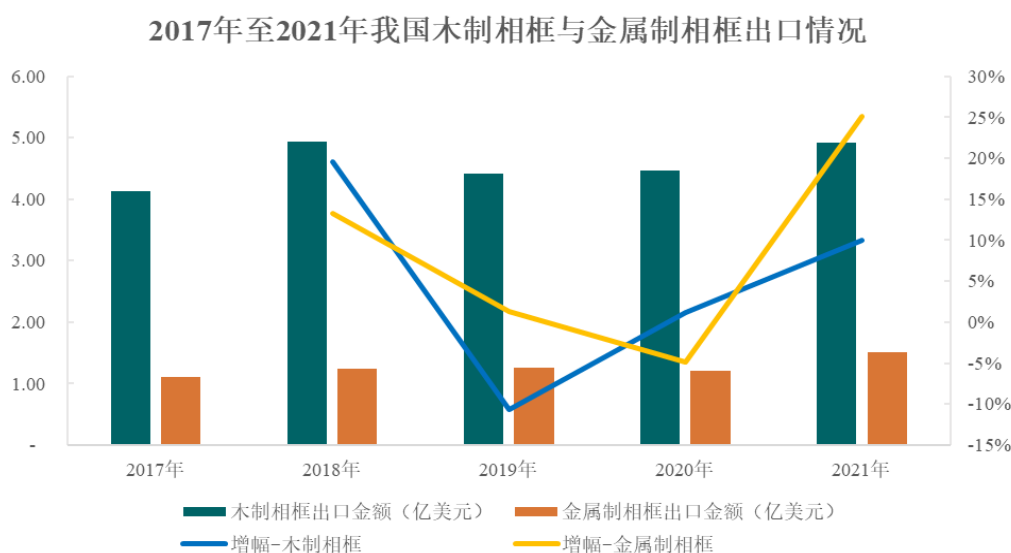
近年来，欧洲木制相框与金属制相框的进口额约为 2 亿美元左右。2020 年以来，受新冠疫情影响进口额有一定幅度下滑。中国也是欧洲木制相框和金属制相框的主要供应国，其在欧盟对应产品的进口市场的份额保持在 80%以上。2020 年至 2021 年，在先后经历新冠疫情爆发和防控措施逐步解禁后，居民消费和进口需求回升。2021 年，欧盟对我国进口木制相框和金属制相框的合计金额为 1.78 亿美元。



数据来源：联合国商品贸易统计数据库

C.我国相框出口情况

以相框产中具有代表性的木制相框（海关代码：44140090）与金属制相框产品（海关代码：83063000）为例：2017年至2021年，我国木制相框的出口额保持在4亿美元以上，金属制相框的出口亦呈总体上升趋势，年均复合增长率为6.43%。



数据来源：中国海关总署

3、装饰画、镜子、相框类家居饰品行业发展趋势

我国的家居饰品行业正从低端复制向自主创新、树立品牌过渡，从粗放投

入向集约经营转型，“轻装修、重装饰”的家居生活理念正逐渐被大多数家庭所接受。装饰画、镜子、相框类家居饰品行业的未来发展趋势主要体现在以下几个方面：

（1）自主创意设计成为行业发展方向

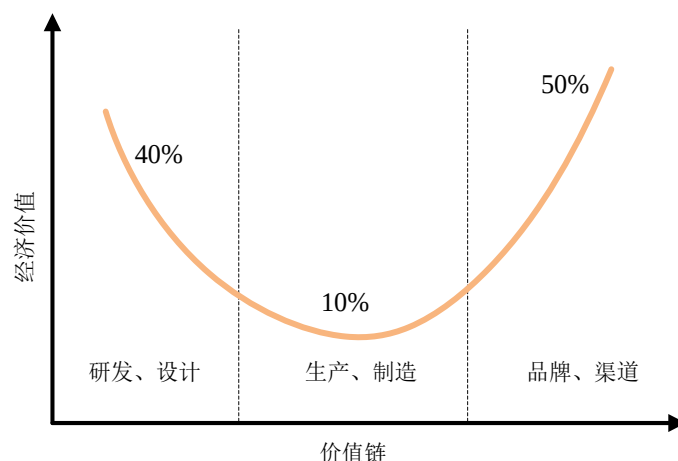
我国装饰画、镜子、相框类家居饰品行业是在承接全球产业转移背景下发展起来的，行业进入门槛相对较低，企业数量众多、以中小企业为主，多数企业以为国外客户代工为主，仅能根据客户的订单要求生产加工产品，不具备独立的新产品设计创作能力。近年来随着行业不断发展、行业竞争渐趋激烈，市场供求关系的变化导致生产加工环节的利润空间不断降低，不具备自主创意设计能力的生产加工型企业因其产品附加值低、缺乏议价能力，生存空间受到挤压。

市场竞争环境的变化和不断提升的客户消费需求，也促使行业企业努力提升设计能力、掌握产品核心的加工工艺技术，与产业业态相适应，与产业链条相融合。进入 21 世纪，工业设计的加速发展和全球文化交流的互联网化促使世界的文化版图被新的创意设计所重构，新的文化认同感及时尚风标在频频出新的创意设计潮流中显现，人们的生活选择方式也将被创意设计改变。坚持自主创意设计，满足消费者日益增长的个性化消费需求，是未来家居饰品行业的重要趋势。

另一方面，随着我国知识产权保护体系的逐步完善和市场主体版权保护意识的不断增强，装饰画、镜子、相框类家居饰品行业将走入规范化运营的新阶段。例如：广交会组委会已经意识到产品版权保护的重要性，对侵权参展企业处以严厉惩罚，一经查实违反版权保护相关规定，会立即要求其撤展。

（2）自主品牌建设逐渐成为行业发展趋势

从产业价值链角度看，全球装饰画、镜子、相框类家居饰品的价值链上各环节占据的经济价值中：品牌和渠道环节约占 50%，研发和设计环节约占 40%，生产和制造环节约占 10%，价值链分布呈现两端高、中间低的形态，遵循微笑曲线理论。



我国装饰画、镜子、相框类家居饰品行业仅有三十余年的发展历史。多数家居饰品企业在全球产业链中扮演生产者的角色，产品营销能力薄弱、品牌影响力缺乏。与之相比，国外家居饰品行业发展历史悠久，产业发展成熟度高，形成了一大批国际知名的家居饰品连锁品牌，如美国的 The Home Depot、意大利的 Top Art、加拿大的 Art In Motion、荷兰的 Cobra Art 等。拥有品牌优势的企业可以牢牢把控销售渠道，具备较强的品牌溢价能力，并能通过生产外包降低成本，获取超额收益。

虽然我国已成为装饰画、镜子、相框类家居饰品的制造及出口大国，但仍缺乏具有国际品牌影响力的家居饰品企业，在品牌形象及创新能力上，中国与欧洲、美国等仍存在显著差距。自主品牌的开创、产品附加值的提高将成为我国家家居饰品企业在未来市场竞争中占有一席之地之关键。目前，一些行业先行企业已经开始从简单的 OEM 模式，逐步过渡到 ODM 模式，并开始尝试 OBM 模式，甚至在国内外建立自主品牌，扩大品牌效应，增强对营销渠道的控制力，在产业链环节上创造更高的产品附加值。自主品牌建设将逐渐成为行业发展趋势，行业内有望诞生一批业内甚至国内、国际知名的品牌企业。

（3）规模化建设加速，行业龙头初显，行业集中度提高

装饰画、镜子、相框类家居饰品企业的早期发展模式主要为加工、出口导向，并成了独特的中小企业集群效应。一方面，中小企业集聚形成的生产协作网络解决了单一企业难以进行大规模生产的难题，使集群地区有能力承接大规模的国际产业转移；另一方面，这种集聚模式吸引了大批画师、设计师的加入，充足的专业人才资源推动产业快速发展。如深圳大芬油画村、厦门乌石浦

油画村等基地。

经过三十多年发展，单纯依靠中小企业集聚的产业集群生产方式已经越来越难以适应产业发展的潮流。小作坊式的生产方式无法保证稳定的产品质量，难以适应高端市场的需求。而且，中小企业缺乏独立设计研发、渠道开拓、品牌营销的综合能力，难以向价值链两端有效延伸。大部分装饰画、镜子、相框类家居饰品企业只能占据低经济附加值的生产环节，同质化竞争现象突出，盈利能力较弱。因此，规模化建设是家居饰品行业快速、健康成长的必由之路。

装饰画、镜子、相框类家居饰品行业，讲究设计经验能力的不断积累、艺术内涵的不断挖掘提升、工艺技术的不断推陈出新和品牌效应的厚积薄发。与传统制造业不同，其企业的规模化建设，不在于大规模地扩大企业生产规模、增加产品产量，而在于优化整合行业内的资源，实现企业生产经营质的飞跃。这种规模化建设，必须具备强大的自主研发设计能力，拥有完整的销售渠道和良好的品牌形象，能控制价值链的关键环节，利用自身的管理体系控制产品质量和生产进度，有效整合配套企业（包括供应商和外协工厂），实现规模扩张。这种规模化建设，既保留了工业化、标准化、流水线的生产方式，又充分利用我国产业集群的生产网络，使优势企业能集中力量进行设计研发、渠道拓展和品牌营销，避免同质化竞争，增加产品附加值，提升企业利润空间。

目前，行业内已经出现规模较大、具备头部效应的龙头企业。龙头企业的存在有利于引导行业的健康发展，改变市场竞争的无序状态。未来，行业内领先企业有望通过不断加大研发设计、品牌、销售渠道的投入，或者通过并购行业内或产业链上下游的优势企业，推动行业的集中度进一步提升。

（4）产品优化升级，绿色、健康、环保和功能性成为关注重点

随着创意设计的推陈出新，生产工艺技术的迭代创新和消费者需求的多样化发展，装饰画、镜子、相框类家居饰品也在优化升级。产品作为设计者和生产者的作品，在传递着设计者的设计理念和生产者的工艺技术以外，也应与时俱进地传达绿色、健康、环保和功能性的现代化价值。绿色体现在生产加工环节上，实现资源的高利用率；健康体现在产品在原材料颜料制剂、材料品种等方面对使用者的身体健康没有消极影响；环保体现在可降解、可再生和可循环

利用等生产材料和生产加工过程中较低的污染物排放水平；功能性体现在抗腐蚀、抗褪色、阻燃、三防（防水、防油、防污）等特殊材料的应用。

（5）“轻装修，重装饰”的家居生活理念盛行，营销重点转变为“一个家”

以年轻人为主体的消费群体在家居环境的设计上更注重简约而不简单的现代化风格，摒弃纷繁复杂的室内装修工程，选择普适性、灵活性更强的装饰物件。体现了大部分年轻消费者追求性价比的需求。

基于“轻装修，重装饰”的家居生活理念盛行，“大家居”的设计思路也十分流行。装饰画、镜子、相框等家居饰品在居室环境中的应用越来越广泛，营销的重点已逐步从“一幅画”“一块镜”“一张相”过渡到“一面墙”和“一个家”。装饰画、镜子、相框产品作为家居环境的重要组成部分，与居室环境的不同搭配能够演绎出别样的风格。装饰画、镜子、相框产品与居室环境的和谐搭配，能够提升人的舒适性与精神享受。因此，未来家居饰品企业不再仅仅局限于销售家居饰品，更是提供一种全方位的设计服务，输出一种居家生活理念。

4、行业经营模式

装饰画、镜子、相框类家居饰品行业以中小企业为主，主要面向国际市场。行业内大部分企业采用 OEM、ODM 的生产模式为国外品牌商提供加工服务。部分生产规模大、技术水平先进的企业开始品牌化运作之路，经营模式逐步由 OEM、ODM 模式逐步转向自有品牌模式，通过加大品牌宣传力度、在国外设立公司等方式来提高自有品牌在国外市场的销售占比。

报告期内，公司的外销产品主要通过 OEM、ODM 模式生产，最终以客户的品牌实现销售；在国内市场，公司主要以自有品牌的方式销售。

OEM 模式下，公司的主要客户为大型综合零售商，例如：Hobby Lobby、Walmart 等。综合零售商具有渠道及规模优势，订单量通常较大，但产品种类较少。在该模式下，客户提供产品设计订单，公司完成产品的生产。通过 OEM 模式，公司在获得大量稳定订单的同时，能够把握设计潮流，了解最新的市场动态。

ODM 模式下，公司的主要客户为知名家居品牌商，例如：Sodimac、Kirkland 等。家居品牌商在家居市场拥有稳定的市场份额，对其供应商的选择除了注重其生产能力外，更看重其研发和设计能力。在 ODM 模式下，客户订单更注重产品款式设计的多样化。公司根据客户的需求，自行组织研发设计，并将打样的样品及相关推介方案交给客户，客户确定后，由公司完成产品的生产。

随着市场竞争日益激烈，零售商、品牌商与公司的业务合作越来越紧密，ODM 模式也被许多大型海外综合零售商所接受，部分客户与公司开展的业务合作既有 OEM 模式又有 ODM 模式。

报告期内，公司不同业务模式下的销售收入及其占主营业务收入比例如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	43,330.78	67.03	73,885.09	72.70	56,233.38	74.02	55,876.34	72.25
OEM	18,499.26	28.62	24,323.55	23.93	16,628.86	21.89	16,765.83	21.68
OBM	1,399.12	2.16	2,204.30	2.17	1,672.87	2.20	2,709.72	3.50
其他	1,417.48	2.19	1,218.36	1.20	1,437.26	1.89	1,984.99	2.57
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

5、行业技术水平特点

装饰画、镜子、相框类家居饰品是文化艺术、工业设计和工程工艺的结合体，是艺术和商业的有机结合。近年来，随着工艺技术的不断进步和文化创意的推陈出新，装饰画、镜子、相框类家居饰品行业的技术水平主要体现在以下方面：

（1）创意设计能力

装饰画、镜子、相框类家居饰品面向国内外消费者，不同地域消费者因其不同的文化背景、消费习惯、审美差异，导致其需求复杂多样。行业内企业是否具备强大的创意设计能力，决定了其是否能够不断推陈出新、紧跟时尚潮流，决定了其是否能够以丰富多样的产品满足现代消费者多样的个性化需求。

（2）工艺技术能力

装饰画、镜子、相框类家居饰品具有多元化、个性化特征，产品种类多，各类别产品之间差异大，所采用的工艺技术也不尽相同。部分特定工艺技术，甚至需要定制化的生产设备，这对工艺技术水平及设备开发能力提出了更高的要求。此外由于产品大多外销，面临国外较为严格的产品质量要求，例如需符合色牢度、耐磨度、防腐蚀、防潮、防油、防污等质量指标。因此，良好的工艺技术能力是装饰画、镜子、相框类家居饰品企业市场竞争力的关键因素之一。

（3）材料开发能力

装饰画、镜子、相框类家居饰品品类丰富，涉及材料众多，主要有画布、颜料、木材、陶瓷、玻璃、塑料、金属等，不同材料有其特殊的技术工艺和应用特点。行业企业一方面不断探索将更多的材料应用到产品上以呈现出所需的视觉效果和特点，另一方面也不断迎合绿色环保理念，开发新型环保材料，满足市场需求。因此，材料开发能力也是行业企业是否具备较强竞争力的体现。

6、行业进入壁垒

（1）创意设计壁垒

我国装饰画、镜子、相框类家居饰品行业正处于从“小作坊”向“大家居”，从制造业向文化创意产业的转型升级过程中。行业企业的创意设计越来越注重在整体家居环境布置中演绎出家居饰品所带来的艺术性与文化性，而作为创作载体的装饰画、框镜、相框及其衍生品的整体设计、色彩搭配及产品风格显得尤为重要。产品背后的创意设计往往被视为产品的灵魂，直接决定了产品乃至公司的品味、品质及市场地位，是产品及公司核心竞争力的体现。

为使产品始终处于创意设计的潮流前沿，行业内领先企业必须投入大量人力物力财力，才能保持产品的不断推陈出新。从产品的构思灵感出发，领先企业的设计研发团队需要通过国内外展会了解行业流行趋势，与全球各地的画稿公司（工作室）、独立设计师工作室、文化艺术馆等个人与机构合作，通过外来素材源源不断的积累来获取创意设计的灵感，提升其创意设计能力。这种创意设计能力不仅需要满足不同国家及地区，具有不同文化、宗教、习俗背景消

费者多种多样的风格偏好，也需要满足随着时尚潮流演变，消费者丰富多样的个性化需求。行业内的中小企业或者行业新进入者，受限于自身的创意设计经验积累较少及资金实力不足，短时间内很难逾越创意设计的壁垒。

（2）工艺技术壁垒

作为家居饰品本身，装饰画、框镜、相框等产品具有美化家居氛围的作用，其产品的色牢度、耐磨度、防腐蚀、防潮、防油、防污等指标是对其质量的基本考核，这也要求企业掌握先进的工艺技术来提升产品的质量水平，达到上述指标的要求。

行业内领先企业并不止步于符合质量指标基本要求，而是更注重新材料的开发和新工艺的研究。新材料、新工艺的应用，一方面迎合当下健康、环保、绿色的消费理念，另一方面会使产品本身具备更高的科技含量，增加其附加值。

对于行业内的中小企业和新进入者来说，上述工艺技术壁垒并不容易在短时间内克服。装饰画、镜子、相框家居饰品的种类繁多，要求的技术工艺也错综复杂。不同产品要求生产企业在生产过程中使用不同的技术和工艺参数，这个过程需要花大量的时间来尝试和调整，最终归纳到各项生产经验总结乃至专利。

（3）客户资源壁垒

国际知名的零售商、品牌商在选择产品的供应商时，会对供应商的研发设计能力、产品质量、订单响应速度、成本管控等方面提出严格要求，并要求供应商建立健全劳工保护、安全生产、质量管控、环境保护、社会责任等一系列管理体系。在选定供应商前，客户会对备选供应商进行全面的验厂考核，评定其技术水平、生产质量等多方面的资质。在通过验厂考核后，还需要通过小规模订单测试，才能与客户建立长期稳定的合作关系。建立合作关系后，国际知名的零售商、品牌商还会每年随机现场检查供应商的生产情况。在经过层层检验考核成为合格供应商后，行业内企业才能打通国际市场，逐步积累经验与实力，做到按质、按量、按时地完成交货，形成良好的企业声誉，增强客户的黏性，维持稳定的客户群体，在产业价值链上争取到更高的附加值。大部分中

小型家居饰品企业，受限于资金实力相对较弱、生产经营不规范、研发设计能力薄弱等多种因素，较难与国际知名零售商、品牌商建立业务合作关系并长期保持。

（4）供应链管理壁垒

装饰画、镜子、相框家居饰品企业的供应链管理壁垒主要体现在对订单的快速响应能力上。装饰画、镜子、相框家居饰品属于消费品，具有时效性、流行性的特点。装饰画、镜子、相框家居饰品供应商需要做到及时了解市场信息、灵敏地反映市场变化，才能够在市场上立足。因此，客户往往要求家居饰品企业能够快速响应、缩短生产周期，这对家居饰品企业供应链的管理能力提出了较高要求。一个合格的供应商能够将采购、生产、物流等流程精益化，科学安排各个工序，严格把握质量、提高效率和控制成本。中小型企业由于缺乏科学成熟的供应链管理体系，较难无法满足客户的要求。

（5）精益柔性的产品输出能力

装饰画、镜子、相框家居饰品企业需要满足不同国家和地区的客户多种多样的消费需求，行业企业需要具备精益柔性的产品输出能力。在品质、交期、成本保持一定的条件下，企业生产线能在大批量生产和小批量生产之间任意切换，能够满足大规模的个性化生产定制等特殊需求。

精益柔性的产品输出能力是对企业供应链管理能力的进一步提升，需要企业实现全面的自动化、智能化、信息化生产技术和设备赋能自主产能，进而精益化生产、柔性化制造和弹性产能供给，提升生产效率。

（6）知识产权壁垒

我国知识产权保护体系在不断完善，对版权的保护意识也在逐步加强。装饰画、镜子、相框类家居饰品行业新进入者由于缺乏具有自主知识产权的素材资源积累，其自主设计能力的建设需经过较长周期，行业新进入企业在初始经营过程中容易遭受知识产权侵权纠纷，面临有关知识产权纠纷的经营风险。

在外销市场，国外客户具备更强的版权保护意识，对版权问题也更为关注。为了降低产品的潜在知识产权纠纷风险，国外客户一般倾向于跟有自主版权积累的供应商长期合作。行业内的新进入者短时间内很难取得国外客户的信

任并与之合作。

（7）跨国经营壁垒

随着互联网和全球化的快速发展，为进一步贴近市场和消费者，增强企业市场调研、产品研发、品牌推广等方面的能力，一些行业企业开始选择在目标市场国设立经营实体。跨国经营需要在不同国家迥异的经济法律环境下开展业务，而跨国企业往往又是监管的重点对象，跨国经营面临的合规风险较高。跨国经营还需要有效协同各国的资源，克服语言、文化、宗教信仰、风俗习惯等多方面障碍。在一个新进入的国家，从设立公司，逐渐熟悉当地环境，积累人才和业务经验，到最终形成良好的经营结果需要相当长的时间和优秀的企业管理能力，由此构成了跨国经营壁垒。

7、影响行业发展的机遇及挑战

（1）机遇

①产业政策推动行业转型升级

近年来我国出台了多项扶持对外贸易、轻工业和工艺美术品产业发展的产业政策。2021年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅公布了《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，提出：优化国际市场布局，引导企业深耕传统出口市场、拓展新兴市场，扩大与周边国家贸易规模，稳定国际市场份额。推动加工贸易转型升级，深化外贸转型升级基地、海关特殊监管区域、贸易促进平台、国际营销服务网络建设，加快发展跨境电商、市场采购贸易等新模式，鼓励建设海外仓，保障外贸产业链供应链畅通运转。2019年5月，国务院办公厅印发《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》，提出促进工艺美术等行业创新发展，积极拓展文化消费广度和深度，鼓励文创产品开发与经营，拓宽文创产品展示和销售渠道。2017年1月，工业和信息化部、财政部印发《关于共推进工业文化发展的指导意见》，指出要：积极引导企业运用新技术、新工艺、新材料、新设计，创新发展工艺美术产业；培育一批示范性创新创业工艺美术特色区域和大师工作室，打造工艺美术特色区域品牌。

这表明我国装饰画、镜子、相框家居饰品行业作为出口型产业，将在“十

四五”期间迎来崭新的产业政策激励机遇，是推动加工贸易转型升级的重要环节之一。装饰画、镜子、相框家居饰品行业通过源源不断的创意设计和推陈出新的经营模式变革，在未来的发展中更具国际化和现代化，优化产品出口的质量与结构，促进行业转型升级，力争在产业链上的国际分工与合作中，把握更多的话语权，创造更多的产业附加值。

②在全球化分工中，我国具有明显的产业优势

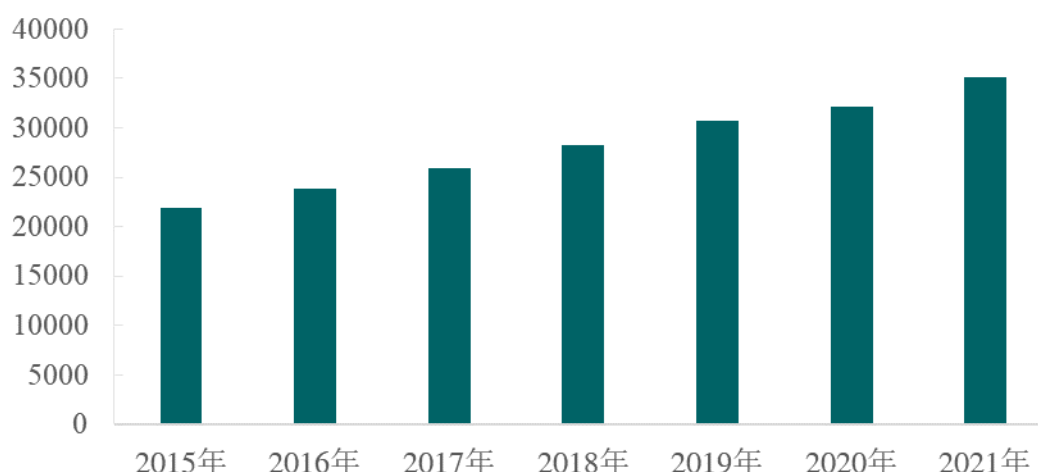
全球家居饰品产业已从欧美、日韩转移至中国，催生了大量中国本土家居饰品企业。经过多年的学习与生产加工经验积累，中国本土家居饰品行业中已出现具有行业引领效应的龙头企业，中国成为全球家居饰品行业的制造大国和出口大国。

目前，中国拥有全球最完整、整体技术最高、供应链最完善的家居饰品制造体系，在产业配套、劳动力素质等方面具有竞争优势，来自全球各国对创意设计、工艺技术、交付期限等有更高要求的优质订单需要在中国完成。长期来看，我国的家居饰品行业在全球化的分工与合作中，仍牢牢把握着明显的产业优势。

③消费升级与产业转型机遇

消费升级是社会经济发展和人们生活水平提高的必然结果。2021年，我国居民人均可支配收入为35,128元，比上年名义增长9.1%。居民收入的增长将直接刺激人们增加在装饰画、镜子、相框产品方面的消费支出以及追求中高档次的产品。另一方面，居民对装饰画、镜子、相框产品的品质与品味显著提升，开始追求绿色、健康、环保、功能性的产品特征。这将促使家居装饰企业加快转型，摆脱落后的生产模式，提升自主创意设计能力，产业发展转型迎来机遇。

2015年至2021年我国居民人均可支配收入情况(元)



数据来源：国家统计局

（2）挑战

①贸易摩擦和贸易保护主义影响

装饰画、镜子、相框类家居饰品的消费者主要集中在欧美国家，行业受国际贸易政策及环境的影响较大。中国作为装饰画、镜子、相框等家居饰品的生产出口大国，与国外同行业公司充分竞争，在一定程度上威胁到其发展。近年来，针对我国的贸易摩擦和贸易保护有增多趋势，尤其是中美贸易战以来，国际贸易政策的不确定性显著上升，增加了装饰画、镜子、相框类家居饰品产品出口贸易环境的不确定性，影响行业健康发展。

②创新能力不足

我国家居饰品行业具有自主研发创新能力的企业较少，许多中小企业缺少自主研发能力，在新技术、新材料的应用和新款式、新产品的开发投入上明显不足，其产品设计易抄袭和模仿，并以低价与同行展开竞争，导致产品质量水平参差不齐，影响了家居饰品行业的整体发展。

③劳动力成本不断上升

装饰画、镜子、相框类家居饰品的设计、生产、加工需要雇佣设计师、画师、熟练技工等大量劳动人员。我国劳动力资源丰富，且长期的从业经验使从业者掌握了诸如手绘、喷绘、磨砂、抛光、压花等一系列成熟的家居饰品生产加工技艺，使我国成为全球范围内家居饰品行业中最具活力的人才要素市场之

一。然而随着我国人口红利的消失，劳动力市场正经历较大的结构性转变，企业劳动力成本逐年上升，招工难、用工贵的问题在企业生产经营活动中越来越突显。因此，劳动力成本上升将成为影响装饰画、镜子、相框家居饰品行业进一步发展的重要因素。

8、行业的周期性、季节性及区域性特征

（1）周期性

装饰画、镜子、相框类家居饰品属于时尚消费品，其产品需求与当地经济状况和消费者收入水平直接相关，易受宏观经济的影响而表现出一定的周期性。从全球市场来看，我国装饰画、镜子、相框类家居饰品出口企业覆盖的全球市场区域较为广泛，可以利用区域间的互补性，有效应对不同国家之间经济周期的波动，及时调整销售重点和布局，降低全球范围内产品销售的周期性影响。

（2）季节性

公司产品销售主要面向欧美地区。在欧美发达国家，装饰画、镜子、相框类家居饰品能传递文化艺术内涵，且具有较强的消费属性，属于时尚消费品。公司的产品销售无明显的季节性特征。

（3）区域性

从产品生产环节看，我国是装饰画、镜子、相框类家居饰品的制造大国和出口大国，行业具有显著的集群效应。我国装饰画、镜子、相框家居饰品的生产企业主要集中在江浙、福建、广东等地。

从产品销售环节看，欧美发达国家是装饰画、镜子、相框类家居饰品的主要销售市场。我国该类家居饰品的消费也与地区经济文化发展水平和当地居民消费能力有关，主要集中在东南沿海等经济发达、文化生活丰富地区。

9、报告期内发行人所处行业的变化情况及未来可预见的变化情况

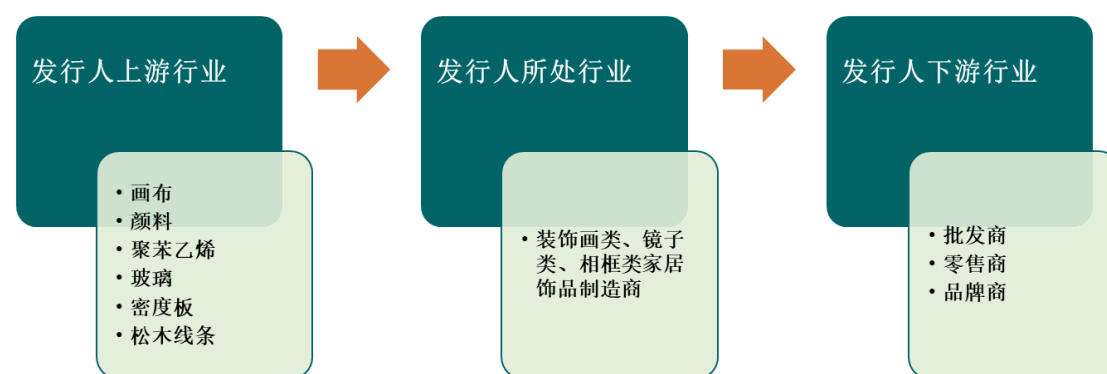
报告期内，发行人所处行业的技术水平特点、行业发展趋势、进入行业壁垒、行业面临的机遇与挑战、行业周期性、季节性及区域性特征、所处行业的上下游产业关联性、进口国的进口政策、贸易摩擦对产品进口的影响以及进口

国同类产品的竞争格局、发行人本身的行业地位、发行人竞争优势及劣势等情况未发生重大变化。

在可预见的未来内，发行人将提升经营业绩，增强自主品牌建设，强化综合客户服务能力，持续加大投入研发设计力度，巩固其在国内家居饰品行业内的头部企业地位。同时，发行人将拓宽融资渠道，迅速拓展产品输出能力，实现境内外市场的双重发展，增强市场竞争力和整体经营效益。

10、发行人所处行业与上下游行业的关联性

公司所处产业链的上游主要是为其提供画布、颜料、聚苯乙烯、玻璃、密度板和松木线条等原材料的供应商，下游主要为装饰画、镜子、相框家居饰品的批发商、零售商和品牌商。



（1）上游行业发展状况对本行业的影响

原材料成本约占装饰画、镜子、相框家居饰品生产成本的 60%，画布、颜料、聚苯乙烯、玻璃、密度板和松木线条材料的市场价格变动对生产成本具有较大影响。上游供应商处于充分竞争行业，且已在国内实现了工业化、标准化生产，生产厂家的技术、质量稳定，有利于装饰画、镜子、相框家居饰品企业的成本控制。

随着新材料、新工艺技术的不断创新和提高，利用各类附带功能性的新材料、新工艺技术，装饰画、镜子、相框家居饰品企业开发出商业附加值高的功能性产品，如防腐性喷绘油画等。消费者对装饰画、镜子、相框家居饰品的品质、功能的要求越来越多样化和个性化，生产加工企业本身对产品创新的不断追求，也促使上游原材料行业生产更多高科技含量、高品质的新材料。

（2）下游行业发展状况对本行业的影响

公司的下游主要是装饰画、镜子、相框家居饰品的批发商、零售商和品牌商。欧美发达国家作为主要消费市场，其经济景气程度及贸易政策在一定程度上影响装饰画、镜子、相框家居饰品的销售业绩。国内居民人均可支配收入的提高，消费升级以及城镇化率的提高，将是影响我国装饰画、镜子、相框家居饰品销售业绩增长的积极因素。

11、进口国的进口政策、有关贸易摩擦对产品进口的影响以及进口国同类产品的竞争格局

（1）进口国的进口政策

最近三年及一期，公司外销收入占各期主营业务收入的比例分别为96.54%、97.76%、97.76%和95.58%，出口地主要为美国、欧洲等发达国家和地区。产品进口国对装饰画、镜子、相框类家居饰品的进口政策除了一般商品进出口贸易的相关法律法规外，还包括通过产品认证的方式对产品质量、安全等方面进行管控。

①进口国认证

欧美发达国家的进口国和进口企业对于进口商品及供应商在产品质量、产品规格、产品环保性、供应商资质、生产能力、管理能力、员工劳动保护等诸多方面都有着严格要求。供应商通常需要取得部分国家或企业的认证才能销售。

报告期内，公司取得的主要认证情况如下：

序号	认证	认证种类	国家/区域	对行业影响
1	BSCI	社会责任	国际	倡导家居饰品企业尊重劳工人权，积极承担社会责任
2	SEDX	供货商商业道德	国际	
3	FSC	木材来源监控	国际	采购来源合法的木材
4	GSV	安全反恐验证	国际	家居饰品企业的生产、仓储、包装、运输过程中要确保安全，防范潜在危险
5	SCAN	安全反恐验证	国际	
6	GRS	塑料回收标准	国际	家居饰品企业中可回收材料（塑料等）的使用要做到合规，减少污染及相关危害

序号	认证	认证种类	国家/区域	对行业影响
7	EUTR	木材合法采购	欧盟	采购来源合法的木线条
8	WCA	社会责任	英国	倡导家居饰品企业尊重劳工人权，改善工作环境

②进口国关税征收情况

报告期内，欧洲、南美等地区关税税率相对稳定，美国与中国贸易摩擦加剧，对中国关税税率发生较大变化。2018年8月至今，美国先后对自中国进口的约500亿美元、2,000亿美元以及3,000亿美元商品加征关税。根据美国针对中国产品征收关税清单，公司涉及被加征关税的产品具体如下：

项目	海关代码	原关税	加征幅度	时间	加征后关税
镜子（含镶框玻璃镜和未镶框玻璃镜）	70099200 70099100	6.50%	25.00%	2018年8月	31.50%
玻璃相框	70139900	6.50%	25.00%	2018年8月	31.50%
金属制相框	83063000	2.70%	25.00%	2018年8月	27.70%
拼镜家具、墙托	94036099	0.00%	25.00%	2018年8月	25.00%
木制相框、木制功能框、MDF相框	44140090	3.90%	7.50%	2019年9月	11.40%
非手绘装饰画	49119100	0.00%	7.50%	2019年9月	7.50%
手绘油画	97011020	0.00%	7.50%	2019年9月	7.50%

（2）贸易摩擦对产品进口的影响

最近三年及一期，公司出口美国的产品收入金额分别为41,659.42万元、41,896.98万元、56,149.88万元和38,687.36万元，占当期主营业务收入比重分别为53.87%、55.15%、55.25%和59.84%，占比较高。自2018年8月以来，美国已先后对自中国进口的约500亿美元、2,000亿美元以及3,000亿美元商品加征关税。报告期内，美国加征关税未对公司在美国市场的销售造成重大不利影响，主要原因如下：

①加征关税因素已经在报告期外和报告期初消化。美国对公司相关进口商品加征关税主要时间是在2018年8月和2019年9月，加征关税对价格的影响在报告期外和报告期初已经逐渐被公司和客户通过协商的方式消化，加征关税对公司2020年以来在美国市场的销售情况没有产生重大影响。2020年和2021年，公司在美国的销售收入分别较上年增长0.57%和34.02%。

②公司以终端商为主的客户结构对关税的消化能力较强。

最近三年及一期，公司在美国市场的销售收入中终端商的收入占比分别为 79.65%、87.93%、90.70%和 93.29%，客户结构以终端商为主。贸易商客户和终端商客户对加征关税的消化能力不同：终端商规模较大、品牌价值高，其议价能力和盈利空间较高，可以将加征关税消化或转移给消费者；而贸易商主要靠赚取价差，对加征关税的消化能力较弱。

③加征关税的承担主体主要为客户。

公司直接出口至美国的产品定价方式为 FOB，即按产品的离岸价格进行销售，加征关税的承担主体为客户。公司部分产品通过美国子公司销售，具体为美国选一从华鸿股份、画之都采购产品后再销售给客户。最近三年及一期，美国选一支付的美国进口关税费用分别为 318.96 万元、603.59 万元、846.39 万元和 441.79 万元，占当期利润总额的比例分别为 1.75%、2.70%、3.89%和 3.02%，影响较小。

报告期内，美国加征关税未对公司的盈利能力造成重大不利影响。当前中美贸易摩擦仍存在不确定性，未来若中美贸易摩擦进一步升级、加剧，可能对公司的生产经营带来不利影响。

（3）进口国同类产品的竞争格局

公司的装饰画、镜子及相框类家居饰品在国际市场上得到了众多知名品牌商、批发商、零售商的认可，形成了长期稳定的合作关系。公司的竞争主要来自两方面：国内出口导向的装饰画、镜子及相框家居饰品企业和欧美发达国家当地的装饰画、镜子及相框家居饰品企业。相比于前者，公司凭借多年的生产经营积累，建立了强大的客户资源壁垒和创意设计壁垒，并具备一定的规模效应。

欧美发达国家本土的装饰画、镜子及相框类家居饰品企业往往拥有多年的历史与传承，在设计理念、技术水平等方面都领先于其他国家和地区。但受到社会分工、产业布局、人工成本等因素的影响，欧美装饰画、镜子及相框家居饰品企业主要保留了设计、研发和销售职能，制造环节主要依赖中国等。我国家居饰品的生产企业在产业配套、生产工艺、生产能力以及人工成本等方面拥

有相对明显的竞争优势。由于美国本土的装饰画、镜子及相框家居饰品企业其制造环节主要依赖于中国，产品也大量依赖于进口，因此中美贸易摩擦后美国当地的家居饰品企业也受到相应程度的影响，公司在当地面临的竞争环境未发生重大不利变化。

12、行业利润水平的变动趋势及变动原因

装饰画、镜子及相框类家居饰品具有文化创意属性，产品价值中研发、设计的价值占比较高。在终端市场上，新产品比老产品享有更高的溢价，相比于生产型企业，具有自主设计能力的企业可以凭借不断推出新产品获得更高的利润空间。近年来受原材料价格波动、劳动力成本上升等因素的影响，行业内的生产型企业普遍面临生产成本上升的问题。受益于国内居民消费能力的增长及国内知识产权保护体系的逐渐完善，具有自主知识产权的高品质装饰画、镜子及相框家居饰品越来越受消费者欢迎，因此自主创新型家居饰品企业的利润水平出现一定幅度提升。公司和同行业上市公司的毛利及毛利率变化情况参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率变动分析”之“4、综合毛利率与同行业可比上市公司的比较分析”。

（四）发行人在行业中的竞争格局

我国从事装饰画、镜子、相框类家居饰品生产的企业数量众多，但在技术水平、生产规模、品牌知名度等方面差别较大。行业内大部分企业技术实力有限，规模较小，规模效应难以凸显，面临较大竞争压力；部分生产企业经过多年积累在技术水平和市场规模上均具备了较为明显的优势，逐步确立了行业领先地位。领先企业将发挥自身的资源优势，进一步加大研发设计、销售渠道建设的投入，甚至并购行业内或产业链上下游的优势企业，推动行业的集中度进一步提升。

我国装饰画、镜子、相框类家居饰品制造企业分化明显，以华鸿股份、浙江王斌装饰材料有限公司、英科再生等为代表的行业领先企业，工艺水平高，自主研发能力强，产品种类丰富，品牌知名度高，具有规模优势和渠道优势，竞争优势明显。行业内大量中小型企业，生产规模较小、产品种类较为单一、

缺乏自主研发能力，在竞争中处于劣势。

未来，随着产业转型升级的加快，装饰画、镜子、相框类家居饰品企业将会向高端化、品牌化、规模化转型，国内可能会诞生一批具有世界级品牌和核心竞争力的大型家居饰品企业。

1、发行人所在行业的主要企业

（1）浙江王斌装饰材料有限公司

浙江王斌装饰材料有限公司是一家以生产销售红木家具、相框、装饰画、木质线条、PS 线条、装潢材料为主的大型民营企业。王斌装饰总部坐落于素有“中国小商品城”著称的中国义乌，现已成为集设计、研发、生产、销售为一体的跨地区、多元化、外向型的大型公司。

（2）英科再生（688087.SH）

英科再生是一家致力于可再生塑料的回收、再生、利用的高科技制造和循环经济企业。英科再生已建立一条完整的塑料循环利用产品研发和商业化产业链，涵盖塑料回收、塑料再生、再生材料及产品市场推广等各阶段。其中再生塑料利用领域包括：再生 PS 线条、环保成品框等。

（3）深圳闲云工艺饰品有限公司

深圳闲云工艺饰品有限公司成立于 1997 年，是一家完全拥有自主知识产权集油画、雕塑开发、生产、销售及服务于一体的大型文化创意产业公司。该公司经过多年的努力，现如今已经发展成为国内知名的油画生产厂商，产品销往全球 100 多个国家和地区。

（4）义乌市锐超相框有限公司

义乌市锐超相框有限公司成立于 2009 年，经过 13 年的发展，成为一家集相框、镜框、画框的设计、生产与销售于一体的综合型外贸企业，产品远销国内外 60 多个国家和地区。

2、发行人的行业地位

公司的装饰画、镜子和相框类家居饰品种类丰富、产品质量稳定。经过多年发展，公司已经成为装饰画、镜子和相框类家居饰品行业内知名的领先企

业，在国内外市场具有较强的市场竞争力和品牌知名度。

（1）业务规模方面

以装饰画和镜子产品为例，根据中国海关统计数据，2019 年至 2021 年度，公司手绘油画（HS 代码 97011020）、印刷图画（HS 代码 49119100）、无框玻璃镜（HS 代码 70099100）与镶框玻璃镜（HS 代码 70099200）出口金额及对应占我国的出口比重情况，如下表所示：

单位：万元（美元）

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
我国手绘油画出口额	16,196.67	13,566.55	12,128.75
公司手绘油画出口额	892.08	641.85	579.84
公司手绘油画出口占我国的比重	5.51%	4.73%	4.78%
我国印刷图画出口额	36,960.19	30,311.10	29,277.80
公司印刷图画出口额	7,972.94	5,340.55	5,248.01
公司印刷图画出口占我国的比重	21.57%	17.62%	17.92%
我国无框玻璃镜出口额	72,891.97	60,777.48	56,693.92
公司无框玻璃镜出口额	625.70	395.20	344.03
公司无框玻璃镜出口占我国的比重	0.86%	0.65%	0.61%
我国镶框玻璃镜出口额	207,190.40	159,978.14	131,932.03
公司镶框玻璃镜出口额	3,604.52	2,549.55	2,068.78
公司镶框玻璃镜出口占我国的比重	1.74%	1.59%	1.57%

数据来源：中国海关

2019 年至 2021 年，公司手绘油画占我国手绘油画出口总额的比重分别为 4.78%、4.73%和 5.51%，公司印刷图画占我国印刷图画出口总额的比重分别为 17.92%、17.62%和 21.57%。公司的手绘油画及印刷图画（包括喷绘油画、玻璃框画等）在我国同类产品出口金额中占据较高的比重，体现公司在国内装饰画行业领先的出口业务规模，公司的装饰画产品获得了较多海外客户的青睐。

长期以来，我国是玻璃镜（含无框与镶框）产品的第一大出口国。在此背景下，公司无框玻璃镜占我国无框玻璃镜出口总额的比重分别为 0.61%、0.65%和 0.86%，镶框玻璃镜占我国镶框玻璃镜出口总额的比重分别为 1.57%、1.59%和 1.74%。两者的比重均处于稳中有升的趋势，说明公司的玻璃镜产品在海外市场的愈来愈受客户欢迎。

（2）研发设计创新方面

公司具有较强的研发设计创新能力：公司及子公司画之都均为高新技术企业，画之都认定为浙江省专利示范企业、浙江省科技型企业，装饰画设计中心被认定为第二批浙江省省级工业设计中心。

公司的产品设计能力突出，以装饰画产品见长。以画之都为例，2019 年度至 2021 年度期间，各年度客户选中画之都自主设计的装饰画产品款数，自主设计的装饰画产品销售量以及对应的单款自主设计的装饰画产品平均销量，如下所示：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
客户选中自主设计装饰画产品款数（款）	15,218	12,330	8,473
客户选中自主设计装饰画产品销量（件）	8,585,715	7,940,237	4,079,587
客户选中自主设计的装饰画产品平均销量（件/款）	564	644	481

专利成果方面，截至报告期末，公司取得国家专利授权 91 项，其中发明专利 29 项，实用新型专利 50 项，外观设计专利 12 个。

通过大量优秀的原创设计结合不断推陈出新的新材料、新工艺，大幅提升了公司产品的附加价值和竞争力。

（3）营销渠道方面

公司与 Target、The Home Depot、TJX、Lowe's、Burlington、Walmart 等零售商及品牌商建立了长期战略协作关系，为之提供装饰画、镜子和相框家居饰品的设计和制造服务，是欧美市场重要的供应商之一。根据美国零售联合会发布的 2022 年度美国零售百强榜，公司与榜单 100 家公司中的 9 家公司建立了业务合作关系；全美前 10 名零售商中，公司覆盖其中 4 家。具体如下：

序号	客户名称	客户概况	2022 年美国零售百强排名	2022 财年营业收入	合作起始时间
1	Walmart	Walmart Inc. (WMT.N) 是一家美国的世界性连锁企业，以营业额计算为全球最大的公司，其控股人为沃尔顿家族。2021 年，Walmart 名列《财富》世界 500 强排行榜第 1 位。	第 1 名	5,727 亿美元	2014 年

序号	客户名称	客户概况	2022 年美国零售百强排名	2022 财年营业收入	合作起始时间
2	The Home Depot	The Home Depot, Inc. (HD.N) 为全球领先的家居建材用品零售商，美国第二大零售商。在美国、加拿大、墨西哥和中国等国家和地区皆有经营门店。2021 年，The Home Depot 位列福布斯全球企业 100 强中的第 67 位。	第 4 名	1,512 亿美元	2012 年
3	Target	Target Corporation (TGT.N) 是仅次于沃尔玛的零售百货集团，定位高级折扣零售店，在美国 50 个州和哥伦比亚特区拥有 1300 多家商店。2021 年，LTarget 在《财富》500 强排行榜中名列 30 名。	第 7 名	1,060 亿美元	2016 年
4	Lowe's	Lowe's Companies, Inc. (LOW.N) 是美国第二大家居装饰用品连锁店。2021 年，Lowe's 在《财富》500 强排行榜中名列 31 名。	第 9 名	962 亿美元	2019 年
5	TJX	The TJX Companies, Inc. (TJX.N)，美国 and 全世界的服装和家庭时尚低价零售商，在美国有 2500 多家分店。2021 年，TJX 在《财富》500 强排行榜中名列 97 名。	第 15 名	485 亿美元	2015 年
6	Dollar Tree	Dollar Tree, Inc. (DLTR.O)，于 1986 年创立，总部设在弗吉尼亚州的 Chesapeake。Dollar Tree 旗下业务包括 Dollar Tree 零售店和 Family Dollar。2021 年，Dollar Tree 在《财富》500 强排行榜中名列 111 名。	第 19 名	263 亿美元	2013 年
7	Ross Stores	Ross Stores, Inc. (ROST.O)，美国第三大折扣百货连锁店，主要销售服装、配饰、鞋类和家居时尚，在全美 40 个州拥有 1629 家 Ross Dress for Less 连锁商店，在 20 个州拥有 295 家 dd's DISCOUNTS 商店。	第 26 名	189 亿美元	2010 年
8	Burlington	Burlington Stores, Inc. (BURL.N)，美国知名折扣零售商，截至 2020 财年在北美 45 个州拥有 761 家门店。2021 年，Burlington 在《财富》500 强排行榜中名列 471 名。	第 47 名	93 亿美元	2014 年

序号	客户名称	客户概况	2022 年美国零售百强排名	2022 财年营业收入	合作起始时间
9	Hobby Lobby	Hobby Lobby Stores, Inc., 美国最大的工艺品进口零售商之一, 现经营店有 501 家分布在 41 个州, 经营产品包括工艺品、画框、珠宝制作、时装面料、花、卡片及派对用品、篮子、耐磨艺术、家居用品、节日用品等。	第 63 名	未公开披露	2012 年
10	Bed Bath & Beyond	Bed Bath & Beyond Inc. (BBBY.O), 美国一家大型连锁家居用品专门店。2021 年, Bed Bath & Beyond 在美国 500 强企业里面位列 280 名。	第 64 名	79 亿美元	2014 年

注: 按 2021 财年零售量排序

除了上述美国零售商、品牌商外, 公司还与英国、瑞典、智利等国家的知名家居品牌商、零售商建立了业务合作。具体情况如下:

序号	客户名称	客户简介	国家	2021 财年营业收入	合作起始时间
1	DUNELM	Dunelm Group plc (DNLM.L) 是英国排名第一的家居用品零售商, 拥有超过 170 家商店, 为客户提供超过 30 万种产品。	英国	13.36 亿英镑	2004 年
2	Rusta AB	Rusta AB 是一家成立于 1986 年的瑞典家族企业, 现有 162 家百货商店和员工 3232 人, 主要销售家居和休闲类用品。	瑞典	8.54 万亿克朗	2019 年
3	CDS	CDS (Superstores International) Limited 现在是英国增长最快的零售商, 在英国拥有超过 175 家门店, 销售包括家居用品、家具、DIY 和艺术用品在内的 65,000 种产品。	英国	13.74 亿英镑	2005 年
4	Falabella	Falabella S.A. (FALABELLA.CHL) 是智利的一家家居装饰连锁店, 在智利、阿根廷、哥伦比亚、秘鲁、墨西哥、乌拉圭和巴西等地设立了百货公司, 家庭中心, 超市和购物中心网络。公司拥有 Sodimac S.A. 等全资子公司。	智利	135.81 亿美元	2011 年

（4）重要荣誉奖项

序号	获奖主体	荣誉奖项	时间	授予单位
1	画之都	国家文化出口重点企业 （2021-2022 年度、2017-2018 年度、2011-2012 年度）	2021 年 2018 年 2014 年 2012 年	商务部、中宣部、财政部、文化部、国家新闻出版广电总局
2	画之都	浙江省文化出口重点企业 （2021-2022 年度 2019-2020 年度、2017-2018 年度、2015-2016 年度、2013-2014 年度、2011-2012 年度）	2022 年 2019 年 2017 年 2015 年 2014 年 2011 年	浙江省商务厅、浙江省委宣传部、浙江省文化厅、浙江省广播电影电视局
3	画之都	“画之都”牌装饰画——浙江名牌产品	2018 年	浙江省质量技术监督局
4	画之都	第二批浙江省省级工业设计中心	2015 年	浙江省经济和信息化委员会
5	画之都	浙江省科技型企业	2014 年	浙江省科学技术厅
6	画之都	浙江省绿色企业	2014 年	浙江省经济和信息化委员会、浙江省环境保护厅
7	画之都	浙江省文化产业示范基地	2014 年	浙江省文化厅
8	画之都	2013 年中国版权最具影响力企业	2013 年	中国版权协会
9	画之都	浙江省创新型试点（示范）企业	2013 年	浙江省科学技术厅
10	画之都	浙江省著名商标（“Wadou 画都”商标）	2013 年	浙江省工商行政管理局
11	画之都	浙江出口名牌	2012 年	浙江省商务厅
12	画之都	浙江省专利示范企业	2011 年	浙江省知识产权局、浙江省经济和信息化委员会

3、发行人的竞争优势与劣势**（1）竞争优势****①研发设计创新优势**

公司以研发设计创新为核心竞争力，建立了一支超过 200 人的专业化程度高、国际化和多元化兼具、流行趋势把握敏锐、研究设计能力出众的设计团队，设计活动贯穿于市场趋势调研、材料工艺严选、作品主题挑选、产品单体设计、产品组合创作以及相关的营销推广活动。

A.公司具备较强产品开发能力

以画之都为例，2019 年至 2021 年，画之都每年新增自主设计的装饰画分

别为 11,370 款、9,093 款和 10,060 款。突出的设计能力，让画之都的装饰画产品得到国内外客户的青睐与认可。

公司实行“双核心+多品类+全案设计”的研发设计创新策略。双核心，是指公司将丰富的创意设计经验和优势资源优先服务于美国和欧洲两个核心市场。国际知名的家居饰品品牌商、零售商及艺术画廊等主要分布于这两大核心市场。设计师主要聚焦欧美市场，对其行业潮流趋势的判断更为敏锐，从而能够向客户推出符合其风格定位的家居饰品。为了更好地开拓欧美市场，公司在美国设立子公司，在英国设立代表处，便于及时准确把握美国和欧洲市场的家居饰品的流行趋势和最新的设计理念，更加贴近客户需求，并通过直接与客户进行设计沟通的方式使得客户的粘性进一步增强。

多品类，是指公司将不同的设计风格和工艺技术运用至装饰画、镜子和相框，进行多品类的开发，形成产品组合。为客户提供多种相关联品类的设计方案，丰富客户的产品选择，形成较强的营销联动和协同效应，在产品端即形成营销拉动的作用。

全案设计，是指公司为客户提供全价值链的完整解决方案，包括市场分析、新品推介、相关多品类的产品企划、产品设计、打样报价和市场营销等全流程方案设计。设计师向客户发布流行趋势资讯和原创设计产品，根据客户需求进行产品全案或者专案开发设计，并通过故事化、场景化、节日化、礼品化的产品企划方案，为客户推荐市场营销方面的建议和服务。

原创设计收入占比体现了客户对公司原创设计作品的认可程度。2019 年至 2021 年，公司的原创设计产品收入占比超过 70%。公司与主要客户保持长期合作关系，能够精准把握客户的产品需求与当下的流行文化风口，得到客户的高度认可。

B.高效的研发设计流程和优秀的研发设计团队

在研发设计体系方面，公司积极探索现代美术设计技术在装饰画、镜子、相框等家居饰品领域的运用，将电脑绘画、数字影像合成等技术与传统绘画创作方式相结合，形成了具有独创性的高效设计研发流程和体系。公司以产品设计、新材料应用、新工艺开发推动产品的研发创新，新材料的应用和新工艺的

开发也紧紧围绕产品设计展开。公司对产品设计实施项目制、模块化管理，各项目由项目经理负责，实施单独的绩效及成本核算。

在研发设计团队方面，公司建立了专业化水平高、流行文化趋势感知敏锐的研发设计团队，并配有专门的材料和工艺技术研发人员负责材料、工艺的研发与拓展工作，运用新材料、新工艺，实现产品的不断优化升级和迭代更新，保障了公司研发设计能够不断迭代更新、持续性进步。为了提升公司研发设计团队的专业能力，公司建立了完备的内部培训机制。

凭借卓越的研发设计能力，公司的子公司画之都被商务部、中宣部、财政部、文化部、国家新闻出版广电总局认定为国家文化出口重点企业。

②工艺技术优势

经过多年发展，公司在装饰画、镜子、相框类家居饰品领域积累了丰富的工艺技术经验，制造工艺体系趋于完善，在行业内处于先进水平。公司子公司画之都作为起草单位参与了浙江省团体标准《T/ZZB2521—2021 家居画饰布质油画》的制定，促进了国内装饰画产品的标准化建设进程。

公司及子公司画之都均为国家高新技术企业。截至报告期末，公司取得国家专利授权 91 项，其中发明专利 29 项，实用新型专利 50 项，外观设计专利 12 个。画之都被浙江省知识产权局、浙江省经济和信息化委员会评为浙江省专利示范企业，被浙江省科学技术厅认定为第三批浙江省科技型企业，其装饰画设计中心被认定为第二批浙江省省级工业设计中心。公司成为国内家居饰品行业内技术创新实力领先的企业之一。

在新材料、新工艺的研发与运用方面，公司积极探索、不断创新，在行业内走在前列。公司率先投入抗菌抗紫外线感温变色蜡彩画颜料制备技术、耐腐蚀抗紫外线老化的包履改性铝颜料制备技术、沸石阻燃发泡剂制备等先进工艺技术。新工艺技术在产品中的使用有利于提升产品防腐、防潮、阻燃等质量指标，增加产品的科技含量，提升产品的附加值。公司积极开展产学研合作，与浙江理工大学、浙江工业大学等高校建立了长期稳定的技术合作关系，为新材料、新工艺技术的研发与运用奠定了基础。

公司产品种类丰富多样，工艺技术也纷繁复杂。公司凭借多年工艺研发经

验并结合特定的工艺技术要求，与工艺设备生产商联合开发对应的生产设备，使得公司在生产过程中能够提高生产效率，降低生产成本，提升产品品质。

③客户资源和渠道优势

A.客户综合服务能力突出，终端商客户收入占比持续上升

公司客户主要分为终端商和贸易商，以终端商为主。终端商主要为国际知名的家居饰品品牌商、大型零售商超、工艺画廊等，直接面向消费者；贸易商从事家居饰品贸易，主要靠进销差价获取利润。最近三年及一期，公司对终端商的销售收入占比分别为 76.95%、82.59%、83.22%、82.98%，占比稳步上升，主要是公司具备较强的客户综合服务能力。

公司能够为客户提供契合其市场和目标客户需求的新产品、不同品类产品的组合销售策略、产品展示布置方案等；通过对市场调研，公司定期向客户反馈行业流行趋势主题、新兴材料、新兴工艺特点等；通过消费者调研，确定符合客户品牌定位的消费者画像；通过品类调研，以客户需求的产品设计为焦点，拓展衍生品类；根据市场调研结果，公司为客户量身定制营销方案，设计师通过场景化展示，为品牌客户推荐和介绍不同品类的组合销售策略，并为客户提供产品的场景化布置陈列方案。

B.与众多客户保持长期稳定合作关系

国际知名品牌商、零售商、批发商建有自己的供应商体系，通过其严格的供应商考核后，基本能够保持长期稳定的业务合作关系，一般不会轻易改变。

公司通过了包括 BSCI、GSV 等一系列全球公认的资质认证，也通过了包括 Hobby Lobby、Next 和 Primark 等客户的自主验厂。相较于普通的客户，优质客户市场竞争力强，产品需求量稳定，为销售业绩的增长奠定了良好的基础。另一方面，与知名的品牌商、零售商、批发商以及工艺画廊等机构合作，能够快速了解行业内最新的需求，了解家居饰品行业的新理念、新设计、新材料和新工艺。

C.广泛的营销网络

经过不断的市场开拓，公司在美国、英国、南美等地设立了子公司或销售

代表处，在当地聘请销售人员进行市场开拓和客户维护，初步建立起了一个覆盖全球的营销网络。报告期内，公司产品远销欧洲、北美、澳洲、南美等地区，已与全球 60 多个国家的 300 多个客户建立了合作关系，并与其中 120 多个客户建立了深度合作关系。

④产品质量优势

装饰画、镜子、相框类家居饰品作为耐用消费品，其产品质量是影响消费者购买决策的重要因素之一，特别是欧美发达国家市场，对消费品的质量管控更为严格。公司通过了 ISO9000 质量管理体系认证、BSCI 认证、SCAN 认证等全球通用的验厂资质，并形成了一套成熟有效的产品质量控制体系，包括《品质管理制度》《委托加工管理制度》《来料检验控制程序》《品质管理制度》等，质量控制措施贯穿产品设计开发、原辅料采购、生产制造、检验入库、发货的全过程。

凭借成熟健全的产品质量控制体系，报告期内公司产品客户验货合格率高达 95%以上，得到了国外客户的高度认可，在行业内树立了良好的口碑。

⑤地理区位优势

公司位于浙江省义乌市。作为全球最大的小商品集散中心，义乌轻工业发达，也是国内工艺品、装饰画产品的集散中心之一，每年在义乌举办与装饰画、镜子及相框等家居饰品相关的展会，比如“中国义乌文化产品交易博览会”、“中国义乌国际小商品博览会”、“中国框业与装饰画展览会”、“义乌国际家居软装展览会”等，为公司业务拓展、信息交流创造了良好条件。

义乌周边集聚了大量装饰画、镜子、相框类家居饰品及其原材料相关的生产厂商，公司生产所需的原材料基本可以实现本地采购，有助于有效降低公司的原材料采购成本。义乌的产业集聚还吸引了丰富的劳动力资源，义乌当地相关技术人才、熟练工集中，便于公司在规模扩张中获得人力资源优势。此外，装饰画、镜子及相框等家居饰品生产企业的高度集聚也为公司的外协生产提供了有利条件，公司外协加工的各类产品均可以找到相当数量的合格生产厂家，有利于控制外协产品质量和生产成本。

⑥供应链管理优势

公司建立了完善的供应链管理体系。在供货速度方面，公司拥有快速响应的优势。公司以信息系统为依托，将创意设计、采购、生产、销售、质控、仓储、物流等环节有效组织并实施协同运作，形成了一套行之有效的管理机制。公司的供应链管理部门能够根据市场情况、历史经验和生产规划，指定采购计划。采购部门依托当地产业资源和区位优势，优化供应商布局和供应能力建设。在交货环节，物流部门通过对专业物流公司的科学组织，根据客户需求的紧急程度和配送的距离，制定合理的配送计划，确保按时交运。公司于美国设立子公司，以便更快响应美国当地客户的需求。

⑦丰富的产品线优势

公司的产品线极为丰富，覆盖装饰画、镜子、相框等三大品类，各个产品线均涉及众多的产品种类和规格，可满足客户关于家居环境装饰及美化的定制化和多样化需求，真正实现“由一幅画到一面墙，再到一个家”的家居装饰理念。

丰富的产品线优势，有利于公司深化与客户的关系并扩大与客户的合作范围；有利于降低公司单位采购成本，提高公司的盈利能力；有利于增强公司应对市场需求变化的能力，充分把握市场机遇。

（2）竞争劣势

①自主品牌知名度有待进一步提高

公司的主要销售市场集中在欧美发达国家，销售模式以 ODM 为主。虽然公司已经开始尝试在海外市场建立自有品牌，但是销售规模还较小，品牌知名度、辨识度仍需提升，与国际知名品牌相比还存在较大差距。在国内市场，公司打造了“天下画仓”“天画家居”等多个行业知名品牌，但鉴于国内家居饰品市场的成熟度还不高，市场潜力还有待进一步发掘，本土自主品牌还需要进一步扩大宣传力度，提高其在消费者中的认知度。

②产品输出能力受限

报告期内，公司的产品销量持续增长，现有的生产设备已经不能满足订单的快速增长。生产设备和生产场地的不足，限制了产品输出能力。

产品输出能力受限还体现在生产体系缺乏精益柔性的产品输出能力。精益柔性的产品输出能力要求，在品质、交期、成本保持一致的条件下，生产线能在大批量生产和小批量生产之间任意切换，能够满足大规模的个性化生产定制等特殊需求。现阶段，公司尚未实现全面的自动化、智能化、信息化生产技术和设备赋能自主产能，亦尚未完全实现精益化生产、柔性化制造和弹性产能供给。

③融资渠道单一

公司要实现发展目标，需在产能扩张、精细化管理、品牌运营等多个方面持续加大投入，而这均需要雄厚的资本支持。公司现有资金来源主要为银行贷款、股东资本金投入及盈余滚存，融资渠道较为单一。融资渠道受限已成为制约公司快速发展的影响因素之一，在一定程度上制约了公司的进一步发展，不利于综合竞争力的提升。

4、与同行业可比公司的比较情况及可比公司选取标准

（1）发行人与同行业可比公司的基本情况

证券简称	行业	主要产品	2021年营业收入	出口比例（%）	销售模式	客户集中度	定制化程度及定价依据
创源股份	文教工美	纸质时尚用品：时尚文具类、手工益智类、社交情感类等；运动健身类产品	138,296.16	96.63%	境外销售以线下外贸为主，以跨境电商为辅。境内销售开展自有品牌销售，与大客户进行ODM开发联名定制产品。	2019年至2021年，前五大客户的销售额占比分别为41.17%、28.57%和25.75%。	生产的大部分产品是为客户定制。产品高度定制化，“按单生产，量身定制。未披露定价依据
德艺文创	文教工美	文创家居用品：创意装饰品、休闲日用品（鞋、包）、时尚小家具	80,670.12	99.18%	境外销售以批量订单方式向海外零售商、商超及品牌经销商销售产品。境内销售以自营门店或者网络销售渠道的方式，零售给终端消费者。	2019年至2021年，前五大客户的销售额占比分别为28.36%、23.83%和23.90%。客户集中度较低。	采用OEM采购模式，由研发中心提供设计图纸，OEM厂商按照设计图生产产品，最终以公司的自主品牌或指定品牌销售。产品定制化程度高。外销产品实行“以销定产”政策。未披露定价依据
真爱美家	纺织	毛毯	93,303.75	89.40%	毛毯产品出口采取直销模式，包括OEM、ODM及自	2019年至2021年，前五大客户的	采用以“订单式生产”为主、“备货式生产”

证券简称	行业	主要产品	2021 年营业收入	出口比例 (%)	销售模式	客户集中度	定制化程度及定价依据
					主品牌销售三种方式。国内销售中，有少量床上用品通过自主品牌以经销模式销售给经销商，其余均为直销模式或是直营门店零售模式。	销售额占比分别为 23.09%、20.07% 和 23.83%。客户集中度较低。	为辅的生产模式。产品定制化程度高。毛毯产品的原材料相对单一、成本结构相对简单，销售定价主要考虑原材料价格波动及销售地市场价格情况。
众望布艺	纺织	装饰面料、沙发套	58,700.65	83.50%	销售模式为直接销售。向境外客户的销售分为两种情形：第一种是由客户直接向公司下达订单；第二种是由客户指定的代工厂根据客户的需求向众望布艺下达订单。	2019 年至 2021 年，前五大客户的销售额占比分别为 57.74%、56.18% 和 56.89%。客户集中度较高。	采用“以销定产、少量库存”的生产模式。在此背景下，公司在接到客户订单后，根据客户的订单需求和交货期限组织生产。公司大部分产品定制化程度高。定价依据于原材料、运费、工艺技术特点等，双方协商而定。
英科再生	废弃资源综合利用业	成品框（相框、画框、镜框）、线条、粒子等	199,005.41	74.40%	销售模式为直接销售。境外销售，由客户直接向英科国际下单，再在其他子公司安排生产，统一由英科国际结算。境内销售，安排 25 个销售网点对境内客户进行展示及销售。	2019 年至 2021 年，前五大客户的销售额占比分别为 17.75%、29.26% 和 19.51%。客户集中度较低。	销售的产品包括回收设备、粒子、线条、成品框等。其中，回收设备可分为标准设备和根据客户要求生产的定制化设备；再生塑料粒子作为标准化的产品；再生 PS 线条和环保塑料成品框为定制化产品。针对定制化产品，采取“以销定产”的生产模式，根据客户订单安排生产计划；针对标准化产品主要采用“市场预测+安全库存”的生产模式。依据市场行情，买卖双方协商定价。
浙江永强	家具制造	户外休闲家具、遮阳伞、帐篷等	815,080.97	93.29%	销售模式为直接销售，针对境外客户主要以 ODM 贴牌销售产品，针对境内客户逐步建立自有品牌。	2019 年至 2021 年，前五大客户的销售额占比分别为 42.76%、46.13% 和	采用 ODM 订单式生产模式，接到客户订单后，依据订单要求生产产品。产品定制化程度较高，产品价格依据产

证券简称	行业	主要产品	2021 年营业收入	出口比例 (%)	销售模式	客户集中度	定制化程度及定价依据
						45.66%。客户集中度较高。	品原材料、人工、工艺技术、当地市场销售行情等多因素协商而定。
中源家居	家具制造	沙发	102,117.22	97.13%	境外销售主要采取直销下的“OEM+ODM”模式，境内销售主要采取“经销+直销”的销售模式，经销主要通过加盟经销等方式来销售，直销主要通过电商、直营网点等销售方式。	2019 年至 2021 年，前五大客户的销售额占比分别为 20.72%、20.99% 和 26.07%。客户集中度较低。	以订单生产为主、备货生产为辅，备货生产仅针对一些标准化的产品准备一部分库存，保障产品的及时供给。产品定制化程度高。采取成本加成模式定价，在考虑了产品的成本及费用后，采用合理的利润率来确定产品基础价格。
雅艺科技	家具制造	户外火盆、气炉等户外休闲家具	44,840.16	98.00%	与客户的合作方式为 ODM 模式，即根据市场需求或客户委托进行产品的设计研发，生产后以客户的品牌对外销售。	2019 年至 2021 年，前五大客户的销售额占比分别为 79.76%、86.09% 和 82.46%。客户集中度较高。	采用“以销定产、以产定购”的模式制定生产作业计划并安排生产。产品均为非标定制化产品，因此在向客户报价时会考虑客户下单具体产品的设计难度、材质要求、加工工艺的复杂程度等因素，因此同类产品定价有所差别。
发行人	文教工美	装饰画、镜子、相框等家居饰品	102,244.22	95.58%	境外市场，发行人选择成熟的 ODM、OEM 模式，并逐步开拓自主品牌经营；境内市场，发行人选择自主品牌经营为主，线上线下渠道相互结合。	2019 年至 2021 年，前五大客户的销售额占比分别为 34.53%、36.02% 和 38.27%。客户集中度适中。	发行人产品均为非标化产品，采取“以销定产”的生产模式，依据客户的订单要求来研发、设计、生产产品。发行人采用成本加成的定价策略，在考虑原材料成本、人工成本、创意设计价值等因素后，保证一定毛利的基础上，与客户协商确定价格。

注 1：上述信息来自各上市公司报告期内年度报告、招股说明书等公开渠道资料整理。

注 2：可比公司出口比例为 2021 年财务数据。

公司在管理层讨论分析中，部分采用了与同行业可比公司对比分析的方

法，以便投资者深入理解公司的财务及非财务信息。同行业可比公司选取的标准为：①主要从事家居饰品、家居用品的研发、生产和销售，或上述相关业务的收入金额较高；②具有相当比例的境外销售，与公司以境外销售为主的销售模式具有可比性；③在行业内具有一定的知名度和重要性；④产品面向的客户大部分为境外知名商超、零售商、品牌商，客户相对集中而不是分散；⑤产品定制化程度高，主要采取“以销定产”的生产方式，根据订单安排组织生产；⑥为境内上市公司，能够从公开渠道获取可供比较的财务及业务数据。据此，公司选取了创源股份、德艺文创、真爱美家、众望布艺、英科再生、浙江永强、中源家居、雅艺科技为同行业可比公司。上述公司的选取具有可比性、全面性。

（2）发行人与可比公司在经营情况、研发实力方面的比较情况

证券简称	2021 年营收规模（万元）	2021 年净利润（万元）	专利数量	研发费用（万元）	研发费用占比	研发人员数量（人）	研发人员占比
创源股份	138,296.16	946.67	截至 2021 年末，共获得专利 337 件，其中：发明专利 22 件，实用新型专利 232 件，外观专利 83 件	7,251.61	5.24%	371	13.54%
德艺文创	80,670.12	2,077.90	未披露	2,256.48	2.80%	75	22.52%
真爱美家	93,303.75	10,754.71	截止 2021 年末，已取得发明专利 51 项、实用新型专利 65 项、外观设计专利 48 项	4,500.60	4.82%	274	17.49%
众望布艺	58,700.65	14,718.57	未披露	2,021.38	3.44%	62	9.37%
英科再生	199,005.41	23,977.58	截至 2021 年末，累计获得发明专利 10 件，实用新型专利 98 件，外观设计专利 27 件，软件著作权 15 件，其他 1,270 件，合计 1,420 件	9,667.54	4.86%	376	14.70%
浙江永强	815,080.97	12,518.20	未披露	22,258.69	2.73%	917	8.38%
中源家居	102,117.22	-1,533.07	截至 2021 年 12 月 31 日，公司拥有各类实用新型、外观设计、发明专利共计 119 项	2,847.00	2.80%	85	5.10%
雅艺科技	44,840.16	9,026.05	截至 2021 年末，公司拥有各类专利及著作权 35 项	1,490.72	3.32%	57	13.51%
发行人	102,244.22	18,881.22	截至 2022 年 9 月 30 日，发行人及其子公司已经取得国家专利授权 91 项，其中发明专利 29	4,885.67	4.78%	319	11.78%

证券简称	2021 年营收规模（万元）	2021 年净利润（万元）	专利数量	研发费用（万元）	研发费用占比	研发人员数量（人）	研发人员占比
			项，实用新型专利 50 项，外观设计专利 12 个				

注 1：上述信息来自各上市公司报告期内年度报告、招股说明书等公开渠道资料整理。

注 2：专利数量、研发费用、研发费用占比、研发人员数量、研发人员数量为 2021 年数据。

（五）发行人的业务发展过程、模式成熟度、经营稳定性及行业地位

公司是一家专注于装饰画、镜子、相框等家居饰品研发设计、生产、销售的企业。公司设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式未发生变化。

经过多年的生产经营管理经验积累，公司现已形成了成熟完整的业务模式，即“以产定购”的采购模式、“以销定产”的生产模式、“以外销为重点，以内销为补充，线上线下良好互动”的销售模式。

报告期各期，公司营业收入分别 77,733.79 万元、76,383.21 万元、102,244.22 万元和 65,138.72 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 15,526.63 万元、14,333.35 万元、17,739.99 万元和 11,250.77 万元。公司营业收入和利润维持在较高水平且经营业绩稳定，公司整体经营规模较大。

我国装饰画、镜子、相框类家居饰品制造企业分化明显。公司凭借强大的规模优势、突出的自主研发设计创新能力、丰富多元的营销渠道优势及具有影响力的品牌知名度，从众多家居饰品生产制造企业中脱颖而出，居于行业前列。关于发行人的行业地位的体现，参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况与竞争格局”之“（四）发行人在行业中的竞争格局”之“2、发行人的行业地位”。

三、发行人销售情况和主要客户

（一）发行人主要产品的生产和销售情况

1、主要产品的产能、产量及产能利用率

报告期内，公司主要产品的产能、产量、产能利用率情况如下表所示：

单位：万件

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
相框产能	707	1,041	1,041	1,194

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
相框产量	566.96	898.84	933.86	1,115.07
相框产能利用率	80.25%	86.30%	89.67%	93.41%
镜子产能	328	503	416	398
镜子产量	230.85	476.96	404.86	316.85
镜子产能利用率	70.42%	94.85%	97.25%	79.58%
装饰画产能	1,341	1,757	1,175	1,068
装饰画产量	733.08	1,571.68	1,086.66	850.60
装饰画产能利用率	54.67%	89.43%	92.50%	79.64%

注：产能及产量依据公司标准产品（单位年度销量最大的产品）换算。

2、主要产品的产量、销量及产销率

报告期内，公司主要产品的产量、销量、产销率情况如下表所示：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
相框产量（万件）	561.39	896.88	911.77	1,144.62
相框销量（万件）	592.21	929.97	842.79	1,160.00
相框产销率	105.49%	103.69%	92.43%	101.34%
镜子产量（万平方米）	116.49	236.45	191.35	134.35
镜子销量（万平方米）	129.13	243.82	171.81	141.82
镜子产销率	110.85%	103.12%	89.79%	105.56%
装饰画产量（万平方米）	274.17	446.59	300.92	293.77
装饰画销量（万平方米）	272.44	435.95	305.61	292.24
装饰画产销率	99.37%	97.62%	101.56%	99.48%

注 1：上表中的“产量”未换算为以标准产品计量。

注 2：上表中的“产量”及“销量”均未纳入外采成品。

3、主要产品销售收入情况

报告期内，公司主营业务收入按产品类别分类情况如下：

单位：万元、%

产品	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
装饰画	39,922.38	61.75	61,352.45	60.37	43,688.50	57.51	44,492.41	57.53
镜子	16,967.40	26.25	28,196.43	27.74	21,025.13	27.67	16,835.50	21.77
相框	7,134.96	11.04	11,945.79	11.75	11,166.90	14.70	15,651.63	20.24
其他	621.90	0.96	136.63	0.13	91.82	0.12	357.34	0.46

产品	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

4、主要消费群体

公司的装饰画、镜子、相框类产品主要用于各类室内场所的装饰，应用场景包括住宅，以及酒店、办公楼等各类公共场所。公司产品的主要消费群体包括普通个人消费者和企业。受历史文化及传统习俗的影响，欧美国家居民有购买装饰画、镜子、相框等家居饰品来装饰美化家居环境的消费习惯及消费需求。因此，公司的产品销售市场主要为境外市场，北美与欧洲为公司的主要销售区域。

5、主要产品价格的变化情况

公司产品价格根据市场化原则确定，公司产品为非标准化产品，其价格受市场需求、原材料价格、工艺技术、创意设计、海运、关税等因素的综合影响。报告期内，公司产品销售价格变动情况如下：

产品	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	均价	同比变动	均价	同比变动	均价	同比变动	均价
装饰画 (元/m²)	146.54	4.23%	140.58	-1.57%	142.83	-5.81%	151.65
镜子 (元/m²)	127.54	11.65%	114.23	-5.80%	121.26	3.28%	117.40
相框 (元/件)	10.93	-5.08%	11.51	5.11%	10.95	-7.24%	11.81

公司产品销售价格变动原因参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”。

6、各种销售模式的销售收入情况

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	43,330.78	67.03	73,885.09	72.70	56,233.38	74.02	55,876.34	72.25
OEM	18,499.26	28.62	24,323.55	23.93	16,628.86	21.89	16,765.83	21.68

OBM	1,399.12	2.16	2,204.30	2.17	1,672.87	2.20	2,709.72	3.50
其他	1,417.48	2.19	1,218.36	1.20	1,437.26	1.89	1,984.99	2.57
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

按照销售模式，公司主营业务收入分为 ODM、OEM 和 OBM，其他收入为外采成品销售。公司销售模式以 ODM 为主，报告期内 ODM 占比分别为 72.25%、74.02%、72.70%和 67.03%。报告期内，公司开始尝试 OBM 模式，在国内外创立自主品牌，扩大品牌效应，在产业链环节上创造更高的产品附加值，目前收入比例仍然不高。

（二）报告期内主要客户情况

报告期内，公司前五名客户销售收入及其占主营业务收入的比例如下：

单位：万元

年度	排名	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例	销售内容
2022 年 1-9 月	1	Hobby Lobby Stores, Inc.	6,034.80	9.34%	装饰画、相框
	2	Target Corporation	5,212.66	8.06%	装饰画、镜子、相框
	3	Burlington Stores, Inc.	4,971.22	7.69%	装饰画、镜子
	4	Ross Stores, Inc.	4,945.09	7.65%	装饰画、镜子、相框
	5	The TJX Companies, Inc.	4,260.43	6.59%	装饰画、镜子、相框
	合计		25,424.21	39.33%	-
2021 年度	1	Target Corporation	8,791.74	8.65%	装饰画、镜子、相框
	2	Ross Stores, Inc.	8,347.19	8.21%	装饰画、镜子、相框
	3	Burlington Stores, Inc.	8,200.47	8.07%	装饰画、镜子
	4	Hobby Lobby Stores, Inc.	7,063.53	6.95%	装饰画、相框
	5	Falabella S.A.	6,490.71	6.39%	装饰画、镜子、相框
	合计		38,893.64	38.27%	-
2020 年度	1	Hobby Lobby Stores, Inc.	7,425.97	9.77%	装饰画、相框
	2	Burlington Stores, Inc.	6,238.05	8.21%	装饰画、镜子
	3	Ross Stores, Inc.	6,171.54	8.12%	装饰画、镜子、相框
	4	CDS (Super stores	3,819.04	5.03%	装饰画、镜子、

年度	排名	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例	销售内容
		international) Limited			相框
	5	Falabella S.A.	3,717.60	4.89%	装饰画、镜子、相框
	合计		27,372.20	36.02%	-
2019 年度	1	Ross Stores, Inc.	7,428.69	9.61%	装饰画、镜子、相框
	2	Kirkland's, Inc.	6,178.40	7.99%	装饰画
	3	Hobby Lobby Stores, Inc.	5,285.85	6.83%	装饰画、相框
	4	CDS (Super stores international) Limited	3,997.12	5.17%	装饰画、镜子、相框
	5	Burlington Stores, Inc.	3,815.06	4.93%	装饰画、镜子
	合计		26,705.11	34.53%	-

注：同一控制下的客户产生的营业收入已合并统计。Ross Stores Inc.包括 Ross Stores Inc.和 Ross procurement Inc.；The TJX Companies, Inc.包括 The TJX Companies, Inc.、HomeGoods, Inc.、Winners Merchants International L.P.、TJX UK；Falabella S.A.包括 Falabella S.A.、Comercializadora Sdmhc Sa De Cv、Construdecor S.A.、Homecenter Sodimac S.A.、Sodimac Colombia S.A.、Sodimac S.A.、Tiendas Del Mejoramiento Del Hogar S.A.

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。

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方及持有公司 5%以上股份的股东与上述前五大客户均不存在关联关系。

四、发行人主要产品的原材料、能源供应情况

（一）发行人主要原材料、能源供应情况

报告期内，公司主要原材料为包装物、玻璃镜子、密度板、线条、聚苯乙烯、画布等，具体金额及占采购总额的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
包装物	3,777.78	20.78%	6,493.57	18.95%	5,025.07	19.23%	4,236.41	17.75%
玻璃镜子	2,564.65	14.11%	6,306.22	18.41%	4,355.59	16.67%	3,222.34	13.50%
密度板	2,365.71	13.01%	4,670.81	13.63%	3,528.74	13.50%	2,872.62	12.03%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线条	1,871.66	10.29%	3,031.93	8.85%	2,274.65	8.70%	2,309.81	9.68%
聚苯乙烯	1,500.57	8.25%	2,788.63	8.14%	2,591.79	9.92%	2,841.26	11.90%
画布	839.16	4.62%	2,281.37	6.66%	1,717.20	6.57%	1,535.47	6.43%
合计	12,919.51	71.06%	25,572.54	74.64%	19,493.04	74.59%	17,017.91	71.29%

报告期内，公司主要原材料采购的采购单价变动趋势具体如下：

项目	名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
包装物	纸箱（元/m ² ）	5.95	5.77	5.58	5.49
玻璃镜子	白玻（元/m ² ）	10.09	11.89	9.45	7.89
	铝镜（元/m ² ）	15.68	19.28	15.46	12.99
	银镜（元/m ² ）	32.32	41.78	36.91	36.41
聚苯乙烯	聚苯乙烯（元/吨）	7,544.92	6,792.55	5,930.27	7,313.55
密度板	标准密度板（122cm*244cm）（元/m ³ ）	1,393.00	1,368.37	1,352.31	1,374.37
画布	高光布（元/m ² ）	3.89	4.08	3.98	4.17
	哑光布（元/m ² ）	4.06	4.07	4.00	4.16

1、包装物价格分析

公司采购的包装物主要为纸箱，用于产品包装，防止产品在运输过程中受损。2019 年至 2020 年，公司纸箱采购价格基本维持稳定。2021 年，受纸浆价格上涨影响，公司纸箱采购平均价格较 2020 年度上涨 3.45%；2022 年 1-9 月，公司纸箱采购平均价格较 2021 年度上涨 3.07%。公司纸箱平均采购价格走势与纸箱上游原材料纸浆价格走势基本一致，其中 2020 年纸箱平均采购单价较纸浆价格走势有一定背离，主要系 2020 年镜子产品销售面积提升 20.91%，因镜子为易碎产品，为保护镜子长途运输不受损而采购的加厚型纸箱占比提升所致。报告期内，纸浆价格走势如下：

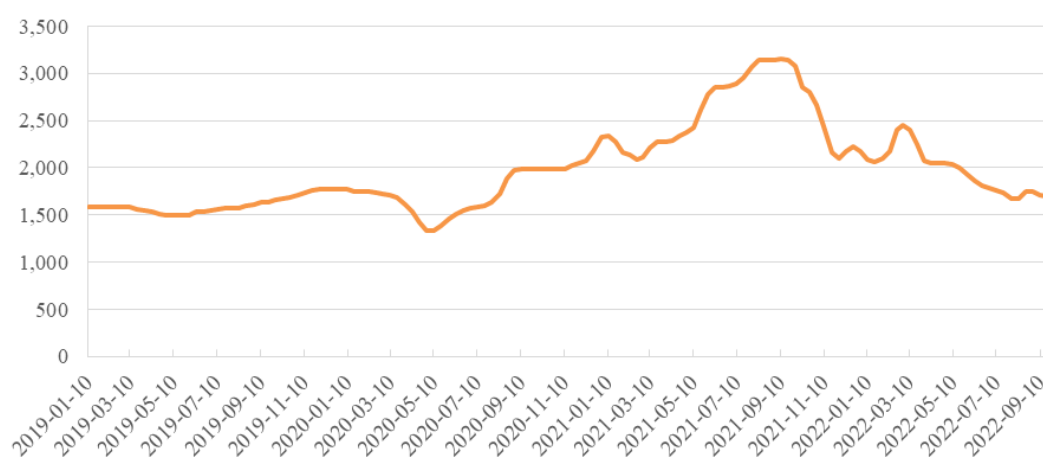
2019年至2022年三季度纸浆价格走势（元/吨）



数据来源：Wind

2、玻璃镜子价格分析

玻璃镜子为公司生产镜子产品、玻璃相框的主要原材料。2020年下半年以来，受玻璃限产政策影响，玻璃价格持续走高，至2021年三季度达到高点，随后呈现波动下降趋势。2019年至2021年，公司白玻、铝镜及银镜采购单价均呈上涨趋势，其中：白玻2021年度采购单价较2019年上涨50.77%，铝镜2021年度采购单价较2019年上涨48.40%，银镜2021年度采购单价较2019年上涨14.75%。2022年1-9月，白玻、铝镜及银镜采购单价均出现回落。公司白玻、铝镜及银镜采购单价与4.8/5mm浮法平板玻璃市场价格走势基本一致。报告期内，4.8/5mm浮法平板玻璃市场价格走势如下：

2019年至2022年三季度4.8/5mm浮法平板玻璃价格走势
(元/吨)

数据来源：Wind

3、聚苯乙烯价格分析

聚苯乙烯为公司生产 PS 画框、PS 镜框及 PS 相框的重要原材料。2019 年初至 2020 年三季度，受宏观经济波动及原油等大宗商品价格下降影响，聚苯乙烯价格呈下降趋势。2020 年四季度以来，受欧美等国家实施扩张的货币政策及加大基础设施建设投资的影响，原油等大宗商品价格上涨，也带动聚苯乙烯价格上涨。总体来看，报告期内公司聚苯乙烯采购价格与通用级聚苯乙烯市场价格走势基本一致。报告期内，浙江产通用级聚苯乙烯 GPPS（透苯）完税自提价（中间价）走势如下：

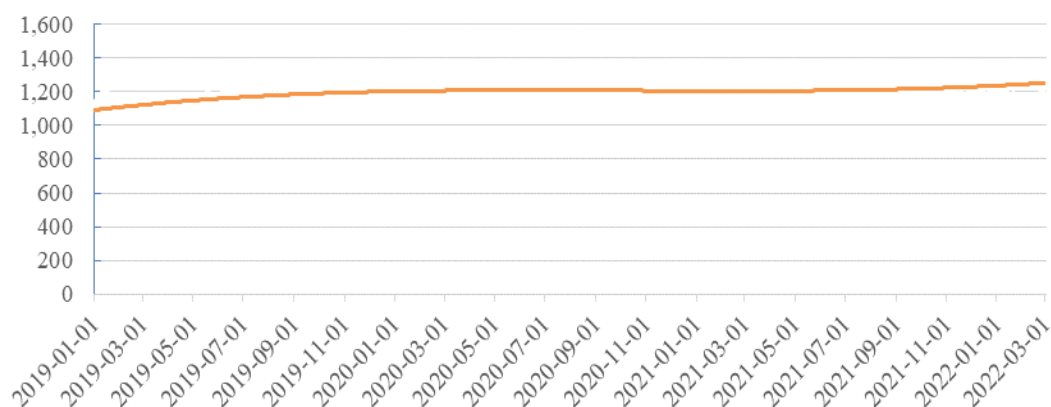


数据来源：Wind

4、密度板价格分析

密度板是公司生产 MDF 画框、MDF 镜框、MDF 相框及支架的重要原材料，其上游原材料主要为木屑、树根、枝丫等。报告期内，公司标准密度板采购价格较为稳定，与中国木材价格指数网公布的密度板价格指数走势基本一致。报告期内，中国木材价格指数网公布的密度板价格指数走势如下：

2019年至2022年一季度密度板价格指数



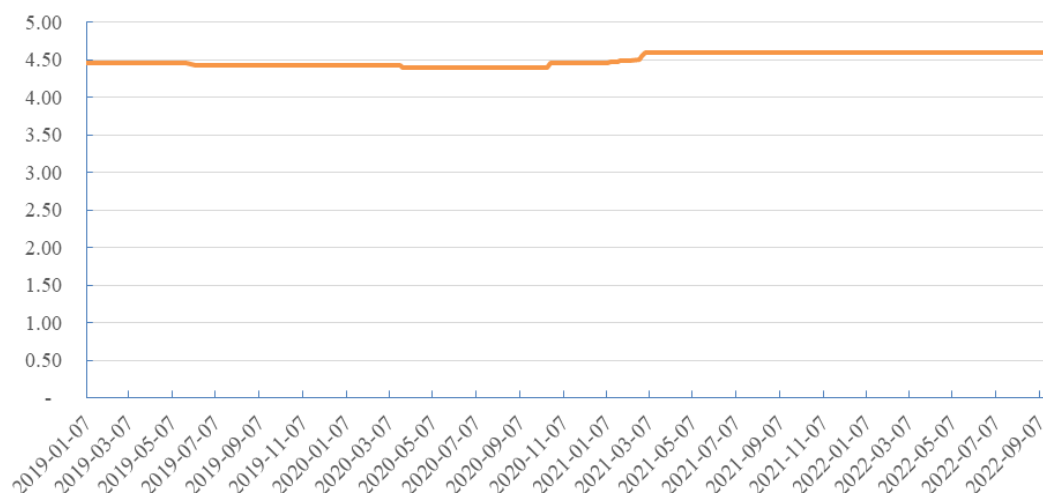
数据来源：Wind，中国木材价格指数网

注：2022年3月底以来中国木材价格指数网尚未更新密度板价格指数。

5、画布价格分析

画布是公司装饰画产品的主要载体。我国作为纺织大国，画布供应较为稳定。报告期内，公司画布采购单价较为稳定，与织里棉布城涤粘坯布（T/R80/20 45*45 47"110*78）市场价格走势基本一致。报告期内，涤粘坯布（T/R80/20 45*45 47"110*78）市场价格情况如下：

2019年至2022年三季度涤粘坯布价格走势（元/平方米）



数据来源：Wind

6、能源供应情况

报告期内，公司采购的能源主要包括水、电，具体情况如下：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
水费（万元）	32.06	73.11	65.01	65.58
电费（万元）	829.07	1,132.21	996.33	951.67
能源采购金额合计（万元）	861.13	1,205.32	1,061.33	1,017.25
营业成本（万元）	38,517.51	60,299.81	40,395.59	38,399.89
占营业成本比例	2.24%	2.00%	2.63%	2.65%
水单价（元/吨）	2.83	2.80	2.55	2.80
电单价（元/千瓦时）	0.85	0.70	0.68	0.70

注 1：根据《浙江省新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作领导小组关于防控新型冠状病毒肺炎疫情影响支持小微企业渡过难关的政策意见》（省疫情防控【2020】9 号）、《浙江省新型冠状病毒肺炎疫情防控工作领导小组关于加大力度支持小微企业渡过难关的意见》（省疫情防控【2020】25 号），2020 年 4 月至 2020 年 12 月，受新冠肺炎疫情影响，工业用水价格下调 10%，导致公司 2020 年度平均水价较低。

注 2：自 2022 年 2 月开始，公司与浙江长电能源服务有限公司签订购售电合同，约定自 2022 年 2 月 1 日起至 2022 年 12 月 31 日止，预估从浙江长电能源服务有限公司购电 1,678.55 万千瓦时，每月通过《交易电量确认函》确认月度购电数量，并根据实际用电量与计划用电量的偏差向售电方支付合同偏差费用。2022 年 1-9 月，因公司实际用电量超出计划用电量，存在向售电方支付合同偏差费用的情形，导致平均电价较 2021 年度升高。

（二）报告期内主要供应商情况

报告期内，公司向前五名供应商的采购金额及占各期采购总额的比例如下：

单位：万元

期间	排名	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例	采购内容
2022 年 1-9 月	1	浙江宇大塑胶有限公司	837.14	4.60%	线条
	2	江苏汇洋木业股份有限公司	690.32	3.80%	密度板
	3	YING YIK LIMITED	550.18	3.03%	聚苯乙烯
	4	浙江万润包装有限公司	513.12	2.82%	包装物
	5	金华市豪宇装饰材料有限公司	489.57	2.69%	线条
	合计		3,080.33	16.94%	-
2021 年度	1	浙江宇大塑胶有限公司	1,389.95	4.06%	线条
	2	江苏汇洋木业股份有限公司	1,286.93	3.76%	密度板
	3	沙河市嘉炎镜业科技有限公司	1,089.42	3.18%	玻璃镜子
	4	沙河市科正镜业玻璃科技有限公司	1,036.83	3.03%	玻璃镜子
		邢台正科玻璃有限公司	9.39	0.03%	
		小计	1,046.22	3.05%	
	5	江苏浙创纺织科技有限公司	814.69	2.38%	画布

期间	排名	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例	采购内容
		合计	5,627.21	16.42%	-
2020年度	1	江苏浙创纺织科技有限公司	1,137.80	4.35%	画布
	2	江苏汇洋木业股份有限公司	990.23	3.79%	密度板
	3	东阳市旺红装饰材料有限公司	825.23	3.16%	玻璃镜子
	4	义乌市坤冠画框有限公司	745.94	2.85%	线条
	5	宁波塑博隆进出口有限公司	631.96	2.42%	聚苯乙烯
		合计	4,331.15	16.57%	-
2019年度	1	义乌市坤冠画框有限公司	1,227.92	5.14%	线条
	2	无锡致胜画材有限公司	879.78	3.69%	画布
	3	江苏汇洋木业股份有限公司	855.21	3.58%	密度板
	4	金华市港龙包装有限公司	652.83	2.73%	包装物
	5	义乌市南坤装饰材料有限公司	631.93	2.65%	密度板等
		合计	4,247.67	17.79%	-

注：邢台正科玻璃有限公司与沙河市科正镜业玻璃科技有限公司系受同一实际控制人张科的控制。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过 50%的情形。

公司的前五名供应商中，港龙包装、南坤装饰为公司的关联方。报告期内，公司与该供应商的交易价格公允，具体情况参见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（一）重大关联交易”之“1、经常性关联交易”之“（1）采购商品”。

除上述情况外，报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员和持有公司 5%以上股份的股东均未在前述供应商中任职或持有权益。

五、发行人的主要资产情况

（一）主要固定资产

1、固定资产概览

发行人拥有的固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备、运输工具、电子设备及其他和固定资产装修。截至 2022 年 9 月 30 日，公司固定资产账面原值为 23,415.22 万元，账面价值为 16,284.24 万元。公司各项固定资产均处于良好状态，能满足日常生产经营需要。公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

固定资产	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	15,723.32	3,469.71	-	12,253.61
机器设备	4,868.05	1,924.85	-	2,943.21
运输设备	618.76	418.59	-	200.17
电子设备及其他	1,144.51	740.61	-	403.80
固定资产装修	1,060.57	577.13	-	483.45
合计	23,415.22	7,130.98	-	16,284.24

2、已办理不动产权证的建筑物

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司共拥有 4 项不动产权证，其所对应的土地使用权、房屋建筑物所有权的具体情况如下：

序号	产权证号	所有权人	坐落位置	权利性质	规划用途	土地使用权面积（m ² ）	房屋建筑面积（m ² ）	土地使用权终止日期	他项权利
1	浙（2022）义乌市不动产权第0044206号	华鸿股份	义乌市佛堂镇大士路1号	出让/其他	工业用地/工业	60,876.70	69,914.28	2053.11.24	抵押
2	浙（2022）义乌市不动产权第0044205号	画之都	义乌市佛堂镇大士路1号	出让/其他	工业用地/工业	59,120.30	82,170.69	2053.11.24	无
3	浙（2018）义乌市不动产权第0008676号	画之都	义乌市戚继光路136号	出让/其他	工业用地/工业	19,520.04	32,689.06	2049.12.23	抵押
4	浙（2019）义乌市不动产权第0063266号	天画家居	义乌市佛堂镇大士路1号	出让/其他	工业用地/工业	14,406.19	21,956.97	2053.11.24	抵押
合计						153,923.23	206,731.00	-	-

公司房屋及建筑物的抵押情况参见本招股说明书“第十节 其他重要事项”之“一、重大合同情况”之“（三）抵押合同”。

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及子公司在自有土地房产设置抵押对应的主债权金额共计 0.00 万元。公司及子公司生产经营正常，具有较强的偿债能力，报告期内未发生过逾期归还银行借款本息的情形。公司及子公司土地房产抵押对应的主债权到期无法清偿导致抵押权被实现的风险极小，对公司生产经营不存在重大不利影响。

3、房屋租赁

（1）发行人境内房屋租赁情况

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司境内租赁的房产情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积 (m²)	租赁期限	租赁用途	是否办理租赁备案
1	天画家居	浙江中国小商品城集团股份有限公司	义乌国际商贸城三区市场 29280 号商位	40.5	2022.9.1-2023.8.31	批发市场	否
2	天画家居		义乌国际商贸城三区市场 29281 号商位	41.2	2022.9.1-2023.8.31	批发市场	否
3	天画家居		义乌国际商贸城三区市场 29292 号商位	40.8	2022.9.1-2023.8.31	批发市场	否
4	天画家居		义乌国际商贸城三区市场 29293 号商位	40.6	2022.9.1-2023.8.31	批发市场	否
5	天画家居		义乌国际商贸城三区市场 29294 号商位	42.2	2022.9.1-2023.8.31	批发市场	否
6	天画家居		义乌国际商贸城三区市场 29295 号商位	42.7	2022.9.1-2023.8.31	批发市场	否
7	林君文化	金华金鸿自控设备有限公司	兰溪经济开发区江南高新园区高新大道 189 号	14,643.6	2022.2.1-2024.4.30	工业	否
8	图库科技	杭州之江创意园开发有限公司	浙江省杭州市西湖区转塘街道创意路 313 号 22 幢 201 室	610.37	2023.1.1-2025.12.31	办公	否

报告期内，公司及子公司租赁的部分房屋存在未取得产权证明或未办理备案手续的情形，具体情况如下：

①租赁房屋未取得产权证明的情形

A.关于林君文化租赁的房产未办理房屋产权证

截至本招股说明书签署之日，林君文化租赁的上表中第 7 项房屋未办理房屋产权证，但已办理土地使用权的不动产权证、建设工程规划许可证。根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》第二条，“出租人就未取得建设工程规划许可证或者未按照建设工程规

划许可证的规定建设的房屋，与承租人订立的租赁合同无效。但在一审法庭辩论终结前取得建设工程规划许可证或者经主管部门批准建设的，人民法院应当认定有效。”根据上述规定，林君文化租赁的上表中第 7 项房屋已取得建设工程规划许可证，租赁合同不会因房屋未办理房屋产权证导致无效。

针对上述事项，兰溪市自然资源和规划局于 2022 年 6 月 20 日出具《证明》，确认“林君文化向金鸿设备承租房屋包括 1#厂房 1-4 楼、2#厂房 1-5 楼、2#厂房 6 楼，承租房屋所在土地性质为工业用地，符合土地规划。本单位确认金鸿设备有权作为出租方向林君文化出租上述房屋作为工厂生产、办公、员工宿舍等用途使用，金鸿设备出租的上述建筑物及其所在土地最近三年不存在其他用地及建设规划，且不存在依法查封、拆除或拆迁等其他处置计划。本单位不曾亦不会因林君文化向金鸿设备承租房屋对林君文化或金鸿设备处以罚款或采取其他行政处罚措施。”根据兰溪市住房和城乡建设局出具的证明：“林君文化自 2019 年 1 月 1 日至本证明出具日，遵守有关房地产和建筑业法律法规，依据我局职能未在我市范围受到行政处罚。”林君文化继续租用上述房屋不存在障碍。

根据兰溪市自然资源和规划局出具的《证明》，报告期内，林君文化严格遵守国家有关土地和房产等不动产管理、规划方面的法律、行政法规和规范性文件，不存在因违法国家有关土地和房产等不动产管理、规划方面的法律、行政法规和规范性文件而受到行政处罚的情形。

因此，林君文化租用房屋未办理产权证，林君文化作为承租人不会因房屋未办理产权证而受到行政处罚，林君文化报告期内不存在使用土地和房产方面的重大违法行为。

B.关于图库科技租赁的房产未办理房屋产权证

图库科技租赁的上表中第 8 项房屋未办理房屋产权证，该房屋拟作为办公场所使用，房屋面积较小、可替代性强。

根据杭州市西湖区艺创小镇发展服务中心出具的《西湖区经营场地使用意见表》以及杭州市西湖区人民政府、杭州市西湖区人民政府转塘街道办事处、中国美术学院国家大学科技（创意）园管理委员会办公室出具的证明，登陆杭

州市西湖区人民政府网站进行查询，图库科技承租房屋位于杭州市西湖区艺创小镇象山艺术公社，杭州之江创意园开发有限公司可以进行出租作为企业经营场所使用，象山艺术公社主要打造民居（企业及相关商业配套）、艺术高地公园及公建等板块，承租房屋系非住宅，该场地不在拆迁范围内。因此，该房屋未办理房屋产权证不会影响发行人实际使用。

根据信用杭州线上出具的《企业信用报告（无违法违规证明）》，图库科技自 2020 年 11 月 19 日成立之日起至 2023 年 2 月 2 日，在建筑市场监管领域、房产开发和中介领域、物业管理领域不存在违法违规情况。

因此，图库科技租用房屋未办理产权证，图库科技作为承租人不会因房屋未办理产权证而受到行政处罚，截至 2023 年 2 月 2 日，图库科技不存在使用土地和房产方面的重大违法行为。

②房屋租赁合同未办理备案手续的情形

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司房屋租赁的上表第 1-8 项存在未办理租赁登记备案的情形。根据《商品房屋租赁管理办法》第十四条的规定，房屋租赁合同订立后三十日内，房屋租赁当事人应当到租赁房屋所在地直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门办理房屋租赁登记备案。根据《商品房屋租赁管理办法》第二十三条的规定，违反本法十四条第一款、第十九条规定的，由直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门责令限期改正；个人逾期不改正的，处以一千元以下罚款；单位逾期不改正的，处以一千元以上一万元以下罚款。

根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条的规定，当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。因此，租赁合同未办理登记备案手续不影响租赁合同的履行。

公司控股股东华鸿控股、实际控制人龚品忠、龚新明已出具承诺：“在发行人及其子公司承租物业的租赁期限内，如因租赁房屋未取得房屋产权证、租赁合同未办理备案、租赁房屋存在权属争议或租赁用途不符合规划用途等原因，导致发行人及其子公司被有权部门认定为租赁合同无效或被第三人主张权利而无权继续使用该等租赁物业的，由本单位/本人负责及时落实新的租赁物

业，并承担由此产生的搬迁、装修及可能产生的其他费用（包括但不限于经营损失、索赔款等）；如因未办理租赁备案登记手续，导致发行人及其子公司被有权部门罚款的，发行人及其子公司承担罚款后，本单位/本人将对发行人及其子公司进行全额补偿。”

综上，公司与相关主体签署的房屋租赁合同符合有关法律、法规的规定，对合同双方均具有约束力，合法、有效；公司未因租赁房屋发生过任何纠纷或受到政府部门的调查、处罚，租赁房屋未取得产权证或租赁合同备案瑕疵未影响公司实际使用该等房屋，公司租赁上述瑕疵房屋不会对公司的生产经营构成重大影响，对本次发行上市不会构成实质性障碍。

（2）发行人境外房屋租赁情况

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司境外租赁的房产情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积	租赁期限	租赁用途
1	美国选一	701AB9 Owner, LLC	777 South Aviation Boulevard, Suite 220, El Segundo, CA, 90245	7,174 平方英尺	2019.6.1-2025.5.31	办公
2	印尼画家居	PT Makin Makmur Sentosa	Industri Barat I Kavling A 251 Street, Kelurahan Kaligawe, Kecamatan Gayamsari, Semarang	5,845 平方米	2022.8.1-2026.7.31	生产、办公
3	印尼画家居	Maxim Mulyadi	Industri Barat I Kavling A 251 Street, Kelurahan Kaligawe, Kecamatan Gayamsari, Semarang	4,977 平方米	2022.8.1-2026.7.31	生产
4	印尼画家居	Agus Susanto	Jalan Kaligawe Kilometer 3 ex-Nyonya Meneer, Muktiharjo Lor Sub-District, Genuk District, Semarang City	约 9,000 平方米	2022.4.15-2024.4.14	生产

根据 Law Offices of Bin Li & Associates、Macalloharlin Mendrofa Advocates 出具的法律意见，美国选一、印尼画家居与相关主体签署的房屋租赁合同符合其注册地的法律规定，对合同双方均具有约束力，合法、有效。

4、临时建筑

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司使用临时建筑的具体情况如

下：

序号	使用人	临时建筑审批单位	临时建筑用途	临时建筑建筑面积 (m²)	临时建筑使用期限	所在土地不动产权证书编号	
1	华鸿股份	义乌市佛堂镇人民政府	纸箱压缩房	348.10	2022.3.23-2023.3.22	浙（2022）义乌市不动产权第0044206号	
2			仓库	198.70			
3			卫生间、配电房	88.69			
4			设备房	519.06			
5			配电房、打样室	257.17			
6	画之都	义乌市佛堂镇人民政府	设备用房	33.64	2022.3.23-2023.3.22	浙（2022）义乌市不动产权第0044205号	
7			卫生间、配电房	129.64			
8		义乌市人民政府稠江街道办事处	设备用房	100.86	2022.3.21-2023.3.20	浙（2018）义乌市不动产权第0008676号	
9			门卫	44.70			
10			工业垃圾分拣中心	285.79			
11			垃圾分类房	148.32			
12			吸尘车间	136.51			
13			阳光房	104.72			
14			厨房	159.84			
临时建筑建筑面积合计				2,555.74	-	-	
临时建筑面积占自建房屋总建筑面积的比例				1.18%	-	-	

注：自建房屋总建筑面积=办理不动产权证书房屋建筑面积+临时建筑面积+天画家居扩建建筑物建设完成后的建筑面积。

发行人及其子公司临时建筑面积占发行人及其子公司总建筑面积的1.18%，主要用于辅助性生产工序、仓储、设备存放等辅助用途，不用作发行人及其子公司的主要生产经营场地，可替代性强，临时建筑使用期限届满时，发行人及其子公司已取得不动产权证的房产能够承接临时建筑相关功能。

截至本招股说明书签署之日，发行人正在办理临时建筑使用续期手续，发行人已出具承诺，如使用期限届满后尚未取得相关政府部门的续期审批，发行人及其子公司将根据政府部门要求限期拆除相关临时建筑，并将相关临时建筑所承载的功能转移至已取得不动产权证的房产内进行。

根据中共义乌市委办公室、义乌市人民政府办公室《关于明确下放各街镇经济社会管理事项的通知》，为明确下放各镇人民政府、街道办事处经济管理

事项，进一步理顺市、镇两级管理体制，明确下放佛堂镇事项 122 项，其中市规划局下放佛堂镇负责建设工程（含临时建设工程）规划许可事项。义乌市佛堂镇人民政府和义乌市人民政府稠江街道办事处分别出具《证明》，证明发行人、画之都现有临时建筑相关手续合法合规，报告期内，发行人、画之都不存在重大违法建设或其他违反有关不动产建设、不动产管理等方面相关规定的重大违法违规行为，也不存在因违反上述规定受到或可能受到行政处罚的情形。

综上，公司及其子公司临时建筑面积占公司及其子公司总建筑面积比例较低，且临时建筑主要用于辅助用途，如果相关临时建筑在使用期限届满后未能取得相关政府部门的续期审批而需转移或拆除，对公司及其子公司的生产经营不会构成重大不利影响。

5、生产经营设备

截至 2022 年 9 月 30 日，公司的生产经营设备情况，如下所示：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	账面净值	成新率
机器设备	4,868.05	1,924.85	2,943.21	60.46%
运输设备	618.76	418.59	200.17	32.35%
电子设备及其他	1,144.51	740.61	403.80	35.28%
总计	6,631.33	3,084.04	3,547.18	53.49%

截至 2022 年 9 月 30 日，公司的主要生产设备情况如下：

单位：万元

序号	生产经营设备	数量（台数）	原值	账面价值	设备成新率
1	喷绘机	125	865.81	409.64	47.31%
2	切割机	54	320.42	214.39	66.91%
3	电梯	15	257.90	172.58	66.92%
4	扫描仪	2	183.60	71.11	38.73%
5	挤出机	10	176.33	59.62	33.81%
6	流水线	67	151.24	89.48	59.16%
7	切角机	86	150.98	112.35	74.41%
8	打印机	15	125.24	87.15	69.58%
9	喷塑线	1	108.85	84.72	77.83%
10	熔胶机	28	107.41	71.30	66.38%

序号	生产经营设备	数量（台数）	原值	账面价值	设备成新率
11	绷布机	17	97.62	85.71	87.80%
12	废气处理设备	8	96.61	57.02	59.03%
13	粉尘处理设备	8	96.54	64.25	66.56%
14	斜边机	11	94.88	51.57	54.35%
15	四面刨	13	82.47	60.28	73.08%
16	烫金机	13	78.41	37.25	47.51%
17	排切锯	6	75.65	71.83	94.95%
18	空压机	18	69.51	50.02	71.95%
19	组框机	4	52.46	31.68	60.38%
20	钉角机	89	49.78	31.50	63.28%
21	多片锯	12	48.81	39.14	80.20%
22	生产线	2	48.23	47.47	98.42%
23	钉框机	3	45.13	34.53	76.51%
24	打磨房	3	36.66	31.03	84.65%
25	平板机	2	35.75	26.40	73.84%
26	封切机	10	34.67	25.32	73.02%
27	包覆机	3	34.36	20.66	60.13%
28	清洗机	19	33.04	24.00	72.63%
29	绷框机	2	30.97	29.99	96.83%
30	裁切机	3	30.62	23.42	76.49%
31	下料机	8	30.43	25.44	83.60%
32	拌料机	2	30.05	19.29	64.19%
33	叉车	49	29.66	7.68	25.90%
34	丝印机	6	29.03	13.06	44.99%
35	磨边机	4	29.03	11.78	40.59%
36	排切机	5	26.74	18.07	67.57%
37	刻花机	1	26.55	20.66	77.83%
38	堆高车	6	26.53	1.56	5.88%
39	环保设备	2	26.42	24.32	92.08%
40	锯板线	1	25.07	17.73	70.71%
41	木工刨床	4	23.25	16.38	70.46%
42	开料机	3	22.59	20.64	91.36%
43	收缩机	17	21.52	16.00	74.36%

序号	生产经营设备	数量（台数）	原值	账面价值	设备成新率
44	裁布机	2	21.24	20.73	97.62%
45	印花机	2	20.16	18.89	93.69%

6、在建工程

截至 2022 年 9 月 30 日，公司在建工程账面价值 828.70 万元。公司在建工程主要为天画家居办公楼扩建及装修与待验收设备等。天画家居建筑物扩建具体情况如下：

（1）天画家居扩建建筑物及建设工程规划许可证取得情况

报告期内，天画家居因计划增设作品展厅、办公区域，在原有建筑物的外部及内部围合部分拟扩建 6,620.09 平方米的建筑物，建设完成后，扩建建筑物面积将占自建房屋总建筑面积的 3.07%。截至本招股说明书签署之日，天画家居扩建建筑物尚未完成建设，未取得建设工程规划许可证和不动产权证。

（2）天画家居扩建建筑物未取得建设工程规划许可证的法律责任

根据《中华人民共和国城乡规划法》第六十四条的规定：“未取得建设工程规划许可证或者未按照建设工程规划许可证的规定进行建设的，由县级以上地方人民政府城乡规划主管部门责令停止建设；尚可采取改正措施消除对规划实施的影响的，限期改正，处建设工程造价百分之五以上百分之十以下的罚款；无法采取改正措施消除影响的，限期拆除，不能拆除的，没收实物或者违法收入，可以并处建设工程造价百分之十以下的罚款。”根据《关于规范城乡规划行政处罚裁量权的指导意见》第八条的规定：“对无法采取改正措施消除对规划实施影响的情形，按以下规定处理：（一）以书面形式责令停止建设；不停止建设的，依法查封施工现场；（二）对存在违反城乡规划事实的建筑物、构筑物单体，依法下发限期拆除决定书；（三）对按期拆除的，不予罚款；对逾期不拆除的，依法强制拆除，并处建设工程造价 10%的罚款；（四）对不能拆除的，没收实物或者违法收入，可以并处建设工程造价 10%以下的罚款。”根据《关于规范城乡规划行政处罚裁量权的指导意见》第九条的规定：“第八条所称不能拆除的情形，是指拆除违法建设可能影响相邻建筑安全、损害无过错利害关系人合法权益或者对公共利益造成重大损害的情形。”

天画家居扩建建筑物坐落在天画家居合法拥有土地使用权的土地上，建设完成后，扩建建筑物面积将占自建房屋总建筑面积的 3.07%，面积占比较低，主要用于作品展厅、办公等用途，不用作天画家居的主要生产经营场地，对天画家居的重要性较低，即便根据相关法律法规的规定限期拆除也不会对天画家居的生产经营产生重大影响。天画家居扩建建筑物系独立建设，如进行拆除，不会影响相邻建筑安全、损害无过错利害关系人合法权益或者对公共利益造成重大损害，不属于《关于规范城乡规划行政处罚裁量权的指导意见》第八条、第九条规定的不能拆除的情形。发行人承诺，如天画家居因实施相关外立面改造增建的建筑物被主管部门要求限期拆除，将按照主管部门的要求进行拆除。

（3）天画家居未因扩建建筑物受到行政处罚

2022 年 4 月 7 日，义乌市自然资源和规划局出具《情况说明》，证明：“2019 年 1 月 1 日至今，天画家居未受到义乌市自然资源和规划局的任何土地、规划行政处罚”。

2022 年 7 月 26 日，义乌市佛堂镇人民政府出具《证明》，证明：“自 2019 年 1 月 1 日至本证明出具日，该公司（天画家居）不存在重大违法建设或其他违反有关不动产建设、不动产管理等方面相关规定的重大违法违规行为，也不存在因违反上述规定受到或可能受到行政处罚的情形”。

2022 年 11 月 11 日，义乌市佛堂镇人民政府出具《证明》，证明：“自 2022 年 4 月 1 日至本证明出具日，该公司（天画家居）不存在重大违法建设或其他违反有关不动产建设、不动产管理等方面相关规定的重大违法违规行为，也不存在因违反上述规定受到或可能受到行政处罚的情形”。

2022 年 12 月 2 日，义乌市自然资源和规划局出具《情况说明》，证明自 2022 年 4 月 1 日至今，天画家居未受到义乌市自然资源和规划局的任何土地、规划行政处罚。

（4）发行人控股股东、实际控制人承诺

发行人控股股东华鸿控股、实际控制人龚品忠、龚新明承诺，如发行人及其子公司因其土地使用权范围内的建筑物应办未办房屋产权证书等手续，导致发行人及其子公司被主管部门要求拆除改造、搬迁、行政处罚或其他影响生产

经营事项，发行人控股股东、实际控制人将对发行人及其子公司遭受的损失、支出及费用承担偿付责任，且不向发行人及其子公司追偿，保证发行人及其子公司不会因此遭受任何损失。

7、发行人使用的土地房产存在权属瑕疵的具体情况，包括瑕疵事项具体内容、面积、占比、产生瑕疵的具体原因，是否属于公司生产经营用房，如是，则披露相关瑕疵事项涉及报告期内收入利润及占比情况

截至本招股说明书签署之日，除天画家居扩建建筑物未取得建设工程规划许可证、林君文化租用房屋未办理产权证、图库科技租用房屋未办理房屋产权证、部分租赁房屋未办理租赁合同备案外，发行人及其控股子公司正在使用土地房产不存在其他瑕疵。上述土地房屋权属瑕疵的具体情况如下：

序号	瑕疵事项具体内容	瑕疵面积 (m ²)	占比	产生瑕疵原因	是否属于生 产经营用房
1	天画家居在建作品展厅、办公室	6,620.09	2.63%	扩建建筑物未取得建设工程规划许可证	否
2	林君文化租用厂房、宿舍	14,643.60	5.82%	未办理房屋产权证	是
3	图库科技租用办公室	610.37	0.24%	未办理房屋产权证	否
4	天画家居装饰画批发零售店	248.00	0.10%	租赁房屋未办理租赁合同备案	是
合计		22,122.06	8.79%	-	-

注：占比指瑕疵房产面积占发行人全部使用房产总建筑面积的比例，发行人全部使用房产总建筑面积=办理不动产权证书房屋建筑面积+临时建筑面积+扩建建筑物建设完成后的建筑面积+境内外租赁房屋面积。

发行人第3项租赁的房产尚未投入使用，发行人正在使用的第2、4项房产在报告期内收入利润及占比情况如下：

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
发行人营业收入（万元）	65,138.72	102,244.22	76,383.21	77,733.79
瑕疵事项营业收入（万元）	2,562.42	4,068.96	4.42	1.21
瑕疵事项营业收入占比	3.93%	3.98%	0.01%	0.00%
发行人净利润（万元）	12,071.37	19,019.09	19,269.13	15,155.18
瑕疵事项净利润（万元）	106.41	229.13	-70.64	-57.32
瑕疵事项净利润占比	0.88%	1.20%	-0.37%	-0.38%

综上，发行人用于公司生产经营的房产中存在权属瑕疵的事项其营业收入、净利润在报告期内占比较低，对发行人的生产经营不构成重大不利影响，

也不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

8、发行人主要生产经营场所未来是否存在搬迁风险，公司的应对措施及相关搬迁费用的具体承担主体，是否对公司生产经营造成重大不利影响、有无下一步解决措施等

截至本招股说明书签署之日，发行人使用的瑕疵土地房产中，天画家居扩建建筑物未来拟用于作品展览、办公室，不属于发行人的主要经营场所；天画家居未办理租赁合同备案的相关房产主要用于销售装饰画、图库科技租赁房屋主要用于办公，都具有面积小、易搬迁、可替代性强的特点，不属于发行人主要经营场所。发行人控股子公司林君文化租用的厂房属于发行人主要生产经营场所，未来是否存在搬迁风险，公司的应对措施及相关搬迁费用的具体承担主体，是否对公司生产经营造成重大不利影响、有无下一步解决措施等情况如下：

（1）林君文化租赁厂房的搬迁风险

根据金鸿设备与林君文化签订的《厂房租赁合同》，约定租期届满后，林君文化享有同等条件下的优先租赁权。根据兰溪市自然资源和规划局于 2022 年 8 月 26 日出具的《证明》：“金鸿设备向林君文化出租的建筑物及其所在土地最近三年不存在其他用地及建设规划，且不存在依法查封、拆除或拆迁等其他处置计划。”因此，林君文化承租的厂房暂未被列入拆除或拆迁等处置计划，被强制性搬迁的风险相对较低。

（2）公司的应对措施及相关搬迁费用的具体承担主体，是否对公司生产经营造成重大不利影响、有无下一步解决措施等

林君文化主营业务为装饰画产品的设计研发、生产和销售，固定资产主要为机器设备，对生产厂房的构造无特殊要求，林君文化所在地兰溪经济开发区周边可替代性工业厂房较多，搬迁难度较小。而且，如果周边工业厂房不能满足林君文化生产需要的，发行人位于浙江省义乌市佛堂镇大士路的生产厂房能够承接林君文化的部分生产产能。因此，林君文化租赁的厂房可能存在的搬迁风险，但短期内搬迁的可能性较小，且搬迁难度较小，不会对公司生产经营造成重大不利影响。

发行人控股股东华鸿控股、实际控制人龚品忠、龚新明已出具承诺：在发行人及其子公司承租物业的租赁期限内，如因租赁房屋未取得房屋产权证、租赁合同未办理备案、租赁房屋存在权属争议或租赁用途不符合规划用途等原因，导致发行人及其子公司被有权部门认定为租赁合同无效或被第三人主张权利而无权继续使用该等租赁物业的，由本单位/本人负责及时落实新的租赁物业，并承担由此产生的搬迁、装修及可能产生的其他费用（包括但不限于经营损失、索赔款等）；如因未办理租赁备案登记手续，导致发行人及其子公司被有权部门罚款的，发行人及其子公司承担罚款后，本单位/本人将对发行人及其子公司进行全额补偿。因此，若上述租赁房产因产权瑕疵而导致搬迁的，发行人控股股东华鸿控股、实际控制人龚品忠、龚新明将负责落实新的租赁物业并承担由此产生的搬迁费用并对公司可能遭受的经济损失进行全额赔偿。

（二）主要无形资产

1、无形资产概览

截至报告期末，公司的无形资产主要包括土地使用权、专利权、软件等，具体情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	账面净值	综合成新率	使用情况
土地使用权	2,463.30	675.53	1,787.76	72.58%	正常
专利权	4.70	1.84	2.86	60.83%	正常
软件	312.96	159.27	153.69	49.11%	正常
总计	2,780.96	836.65	1,944.31	69.92%	-

截至报告期末，发行人商标、专利、美术作品著作权、非专利技术等无形资产的账面净值为 156.55 元，其中专利权 2.86 万元、软件著作权 153.69 万元，发行人上述无形资产已应用于或拟应用于发行人装饰画、镜子及相框类家居饰品产品，对发行人生产经营具有较为重要的作用。

2、专利

截至报告期末，公司及子公司共拥有 91 项专利。具体情况参见本招股说明书“附录一、发行人及子公司已经授权的专利”。

3、商标

截至报告期末，公司及子公司共拥有 196 项境内注册商标、6 项境外及 WIPO 注册商标。具体情况参见本招股说明书“附录二、发行人及其子公司拥有的注册商标”。

4、美术作品著作权

截至报告期末，公司及子公司共拥有 16,395 项已经登记的美术作品著作权。具体取得方式和时间如下：

登记日期	登记数量（件）	作品类型	取得方式
2018 年度及以前	1,235	美术作品	原始取得
2019 年度	0	美术作品	原始取得
2020 年度	4,706	美术作品	原始取得
2021 年度	6,552	美术作品	原始取得
2022 年 1-9 月	3,902	美术作品	原始取得
合计	16,395	-	-

5、发行人被授权使用的知识产权、共有知识产权

（1）发行人被授权使用的知识产权

报告期内，除被授权使用美术作品外，发行人及其子分公司在境内外不存在被授权使用其他知识产权的情形。发行人及其子分公司报告期内签署的正在履行的境内外版权授权使用协议情况如下：

序号	被许可方	许可方	许可内容	许可使用费	许可合同有效期约定
1	天画家居	上海太冷文化传播有限公司	以授权作品目录为准	授权作品销售额的 5%	2022 年 3 月 10 日至 2025 年 3 月 9 日
2	天画家居	宁波言是创意设计有限公司	许可方根据被许可方设计要求设计的作品	装饰画总销售额的 7.5%	2021 年签署之日生效，任一方书面通知终止
3	天画家居	宁波言是创意设计有限公司	被许可方从许可方目录中选择的设计	380 元/件	2021 年 1 月签署生效
4	美国选一画之都	Circle Graphics Inc.	许可使用的产品及设计	以订单为准	2019 年 6 月 13 日至 2021 年 6 月 13 日，后续一年自动续约
5	美国选一画之都	PI Creative Art	许可使用的电子图片	以订单为准	2019 年 6 月 21 日签订至 8 个月内，若双方满意，则延长一年

序号	被许可方	许可方	许可内容	许可使用费	许可合同有效期约定
6	美国选一画之都	Penny Lane Publishing	许可使用的艺术品	以订单为准	2019年6月19日至2021年6月18日，后续一年自动续约一次
7	美国选一画之都	Sagebrush Fine Art, Inc.	许可使用的图片和艺术品	以订单为准	2022年7月25日-2024年7月24日，到期后自动续签一年
8	美国选一	Art Licensing International, Inc.	许可使用的图片	以订单为准	2020年10月28日至2022年12月31日
9	美国选一	SUNDANCE GROUP	许可使用的图片	以订单为准	2020年10月27日起至任一方书面通知终止
10	画之都	SUNDANCE GROUP	许可使用的图片	以订单为准	双方实际合作期间
11	美国选一画之都	Wild Apple Graphics, Ltd.	许可使用的原始艺术作品	以订单为准	2022年9月12日-2026年9月13日，到期后自动续签一年
12	美国选一	Wild Apple Graphics, Ltd.	许可使用的原始艺术作品	以订单为准	2020年10月19日至2021年12月31日，除非任一方发出终止通知，到期将自动续签
13	美国选一画之都	Galaxy of Graphics, Ltd.	许可使用的艺术品	以订单为准	2020年9月1日-2022年8月31日，经双方书面同意方可续签
14	美国选一	Galaxy of Graphics, Ltd.	许可使用的图片	以订单为准	2020年10月13日起一年，除非任一方发出终止通知，到期将自动续签
15	美国选一画之都	Heart Factory, Inc.	许可使用的设计（艺术品）	以订单为准	2022年7月22日-2025年7月21日或授权产品的最后一次销售起十二个月，以孰晚为准
16	美国选一画之都	Roaring Brook Art Company, Inc.	许可使用的设计（艺术品）	以订单为准	2022年7月29日-2025年7月28日或授权产品的最后一次销售起十二个月，以孰晚为准
17	美国选一画之都	A.D. Lines Eurogroup Inc.	许可使用的原始艺术作品	以订单为准	2019年6月12日起五年，到期并将自动续签其他类似条款
18	美国选一	Felix Rosenstiel's Widow & Son Ltd	许可使用的图片	以订单为准	长期
19	美国选一画之都	Jungle Design, Inc.	许可使用的艺术品（图片）	以订单为准	2022年8月24日-2025年8月23日，续签需双方同意
20	美国选一画之都	Image Conscious	许可使用的图片	以订单为准	2022年7月1日至2025年8月1日
21	美国选一及其母公司、子公司	Top Art, LLC	许可使用的图片、图形、数字资产或电子图片	以订单为准	2018年11月1日至2019年11月1日，除非任一方发出终止通知，到期将自动续签一年

序号	被许可方	许可方	许可内容	许可使用费	许可合同有效期约定
22	美国选一画之都	Third & Wall Art Group, LLC	许可使用的原始艺术作品（图片）	以订单为准	2019年6月15日至2020年6月14日，除非根据双方书面修订，否则不得延长本协议期限
23	美国选一画之都	Third & Wall Art Group, LLC	许可使用的原始艺术作品（图片）	以订单为准	2020年11月1日至2021年10月30日，除非根据双方书面修订，否则不得延长本协议期限
24	美国选一及其母公司、子公司	C Brand Studios, LLC	许可使用的图片、图形、数字资产或电子图片	以订单为准	2020年10月28日至2021年10月27日，除非任一方发出终止通知，到期将自动续签一年
25	美国选一	Jewel Branding & Licensing, Inc.	许可使用的图片	以订单为准	2021年6月10日至2024年6月30日，除非任一方发出终止通知，到期将自动续签一年
26	画之都	Jewel Branding & Licensing, Inc.	许可使用的图片	以订单为准	
27	美国选一	TSB & Co.	许可使用的图片	以订单为准	2021年9月10日起两年
28	画之都	TSB & Co.	许可使用的图片	以订单为准	
29	美国选一	Pink Light Design, LLC	许可使用的艺术品	以订单为准	2022年8月30日-2024年8月29日，双方同意可续签
30	美国选一	Lisa Audit Licensing G.P.	许可使用的图片（以实际采购订单为准）	以订单为准	2020年3月9日至最后一张许可作品的许可终止
31	美国选一画之都	JADEI GRAPHICS	许可使用的图片	以订单为准	2022年4月19日-2024年4月18日，续签需双方同意
32	美国选一	JADEI GRAPHICS	许可使用的图片	以订单为准	2022年4月19日-2024年4月18日，续签需双方同意
33	美国选一	Next Art	许可使用的图片	以订单为准	2022年4月20日起八个月，双方同意可续期一年
34	美国选一画之都	Third & Wall Art Group, LLC	许可使用的原始艺术作品（图片）	以订单为准	2022年7月25日-2023年7月24日，续签需双方同意
35	美国选一画之都	Art Licensing International, Inc.	许可使用的图片	以订单为准	自双方实际合作日至2022年12月31日，双方同意可续签
36	美国选一画之都	Art Licensing International, Inc.	许可使用的图片	以订单为准	自双方实际合作日至2022年12月31日，双方同意可续签
37	美国选一画之都	Art Licensing International, Inc.	许可使用的图片	以订单为准	自双方实际合作日至2022年12月31日，双方同意可续签
38	美国选一画之都	Art Licensing International, Inc.	许可使用的图片	以订单为准	自双方实际合作日至2022年12月31日，双方同意可续签
39	美国选一	Art Licensing International,	许可使用的图片	以订单为准	自双方实际合作日至2022年

序号	被许可方	许可方	许可内容	许可使用费	许可合同有效期约定
	画之都	Inc.			12月31日，双方同意续签
40	美国选一	Main Line Art and Design	许可使用的图片	以订单为准	2022年4月20日-2024年4月19日，此后可选择延期或扩大授权范围
41	美国选一画之都	Main Line Art and Design	许可使用的图片	以订单为准	2022年9月2日至2024年9月1日，此后可选择延期或扩大授权范围
42	美国选一画之都	Lisa Audit Licensing G.P.	许可使用的图片	以订单为准	双方实际合作之日起至最后一张许可作品的许可终止

注：（1）上表中第10项协议系原美国选一与 SUNDANCE GROUP 版权许可协议的补充协议，该补充协议约定画之都为原美国选一与 SUNDANCE GROUP 版权许可协议的被许可人之一，SUNDANCE GROUP 许可美国选一、画之都使用相关图片的有效期为双方实际合作期间；（2）上表中第26项协议系原美国选一与 Jewel Branding & Licensing, Inc. 版权许可协议的补充协议，该补充协议约定画之都为原美国选一与 Jewel Branding & Licensing, Inc. 版权许可协议的被许可人之一，该补充协议自原版权许可协议生效之日起生效；（3）上表中第28项协议系原美国选一与 TSB & Co. 版权许可协议的补充协议，该补充协议约定画之都为原美国选一与 TSB & Co. 版权许可协议的被许可人之一，TSB & Co. 许可画之都使用相关图片的有效性与 TSB & Co. 许可美国选一使用相关图片的有效期限一致。

（2）发行人共有知识产权

截至本招股书签署之日，发行人与浙江理工大学存在1项共有专利，具体情况如下：

专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日	取得方式	权利期限	他项权利
一种基于混沌理论的自适应艺术图案生成方法	画之都、浙江理工大学	发明	ZL201611176378.2	2016.12.19	原始取得	自申请之日起20年	无

（3）相关知识产权是否依赖授权方或共有方、是否存在被替代的风险

发行人及其子分公司取得境内外版权授权使用，主要是基于当地销售市场对相关图片的认可，授权图片具有一定的时效性，发行人会根据市场情况淘汰或使用新图片，而且相关主题的图片具有很强的可替代性，发行人对授权图片不存在依赖性。

发行人与浙江理工大学的共有专利权“一种基于混沌理论的自适应艺术图案生成方法”与发行人报告期内主要产品不存在不可替代关系，如不使用该项技术不会实质性影响发行人的生产经营。因此，发行人相关知识产权不存在依赖授权方或共有方的情形。发行人相关知识产权不存在依赖授权方或共有方的情绪，也不存在被替代的风险。

（4）被许可使用资产对发行人经营的影响，被许可使用资产如停止授权对发行人经营的影响

报告期内，发行人被许可使用的知识产权主要为美术作品著作权，2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-9 月，发行人被授权使用的知识产权产生的营业收入分别为 9,260.08 万元、9,544.17 万元、13,937.61 万元和 11,649.74 万元，占发行人报告期内各期营业收入总额的 11.91%、12.50%、13.63%和 17.88%，发行人对被授权使用的知识产权不具有依赖性。而且，发行人使用美术作品著作权主要用于装饰画制作，图片具有一定的时效性，发行人会根据市场情况淘汰或使用新图片，市场上同类主题的图片具有较强的可替代性，图片授权市场竞争充分，发行人对授权图片不存在依赖性，如发行人与授权方终止合作的，授权使用的知识产权产生的营业收入对发行人的影响相对较小，不会对发行人生产经营产生实质性影响。

6、计算机软件著作权

截至报告期末，公司及子公司共拥有 1 项计算机软件著作权，具体情况如下：

软件名称	证书号	著作权人	登记号	首次发表日期	取得方式	权利期限
艺术图案花型检索软件 VI.0	软著登字第 1680770 号	画之都	2017SR075486	2016.02.07	原始取得	自首次发表之日起 50 年

7、域名

截至报告期末，公司及子公司共拥有 5 项已备案的网站域名，具体情况如下：

序号	备案/许可证号	域名	主办单位	到期日
1	浙 ICP 备 19032675 号-1	wadoupicture.com	画之都	2024.6.25
2	浙 ICP 备 19001080 号-3	txhc.vip	天画家居	2023.1.6
3	浙 ICP 备 19001080 号-4	txhcart.com	天画家居	2023.5.13
4	浙 ICP 备 19001080 号-5	artone-home.com	天画家居	2024.3.8
5	浙 ICP 备 2022011964 号-1	huahongarthome.com	华鸿股份	2025.12.9

8、发行人拥有的专利、商标、美术作品著作权等知识产权的权属是否明确、有无瑕疵、有无被终止、宣布无效以及侵害他人权利的情形

根据发行人的专利、商标、美术作品著作权等知识产权权属证书、国家知识产权局出具的商标档案、《证明》等，北京市集佳律师事务所出具的《版权法律意见书》、Law Offices of Bin Li & Associates、罗拔臣律师事务所、Macaloharlin Mendrofa Advocates 出具的法律意见，并经查询国家知识产权局商标局网站、美国专利及商标局网站、加拿大商标数据库、世界知识产权组织网站等，截至本招股说明书签署之日，发行人拥有的知识产权权属明确，不存在瑕疵、被终止、宣布无效以及侵害他人权利的情形。

（三）发行人资质证书情况

1、发行人及其控股子公司生产经营各环节所需审批、备案

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司生产经营各个环节所需获得的审批、备案情况如下：

序号	生产经营环节	经营主体	业务内容	所需审批、备案等	法律法规依据	具体规定
1	产品研发与设计	发行人、画之都、天画家居、林君文化	画面设计与附带功能性的新材料研发	无	无	无
2	采购	发行人、画之都、天画家居、林君文化	采购画布、聚苯乙烯、密度板、玻璃镜子、胶水、颜料、金箔等通用或专用原材料、辅料及相关设备等物资	无	无	无
		美国选一	采购装饰画、镜子、相框成品	无	无	无
		印尼画家居	采购非原木类板材	无	无	无
3	生产	发行人、画之都、天画家居、林君文化	装饰画、镜子、相框等家居饰品生产	固定污染源排污登记回执	《排污许可管理条例》 《固定污染源排污登记工作指南（试行）》	依照法律规定实行排污许可管理的企业事业单位和其他生产经营者，申请取得排污许可证； 污染物产生量、排放量和对环境的影响程度都很小的企业事业单位和其他生产经营者，应当填报排污登

序号	生产经营环节	经营主体	业务内容	所需审批、备案等	法律法规依据	具体规定
						记表，不需要申请取得排污许可证。
		印尼画家居	木材线条生产、加工	商业识别号码（NIB）	《印尼尼西亚关于实施基于风险的业务许可的2021年第5号政府条例》	印尼画家居业务活动所属行业属于低风险经营活动，仅需获取商业识别号码（NIB）。
4	销售	发行人、画之都、天画家居、林君文化	装饰画、镜子、相框类家居饰品境内外销售	对外贸易经营者备案	《对外贸易经营者备案登记办法》	从事货物进出口或者技术进出口的对外贸易经营者，应当向中华人民共和国商务部或商务部委托的机构办理备案登记。
				海关进出口货物收发货人备案	《中华人民共和国海关报关单位备案管理规定》	进出口货物收发货人、报关企业办理报关手续，应当依法向海关备案。
		桑妮家居	装饰画、镜子、相框类家居饰品境内销售	无	无	无
		美国选一	装饰画、镜子、相框类家居饰品境外销售	无	无	无
		印尼画家居	木线条销售	无	无	无

注：根据《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国对外贸易法〉的决定》（实施日期：2022年12月30日），已删除《中华人民共和国对外贸易法》第九条：“从事货物进出口或者技术进出口的对外贸易经营者，应当向国务院对外贸易主管部门或者其委托的机构办理备案登记；但是，法律、行政法规和国务院对外贸易主管部门规定不需要备案登记的除外。备案登记的具体办法由国务院对外贸易主管部门规定。对外贸易经营者未按照规定办理备案登记的，海关不予办理进出口货物的报关验放手续”的规定，取消了对外贸易经营者备案。

2、发行人及其控股子公司生产经营各环节所需认证（含合格供应商）

（1）境内生产经营认证

根据《市场监管总局关于优化强制性产品认证目录的公告》，发行人及其境内控股子公司不属于需取得国家强制性产品认证的企业范围。截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司取得的非强制性质量管理体系认证如下：

序号	公司名称	证书名称	证书编号	签发单位	认证内容	有效期
1	发行人	质量管理体系认证证书	00121Q3114 03R1M/3300	中国质量认证中心	证明公司的质量管理体系符合标准 GB/T19001-2016/ISO9001:2015，该质量管理体系覆盖范围为 PS 相框（镜框、画框）的设计与生产	有效期至 2024.12.4
2	画之都	质量管理体系认证证书	02421Q3101 0292R4M	环通认证中心有限公司	证明画之都的质量管理体系符合标准 GB/T19001-2016/ISO9001:2015，该质量管理体系覆盖范围为油画产品的开发和加工	有效期至 2024.1.22
3	天画家居	质量管理体系认证证书	06522Q0041 4R0M	北京中物联联合认证中心	证明天画家居的质量管理体系符合标准 GB/T19001-2016/ISO9001:2015，该质量管理体系覆盖范围为画框、相框、镜子的生产	有效期至 2023.8.15

（2）出口国认证

发行人主要客户为国际知名家居饰品终端商和连锁企业，其中欧美发达国家的进口国和进口企业通常要求供应商在取得部分国家或企业的认证后才能销售。报告期内，发行人及其存在境外销售的控股子公司取得的主要认证情况如下：

序号	生产经营环节	经营主体	认证	认证种类	国家/区域
1	销售	发行人	BSCI	社会责任	国际
2		画之都			
3		画之都	SEDX	供货商商业道德	国际
4		发行人	FSC	木材来源监控	国际
5		画之都			
6		天画家居			
7		林君文化			
8		画之都	GSV	安全反恐验证	国际
9		发行人	SCAN	安全反恐验证	国际
10		发行人	GRS	塑料回收标准	国际
11		画之都	EUTR	木材合法采购	欧盟
12		画之都	WCA	社会责任	英国

国际知名的零售商、品牌商在选择产品的供应商时，会对供应商的研发设计能力、产品质量、订单响应速度、成本管控等方面提出严格要求，并要求供应商建立健全劳工保护、安全生产、质量管控、环境保护、社会责任等一系列管理体系。在选定供应商前，客户会对备选供应商进行全面的验厂考核，评定其技术水平、生产质量等多方面的资质。

公司通过了ISO9000质量管理体系认证、BSCI认证、SCAN认证等全球通用的验厂资质。

（3）合格供应商认证

除出口国认证外，部分境外客户会通过来厂参观及验厂等环节对发行人进行合格供应商认证。报告期内，发行人及其子公司已通过Ross Stores, Inc.、Hobby Lobby Stores, Inc.、Target Corporation等主要客户及Walmart、The Home Depot、Lowe's、Dollar Tree、Dunelm、Rusta AB、Next、Primark等国际知名零售商、品牌商客户的验厂或合格供应商认证。

截至本招股说明书签署之日，公司持续保持较高的产品质量，能够满足主要客户与国际知名零售商、品牌商客户的产品需求与供应标准，且公司与主要客户、国际知名零售商、品牌商客户签署了长期合作协议，公司与境外客户的合作相对稳定，具备与国际知名零售商、品牌商客户长期、稳定合作的能力。

3、发行人及其境内子公司生产经营所必要的全部业务资质情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司拥有以下与经营活动相关的资质和许可：

序号	证书名称	编号	业务种类/经营范围	发证单位	持有人	备案日期/发证日期	有效期
1	对外贸易经营者备案	04281976	/	对外贸易经营者备案登记机关	华鸿股份	2019.12.30	长期
2	对外贸易经营者备案	03400584	/	对外贸易经营者备案登记机关	画之都	2017.11.30	长期
3	对外贸易经营者备案	04281824	/	对外贸易经营者备案登记机关	天画家居	2019.12.9	长期

序号	证书名称	编号	业务种类/经营范围	发证单位	持有人	备案日期/发证日期	有效期
	案			案登记机关			
4	对外贸易经营者备案案	03394089	/	对外贸易经营者备案登记机关	林君文化	2018.7.26	长期
5	海关进出口货物收发货人备案案	海关注册编码： 3318961EBG	进出口货物收发货人	中华人民共和国义乌海关	华鸿股份	2017.10.23	长期
6	海关进出口货物收发货人备案案	海关注册编码： 3318960445	进出口货物收发货人	中华人民共和国义乌海关	画之都	2005.6.10	长期
7	海关进出口货物收发货人备案案	海关注册编码： 33189630PF	进出口货物收发货人	中华人民共和国义乌海关	天画家居	2019.1.24	长期
8	海关进出口货物收发货人备案案	海关注册编码： 3314964DC	进出口货物收发货人	中华人民共和国金华海关	林君文化	2018.8.3	长期
9	印刷经营许可证	（浙）印证字第 GC1-0896 号	包装装潢、其他印刷品印刷	金华市新闻出版局	华鸿股份	2021.5.12	有效期至 2025.12.31
10	印刷经营许可证	（浙）印证字第 GC1-0898 号	包装装潢、其他印刷品印刷	金华市新闻出版局	画之都	2022.4.15	有效期至 2025.12.31
11	印刷经营许可证	（浙）印证字第 GC1-0897 号	包装装潢、其他印刷品印刷	金华市新闻出版局	天画家居	2021.5.12	有效期至 2025.12.31
12	固定污染源排污登记回执	91330782MA29PMNU70001Y	-	-	发行人	2020.7.15	有效期至 2025.7.14
13	固定污染源排污登记回执	913307007639403402001Y	-	-	画之都	2020.6.25	有效期至 2025.6.24
14	固定污染源排污登记回执	91330782572939128L001W	-	-	画之都义乌分公司	2020.6.28	有效期至 2025.6.27
15	固定污染源排污登记回执	91330782MA2E5C951D001X	-	-	天画家居	2020.6.28	有效期至 2025.6.27

序号	证书名称	编号	业务种类/经营范围	发证单位	持有人	备案日期/发证日期	有效期
16	固定污染源排污登记回执	91330782MA28EG366Y001X	-	-	林君文化	2020.6.9	有效期至2025.6.8

注：根据《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国对外贸易法〉的决定》（实施日期：2022年12月30日），已删除《中华人民共和国对外贸易法》第九条：“从事货物进出口或者技术进出口的对外贸易经营者，应当向国务院对外贸易主管部门或者其委托的机构办理备案登记；但是，法律、行政法规和国务院对外贸易主管部门规定不需要备案登记的除外。备案登记的具体办法由国务院对外贸易主管部门规定。对外贸易经营者未按照规定办理备案登记的，海关不予办理进出口货物的报关验放手续”的规定，取消了对对外贸易经营者备案。

根据《印刷业管理条例》规定：“本条例适用于出版物、包装装潢印刷品和其他印刷品的印刷经营活动。本条例所称出版物，包括报纸、期刊、书籍、地图、年画、图片、挂历、画册及音像制品、电子出版物的装帧封面等。本条例所称包装装潢印刷品，包括商标标识、广告宣传品及作为产品包装装潢的纸、金属、塑料等的印刷品。本条例所称其他印刷品，包括文件、资料、图表、票证、证件、名片等。本条例所称印刷经营活动，包括经营性的排版、制版、印刷、装订、复印、影印、打印等活动。国家实行印刷经营许可制度。未依照本条例规定取得印刷经营许可证的，任何单位和个人不得从事印刷经营活动。”根据《印刷业经营者资格条件暂行规定》规定：“本规定所称印刷业经营者，包括从事出版物、包装装潢印刷品印刷经营活动的企业，从事其他印刷品印刷经营活动的企业、单位或者个人，以及专项排版、制版、装订企业或者单位。”

根据上述规定，发行人、画之都、天画家居生产的装饰画，不属于出版物、包装装潢印刷品，也不属于通过排版、制版、印刷、装订、复印、影印、打印等方式印刷的文件、资料、图表、票证、证件、名片等，发行人、画之都、天画家居不存在开展印刷经营活动的情形。

根据《数字印刷管理办法》规定：“本办法适用于采用生产型数字印刷机从事出版物、包装装潢印刷品和其他印刷品印刷的经营活动（以下简称数字印刷经营活动）。本办法所称生产型数字印刷机，是指具备较高的印刷速度，印刷质量稳定，能实现工业化连续、批量生产的数字印刷设备。生产型数字印刷机应当配备数字工作流程；高速数字复合机类设备不属于生产型数字印刷

机。”发行人、画之都、天画家居主要通过喷绘机以喷绘方式生产装饰画，未使用生产型数字印刷机，无需按照《数字印刷管理办法》规定办理《印刷经营许可证》。

根据金华市新闻出版局出具的《证明》，发行人、画之都、天画家居使用喷绘机等设备从事生产经营活动，不属于《印刷业管理条例》《数字印刷管理办法》等法律法规规定的出版物、包装装潢印刷品和其他印刷品印刷的经营活动，上述公司不属于必须办理《印刷经营许可证》的企业；发行人、画之都、天画家居、林君文化自2019年1月1日至2022年11月14日，严格遵守印刷业管理方面法律、行政法规和规范性文件，不存在因违反印刷业管理方面法律、行政法规和规范性文件而受到行政处罚的情形。

因此，发行人、画之都、天画家居未从事《印刷业管理条例》《数字印刷管理办法》规定的开展出版物、包装装潢印刷品和其他印刷品印刷的经营活动，不属于必须办理《印刷经营许可证》的经营主体，报告期内也不存在因未办理《印刷经营许可证》而受到行政处罚的情形。

综上，截至本招股说明书签署之日，发行人及其境内子公司已具备生产经营所必要的全部业务资质。

4、发行人境外子公司生产经营所必要的全部业务资质情况

截至本招股说明书签署之日，发行人在中国大陆以外设有子公司香港画家居、印尼画家居和孙公司美国选一、印尼艺海。根据罗拔臣律师事务所、Macalloharlin Mendrofa Advocates、Law Offices of Bin Li & Associates出具的法律意见书，本招股说明书签署之日，子公司香港画家居、印尼画家居、孙公司美国选一、印尼艺海的生产经营情况如下：

序号	主体名称	成立时间	注册地/主要生产经营地	主营业务	所需业务资质情况
1	美国选一	2014.12.15	美国	装饰画、镜子和相框类家居饰品的销售，目前主要销售市场为美国	无
2	香港画家居	2022.1.13	中国香港	尚未实际经营业务	无
3	印尼画家居	2022.3.9	印度尼西亚	木材线条生产加工	商业识别号码（NIB）
4	印尼艺海	2023.1.10	印度尼西亚	尚未实际经营业务	无

根据罗拔臣律师事务所于 2022 年 12 月 24 日出具的法律意见，香港画家居是依据中国香港特别行政区法律在中国香港特别行政区正式成立且有效存续之有限公司，香港画家居自成立日至上述法律意见书出具日并无实际经营业务。

根据 Macalloharlin Mendrofa Advocates 于 2022 年 12 月 24 日出具的法律意见，印尼画家居是依据印度尼西亚法律合法成立并有效存续的公司，已获得开展其经营和/或商业业务活动的主要和重大资格、许可和认证，并继续满足拥有该等资格、许可和认证的要求，不存在超出许可范围从事生产经营的情况。

根据 Law Offices of Bin Li & Associates 于 2022 年 11 月 15 日出具的法律意见，美国选一的业务性质是设计和销售，美国选一不存在开展业务必须取得相关业务资质证书、许可证或执照的问题，美国选一业务经营合法合规。

根据 Macalloharlin Mendrofa Advocates 于 2023 年 2 月 27 日出具的法律意见，印尼艺海是依据印度尼西亚法律合法成立并有效存续的公司，印尼艺海自成立日至上述法律意见书出具日并无实际经营业务。

综上，截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司具备生产经营所必要的全部业务资质。

5、相关资质及证书续期事项

（1）发行人及其境内子公司已取得的相关资质及证书续期事项

截至本招股说明书签署之日，发行人及其境内子公司已取得的资质及证书为对外贸易经营者备案、海关进出口货物收发货人备案、印刷经营许可证、固定污染源排污登记回执。其中对外贸易经营者备案已被取消、海关进出口货物收发货人备案均为长期有效，不涉及申请续期的情形。根据现行有效的相关法律法规等规定，印刷经营许可证、固定污染源排污登记回执有效期届满后，办理条件、续期是否存在实质障碍等情况如下：

序号	资质证书名称	相关法律法规	办理条件	续期是否存在实质障碍
1	印刷经营许可证	《印刷业管理条例》	（1）有企业的名称、章程； （2）有确定的业务范围； （3）有适应业务范围需要的生产经营场所和必要的资金、设备等生产经营条件； （4）有适应业务范围需要的组织机构和人员； （5）有关法律、行政法规规定的其他条件；	否，发行人、画之都、天画家居印刷企业 2022 年度报告已通过金华市新闻出版局审批，核查结

序号	资质证书名称	相关法律法规	办理条件	续期是否存在实质障碍
			（6）审批从事印刷经营活动申请，还应当符合国家有关印刷企业总量、结构和布局的规划	果均为合格，发行人、画之都、天画家居继续具备印刷经营许可证的办理条件，不存在实质性续期障碍。
		《印刷业经营者资格条件暂行规定》	（1）有企业的名称、章程； （2）有确定的业务范围； （3）有适应业务需要的固定生产经营场所； （4）有能够维持正常生产经营的资金； （5）有必要的包装装潢印刷设备，具备2台以上最近十年生产的且未列入《淘汰落后生产能力、工艺和产品的目录》的胶印、凹印、柔印、丝印等及后序加工设备； （6）有适应业务范围需要的组织机构和人员，企业法定代表人及主要生产、经营负责人必须取得地市级以上人民政府负责出版管理的行政部门（以下简称出版行政部门）颁发的《印刷法规培训合格证书》； （7）有健全的承印验证、登记、保管、交付、销毁等经营管理、财务管理制度和质量保证体系。	
2	固定污染源排污登记回执	《排污许可管理条例》	污染物产生量、排放量和对环境的影响程度都很小的企业事业单位和其他生产经营者，应当填报排污登记表，不需要申请取得排污许可证。	否，有效期届满后，公司根据实际情况填报登记表即可，不存在实质性续期障碍。
		《固定污染源排污许可分类管理名录》	实行登记管理的排污单位，不需要申请取得排污许可证，应当在全国排污许可证管理信息平台填报排污登记表，登记基本信息、污染物排放去向、执行的污染物排放标准以及采取的污染防治措施等信息。	

（2）发行人境外子公司已取得的相关资质及证书续期事项

根据罗拔臣律师事务所、Law Offices of Bin Li & Associates、Macaloharlin Mendrofa Advocates 出具的法律意见书，香港画家居、印尼艺海尚未开展实际经营业务，美国选一从事装饰画、镜子和相框类家居饰品的设计和銷售，不存在开展业务必须取得相关业务资质证书、许可证或执照的问题，印尼画家居持续满足拥有相关资格、许可和认证的要求，相关资质及证书等到期后续期不存在实质性障碍。

（四）发行人拥有的特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，公司未拥有任何特许经营权。

（五）各资产要素与所提供产品或服务的内在联系

公司的固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备等。其中，房屋及建筑物主要用于为公司装饰画、镜子、相框等家居饰品产品的生产制造提供厂房及相

关管理人员的办公场所，机器设备用于具体产品的研发、设计及生产制造。

公司的无形资产主要为土地使用权、专利、商标、美术著作权、被授权使用的版权许可等。其中，土地使用权保证了公司在其对应的土地上建设厂房等建筑物的合法性，专利、商标及美术著作权主要应用于公司产品的研发设计及生产的具体流程，被授权使用的版权许可保证了公司在使用第三方版权作品时的合法性。

公司的经营资质证书包括境内公司生产经营所需的对外贸易经营者备案、海关进出口货物收发货人备案、印刷经营许可证、固定污染源排污登记回执；境外公司（印尼画家居）所需的开展其经营和/或商业业务活动的主要和重大资格、许可和认证。此外，公司还通过了 ISO9000 质量管理体系认证、BSCI 认证、SCAN 认证等全球通用的验厂资质以及以 Ross Stores, Inc.、Hobby Lobby Stores, Inc.、Target Corporation 为代表的国际知名零售商或品牌商的合格供应商认证。上述经营资质证书及相关认证，保证了公司开展相关业务的合法性，也有利于与相关客户业务合作的顺利开展。

综上所述，公司所拥有的固定资产、无形资产、资质证书及认证等资源要素对公司的经营发展起到支撑作用，具有充分性、适当性。

六、发行人的核心技术与研发设计情况

（一）公司的核心技术情况

公司拥有的主要核心技术具体情况如下：

序号	技术名称	技术来源	关键工艺及技术	所处阶段	是否取得专利或其他技术保护措施
1	一种防紫外线聚合物包覆纳米氧化铝颜料的制备方法	合作研发	利用铝和纳米氧化铝优异的抗紫外线特性，采用溶胶-凝胶法、原子转移自由基聚合法和细乳液聚合法协同制备聚合物包覆铝基彩色颜料及颜料墨水，使有机染料化学接枝在铝和纳米氧化铝表面，并使颜料和聚合物之间形成化学键结合，增加两者之间的结合力，可以长时间抵抗环境侵蚀，保持装饰画长时间不褪色。	商业化运用	已取得专利证书，专利号为 ZL202010671887.2
2	一种抗菌抗紫外线感温变色蜡彩颜料及其制备方法	合作研发	利用二氧化硅包覆热敏变色复配物制得微胶囊，然后通过静电引力作用，使 Fe ³⁺ 聚集到二氧化硅外壳表面，与碱液中和后形成 Fe(OH) ₃ 纳米凝胶	商业化运用	已取得专利证书，专利号为 ZL201810888076.0

序号	技术名称	技术来源	关键工艺及技术	所处阶段	是否取得专利或其他技术保护措施
			前驱物，并在一定温度的水热条件下，发生脱水反应，原位生成纳米羟基氧化铁（铁黄），并进一步脱水生成纳米氧化铁（铁红）。氧化铁纳米颗粒弥散分布在微胶囊表面，不仅使微胶囊具有抗菌抗紫外线等功能，而且可以利用其本身颜色和热敏变色复配物进行混色，从而产生更多种颜色。		
3	钢化玻璃装饰画及制作工艺	自主研发	直接将图案或印刷层激光打印在第一层钢化玻璃表面，第一层钢化玻璃支撑作用；通过对第二层钢化玻璃外表面加热至 600—700℃，然后自然冷却，控制加热位置及移动方向，从而控制钢化玻璃纹理的走向研究，第二层钢化玻璃上的纹理对图案起到增色作用；通过控制第二层钢化玻璃表面的加热温度、形成纹理时间等，形成连续的纹理上延伸有断续的短纹理等特点。	商业化运用	已取得专利证书， 专利号为 ZL201310581531.X
4	模板砂石画及制作方法	自主研发	对平面区块和立体区块进行合理设计，利用研制一种平面固体热溶胶加热，将立体区块砂石粘结，并辅以其他相应的背景来增强立体感；有效地将沙石固定在画布，而画布粘贴在底板，底板固定在安装梁上，边框与安装梁有效连接来解决沙石因重力而脱落的问题；通过试验，解决了粘接凝固时间对制作工艺技术的影响，解决未粘住的砂石去除或重新粘接补救方法。	商业化运用	已取得专利证书， 专利号为 ZL201610106504.0
5	亚克力投光装饰画	自主研发	透光板上插设若干滤光板，滤光板带有各种色彩，画框周边的灯具向中间照射，在背板背面形成照亮区，将反光效果及滤光板的透射效果相结合，再结合滤光板插设边缘形成的白泛边；解决照射灯的铰接方式及锁定装置问题，可以任意变换照射方向和角度，形成不同亮暗交界；通过控制器收缩或扭动，形成动态光束，使得装饰画整体具有可变化的蒙太奇效果。	商业化运用	已取得专利证书， 专利号为 ZL201610106505.5
6	一种玻璃制品高光耐磨丝网印刷工艺	自主研发	重新确定丝印油墨的配方，并添加一定比例的高光改性剂及纳米金属盐，确定丝网的目数及厚度，在一定的温度下载相应的时间进行固化，图形清晰鲜艳并具有较强的耐磨性。	商业化运用	已取得专利证书， 专利号为 ZL201710171381.3
7	一种亮光蚀刻磨砂玻璃及其	自主研发	利用碱剂对玻璃表面的二氧化硅进行微腐蚀，调整蚀刻液配方，实现了对	商业化运用	已取得专利证书， 专利号为

序号	技术名称	技术来源	关键工艺及技术	所处阶段	是否取得专利或其他技术保护措施
	制备方法		大部分四氟化硅的回收，降低了对环境、人体的影响。		ZL201710214909.0
8	木纹画制作工艺	自主研发	选择铁梳在 KT 板表面划出木纹，划痕走向参照装饰画上木质纹路走向，铁梳端部经过处理形成倾斜面，通过倾斜使用铁梳，使得产生的纹路接近自然效果；用刀具在木纹区划出木板的条块外形，条块外形处截面为三角形，其三角形划痕能填充聚集足额天那水，在外形对条块边缘进行颜色深化处理；绘画后，采用丙烯颜料进行涂抹并浸湿擦除做旧处理，使其显示墙面破损、岩石表面风化的效果。	商业化运用	已取得专利证书，专利号为 ZL201310581707.1
9	3D 画及其制作工艺	自主研发	采用亚敏热熔粘合剂作为蛋托间的粘合剂，该粘合剂能保持剥离和粘结性能间的平衡；确定 3D 画目数研究色块占据目数，根据电脑软件分色后形成亮光色块和亚光色块，亮光格位置采用电化铝或者电化箔，亚光格位置采用发泡浆进行发泡形成凸块；控制亮光格、亚光格占据的目数，研究亮光格、亚光格色块重叠形成立体效果。	商业化运用	已取得专利证书，专利号为 ZL201310001571.2
10	一种耐水型紫外线固化玻璃铂金工艺	自主研发	对聚氨酯丙烯酸酯涂料的结构及表面进行适当的改性。使得聚氨酯丙烯酸酯的氨基、羧基等亲水性基团得到了封闭，降低其亲水性，具有较强的耐水性；加入纳米二氧化硅，表面出现明显颗粒状粗糙面，通过降低摩擦面积，使耐磨性得到明显的提高，使铂金花纹更为耐磨。	商业化运用	已取得专利证书，专利号为 ZL201710171319.4
11	一种贴箔胶及其在玻璃贴箔中的应用	自主研发	重新确定了贴箔胶配方及固化剂、填充剂和流平剂筛选，快速固化并留有改错时间；增加硅酸钠、硬脂酸钠提高贴箔胶与玻璃制品的亲合力，25℃下的粘度为 4000-4500CPS。	商业化运用	已取得专利证书，专利号为 ZL201710214906.7

（二）正在从事的主要研发项目

截至报告期末，公司正在从事的主要项目情况如下：

序号	项目研发名称	关键工艺及技术	拟达到目标	所处阶段
1	感应式床头 3D 灯画研发	对灯体结构及嵌设进行研究，并优化散热效果，延长灯画的使用寿命，对光源及其结构、导光板、透光板进行研究，使产品结构设计新颖合理，配光方式合理巧妙，完美的光照效果使图画明亮清新，使图画无暗区无暗斑，展示	实现量产	测试阶段

序号	项目研发名称	关键工艺及技术	拟达到目标	所处阶段
		效果佳，观赏性提升。		
2	便携式弹片门镜挂钩研发	满足在将 PS（聚苯乙烯）发泡线条制作成的门镜产品悬挂在门的背后，取下以及挂起方便，另外还可以设置在合理的高度上进行便捷的调节产品的高度，在消费者手上可以有更多的使用体验改善优化。	实现量产	基础研究阶段
3	可拆卸置物镜	开发一款可自由拆卸的置物镜，方便运输，节省运输空间、减少包装材料、降低运输成本，同时便于消费者快速组装。	实现量产	基础研究阶段
4	表面涂覆金属折光雨滴玻璃研发	通过制备环氧树脂组合物，使得该环氧组合物既能够顺利收缩形成金属折光雨滴，该雨滴又具有较强附着能力，具有较好的防刮擦性能与耐候性能，使得玻璃表面形成类金属雨滴，具有较强的艺术装饰效果。	实现量产	专利受理阶段
5	带托盘全身镜研发	在穿衣镜上，配置托盘，方便使用者安放器物。同时，该全身镜的托盘可自由调节高度，满足身高不同的消费者。托盘可随时更换、拆卸，灵活度极高。	实现量产	基础研究阶段
6	轻便可折叠携带铁艺镜研发	研发一款多功能折叠镜，除作为镜子的功能外，还能方便放置随身物件，同时可折叠收纳，便于携带。	实现量产	基础研究阶段
7	新型环保水性纳米颜料关键技术研发	通过将对人体健康、环境友好的亲水性二氧化硅纳米颗粒经氢氧化钠溶液刻蚀后，形成多孔二氧化硅纳米颗粒，并吸附各种有机活性染料，形成彩色二氧化硅纳米颗粒。一方面有效避免有机染料泄露，另一方面超薄二氧化硅表层可修饰各种官能团，实现制备出染料高效掺杂和不脱色且分散性优的彩色二氧化硅纳米颗粒，提高颜料的抗老化、亮度、色调和饱和度等性能。	申请专利并提供小样试品	实验测试阶段
8	多材料复合装饰线条研发	进行多材料复合装饰线条研发，希望得到的复合装饰线条既具有良好的强度又便于加工图案，具有较长的使用寿命和较好的装饰效果。	实现量产	基础研究阶段

（三）研发费用投入情况

突出的原创设计和研发能力是公司的核心竞争力。公司一直重视新产品、新工艺、新材料的开发与创新，将其作为公司维持核心竞争优势的重要保证。为此，公司在研发经费上持续投入，确保公司的竞争优势。报告期内，公司研发费用及其占主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用	3,563.39	4,885.67	3,450.43	3,453.59

主营业务收入	64,646.64	101,631.30	75,972.36	77,336.88
占比	5.51%	4.81%	4.54%	4.47%

（四）合作研发情况

公司坚持走产学研合作技术创新道路，与浙江工业大学等高校建立了长期稳定的合作关系。公司在新产品的开发过程中通过结合高校专业人才的研发能力、自身的生产和销售实践经验，能充分保证整个研发过程的科学性、全面性和实用性。

1、合作研发项目具体情况

截至本招股说明书签署之日，公司合作研发的项目情况具体如下：

序号	合作院校	合作研发的主要内容	研究成果权利归属	关键工艺及技术	所处阶段
1	浙江工业大学	废旧塑料粒子改性及其制备方法	项目实施过程中产生的专利申请和所有权归公司所有。	采用接枝改性、微交联等生产工艺，制备性能与新料相近的再生聚苯乙烯粒子，并确定混合新料的比例以及发泡剂添加量；共混材料加热到 50—160℃，待塑料熔融后保温 1-5 分钟形成产品。	基础研究
2	浙江工业大学	一种具有抗菌防雾性能的高耐久性超亲水涂层	项目实施过程中产生的专利申请和所有权归公司所有。	利用多孔二氧化硅纳米材料比表面积大、含有大量硅烷醇基（Si—OH）和反射率低的特点可用作超亲水材料，再对多孔二氧化硅纳米材料的硅壳表面用纳米银进行修饰，所得纳米银修饰多孔二氧化硅纳米材料不仅具有超亲水防雾功能，而且还具有抗菌功能，使得应用领域更加的广泛。将上述纳米银修饰多孔二氧化硅纳米材料与酸催化的硅溶胶还有无机水玻璃层进行反应，不仅赋予涂层抗菌超亲水的功能，而且还使其具有耐磨损耐高温高湿的功能。	基础研究
3	浙江工业大学	一种防紫外线聚合物包覆纳米氧化铝颜料的制备方法	项目实施过程中产生的专利申请和所有权归公司所有。	利用铝和纳米氧化铝优异的抗紫外线特性，采用溶胶-凝胶法、原子转移自由基聚合法和细乳液聚合法协同制备聚合物包覆铝基彩色颜料及颜料墨水，使有机染料化学接枝在铝和纳米氧化铝表面，并使颜料和聚合物之间形成化学键结合，增加两者之间的结合力，可以长时间抵抗环境侵蚀，保持装饰画长时间不褪色。	商业化运用
4	浙江工业大学	一种抗菌抗紫外线感温变色蜡彩颜	项目实施过程中产生的专利申请和所有权	利用二氧化硅包覆热敏变色复配物制得微胶囊，然后通过静电引力作用，使 Fe ³⁺ 聚集到二氧化硅外壳表面，	商业化运用

序号	合作院校	合作研发的主要内容	研究成果权利归属	关键工艺及技术	所处阶段
		料及其制备方法	归公司所有。	与碱液中和后形成 $\text{Fe}(\text{OH})_3$ 纳米凝胶前驱物，并在一定温度的水热条件下，发生脱水反应，原位生成纳米羟基氧化铁（铁黄），并进一步脱水生成纳米氧化铁（铁红）。氧化铁纳米颗粒弥散分布在微胶囊表面，不仅使微胶囊具有抗菌抗紫外线等功能，而且可以利用其本身颜色和热敏变色复配物进行混色，从而产生更多种颜色。	
5	浙江工业大学	新型柔性 UV 白色喷墨墨水技术研发	项目实施过程中产生的专利申请和所有权归公司所有。	研发一种具有紫外固化效果新型白色喷墨墨水，该墨水可用于各类装饰油画的制造，主要作为油画的底物；研发一种可用于印刷喷头用白色喷墨墨水且使用中不会使喷头堵塞，该技术的关键是对喷墨组分的调配及颗粒度大小的控制。在此基础上，通过对光引发剂的选择及用量控制研发出能在紫外灯照射下快速（5s 以内）光固化的 UV 喷墨墨水。	基础研究
6	浙江工业大学	高效稳定环保电致发光涂料研发	项目实施过程中产生的专利申请和所有权归公司所有。	研发一种高效稳定环保电致发光涂料，其关键技术是采用沉淀法和高温固相法制备掺杂 Cu、Mn 等金属的 ZnS 发光材料，通过多种测试手段对发光材料的物相、结构、形貌以及光谱性能进行表征与分析，获得具有最优光致发光性能的不同金属掺杂的 ZnS 发光材料。	基础研究
7	浙江工业大学	装饰画用光固化数码喷印墨水研发	项目实施过程中产生的专利申请和所有权归公司所有。	研究影响光固化墨水聚合固化速率的各种因素，包括：光引发剂类型、组分及配比等对墨水聚合固化速率的影响。研究聚合体系构成对固化产物性能的影响，包括低聚物类型、单体结构和官能度等对固化速率的影响。	基础研究
8	浙江工业大学	长效缓释芳香微胶囊在装饰画中的应用技术开发	项目实施过程中产生的专利申请和所有权归公司所有。	以香精芯材和聚合物壁材单体等作为原料，优选乳化剂、引发剂，采用乳液聚合合法制备缓释芳香微胶囊。将前述芳香微胶囊乳液和颜料墨水混合应用，考察芳香微胶囊的粒径、分散均匀性和用量等对装饰画色彩、纹理等画面质量的影响。	基础研究
9	浙江工业大学	环保型高性能低温固化环氧聚酯粉末涂料关键技术研发	项目实施过程中产生的专利申请权归双方共有，技术秘密成果的使用权、转让权归公司所有。	研发一种环保型高性能低温固化环氧聚酯粉末涂料，其关键技术以环氧树脂、聚酯树脂为固化主体，添加填料和多种助剂混合制备粉末填料。通过实验，对比涂层性能，研究固化剂和固化促进剂种类及用量、填料种类及用料等对涂层性能的影响，获得最优	基础研究

序号	合作院校	合作研发的主要内容	研究成果权利归属	关键工艺及技术	所处阶段
				涂层性能的粉末涂料配方。	
10	浙江工业大学	高吸光性涂料关键技术研发	项目实施过程中产生的专利申请权归双方共有，技术秘密成果的使用权、转让权归公司所有。	采用高能球磨法，将高吸光率材料如碳纳米管、纳米炭黑、石墨烯等，和哑光剂如纳米二氧化硅，以及基料如丙烯酸乳胶等，按一定比例混合后，进行高能球磨，通过改变材料配比、球料比、球磨时间、转速等，以获得最优吸光率的黑色涂料。	专利申请
11	浙江工业大学	空气净化自清洁功能纸关键技术研发	项目实施过程中产生的专利申请权和所有权归公司所有。	采用微乳液法，以钛酸四丁酯为前驱体，植物精油为油相，通过加入微量水控制钛酸四丁酯的原位水解聚合效应，制备以植物精油为芯材，以二氧化钛为壁材的精油缓释微胶囊。在此基础上，以硼氢化钠为还原剂，利用高温高压水热反应对白色二氧化钛包膜精油进行改性。	基础研究
12	浙江工业大学	纸张织物定型硬化关键技术研发	项目实施过程中产生的专利申请权和所有权归公司所有。	通过将聚乙烯醇、聚丙烯酸酯等化学元素合成蜡等高分子聚合物及酸化淀粉、酯化淀粉、氧化淀粉、接枝淀粉等变性淀粉，添加乳化剂、抑泡剂等助剂与水混合，制备水溶性纸张织物定型液。随后，将定型液直接喷涂、浸泡或涂抹纸张织物后，静置晾干或低温烘烤后即可达到定型硬化效果。	基础研究

2、合作各方关于研发成果的归属约定

根据浙江工业大学出具的《浙江工业大学关于与华鸿画家居股份有限公司及其子公司合作研发事项的声明》，浙江工业大学确认并声明：浙江工业大学与发行人签署的合作协议约定专利申请权归属发行人的，合作项目产生的技术秘密成果及授权专利等相关权利归属发行人所有，包括但不限于技术秘密成果及专利实施权、转让权、许可实施权、收益权等权利；合作协议约定专利申请权归属浙江工业大学与发行人共有的，浙江工业大学有权署名为专利权人，除此之外，合作项目产生的技术秘密成果及授权专利等相关权利均归属发行人单独所有，包括但不限于技术秘密成果及专利的实施权、转让权、许可实施权、收益权等权利。

因此，浙江工业大学与发行人合作研发、委托研发合作过程中产生的研发成果，浙江工业大学仅拥有署名权，其他研发成果均归属发行人所有。

3、合作各方是否存在纠纷或其他争议

根据浙江工业大学科学技术研究院出具的《浙江工业大学关于与华鸿画家居股份有限公司及其子公司合作研发事项的声明》，浙江工业大学确认并声明：浙江工业大学与发行人之间不存在关于研发开发经费支付、研究开发方向及进展、技术成果及专利归属、使用及收益分配、专利申请或其他合同履行等方面侵权或违约的争议、纠纷或潜在争议、纠纷。

综上，发行人与浙江工业大学不存在合作研发、委托研发方面的纠纷或其他争议。

4、合作研发所采取的保密措施

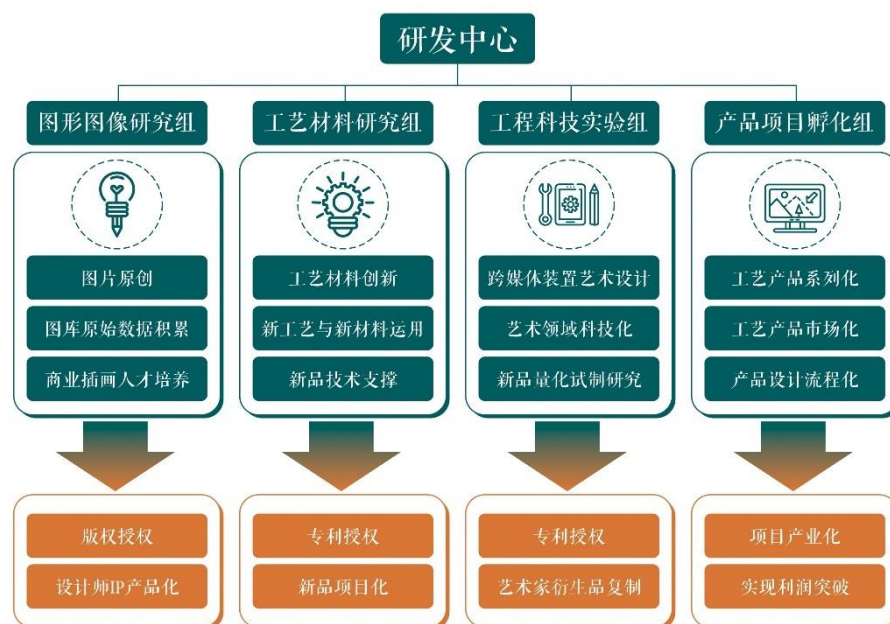
公司与浙江工业大学均有对合作研发的项目的保密责任，未经对方许可，不得向第三方泄密。保密期限长期有效。

（五）公司的研发与设计机制

1、研发中心机构

公司设有研发中心，下设有：图形图像研究组、综合材料研究组、工程科技实验组与产品项目孵化组。四个组协同合作，围绕研发与设计中心服务，实现以下四项目标：

- （1）吸收并储备高端艺术设计人才，为公司培养并输送设计人才；
- （2）强化与浙江工业大学、浙江理工大学等高校的合作，实现科技与艺术的强强联手，增强公司材料与工艺的研发实力；
- （3）实施跨媒体装饰艺术设计，实现艺术领域科技化，布局衍生品市场；
- （4）孵化具有利润前景的新品项目，实现公司业绩的新突破。



2、研发人员情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司研发人员 326 人，占员工比例 13.90%。

3、核心技术人员情况

公司核心技术人员均具有丰富的行业经验与扎实的专业知识，是公司技术水平持续提升、产品不断发展的重要支撑力量。公司核心技术人员简历情况如下：

姓名	在本公司任职情况
李代义	副总经理、研发中心负责人
秦玉梅	监事、研发中心总监

上述各位核心技术人员的简历如下：

李代义：参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员的简要情况”之“4、其他核心技术人员”。

秦玉梅：参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员的简要情况”之“4、其他核心技术人员”。

4、对核心技术人员的约束激励措施

（1）约束措施

公司与核心技术人员均签署了保密协议，就核心技术人员在任职期间及离职以后保守公司商业秘密的有关事项进行了约定。

（2）激励措施

公司实行研发项目考核机制和研发成果奖励机制，将核心技术人员收入与研发贡献挂钩；同时对核心技术人员所取得的科研成果予以奖励，鼓励他们对知识、技术、成果、专利等要素进行沉淀和积累。

5、结合发行人董事、高级管理人员、核心技术人员的履历，说明曾任职于其他公司的人员是否存在竞业禁止协议，在发行人任职期间的研究项目、申请的专利是否与原工作内容相关，是否与原单位存在知识产权、竞业禁止、商业秘密等方面的纠纷或潜在纠纷

（1）发行人董事、高级管理人员、核心技术人员的履历

截至本招股说明书签署之日，发行人独立董事伍芷仪、林忠、吕延涛及 Taurus 提名的董事 ZHOU LIN-LIN（周林林）未曾在发行人担任其他职务，发行人的其他董事、高级管理人员、核心技术人员的主要工作履历及曾任职其他公司情况、在发行人任职期间研究项目及申请专利等情况如下：

姓名	在发行人具体任职情况	主要工作履历	主要工作中是否曾任职于其他公司	是否参与发行人研发工作
龚品忠	董事长	1997年1月至2012年8月，任华鸿控股执行董事、经理；2012年8月至2019年12月，任华鸿控股监事；2019年12月至今，任华鸿控股执行董事、经理；2013年7月至2022年9月，任义乌市新光小额贷款股份有限公司董事；2018年11月至今，任天画家居监事；2017年10月至2019年12月，任发行人执行董事、经理；2019年12月至今，任发行人董事长	是，曾任义乌市新光小额贷款股份有限公司董事	是
龚新明	董事、总经理	1997年1月至2011年9月，任华鸿控股监事；2010年1月至今，任画之都执行董事、经理；2019年12月	否	是

姓名	在发行人具体任职情况	主要工作履历	主要工作中是否曾任职于其他公司	是否参与发行人研发工作
		至今，任发行人董事、总经理		
周水富	董事、董事会秘书	1999年2月至2009年10月，任华鸿控股财务总监；2009年10月至2017年11月，历任画之都财务总监、董事及董事会秘书；2017年12月至2019年11月，任发行人董事办公室主任；2019年12月至今，任发行人董事、董事会秘书	否	否
马金才	董事、财务总监	2001年9月至2011年2月，历任华鸿控股财务部会计、财务经理；2011年3月至2011年12月，任义乌市依人袜业有限公司财务经理；2012年1月至2017年11月，历任华鸿控股财务总监、项目总监、信息总监；2017年12月至今，任发行人财务中心负责人；2019年12月至今，任发行人董事、财务总监	是，曾任义乌市依人袜业有限公司财务经理	否
章庆洪	董事、副总经理、生产中心负责人	1999年3月至2009年1月，历任华鸿控股车间主任、厂长、生产部总监；2009年1月至2017年11月，任华鸿控股副总经理、生产部门负责人；2017年12月至今，任发行人生产中心负责人；2019年12月至今，任发行人董事、副总经理	否	否
王爱香	副总经理、天画家居事业部负责人	1997年1月至今，历任华鸿控股销售经理、经理、执行董事、监事；2018年11月至今，任天画家居执行董事、经理；2019年12月至今，任发行人副总经理、天画家居事业部负责人；2022年5月至今，任桑妮家居执行董事兼总经理；2022年8月至今，任香香儿家居执行董事兼总经理	否	是
汪胜	副总经理、人事行政中心负责人兼画家居事业部负责人	2001年2月至2008年10月，任华鸿控股副总经理；2008年11月至2015年12月，任奔辉欧式艺品（惠州）有限公司厂长；2016年6月至2020年12月，任画之都副总经理；2017年12月至今，任发行人人事行政中心负责人兼任画家居事业部负责人；2019年12月至今，任发行人副总经理	是，曾任奔辉欧式艺品（惠州）有限公司厂长	否
李代义	副总经理、研发中心负责人	2000年10月至今，任画之都研发部负责人；2017年12月至今，任发行人研发中心负责人；2019年12月至今，任发行人副总经理	否	是

姓名	在发行人具体任职情况	主要工作履历	主要工作中是否曾任职于其他公司	是否参与发行人研发工作
秦玉梅	研发中心总监	2001年2月至2017年11月，任华鸿控股研发总监；2017年12月至今，任发行人研发中心总监；2021年10月至今，任发行人监事	否	是

（2）曾任职于其他公司的人员是否存在竞业禁止协议，在发行人任职期间的研究项目、申请的专利是否与原工作内容相关，是否与原单位存在知识产权、竞业禁止、商业秘密等方面的纠纷或潜在纠纷

龚品忠、马金才、汪胜曾任职的其他公司中，义乌市新光小额贷款股份有限公司的主营业务为小额贷款，义乌市依人袜业有限公司的主营业务为袜子、牙刷生产、销售，与发行人及其下属子分公司的业务不存在任何相关性。龚品忠、马金才分别在上述公司担任董事、财务经理，未与上述公司签署竞业禁止协议，也未负责或参与上述公司的研究项目、专利申请等工作。汪胜在奔辉欧式艺品（惠州）有限公司任职期间，未与奔辉欧式艺品（惠州）有限公司签署竞业禁止协议，汪胜在奔辉欧式艺品（惠州）有限公司、发行人任职期间均未负责或参与发行人的研究项目、专利申请工作。因此，龚品忠、马金才、汪胜在发行人任职不存在违反曾任职的其他公司竞业禁止的情形。

参与发行人研发项目、专利申请工作的董事、高级管理人员、核心技术人员龚新明、王爱香、李代义、秦玉梅已出具承诺：“本人除曾在华鸿控股、发行人及其下属子分公司任职外，未曾在其他公司任职，本人在发行人任职期间的研究项目、申请的专利，均为本人在发行人工作期间利用发行人的相关资源研发，发行人具有完整的所有权或使用权，不存在或可能导致发行人专利被宣告无效等情形，也不存在其他纠纷或潜在纠纷的情形。”龚品忠已出具承诺：

“本人在发行人处任职期间的研究项目、申请的专利，与本人在其他公司任职的工作不存在任何关联性，本人未与其他公司签署竞业禁止等协议，本人在发行人任职期间的研究项目、申请的专利，均为本人在发行人工作期间利用发行人的相关资源研发，发行人具有完整的所有权或使用权，不存在或可能导致发行人专利被宣告无效等情形，也不存在其他纠纷或潜在纠纷的情形。”

发行人的董事、高级管理人员和核心技术人员未曾因知识产权、竞业禁止、商业秘密等被曾任职公司提起诉讼、仲裁。

综上，发行人独立董事伍芷仪、林忠、吕延涛及 Taurus 提名的董事 ZHOU LIN-LIN（周林林）未曾在发行人担任其他职务，发行人的其他董事、高级管理人员、核心技术人员中，龚品忠、马金才、汪胜曾在其他公司任职。马金才、汪胜均未参与发行人研究项目、专利申请工作，龚品忠在发行人任职期间的研究项目、申请的专利与其在其他公司的工作内容不存在相关性，龚品忠、马金才、汪胜与其他公司均未签署竞业禁止协议，其在发行人任职不存在违反曾任职的其他公司竞业禁止的情形，发行人董事、高级管理人员、核心技术人员与其曾任职的公司均不存在知识产权、竞业禁止、商业秘密等方面的纠纷或潜在纠纷。

七、发行人环境保护和安全生产情况

（一）环境保护情况

公司所处行业不属于重污染行业。报告期内，公司在业务运作流程上严格遵循国家有关环境保护相关法律法规的要求。

1、环境保护制度

公司高度重视环境保护工作，先后制定了《环境保护目标责任制》《建设项目环境保护管理制度》《环境保护设施运行管理制度》《危险废物管理制度》等制度来加强生产和生活污染物的管理。

2、排污登记情况

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司持有的与排放污染物相关的登记基本情况如下：

序号	单位名称	登记编号	登记日期	有效期
1	华鸿股份	91330782MA29PMNU70001Y	2020.7.15	2020.07.15-2025.07.14
2	画之都	913307007639403402001Y	2020.6.25	2020.06.25-2025.06.24
3	画之都义乌分公司	91330782572939128L001W	2020.6.28	2020.06.28-2025.06.27
4	林君文化	91330782MA28EG366Y001X	2020.6.9	2020.06.09-2025.06.08

序号	单位名称	登记编号	登记日期	有效期
5	天画家居	91330782MA2E5C951D001X	2020.6.28	2020.06.28-2025.06.27

3、生产项目取得环评批复及环保验收的情况

公司已建生产项目已履行环境影响评价及环保验收手续。截至本招股说明书签署之日，公司及子公司建设项目取得的环评批复及环保验收情况如下：

序号	项目名称	生产项目环评批复情况			生产项目环保验收情况		
		批复单位	批复文号	批复日期	验收单位	验收文号	验收日期
1	华鸿画家居股份有限公司年产 1000 万 pcs 镜框和 3500 万 pcs 相框建设项目	金华市生态环境局	金环建义【2020】194 号	2020.8.4	自主验收		2021.12.13
2	华鸿画家居股份有限公司年产 200 万个金属相框、50 万个木质相框扩建项目	金华市生态环境局	金环建义【2022】7 号	2022.1.19	自主验收		2022.6.9
3	义乌市画都图片有限公司年产 101 万张油画和 90 万平方米图片产品生产线建设项目	义乌市环境保护局	义环中心【2010】105 号	2010.9.6	义乌市环境保护局	义环验 2011094	2011.10.18
4	浙江画之都文化创意有限公司技改扩建建设项目	金华市生态环境局义乌分局	义环中心【2019】28 号	2019.1.21	自主验收		2019.5.10
5	浙江画之都文化创意有限公司义乌分公司年产 180 万张装饰画建设项目	金华市生态环境局	金环建义【2019】63 号	2019.5.24	自主验收		2019.9.24
6	浙江画之都文化创意有限公司年产 1200 万幅装饰画系列产品项目	金华市生态环境局	金环建义【2022】6 号	2022.1.19	自主验收		2022.6.9
7	金华市林君文化创意有限公司年产 500 万幅装饰画系列产品生产项目	金华市生态环境局	金环建兰【2019】28 号	2019.7.25	自主验收		2019.12.9

公司及其子公司上述第 1、2、5、6 项生产项目在报告期内存在未经环评批复及环保验收先行投入生产的情况，公司已进行整改并补办完毕环评批复及环保验收手续。

4、环境保护措施

（1）主要污染物种类、排放量、主要处理设施及处理能力

公司所处行业不属于重污染行业。公司生产经营过程中的污染物主要包括废气、噪声、固体废弃物和废水等，具体污染物的产生环节、排放情况、主要处理设施及处理能力如下：

主要污染物	污染物名称	涉及具体环节	主要处理设施	主要处理能力
废气	有组织排放	非甲烷总烃	丝印烘干	符合《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）新污染源大气污染物二级排放标准
		硫酸雾	玻璃腐蚀	
		苯系物	密度板喷漆	
	无组织排放	颗粒物	抛光	符合《合成树脂工业污染物排放标准》（GB31572-2015）表9企业边界大气污染物浓度限值
废水	生活污水	化学需氧量、悬浮物、氨氮、总磷	职工宿舍和食堂的废水	生活污水经化粪池、隔油池预处理后排入市政污水管网，再由污水处理厂集中处理后排放
	生产污水	化学需氧量、悬浮物、氨氮、总磷	洗镜、磨边、挤出冷却、喷淋等	洗镜废水经沉淀池“中和+混凝沉淀”处理后，排入市政污水管网；磨边废水经沉淀池“混凝沉淀”后循环使用；挤出冷却水循环使用，不外排；喷淋废水循环使用，定期更换，后期作为危废品处理
固体废弃物	一般固废	残次品	样品生产、加工生产过程	残次品、边角料、包装废料收集后外售综合利用，生活垃圾集中收集后委托市政环卫部门及时清运送至生活垃圾填埋场，卫生填埋
		边角料		
		包装废料		
		生活垃圾	职工工作生活	
	危险废物	漆渣	喷漆	危险废物妥善收集于厂内危废暂存间，定期交由有资质的单位处理

（2）环保投资和相关费用成本支出情况、环保设施实际运行情况

报告期内，公司的环境保护的投入和相关资本性支出如下所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
环保费用	54.62	129.83	90.78	56.83
环保资本性支出	48.34	81.15	65.11	-
合计	102.96	210.98	155.89	56.83

报告期内，公司的环保费用支出为 56.83 万元、90.78 万元、129.83 万元和 54.62 万元。主要为污水处理费、清洁卫生费、危废品处理费、绿化费和环保设备维护费用。报告期前三年，随着公司产量增加，环保费用支出相应增加。2022 年 1-9 月环保费用减少，主要系清洁卫生费减少所致。

报告期内，公司的环保资本性支出为 0 万元、65.11 万元、81.15 万元和 48.34 万元。2019 年公司未有环保资本性支出，主要系公司未新增购买或者置换环保设备。2020 年以来，随着新厂建立及生产实施，公司产量逐步增加，新增的环保设备的需求也逐渐增加。公司环保费用、环保资本性支出与公司生产经营所产生的污染量相匹配。

5、公司环境保护守法情况

2019 年 7 月，发行人孙公司林君文化因装饰画框生产项目未批先建并投入生产的行为，被金华市生态环境局下达《行政处罚决定书》（金兰环罚字[2019]30 号），处以 22.1 万元的罚款。2019 年 7 月 25 日，林君文化取得金华市生态环境局出具的环评批复。2020 年 1 月 9 日，林君文化完成环保验收手续、完成整改。

2022 年 6 月 20 日，浙江省金华市生态环境局兰溪分局于出具《情况说明》，确认：上述被行政处罚的行为未导致严重环境污染、未造成社会恶劣影响，不构成重大违法违规；除上述情形外，自 2019 年 1 月 1 日至本说明出具日，林君文化不存在环境保护方面的重大违法违规行为，不存在因违反生态环境保护相关法律、法规及规章的规定而受到其行政处罚的情形。

2021 年度，画之都义乌分公司装饰画产量为 420.50 万幅，超过其核定产量 180 万幅的 133.61%。2022 年 9 月 8 日，金华市生态环境局义乌分局出具的《情况说明》，确认：画之都义乌分公司发现 2021 年度装饰画产量超过环评批复核定产量后及时主动整改，由其总公司浙江画之都文化创意有限公司完成了年产

1200 万幅装饰画系列产品项目环评批复及环保验收等整改手续。上述超产量情况未对环境造成不利影响，且画之都义乌分公司能够主动整改，规范上述超产量情况，金华市生态环境局义乌分局不会因上述情形进行行政处罚。

2022 年 8 月 26 日，浙江省金华市生态环境局义乌分局出具《情况说明》，确认：华鸿股份、画之都、画之都义乌分公司、天画家居自 2019 年 1 月 1 日至该说明出具日，不存在环境保护方面的重大违法违规行为，不存在因违反生态环境保护相关法律、法规及规章的规定而受到其行政处罚的情形。

2022 年 8 月 26 日，浙江省金华市生态环境局义乌分局出具《情况说明》，确认：桑妮家居自 2022 年 2 月 23 日至该说明出具日，不存在环境保护方面的重大违法违规行为，不存在因违反生态环境保护相关法律、法规及规章的规定而受到其行政处罚的情形。

2022 年 11 月 23 日，浙江省金华市生态环境局义乌分局出具《情况说明》，确认：华鸿股份、画之都、画之都义乌分公司、天画家居、桑尼家居、香香儿自 2022 年 1 月 1 日至该说明出具日，不存在环境保护方面的重大违法违规行为，不存在因违反生态环境保护相关法律、法规及规章的规定而受到其行政处罚的情形。

2022 年 12 月 9 日，浙江省金华市生态环境局兰溪分局出具《情况说明》，确认：林君文化自 2022 年 1 月 1 日至该说明出具日，不存在环境保护方面的重大违法违规行为，不存在因违反生态环境保护相关法律、法规及规章的规定而受到其行政处罚的情形。

（二）安全生产情况

公司自成立以来始终坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的安全工作方针，按照《中华人民共和国安全生产法》及其他安全生产相关法律法规并结合生产实际情况，建立了完善的安全生产管理制度和操作规程。公司现有的安全生产管理制度涵盖安全生产责任制管理、消防安全管理、机械安全管理、危险化学品安全管理、配电房安全管理、安全培训、安全检查、危险作业安全管理办法、风险管控等各方面。公司根据上述制度制定了一系列具体生产操作规程。在健全、完善安全生产制度的基础上，结合日常安全管理工作对厂区及作

业现场进行安全隐患的排查及整改，配备各种消防器材，发放、督促生产人员做好劳动防护用品的穿戴。

公司子公司画之都现持有义乌市应急管理局核发的证书编号为“义 AQB F201900124”的《安全生产标准化证书》，确认画之都为安全生产标准化三级企业，证书有效期至 2022 年 10 月。

2021 年 4 月 12 日，画之都义乌分公司油画厂房发生火灾，造成经济损失 903.34 万元，无人员伤亡，公司于 2022 年 1 月 29 日收到长安责任保险股份有限公司的保险赔付款 850 万元。

2022 年 5 月 18 日，浙江省义乌市应急管理局出具《核查意见》，确认华鸿股份、画之都、画之都义乌分公司、天画家居自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 5 月 17 日期间，在该局无生产安全责任事故记录、无安全生产行政处罚记录。

2022 年 5 月 20 日，浙江省义乌市应急管理局出具《核查意见》，确认华鸿控股、桑妮家居自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 5 月 19 日期间，在该局无生产安全责任事故记录、无安全生产行政处罚记录。

2022 年 6 月 17 日，浙江省兰溪市应急管理局出具《证明》，确认林君文化自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 17 日期间，能够遵守安全生产管理相关法律、法规及规范性文件的规定，生产合法合规，未发生安全生产事故，林君文化生产经营不存在重大违法违规情形，也不存在因违反安全生产方面的法律、法规的相关规定而受到行政处罚的情形。

2022 年 6 月 8 日，浙江省义乌市消防救援支队出具《证明》，经消防监督管理系统查询，证明华鸿股份、画之都、画之都义乌分公司、天画家居自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 7 日期间，未发生违反消防法律法规而受到行政处罚的行为。

2022 年 6 月 8 日，浙江省义乌市消防救援支队出具《证明》，经消防监督管理系统查询，证明桑妮家居自 2022 年 2 月 23 日至 2022 年 6 月 7 日期间，未发生违反消防法律法规而受到行政处罚的行为。

2022 年 6 月 20 日，浙江省兰溪市消防救援大队出具《证明》，确认 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 20 日期间，未接到林君文化的警情，经消防监督管

理系统查询，证明 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 20 日期间，不存在违反消防法律法规而受到行政处罚的行为。

2022 年 11 月 10 日，浙江省义乌市应急管理局出具《核查意见》，确认华鸿控股、华鸿股份、画之都、画之都义乌分公司、天画家居、桑妮家居自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 9 日期间，在该局无生产安全责任事故记录、无安全生产行政处罚记录。

2022 年 11 月 10 日，浙江省义乌市应急管理局出具《核查意见》，确认香儿自 2022 年 8 月 4 日至 2022 年 11 月 9 日期间，在该局无生产安全责任事故记录、无安全生产行政处罚记录。

2022 年 11 月 15 日，浙江省兰溪市应急管理局出具《证明》，确认林君文化自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 15 日期间，能够遵守安全生产管理相关法律、法规及规范性文件的规定，生产合法合规，未发生安全生产事故，林君文化生产经营不存在重大违法违规情形，也不存在因违反安全生产方面的法律、法规的相关规定而受到行政处罚的情形。

2022 年 11 月 14 日，浙江省义乌市消防救援支队出具《证明》，经消防监督管理系统查询，证明华鸿股份、画之都、画之都义乌分公司、天画家居、桑妮家居自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 14 日期间，未发生违反消防法律法规而受到行政处罚的行为。

2022 年 11 月 14 日，浙江省义乌市消防救援支队出具《证明》，经消防监督管理系统查询，证明香儿自 2022 年 8 月 4 日至 2022 年 11 月 13 日期间，未发生违反消防法律法规而受到行政处罚的行为。

2022 年 11 月 18 日，浙江省兰溪市消防救援大队出具《证明》，确认 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 18 日期间，未接到林君文化的警情，经消防监督管理系统查询，证明 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 18 日期间，不存在违反消防法律法规而受到行政处罚的行为。

报告期内，公司及子公司不存在因违反安全生产方面的法律、法规和规范性文件而被处罚的情形。

1、发行人及其下属公司报告期内在安全生产方面受到相关部门处罚的情况

根据义乌市应急管理局、兰溪市应急管理局、义乌市消防救援支队、兰溪市消防救援大队、杭州市消防救援支队等安全生产主管部门出具的证明/核查意见、Law Offices of Bin Li & Associates、罗拔臣律师事务所、Macaloharlin Mendrofa Advocates 出具的法律意见书等文件，发行人及其下属公司报告期内在安全生产方面不存在受到相关部门处罚的情况。

2、发行人及其下属公司报告期内是否存在安全生产问题

2021 年 4 月 12 日，画之都义乌分公司油画厂房发生火灾，造成经济损失 903.34 万元，无人员伤亡，公司于 2022 年 1 月 29 日收到长安责任保险股份有限公司的保险赔付款 850 万元。

根据浙江省义乌市应急管理局出具《核查意见》，确认画之都义乌分公司自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 11 月 9 日期间，在浙江省义乌市应急管理局无生产安全责任事故记录、无安全生产行政处罚记录。

为防范火灾等安全生产风险，发行人根据《中华人民共和国安全生产法》及其他安全生产相关法律法规并结合生产实际情况，建立了完善的安全生产管理制度和操作规程。发行人现有的安全生产管理制度涵盖安全生产责任制管理、消防安全管理、机械安全管理、危险化学品安全管理、配电房安全管理、安全培训、安全检查、危险作业安全管理办法、风险管控等各方面。在健全、完善安全生产制度的基础上，发行人结合日常安全管理工作对厂区及作业现场进行安全隐患的排查及整改，配备各种消防器材，发放、督促生产人员做好劳动防护用品的穿戴，发行人安全生产管理制度有效且可执行。

八、发行人质量控制情况

（一）质量管理标准

根据《市场监管总局关于优化强制性产品认证目录的公告》，公司不属于需取得国家强制性产品认证的企业范围。

公司现持有中国质量认证中心签发的《质量管理体系认证证书》（编号：00121Q311403R1M/3300），证明公司的质量管理体系符合标准 GB/T19001-

2016/ISO9001:2015，该质量管理体系覆盖范围为 PS 相框（镜框、画框）的设计与生产，有效期至 2024 年 12 月 4 日。

画之都现持有环通认证中心有限公司签发的《质量管理体系认证证书》（编号：02421Q31010292R4M），证明画之都的质量管理体系符合标准 GB/T19001-2016/ISO9001:2015，该质量管理体系覆盖范围为油画产品的开发和加工，有效期至 2024 年 1 月 22 日。

天画家居现持有北京中物联联合认证中心签发的《质量管理体系认证证书》（编号：06522Q00414R0M），证明天画家居的质量管理体系符合标准 GB/T19001-2016/ISO9001:2015，该质量管理体系覆盖范围为画框、相框、镜子的生产，有效期至 2023 年 8 月 15 日。

（二）质量控制措施

为加强质量管理，公司设立了品质管理部，并制定了严格的《品质管理制度》，质量控制措施贯穿产品设计开发、原辅料采购、生产制造的全过程。

在产品研发设计阶段，公司实行严格的质量控制流程，新款产品需经过多轮审核后方可在新产品发布会上发布或向客户进行推介。公司对研发中心每月、每周的创作计划、创作方向进行预审，在创作作品的电脑效果图完成后由各部门主管进行审核，在样品制作完成后再由研发总监进行最终审核。凭借上述控制措施，公司得以从源头上控制产品设计理念，把握市场发展潮流，实现研发过程的全程质量控制。

在原辅材料采购过程，公司品管部门对供应商所送达的原辅材料按照 GB/T2828.1-2003/ISO2859-1:1999 国家标准进行抽样检验，严格控制来料质量。

在产品生产阶段，公司品管部门对从物料投入到产品最终包装整个生产过程中的产品品质进行控制。对于委托加工厂商，公司制定了专门的《委外加工管理制度》，对长期合作的委托加工厂商派遣品管员，加强生产过程的品质管理。在产品入库和发货前，公司品管部门执行入库前及出货前的产品检验，如发现存在不达标产品，则将其退回生产部或委托加工厂商返工。

此外，公司每周召开产品品质分析会，由品管部门主管主持，将一周内发生的品质问题予以汇总、通报，将若干个典型的重点品质问题作为案例在分析

会上进行深入探讨，找出产生质量问题的原因，提出整改、解决和预防的方法，使公司生产过程的质量控制水平得以持续改进。

（三）质量控制运行情况

公司建立了完善的质量控制体系。报告期内，公司未发生重大产品质量纠纷，亦不存在因产品质量问题受过相关政府监管部门处罚的情况。

2022年5月24日，浙江省金华市市场监督管理局出具《证明》，确认画家居自2019年1月1日至2022年5月24日，未发现有违反市场监管法律、法规而收到其行政处罚的记录。

2022年5月25日，浙江省义乌市市场监督管理局出具《证明》，确认画家居、画之都、画之都义乌分公司、天画家居自2019年1月1日至2022年5月25日，未发现有违反市场监管法律、法规而收到其行政处罚的记录。

2022年5月25日，浙江省义乌市市场监督管理局出具《证明》，确认桑妮家居自2022年2月23日至2022年5月25日，未发现有违反市场监管法律、法规而收到其行政处罚的记录。

2022年11月10日，浙江省金华市市场监督管理局出具《企业违法违规记录查询单》，经查询“浙江省企业信用综合监督系统”，确认画家居自2022年4月1日至2022年11月10日，无列入经营异常名录记录，无列入严重违法失信企业名单信息记录，无市场监管局职能范围内的行政处罚记录。

2022年12月6日，浙江省义乌市市场监督管理局出具《企业违法违规记录查询单》，经查询“浙江省企业信用综合监督系统”，确认画之都、天画家居、桑尼家居自2022年4月1日至2022年11月30日，无列入经营异常名录记录，无列入严重违法失信企业名单信息记录，无市场监管局职能范围内的行政处罚记录。

2022年12月6日，浙江省义乌市市场监督管理局出具《企业违法违规记录查询单》，经查询“浙江省企业信用综合监督系统”，确认香香儿自2022年8月4日至2022年12月6日，无列入经营异常名录记录，无列入严重违法失信企业名单信息记录，无市场监管局职能范围内的行政处罚记录。

2022 年 11 月 18 日，浙江省兰溪市市场监督管理局出具《情况说明》，经“浙江省市场监督案件管理系统”“浙江省企业信用监督综合系统”“浙江省全程电子化登记平台”查询，确认林君文化自成立至该说明出具日，无列入经营异常名录记录，无市场监管局职能范围内的行政处罚记录。

根据金华市市场监督管理局、义乌市市场监督管理局、兰溪市市场监督管理局、兰溪市消费者权益保护委员会、义乌市消费者权益保护委员会秘书处、义乌市人民法院、兰溪市人民法院、金华仲裁委员会义乌分会、金华仲裁委员会等主管部门出具的证明/情况说明、Law Offices of Bin Li & Associates、罗拔臣律师事务所、Macallogharlin Mendrofa Advocates 出具的法律意见书等文件，报告期内，发行人及其下属公司不存在产品质量诉讼或纠纷。

根据义乌市应急管理局、兰溪市应急管理局、义乌市消防救援支队、兰溪市消防救援支队、杭州市消防救援支队、金华市市场监督管理局、义乌市市场监督管理局、兰溪市市场监督管理局、义乌市消费者权益保护委员会秘书处、兰溪市消费者权益保护委员会出具的证明，信用杭州线上出具的《企业信用报告（无违法违规证明）》、Law Offices of Bin Li & Associates、罗拔臣律师事务所、Macallogharlin Mendrofa Advocates 出具的法律意见书，报告期内，义乌市消费者权益保护委员会收到消费者关于天画家居的举报 1 起，处理结果为情节轻微不予立案，收到消费者关于天画家居投诉 1 起，投诉内容为产品质量问题，处理结果为退款，除上述退款事项外，报告期内，发行人及其下属公司未受到相关部门对其安全生产的调查及处理，也不存在其他产品质量被投诉调查及处理的情形。

九、发行人在境外经营及拥有境外资产的情况

为拓展境外市场，加强海外客户服务，公司分别在美国、中国香港、印尼设有子公司。具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人子公司、参股公司及分公司的情况”。

第六节 财务会计信息与管理层分析

本节引用的财务会计数据，非经特别说明，均引用自立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“信会师报字[2022]第 ZF11372 号”审计报告。

本公司提请投资者注意：除阅读本节所披露的财务会计信息及讨论分析外，还应阅读财务报告及审计报告全文，以了解全部财务会计信息。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动资产：				
货币资金	251,920,002.28	138,588,458.98	150,226,137.31	93,251,120.50
交易性金融资产	81,830,758.65	64,829,241.51	8,165,829.36	11,161,920.00
应收账款	82,323,287.10	127,318,509.96	146,369,993.93	76,853,464.05
预付款项	2,438,976.76	3,969,475.23	5,640,909.19	1,235,739.43
其他应收款	7,346,929.06	26,433,148.25	9,464,281.07	8,766,779.49
存货	63,885,464.05	103,132,646.19	93,099,409.72	55,413,110.75
其他流动资产	267,159.51	1,140,564.92	182,584.87	585,751.74
流动资产合计	490,012,577.41	465,412,045.04	413,149,145.45	247,267,885.96
非流动资产：				
投资性房地产	2,764,502.69	1,201,257.13	1,207,443.12	1,255,688.92
固定资产	162,842,433.51	167,649,054.74	80,872,902.68	79,301,254.40
在建工程	8,287,023.02	6,908,014.04	41,514,118.05	42,452.83
使用权资产	17,323,236.11	11,975,373.68		
无形资产	19,443,101.86	20,049,231.49	20,974,247.59	21,091,830.08
商誉	7,361,425.81	7,361,425.81		
长期待摊费用	3,375,812.29	2,067,572.31	252,616.67	
递延所得税资产	3,081,005.17	5,600,804.30	3,609,880.46	4,128,316.57
其他非流动资产	5,877,084.75	2,103,251.56	4,613,771.64	3,079,290.13
非流动资产合计	230,355,625.21	224,915,985.06	153,044,980.21	108,898,832.93
资产总计	720,368,202.62	690,328,030.10	566,194,125.66	356,166,718.89

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动负债：				
短期借款		8,005,618.28	62,202,131.30	
交易性金融负债	6,109,872.30			7,652,153.15
应付票据	32,289,068.00	46,612,267.20	61,376,746.00	40,214,199.00
应付账款	41,459,869.80	88,761,272.28	74,564,763.17	63,272,018.05
预收款项	300,223.80			4,776,944.81
合同负债	4,478,328.95	4,822,405.69	5,158,007.58	
应付职工薪酬	32,721,038.10	48,369,680.49	40,074,649.48	36,075,020.66
应交税费	18,210,258.97	12,852,767.81	29,961,264.25	14,961,193.88
其他应付款	5,767,646.74	5,817,631.89	4,255,184.79	3,258,817.42
一年内到期的非流动负债	4,559,489.85	4,108,350.76		
其他流动负债	224,928.16	216,142.47	266,488.82	
流动负债合计	146,120,724.67	219,566,136.87	277,859,235.39	170,210,346.97
非流动负债：				
租赁负债	10,001,643.14	7,816,275.33		
递延收益		5,743.99	75,252.14	212,853.10
递延所得税负债	4,387,948.09	3,952,330.82	3,926,180.61	1,581,150.41
非流动负债合计	14,389,591.23	11,774,350.14	4,001,432.75	1,794,003.51
负债合计	160,510,315.90	231,340,487.01	281,860,668.14	172,004,350.48
所有者权益：				
股本	85,106,383.00	85,106,383.00	82,553,192.00	80,000,000.00
资本公积	130,576,516.32	131,609,827.89	75,363,018.89	19,116,210.89
其他综合收益	1,425,662.42	-1,053,874.04	-627,080.75	693,100.09
盈余公积	46,535,343.39	46,535,343.39	35,262,585.41	16,228,628.94
未分配利润	289,622,504.54	189,321,148.65	91,781,741.97	68,124,428.49
归属于母公司所有者权益合计	553,266,409.67	451,518,828.89	284,333,457.52	184,162,368.41
少数股东权益	6,591,477.05	7,468,714.20		
所有者权益合计	559,857,886.72	458,987,543.09	284,333,457.52	184,162,368.41
负债和所有者权益总计	720,368,202.62	690,328,030.10	566,194,125.66	356,166,718.89

（二）合并利润表

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业收入	651,387,249.38	1,022,442,242.60	763,832,147.73	777,337,889.98
减：营业成本	385,175,052.25	602,998,076.98	403,955,859.22	383,998,886.19
税金及附加	7,548,808.72	9,667,397.61	7,932,929.91	9,205,118.97
销售费用	61,577,698.28	79,867,991.87	73,830,478.68	103,253,568.71
管理费用	57,110,507.32	71,571,082.13	56,388,721.60	58,759,212.03
研发费用	35,633,857.83	48,856,654.00	34,504,273.68	34,535,863.84
财务费用	-31,240,712.17	4,636,921.51	15,257,753.74	798,279.42
其中：利息费用	997,560.51	1,547,844.28	1,631,000.15	2,220,350.02
利息收入	1,903,672.49	4,837,463.87	3,311,895.37	363,644.86
加：其他收益	11,440,101.37	11,013,931.51	29,145,650.63	8,993,943.39
投资收益（损失以“-”号填列）	1,049,171.45	3,835,757.18	20,715,685.30	-4,220,450.27
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-2,771,085.65	426,331.47	8,165,829.36	-7,652,153.15
信用减值损失（损失以“-”号填列）	3,126,246.44	-168,067.92	-4,602,954.96	-1,549,487.97
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-2,003,161.52	-1,297,744.35	-1,954,598.20	-1,933,436.21
资产处置收益（损失以“-”号填列）	89,528.55	-175,696.66	427,050.31	1,436,075.57
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	146,512,837.79	218,478,629.73	223,858,793.34	181,861,452.18
加：营业外收入	506,598.57	387,241.66	182,511.89	328,173.10
减：营业外支出	919,995.94	1,455,955.30	444,666.85	253,814.88
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	146,099,440.42	217,409,916.09	223,596,638.38	181,935,810.40
减：所得税费用	25,291,033.25	27,219,039.89	30,905,368.43	30,383,985.44
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	120,808,407.17	190,190,876.20	192,691,269.95	151,551,824.96
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	120,808,407.17	190,190,876.20	192,691,269.95	151,551,824.96
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）		-	-	-

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
（二）按所有权归属分类：				
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	120,301,355.89	188,812,164.66	192,691,269.95	151,551,824.96
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	507,051.28	1,378,711.54		
五、其他综合收益的税后净额	2,479,536.46	-426,793.29	-1,320,180.84	301,368.59
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	2,479,536.46	-426,793.29	-1,320,180.84	301,368.59
（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	2,479,536.46	-426,793.29	-1,320,180.84	301,368.59
1. 权益法下可转损益的其他综合收益				
2. 其他债权投资公允价值变动				
3. 金融资产重分类计入其他综合收益的金额				
4. 其他债权投资信用减值准备				
5. 现金流量套期储备				
6. 外币财务报表折算差额	2,479,536.46	-426,793.29	-1,320,180.84	301,368.59
7. 其他				
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	123,287,943.63	189,764,082.91	191,371,089.11	151,853,193.55
归属于母公司所有	122,780,892.35	188,385,371.37	191,371,089.11	151,853,193.55

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
者的综合收益总额				
归属于少数股东的综合收益总额	507,051.28	1,378,711.54		
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	1.41	2.22	2.41	1.89
（二）稀释每股收益	1.41	2.22	2.41	1.89

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	716,854,302.73	1,054,943,539.82	691,002,102.81	787,015,155.31
收到的税费返还	27,546,791.44	57,772,340.78	36,163,747.38	31,030,337.54
收到其他与经营活动有关的现金	36,254,015.71	22,409,563.83	40,185,053.59	18,550,901.96
经营活动现金流入小计	780,655,109.88	1,135,125,444.43	767,350,903.78	836,596,394.81
购买商品、接受劳务支付的现金	340,092,734.32	522,820,374.16	355,444,959.37	346,033,186.16
支付给职工以及为职工支付的现金	210,805,409.99	275,469,463.25	212,952,199.93	189,353,127.74
支付的各项税费	23,915,519.95	61,454,255.50	24,648,613.55	39,811,583.84
支付其他与经营活动有关的现金	45,212,988.91	73,645,066.23	50,962,031.80	89,294,615.88
经营活动现金流出小计	620,026,653.17	933,389,159.14	644,007,804.65	664,492,513.62
经营活动产生的现金流量净额	160,628,456.71	201,736,285.29	123,343,099.13	172,103,881.19
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	383,441,684.05	218,317,744.00	255,726,629.65	457,821,764.89
取得投资收益收到的现金	447,586.91	62,112.70	104,822.15	1,826,955.83
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	112,605.20	3,299,610.76	1,064,176.07	3,057,337.50
收到其他与投资活动有关的现金		18,036,546.88	9,405,675.93	25,543,795.31
投资活动现金流入小计	384,001,876.16	239,716,014.34	266,301,303.80	488,249,853.53
构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付	17,934,654.64	74,309,030.79	52,600,788.04	5,953,437.73

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
的现金				
投资支付的现金	387,261,425.00	270,765,894.00	233,605,999.65	405,841,355.92
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		3,823,768.64		
支付其他与投资活动有关的现金		16,180,306.01	6,209,053.78	28,457,986.96
投资活动现金流出小计	405,196,079.64	365,078,999.44	292,415,841.47	440,252,780.61
投资活动产生的现金流量净额	-21,194,203.48	-125,362,985.10	-26,114,537.67	47,997,072.92
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金		58,800,000.00	58,800,000.00	
取得借款收到的现金		14,256,227.60	162,127,117.40	45,000,000.00
筹资活动现金流入小计		73,056,227.60	220,927,117.40	45,000,000.00
偿还债务支付的现金	8,082,993.06	70,446,747.78	100,000,000.00	104,500,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	20,485,010.05	81,021,705.17	151,555,986.25	137,325,325.02
支付其他与筹资活动有关的现金	9,622,264.98	3,794,496.50		
筹资活动现金流出小计	38,190,268.09	155,262,949.45	251,555,986.25	241,825,325.02
筹资活动产生的现金流量净额	-38,190,268.09	-82,206,721.85	-30,628,868.85	-196,825,325.02
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	14,025,935.03	-2,600,834.87	-8,039,308.45	989,846.06
五、现金及现金等价物净增加额	115,269,920.17	-8,434,256.53	58,560,384.16	24,265,475.15
加：期初现金及现金等价物余额	133,421,175.31	141,855,431.84	83,295,047.68	59,029,572.53
六、期末现金及现金等价物余额	248,691,095.48	133,421,175.31	141,855,431.84	83,295,047.68

二、审计意见

（一）会计师审计意见

立信会计师审计了华鸿股份的财务报表，包括 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-9 月期间的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注，并出具了“信会师报字[2022]第 ZF11372 号”标准无保留意见的审计报告。

立信会计师认为，公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了华鸿股份 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2022 年 9 月 30 日的合并及母公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-9 月期间的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
（一）收入确认	
华鸿股份主要从事装饰画、装饰镜以及相框的研发、生产和销售，2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-9 月营业收入分别为 77,733.79 万元、76,383.21 万元、102,244.22 万元和 65,138.72 万元，详细信息请参见本节“五、重要会计政策及会计估计”之“（一）收入”以及本节“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”。 由于收入是公司的关键业绩指标之一，可能存在管理层通过不恰当的收入确认以达到特定目标，因此将收入确认识别为关键审计事项。	审计工作中的应对措施： 1、了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性，并测试关键内部控制的运行有效性； 2、选取样本检查销售合同，识别与商品控制权转移相关的合同条款，评价收入确认时点是否符合企业会计准则的规定； 3、执行收入、毛利率分析程序，评价收入相关指标变动的合理性； 4、对报告期内的主要客户，通过实地或视频访谈、走访终端店铺以及调查客户背景信息等方式核查客户交易的真实性； 5、选取重要客户对其报告期内的应收账款余额和销售额进行函证； 6、获取报告期内的销售清单，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括核对销售订单、出口报关单、销售发票、装船单、提单、回款单等资料，验证销售的真实性； 7、选取资产负债表日前后的收入记录进行查验，评价收入是否被记录于正确的会计期间； 8、检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

三、与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司根据自身的业务特性和规模，从事项的性质和金额两方面判断财务会计信息的重要性。在判断事项性质的重要性时，公司主要考虑该事项在性质上是否属于日常经营活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断事项金额大小的重要性时，公司作为以营利为目的经营实体，利润是财务报表使用者特别关注的财务指标，因此公司选取了税前利润总额为基准确定可接受的重要性水平，以影响年度税前利润总额绝对值 5%以上的事项为财务报表重要性水平判断标准。

四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表编制基础

1、编制基础

本财务报表按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定，以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》的相关规定编制。

2、持续经营

本财务报表以持续经营为基础编制。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表范围

报告期内纳入合并范围的子公司：

序号	子公司全称	是否纳入合并财务报表范围			
		2022年 1-9月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	华鸿画家居股份有限公司	是	是	是	是
2	浙江画之都文化创意有限公司	是	是	是	是
3	Selection One LLC	是	是	是	是
4	浙江天画家居用品有限公司	是	是	是	是
5	杭州图库科技有限公司	是	是	是	不适用
6	杭州与龙共舞股权投资有限公司	是	是	是	不适用
7	金华市林君文化创意有限公司	是	是	否	否
8	Art Home Décor HK Limited	是	不适用	不适用	不适用
9	义乌市桑妮家居用品有限责任公司	是	不适用	不适用	不适用
10	PT Huahong Art Home Shares Indonesia	是	不适用	不适用	不适用
11	金华市雅阁文化创意有限公司	不适用	是	否	不适用
12	义乌市香香儿家居用品有限公司	是	不适用	不适用	不适用

2、报告期内合并财务报表范围变化情况

2020 年 11 月，公司设立全资子公司杭州图库科技有限公司，自该公司设立之日起纳入合并报表范围。

2020 年 12 月，公司设立全资子公司杭州与龙共舞股权投资有限公司，自该公司设立之日起纳入合并报表范围。

2021 年 2 月，杭州与龙共舞股权投资有限公司收购金华市林君文化创意有限公司 51% 股权，林君文化及其持股 71.43% 股权的控股子公司金华市雅阁文化创意有限公司自收购日起纳入合并报表范围。2021 年 4 月，金华市雅阁文化创意有限公司注销。2022 年 2 月，杭州与龙共舞股权投资有限公司再次收购林君文化 9% 股权。截至报告期末，公司持有金华市林君文化创意有限公司 60% 股权。

2022 年 1 月，公司设立全资子公司 Art Home Décor HK Limited，自该公司设立之日起纳入合并报表范围。

2022 年 2 月，浙江天画家居用品有限公司设立全资子公司义乌市桑妮家居用品有限责任公司，自该公司设立之日起纳入合并报表范围。

2022 年 3 月，公司及杭州与龙共舞股权投资有限公司共同设立子公司 PT Huahong Art Home Shares Indonesia，持股比例分别为 90%、10%，自该公司设立之日起纳入合并报表范围。

2022 年 8 月，浙江天画家居用品有限公司设立全资子公司义乌市香香儿家居用品有限公司，自该公司设立之日起纳入合并报表范围。

五、重要会计政策及会计估计

（一）收入

1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

（1）收入确认和计量所采用的会计政策

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性

质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

①本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

③本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

⑤客户已接受该商品或服务。

（2）具体原则

①内销：公司发出产品并经客户签收时，确认销售收入。

②外销：

A.境内公司对外销售：以货物装船离岸作为收入确认时点，具体根据合同、提单、出口报关单等资料确认收入；

B.境外公司对外销售：将产品交付给客户后确认收入。

③电商：客户确认收货时确认收入。

2、2020年1月1日前的会计政策

（1）销售商品收入确认的一般原则

①本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

②本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

- ③收入的金额能够可靠地计量；
- ④相关的经济利益很可能流入本公司；
- ⑤相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）具体原则

①内销：公司发出产品并经客户签收时，确认销售收入。

②外销：

A.境内公司对外销售：以货物装船离岸作为收入确认时点，具体根据合同、提单、出口报关单等资料确认收入；

B.境外公司对外销售：将产品交付给客户后确认收入。

③电商：客户确认收货时确认收入。

（二）存货

1、存货的分类和成本

存货分类为：原材料、在产品、半成品、库存商品、发出商品和委托加工物资。

存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金

额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法；

（2）包装物采用一次转销法。

（三）金融工具

本公司在成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产、金融负债或权益工具。

1、金融工具的分类

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以摊余成本计量的金融资产：

- 业务模式是以收取合同现金流量为目标；
- 合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）：

- 业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；
- 合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，本公司可以在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，如果能够消除或显著减少会计错配，本公司可以将本应分类为摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量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：

（1）该项指定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。

（3）该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

（3）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（4）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易

费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

（5）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

（6）以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

3、金融资产终止确认和金融资产转移

满足下列条件之一时，本公司终止确认金融资产：

- 收取金融资产现金流量的合同权利终止；
- 金融资产已转移，且已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；
- 金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是未保留对金融资产的控制。

发生金融资产转移时，如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认

部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

本公司以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和财务担保合同等的预期信用损失进行估计。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》（2017）规范的交易形成的应收款项和合同资产，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于租赁应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。

（四）固定资产

1、固定资产的确认和初始计量

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产按成本（并考虑预计弃置费用因素的影响）进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	平均年限法	30	3	3.23
机器设备	平均年限法	5、10	5	19.00、9.50
运输设备	平均年限法	5	10	18.00
电子设备及其他	平均年限法	3、5	5	31.67、19.00
固定资产装修	平均年限法	5	0	20.00

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。

（五）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态前所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

（六）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	摊销方法	残值率	依据
土地使用权	50 年	平均年限法	0%	土地使用年限
软件	5 年	平均年限法	0%	预计受益期限
专利权	10 年	平均年限法	0%	预计受益期限

3、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

（七）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本，其中，非货币性福利按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

此外，本公司还参与了由国家相关部门批准的企业年金计划/补充养老保险基金。本公司按职工工资总额的一定比例向年金计划/当地社会保险机构缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（八）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于构建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、确认时点

政府补助在本公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

（九）外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与构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。

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，采用交易发生日的即期汇率近似的汇率折算。

处置境外经营时，将与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自所有者权益项目转入处置当期损益。

（十）重要会计政策和会计估计的变更

1、自 2021 年 1 月 1 日起适用

财政部于 2018 年度修订了《企业会计准则第 21 号——租赁》（简称“新租赁准则”）。本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则。根据修订后的准则，对于首次执行日前已存在的合同，公司选择在首次执行日不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。

新租赁准则完善了租赁的定义，增加了租赁识别、分拆、合并等内容；取消了承租人关于融资租赁与经营租赁的分类，要求对所有租赁（短期租赁和低价值资产租赁除外）确认使用权资产和租赁负债，并分别计提折旧和利息费用；同时承租人需按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，确认使用权资产是否发生减值，并对已识别的减值损失进行会计处理；改进承租人后续计量，增加选择权重估和租赁变更情形下的会计处理。

2021 年 1 月 1 日首次执行新租赁准则调整 2021 年年初财务报表相关项目情况如下：

合并资产负债表

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日余额	2021 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
使用权资产		9,527,444.18		9,527,444.18	9,527,444.18
一年内到期的非流动负债		2,269,330.99		2,269,330.99	2,269,330.99
租赁负债		7,258,113.19		7,258,113.19	7,258,113.19

2、自 2020 年 1 月 1 日起适用

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，2019 年度的财务报表不做调整。

2020 年 1 月 1 日首次执行新收入准则调整 2020 年年初财务报表相关项目情况如下：

合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	4,776,944.81		-4,776,944.81		-4,776,944.81
合同负债		4,515,837.07	4,515,837.07		4,515,837.07
其他流动负债		261,107.74	261,107.74		261,107.74

母公司资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	930,520.12		-930,520.12		-930,520.12
合同负债		910,853.93	910,853.93		910,853.93
其他流动负债		19,666.19	19,666.19		19,666.19

3、自 2019 年 1 月 1 日起适用

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，因追溯调整产生的累积影响数调整 2019 年年初留存收益和其他综合收益。

2019年1月1日首次执行新金融工具准则调整2019年年初财务报表相关项目情况如下：

合并资产负债表

单位：元

项目	2018年12月31日余额	2019年1月1日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	971,344.90		-971,344.90		-971,344.90
交易性金融负债		971,344.90	971,344.90		971,344.90

母公司资产负债表

单位：元

项目	2018年12月31日余额	2019年1月1日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	334,525.43		-334,525.43		-334,525.43
交易性金融负债		334,525.43	334,525.43		334,525.43

六、非经常性损益

依据立信会计师核验的《非经常性损益明细表及鉴证报告》（信会师报字[2022]第 ZF11376 号），报告期内公司非经常性损益的具体内容、金额如下表：

单位：万元

业务类型	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动性资产处置损益	-12.59	-27.69	20.69	130.48
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	1,132.07	1,089.89	2,904.70	899.39
委托他人投资或管理资产的损益	44.76	6.21	10.48	182.70
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-216.95	420.00	2,877.67	-1,369.96

业务类型	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-19.79	-96.75	-4.20	20.56
其他符合非经常性损益定义的损益项目				-266.36
非经常性损益总额	927.49	1,391.66	5,809.34	-403.19
所得税影响额	-150.11	-244.32	-873.57	31.74
少数股东损益的影响额（税后）	1.98	-6.11		
归属于母公司股东的非经常性损益净额	779.36	1,141.23	4,935.77	-371.44

报告期各期，发行人归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润比例分别为-2.45%、25.61%、6.04%和 6.48%，2020 年占比较大主要是受政府补助以及外汇衍生品交易影响所致。

七、税项

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%、9%、6%	13%、9%、6%	13%、9%、6%	2019 年 4 月 1 日前为 16%、10%、6%，2019 年 4 月 1 日后为 13%、9%、6%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	7%、5%	7%、5%	7%、5%	7%、5%
教育费附加	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	3%	3%	3%	3%
地方教育费附加	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	2%	2%	2%	2%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	25%、15%、29.84%、16.5%、22%	25%、15%、29.84%	25%、15%、29.84%	25%、15%、29.84%

注：根据自 2019 年 4 月 1 日起执行的《关于深化增值税改革有关政策的公告》，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的，税率调整为 13%；原适用 10%税率的，税率调整为 9%。

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明如下：

纳税主体名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
华鸿画家居股份有限公司	15%	15%	15%	25%

纳税主体名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
浙江画之都文化创意有限公司	15%	15%	15%	15%
Selection One LLC	29.84%	29.84%	29.84%	29.84%
浙江天画家居用品有限公司	25%	25%	25%	25%
杭州图库科技有限公司	25%	25%	25%	不适用
杭州与龙共舞股权投资有限公司	25%	25%	25%	不适用
金华市林君文化创意有限公司	25%	25%	不适用	不适用
金华市雅阁文化创意有限公司	不适用	25%	不适用	不适用
Art Home Décor HK Limited	16.5%	不适用	不适用	不适用
义乌市桑妮家居用品有限责任公司	25%	不适用	不适用	不适用
PT Huahong Art Home Shares Indonesia	22%	不适用	不适用	不适用
义乌市香香儿家居用品有限公司	25%	不适用	不适用	不适用

（二）税收优惠

2020 年 12 月，根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195 号）的有关规定和全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室下发的《关于公示浙江省 2020 年第一批拟认定高新技术企业名单的通知》，公司通过高新技术企业认定，资格有效期 3 年。2020 至 2022 年度执行 15%的企业所得税税率。

2019 年 12 月、2022 年 12 月，根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195 号）和全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室下发的《关于浙江省 2019 年第一批高新技术企业备案的复函》（国科火字[2020]32 号）、《关于对浙江省认定机构 2022 年认定的高新技术企业进行备案的公告》的有关规定，子公司画之都通过高新技术企业认定，资格有效期 3 年，2019 至 2024 年度执行 15%的企业所得税税率。

2022 年 5 月，根据《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）以及《关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（2021 年第 12 号）的规定，子公司林君文化 2021 年度应纳税所得额 100 万以内减按 2.5%、100-300 万之间减按 10%计算缴纳企业所得税。

2022 年 10 月，根据《国家税务总局关于落实支持小型微利企业和个体工商户发展所得税优惠政策有关事项的公告》（国家税务总局公告 2021 年第 8 号）以及《财政部税务总局关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财政部税务总局公告 2022 年第 13 号）的规定，子公司林君文化 2022 年 1-9 应纳税所得额 100 万以内减按 2.5%、100-300 万之间减按 5% 计算缴纳企业所得税。

2022 年 10 月，根据《国家税务总局关于落实支持小型微利企业和个体工商户发展所得税优惠政策有关事项的公告》（国家税务总局公告 2021 年第 8 号）的规定，子公司图库科技、与龙共舞、桑妮家居和香香儿 2022 年 1-9 应纳税所得额 100 万以内减按 2.5% 计算缴纳企业所得税。

根据《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税[2018]99 号），企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，再按照实际发生额的 75% 在税前加计扣除。根据 2021 年 3 月发布的《关于进一步完善研发费用税前加计扣除政策的公告》（财政部税务总局公告 2021 年第 13 号），制造业企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，自 2021 年 1 月 1 日起，再按照实际发生额的 100% 在税前加计扣除。

报告期内，以上优惠政策对发行人影响金额和对利润总额的影响比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
高新技术企业所得税税收优惠	1,412.03	1,915.95	1,857.38	1,205.50
小型微利企业所得税税收优惠	28.91	38.41	-	-
研发费用加计扣除税收优惠		725.96	391.39	485.95
税收优惠金额合计	1,440.95	2,680.32	2,248.76	1,691.45
利润总额	14,609.94	21,740.99	22,359.66	18,193.58
税收优惠金额占利润总额比例	9.86%	12.33%	10.06%	9.30%

华鸿股份经浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局批准于 2020 年 12 月 1 日取得高新技术企业证书（编号：GR202033003637，有效期：三年），华鸿股份依法享有高新技术企业所得税税收优惠政策。

画之都经浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局批准于 2019 年 12 月 4 日取得高新技术企业证书（编号：GR201933001766，有效期：三年），于 2022 年 12 月 24 日取得高新技术企业证书（编号：GR202233010551，有效期：三年）。画之都依法享有高新技术企业所得税税收优惠政策。

2021 年以来，发行人子公司林君文化、图库科技、与龙共舞、桑妮家居和香香儿符合小型微利企业条件，依法享有小型微利企业所得税税收优惠政策。

报告期内，华鸿股份、画之都、天画家居均为制造业企业，其研发费满足研发费用加计扣除条件，依法享有研发费用加计扣除企业所得税税收优惠政策。

报告期内，税收优惠金额占利润总额比例分别为 9.30%、10.06%、12.33% 和 9.86%，发行人对税收优惠不存在严重依赖。

（三）税收优惠取消风险及其影响

1、高新技术企业优惠政策取消风险

华鸿股份目前持有浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局联合下发的《高新技术企业证书》，有效期至 2022 年末。公司将于 2023 年向浙江省认定机构办公室提交高新技术企业认定复审材料。子公司画之都目前持有浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局联合下发的《高新技术企业证书》，有效期至 2024 年末。

华鸿股份近年来在知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等方面表现较好，符合《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）、《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195 号）规定的“高新技术企业”认定条件，公司 2023 年末通过高新技术企业认定复审的风险较低。

高新技术企业税收优惠系我国长期在全国范围内实施的税收政策，具有全国性、长期性、持续性的特点，而非短期性或地方性的优惠规定。报告期内高新技术企业所得税税收优惠占利润总额比例分别为 6.63%、8.31%、8.81%和 9.66%，占比较低，如果未来不能持续取得高新技术企业资格或国家税收优惠政策发生变化，不会对公司生产经营造成重大不利影响。

2、小型微利企业优惠政策取消风险

2021 年以来，发行人子公司林君文化、图库科技、与龙共舞、桑妮家居和香香儿符合小型微利企业条件，依法享有小型微利企业所得税税收优惠政策。

小型微利企业税收优惠系我国长期在全国范围内实施的税收政策，具有全国性、长期性、持续性的特点，而非短期性或地方性的优惠规定。报告期内小型微利企业所得税税收优惠占利润总额比例分别为 0%、0%、0.18%和 0.20%，占比较低，如果未来以上子公司不再符合小型微利企业条件或国家税收优惠政策发生变化，不会对公司生产经营造成重大不利影响。

3、研发费用加计扣除优惠政策取消风险

研发费用加计扣除优惠政策系我国长期在全国范围内实施的税收政策，具有全国性、长期性、持续性的特点，而非短期性或地方性的优惠规定。报告期内研发费用加计扣除税收优惠占利润总额比例分别为 2.67%、1.75%、3.34%和 0%，占比较低，如果未来国家税收优惠政策发生变化，不会对公司生产经营造成重大不利影响。

八、主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	3.35	2.12	1.49	1.45
速动比率（倍）	2.92	1.65	1.15	1.13
资产负债率（母公司）	14.42%	25.29%	44.45%	50.91%
资产负债率（合并）	22.28%	33.51%	49.78%	48.29%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	6.50	5.31	3.44	2.30
财务指标	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

利息保障倍数（倍）	147.46	141.46	138.09	82.94
应收账款周转率（次）	5.82	7.00	6.42	9.15
存货周转率（次）	4.46	5.98	5.25	6.34
息税折旧摊销前利润（万元）	16,420.45	23,613.85	23,554.13	19,418.05
归属于发行人股东的净利润（万元）	12,030.14	18,881.22	19,269.13	15,155.18
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	11,250.77	17,739.99	14,333.35	15,526.63
研发投入占营业收入的比例	5.47%	4.78%	4.52%	4.44%
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	1.89	2.37	1.49	2.15
每股净现金流量（元/股）	1.35	-0.10	0.71	0.30

注：上述财务指标计算公式如下：

- （1）流动比率=流动资产 / 流动负债
- （2）速动比率=（流动资产-存货） / 流动负债
- （3）资产负债率=总负债 / 总资产
- （4）归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益 / 期末股本总额
- （5）利息保障倍数=（净利润+所得税费用+计入财务费用的利息支出） / （计入财务费用的利息支出+资本化利息）
- （6）应收账款周转率=营业收入 / 应收账款平均余额
- （7）存货周转率=营业成本 / 存货平均余额
- （8）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产及长期待摊费用摊销
- （9）研发投入占营业收入的比例=研发费用 / 营业收入
- （10）每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额 / 期末股本总额
- （11）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额 / 期末股本总额

（二）加权平均净资产收益率

项目	加权平均净资产收益率			
	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于发行人股东的净利润	23.49%	44.35%	72.08%	85.79%
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	21.97%	41.67%	53.61%	87.89%

注：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：P₀ 分别对应于归属于发行人股东的净利润、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润；NP 为归属于发行人股东的净利润；E₀ 为归属于发行人股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于发行人股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于发行人股东的净资产；M₀ 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、归属于发行人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。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被

合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

（三）每股收益

单位：元/股

项目		2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于发行人股东的净利润	基本每股收益	1.41	2.22	2.41	1.89
	稀释每股收益	1.41	2.22	2.41	1.89
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	基本每股收益	1.32	2.09	1.79	1.94
	稀释每股收益	1.32	2.09	1.79	1.94

注：基本每股收益=P0÷S

$S=S_0+S_1+Si \times Mi \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

报告期内，公司不存在稀释性的潜在普通股，稀释每股收益的计算过程与基本每股收益的计算过程相同。

九、经营成果分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及其变化

最近三年及一期，公司营业收入构成及变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	64,646.64	99.24	101,631.30	99.40	75,972.36	99.46	77,336.88	99.49
其他业务收入	492.09	0.76	612.93	0.60	410.85	0.54	396.91	0.51
合计	65,138.72	100.00	102,244.22	100.00	76,383.21	100.00	77,733.79	100.00

最近三年及一期，公司营业收入分别为 77,733.79 万元、76,383.21 万元、102,244.22 万元和 65,138.72 万元，总体呈增长趋势。公司主营业务收入占营业收入的比例均在 99%以上，是营业收入的主要来源。2021 年，公司主营业务收入较 2020 年增加 25,658.93 万元，同比增长 33.77%，主要来源于装饰画类产品销售收入增加 17,663.94 万元和镜子类产品销售收入增加 7,171.30 万元。2022 年

1-9 月，受俄乌冲突、新冠疫情等因素影响、欧美主要经济体普遍面临通胀威胁，消费者的消费能力减弱，公司产品的消费需求受到挤压，公司经营业绩受到不利影响。

报告期前三年，公司主营业务收入呈增长趋势，主要原因为：

（1）公司产品具有较强的市场竞争力。公司生产的装饰画、镜子和相框类家居饰品种类丰富、产品质量稳定。经过多年的发展，公司已经成为装饰画、镜子和相框类家居饰品行业内知名的领先企业，在国内外市场具有较强的市场竞争力和品牌知名度。

（2）公司持续加大研发设计投入，以研发设计创新为核心竞争力，组建专业化、多元化、研究设计能力出众研发设计团队，不断提升自主设计创新能力。报告期内，公司销售的自主设计的装饰画从 2019 年的 8,473 款提高到 2021 年的 15,218 款。自主设计创新能力有效提升了公司产品的附加值和竞争力。

（3）得益于我国新冠肺炎疫情防控有力有效和复工复产稳步推进，海外对中国制造的需求增加，外贸形势向好。2020 年和 2021 年，我国外贸规模连创新高。公司敏锐的抓住市场契机，提升了公司经营业绩。新冠疫情未对公司经营业绩造成重大不利影响。

（4）重视销售渠道和团队建设。报告期内，公司加强了各市场销售人员配置，扩充销售团队，随着公司在销售端的不断发力和拓展，巩固了公司与客户长期稳定的关系，逐步扩大对客户销售种类，并为公司带来持续的增量订单。

报告期内，其他业务收入主要为投资性房地产的租金收入及废料、材料销售收入等，占营业收入的比例较小。

2、主营业务收入按产品分类及其变化情况分析

最近三年及一期，公司主营业务收入按产品类别分类情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
装饰画	39,922.38	61.75	61,352.45	60.37	43,688.50	57.51	44,492.41	57.53

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜子	16,967.40	26.25	28,196.43	27.74	21,025.13	27.67	16,835.50	21.77
相框	7,134.96	11.04	11,945.79	11.75	11,166.90	14.70	15,651.63	20.24
其他	621.90	0.96	136.63	0.13	91.82	0.12	357.34	0.46
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

报告期内，公司主营业务收入主要来自装饰画、镜子和相框类产品。最近三年及一期，三项产品合计占主营业务收入的比例分别为 99.54%、99.88%、99.87%和 99.04%。

公司产品中，装饰画类产品对收入的贡献度最高，产品竞争力和盈利能力也较强。最近三年及一期，装饰画类产品的销售收入分别为 44,492.41 万元、43,688.50 万元、61,352.45 万元和 39,922.38 万元，占主营业务收入的比例分别为 57.53%、57.51%、60.37%和 61.75%，装饰画类产品的销售收入和占比总体呈上升趋势。2020 年，装饰画类产品销售收入较 2019 年小幅减少了 803.91 万元，主要是 2020 年上半年受国内新冠疫情影响所致；2021 年，装饰画类产品销售收入较 2020 年增加 17,663.94 万元，主要是 2021 年全球新冠疫情得到控制、经济整体呈现复苏态势，欧美等国家也推出了一系列刺激措施，国外消费市场向好，带动了装饰画产品的销售。

最近三年及一期，公司镜子类产品的销售收入分别为 16,835.50 万元、21,025.13 万元、28,196.43 万元和 16,967.40 万元，占主营业务收入的比例分别为 21.77%、27.67%、27.74%和 26.25%，主要系 2020 年以来新冠疫情导致欧美对于基础消费品的需求增长，客户普遍对于镜子类产品的采购量有所增加；同时，部分欧美客户受疫情驱动转而寻找规模更大、供应更稳定的工厂，公司抓住机会拓展了部分重要客户。

最近三年及一期，公司相框类产品的销售收入分别为 15,651.63 万元、11,166.90 万元、11,945.79 万元和 7,134.96 万元，占主营业务收入的比例分别为 20.24%、14.70%、11.75%和 11.04%。相框类产品占主营业务收入的比例呈下降趋势，主要是：①相框类产品款式相对固定，款式更新迭代速度慢，市场竞争更多的体现为价格竞争，而公司在设计、研发方面的优势相对不容易在相框类

产品中体现出来；②公司相框类产品尚不具备较强的规模优势，导致在生产成本的竞争中无显著优势；③为保持较高的盈利水平，公司逐渐从低水平价格的订单转向获取溢价较高的订单。

（1）装饰画类产品的销量及均价变化情况

报告期内，公司装饰画类产品的销量及均价变化情况如下：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销量（万 m ² ）	272.44	436.41	305.87	293.39
销量同比变动	-	42.68%	4.25%	-
均价（元/m ² ）	146.54	140.58	142.83	151.65
均价同比变动	4.23%	-1.57%	-5.81%	-
销售收入（万元）	39,922.38	61,352.45	43,688.50	44,492.41
销售收入同比变动	-	40.43%	-1.81%	-

公司装饰画类产品的销售收入变化主要是受销量和价格因素共同作用所致。2019 年至 2021 年，公司装饰画类产品销量持续增长。2020 年公司装饰画类产品销量较上年增加 4.25%，虽然 2020 年上半年新冠疫情爆发对生产和销售带来影响，但下半年国内疫情快速得到控制，国外订单涌入中国，公司装饰画类产品的年度销量未受到显著影响；2021 年较 2020 年大幅增加 42.68%，主要原因是 2021 年随着新厂房投入使用，公司装饰画产能提升，且 2021 年全球新冠疫情得到控制、经济整体呈现复苏态势，国外消费品市场向好，公司装饰画销售数量大幅提升。2022 年 1-9 月，欧美主要经济体通胀高企，经济复苏前景不明朗，民众消费能力受到削弱，公司装饰画销售不及预期。公司装饰画产品单位价格分析具体参见本节“九、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率变动分析”之“3、毛利率变动分析”之“（2）主营产品毛利率情况”。

（2）镜子类产品的销量及均价变化情况

报告期内，公司镜子类产品的销量及均价变化情况如下：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销量（万 m ² ）	133.04	246.84	173.39	143.40
销量同比变动	-	42.36%	20.91%	-
均价（元/m ² ）	127.54	114.23	121.26	117.40

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
均价同比变动	11.65%	-5.80%	3.28%	-
销售收入（万元）	16,967.40	28,196.43	21,025.13	16,835.50
销售收入同比变动	-	34.11%	24.89%	-

报告期内，公司镜子类产品的销售收入和销量持续增长。2021 年和 2020 年，镜子类产品销量分别较上年增长 42.36%和 20.91%。镜子类产品销售收入增长主要来自于 Lowe's 和 Falabella。2020 年，公司对 Lowe's 的镜子类产品的销售额达 2,626.86 万元，较 2019 年的 91.41 万元增幅较大，主要原因是 2020 年受新冠疫情影响，Lowe's 在全球范围内寻找更加稳定的镜子类产品供应商，经过营销拓展，公司成为其重要的镜子类产品供应商。2021 年，公司对 Falabella 的镜子类产品的销售额达 5,206.93 万元，较 2020 年增加 2,298.56 万元，主要原因是 Falabella 主要经营地南美洲以本土小型商超为主，新冠疫情以来，南美洲本土小型商超抗风险能力较弱，Falabella 在竞争中获取了更大的市场份额，因此 2021 年以来对公司的采购额大幅上升。2022 年 1-9 月，欧美主要经济体通胀高企，经济复苏前景不明朗，民众消费能力受到削弱，公司镜子类产品销售不及预期。公司镜子产品单位价格分析具体参见本节“九、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率变动分析”之“3、毛利率变动分析”之“（2）主营产品毛利率情况”。

（3）相框类产品的销量及均价变化情况

报告期内，公司相框类产品的销量及均价变化情况如下：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销量（万件）	653.05	1,037.80	1,019.73	1,325.75
销量同比变动	-	1.77%	-23.08%	-
均价（元/件）	10.93	11.51	10.95	11.81
均价同比变动	-5.08%	5.11%	-7.24%	-
销售收入（万元）	7,134.96	11,945.79	11,166.90	15,651.63
销售收入同比变动	-	6.97%	-28.65%	-

报告期内，公司相框类产品的销售收入和销量总体下降。公司相框类产品的销售收入减少主要是对客户 CDS 和 Uniek Inc.的收入减少。报告期内，公司 2019 年度第一大相框类产品客户 CDS 的销售收入分别为 2,283.04 万元、

1,531.05 万元、1,128.88 万元和 926.41 万元；报告期内，公司 2019 年度第二大相框类产品客户 Uniek Inc.的销售收入分别为 2,022.30 万元、1,414.83 万元、583.10 万元和 448.79 万元。2022 年 1-9 月，欧美主要经济体通胀高企，经济复苏前景不明朗，民众消费能力受到削弱，公司相框类产品销售不及预期。公司相框类产品单位价格分析具体参见本节“九、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率变动分析”之“3、毛利率变动分析”之“（2）主营产品毛利率情况”。

3、主营业务收入地区分布情况

报告期内，公司主营业务收入地区分布情况如下：

单位：万元、%

区域	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销	61,790.06	95.58	99,357.81	97.76	74,272.59	97.76	74,663.03	96.54
内销	2,856.57	4.42	2,273.48	2.24	1,699.77	2.24	2,673.85	3.46
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

公司的主营业务收入主要来于外销。报告期内，外销的主营业务收入占比分别为 96.54%、97.76%、97.76%和 95.58%，外销收入占比较高且基本保持稳定。

报告期内，公司境外销售按照区域划分的销售收入及其占主营业务收入比例的情况，如下所示：

单位：万元、%

区域	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北美	41,404.53	64.05	62,059.64	61.06	46,409.17	61.09	45,751.39	59.16
欧洲	13,452.11	20.81	23,515.75	23.14	20,193.84	26.58	20,774.07	26.86
亚洲	2,765.61	4.28	4,544.68	4.47	2,201.29	2.90	2,475.09	3.20
南美	3,515.44	5.44	8,156.59	8.03	4,259.62	5.61	4,107.97	5.31
其他	652.38	1.01	1,081.16	1.06	1,208.67	1.59	1,554.52	2.01
合计	61,790.06	95.58	99,357.81	97.76	74,272.59	97.76	74,663.03	96.54

北美和欧洲是公司主要的外销市场。报告期内，北美和欧洲的外销收入合计占主营业务收入的比例分别为 86.02%、87.67%、84.20%和 84.86%。北美、欧洲地区社会经济发达，人均收入水平高，居民购买能力强，对居住环境要求较高，是装饰画、镜子、相框等家居装饰品的主要消费市场。公司未来将继续稳步拓展上述区域市场，扩大公司产品的覆盖面和渗透力。

报告期内，公司内销收入分别为 2,673.85 万元、1,699.77 万元、2,273.48 万元和 2,856.57 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.46%、2.24%、2.24%和 4.42%。公司内销收入和占收入的比例不高，但国内市场也是公司的重要目标市场，正处于市场开拓阶段。

4、主营业务收入按客户类型分类及其变化情况分析

报告期内，公司主营业务收入按客户类型划分情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外销收入	61,790.06	95.58	99,357.81	97.76	74,272.59	97.76	74,663.03	96.54
其中：终端商	53,643.45	82.98	84,578.40	83.22	62,746.32	82.59	59,512.68	76.95
贸易商	8,112.54	12.55	14,755.44	14.52	11,523.17	15.17	15,150.35	19.59
电商零售	34.07	0.05	23.97	0.02	3.11	0.00	-	-
内销收入	2,856.57	4.42	2,273.48	2.24	1,699.77	2.24	2,673.85	3.46
其中：线下	1,796.09	2.78	1,316.80	1.30	1,117.64	1.47	1,830.78	2.37
线上	1,060.48	1.64	956.69	0.94	582.13	0.77	843.07	1.09
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

按照客户类型，公司外销收入分为贸易商、终端商和电商零售三类。终端商主要为国际知名的家居饰品品牌商、大型零售商超、工艺画廊等，直接面向消费者；贸易商从事家居饰品贸易，其客户同样为终端商，主要靠进销差价获取利润。公司外销客户以终端商为主。公司与贸易商客户的销售均为买断式销售，公司将产品销售给贸易商客户之后，由贸易商客户独立承担对下游客户的销售风险。贸易商客户除不直接面对消费者外，其与公司之间的权利义务关系、风险转移时点与终端商客户无实质区别。贸易商客户并非公司的经销商，双方也未签定任何有约束力的经销协议。

报告期内，公司对终端商客户的收入金额分别为 59,512.68 万元、62,746.32 万元、84,578.40 万元和 53,643.45 万元，终端商收入占主营业务收入的比例分别为 76.95%、82.59%、83.22%和 82.98%，终端商收入及占比较高且逐年上升。这主要是公司能够为终端客户提供契合其市场和目标客户需求的新产品、不同品类产品的组合销售策略、产品展示布置方案等，公司与众多国际知名品牌商、零售商、批发商建立了长期稳定的业务合作关系，也通过自建销售渠道不断拓展终端客户数量获取新的市场份额，公司的竞争实力不断增强。

报告期内，公司内销收入主要包括线下和线上两种方式开展业务，以线下方式为主，销售的主要为自主品牌产品。公司积极探索线上与线下相结合的复合型销售模式，借鉴境外销售的成功经验，整合公司资源，扩大内销规模。

5、主营业务收入按销售模式分类及其变化情况分析

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	43,330.78	67.03	73,885.09	72.70	56,233.38	74.02	55,876.34	72.25
OEM	18,499.26	28.62	24,323.55	23.93	16,628.86	21.89	16,765.83	21.68
OBM	1,399.12	2.16	2,204.30	2.17	1,672.87	2.20	2,709.72	3.50
其他	1,417.48	2.19	1,218.36	1.20	1,437.26	1.89	1,984.99	2.57
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

按照销售模式，公司主营业务收入分为 ODM、OEM 和 OBM，其他收入为外采成品销售。公司销售模式以 ODM 为主，报告期内 ODM 占比分别为 72.25%、74.02%、72.70%和 67.03%。报告期内，公司开始尝试 OBM 模式，在国内外创立自主品牌，扩大品牌效应，在产业链环节上创造更高的产品附加值，目前收入比例仍然不高。

6、营业收入季度波动情况

2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年前三季度，公司主营业务按季度的收入情况如下：

单位：万元、%

期间	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	21,295.97	32.94	22,774.94	22.41	11,985.05	15.78	15,876.02	20.53
第二季度	26,163.14	40.47	23,710.69	23.33	12,535.08	16.50	21,304.70	27.55
第三季度	17,187.52	26.59	29,803.83	29.33	24,575.93	32.35	20,503.50	26.51
第四季度	-	-	25,341.84	24.94	26,876.30	35.38	19,652.66	25.41
合计	64,646.64	100.00	101,631.30	100.00	75,972.36	100.00	77,336.88	100.00

公司产品主要为装饰画、镜子和相框类家居饰品，公司主营业务收入无明显的季节性。2020 年，第三、第四季度的主营业务收入合计占比达 67.72%，超过 2021 年和 2019 年同期，主要是 2020 年上半年全球新冠疫情爆发，公司的正常生产经营和销售受到影响，进入 2020 年第三季度后，我国疫情得到控制并实现了稳步复工复产，加之国外订单涌入，导致 2020 年下半年销售收入和占比显著增加。2022 年以来，欧美主要经济体受通胀影响，经济复苏前景不明朗，民众消费能力受到削弱，公司产品的消费需求受到影响，2022 年第三季度，公司销售收入较上年同期显著减少。

7、报告期内业务数据与财务数据一致性

报告期内，公司业务层面统计装饰画、镜子和相框的产量、销量和产销率业务数据如下：

产品	项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
装饰画	产量（万平方米）	274.17	446.59	300.92	293.77
	销量（万平方米）	272.44	435.95	305.61	292.24
	产销率	99.37%	97.62%	101.56%	99.48%
	销售收入（万元）	39,922.38	61,352.45	43,688.50	44,492.41
镜子	产量（万平方米）	116.49	236.45	191.35	134.35
	销量（万平方米）	129.13	243.82	171.81	141.82
	产销率	110.85%	103.12%	89.79%	105.56%
	销售收入（万元）	16,967.40	28,196.43	21,025.13	16,835.50
相框	产量（万件）	561.39	896.88	911.77	1,144.62
	销量（万件）	592.21	929.97	842.79	1,160.00
	产销率	105.49%	103.69%	92.43%	101.34%

产品	项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
	销售收入（万元）	7,134.96	11,945.79	11,166.90	15,651.63

注1：上表中的“产量”未换算为以标准产品计量。

注2：上表中的“产量”及“销量”均未纳入外采成品。

公司以上业务数据在计算产销量时产品产量、销量均未纳入外采成品的影响，而财务数据的产品销量为全产品销量。除外采成品的影响外，报告期内公司产品销量的业务数据与财务数据相一致。

8、第三方回款情况

报告期内，公司部分客户存在第三方回款的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
第三方回款金额	12,870.57	27,330.59	12,793.49	12,779.91
其中：集团内代付	12,797.76	27,070.76	12,560.35	12,367.16
其它第三方回款金额	72.80	259.83	233.14	412.72
全年回款金额	71,685.43	105,494.35	69,100.21	78,701.52
第三方回款金额占当期回款金额的比例	17.95%	25.91%	18.51%	16.24%
其中：集团内代付占当期回款金额的比例	17.85%	25.66%	18.18%	15.71%
其它第三方回款占当期回款金额的比例	0.10%	0.25%	0.34%	0.52%
营业收入	65,138.72	102,244.22	76,383.21	77,733.79
第三方回款金额占当期营业收入的比例	19.76%	26.73%	16.75%	16.44%
其中：集团内代付占当期营业收入的比例	19.65%	26.48%	16.44%	15.91%
其它第三方回款占当期营业收入的比例	0.11%	0.25%	0.31%	0.53%

最近三年及一期，公司第三方回款金额分别为 12,779.91 万元、12,793.49 万元、27,330.59 万元和 12,870.57 万元，占各期营业收入的比例分别为 16.44%、16.75%、26.73%和 19.76%。公司的第三方回款主要原因是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。公司客户多为国际知名家居连锁超市、卖场、品牌商，客户规模较大，通常会由于其自身管理制度、资金付款安排等因素，由客户集团内部统筹安排或指定不同子公司或主体支付货款，从而导致合同签订主体与付款主体不一致。报告期内，集团内代付

的第三方回款金额分别为 12,367.16 万元、12,560.35 万元、27,070.76 万元和 12,797.76 万元，占第三方回款金额的比例分别为 96.77%、98.18%、99.05%和 99.43%，是公司第三方回款的主要原因，具有商业合理性。

最近三年及一期，剔除集团内代付的其他第三方回款金额分别为 412.72 万元、233.14 万元、259.83 万元和 72.80 万元，占各期营业收入的比例分别为 0.53%、0.31%、0.25%和 0.11%，占当期回款金额比例和占当期营业收入的比例均较低。公司不断完善财务规范和加强收款的内部控制，第三方回款情况得到有效控制，对公司的整体经营情况影响较小。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成及其变化

报告期内，公司营业成本构成如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	38,394.61	99.68	60,248.03	99.91	40,360.14	99.91	38,364.96	99.91
其他业务成本	122.90	0.32	51.77	0.09	35.45	0.09	34.92	0.09
合计	38,517.51	100.00	60,299.81	100.00	40,395.59	100.00	38,399.89	100.00

公司营业成本与营业收入结构相匹配，公司营业成本主要为主营业务成本。最近三年及一期，公司主营业务成本分别为 38,364.96 万元、40,360.14 万元、60,248.03 万元和 38,394.61 万元，占营业成本的比例均在 99%以上。其他业务成本主要为以成本计量的投资性房地产折旧成本及剩余原材料销售成本等，占比较低。

2、主营业务成本分析

（1）主营业务成本按产品分类及其变化情况分析

报告期内，公司主营业务成本按产品分类的具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

装饰画	17,955.05	53.61	27,612.94	52.24	16,804.66	46.93	17,634.39	46.93
镜子	10,403.80	31.07	17,620.04	33.34	12,276.42	34.28	9,936.10	26.44
相框	4,670.05	13.94	7,504.15	14.20	6,668.95	18.62	9,800.27	26.08
其他	460.74	1.38	116.43	0.22	61.03	0.17	203.1	0.54
小计	33,489.64	100.00	52,853.57	100.00	35,811.07	100.00	37,573.87	100.00
运杂费	4,904.97	-	7,394.47	-	4,549.07	-	791.11	-
合计	38,394.61	-	60,248.03	-	40,360.14	-	38,364.96	-

注：2019 年，公司将销售产生的运输费、港杂费作为销售商品过程中发生的费用计入销售费用。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》，企业向客户销售商品在控制权转移给客户之前发生的运输费、港杂费作为合同履约成本，2020 年及以后在主营业务成本核算。为保持数据可比性，计算成本、毛利和毛利率时已剔除运杂费影响，下同。

报告期内，公司的成本和收入匹配，装饰画、镜子、相框三者成本合计占主营业务成本比重分别为 99.46%、99.83%、99.78%和 98.62%。

（2）主营产品的成本变化分析

报告期内，公司主营产品的成本变化主要受原材料价格影响，具体情况请参见本节“九、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率变动分析”之“3、毛利率变动分析”之“（2）主营产品毛利率情况”。

（3）主营业务成本结构

公司主营业务成本包括直接材料、直接人工、制造费用、运杂费和版权费等，具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	19,100.86	60.90	32,543.51	63.92	21,847.14	64.30	22,673.63	63.85
直接人工	7,391.16	23.57	11,910.35	23.39	8,214.68	24.18	8,542.65	24.06
制造费用	4,872.61	15.54	6,458.98	12.69	3,912.98	11.52	4,294.59	12.09
小计	31,364.64	100.00	50,912.84	100.00	33,974.79	100.00	35,510.87	100.00
外采成品	1,029.50	-	761.40	-	907.05	-	1,272.00	-
运杂费	4,904.97	-	7,394.47	-	4,549.07	-	791.11	-
版权费	1,095.51	-	1,179.33	-	929.22	-	790.98	-
合计	38,394.61	-	60,248.03	-	40,360.14	-	38,364.96	-

剔除运杂费、外采成品和版权费影响后，报告期内公司直接材料占成本的比重分别为 63.85%、64.30%、63.92%和 60.90%，直接人工占成本的比重分别为 24.06%、24.18%、23.39%和 23.57%，制造费用占成本的比重分别为 12.09%、11.52%、12.69%和 15.54%。报告期内直接材料、直接人工、制造费用占成本比例较为稳定。

①产品成本的核算过程

A.产品成本的核算流程和方法

公司主要采用以销定产的生产模式，在获取客户订单后由销售部门在系统内生成销售订单，根据销售订单的产品类型将产品归集到所属的生产项目部。公司以各生产任务单下的明细产品，作为成本核算对象，产品生产成本要素包括直接材料、直接人工和制造费用。公司产品成本按照产品受益原则，以成本中心为基础归集各项成本费用。

产品生产成本的归集、分配及结转的具体核算流程如下：公司根据客户订单制定生产计划；采购部门根据生产计划向供应商下达采购订单；仓储部门根据实际情况入库并制作入库单；生产部门根据物料清单和生产任务单生成领料单，经审批后进行生产领料；公司以各明细产品作为成本核算对象，根据 ERP 供应链模块的生产领料单归集各产品的直接材料；根据车间统计员按工序统计并经财务审核后的计件工资，作为归集各产品人工成本的依据，公司对每个产品型号均制定了定额工价，每月月末，财务部门将实际直接人工总额根据产成品产量工价（ $\text{产品产量工价} = \text{产品产量} \times \text{定额工价}$ ）将直接人工分配计入各产品中；按车间归集日常发生的制造费用，以产量工价为基础分配至各产品；生产部门办理生产完工入库后，根据成本计算单计算成本单价并结转完工入库单价；仓储部门在接到发货通知后，安排发货并系统出库；出库成本按月末一次加权平均单价计算。

B.直接材料、直接人工、制造费用、加工费的归集和分配方法

报告期内，公司产品成本中直接材料、直接人工、制造费用、加工费的归集和分配方法如下：

项目	成本归集	成本分配

项目	成本归集	成本分配
直接材料	材料按车间归集，然后根据产品材料定额分摊至各成本核算对象	车间根据物料清单和生产任务单数量领料，直接材料发出采用月末一次加权平均法计价，直接材料成本根据产品材料定额占比进行分配
直接人工	核算归集生产人员的工资薪酬。车间统计员每月根据生产工人的月计件工资计算生产部门的直接人工成本，财务部门据此按月在“生产成本-直接人工”进行归集	公司根据产品产量工价（产品产量工价=产品产量×定额工价）对直接人工进行分配。各产品本期分配的人工成本金额=车间人工成本总额×（产品产量工价/当月车间总产量工价）
制造费用	公司设置职工薪酬、折旧费、水电费等二级明细科目，分车间归集上述成本	公司根据产品产量对制造费用进行分配。各产品本期分配的制造费用金额=车间制造费用总额×（产品产量工价/当月车间总产量工价）
加工费	主要为外协加工费用，由供应商按照公司要求加工后计入在产品/产品，公司向供应商支付的加工费直接计入相关在产品/产品成本中	

C.产品成本结转方法

公司准确归集并分配与生产产品相关的各项成本。产成品的出库采用月末一次加权平均法计价，销售出库的产成品成本结转计入主营业务成本。

公司产品成本的核算流程和方法，直接材料、直接人工、制造费用、外协加工费用的归集和分配方法，产品成本结转方法，符合《企业会计准则》的规定。

②装饰画产品成本分析

报告期各期，公司装饰画成本构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	9,678.99	57.41	15,800.77	59.88	9,428.66	59.51	10,285.95	61.26
直接人工	4,593.98	27.25	7,246.34	27.46	4,433.97	27.99	4,561.59	27.17
制造费用	2,586.37	15.34	3,338.92	12.65	1,980.28	12.50	1,944.29	11.58
小计	16,859.34	100.00	26,386.03	100.00	15,842.91	100.00	16,791.84	100.00
外采成品	0.21	-	47.58	-	32.54	-	51.58	-
版权费	1,095.51	-	1,179.33	-	929.22	-	790.98	-
合计	17,955.05	-	27,612.94	-	16,804.67	-	17,634.39	-

最近三年及一期，公司装饰画产品成本中：直接材料占比分别为 61.26%、59.51%、59.88%和 57.41%，直接人工占比分别为 27.17%、27.99%、27.46%和

27.25%，制造费用占比分别为 11.58%、12.50%、12.65%和 15.34%，除直接材料、直接人工、制造费用外，装饰画成本构成中含少量外采成品成本及版权费。2022 年 1-9 月，装饰画成本中制造费用占比上升，主要系 4 号厂房及相应设备投入使用产生的折旧摊销增多及产量规模效应未充分体现所致。版权费为客户指定了装饰画的画面后，公司向版权商购买相应画面版权所产生的费用。

报告期内，公司装饰画成本构成较为稳定，成本变动趋势与装饰画收入规模相匹配。

③镜子类产品成本分析

报告期各期，公司镜子类产品成本构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	6,628.64	66.38	12,205.14	70.20	8,452.36	69.78	6,687.26	69.96
直接人工	1,844.78	18.48	2,999.83	17.25	2,366.39	19.54	1,789.77	18.72
制造费用	1,511.82	15.14	2,182.12	12.55	1,294.69	10.69	1,081.91	11.32
小计	9,985.24	100.00	17,387.08	100.00	12,113.45	100.00	9,558.94	100.00
外采成品	418.56	-	232.96	-	162.98	-	377.16	-
合计	10,403.80	-	17,620.04	-	12,276.43	-	9,936.10	-

最近三年及一期，公司镜子类产品成本中：直接材料占比分别为 69.96%、69.78%、70.20%和 66.38%，直接人工占比分别为 18.72%、19.54%、17.25%和 18.48%，制造费用占比分别为 11.32%、10.69%、12.55%和 15.14%，除直接材料、直接人工、制造费用外，镜子成本构成中含少量外采成品成本。2022 年 1-9 月，镜子类产品成本中制造费用占比上升，主要系 5 号厂房及相应设备投入使用产生的折旧摊销增多及产量规模效应未充分体现所致。

报告期内，公司镜子成本构成较为稳定，成本变动趋势与镜子收入规模相匹配。

④相框类产品成本分析

报告期各期，公司相框类产品成本构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	2,758.98	61.85	4,492.28	63.87	3,950.31	66.26	5,601.91	62.54
直接人工	935.21	20.97	1,620.10	23.03	1,394.39	23.39	2,137.20	23.86
制造费用	766.43	17.18	921.35	13.10	617.31	10.35	1,218.54	13.60
小计	4,460.62	100.00	7,033.72	100.00	5,962.01	100.00	8,957.66	100.00
外采成品	209.42	-	470.43	-	706.95	-	842.61	-
合计	4,670.05	-	7,504.15	-	6,668.96	-	9,800.27	-

最近三年及一期，公司相框类产品成本中：直接材料占比分别为 62.54%、66.26%、63.87%和 61.85%，直接人工占比分别为 23.86%、23.39%、23.03%和 20.97%，制造费用占比分别为 13.60%、10.35%、13.10%和 17.18%。2022 年 1-9 月，相框类产品成本中制造费用占比上升，主要系产量规模下降，折旧摊销等固定成本占比上升所致。

报告期内，公司相框类产品成本构成较为稳定。

（三）毛利与毛利率变动分析

1、综合毛利构成情况分析

报告期内，公司营业毛利的构成情况如下表：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	31,157.00	98.83	48,777.73	98.86	40,161.30	99.07	39,763.03	99.10
其他业务毛利	369.19	1.17	561.15	1.14	375.40	0.93	361.98	0.90
综合毛利	31,526.19	100.00	49,338.88	100.00	40,536.70	100.00	40,125.01	100.00

注：为保持报告期内数据的可比性，本小节分析毛利或毛利率时，均按照不含运杂费的口径统计和分析。

最近三年及一期，公司主营业务毛利占综合毛利的比例分别为 99.10%、99.07%、98.86%和 98.83%，是公司综合毛利的主要来源。

2、主营业务毛利情况分析

报告期内，公司主营业务毛利按产品类别列示如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
装饰画	21,967.32	70.51	33,739.51	69.17	26,883.84	66.94	26,858.02	67.55
镜子	6,563.60	21.07	10,576.39	21.68	8,748.71	21.78	6,899.40	17.35
相框	2,464.91	7.91	4,441.64	9.11	4,497.95	11.20	5,851.36	14.72
其他	161.16	0.52	20.20	0.04	30.80	0.08	154.25	0.39
合计	31,157.00	100.00	48,777.73	100.00	40,161.30	100.00	39,763.03	100.00

最近三年及一期，公司主营业务毛利分别为 39,763.03 万元、40,161.30 万元、48,777.73 万元和 31,157.00 万元，呈逐年增长趋势。报告期内，装饰画类产品是公司毛利的主要来源，装饰画类产品毛利占主营业务毛利的比例分别为 67.55%、66.94%、69.17%和 70.51%，占比逐年呈上升趋势，这与公司大力发展高毛利的装饰画业务的发展战略一致。最近三年及一期，镜子类产品毛利占主营业务毛利的比例分别为 17.35%、21.78%、21.68%和 21.07%，占比基本稳定；相框类产品毛利占主营业务毛利的比例分别为 14.72%、11.20%、9.11%和 7.91%，呈下降趋势，主要是相框产品竞争较为充分，公司战略调整主营产品结构，缩小相框产品收入占比所致。

3、毛利率变动分析

（1）综合毛利率变化情况

报告期各期，公司综合毛利率变化情况如下：

单位：万元

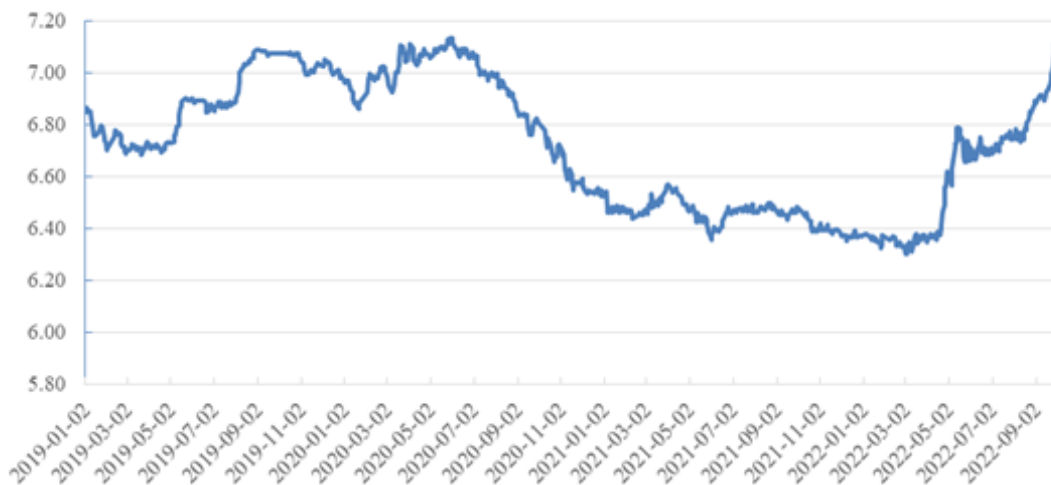
项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务毛利	31,157.00	48,777.73	40,161.30	39,763.03
其他业务毛利	369.19	561.15	375.40	361.98
综合毛利	31,526.19	49,338.88	40,536.70	40,125.01
主营业务毛利率	48.20%	47.99%	52.86%	51.42%
其他业务毛利率	75.03%	91.55%	91.37%	91.20%
综合毛利率	48.40%	48.26%	53.07%	51.62%

最近三年及一期，公司综合毛利率分别为 51.62%、53.07%、48.26%和 48.40%，主营业务毛利率分别为 51.42%、52.86%、47.99%和 48.20%，毛利率水平基本稳定。2021 年，公司主营业务毛利率及综合毛利率分别较 2020 年下

降 4.87 个百分点和 4.81 个百分点，主要是美元兑人民币汇率下降影响所致。

公司以月初中国人民银行公布的美元兑人民币汇率中间价作为当月记账汇率。报告期各期，公司美元收入平均记账汇率分别为 6.88、6.93、6.46 和 6.55，美元兑人民币记账汇率呈下降趋势。自 2020 年下半年至 2022 年中上旬，受美国宽松货币政策影响，人民币持续升值。根据中国人民银行公布的美元兑人民币中间汇率，截至 2022 年 4 月末，美元兑人民币汇率处于三年多以来的最低点，2022 年 5 月以来，受美元加息影响，人民币持续贬值。

2019至2022年三季度美元兑人民币中间价走势



数据来源：Wind

公司外销收入主要以美元定价并结算，美元相对于人民币贬值导致公司以人民币计量的毛利率出现下滑。以 2021 年各月实际记账汇率统计的 2021 年主营业务收入与按照 2020 年各月记账汇率统计的 2021 年主营业务收入相比下降约 7,017.63 万元，相同情形下 2022 年前三季度收入下降约 4,392.62 万元。假设剔除汇率下降因素，2021 年度、2022 年 1-9 月主营业务毛利率分别为 51.05%、51.24%，与前两年主营业务毛利率基本一致。

其他业务收入主要为厂区内底商租赁收入及剩余原材料、废料销售收入。报告期内，其他业务毛利对公司经营业绩总体影响较小。

（2）主营产品毛利率情况

报告期内，公司分产品毛利率情况如下：

单位：%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年	2019 年
	未剔除汇率因素	剔除汇率因素	未剔除汇率因素	剔除汇率因素		
装饰画	55.03	57.54	54.99	57.60	61.54	60.37
镜子	38.68	42.90	37.51	41.27	41.61	40.98
相框	34.55	37.76	37.18	40.53	40.28	37.38
其他	25.91	26.41	14.78	17.15	33.54	43.17
主营业务毛利率	48.20	51.24	47.99	51.05	52.86	51.42

注：剔除汇率因素是指以 2020 年各月美元记账汇率折算 2021 年、2022 年 1-9 月各月美元收入；2019 年度、2020 年度美元平均记账汇率分别为 6.88、6.93，变动较小，故不单独考虑汇率因素对毛利率的影响，下同。

最近三年及一期，公司主营业务毛利率分别为 51.42%、52.86%、47.99%和 48.20%，剔除 2021 年度和 2022 年前三季度的汇率因素影响后，公司主营业务毛利率分别为 51.42%、52.86%、51.05%和 51.24%，公司主营业务毛利率水平较高且基本保持稳定。

①装饰画类产品毛利率变动分析

最近三年及一期，公司装饰画类产品毛利率分别为 60.37%、61.54%、54.99%和 55.03%，扣除汇率波动影响后，毛利率分别为 60.37%、61.54%、57.60%、57.54%，毛利率水平较高。报告期内，公司装饰画类产品毛利率变动情况分析如下：

单位：元/平方米

一、各因素变动	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
平均单价 1	146.54	5.95	140.58	-2.25	142.83	-8.82	151.65
平均单价 2	156.59	5.75	150.84	8.01	142.83	-	-
平均成本	65.90	2.63	63.27	8.33	54.94	-5.16	60.11
二、各因素影响数	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	影响数		影响数		影响数		影响数
平均单价 1 变动影响数	1.83%		-0.62%		-2.45%		-
平均单价 2 变动影响数	1.54%		2.04%		-		-
平均成本变动影响数 1	-1.80%		-5.93%		3.62%		-
平均成本变动影响数 2	-1.68%		-5.52%		-		-

三、毛利率变动合计 1	0.03%	-6.54%	1.17%	-
三、毛利率变动合计 2	-0.14%	-3.48%	-	-

注 1：平均单价变动的影响数=（本年度平均单价-上年度平均成本）/本年度平均单价-（上年度平均单价-上年度平均成本）/上年度平均单价，下同。

注 2：平均成本变动的影响数=（本年度平均单价-本年度平均成本）/本年度平均单价-（本年度平均单价-上年度平均成本）/本年度平均单价，下同。

注 3：平均单价 1、平均单价 1 变动影响数、平均成本变动影响数 1、毛利率变动合计 1 为按各月实际记账汇率计算指标，平均单价 2、平均单价 2 变动影响数、平均成本变动影响数 2、毛利率变动合计 2 为按照 2020 年记账汇率模拟计算美元收入对应的各类指标。

注 4：2020 年相较 2019 年美元兑人民币记账汇率波动幅度较小，在分析 2019 年、2020 年毛利率波动时不考虑汇率因素，下同。

注 5：汇率波动对公司成本影响较小，在上表分析细分产品毛利率变动时不考虑汇率波动对成本的影响，下同。

2021 年，装饰画类产品毛利率较 2020 年下降 6.54 个百分点，剔除汇率波动因素后毛利率下降 3.48 个百分点，主要是成本上涨导致。

报告期内，公司装饰画类产品平均单价和平均成本变动的具体分析如下：

A.平均单价变动分析

报告期内，装饰画类产品平均价格分别为 151.65 元/平方米、142.83 元/平方米、140.58 元/平方米和 146.54 元/平方米；剔除汇率影响后，装饰画类产品平均价格分别为 151.65 元/平方米、142.83 元/平方米、150.84 元/平方米、156.59 元/平方米。

2020 年，装饰画类产品平均价格较 2019 年下降 5.81%，主要是 2020 年受新冠肺炎疫情影响，全球经济受到冲击，公司主要销售区域内的国家经济下行风险加大，公司根据市场情况采取了适度降低销售价格的营销策略。

剔除汇率波动因素后，2021 年，装饰画类产品平均价格较 2020 年上升 5.61%；2022 年 1-9 月，装饰画平均价格较 2021 年上升 3.81%。这主要是 2021 年全球新冠疫情逐步缓解后，公司适时调整营销策略，对价格进行了调整；此外由于上游原材料价格上涨，公司根据成本加成的定价策略相应调高了销售价格。

B.平均成本变动分析

报告期内，装饰画类产品平均成本分别为 60.11 元/平方米、54.94 元/平方米、63.27 元/平方米和 65.90 元/平方米。

2020 年，装饰画类产品平均成本较 2019 年下降 8.59%；2021 年，装饰画类产品平均成本较 2020 年上升 15.17%，2022 年 1-9 月，装饰画类产品平均成本较 2021 年上涨 4.16%。装饰画类产品中的原材料成本占比约 60.00%，装饰画类产品平均成本的变化主要是原材料价格变动导致。

装饰画类产品的主要原材料为聚苯乙烯、画布、密度板及包装物等。2020 年前三季度，聚苯乙烯、画布市场价格下降，聚苯乙烯、高光布、哑光布全年采购单价分别下降 18.91%、4.65%、3.90%，带动装饰画类产品平均成本下降。2020 年四季度至 2021 年，在全球范围内实施扩张的货币政策及加大基础设施建设的背景下，原油等大宗商品价格波动上涨，带动聚苯乙烯、画布、密度板及纸箱价格上涨，聚苯乙烯、高光布、哑光布、密度板及纸箱全年采购单价分别上涨 14.54%、2.42%、1.96%、1.19%、3.45%，带动装饰画类产品平均成本上涨。2022 年 1-9 月，聚苯乙烯、密度板价格继续上涨，聚苯乙烯、密度板前三季度采购单价分别上涨 11.08%、1.80%，带动装饰画类产品平均成本上涨。

报告期内，公司装饰画类产品平均成本的变动情况与原材料价格走势基本一致，具体分析参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、发行人主要产品的原材料、能源供应情况”之“（一）发行人主要原材料、能源供应情况”。

②镜子类产品毛利率变动分析

最近三年及一期，公司镜子类产品毛利率分别为 40.98%、41.61%、37.51%和 38.68%，扣除汇率波动影响后，毛利率分别为 40.98%、41.61%、41.27%和 42.90%。报告期内，公司镜子类产品毛利率变动情况分析如下：

单位：元/平方米

一、各因素变动	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
平均单价 1	127.54	13.31	114.23	-7.03	121.26	3.86	117.40
平均单价 2	137.16	15.38	121.78	0.52	121.26	-	-
平均成本	78.20	6.82	71.38	0.58	70.80	1.51	69.29
二、各因素影响数	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	影响数		影响数		影响数		影响数
平均单价 1 变动影响数	6.52%		-3.59%		1.88%		-

平均单价 2 变动影响数	6.57%	0.25%	-	-
平均成本变动影响数 1	-5.35%	-0.51%	-1.25%	-
平均成本变动影响数 2	-4.97%	-0.48%	-	-
三、毛利率变动合计 1	1.17%	-4.10%	0.63%	-
三、毛利率变动合计 2	1.60%	-0.23%	-	-

2021 年，镜子类产品毛利率较 2020 年下降 4.10 个百分点，剔除汇率波动因素后毛利率下降 0.23 个百分点。

报告期内，公司镜子平均单价和平均成本变动的具体分析如下：

A. 平均单价变动分析

报告期内，镜子类产品平均价格分别为 117.40 元/平方米、121.26 元/平方米、114.23 元/平方米和 127.54 元/平方米；剔除汇率影响后，镜子类产品平均价格分别为 117.40 元/平方米、121.26 元/平方米、121.78 元/平方米、137.16 元/平方米。

2020 年，镜子类产品平均价格较 2019 年上涨 3.28%；剔除汇率波动因素后，2021 年、2022 年 1-9 月，镜子类产品平均价格同比上涨 0.43%、12.63%。主要是镜子类产品尤其是功能镜属于消费者的刚性需求；此外由于上游原材料价格上涨，公司根据成本加成的定价策略相应调高了销售价格。

B. 平均成本变动分析

报告期内，镜子类产品平均成本分别为 69.29 元/平方米、70.80 元/平方米、71.38 元/平方米和 78.20 元/平方米。

报告期内，镜子类产品平均成本同比上涨 2.18%、0.82%、9.55%。镜子类产品中的原材料成本占比约 70.00%，镜子类产品平均成本的变化主要是原材料价格变动导致。

镜子的主要原材料为聚苯乙烯、玻璃镜子及包装物等。2020 年下半年以来，受玻璃限产政策影响，玻璃价格持续走高，至 2021 年年中达到价格最高点，随后呈现波动下降趋势。2020 年和 2021 年，公司铝镜采购单价同比上涨 18.99%和 24.72%，银镜采购单价同比上涨 1.39%和 13.18%。玻璃镜子原材料价格上涨，未带动镜子类产品成本的同比例上涨，主要是聚苯乙烯价格下降的抵

消，镜子类产品产量上升后规模效应凸显导致固定成本下降以及原材料投入产出比提升共同导致。

2020 年前三季度，聚苯乙烯市场价格下降，聚苯乙烯全年采购单价下降 18.91%；2021 年，公司镜子类产品产量较 2019 年增长 74.39%，规模效应凸显，单位成本中固定资产折旧等成本下降；公司不断加大镜子产品研发力度，原材料镜子投入产出比提升，2021 年原材料镜子投入产出比为 99.37%，比 2019 年提升 8.87%，降低了平均生产成本。以上三方面的因素熨平了原材料玻璃镜子采购价格上涨的影响，镜子类产品单位成本较为稳定。2022 年前三季度，公司镜子类产品成本上涨，主要系聚苯乙烯价格上涨、前期高价采购的玻璃镜子库存消耗及包装物价格上涨等因素综合所致。

③相框产品毛利率变动分析

最近三年及一期，公司相框类产品毛利率分别为 37.38%、40.28%、37.18% 和 34.55%，扣除汇率波动影响后，毛利率分别为 37.38%、40.28%、40.53% 和 37.76%。报告期内，公司相框类产品毛利率变动情况分析如下：

单位：元/件

一、各因素变动	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
平均单价 1	10.93	-0.59	11.51	0.56	10.95	-0.86	11.81
平均单价 2	11.49	-0.67	12.16	1.21	10.95	-	-
平均成本	7.15	-0.08	7.23	0.69	6.54	-0.85	7.39
二、各因素影响数	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	影响数		影响数		影响数		影响数
平均单价 1 变动影响数	-3.36%		2.91%		-4.89%		-
平均单价 2 变动影响数	-3.45%		5.93%		-		-
平均成本变动影响数 1	0.73%		-6.00%		7.78%		-
平均成本变动影响数 2	0.69%		-5.68%		-		-
三、毛利率变动合计 1	-2.63%		-3.10%		2.89%		-
三、毛利率变动合计 2	-2.76%		0.25%		-		-

2020 年，相框类产品毛利率较 2019 年上升 2.89 个百分点，主要是成本下降导致；2021 年，相框类产品毛利率较 2020 年下降 3.10 个百分点，剔除汇率影响后上涨 0.25 个百分点；2022 年 1-9 月，相框类产品毛利率较 2021 年下降

2.63 个百分点，剔除汇率影响后下降 2.76 个百分点，主要是价格下降导致。

报告期内，公司相框类产品平均单价和平均成本变动的具体分析如下：

A. 平均单价变动分析

报告期内，相框类产品平均价格分别为 11.81 元/件、10.95 元/件、11.51 元/件和 10.93 元/件；剔除汇率影响后，相框类产品平均价格分别为 11.81 元/件、10.95 元/件、12.16 元/件、11.49 元/件。

2020 年，相框类产品平均价格较 2019 年下降 7.24%，主要是 2020 年为应对新冠疫情，公司根据市场情况采取了适度降低销售价格的营销策略。

剔除汇率波动因素后，2021 年，相框类产品平均价格较 2020 年上升 11.03%，主要是 2021 年全球新冠疫情逐步缓解后，公司适时调整营销策略，对价格进行了调整；此外由于上游原材料价格上涨，公司根据成本加成的定价策略相应调高了销售价格。

B. 平均成本变动分析

报告期内，相框类产品平均成本分别为 7.39 元/件、6.54 元/件、7.23 元/件和 7.15 元/件。

2020 年，相框类产品平均成本较 2019 年下降 11.53%；2021 年，相框平均成本较 2020 年上升 10.57%。相框中的原材料成本占比超过 60%，相框平均成本的变化主要是原材料价格变动导致。

相框的主要原材料为聚苯乙烯、密度板、白玻及包装物等。2020 年前三季度，聚苯乙烯市场价格下降，聚苯乙烯全年采购单价下降 18.91%，带动相框类产品平均成本下降。2020 年四季度至 2021 年，在全球范围内实施扩张的货币政策及加大基础设施建设的背景下，原油等大宗商品价格波动上涨，带动聚苯乙烯、密度板及纸箱价格上涨，聚苯乙烯、密度板及纸箱全年采购单价分别上涨 14.54%、1.19%、3.45%，带动相框类产品平均成本上涨。

报告期内，公司相框类产品平均成本的变动情况与原材料价格走势基本一致，具体分析参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、发行人主要产品的原材料、能源供应情况”之“（一）发行人主要原材料、能源供应情

况”。

（3）内外销毛利率分析

最近三年及一期，公司销售以外销为主，外销收入占比分别为 96.54%、97.76%、97.76%和 95.58%。内销方面，公司通过电商、线下直销等方式积极开拓国内市场。报告期内，公司内外销毛利率情况如下：

销售区域	2022 年 1-9 月		2021 年		2020 年	2019 年
	未剔除汇率因素	剔除汇率因素	未剔除汇率因素	剔除汇率因素		
外销	49.17%	52.27%	48.01%	51.13%	52.84%	51.67%
内销	27.18%	-	47.24%	-	53.98%	44.18%

最近三年及一期，剔除汇率影响后，公司外销毛利率分别为 51.67%、52.84%、51.13%和 52.27%，基本稳定。最近三年及一期，公司内销毛利率分别为 44.18%、53.98%、47.24%和 27.18%。

报告期内，外销毛利率高于内销毛利率，主要是内外销面临的市场和客户差异导致。在外销市场，公司主要面对大型企业类客户，客户采购量较大，容易形成规模效应，且已经形成了较为稳定的客户群体；此外，外销市场较为注重知识产权保护，自主设计的具有知识产权的产品可以更好的体现产品价值，溢价能力较强。内销市场方面，公司仍处于探索开拓阶段，仍需要较多投入，国内市场竞争也较为激烈和充分，毛利率水平低于外销市场；同时，市场开拓阶段，较为灵活的定价策略也使内销毛利率波动较大。

（4）外销业务终端商、贸易商毛利率分析

报告期内，公司外销客户主要有终端商和贸易商，以终端商为主，终端商收入占全年主营业务收入的比重分别为 76.95%、82.59%、83.22%和 82.98%。报告期内，公司外销业务终端商和贸易商的毛利率情况如下：

客户类型	2022 年 1-9 月		2021 年		2020 年	2019 年
	未剔除汇率因素	剔除汇率因素	未剔除汇率因素	剔除汇率因素		
终端商	50.94%	53.85%	49.75%	52.67%	54.94%	54.12%
贸易商	37.31%	41.85%	38.01%	42.29%	41.39%	42.07%

最近三年及一期，剔除汇率影响后，公司外销业务中终端商的毛利率分别

为 54.12%、54.94%、52.67%和 53.85%，贸易商毛利率分别为 42.07%、41.39%、42.29%和 41.85%，终端商的毛利率高于贸易商，两者在报告期内基本保持稳定。

终端商客户直接面向终端消费者，主要为大型家居饰品品牌商、零售连锁商店等，品牌价值高、产品定价溢价空间较大，更容易给予供应商较为合理利润空间。贸易商客户不直接面向消费者，将其采购的产品出售给下游零售商并赚取价差，因此对供应商的产品价格更为敏感。报告期内，公司不断加强销售渠道建设，大力开拓终端商客户，终端商收入的占比不断提升。同时，公司将贸易商作为进一步扩大市场占有率的有效补充。

（5）内销业务电商、线下销售毛利率分析

报告期内，公司内销业务分为电商及线下业务两种，以线下业务为主，内销业务中线下收入占比分别为 68.47%、65.76%、57.92%和 62.88%。报告期内，公司内销业务中电商、线下销售毛利率情况如下：

内销类型	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
线下	15.45%	39.15%	45.12%	32.44%
电商	47.05%	58.37%	70.98%	69.65%

公司内销业务中，电商直接面向终端消费者，产品定价综合考虑同类产品定价、市场竞争、品牌溢价及电商平台服务费等，毛利率高于线下业务。报告期内，内销业务毛利率存在较大波动，主要系内销市场仍处于培育、开发阶段，公司为开拓国内市场，采用较为灵活的市场营销策略。报告期内，内销业务收入占比低，内销业务毛利率波动对公司整体毛利率无重大影响。

（6）主营业务毛利敏感性分析

①主要产品销售价格变动对主营业务毛利的敏感性分析

公司产品以人民币计价的价格受市场竞争、汇率变动等因素影响，并进而影响产品毛利率。假设其他因素不变，产品价格分别降低和提高 5%对公司主营业务毛利率影响如下：

单位：%				
项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

	-5.00	5.00	-5.00	5.00	-5.00	5.00	-5.00	5.00
装饰画毛利率变动	-2.37	2.14	-2.37	2.14	-2.02	1.83	-2.09	1.89
镜子毛利率变动	-3.23	2.92	-3.29	2.98	-3.07	2.78	-3.11	2.81
相框毛利率变动	-3.44	3.12	-3.31	2.99	-3.14	2.84	-3.30	2.98

如上表所示，公司产品毛利率对价格的变动具有一定的敏感性，其中，装饰画产品毛利率对价格变动的敏感性较低。

②原材料价格变动对主营业务毛利的敏感性分析

报告期内，直接材料是销售成本的主要构成项目。假设其他因素不变，直接材料价格分别降低和提高 5%，对毛利率的影响如下：

单位：%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	-5.00	5.00	-5.00	5.00	-5.00	5.00	-5.00	5.00
装饰画毛利率变动	1.29	-1.29	1.35	-1.35	1.14	-1.14	1.21	-1.21
镜子毛利率变动	2.04	-2.04	2.19	-2.19	2.04	-2.04	2.06	-2.06
相框毛利率变动	2.02	-2.02	2.01	-2.01	1.98	-1.98	1.96	-1.96

如上表所示，公司产品毛利率对原材料价格的变动具有一定的敏感性，其中，装饰画毛利率对原材料价格变动的敏感性较低。

4、综合毛利率与同行业可比上市公司的比较分析

报告期内，公司综合毛利率与可比上市公司比较情况如下：

单位：%

公司	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创源股份	28.71	23.87	29.86	35.13
德艺文创	15.03	12.33	17.94	22.16
真爱美家	20.91	22.19	26.87	21.15
众望布艺	34.14	36.83	41.94	42.51
英科再生	28.16	29.97	35.78	28.76
浙江永强	13.16	14.13	28.31	28.31
中源家居	17.98	13.99	20.50	29.01
雅艺科技	38.03	35.56	43.54	45.77
平均值	24.52	23.61	30.59	31.60
华鸿股份	40.87	41.02	47.11	50.60

数据来源：可比上市公司公开披露的定期报告和招股说明书等。

注：此处综合毛利率的计算方法与可比上市公司保持一致，为未剔除运杂费时的毛利率。

报告期内，公司综合毛利率高于同行业可比上市公司。其中众望布艺、雅艺科技的毛利率水平与公司一定程度接近，两者产品均蕴含较强的设计属性，更容易获得较高的产品溢价。公司与同行业可比上市公司的主营产品均不相同，公司主营业务毛利率高于与同行业上市公司平均水平，主要系产品特性、外销收入占比、经营和盈利模式、产品品牌效益等差异导致。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用的构成及其占营业收入的比例情况如下：

单位：万元、%

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	6,157.77	9.45	7,986.80	7.81	7,383.05	9.67	10,325.36	13.28
管理费用	5,711.05	8.77	7,157.11	7.00	5,638.87	7.38	5,875.92	7.56
研发费用	3,563.39	5.47	4,885.67	4.78	3,450.43	4.52	3,453.59	4.44
财务费用	-3,124.07	-4.80	463.69	0.45	1,525.78	2.00	79.83	0.10
期间费用合计	12,308.14	18.90	20,493.26	20.04	17,998.12	23.56	19,734.69	25.39
营业收入	65,138.72	100.00	102,244.22	100.00	76,383.21	100.00	77,733.79	100.00

最近三年及一期，公司的期间费用占营业收入的比例分别为 25.39%、23.56%、20.04%和 18.90%，不考虑 2019 年销售费用的运杂费，2019 年期间费用占营业收入比例为 21.84%，基本呈下降趋势。

1、销售费用

公司的销售费用主要由运杂费、职工薪酬、租金物业费等组成。最近三年及一期，公司销售费用金额分别为 10,325.36 万元、7,383.05 万元、7,986.80 万元 6,157.77 万元，销售费用率分别为 13.28%、9.67%、7.81%和 9.45%。报告期内，公司销售费用构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	4,220.69	68.54	5,529.91	69.24	5,206.21	70.52	4,618.11	44.73

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租金物业费	5.33	0.09	78.31	0.98	467.25	6.33	207.84	2.01
折旧摊销	246.83	4.01	292.50	3.66	32.47	0.44	28.18	0.27
销售佣金	331.59	5.38	393.65	4.93	197.93	2.68	400.05	3.87
销售服务费	303.94	4.94	401.33	5.02	390.33	5.29	342.49	3.32
广告宣传费	21.65	0.35	86.08	1.08	92.81	1.26	411.90	3.99
保险费	235.39	3.82	329.00	4.12	249.47	3.38	272.80	2.64
快递费	398.26	6.47	383.37	4.80	284.17	3.85	474.31	4.59
运杂费							2,757.18	26.70
其他	394.09	6.40	492.64	6.17	462.42	6.26	812.50	7.87
合计	6,157.77	100.00	7,986.80	100.00	7,383.05	100.00	10,325.36	100.00

注：2020 年开始，公司根据新收入准则，将商品控制权转移前发生的运杂费用计入营业成本。2019 年度，计入销售费用的运杂费与整体运杂费的差额 791.11 万元，系美国选一自画家居、画之都采购产品产生的运杂费，计入主营业务成本。

（1）职工薪酬

最近三年及一期，销售费用中职工薪酬金额分别为 4,618.11 万元、5,206.21 万元、5,529.91 万元和 4,220.69 万元，呈增长趋势，主要是随着业务规模扩大，公司提高了销售人员的整体薪酬水平。公司销售人员包括境内销售人员和位于美国选一、英国、南美等地的境外销售人员，受当地工资水平影响，境外销售人员平均薪酬高于境内销售人员平均薪酬。

2019 年度至 2021 年度，公司与同行业可比上市公司的销售人员数量及平均薪酬对比情况如下：

单位：万元

公司	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	薪酬	人数	平均	薪酬	人数	平均	薪酬	人数	平均
创源股份	2,469.86	173	14.28	2,080.75	137	15.19	2,073.72	130	15.95
德艺文创	1,969.62	153	12.87	1,832.29	150	12.22	1,696.54	138	12.29
真爱美家	984.98	71	13.87	870.24	67	12.99	746.91	41	18.22
众望布艺	799.87	17	47.05	779.67	14	55.69	852.84	15	56.86
英科再生	7,718.48	248	31.12	5,067.85	191	26.53	4,334.41	-	-
浙江永强	10,100.77	328	30.80	8,940.05	272	32.87	8,434.76	267	31.59
中源家居	1,818.95	98	18.56	2,152.01	154	13.97	1,968.55	180	10.94

公司	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	薪酬	人数	平均	薪酬	人数	平均	薪酬	人数	平均
雅艺科技	154.92	7	22.13	125.06	8	15.63	93.52	9	10.39
平均值	-	-	23.84	-	-	23.14	-	-	22.29
华鸿股份	5,529.91	226	24.47	5,206.21	214	24.33	4,618.11	219	21.09

注：英科再生未披露 2019 年度销售人员的数量及人均职工薪酬。

2019 年度、2020 年度和 2021 年度，公司销售人员平均薪酬分别为 21.09 万元、24.33 万元和 24.47 万元。与可比公司相比，公司销售人员平均薪酬处于合理水平。

（2）租金物业费和折旧摊销

最近三年及一期，销售费用的租金物业费分别为 207.84 万元、467.25 万元、78.31 万元和 5.33 万元；折旧摊销分别为 28.18 万元、32.47 万元、292.50 万元和 246.83 万元。租金物业费主要为美国选一租赁的办公室、物业费、水电费等费用，2020 年美国选一租赁了新办公室，租金较 2019 年以前大幅上涨；2021 年起，公司适用新租赁准则，对美国选一租赁的办公室确认了使用权资产，导致 2021 年起公司销售费用中租金物业费减少，折旧摊销费用增加。

（3）销售佣金

最近三年及一期，公司的销售佣金分别为 400.05 万元、197.93 万元、393.65 万元和 331.59 万元。销售佣金主要为公司为拓展业务向居间人支付的佣金。为持续开发和维护客户，公司与销售代表合作，由销售代表利用自身渠道资源为公司推介客户和订单，提供居间服务，公司在获取订单实现销售确认收入时按照一定的佣金计算方式计提销售佣金，并于收到客户回款后按约定向居间人支付。公司与相关佣金支付方不存在关联关系，报告期内佣金均系第三方为公司开拓境外业务而发生的佣金，相关活动符合行业惯例。

（4）销售服务费

最近三年及一期，公司的销售服务费分别为 342.49 万元、390.33 万元、401.33 万元和 303.94 万元，主要为天画家居向淘宝电商平台支付的服务费，包括天猫信息技术软件服务费用等。

（5）广告宣传费

最近三年及一期，公司的广告宣传费分别为 411.90 万元、92.81 万元、86.08 万元和 21.65 万元，包括公司参加展会的费用、赠送的样品等。2020 年后广告宣传费较 2019 年大幅减少，主要原因是受疫情影响，公司 2020 年后大幅减少了境外参展。

（6）保险费和快递费

最近三年及一期，销售费用的保险费分别为 272.80 万元、249.47 万元、329.00 万元和 235.39 万元；快递费分别为 474.31 万元、284.17 万元、383.37 万元和 398.26 万元。保险费主要为公司开展外销业务向中国出口信用保险公司浙江分公司支付的保险费。快递费主要为公司开展电商业务及少量线下业务支付的快递费。

（7）运杂费

公司的运杂费包括运输费、港杂费等。2019 年，公司将销售产生的运输费、港杂费作为销售商品过程中发生的费用计入销售费用。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》，企业向客户销售商品在控制权转移给客户之前发生的运输费、港杂费作为合同履约成本，2020 年及以后在主营业务成本核算。最近三年及一期，公司运杂费金额分别为 3,548.29 万元、4,549.07 万元、7,394.47 万元和 4,904.97 万元，占营业成本的比例分别为 9.24%、11.26%、12.26%和 12.73%。运输费主要包括两方面：外销方面，公司需承担货物运送至发货港口的运输费用，部分外销业务需承担货物运送至目的港口的海运费，美国选一向华鸿股份、画之都采购产品也会产生海运费；内销方面，公司需承担货物送达客户指定地点产生的物流费用。港杂费主要核算货物运输到港口后、开船之前的所有费用，包括订舱费、提单费、报关操作费、关税等，还包括美国选一在美国港口临时存放少量货物的仓储费用。

最近三年及一期，公司运杂费具体情况如下：

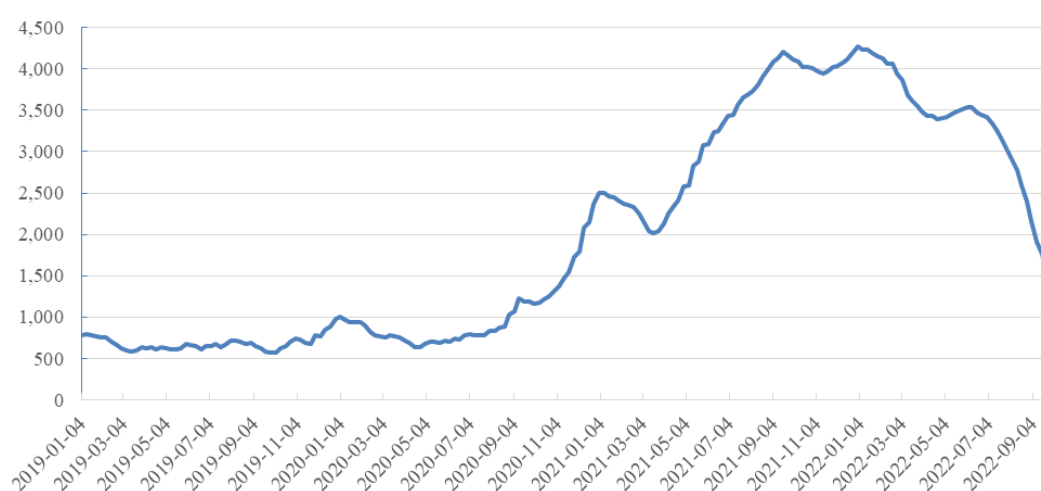
单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

运输费	3,264.44	4,542.00	2,252.35	1,448.32
港杂费	1,640.52	2,852.47	2,296.72	2,099.97
合计	4,904.97	7,394.47	4,549.07	3,548.29
营业成本	38,517.51	60,299.81	40,395.59	38,399.89
（运输费+港杂费）/营业成本	12.73%	12.26%	11.26%	9.24%

2020 年下半年以来海运市场运力紧缺导致货柜资源短缺，海运成本急剧上升；2022 年以来，海运价格从高位波动下降。报告期内，宁波出口集装箱运价指数如下：

2019至2022年三季度宁波出口集装箱运价指数走势



数据来源：Wind

最近三年及一期，公司的运输费用分别为 1,448.32 万元、2,252.35 万元、4,542.00 万元和 3,264.44 万元，主要是受海运价格上升影响，公司运输费用出现大幅上涨。公司在销售定价过程中会综合考虑运费因素，公司外销主要采取 FOB 模式，由客户自行承担海运费，运费的大幅上涨未对公司盈利产生重大不利影响。

（8）销售费用率与同行业可比公司比较情况

最近三年及一期，公司销售费用率与同行业可比公司比较情况如下：

项目	销售费用率			
	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创源股份	6.80%	6.64%	5.93%	7.63%
德艺文创	4.25%	4.56%	4.92%	8.49%

真爱美家	1.78%	1.60%	3.65%	2.97%
众望布艺	4.30%	2.72%	2.90%	7.91%
英科再生	4.97%	5.10%	9.10%	9.24%
浙江永强	7.87%	4.63%	8.54%	9.76%
中源家居	14.19%	8.24%	10.02%	18.26%
雅艺科技	4.66%	2.53%	2.53%	8.96%
平均费率	6.10%	4.50%	5.95%	9.15%
华鸿股份	9.45%	7.81%	9.67%	13.28%

报告期内，公司销售费用率高于同行业可比公司，主要原因有：（1）与同行业可比公司相比，公司客户较为分散，需要依靠更多的销售人员开拓市场、维护客户；（2）公司在美国设立美国选一，聘用当地销售人员开拓市场，其薪酬水平及租金较高，导致公司销售费用整体高于同行业平均水平。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用主要包括职工薪酬、折旧及摊销、中介机构服务费、股份支付等，具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	3,558.45	62.31	4,652.02	65.00	3,714.40	65.87	3,211.92	54.66
折旧及摊销	634.54	11.11	674.68	9.43	546.04	9.68	456.23	7.76
中介机构服务费	522.80	9.15	517.97	7.24	375.36	6.66	378.97	6.45
公共设施及物料消耗	358.96	6.29	498.02	6.96	413.95	7.34	700.98	11.93
办公费	138.00	2.42	141.33	1.97	112.35	1.99	157.71	2.68
差旅交通费	77.67	1.36	34.81	0.49	30.04	0.53	106.33	1.81
股份支付				-		-	266.36	4.53
其他	420.63	7.37	638.28	8.92	446.74	7.92	597.43	10.17
合计	5,711.05	100.00	7,157.11	100.00	5,638.87	100.00	5,875.92	100.00

最近三年及一期，公司管理费用金额分别为 5,875.92 万元、5,638.87 万元、7,157.11 万元和 5,711.05 万元，管理费用率分别为 7.56%、7.38%、7.00% 和 8.77%。2021 年，管理费用较 2020 年增加 1,518.24 万元，主要是 2021 年公

司销售业绩大幅增长，公司管理成本随之增长。报告期内公司管理费用率保持稳定。

（1）职工薪酬

最近三年及一期，公司管理费用的职工薪酬分别为 3,211.92 万元、3,714.40 万元、4,652.02 万元和 3,558.45 万元，占管理费用的比例分别为 54.66%、65.87%、65.00%和 62.31%。2019 年度至 2021 年度，公司与同行业可比上市公司的管理人员数量及平均薪酬对比情况如下：

单位：万元

上市公司	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	薪酬	人数	平均	薪酬	人数	平均	薪酬	人数	平均
创源股份	7,642.60	317	24.11	5,935.12	406	14.62	4,970.91	342	14.53
德艺文创	998.10	105	9.51	807.44	60	13.46	748.65	56	13.37
真爱美家	1,468.61	72	20.40	1,531.31	70	21.88	1,383.09	63	21.95
众望布艺	1,236.13	57	21.69	853.73	51	16.74	1,009.98	94	10.74
英科再生	6,303.16	237	26.60	3,895.92	395	9.86	3,214.92	-	-
浙江永强	16,584.80	1,004	16.52	10,699.45	655	16.34	10,814.68	630	17.17
中源家居	1,923.40	166	11.59	1,938.61	349	5.55	1,983.09	95	20.87
雅艺科技	782.51	60	13.04	526.94	49	10.66	317.08	40	8.03
平均值			17.93			13.64			15.24
华鸿股份	4,652.02	356	13.07	3,714.40	267	13.91	3,211.92	298	10.78

注 1：英科再生未披露 2019 年度的管理人员的数量及人均职工薪酬。

注 2：以上管理人员人数包括年度报告及招股说明书中披露的管理人员、行政人员、财务人员、质检人员。

与同行业可比上市公司相比，公司的管理人员平均薪酬低于同行业可比公司平均值，主要原因是公司管理人员包括了部分基层管理人员，平均薪酬较低。2020 年管理人员平均人数低于 2019 年，主要原因是 2020 年上半年公司受疫情影响，管理人员离职较多，导致全年管理人员平均人数减少。2020 年管理人员职工薪酬较 2019 年增加较多，主要原因是 2020 年下半年公司订单激增，为配合生产，公司增加了对管理人员的奖金激励和福利。

2021 年管理人员平均人数显著高于 2020 年，主要原因是 2020 年下半年起公司全面复工复产开始招聘管理人员，且公司于 2020 年底至 2021 年上半年调整了组织架构，新增了部分管理人员。

（2）股份支付

2019 年公司发生股份支付 266.36 万元，主要是 2019 年 9 月-11 月期间公司股东龚品忠、龚新明家族成员股权调整所致。具体为：

2019 年 9 月，华鸿控股将其持有的 5%华鸿有限股权以 1 元/出资额的价格转让给王爱香，将其持有的 5%华鸿有限股权以 1 元/出资额的价格转让给王荷仙。

2019 年 9 月，华鸿控股将其持有的 10%华鸿有限股权以 1 元/出资额的价格转给易富投资。

2019 年 9 月，龚品忠、华鸿控股投资设立易富投资，其中龚品忠持股 99.90%、华鸿控股 0.10%。2019 年 11 月，龚品忠向龚新明转让 385.21 万元出资份额，转让前后易富投资出资份额变更情况如下所示：

序号	股东名称	转让前		转让后	
		出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	龚品忠	799.20	99.90	413.99	51.74
2	华鸿控股	0.80	0.10	0.80	0.10
3	龚新明	-	-	385.21	48.15
合计		800.00	100.00	800.00	100.00

通过上述股权变更，龚品忠、王爱香家庭和龚新明、王荷仙家庭穿透后所实际控制的发行人的股份发生以下变动：

持股人	转让前穿透持股			转让后穿透持股		
	持股方式	持股数量 (万股)	比例 (%)	持股方式	持股数量 (万股)	比例 (%)
龚品忠、王爱香家庭	龚品忠通过华鸿控股持股；王爱香未持股	4,144.00	51.80	龚品忠通过华鸿控股持股 3,315.20 万股，通过易富投资持股 414.40 万股；王爱香直接持股 400 万股	4,129.60	51.62
龚新明、王荷仙家庭	龚新明通过华鸿控股持股；王荷仙未持股	3,856.00	48.20	龚新明通过华鸿控股持股 3,084.80 万股，通过易富投资持股 385.60 万股；王荷仙直接持股 400 万股	3,870.40	48.38
合计	-	8,000.00	100.00	-	8,000.00	100.00

转让后，龚品忠、王爱香家庭实际向龚新明、王荷仙家庭转让发行人股权 14.4 万股。发行人根据 2018 年度每股收益 1.95 元/股，参考同期上市公司股份支付案例，按 10 倍市盈率计算股份支付的公允价值，公允价值与股权转让价格 1 元/股之间的差额 266.36 万元确认为股份支付费用。

（3）管理费用率与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司管理费用率与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	管理费用率			
	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创源股份	14.18%	14.41%	15.91%	16.03%
德艺文创	5.65%	5.07%	6.07%	7.07%
真爱美家	8.65%	7.76%	6.89%	6.64%
众望布艺	10.10%	7.73%	8.16%	9.52%
英科再生	11.44%	10.89%	9.88%	10.16%
浙江永强	6.69%	6.71%	8.47%	8.71%
中源家居	8.19%	6.39%	5.83%	7.59%
雅艺科技	10.72%	6.88%	5.93%	7.19%
平均费率	9.45%	8.23%	8.39%	9.11%
华鸿股份	8.77%	7.00%	7.38%	7.56%

数据来源：可比上市公司公开披露的定期报告和招股说明书等。

公司管理费用率略低于可比公司平均值，主要因为创源股份的管理费用率显著高于其他可比上市公司，拉高了可比上市公司平均水平。若剔除创源股份较高的管理费用率的影响，报告期内可比上市公司管理费用率平均为 8.13%、7.32%、7.35%和 8.78%，与公司管理费用率基本相当。

3、研发费用

最近三年及一期，公司研发费用构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,701.26	75.81	3,253.96	66.60	2,209.27	64.03	2,156.96	62.46
材料消耗	517.27	14.52	1,230.71	25.19	1,006.19	29.16	1,089.11	31.54
其他	344.85	9.68	401.00	8.21	234.96	6.81	207.52	6.01

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	3,563.39	100.00	4,885.67	100.00	3,450.43	100.00	3,453.59	100.00
占营业收入的比例	5.47		4.78		4.52		4.44	

最近三年及一期，公司研发费用金额分别为 3,453.59 万元、3,450.43 万元、4,885.67 万元和 3,563.39 万元，占营业收入的比例分别为 4.44%、4.52%、4.78%和 5.47%。公司研发费用中支出比例最大的为职工薪酬。报告期内，研发职工薪酬占研发费用的占比分别为 62.46%、64.03%、66.60%和 75.81%。

（1）研发项目费用支出情况

报告期内，公司主要研发项目的研发费用支出及截至 2022 年 9 月末的实施进度情况如下：

序号	项目名称	研发费用（万元）			
		2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	环保可降解室内装饰材料开发	-	-	2.81	138.62
2	高光耐磨丝印油墨研制	-	-	5.64	145.27
3	亮光蚀刻磨砂玻璃生产工艺技术研究	-	-	7.00	120.52
4	耐水型 UV 雨滴生产工艺技术研究	-	-	6.29	101.73
5	耐水型紫外线固化铂金油墨研制	-	-	6.21	116.71
6	改性贴箔胶研制	-	-	1.76	118.97
7	UV 沙金工艺技术研究	-	-	6.97	123.40
8	高透明度耐摩擦 PC 材料研发	-	-	2.10	109.94
9	一种漆画工艺技术研究	-	-	-	22.11
10	关于立项开展聚乙烯包覆椰壳粉颗粒粒子共混发泡材料研发	-	-	63.30	108.92
11	沸石阻燃发泡剂研发	-	-	69.27	98.04
12	发泡线条冷挤压工艺研发	-	1.31	119.51	77.33
13	废旧塑料粒子改性研发	-	3.03	85.04	57.79
14	可透气玻璃研发	-	24.86	103.13	69.12
15	可消除烟味的画框研发	-	35.66	178.39	80.92
16	玻璃镜子磨边后防止腐蚀变色研究	-	51.87	136.26	48.81
17	画框压紧式工艺技术研究	10.47	109.30	160.81	4.81

序号	项目名称	研发费用（万元）			
		2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
17	画框防松动工艺技术研究	-	119.08	136.63	5.44
19	挂相框不损坏墙体工艺技术研究	5.44	106.38	88.19	5.16
20	高度可调整镜子制作工艺技术研究	0.31	123.09	122.27	6.15
21	导光板装饰画制作工艺技术研究	2.82	69.45	76.87	-
22	带绒布框条研发	0.45	142.60	102.67	-
23	玻璃防雾技术研发	68.40	160.79	18.40	-
24	人体感应壁挂灯镜研发	65.68	119.05	4.89	-
25	再生聚苯乙烯制备低密度、阻燃、抗紫外线装饰线条研发	49.47	429.09	26.40	-
26	一种多功能装饰镜研发	74.50	118.29	-	-
27	一种银镜缓蚀剂	81.95	95.48	-	-
28	一种铝镜缓蚀剂	79.24	89.98	-	-
29	表面涂覆金属折光雨滴玻璃研发	67.72	73.10	-	-
30	肌理干花纸框条研发	61.76	86.69	-	-
31	带托盘全身镜研发	58.31	62.15	-	-
32	轻便可折叠携带铁艺镜研发	66.98	54.62	-	-
33	可上下移动的相框挂件研发	102.94	82.07	-	-
34	环保型高性能低温固化环氧聚酯粉末涂料研发	61.33	46.83	-	-
35	从正面镶嵌镜框的研发	112.87	16.11	-	-
36	新具像表现油画技术研发	-	20.00	-	-
37	可拆卸置物镜	59.00	-	-	-
38	合金连接方式技术研究	57.67	-	-	-
39	藤编纸质框条技术研究	46.71	-	-	-
40	便携式弹片门镜挂钩研发	80.78	-	-	-
41	可拆装灯镜研究	44.44	-	-	-
42	智能小夜灯工艺技术研究	-	-	-	23.67
43	灯管装饰画工艺技术研究	-	-	-	21.81
44	利用废硬纸筒、布料制作直筒装饰画工艺技术研究	-	-	-	62.69
45	聚合物包覆金属颜料墨水研发	-	-	-	57.64
46	采用流彩热腐蚀工艺制作装饰画技术研究	-	-	19.05	188.32
47	仿金属铁皮装饰画工艺技术研究	-	-	20.82	178.50

序号	项目名称	研发费用（万元）			
		2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
48	仿特种玻璃双层装饰画制作工艺技术研究	-	-	18.75	163.29
49	金葱革水晶装饰画制作工艺技术研究	-	-	20.91	152.13
50	拓印热腐蚀装饰画制作工艺技术研究	-	-	18.65	157.53
51	一种具有高吸光性的涂料研发	-	-	17.47	189.88
52	信息化软件 ERP 研发	-	-	-	11.58
53	利用钛白废酸制备红色颜料研发	-	-	241.51	130.72
54	仿生结构生色装饰画研制	2.26	145.11	234.07	114.22
55	功能性光固化数码喷印墨水的研制及装饰画数码喷印技术研发	20.18	109.33	209.39	127.56
56	温控缓释芳香微胶囊开发及在装饰画中的应用	18.36	84.24	227.74	159.00
57	装饰画设计素材智能检索系统软件研发	41.16	132.47	228.77	137.49
58	新型多功能纳米改性蜡颜料研发	94.93	166.42	192.32	-
59	感应式床头 3D 灯画研发	75.92	178.61	100.13	-
60	具有空气净化效果床头浮雕画研发	59.86	157.84	91.04	-
61	网纱浮雕感应灯箱画研发	77.84	181.18	84.05	-
62	人体感应床头灯画摆饰研发	65.06	164.81	83.36	-
63	浙江制造团体标准《工艺油画》研发	57.53	162.16	-	-
64	3D 打印用新型柔性 UV 白色喷墨研发	5.57	269.21	-	-
65	高效环保电致发光材料研发	85.56	106.07	-	-
66	多功能相框型材研发	67.29	72.62	-	-
67	智能声控百变灯研发	70.97	47.24	-	-
68	变色立体亚克力感应灯画研发	86.86	32.75	-	-
69	精雕错位发光版画研发	76.93	43.41	-	-
70	智能感应雾化镜子研发	81.52	34.99	-	-
71	便于运输组合包装框研发	72.98	36.92	-	-
72	空气净化自清洁功能纸关键技术研究	138.88	-	-	-
73	纸张织物定型技术研发	133.71	-	-	-
74	多材料复合装饰线条研发	54.37	32.00	-	-
75	组合装饰板研发	38.14	48.82	-	-
76	内雕镀银工艺技术研究	10.33	5.34	-	-
77	琉璃彩装饰画研发	15.12	32.04	-	-

序号	项目名称	研发费用（万元）			
		2022年 1-9月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
78	防框角正面开裂连接结构研发	39.41	25.35	-	-
79	3D打印仿毛线装饰画	18.00	43.14	25.35	-
80	新型环保水性纳米颜料关键技术研发	25.23	29.10	-	-
81	便于快速组装的纸质画框研发	19.04	-	-	-
82	立体线条装饰画研发	11.62	7.43	-	-
83	仿碎玻璃装饰画研发	17.78	8.48	-	-
84	半透实物装饰画研发	11.42	4.85	-	-
85	新型环保儿童手指画颜料	0.65	49.09	86.23	-
86	铁艺工艺技术的研发	-	-	-	17.80
87	新型多功能感温变色油画塑形膏关键技术研发	99.80	233.77	-	-
88	MDF框条表面压纹工艺技术研发	26.50			
89	降噪功能框类产品研发	23.70			
90	一种复合塑形胶条研发	21.82			
91	开展组合装饰镜研发	25.70			
92	开展一种反应型聚氨酯热熔胶研发	25.60			
93	开展木材表面超疏水化改性技术研究	9.10			
94	装饰画用光固化数码喷印墨水关键技术研发	5.91			
95	高透明速干可控环保胶水研发	87.09			
96	透明导电墨水研发	83.04			
97	一种角度变色材料研发	67.55			
98	可拆装的画框研发	65.00			
99	设计素材智能分类软件研发	30.02			
100	速干高强塑形轻型颜料研发	15.59			
101	抗菌抗紫外线轻型快干艺术肌理涂料研发	14.08			
102	带拆卸式透明板装饰画研发	8.45			
103	一种带真空吸盘的装饰画	12.62			
104	一种带有自动清洗功能的装饰画	11.10			
105	一种可净化空气的装饰画研发	11.02			
106	一种可更换装饰画的画框	12.19			
107	一种便于组装的装饰画	11.32			

序号	项目名称	研发费用（万元）			
		2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
108	一种便于拆卸的装饰画	11.34			
109	新型抗菌除甲醛装饰画研发	31.18			
合计		3,563.39	4,885.67	3,450.43	3,453.59

（2）研发费用率与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司研发费率与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	研发费用率			
	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创源股份	3.90%	5.24%	6.10%	6.27%
德艺文创	2.69%	2.80%	3.22%	3.76%
真爱美家	5.94%	4.82%	3.95%	3.76%
众望布艺	3.92%	3.44%	3.53%	4.23%
英科再生	4.56%	4.86%	4.51%	4.24%
浙江永强	2.49%	2.73%	3.87%	3.86%
中源家居	3.24%	2.79%	2.89%	3.78%
雅艺科技	3.66%	3.32%	2.81%	3.24%
平均费率	3.80%	3.75%	3.86%	4.14%
华鸿股份	5.47%	4.78%	4.52%	4.44%

数据来源：可比上市公司公开披露的定期报告和招股说明书等。

最近三年及一期，公司的研发费用率分别为 4.44%、4.52%、4.78%和 5.47%，其中，创源股份、真爱美家、英科再生与公司研发费用率相近，其他同行业可比公司低于发行人研发费用率。主要原因是突出的原创设计和研发能力是公司的核心竞争力，公司一直重视新产品、新工艺、新材料的开发与创新，将其作为公司维持核心竞争优势的重要保证。为此，公司在研发费用上持续投入，确保公司的竞争优势，发行人的研发费用率亦高于同行业水平。

（3）重要研发项目的整体预算、费用支出及实施进度等情况

报告期内，公司的研发项目共有 109 项，截至 2022 年 9 月 30 日共有在研项目 51 项，已完结项目 58 项。公司重要研发项目的整体预算、费用支出及截至报告期末实施进度情况如下：

单位：万元

项目名称	整体 预算	研发费用				实施 进度
		2022年 1-9月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
仿生结构生色装饰画研制	480.00	2.26	145.11	234.07	114.22	已完成
装饰画设计素材智能检索系统软件研发	470.00	41.16	132.47	228.77	137.49	未完成
温控缓释芳香微胶囊开发及在装饰画中的应用	435.00	18.36	84.24	227.74	159.00	未完成
再生聚苯乙烯制备低密度、阻燃、抗紫外线装饰线条研发	420.00	49.47	429.09	26.40	-	已完成
新型多功能纳米改性蜡颜料研发	420.00	94.93	166.42	192.32	-	已完成
利用钛白废酸制备红色颜料研发	380.00	-	-	241.51	130.72	已完成
功能性光固化数码喷印墨水的研制及装饰画数码喷印技术研发	380.00	20.18	109.33	209.39	127.56	未完成
感应式床头 3D 灯画研发	280.00	75.92	178.61	100.13	-	未完成
网纱浮雕感应灯箱画研发	280.00	77.84	181.18	84.05	-	已完成

注：部分项目预算数小于实际投入金额主要原因是项目整体预算系项目立项时根据历史研发经验预估确认，与实际投入金额存在一定差异。

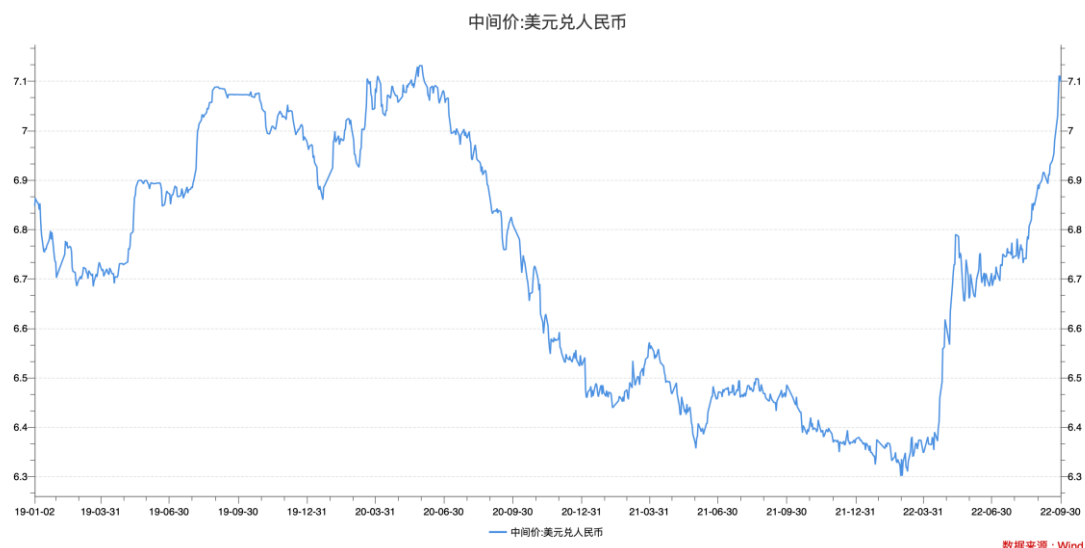
4、财务费用

最近三年及一期，公司财务费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年 1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
利息支出	99.76	154.78	163.10	222.04
其中：租赁负债利息费用	48.72	53.21		
减：利息收入	190.37	483.75	331.19	36.36
汇兑损益	-3,106.21	680.79	1,594.48	-248.29
其他	72.75	111.87	99.39	142.45
合计	-3,124.07	463.69	1,525.78	79.83

报告期各期，受汇兑损益等因素影响，公司财务费用变动幅度较大。公司汇兑损益主要来源于外销收入的美元收款。报告期内，中间价：美元兑人民币如下：



数据来源: Wind

2019 年, 美元兑人民币汇率上升, 形成 248.29 万元汇兑收益。2020 年, 财务费用较 2019 年增加 1,445.95 万元, 主要是 2020 年美元兑人民币汇率下降, 导致公司 2020 年形成汇兑损失 1,594.48 万元; 2021 年, 财务费用较 2020 年减少 1,062.08 万元, 主要是 2021 年美元兑人民币汇率呈缓慢下降趋势, 导致公司 2021 年形成汇兑损失 680.79 万元。2022 年 1-9 月, 美元兑人民币汇率上升, 尤其是 2022 年第二季度、第三季度美元兑人民币汇率快速上升, 导致公司 2022 年 1-9 月形成汇兑收益 3,106.21 万元。

5、同行业可比公司期间费用率比较

公司名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创源股份	21.80%	28.20%	29.76%	29.50%
德艺文创	9.82%	13.51%	16.55%	18.98%
真爱美家	12.64%	14.50%	16.17%	13.29%
众望布艺	10.97%	13.28%	15.36%	21.17%
英科再生	16.39%	21.56%	25.78%	25.14%
浙江永强	14.59%	12.02%	19.44%	24.21%
中源家居	21.43%	18.30%	20.59%	28.94%
雅艺科技	5.08%	13.23%	13.30%	18.77%
平均费率	14.09%	16.83%	19.62%	22.50%
华鸿股份	18.90%	20.04%	23.56%	25.39%

报告期内，公司期间费用率高于行业平均水平，主要是销售费用率和研发费用率较高所致。

（五）利润表其他项目分析

1、税金及附加

最近三年及一期，公司税金及附加具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
城市维护建设税	306.97	399.33	383.75	412.75
教育费附加	147.80	194.03	186.38	204.13
地方教育费附加	98.94	129.36	124.26	136.09
房产税	73.45	111.15	66.47	140.35
土地使用税	103.01	78.64		
印花税	24.71	54.24	32.43	27.20
合计	754.88	966.74	793.29	920.51

公司税金及附加主要包括城市维护建设税、教育税附加、地方教育税附加、房产税、土地使用税以及印花税等。2020 年，公司税金及附加金额较 2019 年减少 127.22 万元，主要是画家居于 2020 年取得高新技术企业认证，2020 年起画家居房产税税收减免所致。公司 2021 年和 2022 年 1-9 月土地使用税金额分别为 78.64 万元和 103.01 万元，主要是根据《浙江省人民政府办公厅关于进一步减轻企业负担增强企业竞争力的若干意见》（浙政办发【2018】99 号）的有关规定，自 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，提供 A 类、B 类企业的城镇土地使用税差别化减免幅度，画之都土地使用税减免幅度为 100%。

2、其他收益

最近三年及一期，公司其他收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助	1,132.07	1,089.89	2,904.70	899.39
代扣个人所得税手续费返还	11.94	11.50	9.86	
合计	1,144.01	1,101.39	2,914.57	899.39

最近三年及一期，公司其他收益主要为政府补助，政府补助金额分别为 899.39 万元、2,904.70 万元、1,089.89 万元和 1,132.07 万元，明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	与资产相关/ 与收益相关
高质量发展扶持资金	188.89	160.54	1,330.27		与收益相关
稳岗技能提升补助	113.11		435.84		与收益相关
出口贸易扶持补助资金	364.00	124.67	332.87	216.81	与收益相关
失业保险稳就业社保返还补贴	14.25		220.00	195.42	与收益相关
支持企业股改重组挂牌上市财政扶持			213.50		与收益相关
科技创新奖励和研发投入补助	205.46	337.21	141.49	333.84	与收益相关
疫情复工补助			70.40		与收益相关
政府贴息			69.24		与收益相关
去库存奖励			60.00		与收益相关
技改补助摊销	0.57	6.95	13.76	14.04	与资产相关
社保费退回补贴				47.20	与收益相关
文化产业发展专项资金	20.00			72.00	与收益相关
支持企业防范贸易风险		198.48			与收益相关
小升规奖励	10.00	20.00			与收益相关
版博会参展补助		12.73			与收益相关
美国选一疫情补助		210.64			与收益相关
税费支持政策退免税	5.13				与收益相关
两化融合企业上云奖励	22.22				与收益相关
2020 年房产税退税款	24.84				与收益相关
2021 年房产税减免	14.09				与收益相关
2021 年土地使用税减免	78.64				与收益相关
中小企业纾困帮扶资金	61.41				与收益相关
其他	9.45	18.67	17.33	20.08	与收益相关
合计	1,132.07	1,089.89	2,904.70	899.39	

3、投资收益

最近三年及一期，公司投资收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
处置交易性金融资产取得的投资收益	60.16	377.36	2,061.09	-604.74
理财产品取得的投资收益	44.76	6.21	10.48	182.70
合计	104.92	383.58	2,071.57	-422.05

报告期内，公司的投资收益主要由处置交易性金融资产取得的投资收益和理财产品收益组成。公司销售以外销为主，主要以美元结算，因此公司面临因汇率波动风险造成大额汇兑损失的风险。为降低汇率波动风险，报告期内，公司根据出口情况，适当开展远期外汇业务，包括远期结汇业务、外汇期权业务以及货币互换业务。公司利用远期结汇、外汇期权以及货币互换等金融衍生工具防范汇率变动风险，符合公司出口为主的业务特征。

最近三年及一期，公司处置交易性金融资产取得的投资收益金额分别为-604.74 万元、2,061.09 万元、377.36 万元和 60.16 万元。2019 年，公司处置交易性金融资产形成损失，主要是 2019 年美元对人民币汇率上升，公司外汇远期和外汇期权的交割汇率低于实际汇率，形成投资损失。2020 年至 2021 年，公司处置交易性金融资产取得的投资收益金额较高，主要是 2020 年下半年及 2021 年人民币相对美元升值幅度较大，公司外汇远期和外汇期权的交割汇率高于实际汇率，形成投资收益。

4、公允价值变动收益

最近三年及一期，公司公允价值变动损益均为衍生金融工具产生的公允价值变动损益，分别为-765.22 万元、816.58 万元、42.63 万元和-277.11 万元，主要是公司购买外汇金融衍生品于报告期末产生的公允价值变动损益。

5、信用减值损失及资产减值损失

最近三年及一期，公司信用减值损失及资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
信用减值损失	-312.62	16.81	460.30	154.95
其中：应收账款坏账损失	-226.38	-90.38	444.84	144.92
其他应收款坏账损失	-86.24	107.19	15.46	10.03
资产减值损失	200.32	129.77	195.46	193.34

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
其中：存货跌价损失	200.32	129.77	195.46	193.34
合计	-112.31	146.58	655.76	348.29

公司信用减值损失及资产减值损失主要为计提的应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备及存货跌价准备。2020 年，公司信用减值损失及资产减值损失较 2019 年增加 307.46 万元，主要是 2020 年下半年公司业务量剧增导致期末应收账款余额大幅增加所致；2021 年公司信用减值损失及资产减值损失较 2020 年减少 509.17 万元，主要是 2021 年公司加强款项催收，应收款项回款较为及时，期末应收账款余额大幅减少所致。2022 年 9 月末公司信用减值损失及资产减值损失较 2021 年减少 258.89 万元，主要是 2022 年 9 月末应收账款余额大幅减少所致。

6、资产处置收益

最近三年及一期，公司资产处置收益分别为 143.61 万元、42.71 万元、-17.57 万元和 8.95 万元，金额较小，主要是处置固定资产产生的损失和利得。

7、营业外收支

（1）营业外收入

最近三年及一期，公司营业外收入金额分别为 32.82 万元、18.25 万元、38.72 万元和 50.66 万元，金额较小，主要是公司对员工的罚款收入。

（2）营业外支出

最近三年及一期，公司营业外支出分别为 25.38 万元、44.47 万元、145.60 万元和 92.00 万元，金额较小，主要是非流动资产毁损报废损失等。

8、所得税费用

最近三年及一期，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税费用	2,233.56	2,914.21	2,804.19	3,117.11
递延所得税费用	295.54	-192.30	286.35	-78.72
所得税费用合计	2,529.10	2,721.90	3,090.54	3,038.40

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	14,609.94	21,740.99	22,359.66	18,193.58
占利润总额比例	17.31%	12.52%	13.82%	16.70%

报告期内，当期所得税费用占利润总额的比例分别为 16.70%、13.82%、12.52%和 17.31%，基本合理。

9、少数股东损益

2021 年公司收购林君文化，2021 年和 2022 年 1-9 月产生少数股东损益分别为 137.87 万元和 50.71 万元，占当期净利润比例分别为 0.72%和 0.42%，占比较低。

（六）报告期纳税情况

公司主要缴纳税种为增值税、企业所得税，报告期内随公司收入及盈利水平的增长而逐年增加。

1、增值税

报告期内，公司增值税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	期初未交数	本期应交	本期已交	期末未交数
2019 年度	42.16	-78.20	22.54	-58.58
2020 年度	-58.58	85.10	36.37	-9.85
2021 年度	-9.85	464.23	527.96	-73.58
2022 年 1-9 月	-73.58	94.23	26.19	-5.55

2、企业所得税

报告期内，公司企业所得税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	期初未交数	本期应交	本期已交	期末未交数
2019 年度	1,143.07	3,117.11	2,946.60	1,313.58
2020 年度	1,313.58	2,804.19	1,660.92	2,456.85
2021 年度	2,464.87	2,919.37	4,674.05	710.18
2022 年 1-9 月	710.18	2,232.65	1,582.14	1,360.70

报告期内，公司按照税法规定及时纳税，不存在拖欠税收义务的情形。报告期内，公司不存在重大税收政策变化，未来税收优惠具备可持续性，对税收优惠不存在严重依赖。

十、资产质量分析

报告期各期末，公司各类资产金额及占总资产的比例如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	49,001.26	68.02	46,541.20	67.42	41,314.91	72.97	24,726.79	69.42
非流动资产	23,035.56	31.98	22,491.60	32.58	15,304.50	27.03	10,889.88	30.58
总资产	72,036.82	100.00	69,032.80	100.00	56,619.41	100.00	35,616.67	100.00

报告期各期末，公司资产总额分别为 35,616.67 万元、56,619.41 万元、69,032.80 万元和 72,036.82 万元，资产规模总体呈增长趋势。2020 年末，公司总资产较 2019 年末增加 21,002.74 万元，主要是：（1）公司 2020 年 12 月增资导致的货币资金增加；（2）2020 年下半年，新冠疫情爆发后我国率先实现复工复产，国外订单爆发式增加，公司下半年尤其是第四季度营业收入较上年同期显著增加，导致 2020 年末应收账款增加；（3）国际海运航线运力紧张导致发货延缓引起的存货增加。

报告期各期末，公司流动资产占总资产的比例分别为 69.42%、72.97%、67.42%和 68.02%，流动资产占总资产的比例较高。资产结构符合公司的产品特点和业务模式。

（一）流动资产的构成及分析

报告期各期末，公司流动资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	25,192.00	51.41	13,858.85	29.78	15,022.61	36.36	9,325.11	37.71
交易性金融资产	8,183.08	16.70	6,482.92	13.93	816.58	1.98	1,116.19	4.51
应收账款	8,232.33	16.80	12,731.85	27.36	14,637.00	35.43	7,685.35	31.08
预付款项	243.90	0.50	396.95	0.85	564.09	1.37	123.57	0.50

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他应收款	734.69	1.50	2,643.31	5.68	946.43	2.29	876.68	3.55
存货	6,388.55	13.04	10,313.26	22.16	9,309.94	22.53	5,541.31	22.41
其他流动资产	26.72	0.05	114.06	0.25	18.26	0.04	58.58	0.24
流动资产合计	49,001.26	100.00	46,541.20	100.00	41,314.91	100.00	24,726.79	100.00

公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货等经营性资产构成。报告期各期末，货币资金、应收账款和存货合计占流动资产的比例分别为 91.20%、94.32%、79.29%和 81.25%。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成及变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.90	0.00	3.82	0.03	0.95	0.01	6.83	0.07
银行存款	24,802.62	98.45	13,262.55	95.70	14,166.07	94.30	8,297.17	88.98
其他货币资金	388.48	1.54	592.47	4.28	855.59	5.70	1,021.11	10.95
合计	25,192.00	100.00	13,858.85	100.00	15,022.61	100.00	9,325.11	100.00

报告期各期末，公司货币资金分别为 9,325.11 万元、15,022.61 万元、13,858.85 万元和 25,192.00 万元。2020 年末，货币资金较 2019 年末增加 5,697.50 万元，主要是 2020 年 12 月收到台州谱润 5,880.00 万元增资款所致。2022 年 9 月末，货币资金较 2021 年末增加 11,333.15 万元，主要是应收账款回款、存货变现及采购支出下降所致。

货币资金中因抵押、质押或冻结等对使用有限制货币资金明细如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
银行承兑汇票保证金	322.89	466.12	613.77	402.14
保函保证金	-	50.00	50.00	100.00
外汇合约保证金	-	-	173.30	492.97
其他	-	0.61	-	0.50

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
合计	322.89	516.73	837.07	995.61

2、交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产构成及变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
衍生金融资产	333.88	4.08	43.47	0.67	816.58	100.00	-	-
理财产品	7,849.20	95.92	6,439.46	99.33	-	-	1,116.19	100.00
合计	8,183.08	100.00	6,482.92	100.00	816.58	100.00	1,116.19	100.00

报告期内，公司交易性金融资产分别为 1,116.19 万元、816.58 万元、6,482.92 万元和 8,183.08 万元，主要为公司利用闲置资金购买的银行理财产品。此外，报告期内公司开展远期结汇业务、外汇期权业务以及货币互换业务，形成衍生金融资产，具体情况参见本节“九、经营成果分析”之“（五）利润表其他项目分析”之“3、投资收益”。

3、应收账款

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款余额	8,742.59	13,637.00	15,594.99	8,198.50
应收账款坏账准备	510.26	905.15	957.99	513.15
应收账款净额	8,232.33	12,731.85	14,637.00	7,685.35
资产总额	72,036.82	69,032.80	56,619.41	35,616.67
应收账款净额占资产总额的比例	11.43%	18.44%	25.85%	21.58%
营业收入	65,138.72	102,244.22	76,383.21	77,733.79
应收账款净额占营业收入的比例	9.48%	12.45%	19.16%	9.89%

注：2022 年 9 月 30 日应收账款净额占营业收入的比例为年化数据。

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 7,685.35 万元、14,637.00 万元、12,731.85 万元和 8,232.33 万元，占当期营业收入的比例分别为 9.89%、19.16%、12.45%和 9.48%。2020 年末，公司应收账款余额较 2019 年末增加

7,396.49 万元，主要是 2020 年下半年，国外订单爆发式增加，公司营业收入（尤其是第四季度营业收入）较上年同期大幅增加所致。

2021 年末和 2022 年 9 月末，应收账款余额持续减少，主要是一方面国外疫情逐渐得到控制，客户订单需求常态化；另一方面，公司加强了应收账款的回款管理。

（1）应收账款账龄分析

报告期各期末，公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
1 年以内	8,605.59	98.43	13,391.95	98.20	15,517.86	99.51	8,030.74	97.95
1 至 2 年	67.46	0.77	176.78	1.30	13.08	0.08	164.53	2.01
2 至 3 年	6.11	0.07	4.88	0.04	60.82	0.39	3.23	0.04
3 年以上	63.43	0.73	63.39	0.46	3.23	0.02	-	-
合计	8,742.59	100.00	13,637.00	100.00	15,594.99	100.00	8,198.50	100.00

报告期各期末，公司应收账款账龄结构较为稳定，账龄 1 年以内的应收账款账面余额占比分别为 97.95%、99.51%、98.20%和 98.43%。公司的主要客户为国际知名大型家居品牌商、连锁企业，客户信誉度良好，支付能力较强。公司以订单为单位管理应收账款，定期与主要客户进行对账，并由专人负责应收账款的回收工作，应收账款坏账风险相对较小。

（2）信用政策

公司主要依据对客户的信用评估、过往交易经验累积、具体产品订单及公司与客户协商谈判情况制定客户信用政策，并要求客户在一定期限内支付产品销售款项。报告期内，公司主要客户类型分为终端商、贸易商，不同类型的前五大客户的信用期及变化情况如下：

客户类型	客户名称	业务模式	2022 年 9 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
终端商	Burlington Stores, Inc.	境内公司 FOB	开船后 60/80 天	开船后 60/80 天	开船后 60/80 天	开船后 60/80 天
		美国子公司交货	提货后 30 天	提货后 30 天	提货后 30 天	提货后 30 天

客户类型	客户名称	业务模式	2022 年 9 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
	Hobby Lobby Stores, Inc.	境内公司 FOB	开船后 45/90 天	开船后 45/90 天	开船后 30/45/90 天	开船后 30/45/90 天
	Ross Stores, Inc.	境内公司 FOB	开船后 60/90 天	开船后 60 天	开船后 60 天	开船后 60/90 天
		美国子公司交货	提货后 60 天	提货后 60 天	提货后 60 天	提货后 60 天
	Target Corporation	境内公司 FOB	开船后 45 天	开船后 45 天	开船后 45 天	开船后 45 天
		美国子公司交货	提货后 45 天	提货后 45 天	提货后 45 天	提货后 45 天
	CDS (Super stores international) Limited	境内公司 FOB	开船后 90 天	开船后 90 天	开船后 90 天	开船后 30 天
	Kirkland's, Inc.	境内公司 FOB	开船后 105/110 天	开船后 105/110 天	开船后 105/110 天	开船后 60/90 天
		美国子公司交货	提货后 60 天	提货后 60 天	提货后 60 天	提货后 60 天
	The TJX Companies, Inc.	境内公司 FOB	开船后 120 天	开船后 120 天	开船后 120 天	开船后 120 天
		美国子公司交货	提货后 60/90 天	提货后 60/90 天	提货后 60/90 天	提货后 60/90 天
	Falabella S.A.	境内公司 FOB	开船后 60 天	开船后 60 天	开船后 60 天	开船后 60 天
贸易商	Hong Kong Home Deco Ltd	境内公司 FOB	开船后 30/45/60/105 天	开船后 30/60 天	/	/
	MCS Industries Inc	境内公司 FOB	开船后 45 天	开船后 45 天	开船后 45 天	开船后 45 天
	Shaw Spencer International (HK) Ltd	境内公司 FOB	开船后 60 天	开船后 60 天	开船后 60 天	开船后 60 天
	Uniek.Inc.	境内公司 FOB	开船后 45 天	开船后 45 天	开船后 45 天	开船后 45 天
	Aruna Homeware (Hong Kong) Limited	境内公司 FOB	开船后 45 天	开船后 45 天	开船后 45 天	开船后 45 天
	Art House Limited	境内公司 FOB	开船后 75/90 天	开船后 75/90 天	开船后 75/90 天	开船后 60 天
	Harbor town Industries Inc	境内公司 FOB	开船后 30 天	开船后 60 天	开船后 30/60 天	开船后 30 天
	Pyramid Posters Limited	境内公司 FOB	开船后 30/90 天	开船后 30/90 天	/	/

注：同一客户存在不同的信用期是由于不同产品的销售主体不同，信用期存在差异；同一主体的不同订单视交付周期不同，信用期也存在差异。

公司主要客户的信用期在 30 至 120 天之间，报告期内，公司对各类型主要客户的信用政策未发生明显变化。

（3）应收账款坏账准备计提情况

报告期内，公司严格按照坏账准备计提政策对应收账款坏账准备进行计提。具体情况如下：

单位：万元

类别	2022.9.30				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	金额
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	8,742.59	100.00%	510.26	5.84%	8,232.33
合计	8,742.59	100.00%	510.26		8,232.33
类别	2021.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	金额
按单项计提坏账准备	164.96	1.21%	164.96	100.00%	-
按组合计提坏账准备	13,472.04	98.79%	740.19	5.49%	12,731.85
合计	13,637.00	100.00%	905.15	-	12,731.85
类别	2020.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	金额
按单项计提坏账准备	153.52	0.98%	153.52	100.00%	-
按组合计提坏账准备	15,441.47	99.02%	804.47	5.21%	14,637.00
合计	15,594.99	100.00%	957.99	-	14,637.00
类别	2019.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	金额
按单项计提坏账准备	95.31	1.16%	95.31	100.00%	-
按组合计提坏账准备	8,103.18	98.84%	417.84	5.16%	7,685.35
合计	8,198.50	100.00%	513.15	-	7,685.35

①按单项计提坏账准备的具体情况

报告期内，公司结合客户的经营情况、财务状况等，综合评估其还款意愿及还款能力，对部分客户应收账款单独计提了坏账准备。具体情况如下：

单位：万元

序号	名称	2021.12.31			
		账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由

1	Fluid Brands Inc	0.72	0.72	100.00%	预计无法收回
2	R.T.G. Furniture Corp	87.11	87.11	100.00%	预计无法收回
3	Bob's Discount Furniture, LLC	12.79	12.79	100.00%	预计无法收回
4	Pier 1 Imports (US) Inc	48.36	48.36	100.00%	预计无法收回
5	Imax Corporation	15.98	15.98	100.00%	预计无法收回
合计		164.96	164.96	-	-
序号	名称	2020.12.31			
		账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	Pier 1 Imports (US) Inc	49.49	49.49	100.00%	预计无法收回
2	Fluid Brands Inc	0.75	0.75	100.00%	预计无法收回
3	R.T.G. Furniture Corp	90.07	90.07	100.00%	预计无法收回
4	Bob's Discount Furniture, LLC	13.22	13.22	100.00%	预计无法收回
合计		153.52	153.52	-	-
序号	名称	2019.12.31			
		账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	R.T.G. Furniture Corp	95.31	95.31	100.00%	预计无法收回
合计		95.31	95.31	100.00%	-

②按信用风险特征组合计提坏账准备的具体情况

报告期各期末，公司按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款均按账龄进行分组并计提坏账准备，具体情况如下：

单位：万元

账龄	2022.9.30		
	账面余额	坏账准备	计提比例
1年以内	8,605.59	430.28	5.00%
1至2年	67.46	13.49	20.00%
2至3年	6.11	3.05	50.00%
3年以上	63.43	63.43	100.00%
合计	8,742.59	510.26	-
账龄	2021.12.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例
1年以内	13,375.96	668.80	5.00%
1至2年	27.81	5.56	20.00%

2至3年	4.88	2.44	50.00%
3年以上	63.39	63.39	100.00%
合计	13,472.04	740.19	-
账龄	2020.12.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例
1年以内	15,364.34	768.22	5.00%
1至2年	13.08	2.62	20.00%
2至3年	60.82	30.41	50.00%
3年以上	3.23	3.23	100.00%
合计	15,441.47	804.47	-
账龄	2019.12.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例
1年以内	8,025.12	401.26	5.00%
1至2年	74.84	14.97	20.00%
2至3年	3.23	1.61	50.00%
3年以上	-	-	100.00%
合计	8,103.19	417.84	-

③与同行业可比公司坏账准备计提比例的比较

公司坏账准备计提比例与同行业上市公司相比不存在重大差异，对比情况如下：

单位：%

账龄	1年以内	1至2年	2至3年	3至4年	4至5年	5年以上
创源股份	3	10	30	50	80	100
德艺文创	5	10	30	50	70	100
真爱美家	5	10	30	80	100	100
众望布艺	5	20	50	100	100	100
英科再生	5	7	15	30	50	100
浙江永强	10	20	30	100	100	100
中源家居	5	10	30	100	100	100
雅艺科技	5	10	50	100	100	100
华鸿股份	5	20	50	100	100	100

数据来源：上市公司公开披露的年度报告或招股说明书。

（4）预期信用损失确定方法

①历史应收账款分账龄数据

单位：万元

账龄	2022年9月末	2021年末	2020年末	2019年末
1年以内	8,605.59	13,391.95	15,517.86	8,030.74
1至2年	67.46	176.78	13.08	236.57
2至3年	171.07	4.88	132.86	3.23
3年以上	139.02	135.42	3.23	-
其中上年末3年以上，本年继续迁徙部分	135.42	3.23	-	-
合计	8,983.13	13,709.04	15,667.03	8,270.54

说明：计算迁徙率时，包含已核销应收账款。

②计算迁徙率

迁徙率	2020年至2021年	2019年至2020年	平均
1年以内	1.14%	0.16%	0.65%
1至2年	37.34%	56.16%	46.75%
2至3年	99.50%	100.00%	99.75%
3年以上	100.00%	-	50.00%

③预期信用损失率

账龄	历史损失率	前瞻调整提高	预期损失率
1年以内	0.15%	5%	0.16%
1至2年	23.32%	5%	24.48%
2至3年	49.88%	5%	52.37%
3年以上	50.00%	5%	52.50%

④比较坏账准备计提情况

单位：万元

项目	2022年9月末	2021年末	2020年末	2019年末
1年以内	8,605.59	13,391.95	15,517.86	8,030.74
1至2年	67.46	176.78	13.08	164.53
2至3年	6.11	4.88	60.82	3.23
3年以上	63.43	63.39	3.23	-
合计	8,742.59	13,637.00	15,594.99	8,198.50
预期信用损失模型应计提坏账	66.73	100.46	61.48	54.77
报表计提坏账	510.26	905.15	957.99	513.15

经比较，采用迁徙率模型计算的坏账准备金额要显著低于按账龄分析法下计算的坏账准备金额。因此，公司选择账龄分析法下计提的比例作为预期信用损失率，会计估计更加谨慎。

（5）应收账款前五名客户情况

报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	2022.9.30		
		金额	占比	坏账准备
1	Target Corporation	1,063.63	12.17%	53.18
2	Ross Stores Inc.	549.29	6.28%	27.46
3	苏州柒零叁网络技术有限公司	434.58	4.97%	21.73
4	CDS (Superstores International) Limited	431.07	4.93%	21.55
5	L G Sourcing Inc.	399.57	4.57%	19.98
合计		2,878.14	32.92%	143.91
序号	单位名称	2021.12.31		
		金额	占比	坏账准备
1	L G Sourcing Inc.	2,141.17	15.70%	107.06
2	Burlington Merchandising Corp.	1,430.71	10.49%	71.54
3	At Home Procurement Inc.	606.07	4.44%	30.30
4	Dunelm Soft Furnishings Limited	594.37	4.36%	29.72
5	Hobby Lobby Stores Inc.	594.14	4.36%	29.71
合计		5,366.47	39.35%	268.32
序号	单位名称	2020.12.31		
		金额	占比	坏账准备
1	Ross Procurement Inc.	2,456.40	15.75%	122.82
2	L G Sourcing Inc.	2,007.76	12.87%	100.39
3	CDS (Superstores International) Limited	1,301.03	8.34%	65.05
4	Burlington Merchandising Corp.	1,026.26	6.58%	51.31
5	Sodimac S.A.	556.03	3.57%	27.80
合计		7,347.47	47.11%	367.37
序号	单位名称	2019.12.31		
		金额	占比	坏账准备
1	Kirkland's Inc.	702.08	8.56%	35.10

2	Ross Procurement Inc.	678.02	8.27%	33.90
3	At Home Procurement Inc.	534.48	6.52%	26.72
4	Burlington Merchandising Corp.	532.66	6.50%	26.63
5	Rusta AB	502.21	6.13%	25.11
合计		2,949.45	35.98%	147.47

（6）应收账款期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款期后回收情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 9 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
期末应收账款	8,742.59	13,637.00	15,594.99	8,198.50
期后回款	7,683.17	13,500.00	15,349.94	8,121.37
占比	87.88%	99.00%	98.43%	99.06%

注：2019 年末、2020 年末应收账款期后回款数据统计期间为截至下一年末，2021 年末、2022 年 9 月末应收账款期后回款数据统计期间为截至 2022 年 12 月末，下同。

上表可见，公司报告期各期末应收账款的期后回款占应收账款原值的比例分别为 99.06%、98.43%、99.00%和 87.88%。因 2022 年 9 月末的应收账款期后回款期间较短，导致回款比例低于前期，但仍然高达 87.88%，公司整体期后回款情况良好。

（7）应收账款周转率分析

具体参见本节“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）资产周转能力分析”。

4、预付款项

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 123.57 万元、564.09 万元、396.95 万元和 243.90 万元，占流动资产的比例分别为 0.50%、1.37%、0.85%和 0.50%，占比较低。公司预付款项金额较低，主要为预先支付的采购款、培训款以及租金等。

报告期内，公司预付款项的账龄情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

1年以内	194.18	79.61	304.42	76.69	564.09	100.00	121.28	98.15
1至2年	47.79	19.59	91.93	23.16	-	-	2.29	1.85
2至3年	1.93	0.79	0.60	0.15	-	-	-	-
合计	243.90	100.00	396.95	100.00	564.09	100.00	123.57	100.00

截至 2022 年 9 月 30 日，预付款项中无预付持有公司 5%以上股份股东的款项。

5、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 876.68 万元、946.43 万元、2,643.31 和 734.69 万元，具体如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
其他应收款账面余额	846.76	2,841.57	1,031.75	946.55
坏账准备	112.07	198.26	85.33	69.87
其他应收款账面净额	734.69	2,643.31	946.43	876.68

（1）其他应收款构成情况

报告期各期末，公司其他应收款账面原值具体构成如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收出口退税款	201.28	435.92	610.03	376.45
押金以及保证金	268.44	1,139.34	193.74	193.00
备用金及其他	377.05	416.31	227.98	377.10
应收保险理赔款	-	850.00	-	-
合计	846.76	2,841.57	1,031.75	946.55

报告期内，公司其他应收款主要为应收出口退税款和押金保证金。2021 年末，其他应收款中的押金以及保证金 1,139.34 万元主要是向义乌国联物流有限公司支付的保证金 1,000.00 万元。2021 年末应收保险理赔款 850.00 万元系应收长安责任保险股份有限公司义乌中心支公司的火灾赔偿款。2022 年 9 月末其他应收款余额下降主要系上述款项收回所致。

（2）其他应收款账龄分析

报告期各期末，公司其他应收款账龄结构如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
1年以内	583.20	68.87	2,704.23	95.17	859.79	83.33	851.20	89.93
1至2年	166.32	19.64	27.85	0.98	159.51	15.46	80.23	8.48
2至3年	95.20	11.24	104.04	3.66	4.05	0.39	7.70	0.81
3年以上	2.05	0.24	5.46	0.19	8.41	0.82	7.41	0.78
合计	846.76	100.00	2,841.57	100.00	1,031.75	100.00	946.55	100.00

报告期各期末，公司其他应收款的账龄主要集中在1年以内，一年以内其他应收账款账面余额占比分别为89.93%、83.33%、95.17%和68.87%。账龄一年以上的其他应收款金额分别为95.35万元、171.97万元、137.35万元和263.56万元，金额较小，2022年9月末一年以上其他应收款较2021年末增长额主要为支付给义乌国联物流有限公司的海运保证金。

（3）其他应收款坏账准备计提情况

报告期各期末，公司其他应收款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
1年以内	583.20	29.16	2,704.23	135.21	859.79	42.99	851.20	42.56
1至2年	166.32	33.26	27.85	5.57	159.51	31.90	80.23	16.05
2至3年	95.20	47.60	104.04	52.02	4.05	2.02	7.70	3.85
3年以上	2.05	2.05	5.46	5.46	8.41	8.41	7.41	7.41
合计	846.76	112.07	2,841.57	198.26	1,031.75	85.33	946.55	69.87

（4）报告期各期末其他应收款前五名

报告期各期末，公司其他应收款前五名欠款单位如下：

单位：万元

序号	单位名称	2022.9.30		
		金额	占其他应收款的比例	性质
1	国家税务总局	201.28	23.77%	应收出口退税款
2	义乌国联物流有限公司	120.00	14.17%	海运保证金

3	701AB9 OWNER LLS	85.20	10.06%	办公室租赁保证金
4	张林君	36.67	4.33%	应收代付款项
5	义乌市坤冠画框有限公司	20.10	2.37%	暂付费用款
合计		463.24	54.71%	-
序号	单位名称	2021.12.31		
		金额	占其他应收款的比例	性质
1	义乌国联物流有限公司	1,000.00	35.19%	海运保证金
2	长安责任保险股份有限公司义乌中心支公司	850.00	29.91%	应收保险理赔款
3	国家税务总局	435.92	15.34%	应收出口退税款
4	张林君	192.96	6.79%	应收代付款项
5	701AB9 OWNER LLS	102.01	3.59%	办公室租赁保证金
合计		2,580.89	90.83%	-
序号	单位名称	2020.12.31		
		金额	占其他应收款的比例	性质
1	国家税务总局	610.03	59.13%	应收出口退税款
2	701AB9 OWNER LLS	130.50	12.65%	办公室租赁保证金
3	浙江中国小商品城集团股份有限公司	30.02	2.91%	押金及保证金
4	中国美术学院国艺城市设计艺术研究院有限公司	19.60	1.90%	暂付培训费用款
5	支付宝（中国）网络技术有限公司	18.57	1.80%	暂付电商费用
合计		808.72	78.38%	-
序号	单位名称	2019.12.31		
		金额	占其他应收款的比例	性质
1	国家税务总局	376.45	39.77%	应收出口退税款
2	701AB9 OWNER LLS	139.52	14.74%	办公室租赁保证金
3	王素月	66.26	7.00%	应收废料款
4	广州市光合作用展览有限公司	47.04	4.97%	暂付展览费用款
5	邵艳	36.00	3.80%	房屋租赁款
合计		665.28	70.28%	-

6、存货

（1）存货变动分析

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,541.31 万元、9,309.94 万元、10,313.26 万元和 6,388.55 万元，占流动资产的比例分别为 22.41%、22.53%、22.16%和 13.04%。公司存货分为原材料、在产品、半成品、库存商品、发出商品和委托加工物资。报告期各期末，公司存货余额构成情况如下：

单位：万元、%

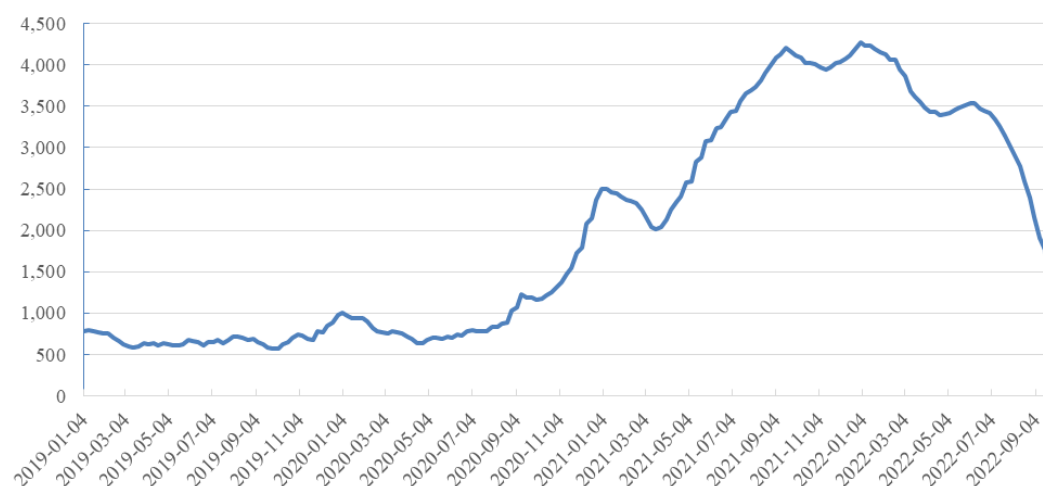
项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	2,069.62	30.72	2,182.97	20.71	2,094.82	21.78	1,675.42	29.08
在产品	829.01	12.31	1,256.62	11.92	1,377.03	14.32	759.37	13.18
半成品	328.20	4.87	348.31	3.30	529.24	5.50	345.72	6.00
库存商品	2,649.83	39.34	5,417.78	51.40	4,201.15	43.68	2,291.29	39.77
发出商品	851.95	12.65	1,292.42	12.25	1,363.50	14.18	646.68	11.22
委托加工物资	7.86	0.12	44.09	0.42	51.97	0.54	43.17	0.75
合计	6,736.46	100.00	10,542.19	100.00	9,617.71	100.00	5,761.65	100.00

公司主要采取以销定产的业务模式，采购采取以产定购的模式，在满足生产需求的前提下，提高了资金使用效率。

2020 年末，公司存货账面余额较上年末增加 3,856.06 万元，主要为交货期在 2021 年上半年的订单对应的库存商品、发出商品、原材料、在产品、半成品等。2020 年下半年，我国疫情得到控制并实现有序复工复产，公司海外订单集中爆发，导致 2020 年末公司待交货的订单大幅增加。此外，2020 年下半年开始，海运市场出现运力紧缺、运费上涨，导致部分客户延迟通知公司发货。上述因素导致公司 2020 年末库存商品较上年末增加 1,909.86 万元，发出商品较上年末增加 716.82 万元。2021 年，公司根据客户订单交期、海运运力运费情况灵活安排生产采购计划，期末存货账面余额未出现大幅波动。2022 年前三季度，公司加大库存消化力度，期末存货较 2021 年末下降 3,805.74 万元，主要系库存商品金额下降所致。

报告期内，宁波出口集装箱运价指数如下：

2019至2022年三季度宁波出口集装箱运价指数走势



数据来源：Wind

（2）原材料、库存商品库龄结构

报告期各期末，公司原材料、半成品、库存商品账面余额库龄结构如下：

单位：万元、%

时间	项目	1 年以内		1 年以上		合计	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
2022.9.30	原材料	1,851.27	89.45	218.35	10.55	2,069.62	100.00
	半成品	316.71	96.50	11.49	3.50	328.20	100.00
	库存商品	2,377.54	89.72	272.29	10.28	2,649.83	100.00
2021.12.31	原材料	2,041.37	93.51	141.60	6.49	2,182.97	100.00
	半成品	336.52	96.62	11.79	3.38	348.31	100.00
	库存商品	5,255.10	97.00	162.68	3.00	5,417.78	100.00
2020.12.31	原材料	1,928.69	92.10	165.36	7.90	2,094.05	100.00
	半成品	527.70	99.71	1.54	0.29	529.24	100.00
	库存商品	3,923.43	93.39	277.72	6.61	4,201.15	100.00
2019.12.31	原材料	1,559.65	93.09	115.77	6.91	1,675.42	100.00
	半成品	289.19	83.65	56.53	16.35	345.72	100.00
	库存商品	2,187.52	95.47	103.77	4.53	2,291.29	100.00

报告期各期末，库龄一年以内的原材料账面余额分别占原材料的 93.09%、92.10%、93.51%和 89.45%；库龄一年以内的半成品账面余额分别占半成品的 83.65%、99.71%、96.62%和 96.50%；库龄一年以内的库存商品账面余额分别占库存商品的 95.47%、93.39%、97.00%和 89.72%。报告期各期末，公司总体库

龄情况较好。

（3）存货跌价准备分析

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
账面余额	6,736.46	10,542.19	9,617.71	5,761.65
跌价准备	347.91	228.93	307.77	220.34
账面价值	6,388.55	10,313.26	9,309.94	5,541.31

报告期各期末，公司计提的存货跌价准备金额分别为 220.34 万元、307.77 万元、228.93 万元和 347.91 万元。公司于每个资产负债表日对存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。公司对于库龄较长的原材料、半成品及库存商品重点关注，根据减值测试结果计提相应的跌价准备。报告期各期末，原材料及半成品库龄在 1 年以上的跌价准备计提比例为 100%；库存商品库龄在 1 年以上的跌价准备计提比例分别为 46.29%、50.72%、46.43%和 43.36%。

公司制定了较为完善的存货管理制度，库龄保持合理状态。公司各类主要产成品的当期单位售价基本高于期末单位成本，销售毛利率较高，产成品以及对应的原材料、半成品等可变现净值低于账面成本的风险较低，存货整体跌价风险较低。报告期各期末，公司各类存货计提存货跌价准备符合会计准则的规定，存货跌价的计提充分、合理。

（4）存货周转率比较

具体参见本节“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）资产周转能力分析”。

7、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 58.58 万元、18.26 万元、114.06 万元和 26.72 万元，占流动资产的比例分别为 0.24%、0.04%、0.25%和 0.05%，占比较低。报告期各期末，公司其他流动资产主要为期末留抵进项税和预交企业所得税，具体如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
期末留抵进项税	26.72	73.58	18.26	58.58
预交企业所得税	-	40.47	-	-
合计	26.72	114.06	18.26	58.58

（二）非流动资产的构成及分析

报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	276.45	1.20	120.13	0.53	120.74	0.79	125.57	1.15
固定资产	16,284.24	70.69	16,764.91	74.54	8,087.29	52.84	7,930.13	72.82
在建工程	828.70	3.60	690.80	3.07	4,151.41	27.13	4.25	0.04
使用权资产	1,732.32	7.52	1,197.54	5.32	-	-	-	-
无形资产	1,944.31	8.44	2,004.92	8.91	2,097.42	13.70	2,109.18	19.37
商誉	736.14	3.20	736.14	3.27	-	-	-	-
长期待摊费用	337.58	1.47	206.76	0.92	25.26	0.00	-	-
递延所得税资产	308.10	1.34	560.08	2.49	360.99	2.36	412.83	3.79
其他非流动资产	587.71	2.55	210.33	0.94	461.38	3.01	307.93	2.83
非流动资产合计	23,035.56	100.00	22,491.60	100.00	15,304.50	100.00	10,889.88	100.00

报告期各期末，公司非流动资产分别为 10,889.88 万元、15,304.50 万元、22,491.60 万元和 23,035.56 万元，占总资产的比例分别为 30.58%、27.03%、32.58%和 31.98%，占比较低。非流动资产以固定资产、在建工程 and 无形资产为主，三项合计占非流动资产的比例分别为 92.23%、93.67%、86.52% 和 82.73%。

1、投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产构成如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
原值	330.70	139.98	135.62	135.62

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
累计折旧	54.25	19.86	14.88	10.05
净值	276.45	120.13	120.74	125.57

报告期各期末，公司投资性房地产分别为 125.57 万元、120.74 万元、120.13 万元和 276.45 万元，为房屋及建筑物和土地使用权。

公司投资性房地产主要包括：（1）为了给员工住宿提供生活便利，公司将自有员工宿舍楼底商租赁给第三方商家用于开设餐馆、超市、理发店等，对应房屋建筑物及土地使用权共计分别为 135.62 万元、135.62 万元、139.98 万元和 139.98 万元；（2）2022 年，天画家居为提高内销物流效率将自用办公楼 1,806 平方米租赁给义乌市海纳供应链服务有限公司使用，为方便员工就餐将自用办公楼 323 平方米租赁给义乌市佳诚餐饮管理有限公司使用，对应新增投资性房地产 190.72 万元。

2、固定资产

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋建筑物	12,253.61	75.25	12,768.59	76.16	5,304.51	65.59	5,617.51	70.84
机器设备	2,943.21	18.07	2,818.68	16.81	2,210.84	27.34	1,636.86	20.64
运输设备	200.17	1.23	217.18	1.30	176.73	2.19	188.49	2.38
电子设备及其他	403.80	2.48	353.97	2.11	253.72	3.14	254.85	3.21
固定资产装修	483.45	2.97	606.49	3.62	141.49	1.75	232.42	2.93
合计	16,284.24	100.00	16,764.91	100.00	8,087.29	100.00	7,930.13	100.00

报告期各期末，公司固定资产的账面价值分别为 7,930.13 万元、8,087.29 万元、16,764.91 万元和 16,284.24 万元，主要为房屋建筑物和机器设备，二者合计占固定资产的比例分别为 91.48%、92.93%、92.97%和 93.32%。2020 年以来，公司新建了 4 号、5 号厂房及辅助设施等并于 2021 年转入固定资产，导致固定资产账面价值由 2019 年末的 7,930.13 万元增长至 2022 年 9 月末的 16,284.24 万元。

（1）固定资产规模及变动情况与发行人的经营情况、产能变化情况对比

报告期内，公司的固定资产规模及变动情况与发行人的经营情况、产能变化情况如下所示：

单位：万元

项目	2022年1-9月 /2022.09.30	2021年 /2021.12.31	2020年 /2020.12.31	2019年 /2019.12.31
固定资产账面价值合计	16,284.24	16,764.91	8,087.29	7,930.13
主营业务收入	64,646.64	101,631.30	75,972.36	77,336.88
固定资产账面价值占主营业务收入占比	25.19%	16.50%	10.65%	10.25%
装饰画产能（万件）	1,341.00	1,757.00	1,175.00	1,068.00
镜子产能（万件）	328.00	503.00	416.00	398.00
相框产能（万件）	707.00	1,041.00	1,041.00	1,194.00

报告期内，公司固定资产规模与主营业务收入均呈上升趋势。固定资产账面价值占主营业务收入的比重在 2021 年有所上升，主要系新建厂房屋于 2021 年底才建设完成并投入使用，对公司当年的业绩贡献有限。因此，公司固定资产规模与经营情况具有匹配性。

从报告期内房屋建筑物账面价值、机器设备账面价值以及各期装饰画、镜子和相框的产能对比情况来看：2019 年、2020 年，房屋建筑物账面价值、机器设备账面价值以及装饰画、镜子和相框产品的产能变化幅度均不大；2021 年，公司新建 4 号、5 号厂房，用于装饰画、镜子、相框产品的生产，其中装饰画生产线为新建，导致装饰画产能有较大幅度提升，镜子、相框生产线主要是公司停止向华鸿控股租赁厂房后，将生产线搬迁至新厂房中，因此镜子、相框产能变化较小。总体来看，公司固定资产规模与产能变化基本匹配。

（2）主要固定资产折旧情况

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	平均年限法	30	3	3.23
机器设备	平均年限法	5、10	5	19.00、9.50
运输设备	平均年限法	5	10	18.00

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
电子设备及其他	平均年限法	3、5	5	31.67、19.00
固定资产装修	平均年限法	5	0	20.00

公司固定资产折旧年限与同行业上市公司相比不存在重大差异，对比情况如下：

单位：年

可比公司	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子设备及其他	固定资产装修
创源股份	10-35	5-10	4-5	3-10	-
德艺文创	20-40	-	5-10	3-5	-
真爱美家	20	5-10	5	3-5	-
众望布艺	10-20	3-10	4-10	-	-
英科再生	5-20	3-20	4-5	-	-
浙江永强	15-20	3-10	4-10	-	-
中源家居	5-20	5-10	4	3-5	-
雅艺科技	5-20	4-10	4	3	-
华鸿股份	30	5、10	5	3、5	5

数据来源：上市公司公开披露的定期报告。

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。截至报告期末，公司主要固定资产均处于良好的使用状态，各类固定资产不存在减值迹象。

3、在建工程

报告期各期末，公司在建工程账面金额分别为 4.25 万元、4,151.41 万元、690.80 万元和 828.70 万元。为满足生产需要，公司新建 4 号、5 号厂房以及对应的辅助设施，并分别于 2021 年 1 月 31 日、2021 年 12 月 31 日由在建工程转入固定资产。

报告期各期末，公司重要在建工程变动情况如下：

单位：万元

项目	4 号厂房	5 号厂房
2019 年 12 月 31 日	4.25	-
2020 年增加	3,774.46	20.79
2020 年 12 月 31 日	3,778.70	20.79

项目	4号厂房	5号厂房
2021年增加	-26.33	4,168.19
2021年转入固定资产金额	3,752.37	4,188.98
2021年12月31日	-	-

公司依据设计单位浙江中道建筑设计有限公司、勘察单位核工业金华勘测设计院有限公司、施工单位浙江锦厦建筑实业有限公司共同出具并在义乌市住建局备案的《建设工程竣工验收报告》，对达到预定可使用状态的在建工程进行转固。

报告期各期末，公司在建工程不存在重大减值因素，未计提减值准备。

4、使用权资产

报告期各期末，公司使用权资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
账面原值	2,482.74	1,518.64	-	-
累计折旧	750.42	321.10	-	-
减值准备	-	-	-	-
账面价值	1,732.32	1,197.54	-	-

2021年末和2022年9月末，公司使用权资产账面价值为1,197.54万元和1,732.32万元，主要是2021年开始，公司根据新租赁准则新增科目，为公司作为承租人可在租赁期内使用租赁资产的权利，均为房屋及建筑物使用权。

房屋及建筑物租赁情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“五、发行人的主要资产情况”之“（一）主要固定资产”之“3、房屋租赁”。

5、无形资产

公司的无形资产主要为土地使用权。报告期各期末，公司无形资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
土地使用权	1,787.76	91.95	1,886.27	94.08	1,947.69	92.86	2,009.11	95.26

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件使用权	153.69	7.90	115.44	5.76	149.73	7.14	100.07	4.74
专利权	2.86	0.15	3.21	0.16	-	-	-	-
合计	1,944.31	100.00	2,004.92	100.00	2,097.42	100.00	2,109.18	100.00

报告期各期末，公司无形资产的账面价值分别为 2,109.18 万元、2,097.42 万元、2,004.92 万元和 1,944.31 万元，占非流动资产的比例分别为 19.37%、13.70%、8.91%和 8.44%。公司上述无形资产已应用于或拟应用于发行人装饰画、镜子及相框类家居饰品产品，对发行人生产经营具有较为重要的作用。

资产负债表日，公司对无形资产检查是否存在可能发生减值的迹象，当存在减值迹象时进行减值测试确认其可收回金额，按可收回金额低于账面价值部分计提减值准备。无形资产可收回金额根据资产公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者孰高确定。公司无形资产状况良好，各期末不存在减值迹象，未计提减值准备。

6、商誉

截至 2022 年 9 月 30 日，公司商誉账面原值 736.14 万元，为 2021 年 2 月与龙共舞收购林君文化时形成的商誉。2021 年 2 月 1 日，与龙共舞与张杨青、张林君、彭纯辉、杨云、姚海军、张天贤签署《股权转让协议》，约定张杨青、张林君、彭纯辉、杨云、姚海军、张天贤将其持有的林君文化 51%的股权作价 1,370 万元进行转让给与龙共舞。2021 年 2 月，林君文化就本次股权转让办理了工商变更登记手续。按照《企业会计准则第 20 号——企业合并》有关规定，根据收购价格与实际交割目标的资产可辨认净资产公允价值之间的差额，与龙共舞确认商誉金额 736.14 万元。

公司根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》及《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》的规定对商誉进行减值测试。按照相关规定，对包含商誉的资产组进行减值测试，由于无法可靠估计资产组的公允价值减去处置费用后的净额，故以预计未来现金流量的现值作为其可回收金额。发行人采用收益法（未来现金流量折现法）模型计算资产组的未来现金流量现值。根据测算的资产组可回收金额与包括商誉在内的资产组账面价值进行比较，以判断商誉是否存在

减值。截至 2022 年 9 月 30 日，经减值测试商誉未发生减值，无需计提减值准备。

7、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 0 万元、25.26 万元、206.76 万元和 337.58 万元，主要为画之都的宿舍装修费。

8、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	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	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
信用减值损失	532.71	89.68	971.43	153.13	928.29	140.99	516.34	100.30
资产减值准备	347.91	60.16	228.93	39.44	307.77	55.99	220.34	49.70
内部交易未实现利润	220.06	65.24	1,231.63	367.52	549.62	164.01	371.09	110.73
交易性金融资产公允价值变动	610.99	93.02	-	-	-	-	765.22	152.10
合计	1,711.67	308.10	2,431.98	560.08	1,785.68	360.99	1,872.98	412.83

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 412.83 万元、360.99 万元、560.08 万元和 308.10 万元，由信用减值损失、资产减值准备、内部交易未实现利润、交易性金融资产公允价值变动导致的可抵扣暂时性差异形成。

9、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
预付设备工程款	587.71	210.33	261.38	307.93
预付股权收购款	-	-	200.00	-
合计	587.71	210.33	461.38	307.93

公司其他非流动资产为预付设备工程款及预付股权收购款。报告期各期末，其他非流动资产分别为 307.93 万元、461.38 万元、210.33 万元和 587.71 万元。2022 年 9 月末，预付设备工程款余额较 2021 年末增长 377.38 万元，主要

系印尼画家居购置设备所致。

10、主要对外投资项目的情况

报告期各期末，除子公司外，公司不存在对外投资项目的情况。

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债结构分析

报告期各期末，公司负债构成与变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	14,612.07	91.04	21,956.61	94.91	27,785.92	98.58	17,021.03	98.96
非流动负债	1,438.96	8.96	1,177.44	5.09	400.14	1.42	179.40	1.04
负债合计	16,051.03	100.00	23,134.05	100.00	28,186.07	100.00	17,200.44	100.00

报告期各期末，公司负债以流动负债为主，流动负债占负债总额的比例分别为 98.96%、98.58%、94.91%和 91.04%。

1、流动负债的构成及分析

报告期各期末，公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	-	-	800.56	3.65	6,220.21	22.39	-	-
交易性金融负债	610.99	4.18	-	-	-	-	765.22	4.50
应付票据	3,228.91	22.10	4,661.23	21.23	6,137.67	22.09	4,021.42	23.63
应付账款	4,145.99	28.37	8,876.13	40.43	7,456.48	26.84	6,327.20	37.17
预收款项	30.02	0.21	-	-	-	-	477.69	2.81
合同负债	447.83	3.06	482.24	2.20	515.80	1.86	-	-
应付职工薪酬	3,272.10	22.39	4,836.97	22.03	4,007.46	14.42	3,607.50	21.19
应交税费	1,821.03	12.46	1,285.28	5.85	2,996.13	10.78	1,496.12	8.79
其他应付款	576.76	3.95	581.76	2.65	425.52	1.53	325.88	1.91
一年内到期的非流动负债	455.95	3.12	410.84	1.87	-	-	-	-
其他流动负债	22.49	0.15	21.61	0.10	26.65	0.10	-	-

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债小计	14,612.07	100.00	21,956.61	100.00	27,785.92	100.00	17,021.03	100.00

报告期内，公司流动负债主要由短期借款、应付票据、应付账款、应付职工薪酬、应交税费组成，上述各项合计占流动负债的比例分别为 90.78%、96.52%、93.18%和 85.33%。

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
抵押借款	-	800.00	6,000.00	-
信用借款	-	-	212.71	-
应付利息	-	0.56	7.50	-
合计	-	800.56	6,220.21	-

报告期各期末，公司短期借款的余额分别为 0 万元、6,220.21 万元、800.56 万元和 0 万元。2020 年末，短期借款 6,220.21 万元，主要是 2020 年 9 月，公司向浙江稠州商业银行股份有限公司借入短期借款 5,000 万元；2020 年 4 月，天画家居向浙江义乌农村商业银行股份有限公司借入短期借款 1,000 万元。公司短期借款中无逾期未偿还款项。

（2）交易性金融负债

报告期各期末，公司交易性金融负债的余额分别为 765.22 万元、0 万元、0 万元和 610.99 万元。2019 年末、2022 年 9 月末公司交易性金融负债余额主要是尚未交割的远期结售汇和卖出看涨期权合约，具体情况参见本节“九、经营成果分析”之“（五）利润表其他项目分析”之“3、投资收益”。

（3）应付票据

①应付票据明细

报告期各期末，公司应付票据余额分别为 4,021.42 万元、6,137.67 万元、4,661.23 万元和 3,228.91 万元，均为银行承兑汇票。

2020 年末，应付票据余额较 2019 年末增加 2,116.25 万元，主要是 2020 年下半年，公司外销订单大幅增加，公司原材料采购资金压力加大，公司利用部分银行承兑汇票支付采购款。2022 年 9 月末，应付票据余额较 2021 年末减少 1,432.32 万元，主要是公司原材料采购规模下降所致。

②应付票据前五名供应商情况

报告期各期末，公司应付票据余额前 5 名供应商如下：

单位：万元、%

序号	单位名称	2022.9.30	
		金额	占比
1	浙江万润包装有限公司	279.09	8.64
2	浙江珠峰镜业有限公司	274.38	8.50
3	兰溪金百泰工贸有限公司	246.02	7.62
4	兰溪市佰胜包装有限公司	240.23	7.44
5	义乌市港龙木业有限公司	219.51	6.80
合计		1,259.23	39.00
序号	单位名称	2021.12.31	
		金额	占比
1	沙河市嘉炎镜业科技有限公司	448.27	9.62
2	沙河市科正镜业玻璃科技有限公司	334.91	7.18
3	兰溪金百泰工贸有限公司	311.55	6.68
4	义乌市艺彩镜业有限公司	226.50	4.86
5	兰溪市佰胜包装有限公司	223.81	4.80
合计		1,545.04	33.15
序号	单位名称	2020.12.31	
		金额	占比
1	东阳市旺红装饰材料有限公司	628.82	10.25
2	沙河市嘉炎镜业科技有限公司	389.20	6.34
3	兰溪市佰胜包装有限公司	372.61	6.07
4	浙江珠峰镜业有限公司	364.78	5.94
5	邢台正科玻璃有限公司	352.77	5.75
合计		2,108.18	34.35
序号	单位名称	2019.12.31	

		金额	占比
1	义乌市港龙木业有限公司	247.29	6.15
2	东阳市旺红装饰材料有限公司	228.05	5.67
3	浙江武义张氏包装实业有限公司	208.67	5.19
4	浙江珠峰镜业有限公司	181.33	4.51
5	金华市金东区超亮玻璃工艺镜品厂	178.13	4.43
合计		1,043.47	25.95

（4）应付账款

①应付账款明细

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 6,327.20 万元、7,456.48 万元、8,876.13 万元和 4,145.99 万元，占流动负债的比例分别为 37.17%、26.84%、40.43%和 28.38%，具体如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付货款	4,067.22	8,593.79	7,197.67	6,191.86
应付工程设备款	78.76	282.34	258.81	135.34
合计	4,145.99	8,876.13	7,456.48	6,327.20

2020 年末，公司应付账款余额较 2019 年末增加 1,129.27 万元，主要是 2020 年下半年公司外销订单集中增加，原材料采购量增大所致。2021 年末，公司应付账款余额较 2020 年末增加 1,419.65 万元，主要是 2021 年收入规模增长引起的采购规模增长所致。2022 年 9 月末，公司应付账款余额较 2021 年末减少 4,730.14 万元，主要是原材料采购规模下降所致。

②应付账款前五名供应商情况

报告期各期末，公司应付账款余额前 5 名供应商情况如下：

单位：万元、%

2022 年 9 月 30 日			
序号	单位名称	金额	占比
1	浙江万润包装有限公司	299.99	7.24
2	浙江宇大塑胶有限公司	267.99	6.46
3	江苏浙创纺织科技有限公司	124.73	3.01

4	义乌市港龙木业有限公司	104.35	2.52
5	义乌市明军包装有限公司	81.94	1.98
合计		879.00	21.20

2021年12月31日

序号	单位名称	金额	占比
1	浙江万润包装有限公司	428.73	4.83
2	浙江珠峰镜业有限公司	349.33	3.94
3	浙江宇大塑胶有限公司	331.41	3.73
4	宁波康驰国际物流有限公司	308.17	3.47
5	兰溪市佰胜包装有限公司	266.72	3.00
合计		1,684.36	18.98

2020年12月31日

序号	单位名称	金额	占比
1	江苏浙创纺织科技有限公司	364.96	4.89
2	宁波康驰国际物流有限公司	239.44	3.21
3	浙江宇大塑胶有限公司	222.72	2.99
4	义乌市港龙木业有限公司	211.10	2.83
5	浙江万润包装有限公司	208.32	2.79
合计		1,246.54	16.72

2019年12月31日

序号	单位名称	金额	占比
1	义乌市坤冠画框有限公司	344.96	5.45
2	无锡致胜画材有限公司	259.38	4.10
3	东阳市旺红装饰材料有限公司	246.28	3.89
4	江苏浙创纺织科技有限公司	226.21	3.58
5	义乌市港龙木业有限公司	207.93	3.29
合计		1,284.76	20.31

(5) 预收款项及合同负债

预收款项及合同负债主要是预收货款和预收租金。报告期各期末，公司预收款项及合同负债情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
预收款项	30.02	-	-	477.69

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
合同负债	447.83	482.24	515.80	-
合计	477.86	482.24	515.80	477.69

报告期各期末，公司预收款项及合同负债金额分别为 477.69 万元、515.80 万元、482.24 万元和 477.86 万元，占流动负债比例分别为 2.81%、1.86%、2.20%和 3.27%。2020 年 1 月 1 日开始公司执行新收入准则，将预收客户货款由预收款项重分类至合同负债。

（6）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 3,607.50 万元、4,007.46 万元、4,836.97 万元和 3,272.10 万元，占流动负债的比例分别为 21.19%、14.42%、22.03%和 22.40%，具体如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
短期薪酬	3,170.18	4,733.94	4,007.35	3,550.92
离职后福利—设定提存计划	101.92	103.03	0.11	56.58
合计	3,272.10	4,836.97	4,007.46	3,607.50

报告期前三年，公司应付职工薪酬余额逐年增加，主要是随着公司经营规模扩大，员工人数增加所致。

（7）应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为 1,496.12 万元、2,996.13 万元、1,285.28 万元和 1,821.03 万元，占流动负债的比例分别为 8.79%、10.78%、5.85%和 12.47%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
增值税	21.17	-	8.41	-
企业所得税	1,360.70	710.18	2,456.85	1,313.58
个人所得税	58.08	164.90	206.28	10.81
城市维护建设税	81.59	94.38	111.24	31.47
教育费附加	38.40	44.52	51.91	16.42
地方教育费附加	25.97	29.68	34.61	10.94

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
房产税	73.41	109.13	59.93	104.68
土地使用税	103.01	78.64	-	-
印花税	6.54	7.67	12.65	3.44
残疾人就业保障金	52.13	46.18	54.24	4.79
合计	1,821.03	1,285.28	2,996.13	1,496.12

公司应交税费期末余额主要为应交企业所得税。报告期各期末，公司应交企业所得税金额分别为 1,313.58 万元、2,456.85 万元、710.18 万元和 1,360.70 万元。2020 年末，公司应交企业所得税较 2019 年末增加 1,143.27 万元，主要系根据《浙江省新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作领导小组关于支持小微企业渡过难关的意见》（省疫情防控【2020】9 号），税务部门为缓解疫情对辖区内企业的冲击，加大税收支持力度，允许企业缓缴企业所得税所致。2021 年末，应交税费较 2020 年末减少 1,710.85 万元，主要系应交企业所得税余额下降所致；2022 年 9 月末，应交税费较 2021 年末增加 535.75 万元，主要系应交企业所得税余额增加所致。

（8）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分别为 325.88 万元、425.52 万元、581.76 万元和 576.76 万元，占流动负债的比例分别为 1.91%、1.53%、2.65% 和 3.95%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
待支付的费用款及其他	504.71	533.21	404.18	298.64
押金及保证金	72.06	48.56	21.34	27.24
合计	576.76	581.76	425.52	325.88

公司其他应付款主要为预提费用款。报告期各期末，预提费用款期末余额分别为 253.08 万元、234.62 万元、379.17 万元和 340.82 万元，主要为预提版权费等。

（9）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债分别为 0 万元、0 万元、

410.84 万元和 455.95 万元，占流动负债的比例分别为 0、0、1.87%和 3.12%，均为一年内到期的租赁负债，租赁负债的形成情况参见本节“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债结构分析”之“2、非流动负债的构成及分析”之“（1）租赁负债”。

（10）其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债分别为 0 万元、26.65 万元、21.61 万元和 22.49 万元，占流动负债的比例分别为 0、0.10%、0.10%和 0.15%，均为待转销项税额。

2、非流动负债的构成及分析

报告期各期末，公司非流动负债分别为 179.40 万元、400.14 万元、1,177.44 万元和 1,438.96 万元，占负债总额的比例分别为 1.04%、1.42%、5.09%和 8.96%，占比较低，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
租赁负债	1,000.16	781.63	-	-
递延收益	-	0.57	7.53	21.29
递延所得税负债	438.79	395.23	392.62	158.12
非流动负债小计	1,438.96	1,177.44	400.14	179.40

公司非流动负债主要是租赁负债和递延所得税负债。

（1）租赁负债

财政部于 2018 年颁布了《企业会计准则第 21 号-租赁》，公司自 2021 年 1 月 1 日起执行该准则。在租赁开始日，公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。2021 年 12 月 31 日、2022 年 9 月 30 日，发行人确认的租赁负债金额为 781.63 万元、1,000.16 万元，主要由美国选一、天画家居、林君文化、印尼画家居等的房屋、厂房等租赁付款构成，具体参见本节“十、资产质量分析”之“（二）非流动资产的构成及分析”之“4、使用权资产”。

（2）递延收益

报告期各期末，公司递延收益金额分别为 21.29 万元、7.53 万元、0.57 万元

和 0 万元，均为与资产相关政府补助在受益期内摊销形成。

（3）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债明细情况列示如下：

单位：万元

项目	2022.9.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
交易性金融资产公允价值变动	333.88	50.08	43.47	6.52	816.58	122.49	-	-
固定资产加速折旧	2,426.34	388.71	2,426.34	388.71	1,717.56	270.13	852.89	158.12
合计	2,760.22	438.79	2,469.81	395.23	2,534.14	392.62	852.89	158.12

报告期各期末，公司递延所得税负债余额分别为 158.12 万元、392.62 万元、395.23 万元和 438.79 万元，主要是交易性金融资产公允价值变动、固定资产加速折旧形成。

（二）偿债能力分析

1、偿债能力指标

报告期内，公司偿债能力指标如下：

偿债能力指标	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	3.35	2.12	1.49	1.45
速动比率（倍）	2.92	1.65	1.15	1.13
资产负债率（合并）	22.28%	33.51%	49.78%	48.29%
偿债能力指标	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	16,420.45	23,613.85	23,554.13	19,418.05
利息保障倍数（倍）	147.46	141.46	138.09	82.94
经营活动产生的现金流量净额（万元）	16,062.85	20,173.63	12,334.31	17,210.39

报告期内，公司各项偿债能力指标均保持良好水平，偿债能力不断提升。

（1）资产负债率、流动比率和速动比率

报告期各期末，公司资产负债率（合并）分别为 48.29%、49.78%、33.51% 和 22.28%，资产负债率呈下降趋势，资产状况良好，主要是一方面公司 2020

年、2021 年分别获得新增投资款；另一方面，公司偿还了短期银行借款。

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.45、1.49、2.12 和 3.35；公司速动比率分别为 1.13、1.15、1.65 和 2.92，流动比率和速动比率均呈上升趋势，公司资产流动性良好，短期偿债能力较强。

（2）息税折旧摊销前利润、利息保障倍数和经营活动产生的现金流量净额

报告期各期，公司息税折旧摊销前利润分别为 19,418.05 万元、23,554.13 万元、23,613.85 万元和 16,420.45 万元；公司利息保障倍数分别为 82.94 倍、138.09 倍、141.46 倍和 147.46 倍；经营活动产生的现金流量净额分别为 17,210.39 万元、12,334.31 万元、20,173.63 万元和 16,062.85 万元。报告期内，公司息税折旧摊销前利润、利息保障倍数及经营活动产生的现金流量净额均处于较高水平，公司资金周转顺畅，可以足额偿还借款本息。报告期内，公司未发生贷款逾期未还的情况，在贷款银行中信誉度较高。公司不存在对正常生产、经营活动有重大影响的或有负债，亦不存在表外融资的情况。公司主营业务的盈利能力较强，发展前景良好，整体偿债能力水平较高。

2、与同行业上市公司的比较分析

报告期内，公司与同行业上市公司偿债能力指标比较如下：

指标	公司	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	创源股份	2.36	1.49	1.41	1.95
	德艺文创	2.27	2.75	1.69	4.47
	真爱美家	3.07	4.05	2.95	2.23
	众望布艺	9.12	5.39	6.97	2.70
	英科再生	2.82	4.29	1.77	1.17
	浙江永强	1.54	1.22	1.47	1.32
	中源家居	1.12	0.99	1.51	1.65
	雅艺科技	19.71	11.93	2.78	3.90
	平均值	5.25	4.01	2.57	2.42
	华鸿股份	3.35	2.12	1.49	1.45
速动比率（倍）	创源股份	1.62	0.88	1.03	1.15
	德艺文创	2.16	2.49	1.47	4.23
	真爱美家	2.13	3.23	2.05	1.30

指标	公司	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
	众望布艺	7.65	3.72	6.13	1.95
	英科再生	1.92	3.05	1.02	0.73
	浙江永强	0.82	0.73	0.86	0.82
	中源家居	0.66	0.60	1.07	1.12
	雅艺科技	18.05	11.04	2.16	2.99
	平均值	4.38	3.22	1.97	1.79
	华鸿股份	2.92	1.65	1.15	1.13
资产负债率 (合并) (%)	创源股份	41.32	47.58	47.72	36.22
	德艺文创	23.40	19.15	29.64	18.11
	真爱美家	26.11	24.82	22.56	27.98
	众望布艺	6.03	11.55	11.03	23.71
	英科再生	20.89	16.81	27.64	41.69
	浙江永强	55.42	62.07	46.95	44.66
	中源家居	40.58	40.31	40.80	40.50
	雅艺科技	3.42	7.94	29.01	19.50
	平均值	27.15	28.78	31.92	31.55
	华鸿股份	22.28	33.51	49.78	48.29

数据来源：可比上市公司公开披露的定期报告和招股说明书等。

报告期内，公司的流动比率、速动比率均低于可比上市公司的平均值，资产负债率水平略高于（2022 年 9 月末除外）可比上市公司的平均值，主要原因是可比上市公司（如雅艺科技、众望布艺、英科再生）上市后获得募集资金，流动比率、速动比率得到大幅提升。与一些报告期前已上市的可比公司（如浙江永强、创源股份、中源家居）相比，公司流动比率、速动比率等指标无显著差异。

公司主要靠自身积累和短期银行借款来补充发展所需资金，融资渠道单一。未来公司上市获得募集资金后，一方面可以满足生产经营需要，另一方面可以进一步改善公司资产负债结构，降低公司财务风险，有利于公司长期稳健持续发展。

（三）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转能力指标如下：

资产周转能力指标	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次）	5.82	7.00	6.42	9.15
应收账款周转天数（天）	47.03	52.18	56.85	39.89
存货周转率（次）	4.46	5.98	5.25	6.34
存货周转天数（天）	61.40	61.01	69.48	57.57

注：2022 年 1-9 月周转天数=365/（周转率×4/3）。

1、应收账款周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率分别为 9.15 次、6.42 次、7.00 次和 5.82 次，应收账款周转天数分别为 39.89 天、56.85 天、52.18 天和 47.03 天。报告期内，公司与可比上市公司的应收账款周转能力指标比较如下：

单位：次

公司	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创源股份	4.68	4.71	4.09	5.90
德艺文创	4.27	5.94	5.90	6.51
真爱美家	3.82	9.25	9.77	9.48
众望布艺	4.49	6.87	6.85	6.62
英科再生	8.32	9.18	9.92	11.17
浙江永强	3.83	4.64	4.00	3.89
中源家居	5.12	7.07	7.39	9.66
雅艺科技	2.33	5.57	5.78	4.69
平均值	4.61	6.65	6.71	7.24
华鸿股份	5.82	7.00	6.42	9.15

数据来源：可比上市公司公开披露的定期报告和招股说明书等。

2019 年、2021 年及 2022 年 1-9 月，公司应收账款周转率高于可比公司平均水平。2020 年，公司应收账款周转率略低于可比公司平均水平。可比公司均为外销收入占比较高的上市公司，2020 年受国际疫情形势的影响，外销市场海外客户现金流相对较为紧张，回款速度较以往期间有所下降。上述可比公司应收账款周转率普遍下降为行业普遍趋势，公司应收账款变化情况可比公司基本一致。

2020 年，公司应收账款周转率同比下降 2.73 次，下降幅度大于可比公司平均值，主要系 2020 年末公司应收账款期末余额较快增长所致。公司应收账款的相关分析参见本节“十、资产质量分析”之“（一）流动资产的构成及分析”

之“3、应收账款”的相关内容。

2、存货周转能力分析

报告期内，公司存货周转率分别为 6.34 次、5.25 次、5.98 次和 4.46 次，与可比上市公司存货周转率对比如下：

单位：次

公司	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创源股份	3.31	4.86	5.53	7.20
德艺文创	59.94	90.42	63.96	70.84
真爱美家	2.95	4.78	4.69	5.56
众望布艺	1.88	3.32	3.33	3.77
英科再生	4.19	6.00	6.14	6.38
浙江永强	2.12	3.53	2.45	2.70
中源家居	3.49	5.65	6.30	7.99
雅艺科技	1.91	6.94	7.01	4.04
平均值	2.83	5.01	5.07	5.38
华鸿股份	4.46	5.98	5.25	6.34

注：计算平均值时剔除德艺文创。德艺文创存货周转率显著高于其他可比上市公司，主要系德艺文创以生产外包模式为主，产品实行零库存管理，导致存货周转率极高，与其他公司不可比。

报告期内，公司存货周转率高于可比公司平均水平。报告期内，可比上市公司存货周转率呈下降趋势，与公司变化趋势一致，主要是 2020 年下半年以来受疫情影响，国际海运市场运力紧张、货柜资源短缺、海运成本上升幅度较大，以外销为主企业的发货均受到一定程度影响，导致存货周转率下降。

（四）报告期内股利分配情况

2019 年 3 月 10 日，华鸿有限的股东华鸿控股作出股东决定，同意向股东现金分红 2,500.00 万元（含税）。

2019 年 8 月 6 日，华鸿有限的股东华鸿控股作出股东决定，同意向股东现金分红 11,000.00 万元（含税）。

2020 年 10 月 25 日，公司召开 2020 年第二次股东大会，审议通过了《关于公司 2020 年第三季度利润分配的议案》，同意向股东现金分红 15,000.00 万元（含税）。

2021 年 11 月 17 日，公司召开 2021 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于华鸿画家居股份有限公司 2021 年第三季度利润分配方案的议案》，同意向股东现金分红 8,000.00 万元（含税）。

2022 年 6 月 30 日，公司召开 2021 年度股东大会，审议通过了《关于公司 2021 年度利润分配的议案》，同意向股东现金分红 2,000.00 万元（含税）。

（五）财务报表项目比较数据变动幅度达 30% 以上的情况及原因

1、合并资产负债表

（1）2022 年 9 月 30 日

单位：万元

项目	2022.9.30	2021.12.31	变动幅度	变动原因
货币资金	25,192.00	13,858.85	81.78%	主要系应收账款回款增加、采购支出下降所致
应收账款	8,232.33	12,731.85	-35.34%	国外疫情逐渐得到控制，客户订单需求常态化；另一方面，公司加强了应收账款的回款管理
预付款项	243.90	396.95	-38.56%	主要系预付货款、设备款、培训费等减少所致
其他应收款	734.69	2,643.31	-72.21%	主要系保证金、保险理赔款收回等所致
存货	6,388.55	10,313.26	-38.06%	2021 年末由于海运紧张，部分存货尚未发出，延至 2022 年后发出
其他流动资产	26.72	114.06	-76.58%	期末留抵进项税、预交企业所得税下降所致
投资性房地产	276.45	120.13	130.13%	天画家居将部分办公楼出租，对应新增投资性房地产 190.72 万元
使用权资产	1,732.32	1,197.54	44.66%	主要系印尼画家居等的房屋、厂房等租赁增加所致
长期待摊费用	337.58	206.76	63.27%	主要系画之都宿舍装修费增加
递延所得税资产	308.10	560.08	-44.99%	主要系信用减值损失、内部交易未实现利润下降所致
其他非流动资产	587.71	210.33	179.43%	主要系印尼画家居购置设备所致
短期借款	-	800.56	-100.00%	偿还银行抵押借款所致
交易性金融负债	610.99	-	-	期末部分未到期远期外汇合约浮亏所致
应付票据	3,228.91	4,661.23	-30.73%	原材料采购规模下降所致
应付账款	4,145.99	8,876.13	-53.29%	原材料采购规模下降所致

项目	2022.9.30	2021.12.31	变动幅度	变动原因
预收款项	30.02	-	-	预收租金增加所致
应付职工薪酬	3,272.10	4,836.97	-32.35%	主要系员工数量减少所致
应交税费	1,821.03	1,285.28	41.68%	主要系应交企业所得税余额增加所致
递延收益	-	0.57	-100.00%	与资产相关政府补助在受益期内摊销较少所致

(2) 2021 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	变动幅度	变动原因
交易性金融资产	6,482.92	816.58	693.91%	银行理财产品增加所致
其他应收款	2,643.31	946.43	179.29%	新增订船保证金及未收回保险理赔款所致
其他流动资产	114.06	18.26	524.68%	期末留抵进项税、预交企业所得税增加所致
固定资产	16,764.91	8,087.29	107.30%	主要系 4 号、5 号厂房及辅助设施转固所致
在建工程	690.80	4,151.41	-83.36%	主要系 4 号、5 号厂房及辅助设施转固所致
使用权资产	1,197.54	-	-	公司自 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号-租赁》，新租赁准则新增科目
商誉	736.14	-	-	2021 年 2 月与龙共舞收购林君文化时形成的商誉
长期待摊费用	206.76	25.26	718.46%	主要系画之都宿舍装修费增加
递延所得税资产	560.08	360.99	55.15%	主要系内部交易未实现利润增加所致
其他非流动资产	210.33	461.38	-54.41%	主要系预付林君文化股东股权收购款减少所致
短期借款	800.56	6,220.21	-87.13%	偿还银行抵押借款所致
应交税费	1,285.28	2,996.13	-57.10%	主要系应交企业所得税余额下降所致
其他应付款	581.76	425.52	36.72%	主要系待支付的费用款及其他增加所致
一年内到期的非流动负债	410.84	-	-	公司自 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号-租赁》，一年内到期的租赁负债增加所致
租赁负债	781.63	-	-	公司自 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号-租赁》，新租赁准则新增科目
递延收益	0.57	7.53	-92.37%	与资产相关政府补助在受益期内摊销较少所致

(3) 2020 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	变动幅度	变动原因
货币资金	15,022.61	9,325.11	61.10%	主要系收到股东投资款、银行抵押借款等所致
应收账款	14,637.00	7,685.35	90.45%	主要是 2020 年下半年，国外订单爆发式增加，公司营业收入（尤其是第四季度营业收入）较上年同期大幅增加所致
预付款项	564.09	123.57	356.48%	主要系预付培训款、货款增加所致
存货	9,309.94	5,541.31	68.01%	2020 年下半年，我国疫情得到控制并实现有序复工复产，公司海外订单集中爆发，导致 2020 年末公司待交货的订单大幅增加。此外，2020 年下半年开始，海运市场出现运力紧缺、运费上涨，导致部分客户延迟通知公司发货。上述因素导致公司 2020 年末库存商品较上年末增加 1,909.86 万元，发出商品较上年末增加 716.82 万元
其他流动资产	18.26	58.58	-68.83%	期末留抵进项税减少所致
在建工程	4,151.41	4.25	97688.81%	主要系 4 号厂房建设投入增加所致
长期待摊费用	25.26	-	-	主要系画之都宿舍装修费增加
其他非流动资产	461.38	307.93	49.83%	主要系预付林君文化股东股权收购款所致
短期借款	6,220.21	-	-	新增银行抵押借款所致
交易性金融负债	-	765.22	-100.00%	远期结售汇、卖出看涨期权合约等交割所致
应付票据	6,137.67	4,021.42	52.62%	主要是 2020 年下半年，公司外销订单大幅增加，材料采购大幅增加
预收款项	-	477.69	-100.00%	2020 年 1 月 1 日开始公司执行新收入准则，将预收客户货款由预收款项重分类至合同负债
合同负债	515.80	-	-	2020 年 1 月 1 日开始公司执行新收入准则，将预收客户货款由预收款项重分类至合同负债
应交税费	2,996.13	1,496.12	100.26%	主要系根据《浙江省新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作领导小组关于支持小微企业渡过难关的意见》（省疫情防控【2020】9 号），税务部门为缓解疫情对辖区内企业的冲击，

项目	2020.12.31	2019.12.31	变动幅度	变动原因
				加大税收支持力度，允许企业缓缴企业所得税所致
其他应付款	425.52	325.88	30.57%	主要系待支付的费用款及其他增加所致
其他流动负债	26.65	-	-	待转销项税额增加所致
递延收益	7.53	21.29	-64.65%	与资产相关政府补助在受益期内摊销较少所致
递延所得税负债	392.62	158.12	148.31%	主要系交易性金融资产公允价值变动增加所致

2、合并利润表

（1）2021 年度

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	变动幅度	变动原因
营业收入	102,244.22	76,383.21	33.86%	公司产品具有较强的市场竞争力;公司持续加大研发设计投入,自主设计创新能力有效提升了公司产品的附加值和竞争力;我国新冠肺炎疫情防控有力有效和复工复产稳步推进,海外对中国制造的需求增加,外贸形势向好;重视销售渠道和团队建设
营业成本	60,299.81	40,395.59	49.27%	公司营业收入大幅增长,产品成本随之增长;上游原材料价格上涨
研发费用	4,885.67	3,450.43	41.60%	为满足客户需求、提高产品附加值,公司加大产品设计、产品工艺等研发人员投入
财务费用	463.69	1,525.78	-69.61%	公司偿还银行抵押借款,短期借款减少,财务费用随之减少
其他收益	1,101.39	2,914.57	-62.21%	公司收到的政府补助减少,如高质量发展扶持资金等
投资收益	383.58	2,071.57	-81.48%	人民币相对美元升值幅度低于上年,金融衍生品交易形成的投资收益降低
公允价值变动损益	42.63	816.58	-94.78%	年末远期外汇头寸低于上年末,且人民币相对美元较上年稳定
信用减值损失	-16.81	-460.30	-96.35%	公司加强款项催收,应收款项回款较为及时,当期计提的信用减值降低
资产减值损失	-129.77	-195.46	-33.61%	公司计提的存货跌价准备较上年降低
资产处置收益	-17.57	42.71	-141.14%	处置固定资产产生的损失较上年增加

项目	2021 年度	2020 年度	变动幅度	变动原因
营业外收入	38.72	18.25	112.17%	其他营业外收入增加
营业外支出	145.60	44.47	227.43%	画之都义乌分公司油画厂房发生火灾导致营业外支出增加

(2) 2020 年度

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	变动幅度	变动原因
财务费用	1,525.78	79.83	1811.33%	短期借款增加导致财务费用随之增加
其他收益	2,914.57	899.39	224.06%	公司收到的政府补助增加，如高质量发展扶持资金、稳岗技能提升补助等
投资收益	2,071.57	-422.05	-590.84%	人民币相对美元大幅升值，金融衍生品交易形成的投资收益大幅增加
公允价值变动损益	816.58	-765.22	-206.71%	年末远期外汇头寸低于上年末，但人民币相对美元大幅升值
信用减值损失	-460.30	-154.95	197.06%	年末公司应收账款较上年末大幅增加，当期计提的信用减值较上年增加
资产处置收益	42.71	143.61	-70.26%	上年画之都商位处置金额占比较高，当年资产处置收益降低
营业外收入	18.25	32.82	-44.39%	其他营业外收入减少
营业外支出	44.47	25.38	75.19%	非流动资产毁损报废损失等增加

(六) 现金流量分析

最近三年及一期，公司经营活动、投资活动及筹资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	16,062.85	20,173.63	12,334.31	17,210.39
投资活动产生的现金流量净额	-2,119.42	-12,536.30	-2,611.45	4,799.71
筹资活动产生的现金流量净额	-3,819.03	-8,220.67	-3,062.89	-19,682.53
现金及现金等价物净增加/（减少）额	11,526.99	-843.43	5,856.04	2,426.55
期末现金及现金等价物余额	24,869.11	13,342.12	14,185.54	8,329.50

1、经营活动产生的现金流量分析

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	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	71,685.43	105,494.35	69,100.21	78,701.52
收到的税费返还	2,754.68	5,777.23	3,616.37	3,103.03
收到其他与经营活动有关的现金	3,625.40	2,240.96	4,018.51	1,855.09
经营活动现金流入小计	78,065.51	113,512.54	76,735.09	83,659.64
购买商品、接受劳务支付的现金	34,009.27	52,282.04	35,544.50	34,603.32
支付给职工以及为职工支付的现金	21,080.54	27,546.95	21,295.22	18,935.31
支付的各项税费	2,391.55	6,145.43	2,464.86	3,981.16
支付其他与经营活动有关的现金	4,521.30	7,364.51	5,096.20	8,929.46
经营活动现金流出小计	62,002.67	93,338.92	64,400.78	66,449.25
经营活动产生的现金流量净额	16,062.85	20,173.63	12,334.31	17,210.39

2020 年，公司经营活动产生的现金流量净额较 2019 年减少 4,876.08 万元，下降 28.33%，主要是 2020 年因新冠疫情影响，公司上半年业务减少，业务量集中在下半年爆发，导致下半年部分销售收入的货款尚未在当年收回。

2021 年，公司经营活动产生的现金流量净额较 2020 年增加 7,839.32 万元，增幅 63.56%，主要是公司销售规模增加，销售商品收到的款项扣除采购原材料支付的款项净额大幅增加所致。

最近三年及一期，经营活动现金流量净额与当期净利润的匹配关系如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	12,080.84	19,019.09	19,269.13	15,155.18
加：信用减值准备	-312.62	16.81	460.30	154.95
资产减值准备	200.32	129.77	195.46	193.34
固定资产折旧	1,163.01	1,269.41	931.24	923.79
使用权资产折旧	388.78	323.94		
无形资产摊销	96.30	106.11	99.03	78.65
长期待摊费用摊销	62.66	18.62	1.10	
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）	-8.95	17.57	-42.71	-143.61
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	21.54	63.55	22.01	13.13

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
填列)				
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	277.11	-42.63	-816.58	765.22
财务费用（收益以“-”号填列）	-1,979.02	372.19	835.01	153.19
投资损失（收益以“-”号填列）	-104.92	-383.58	-2,071.57	422.05
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	251.98	-194.75	51.84	-179.86
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	43.56	2.45	234.50	101.15
存货的减少（增加以“-”号填列）	3,724.40	-1,156.51	-3,964.09	557.46
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	6,961.11	1,069.52	-11,499.55	-629.26
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-6,803.24	-457.92	8,629.19	-621.34
其他				266.36
经营活动产生的现金流量净额	16,062.85	20,173.63	12,334.31	17,210.39
经营活动产生的现金流量净额占净利润比例	132.96%	106.07%	64.01%	113.56%

2020 年，经营活动产生的现金净流量金额小于当期净利润，主要系当期末应收款项余额大幅度增加，占用了较多经营性现金流。

2、投资活动产生的现金流量分析

最近三年及一期，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资收到的现金	38,344.17	21,831.77	25,572.66	45,782.18
取得投资收益收到的现金	44.76	6.21	10.48	182.70
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	11.26	329.96	106.42	305.73
收到其他与投资活动有关的现金		1,803.65	940.57	2,554.38
投资活动现金流入小计	38,400.19	23,971.60	26,630.13	48,824.99
构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,793.47	7,430.90	5,260.08	595.34
投资支付的现金	38,726.14	27,076.59	23,360.60	40,584.14
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		382.38		
支付其他与投资活动有关的现金		1,618.03	620.91	2,845.80
投资活动现金流出小计	40,519.61	36,507.90	29,241.58	44,025.28

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资活动产生的现金流量净额	-2,119.42	-12,536.30	-2,611.45	4,799.71

2019 年，公司投资活动产生的现金流量净额为正的原因为：公司购买美元兑人民币外汇远期结汇和卖出美元看涨期权产生的现金较多。

2020 年、2021 年和 2022 年 1-9 月，公司投资活动产生的现金流量净额为负，主要原因为公司构建厂房及购买设备产生的现金流出所致。

3、筹资活动产生的现金流量

最近三年及一期，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金		5,880.00	5,880.00	
取得借款收到的现金		1,425.62	16,212.71	4,500.00
筹资活动现金流入小计		7,305.62	22,092.71	4,500.00
偿还债务支付的现金	808.30	7,044.67	10,000.00	10,450.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,048.50	8,102.17	15,155.60	13,732.53
支付其他与筹资活动有关的现金	962.23	379.45		
筹资活动现金流出小计	3,819.03	15,526.29	25,155.60	24,182.53
筹资活动产生的现金流量净额	-3,819.03	-8,220.67	-3,062.89	-19,682.53

公司筹资活动产生的现金流量主要包括银行借款的借入和偿还、吸收股东投资以及股利分配等。2019 年至 2022 年第三季度，公司筹资活动产生的现金流量净额持续为负，主要是报告期内公司进行的股利分配所致。

（七）重大资本性支出

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司的资本性支出主要系厂房工程项目支出、设备购置支出。报告期内，公司“构建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”分别为 595.34 万元、5,260.08 万元、7,430.90 万元和 1,793.47 万元，公司重大资本性支出均围绕公司主业进行，对于公司提高生产能力，扩大市场份额及竞争力具有积极影响。

2、重大资本性支出对公司主营业务和经营成果的影响

报告期内，公司通过持续的资本性投入，拥有了先进的、较为完整的生产经营资产和业务体系，生产能力和技术水平得到了显著提高，促使营业收入保持了增长势头。

3、未来可预见的资本性支出情况

截至本招股说明书签署之日，除本次募集资金投资项目外，公司没有可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金项目的基本情况，以及对公司主营业务和经营成果的影响，参见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”部分的内容。

（八）流动性风险分析

报告期各期末，公司负债主要为流动负债，公司流动比率分别为 1.45 倍、1.49 倍、2.12 倍和 3.35 倍，速动比率分别为 1.13 倍、1.15 倍、1.65 倍和 2.92 倍，流动比率及速动比率指标良好，流动性风险较低。

未来，公司将进一步加强存货管理和款项回收，提高资金使用效率，确保充裕的流动性储备，降低流动性风险。

（九）持续经营能力分析

发行人自成立以来，一直专注于装饰画、镜子、相框等家居饰品的研发设计、生产和销售，目前已成长为该行业具有较高品牌竞争力的企业，公司在发展过程中坚持产品创新，得到业内客户的高度认同。

未来，公司将继续依靠深厚的研发设计积累和敏锐的市场趋势判断，不断强化品牌建设、产品创新、人才培养、渠道建设方面的投入，以市场为导向、创新设计为驱动，不断深耕细分市场，持续提升核心竞争力。

最近三年及一期，公司营业收入分别为 77,733.79 万元、76,383.21 万元、102,244.22 万元和 65,138.72 万元，净利润分别为 15,155.18 万元、19,269.13 万元、19,019.09 万元和 12,080.84 万元，业务规模呈增长趋势，盈利能力较强。

综上，公司管理层预计目前不存在对公司持续经营能力造成重大不利影响的变化。

十二、报告期内重大投资或重大资产重组事项

报告期内，公司不存在重大资产重组的情况。报告期内，公司重大投资包括画之都收购坤冠画框机器设备和存货以及与龙共舞收购林君文化股权，具体参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”。

除以上事项，报告期内，公司不存在其他重大投资、重大资产业务重组事项。

十三、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）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署之日，公司无对于正常经营活动产生重大影响的或有事项。

（三）其他重要事项

报告期末，公司存在以下承诺事项：

（1）截至 2022 年 9 月 30 日，公司在浙江稠州商业银行股份有限公司已开立尚未到期的银行承兑汇票余额为人民币 2,529.54 万元，公司以人民币 252.95 万元为上述银行承兑汇票提供担保；

（2）2021 年 4 月 29 日，公司与浙江稠州商业银行股份有限公司签订编号为 220211560320002000192 的最高额抵押合同，以原值为 1,251.63 万元、净值为 985.80 万元的房屋建筑物，原值为 569.12 万元、净值为 492.53 万元的土地使用权为公司 2021 年 4 月 29 日至 2024 年 4 月 15 日不高于人民币 12,500 万元债务提供抵押担保。截至 2022 年 9 月 30 日，公司在上述最高额抵押合同下无借款；

（3）截至 2022 年 9 月 30 日，子公司画之都在浙江稠州银行市场支行已开立尚未到期的银行承兑汇票余额为人民币 497.65 万元，公司以人民币 49.77 万元为上述银行承兑汇票提供担保；

（4）2018 年 3 月 1 日，子公司画之都与浙江稠州商业银行股份有限公司签订编号为 220181561620002700255 的最高额抵押合同，以原值为 1,886.02 万元、净值为 822.04 万元的房屋建筑物，原值为 2,291.24 万元、净值为 1,556.13 万元的土地使用权为公司在 2018 年 3 月 1 日至 2023 年 3 月 1 日期间不高于人民币 10,200 万元债务提供抵押担保。截至 2022 年 9 月 30 日，子公司画之都在上述最高额抵押合同下无借款；

（5）2021 年 4 月 20 日，子公司天画家居与中国工商银行签订了编号为 2021 年押字第 0265 号的最高额抵押合同，以原值为 1,947.76 万元、净值为 1,680.64 万元的房屋建筑物，原值为 596.62 万元、净值为 541.59 万元的土地使用权为公司在 2021 年 4 月 19 日至 2031 年 4 月 18 日不高于 4,508.00 万元的债务提供担保。截至 2022 年 9 月 30 日，子公司天画家居在上述最高额担保合同下无借款；

（6）截至 2022 年 9 月 30 日，子公司天画家居在中国工商银行义乌分行已开立尚未到期的银行承兑汇票余额为 2,017.13 万元，子公司天画家居以人民币 20.17 万元为上述银行承兑汇票提供担保。

（四）重大担保、诉讼等事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在重大对外担保。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的重大诉讼或仲裁事项。

十四、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

第七节 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）本次募集资金规模及用途

根据公司 2022 年第一次临时股东大会决议，公司拟申请向社会公开发行不超过 2,837 万股人民币普通股，本次发行募集资金扣除发行费用后用于投资的项目，按投资项目的轻重缓急顺序，具体情况如下：

单位：万元				
序号	项目名称		项目投资 总额	募集资金 投入金额
1	扩产项目	年产 1,626 万幅/年镜子类相框扩建项目	31,098.00	31,098.00
2		年产 1,526 万幅/年装饰画扩建项目	30,706.00	30,706.00
3	研发中心建设项目		8,770.00	8,770.00
4	营销与服务网络建设项目		15,636.00	15,636.00
合计			86,210.00	86,210.00

本次发行的募集资金到位后，公司将按照项目的实际需求和轻重缓急将募集资金投入上述项目。项目投资总金额高于本次发行募集资金使用金额部分由公司自有或自筹资金解决。

在本次发行的募集资金到位之前，公司将根据项目需要以自有或自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位之后，可依照相关法律、法规及规范性文件的要求和程序对先期投入资金予以置换。募集资金具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“八、募集资金具体运用情况”。

（二）募集资金专户存储安排

公司已制定募集资金管理制度，实行募集资金专户存储制度，保证募集资金的安全性和专用性。公司首次公开发行股份募集资金到位后，公司将严格按照中国证监会和上海证券交易所的有关规定管理使用本次募集资金。

（三）募集资金对发行人主营业务发展、经营战略及财务状况的影响

本次募集资金运用是公司增强核心竞争力、实施公司发展战略的重要举措，将对公司主营业务发展、经营战略及财务状况产生重大深远的影响。

1、对公司主营业务发展、经营战略的影响

经过多年发展，公司已成为国内主要的装饰画、镜子和相框类家居饰品的制造及出口基地，产品远销美国、欧洲、南美等国家和地区。公司销售收入持续稳步增长，处于行业前列。报告期内，公司主营业务收入分别为 77,336.88 万元、75,972.36 万元、101,631.30 万元和 64,646.64 万元，实现利润总额分别为 18,193.58 万元、22,359.66 万元、21,740.99 万元和 14,609.94 万元，盈利能力较强。募集资金投资项目建成之后，公司将进一步提升供应能力，满足客户多样化需求，提升公司核心竞争力。

公司较强的研发创新能力以及工艺材料研发应用为募集资金投资项目的顺利实施提供了保障。公司具备的丰富的生产管理经验和严格的质量控制制度可有效降低本项目实施的难度，为项目实施提供技术保障。公司拥有较强的市场开拓能力和完善的售后服务体系可以为募集资金投资项目的产能消化提供可靠的营销保障。

公司坚持以设计创新为驱动，及时把握市场潮流趋势，持续增加研发投入，研发体系日臻完善，具备未来持续发展的内在动力和基础。公司的募集资金投资项目符合国家产业政策及环境保护政策，符合公司现有主业发展方向和未来发展战略，能够为公司的发展以及行业的发展带来良好的效益。

2、对公司财务状况的影响

（1）对资本结构的影响

本次发行募集资金到位后，将提高公司的总资产及净资产规模，显著降低公司资产负债率，增强公司的偿债能力，有效地改善公司的资本结构。

（2）对净资产收益率和盈利能力的影响

本次募集资金到位后，公司净资产将大幅增加，由于募投项目存在一定的建设期，短期内难以充分实现其经济效益，公司净资产收益率在短期内将有所下降。但随着募投项目逐渐达产，在公司生产能力大幅提高的情况下，公司营业收入将明显增长，盈利能力和净资产收益率也将随之提升。

（三）折旧及摊销对未来经营成果的影响

本次募集资金投资项目将新增固定资产和无形资产，项目建设后固定资产折旧和无形资产摊销将有一定幅度的增加。随着项目达到预定可使用状态，项目新增主营业务收入也将不断增加，项目新增销售收入足以抵消新增折旧的影响。因此，新增固定资产折旧及无形资产摊销不会对公司的经营成果产生不利影响。

（四）募集资金运用对同业竞争和独立性的影响

募集资金投资项目实施后，不会产生同业竞争或者对发行人的独立性产生不利影响。

（五）募集资金投资项目与发行人现有主营业务之间的关系

1、扩产项目

公司本次募集资金投资的扩产项目包括年产 1,626 万幅/年镜子类相框扩建项目（以下简称“华鸿股份扩产项目”）和年产 1,526 万幅/年装饰画扩建项目（以下简称“画之都扩产项目”）两个子项目，分别为由华鸿股份和画之都实施项目建设期均为 1.5 年，达产后将新增 1,626 万幅镜子及相框和 1,526 万幅装饰画的生产能力。项目选址均位于浙江省义乌市佛堂镇大士路 1 号。

华鸿股份扩产项目将拆除现有 2 栋厂房并新建 2 栋现代化厂房，同时引入先进的生产设备，达产后将新增 1,626 万幅镜子及相框的生产能力，并且本项目将利用公司现有空地建设宿舍及活动中心等相应配套建筑。画之都扩产项目将拆除现有油画厂房并新建 2 栋现代化厂房，通过扩建装修并引入自动化生产设备和智能仓库，提升生产自动化程度，提高生产运行效率，并对公司现有装饰画的产能进行扩张，达产后将新增 1,526 万幅装饰画的生产能力。

上述扩产项目与发行人现有主营业务紧密相关。项目投产后，将有利于扩大公司家居饰品的产能规模，并通过规模化、自动化、智能化来改进生产工艺、提高产品品质和生产效率，从而提升公司在家居饰品市场的竞争力和市场占有率。

2、研发中心建设项目

华鸿股份拟在浙江省义乌市佛堂镇大士路 1 号建设本项目。研发中心建设项目通过新建研发中心实验室及办公楼，在改善公司整体办公环境的同时进一步加大研发投入，增强公司的研发设计能力。

上述研发中心建设与发行人现有主营业务紧密相关。项目建成后，公司研发设计能力将进一步增强，未来将顺应家居饰品潮流趋势变化，快速响应市场需求，研发设计并完善公司在家居饰品领域的布局。

3、营销与服务网络建设项目

营销与服务网络建设项目实施主体为华鸿股份。项目通过在美国、英国、德国、法国、北欧、中东、非洲、智利等地建设营销网点，在美国、英国、法国和非洲设置仓库，实现对公司海外营销网点布局的完善和升级，进一步提高公司的营销能力。

上述营销与服务网络建设项目与发行人现有主营业务紧密相关。项目完成后，将有利于公司完成全球市场的布局，继续开拓新兴市场及维护原有客户的关系，提升客户的综合营销及服务水平。

（六）募集资金投资项目的可行性

1、扩产项目

（1）公司具备较强的研发创新能力

公司是高新技术企业，一直致力于装饰画、镜子及相框类家居饰品产品的研发设计、生产和销售。公司坚持以设计创新为驱动，已建立完善的设计研发体系的同时，并培育了经验丰富、专业的设计团队。公司产品设计创意依托海外设计师及销售人员定期收集国外流行趋势与市场需求信息，并结合国内设计人员的创意智慧，及时把握市场潮流趋势，做出专业且精准的设计预测，能满足不断变化的市场创新需求。公司积极开展与浙江理工大学、浙江工业大学等高校的产学研合作，利用科技手段赋能艺术创作，不断提升产品价值。

（2）公司具有丰富的生产管理经验和严格的质量控制制度

公司作为国内专注于装饰画、镜子及相框类家居饰品的主要生产企业，经

过多年发展，公司凭借丰富的设计师资源、庞大的原创图片数据库、行业领先的产品创新速度及先进的生产工艺技术，已成为国内最大的装饰画制造及出口基地之一，产品远销美国、欧洲、南美等国家和地区。在生产资质方面，公司成立伊始就注重产品质量，已拥有国外多个区域重要大客户的供应商资格审核合格资质，并通过 ISO-9001 和环境管理 14001、职业健康安全 45001、BSCI、FSC 等多个体系的认证资格。在质量管理方面，为了严格控制装饰画、镜子及相框等产品质量，公司设立了品质管理部门，并制定了严格的《品质管理制度》，质量控制措施贯穿产品设计开发、原辅料采购、生产制造的全过程。

（3）公司拥有优秀的市场开拓能力和完善的售后服务体系

目前，我国创意家居饰品主要以出口为主，全球营销网络的建立和优质客户资源的积累是企业生存和发展的关键。公司主要客户多为国外的品牌商、零售商、及批发商，这些客户对供应商有着严格的筛选标准和流程，合作门槛较高，在考察时将供应商的研发能力、资本规模、产品质量、销售服务、经营业绩以及品牌知名度等均纳入评价范畴，因此至少需要 3-5 年时间才能初步完成销售渠道的铺设。

公司除了在美国当地设立了销售办公室，在英国、南美等重点市场也设立了销售代表处，在国内也搭建起一支稳定且经验丰富的销售团队，具备快速响应客户需求、及时解决客户问题的营销服务能力。凭借优异的产品品质及服务水平，报告期内公司收入规模及利润水平均实现快速增长，主要客户合作稳定。公司产品远销北美、欧洲、南美等国家和地区，目前已与全球 60 多个国家的 300 多个客户建立了合作关系，并在存量客户稳定合作的基础上，不断拓展新客户。公司制定了一系列售后服务政策，立志为客户提供更加及时以及优质的售后服务。公司设立了专门服务大客户的客服团队，实现多维度的客户服务，以增加客户黏性。完善的售后服务体系强化了产品品牌，提升了公司形象。

2、研发中心建设项目

（1）丰富的创意设计经验为项目实施提供基础保障

公司深耕装饰画、镜子、相框等家居饰品的研发设计，经过多年发展，目

前已成长为一家拥有较强自主创新能力的高新技术企业。一方面，公司建立了以画面设计、产品开发为基础的业务流程，通过“设计开发—推介—生产—销售”的业务流程将创意快速转化为产品进入国内外市场。同时，公司将画面设计和打样制作过程分离，并设置多个设计小组，针对不同地区的消费偏好进行针对性的创作，提高了研发人员的专业化水平，更好地迎合了各装饰画细分市场的需求。另一方面，公司凭借庞大的原创图片数据库及先进的生产工艺技术，实现了行业领先的产品创新速度，从设计需求对接到产出客户满意的产品最短只需 10 天，远高于行业创新速度水平。

公司经过多年的发展形成的独创性设计体系和行业领先的产品创新速度水平为本项目实施提供丰富的经验积累，为本项目的成功实施提供了更高的可能性。

（2）公司强大的技术创新能力为项目实施提供技术支持

公司自成立起，就特别重视研发设计能力，除内容创新以外，公司同样注重技术创新领域内的研究和开发。针对目前国内装饰画、镜子及相框等家居饰品生产工艺技术水平低、标准化程度差的现状，公司积极开展装饰画、镜子及相框等家居饰品领域内的新工艺研究和新材料应用研究，对传统装饰画、镜子及相框等装饰品的生产工艺和材料运用进行改良和创新，并受到了国内外客户的青睐，推动了装饰画、镜子及相框等家居饰品市场的发展和革新。公司坚持走产、学、研合作的技术创新道路，与浙江理工大学、浙江工业大学等知名院校建立了长期稳定的合作关系，在高级设计人才培养、绘画研究实战基地建设、感温变色颜料的研究与制造等领域开展广泛合作。

公司强大的技术创新能力为项目实施提供技术支持，特别是工艺材料、技术创新领域的优势及产学研融合的合作模式，有利于降低本项目成功实施的难度。

（3）专业的营销及研发设计团队为本项目实施提供人才基础

公司拥有一支经验丰富且稳定的营销团队，核心营销人员均具备丰富的行业经验，并通过在美国设立子公司招聘当地专业人才实现营销服务本土化，及时响应客户需求。同时，公司组建了专业分工细致、凝聚力较强的创作团队。

凭借现代化的设计开发模式和稳定、高效的设计团队，公司每年推出原创手绘类作品 3,000 幅以上，电脑设计类作品 8,000 幅以上，并使公司的图片数据库规模不断扩大、题材进一步丰富。规模庞大的图片数据库与现代化的设计手段相融合极大地提升了设计师的创作速度、大幅缩短公司产品的设计周期。

在本项目中，公司专业的营销及研发设计团队将为本项目实施提供人才基础，及时把握客户需求变化趋势，快速响应客户诉求，降低本项目稳步实施的阻力。

3、营销与服务网络建设项目

（1）广阔的市场空间是营销与服务网络建设的前提

从市场前景来看，由于欧美等一些发达国家和地区较早经历了城市化，人们对生活品质有了更高的追求，家居饰品个性化需求明显，家居饰品行业发展较为成熟。从全球市场来看，随着经济的发展和人们消费观念的转变，家居饰品需求也日益增长。以装饰画、装饰镜、相框类等为主的家居饰品，能体现多种艺术手法，已成为家居饰品市场中不可或缺的部分。

家居饰品广阔的市场空间是本项目建设的前提和基础。一方面，广阔的市场空间为营销团队更好开拓市场提供了更多的可能性；另一方面，基于良好的市场前景预期，能更好激活营销团队开拓市场的活力。

（2）成熟的营销及研发设计团队为项目实施提供重要保障

在营销方面，公司已培育了一支成熟专业的本地化营销团队，并建立了完善的销售流程管理体系，包括不限于对获客渠道、业务流程、发货周期以及终端大客户服务等方面的把控，具备较强的营销全流程管理和服务能力。在研发设计方面，公司坚持以设计创新为驱动，在建立完善的研发设计体系的同时，培育了经验丰富、专业的设计团队。公司应对不断变化的市场需求判断，主要依托公司海外设计师及销售团队定期收集的当地市场第一手流行趋势和市场需求，结合公司内部研发设计人员参加的国内外展会，做出专业且精准的设计预判，走在潮流最前端，公司所研发设计的产品能满足消费者快速变化的需求。同时，公司将画面设计和打样制作过程分离，并设置多个设计小组，针对不同地区的消费偏好进行针对性的创作，提高了研发人员的专业化水平，更好地迎

合了各装饰画细分市场的需求。

公司成熟专业的本地化营销及研发设计团队，对家居饰品行业及公司产品具有深刻的理解和认识。本项目将以现有营销及研发设计团队为基础展开，是对现有营销体系的提升和完善，现有的成熟营销模式及研发设计团队将为本项目实施提供重要保障。

（3）行业领先的产品创新速度为营销网络拓展提供了保障

公司凭借丰富的设计师资源、庞大的原创图片数据库及先进的生产工艺技术，实现了行业领先的产品创新速度。公司具有的产品创新速度优势有利于提高营销团队开拓市场的效率，降低市场推广的难度，激发营销团队积极性，有利于增强公司产品在市场的渗透能力。公司具有的行业领先的产品创新速度为本项目的成功实施降低了推广难度，有利于公司快速占领市场，为项目成功拓展提供了保障。

（七）募集资金投资项目的必要性

1、扩产项目

（1）扩大公司生产规模，满足未来市场需求

随着居民收入水平的增长以及消费层次的不断提高，家居消费由功能性向功能与审美并重的方向发展，整体而言表现出精细化、精致化的趋势。家居装饰理念的革新亦带来各家居细分行业的发展。随着“轻装修，重装饰”理念的逐步渗透，消费者在家庭装修的过程中逐渐抛弃复杂的装修，转而追求后期的软性装饰，家居饰品行业迎来发展机遇。

基于公司产品出彩的设计、良好的口碑以及稳定增长的市场需求，公司近年来订单不断增长。在家居饰品销量日益增长的背景下，公司现有生产能力将难以满足未来的市场需求。另一方面，公司原有的生产线布局较为局限和集中，一定程度上限制了生产效率。本项目将通过将原有生产线进行重建改造，扩大公司生产规模，优化生产线布局，提高生产效率，增强各类型家居饰品产品的供应能力，以支持未来销售业绩的持续增长。

（2）增强公司规模效应，提升公司综合竞争力

通过本项目的建设，公司规模化水平将明显提升，具体表现在以下三个方面：首先随着公司生产规模扩大，原材料采购规模将相应扩大，从而提高公司的议价能力，保证采购质量的同时确保公司采购的价格优势；其次随着生产场地的扩大，将解决公司原有的生产场地拥挤问题，并可以根据不同系列、型号的主要产品设置专门的生产线，避免了过去由于场地需要频繁调整生产计划导致的时间及人力成本浪费，有利于产品生产效率的提高；再者，专门的生产线有利于精细化管理，不仅满足进一步扩大公司装饰画、相框、镜框等家居饰品相关产品的生产能力，同时有利于公司控制产品质量及进一步缩短生产周期。

（3）提升自动化生产能力，提高生产效率

目前公司各生产线、机器设备的配置和生产效率等方面仍存在改进空间。通过募集资金投资项目的建设，公司将在装饰画生产线中引进自动钉角机、自动绷框机、自动装配线等自动化生产设备，在镜子、相框生产线中加引入自动喷漆线、自动上下料机、自动组装线等自动化生产设备，优化完善加工制造能力，实现在装饰画、相框和镜子领域的多流程自动加工能力，提高生产运行效率。

同时，随着公司经营规模的不断扩大，传统仓储模式已不能满足未来业务规模增长的需求。通过募集资金投资项目的建设，公司将引进整套智能仓储设备以实现作业无人化、管理信息化、空间利用高效化，更好地实现仓储空间的合理利用，降低货损率，减少人工成本，实现管理水平和运营效率的双提升，为未来公司在经营规模进一步扩大后提升竞争力提供有力保障。

2、研发中心建设项目

（1）增强研发设计和创新能力，提高产品附加值

公司深耕家居饰品行业多年，近年来发展迅速，在产品创新速度及品牌知名度等方面具有一定优势。公司在快速发展的同时，也存在着产品附加值优势不明显的问题。通过本项目的建设，公司将在进一步完善公司研发体系的基础上引进先进的研发设备。届时，公司在图片原创、工艺材料创新、跨媒体装置艺术以及工艺产品市场化等方面的实力将进一步得到完善和提高，有利于公司

通过工艺材料创新、艺术品融入科技元素或纯艺术化等方面构建更加强大的竞争壁垒，研发设计出更具品牌价值、文化价值、创新价值且符合市场潮流趋势的更高技术水平产品，提升公司产品溢价能力和公司品牌影响力。

（2）顺应家居饰品潮流变化趋势，快速响应市场需求

随着消费者追求个性化潮流和时代发展的驱动，家居饰品的表现方式也越来越多元化，对跨媒体装置艺术以及工艺材料创新等方面的要求也逐渐提高。满足家居饰品多元化需求和产品迭代是研发设计的主要方向。对于公司来说，进一步提升公司的研发设计投入，不断提高自身的研发设计水平，通过持续的创新来满足不断变化的市场需求，既能保持公司的可持续发展能力，同时也是公司在竞争中凸显优势的关键因素。

通过本项目的建设，公司将引进研发管理系统（产品生命周期管理系统）、3D 高精扫描仪、平面高精扫描仪、全自动玻璃丝印机、激光切割机、激光快速成型机、3D 平板打印机及 3D 喷墨打印机等软硬件研发设备，有利于进一步提高研发设计效率，发挥公司的研发设计优势，紧跟行业发展趋势，快速响应市场需求。

（3）改善研发及办公环境，提高公司综合竞争力

随着公司规模进一步扩大，公司在研发及办公环境方面难以满足业务不断发展的需要。通过改善研发和办公环境，首先，有利于吸引和凝聚更多的优秀的研发设计人才，同时配备更先进的研发设备、加大研发投入，进一步提升公司研发设计能力，满足消费者多元化及快速变化的市场需求，提高公司可持续发展能力。其次，良好的研发及办公环境有利于激发研发设计人员的创作灵感，提高创作效率和质量。再者，通过研发和办公环境的改善，有利于向已合作及未来拓展的大型终端零售商和品牌贸易商展示良好的企业形象，进一步巩固和拓展业务，提高公司产品市场占有率，彰显公司综合实力。

3、营销与服务网络建设项目

（1）项目的建设是保障扩产项目新增产能实现经济效益的需要

近年来，公司不断加强营销渠道建设，但目前渠道建设进程较慢。随着公司未来主要产品产能的大幅提升，现有的营销网络或将无法满足新增产能的消

化需求，因此构建更加健全且覆盖面更广的营销与服务网络体系势在必行。通过本项目的建设，公司将进一步完善营销渠道，增强和增加各区域营销活动网点、展厅和人员配备，满足对原有市场的深入开发和新市场开拓的需要，有利于进一步增加营销服务能力。

本项目的建设，一方面有利于增强公司的营销和服务能力，另一方面，有利于使产、销体系相互协调，保障公司扩产项目新增产能经济效益的实现。

（2）优化海外营销网点建设，全面提升营销服务能力

海外营销网点的建设是公司开拓国际市场的重要渠道，是提升公司营销服务能力，增强公司核心竞争力的重要方式之一。公司经过多年的市场实践，探索出符合公司发展的营销模式，目前已具备较强的营销能力。公司主营业务收入主要源自美国、英国及南美等境外国家和地区，主要营销渠道是在上述国家和地区设立子公司、办事处或销售团队。公司的营销模式经过市场验证取得了一定的成果，但随着行业竞争的加剧、市场需求变化以及大型终端零售商和品牌贸易商对企业综合服务能力要求较高，公司有必要进一步优化海外营销网点建设，全面提升公司营销服务能力，以适应不断变化的市场需要。

（3）精准把握差异化市场需求，提升公司品牌影响力

通过本项目的建设，公司将增加海外销售网点、展柜和人员配备。首先，公司能够将多年探索出来的且在美国成功运转的营销模式复制到其他地区，通过本土化营销，拓展全球市场；其次，公司能更全面且及时的把控当地市场需求，研发设计出符合当地消费者喜好的产品，降低市场推广难度；再者，展柜展示能将自身产品特性更好的向消费者展现，如打造出温馨、时尚或稳重等不同的产品风格，给消费者留下强烈印象，引起消费者的共鸣，促进消费者购买欲望。

本项目的建设，一方面，能够快速反馈市场多元化需求；另一方面，完善的营销网络体系能更好把产品传达给消费者，有利于公司进一步开拓市场，提升公司的品牌影响力。

（八）募集资金投资项目实施主体的审批、核准或备案

募集资金投资项目的备案情况如下：

序号	项目名称	实施主体	项目代码或备案号	环评批复文号
1	年产 1,626 万幅/年镜子类相框扩建项目	华鸿股份	2204-330782-07-02-639346	金环建义[2022]70 号
2	年产 1,526 万幅/年装饰画扩建项目	画之都	2204-330782-07-02-314652	金环建义[2022]69 号
3	研发中心建设项目	华鸿股份	2206-330782-04-01-347963	-
4	营销与服务网络建设项目	华鸿股份	-	-

（九）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会认为：本次发行募集资金投资项目围绕主营业务开展，与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。项目具有较好的市场前景和盈利能力，符合公司发展战略的方向，具备相当的可行性，项目完成后将给公司带来良好效益。

二、公司未来发展规划

（一）公司总体战略规划

公司秉承“让生活更艺术”的使命，致力于成为全球生活艺术化的推动者。为此，公司努力打造兼具中国特色和国际视野、行业领先的创新型研发创意中心；加强全球营销渠道网络建设，深度拓展与全球主要国家重大客户的业务合作，精准布局国内市场，大力发展新媒体电子商务，构建集海外销售渠道、电子商务平台等多种销售形态为一体的综合性、全覆盖销售网络；坚持实施自主品牌为主的发展战略，加强人才培养和储备，提升公司的综合竞争优势，逐步发展成为具有较强国际竞争力的全球创意家装饰品整体供应商。

（二）报告期内已采取的措施及实施效果

报告期内，公司始终专注于从事装饰画、镜子、相框等各类家居饰品的研发、设计、生产和销售的主营业务，不断完善经营管理体系，规范公司治理结构，建立现代企业管理制度，努力加大产品研发设计力度，进一步发挥公司在创意设计、工艺技术、销售、品牌和服务等方面综合竞争优势。

通过一系列措施的实施，报告期内，公司主要装饰画、镜子、相框等各类

家居饰品的生产规模、销售规模逐步扩大，建立和形成了自己的海外销售渠道体系，产品覆盖全球 60 多个国家和地区。公司与 Target、Ross Stores、Walmart、The Home Depot、Falabella、CDS 等大型连锁超市和家居装饰品牌建立了长期良好的合作关系，为公司未来发展战略目标的实现奠定了基础。

（三）未来规划采取的措施

根据对国内外家居饰品行业的发展现状、公司发展战略及优劣势的分析，公司拟定了以下业务发展规划：

1、产品研发设计规划

在产品研发方面，公司将以市场需求为导向，根据各个国家地区消费者的喜好与消费特点，通过国内外相结合的营销及设计团队，及时把握市场潮流，保持研发设计人员对行业前沿设计趋势的高度敏感性，通过工艺材料创新，把新材料、艺术时尚及科技元素有机结合，不断开发出更加适销对路的更具品牌价值、文化价值、创新价值且符合市场潮流趋势的更高技术水平产品。

2、自主品牌建设规划

自主品牌经营模式已经成为文化创意家装饰品行业发展的方向。公司目前已基本完成 OEM 模式向 ODM 模式的转型，下一步将大力加强自主品牌建设，向自主品牌运营商模式发展，完善品牌定位、强化品牌认可、提升品牌溢价，从而提升公司产品市场占有率、营收及盈利规模。

目前，公司已打造了“天画家居”“天下画仓”“华鸿”“画之都”“Tyler & Finn”“桑尼相框”等多个自主品牌。通过产品的题材、设计、材质、工艺、包装等各方面力求达到文化价值、艺术价值的完美结合，公司着力加强创意设计、文化张力、资源整合、渠道构建、营销创新构建差异化品牌，塑造“画家居”品牌在文化创意家居市场的影响力，提升公司的竞争实力。

3、营销渠道建设规划

在境外市场方面，目前公司主要通过展会、客户推荐以及买手介绍等方式进行境外营销，尚未建设完备的境外营销网络，为了更好开拓境外市场，公司

将持续推进将销售机构“走出去”战略，在北美、欧洲等地设立销售办事处或分子公司，建设覆盖公司产品主要消费地的境外营销网络，以便于更好开拓和维护境外客户资源。公司也将自建展示营销平台进行宣传和直接对外销售，积极开拓电商销售渠道。

在国内市场方面，公司将搭建国内电子商务运营平台，充分发挥展示营销平台的快速增长作用，整合拓展实体销售渠道，提高产品销售稳定性。同时，提升高端设计师渠道的大客户方案服务体系，最终构建完整的国内营销网络体系。国内展示营销平台直接面向终端客户，将打造线上线下结合的新零售模式。从开拓市场、售后服务、客户维护等方面进行全新布局，为未来公司在全国范围内打造文化创意家装饰品行业的知名品牌奠定基础。

公司将在现有业务及营销模式基础上逐步建立起一个全方位、多层次的现代化营销网络，根据不同品牌定位选择不同渠道模式的差异化定位，持续打造企业优势。

4、人力资源发展规划

人才是公司经营发展的第一生产力，人力资源是公司战略规划的重要组成部分。公司秉承“以人为本”的经营理念，始终把人才梯队建设及人力资源开发作为公司基本方针。公司将不断健全和提升人力资源管理体系，构建“招、选、留、用”的人力资源管理机制，实现端到端人力资源管理模式，引进高级经营管理人才、设计创新人才、海外销售人才，同时与行业相关院校建立良好的校招对接关系，加强储备人才的引进；完善人才培养、培育体系，建立员工“学、练、考、评、赛”机制，提升人才育成效率；制定以人为本、具有竞争力的薪资绩效管理制度，充分调动员工积极性，为公司高速发展提供源动力。构建专业层次清晰、人才结构合理的人才队伍，进而更有效地保障公司发展战略的实现。

5、筹资规划

公司拟通过此次公开发行股票募集资金进一步扩大业务规模，提升技术实力，做大做强公司主业，并借力资本市场多元化的融资渠道，保持合理的资本结构，为未来可持续发展夯实基础。

（四）拟定上述计划依据的条件和面临的主要困难

1、拟定上述计划所依据的假设条件

本公司拟定上述计划主要依据以下假设条件：

（1）公司所处的国内外政治、经济和社会环境基本稳定，国内外宏观经济保持良好的发展态势，未发生对公司发展有重大影响的不可抗力事件。

（2）国家的基本经济政策不会发生对公司业务产生重大不利影响的改变。

（3）公司所处行业的市场处于正常发展状态，没有出现重大市场突变情形。

（4）本次募集资金及时到位，募集资金投资项目顺利实施。

（5）公司能够持续保持现有管理层、核心技术人员的稳定性和连续性。

2、实施过程中将面临的主要困难

（1）资金压力。公司近年来主要通过自我积累实现滚动发展，公司发展战略和各项具体发展计划的实施，需要大量的资金投入。而现阶段公司筹资手段较为单一，主要以自我积累和贷款为主。上述两种筹资手段尚不足以满足全部上述发展计划的资金需求。因此，通过本次发行股票筹集资金成为公司发展规划和目标顺利实施的关键所在。

（2）管理压力。随着业务和规模的不断发展，公司的管理水平将面临较大的挑战。若公司本次发行成功，募集资金投资项目顺利实施，公司的资产规模、生产经营、内部管理方面也将发生较大变化。公司在战略规划、组织设计、资源配置、营销策略、内部控制等方面都将面对新的挑战。

（3）人才压力。公司通过自身的经营发展，培养和积累了一批研发设计和经营管理人才。随着公司业务的不扩张，尤其是本次募集资金到位后，公司对研发设计、管理、营销等各类高层次人才的需求将大幅增加。因此，公司面临人力资源保障压力。

3、确保实现规划和目标采用的方法或途径

公司拟采用以下方法和途径确保规划和目标的实现：

（1）公司本次发行股票将为实现上述业务目标提供资金支持，公司将认真组织项目的实施，争取尽快实现效益、提升企业盈利能力，保持并提升企业的核心竞争优势；

（2）公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步加强公司治理、风险管理和财务管理的能力，持续优化资源配置、改进业务流程、规范内部管理、提高决策效率，保障公司各项规划目标的顺利实现；

（3）通过本次公开发行股票并上市，加快对优秀人才尤其是研发设计人才和管理人才的引进，提高公司的人才竞争优势；

（4）提高公司的品牌知名度和市场影响力，进一步提升公司的形象，充分利用公司的现有资源，提高公司产品市场占有率；

（4）准确把握家居饰品行业的发展方向，加强与客户的合作与对行业发展趋势的分析，实现对客户需求的最大化满足。

（五）公司业务发展规划与现有业务的关系

公司业务发展规划是在现有业务的基础上，结合公司实际情况，根据家居饰品行业的发展趋势，经过审慎考虑和可行性研究后确定的，是对公司现有业务的扩充和提升。上述计划的实施，将有力推动公司现有业务发展、提高产品开发设计能力、强化营销网络布局，进一步提升公司品牌形象、提高市场占有率、增强竞争优势，实现公司的长期可持续发展。

第八节 公司治理与独立性

一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

报告期初，股份公司尚未设立，公司存在部分管理制度、规范性文件不齐全，内部审计机构设置薄弱等情形。自公司整体变更为股份公司以来，公司已根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规和规范性文件的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，形成了权力机构、决策机构、执行机构和监督机构之间权责明确、相互制约、协调运转和科学决策的公司治理机制。

根据实际情况和法律法规的要求，公司制定和完善了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《提名委员会工作细则》《薪酬与考核委员会工作细则》《战略委员会工作细则》《审计委员会工作细则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《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》《对外投资融资管理制度》等一系列公司治理和内控制度，并能够有效落实、执行上述制度。董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会四个专门委员会，分别负责审计与风险控制、公司的发展战略、董事和高级管理人员的提名、甄选和考核等工作。

上述机构和人员均按照《公司法》《证券法》等相关法律法规、《公司章程》及各议事规则等公司治理和内部控制相关制度规范运行。

二、发行人的内部控制情况

（一）发行人内部控制运行及完善情况

1、个人卡代收款项

报告期内，公司存在通过公司股东亲属、员工个人卡代收废料及过磅费收入的情形。最近三年及一期，公司通过上述人员代收废料收入及过磅费收入的金额分别为 66.26 万元、20.16 万元、9.57 万元和 13.42 万元，2022 年前三季度新增部分均发生在 4 月底之前。

个人卡代收款项均主要来自于两类：①公司生产过程中产生的废料销售收

入，如碎玻璃、布料、边角料等；②公司自设的地磅，在满足自用的情况下，为其他车辆提供地磅称重收取的费用。由于上述收入较为零散，加上合规意识不足，公司采取先由员工个人卡收取汇总后再付给公司的方式。

报告期内，公司对于通过个人卡代收的相关业务均进行了完整记录，并已在公司账务中进行了处理。截至本招股说明书签署之日，个人卡代收行为已全部清理，代收款项已全部交回公司账户。

针对上述个人卡代收款项的行为，公司已进行了整改，具体措施如下：

（1）公司在意识到个人卡代收款项的合规性问题后，停止了个人卡代收款项行为，并将相关款项及时收回到公司，相关收入的税收已经及时足额缴纳。

（2）公司管理层及有关人员在中介机构的辅导下认真学习《公司法》、《证券法》等法律法规以及上市公司规范运作的相关规定及公司有关内控制度，提高规范意识；

（3）公司制定完善了《废旧物资管理制度》《资金管理制度》，完善了废旧物资的回收、处理、出售等内控措施以及相关资金管理内控措施，公司内审部门定期开展自查工作，保证收付款结算的合规性。

（4）公司、公司非独立董事、监事、高级管理人员以及主要财务人员、销售人员出具承诺，将严格遵守《公司法》等法律法规的相关规定及公司有关内控制度，不再发生使用个人卡用于公司结算业务的行为。

2、与控股股东、实际控制人的代收代付款项

具体参见本节“八、关联交易”之“（二）一般关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“（4）关联方代收代付款项”。

（二）发行人管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评价

公司管理层认为，公司根据《公司法》《证券法》《会计法》《企业会计准则》《企业内部控制基本规范》及其他法律法规规章建立的现有内部控制基本能够适应公司管理的要求，能够对编制真实、完整、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行提供保证；公司内部控制于 2022 年 9 月 30 日在所有重

大方面是有效的。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

立信会计师出具了信会师报字[2022]第 ZF11373 号《内部控制鉴证报告》，认为公司于 2022 年 9 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》的相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

三、发行人报告期内违法违规行及受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况

公司严格按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规及公司章程的规定规范运作、依法经营，报告期内公司不存在重大违法违规行为及受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况。

2019 年 7 月，公司孙公司林君文化曾因装饰画框生产项目未批先建并投入生产的行为，被金华市生态环境局下达《行政处罚决定书》（金兰环罚字[2019]30 号），处以 22.1 万元罚款。上述处罚行为发生在发行人收购林君文化之前，并在收购完成前执行、整改完毕。具体请见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“七、发行人环境保护和安全生产情况”之“（一）环境保护情况”之“5、公司环境保护守法情况”。

报告期内，公司孙公司林君文化曾于 2021 年 5 月受到宁波海事局行政处罚，具体情况如下：

2021 年 5 月 20 日，宁波海事局出具《海事行政处罚决定书》（海事罚字【2021】070104045411 号）。根据《海事行政处罚决定书》，林君文化因申报的载货集装箱重量与实际重量误差超过 5%且最大误差超过 1 吨，根据《中华人民共和国船舶安全监督规则》第五十六条第（一）项的规定，宁波海事局对林君文化处以 8,500.00 元的行政处罚。

根据《中华人民共和国船舶安全监督规则（2020 年修正）》第五十六条规定：“违反本规则，在船舶国际集装箱货物运输经营活动中，有下列情形之一的，由海事管理机构处 1,000 元以上 3 万元以下罚款：（一）托运人提供的验证重量与实际重量的误差超过 5%或者 1 吨的；（二）承运人载运未取得验证信

息或者验证重量超过最大营运总质量的集装箱的。”根据《宁波市行政处罚自由裁量权行使规则》第十五条第二款规定，除法律、法规、规章另有规定外，罚款为一定幅度的数额的，从重处罚不得低于最高罚款数额与最低罚款数额的平均值；从轻处罚应当低于平均值，一般处罚按平均金额处罚。

根据当时有效的《海事行政处罚程序实施细则》第二十五条第二款的规定，“重大行政处罚决定”是指案件有下列情形之一的：（一）拟对自然人罚款或者没收违法所得数额超过三万元，对法人或者其他组织罚款或者没收违法所得数额超过十万元的；（二）拟扣留船员适任证书超过十二个月、拟吊销船员适任证书或者其他船员证书、证件的；（三）拟撤销船舶检验资格的；（四）拟没收船舶、没收或者吊销船舶登记证书的。因此，林君文化被罚款金额为8,500元不属于《海事行政处罚程序实施细则》规定的重大行政处罚。因此，林君文化受到宁波海事局行政处罚的行为不构成重大违法违规，不构成本次发行上市的实质性障碍。

除上述情形以外，报告期内，公司未受到市场监管、税务、社保、环保、土地和安全生产等政府监管机构的行政处罚，不存在重大违法违规行为。

四、发行人报告期内资金占用和对外担保情况

（一）报告期内发行人的资金占用情况

报告期内，公司存在与控股股东资金拆借的情形，具体情况参见本节“八、关联交易”之“（二）一般关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“（2）关联方资金拆借”，上述资金拆借情况未对公司的生产经营产生重大影响。

报告期内，公司存在与控股股东代收代付款项的情形，具体情况参见本节“八、关联交易”之“（二）一般关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“（4）关联方代收代付款项”，上述资金拆借情况未对公司的生产经营产生重大影响。

公司已经建立了《防范大股东及其他关联方资金占用制度》《关联交易管理制度》等完善的公司治理制度和内控制度并得到有效执行，以防止上述资金占用等不规范行为再发生。

上述关联交易事项已经发行人董事会和股东大会确认并在关联董事、关联股东回避表决的情况下审议通过，且独立董事发表了独立意见；上述关联交易根据市场交易规则履行，交易条件不存在对交易之任何一方显失公平的情形，也不存在严重影响发行人独立性的情形或损害发行人及发行人非关联股东利益的内容。

除上述情况外，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、代垫款项或者其他方式占用的情况。

（二）报告期内发行人的对外担保情况

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担保的情况。

五、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司严格按照《公司法》《证券法》等有关法律法规的要求规范运作，建立健全了公司的法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，具有完整的业务体系和独立面向市场的经营能力。

（一）资产完整情况

公司业具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。

（二）人员独立情况

公司的董事、监事及高级管理人员均以合法程序选举或聘任，不存在股东超越发行人股东大会和董事会作出人事任免决定的情况。公司拥有独立的人力资源部门，独立负责员工劳动、人事、工资管理及社会保障。

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

（三）财务独立情况

公司设有独立的财务部门，已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。发行人独立在银行开立账户，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形。发行人作为独立的纳税人，依法进行纳税申报并履行纳税义务，无混合纳税现象。

（四）机构独立情况

公司已建立健全内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，股东大会、董事会、监事会、经理层严格按照《公司章程》规范运作，并履行各自职责。公司建立了较为完善的组织机构，拥有完善的业务系统及配套部门，各部门运行良好。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在混合经营、合署办公等机构混同的情形，完全拥有机构设置自主权。

（五）业务独立情况

公司目前已建立了独立完整的采购、生产、销售、研发体系，具有独立完整的业务及面向市场自主开发经营的能力。其业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

（六）发行人最近三年内主营业务、控制权、管理团队稳定

最近三年，公司实际控制人没有发生变更，公司主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化。

最近三年，公司实际控制人之一龚品忠持有的华鸿控股 51.80%股权和易富投资 51.75%合伙份额曾经存在被司法冻结的情形；公司实际控制人之一龚品忠间接持有的发行人股权曾经存在质押的情形。具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（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被质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况”。

截至本招股说明书签署之日，公司股份权属清晰，不存在导致控制权可能

变更的重大权属纠纷。

（七）发行人不存在对持续经营具有重大影响的事项说明

截至本招股说明书签署之日，公司核心技术均拥有清晰产权，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。公司经营环境良好，不存在经营环境已经或将要发生重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署之日，华鸿控股为公司的控股股东，其经营范围为“一般项目：控股公司服务；物业管理；实业投资（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）”，其主营业务为股权投资，与公司不存在同业竞争。

截至本招股说明书签署之日，公司实际控制人为龚品忠、龚新明，王爱香、王荷仙为一致行动人。除华鸿控股、易富投资、艺谷文化、公司及子公司外，实际控制人及其一致行动人无控制的其他企业。

控股股东、实际控制人及其一致行动人控制的其他企业与公司不存在相同或相似业务，亦不存在上下游业务关系。截至报告期末，发行人不存在与控股股东资产混同、人员共用、采购、销售渠道相同，商标、专利、技术等混用情形。截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均未从事与公司相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争。

报告期内，华鸿控股与公司存在重大关联交易。华鸿控股的基本情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发行人的控股股东、实际控制人及其一致行动人”之“1、控股股东基本情况”

（二）公司实际控制人近亲属控制企业的同业竞争情况

1、公司实际控制人配偶及夫妻双方的父母、子女控制的其他企业

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》，如果发行人控股股东、实际控制

人是自然人，其配偶及夫妻双方的父母、子女控制的企业与发行人存在竞争关系的，应认定为构成同业竞争。

截至本招股说明书签署之日，公司实际控制人配偶及夫妻双方的父母、子女控制的其他企业与公司的同业竞争情况如下：

序号	企业名称	关联关系	主营业务	是否存在与发行人主营业务相同或相似的情形
1	义乌市茶茶咖啡厅	龚玮健（龚品忠、王爱香之子）控制的个体工商户	咖啡餐饮及相关礼品销售	否

截至本招股说明书签署之日，公司实际控制人配偶及夫妻双方的父母、子女控制的其他企业未从事与发行人主营业务相同或相似的业务，不存在竞争关系，不构成同业竞争。

2、公司实际控制人其他亲属控制的企业

截至本招股说明书签署之日，公司实际控制人其他亲属控制的企业与公司的同业竞争情况如下：

序号	企业名称	关联关系	主营业务	是否存在与发行人主营业务相同或相似的情形
1	义乌华福	王惠芳（王爱香之妹）持股 37.67%；金闯洪（王惠芳配偶）持股 62.33%的企业	喷绘画、手绘油画生产、销售	是
2	义乌华发	王基钱（王爱香之兄）持股 90.00%；王晓芳（王爱香之妹）持股 10.00%的企业	镜框、画框、相框与玻璃打印制品生产、销售	是
3	浙江金子来	王晓芳（王爱香之妹）持股 49.00%；金子来（王晓芳配偶）持股 51.00%的企业	塑料、玻璃相框制造与销售	是
4	富馥商行	王富馥（王荷仙之弟）控制的个体工商户	工艺镜销售	是
5	浦江富明	王富明（王荷仙之兄）控制的个体工商户	普通镜子、装饰画组装与销售	是
6	义乌金子来	王晓芳（王爱香之妹）持股 50%；金子来（王晓芳配偶）持股 50.00%的企业	浙江金子来塑料、玻璃相框零售门店	是

7	北京京金子来工艺品有限公司	王晓芳（王爱香之妹）持股 33.33%；金子来（王晓芳配偶）持股 66.67%的企业	无实际经营，已吊销	否
8	东阳市艺都镜业有限公司	王富余（王荷仙之弟）持股 100%的企业	无实际经营	否
9	义乌市礼汇文化传播有限公司	陈淇灵（龚品忠、王爱香女婿）持股 51.00%的企业	无实际经营	否

注：义乌金子来、浙江金子来系王爱香之妹王晓芳及其配偶金子来同一控制下的企业，义乌金子来实质为浙江金子来的零售门店，不存在其他实质经营业务，下文中所述浙江金子来的经营情况包括了浙江金子来和义乌金子来两家企业。

上述企业中，主营业务与公司相同或相似的关联企业主要有义乌华福、义乌华发、浙江金子来、义乌金子来、富余商行、浦江富明等（以下简称“同业关联方”）。

截至本招股说明书签署之日，上述同业关联方的基本情况如下：

（1）义乌华福

名称	义乌市华福工艺品有限公司
成立时间	2002 年 9 月 5 日
法定代表人	金闯洪
统一社会信用代码	9133078274293569XW
注册资本	120 万元
注册地址	浙江省义乌市义南工业区
股东持股情况	金闯洪持股 62.33%、王惠芳持股 37.67%
经营范围	工艺品（不含电镀）、纸制品（不含出版物）、文具加工、销售；包装装潢、其他印刷品印刷；国际贸易、国内贸易。（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	喷绘画、手绘油画生产、销售
关联关系	王惠芳、金闯洪分别系王爱香的妹妹、妹夫

（2）义乌华发

名称	义乌市华发工艺品有限公司
成立时间	2002 年 9 月 10 日
法定代表人	王基钱
统一社会信用代码	91330782742936457G
注册资本	50 万元

注册地址	浙江省义乌市义南工业区
股东持股情况	王基钱持股 90%、王晓芳持股 10%
经营范围	工艺品（不含电镀）、文具、纸制品（不含出版物）、玻璃制品、相框、画框、镜框、装饰画（以上四项经营范围不含竹木材料、危险化学品、易制毒化学品及监控化学品）加工、销售；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）
主营业务	镜框、画框、相框与玻璃打印制品生产、销售
关联关系	王基钱、王晓芳分别系王爱香的哥哥、妹妹

（3）浙江金子来

名称	浙江金子来工艺品有限公司
成立时间	2011 年 8 月 17 日
法定代表人	王晓芳
统一社会信用代码	9133078358165030X0
注册资本	500 万元
注册地址	浙江省东阳市画水镇竹溪工业功能区
股东持股情况	金子来持股 51%、王晓芳持股 49%
经营范围	一般项目：工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；日用木制品制造；日用木制品销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；货物进出口（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
主营业务	塑料、玻璃相框制造与销售
关联关系	王晓芳、金子来分别系王爱香的妹妹、妹夫

（4）义乌金子来

名称	义乌市金子来工艺品有限公司
成立时间	2007 年 6 月 20 日
法定代表人	金子来
统一社会信用代码	91330782663908247A
注册资本	3 万元
注册地址	浙江省义乌市稠城街道赵宅步行街 48 号店面（自主申报）
股东持股情况	金子来持股 50%，王晓芳持股 50%
经营范围	工艺品、钟表、（以下经营范围不含竹木制品）相框、镜框、画框批发。
主营业务	浙江金子来塑料、玻璃相框零售门店
关联关系	王晓芳、金子来分别系王爱香的妹妹、妹夫

（5）富余商行

名称	义乌市富余装饰画商行
成立时间	2019年9月3日
企业类型	个体工商户
经营者	王富余
统一社会信用代码	92330782MA2EC41B6Y
注册地址	浙江省金华市义乌市中国小商品城国际商贸城三区市场29290号商位
经营范围	批发、零售：装饰画（不含文物）（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	工艺镜销售
关联关系	王富余系王荷仙的弟弟

（6）浦江富明

名称	浦江县富明工艺品厂
成立时间	2004年5月10日
企业类型	个体工商户
经营者	王富明
统一社会信用代码	92330726L064131089
注册地址	浙江省金华市浦江县百汇创业园区50号
经营范围	制造、销售：相框、工艺品（金、银饰品、水晶玻璃制品、竹木制品、树脂制品、废旧塑料除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	普通镜子、装饰画组装与销售
关联关系	王富明系王荷仙的哥哥

浙江义乌地区装饰画、镜子、相框等轻工商品产业较为发达，有数量庞大的从业人群，出于信息、经验等共享原因，同一家族中，多人共同从事同一行业的现象较为普遍。在此背景下，公司实际控制人及其一致行动人部分近亲属从事装饰画、镜子、相框等相关或相似业务，但与发行人之间不构成实质同业竞争关系，具体如下：

①历史沿革独立

上述实际控制人及一致行动人近亲属控制的企业均系独立设立，发行人、发行人的控股股东、实际控制人及其一致行动人不存在为上述同业关联方设

立、增资、股权转让提供借款或资金支持的情形，不存在持有或委托持有上述同业关联方股权或其他权益的情形，不存在在上述同业关联方任职的情形；上述同业关联方的实际控制人不存在为发行人及其子公司设立、增资、股权/股份转让提供借款或资金支持的情形，不存在持有或委托持有发行人及其子公司股权/股份的情形。

②资产及技术独立

发行人与上述同业关联方的资产及技术相互独立，发行人拥有其生产经营所必需的土地使用权、房屋、机器设备、知识产权等主要资产，拥有独立的研发部门，独立聘用相关研发人员，独立申请相关知识产权，不存在与同业关联方共用或混用资产及技术的情形。

③人员独立

发行人与同业关联方人员相互独立，同业关联方拥有独立的人事体系，独立聘用员工，发行人与同业关联方不存在共同招聘、共用人事体系的情况，不存在董事、监事、高级管理人员或其他员工互相兼职的情况。

④业务独立

发行人与同业关联方分别设有独立的采购、生产、销售等业务部门，拥有独立的采购、销售等业务渠道，独立进行采购、生产、销售，独立签署业务合同，发行人与同业关联方独立开展业务，互不依赖。具体如下：

A.采购行为独立

由于本地供应商的上门推销，且发行人及同业关联方出于节省采购成本、方便运输的考虑，同等条件下，发行人、同业关联方生产过程中所使用的包装物、耗材、原材料等货品均优先考虑距离较近的浙江省内供应商，因相关包装物、耗材、原材料等货品供货企业相对集中，存在部分供应商重合的情况。报告期内，发行人向重合供应商采购的金额占发行人报告期内采购总额的比例分别为 26.16%、26.04%、19.25%、15.03%；发行人与同业关联方各自独立寻找供应商、独立采购、单独议价，采购价格主要根据市场价格确定，不存在联合报价或利益输送的情形。

B.生产行为独立

发行人与同业关联方各自独立生产，同业关联方拥有独立的生产场所、生产人员、生产设施设备等生产条件，不存在与发行人共用或混用上述生产条件的情形。发行人与同业关联方不存在互相供货或委托加工等业务往来。

C.销售行为独立

由于部分同业关联方的客户存在欧美终端商或贸易商，存在部分客户重合的情况。报告期内，发行人向重合客户销售的金额占发行人报告期内主营业务收入的比例分别为 1.32%、1.00%、0.96%、0.73%；发行人与同业关联方各自独立开拓客户、独立销售、单独议价，销售价格主要根据市场价格确定，不存在联合报价或利益输送的情形。

⑤财务独立

发行人拥有独立的财务部门，建立了独立的财务核算体系和财务管理制度，拥有独立的银行账户，独立进行财务决策，不存在与同业关联方共用财务人员、银行账户、互相干预对方独立作出财务决策的情形。

除本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（三）关联方应收应付款项”部分披露的应收账款情况外，报告期内，发行人与同业关联方之间不存在交易或资金往来。未来，发行人不存在收购同业关联方的安排。

综上，发行人与同业关联方历史沿革、业务、资产及技术、人员、财务等方面均相互独立，采购渠道与销售渠道相互独立；除报告期内发行人曾与义乌华发存在应收账款外，报告期内发行人与同业关联方不存在交易或资金往来；发行人与部分同业关联方存在部分供应商或客户重叠，但发行人与同业关联方均独立开拓采购、销售渠道，独立进行采购、销售，单独议价，不存在联合报价或利益输送的情形，部分供应商、客户的重叠不影响发行人的业务独立性，对本次发行上市不构成重大不利影响。

七、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》以及中国证监会

和上交所的有关规定，截至本招股说明书签署之日，公司的关联方及关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人及其一致行动人

公司控股股东为华鸿控股，公司实际控制人为龚品忠、龚新明，王爱香、王荷仙为一致行动人。具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发行人的控股股东、实际控制人及其一致行动人”。

（二）其他持有发行人 5%以上股份的股东

截至本招股说明书签署之日，除控股股东华鸿控股外，其他持有公司 5%以上股份的主要股东为易富投资、台州谱润与尹锋、Taurus。易富投资、台州谱润与尹锋、Taurus、的基本情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东基本情况”。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	与华鸿股份关系
1	龚品忠	董事长，通过华鸿控股、易富投资间接持有公司 41.6472%的股份
2	龚新明	董事、总经理，通过华鸿控股、易富投资间接持有公司 38.75%的股份
3	周水富	董事、董事会秘书
4	马金才	董事、财务总监
5	章庆洪	董事、副总经理、生产中心负责人
6	ZHOU LIN-LIN (周林林)	董事，通过 Taurus 间接控制公司 5%的股份
7	伍芷仪	独立董事
8	林忠	独立董事
9	吕延涛	独立董事
10	孟建华	监事会主席、画家居事业部相框项目产品部总监
11	秦玉梅	监事、研发中心总监
12	周露	职工代表监事
13	王爱香	副总经理、天画家居事业部负责人，直接持有公

序号	姓名	与华鸿股份关系
		司 4.7%的股份
14	汪胜	副总经理、人事行政中心负责人兼画家居事业部负责人
15	李代义	副总经理、研发中心负责人

关于公司现任董事、监事、高级管理人员情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”。

（四）上述关联自然人关系密切的家庭成员

与公司实际控制人、直接及间接持股 5%以上的自然人股东及公司董事、监事、高级管理人员之关系密切的家庭成员包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，上述自然人均为公司的关联方。

截至本招股说明书签署之日，上述关系密切家庭成员中，在公司及其子公司处任职及/或持有公司股份的人员情况如下：

序号	姓名	关联关系类型	在发行人及其子公司任职情况
1	王荷仙	龚新明配偶	任发行人供应链管理中心负责人、画之都监事、画之都义乌分公司负责人
2	龚惠兰	龚新明、王荷仙女儿	任发行人总经理助理
3	龚伟莉	龚新明、王荷仙女儿	任画之都销售部总监
4	龚伟平	龚新明、王荷仙儿子	任画之都经理助理
5	龚翔翔	龚品忠、王爱香女儿	任发行人营销中心负责人
6	陈淇灵	龚品忠、王爱香女婿	任发行人天画家居事业部负责人助理
7	应惠仙	章庆洪配偶	任发行人生产打样员
8	朱龙	秦玉梅配偶	任发行人成控部经理
9	王建军	孟建华配偶的弟弟	任发行人生产设备操作组长

（五）控股股东的董事、监事、高级管理人员

截至本招股说明书签署之日，龚品忠为华鸿控股的执行董事兼经理，王爱香为华鸿控股的监事。具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发行人的控股股东、实际控制人及其一致行动人”。

（六）控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除公司外，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业为易富投资和艺谷文化。易富投资的具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东的基本情况”。

截至本招股说明书签署之日，艺谷文化的基本情况如下：

名称	金华艺谷文化创意有限责任公司
成立时间	2022 年 4 月 21 日
法定代表人	李果
统一社会信用代码	91330782MA7NB85H3E
注册资本	10 万元人民币
注册地址	浙江省义乌市佛堂镇佛堂大道 2767 号 2 楼（自主申报）
股东持股情况	华鸿控股持有 100%的股权
经营范围	一般项目：非物质文化遗产保护；园区管理服务；物业管理；集贸市场管理服务；商业综合体管理服务；单用途商业预付卡代理销售；宗教场所用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
主营业务	商业园区管理、物业管理

（七）发行人的子公司、分公司

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 6 家子公司、5 家孙公司和 1 家分公司。报告期内，公司孙公司林君文化的子公司雅阁文化注销。具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人子公司、参股公司及分公司的情况”之“（三）报告期内注销的控股公司情况”。

（八）关联自然人控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业

公司关联自然人控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	义乌华福	王爱香之妹王惠芳与王惠芳丈夫金闯洪合计持股 100%、金闯洪担任法定代表人、执行董事兼经理的公司
2	义乌华发	王爱香之兄王基钱持股 90%、并任法定代表人、执行董事兼经理，王爱香之妹王晓芳持股 10%的公司
3	浙江金子来	王爱香之妹王晓芳与王晓芳丈夫金子来合计持股 100%、王晓芳担任法定代表人、执行董事的公司
4	北京京金子来工艺品有限公司	王爱香之妹王晓芳与王晓芳丈夫金子来合计持股 100%、金子来担任法定代表人、执行董事兼总经理的公司
5	义乌市金子来工艺品有限公司	王爱香之妹王晓芳与王晓芳丈夫金子来合计持股 100%、金子来担任法定代表人、执行董事兼经理的公司
6	浦江富明	王荷仙之兄王富明控制的个体工商户
7	富馥商行	王荷仙之弟王富馥控制的个体工商户
8	东阳市艺都镜业有限公司	王荷仙之弟王富馥持股 100%并担任法定代表人、执行董事兼经理的公司
9	义乌市茶茶咖啡厅	龚品忠、王爱香之子龚玮健控制的个体工商户
10	义乌市友和进出口有限公司	龚品忠、龚新明母亲王素月持股 40%的公司，已被吊销
11	金华融境建筑设计有限公司	华鸿控股通过艺谷文化间接持股 30%的公司
12	义乌市礼汇文化传播有限公司	龚品忠、王爱香女婿陈淇灵持股 51%的公司
13	义乌新起点展览有限公司	龚品忠、王爱香女婿陈淇灵通过义乌市礼汇文化传播有限公司间接持股 30.6%的公司
14	衢州市柯城慧美装饰材料商行	周水富配偶金慧平控制的个体工商户
15	义乌市慧汐电子商务有限公司	周水富配偶金慧平持股 100%并担任法定代表人、执行董事兼总经理的公司
16	江山市峡里湖资产管理有限公司	周水富之姐周梅仙担任董事的公司
17	微山夏镇浩杨百货店	周水富配偶金慧平之姐金慧郁持股 100%的个人独资企业
18	义乌市华昆包装制品有限公司	章庆洪之弟章庆华持股 100%，担任法定代表人、执行董事兼经理的公司
19	Principle Capital Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
20	Principle Capital Advisors Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
21	Principle Capital Fund IV GP, Ltd.	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
22	Principle Capital Associates IV, L.P.	ZHOU LIN-LIN（周林林）实际控制的企业
23	Principle Capital Fund IV L.P.	ZHOU LIN-LIN（周林林）实际控制的企业

序号	关联方名称	关联关系
24	Taurus 2020 Holding Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
25	Trophy Imaging Technology Co.,Ltd.	ZHOU LIN-LIN（周林林）实际控制的企业
26	Trophy Imaging Technology (Hong Kong) Co., Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）实际控制的企业
27	Ocean Semiconductor Co., Ltd.	ZHOU LIN-LIN（周林林）实际控制的企业
28	Ocean Semiconductor PTE.LTD	ZHOU LIN-LIN（周林林）实际控制的企业
29	Ocean Substrates PTE.LTD	ZHOU LIN-LIN（周林林）实际控制的企业
30	Asia Refrigeration Holdings Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
31	Asia Refrigeration Holdings（HK） Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
32	Ai Automation Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
33	Metalogic Motivation (Hong Kong) Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
34	Venus 2020 Holding Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
35	Venus 2020 (HK) Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
36	Jupiter 2020 Holding Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
37	Jupiter 2020 (HK) Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事并实际控制的企业
38	Akribis Systems Pte Ltd	ZHOU LIN-LIN（周林林）任董事的企业
39	上海谱润股权投资管理有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事长，ZHOU LIN-LIN（周林林）妻子王珺持股 20%，尹锋担任董事兼总经理并持股 80%的公司
40	上海复星化工医药创业投资有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
41	上海百赛生物技术股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
42	上海沪佳装饰服务集团股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
43	浙江格励奥纺织股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
44	上海吉凯基因医学科技股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
45	胜华新材料集团股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
46	浙江星星冷链集成股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
47	浙江永强集团股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
48	珠海越亚半导体股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
49	浙江华远汽车科技股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
50	上海春戈玻璃有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司

序号	关联方名称	关联关系
51	天昊基因科技（苏州）有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）担任董事的公司
52	西安弗蕾娅美容发展有限责任公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）的妻子王珺持股 68.97%并担任法定代表人、执行董事，王珺的母亲李锦持股 31.03%的公司
53	陕西心灵国际抗衰老科技发展有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）的妻子王珺持股 50%并担任法定代表人、执行董事的公司
54	西安恒鑫物业管理有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）的妻子王珺持股 28.85%的公司，已被吊销
55	深圳市艺易时空心行文化科技有限公司	伍芷仪持股 100%并担任法定代表人、执行董事兼总经理的公司
56	永州市冷水滩区丰源轮胎经营店	伍芷仪弟弟伍绍杰经营的个体工商户
57	上海瓴德律师事务所	林忠担任负责人的律师事务所
58	拉萨经济技术开发区泰林投资咨询有限公司	林忠持股 95%，林忠之弟林权持股 5%并担任法定代表人、执行董事兼总经理的公司
59	上海瓴德泰树投资咨询有限公司	林忠与妻子吴晓合计持股 100%，吴晓担任法定代表人、执行董事的公司
60	上海泰树船舶技术有限公司	林忠与妻子吴晓通过上海瓴德泰树投资咨询有限公司合计持股 100%，吴晓担任法定代表人、执行董事的公司
61	上海瓴德云途实业有限公司	林忠持股 67.5%，林忠妻子吴晓担任法定代表人、执行董事的公司
62	万疆创新（上海）医疗科技有限公司	林忠持股 22.5%的公司
63	昆山舟际体育管理有限公司	林忠之弟林权担任法定代表人、执行董事的公司
64	苏州艇进网络科技有限公司	林忠之弟林权担任执行董事的公司
65	昆山耀和体育用品有限公司	林忠之弟林权持股 50%并担任法定代表人、执行董事的公司
66	上海派力恩医疗科技有限公司	林忠妻子吴晓担任董事的公司
67	宁德义生红茶业有限公司	林忠之弟林权持股 70.25%的公司
68	德玛克（长兴）注塑系统有限公司	吕延涛担任财务总监兼副总经理的公司
69	义乌市鸿斌纸箱商行	孟建华妻子王小霞控制的个体工商户
70	诸暨市安华边才清针织厂	周露母亲边才清控制的个体工商户
71	义乌市燕琪纺织品有限公司	周露之夫姐王燕青持股 100%，担任法定代表人、执行董事兼总经理的公司
72	义乌市酷中食品商行	周露之夫姐王燕玲控制的个体工商户
73	义乌市一语建材经营部	秦玉梅之弟秦江湖控制的个体工商户
74	义乌市芄程广告有限公司	秦玉梅之夫姐朱传翠与朱传翠丈夫陈世军合计持股 100%，朱传翠担任法定代表人、执行董事兼经理的公司
75	广州市天河区沙河魅作坊服饰店	李代义之弟李代林与李代林妻子宋彩霞实际控制的个体工商户
76	义乌市纸映电子商务商行	李代义妻子罗满春控制的个体工商户

序号	关联方名称	关联关系
77	遂昌钱龙车行	汪胜之嫂王峻菁控制的个体工商户
78	遂昌飞鸿车行	汪胜之嫂王峻菁控制的个体工商户
79	遂昌金鸿车行	汪胜之嫂王峻菁控制的个体工商户
80	上海谱润泓优股权投资管理有限公司	上海谱润股权投资管理有限公司持股 100%且尹锋担任法定代表人、执行董事的公司
81	上海谱润股权投资企业（有限合伙）	上海谱润股权投资管理有限公司担任执行事务合伙人的企业
82	上海谱润二期股权投资合伙企业（有限合伙）	上海谱润股权投资管理有限公司担任执行事务合伙人的企业
83	上海谱润创业投资合伙企业（有限合伙）	上海谱润泓优股权投资管理有限公司担任执行事务合伙人的企业
84	上海谱润四期股权投资合伙企业（有限合伙）	上海谱润泓优股权投资管理有限公司担任执行事务合伙人的企业
85	宁波金海晨光化学股份有限公司	尹锋担任董事的公司
86	上海有色网信息科技股份有限公司	尹锋担任董事的公司
87	上海提坦商业保理有限公司	尹锋担任董事的公司
88	望湘园（上海）餐饮管理股份有限公司	尹锋担任董事的公司
89	上海裕鸿鑫韬企业管理合伙企业（有限合伙）	尹锋持有 25% 合伙份额的有限合伙企业

（九）其他关联方

公司根据实质重于形式原则认定的其他关联方如下：

1、其他自然人关联方

公司根据实质重于形式原则认定的其他自然人关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	龚益富	龚益富系龚品忠堂弟，任画之都采购员；季惠珍系龚益富配偶。报告期内，龚益富负责采购零星小额原材料及办公用品，由于较为零散无法取得采购发票，发行人采取与龚益富、季惠珍签订采购合同，向龚益富、季惠珍支付采购款，然后龚益富、季惠珍向税务局开具发票的方式解决发票问题。
2	季惠珍	
3	王基进	王爱香堂兄，研发中心项目总监

2、其他法人关联方

公司根据实质重于形式原则认定的其他法人关联方如下：

(1) 浙江锦厦建筑实业有限公司

公司名称	浙江锦厦建筑实业有限公司
统一社会信用代码	913307821476369785
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市苏溪镇人民路（金三角）地块
法定代表人	王云海
注册资本	2,518万元
成立日期	1996年3月21日
经营范围	建筑工程施工总承包、市政公用工程施工总承包、机电工程施工总承包、钢结构工程专业承包、建筑装修装饰工程专业承包、环保工程专业承包、园林绿化工程施工（以上经营范围与有效资质证书同时使用）；分支机构经营场所1个：经营场所：义乌市稠江街道稠州西路390号二楼，经营范围：建筑工程施工总承包、市政公用工程施工总承包、机电工程施工总承包、钢结构工程专业承包、建筑装修装饰工程专业承包、环保工程专业承包、园林绿化工程施工（以上经营范围与有效资质证书同时使用）。（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）
股东构成	王云海持股50.00%、龚永军持股30.00%、黄国军持股20.00%

公司将锦厦建筑认定为关联方的主要原因如下：①锦厦建主要从事建筑工程施工总承包业务。报告期内，锦厦建筑系公司主要工程建设服务供应商之一；②根据龚品忠及龚永军确认，龚永军自 2009 年开始持有的 30.00%锦厦建筑股权系代龚品忠持有。

公司与锦厦建筑的关联交易具体情况参见本节“八、关联交易”之“（一）重大关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“（2）向关联方采购工程建设服务”。

(2) 金华市港龙包装有限公司

公司名称	金华市港龙包装有限公司
统一社会信用代码	91330703MA29LJ654T
注册地/主要生产经营地	浙江省金华市金东区孝顺镇下街村1幢（金华市正大日用品有限公司内）（自主申报）
法定代表人	施德兴
注册资本	300万元
成立日期	2017年5月16日

经营范围	一般项目：纸和纸板容器制造；纸制品制造；纸制品销售；日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；医用口罩批发；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：包装装潢印刷品印刷（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）
股东构成	施德兴持有60.00%、李小球持有40.00%

公司将港龙包装认定为关联方的主要原因如下：①港龙包装是王荷仙表弟施德兴担任法定代表人并持股 60%，王荷仙表弟媳李小球持股 40%的企业；②报告期内，港龙包装是公司供应商之一，向公司提供纸箱等包装物材料。

公司与港龙包装的关联交易具体情况参见本节“八、关联交易”之“（一）重大关联交易”之“1、经常性关联交易”之“（1）采购商品”。

（3）义乌市淑浩塑料有限公司

公司名称	义乌市淑浩塑料有限公司
统一社会信用代码	91330782MA28EH6GXQ
注册地/主要生产经营地	中国（浙江）自由贸易试验区金华市义乌市城西街道义乌国际生产资料市场2F-20540B号商位
法定代表人	王夏
注册资本	100万元
成立日期	2016年11月10日
经营范围	许可项目：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，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：塑料粒子销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。
股东构成	王夏持有70.00%、王红英持有30.00%

公司将淑浩塑料认定为关联方的主要原因如下：①淑浩塑料主要从事聚苯乙烯的销售。淑浩塑料是王爱香堂叔女儿王红英、女婿王夏共同持股 100%的公司；②报告期内，淑浩塑料是公司供应商之一，公司向其采购聚苯乙烯等产品。

公司与淑浩塑料的关联交易具体情况参见本节“八、关联交易”之“（一）重大关联交易”之“1、经常性关联交易”之“（1）采购商品”。

（4）义乌市南坤装饰材料有限公司

公司名称	义乌市南坤装饰材料有限公司
统一社会信用代码	91330782MA2DED063U
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市佛堂镇义南工业区前案路18号（自主申报）
法定代表人	郑桂香
注册资本	100万元
成立日期	2018年8月16日
经营范围	生产、销售：装饰材料、包装材料（以上二项不含危险化学品、易制毒化学品及监控化学品）、纸制品（不含出版物、不含印制）、木制品、塑料制品。（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）
股东构成	郑桂香持有100.00%

公司将南坤装饰认定为关联方的主要原因如下：①南坤装饰的实际控制人为陈霄，南坤装饰股东郑桂香为陈霄之母，陈霄系公司实际控制人龚新明之女龚惠兰的同学；②报告期内，南坤装饰是公司供应商之一，公司向其采购背板等。

公司与南坤装饰的关联交易具体情况参见本节“八、关联交易”之“（一）重大关联交易”之“1、经常性关联交易”之“（1）采购商品”。

（5）义乌市靖凯贸易有限公司

公司名称	义乌市靖凯贸易有限公司
统一社会信用代码	91330782MA29P9T63X
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市稠江街道黎明村1区
法定代表人	吴太极
注册资本	100万元
成立日期	2017年9月25日
经营范围	文体用品（不含图书、报刊、音像制品及电子出版物）、化工产品（不含危险化学品、易制毒化学品及监控化学品）、金属制品、塑料制品、针纺织品、工艺品、饰品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股东构成	吴太极持有70.00%、季惠珍持有30.00%

公司将靖凯贸易认定为关联方的主要原因如下：①靖凯贸易是龚品忠堂弟龚益富配偶季惠珍持股 30%的公司；②报告期内，靖凯贸易是公司供应商之一，公司向其采购拼板胶等产品。

公司与靖凯贸易的关联交易具体情况参见本节“八、关联交易”之“（二）一般关联交易”之“1、经常性关联交易”之“（1）采购商品”。

（十）报告期内曾经的关联方

报告期内，公司曾经存在的关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系	不再存在关联关系的时间和原因
1	义乌市博野投资管理有限公司	华鸿控股曾经的全资子公司	于 2019 年 7 月 2 日注销
2	浙江大士文化旅游发展有限公司	华鸿控股曾经的全资子公司	于 2019 年 7 月 1 日注销
3	GW Art Décor, INC	华鸿控股曾经的全资子公司	于 2019 年 7 月 9 日注销
4	东莞市华鸿工艺品有限公司	龚品忠持股 50%，龚新明持股 50%的公司	于 2020 年 6 月 12 日注销
5	浦江县富余工艺品厂	王荷仙之弟王富余曾控制的个体工商户	于 2019 年 3 月 12 日注销
6	浙江华义影视有限公司	华鸿控股曾持股 40%的公司	于 2020 年 6 月 10 日注销
7	山东真爱置业发展有限公司	华鸿控股曾持股 25%、龚品忠曾担任董事	华鸿控股于 2018 年 11 月 19 日退出持股，龚品忠于 2018 年 11 月 19 日卸任董事
8	义乌市上品美术馆	龚品忠曾担任负责人的民办非企业单位	于 2021 年 7 月 5 日注销
9	义乌市忠爱工艺品商行	王爱香之子龚玮健曾经对外投资、任职的企业	于 2020 年 9 月 11 日注销
10	义乌市华盛装饰材料有限公司	王爱香之堂叔王焕林曾持股 70%并担任执行董事、经理的公司	于 2020 年 12 月 11 日注销
11	上海文华财经资讯股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）曾担任董事的公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）于 2020 年 3 月卸任该公司董事
12	苏州绿的谐波传动科技股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）曾担任董事的公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）于 2021 年 1 月卸任该公司董事
13	上海瑞兴璞健康科技有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）的妻子王珺曾持股 49%，王珺的母亲李锦曾担任法定代表人、执行董事的公司	于 2020 年 11 月 4 日注销
14	苏州康代智能科技股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）曾经控制并担任董事的公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）控制的企业于 2022 年 1 月转让对该公司的控制权，ZHOU LIN-LIN（周林林）于 2022 年 8 月卸任该公司董事
15	康代科技股份有限公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）曾经通过苏州康代智能科技股份有限公司间接控制的公司	ZHOU LIN-LIN（周林林）控制的企业于 2022 年 1 月转让对苏州康代智能科技股份有限公司的控制权
16	CIMS HongKong Co., Limited		
17	CIMS Tech Israel Co., Ltd.		

序号	关联方名称	关联关系	不再存在关联关系的时间和原因
18	CIMS USA, Inc.		
19	CIMS Korea Co., Ltd.		
20	CIMS Holding Limited	ZHOU LIN-LIN（周林林）曾控制的企业	已于 2021 年 6 月解散
21	杨柳	发行人曾经的监事	于 2021 年 10 月卸任发行人监事
22	李苗	发行人曾经的副总经理	于 2020 年 7 月卸任发行人副总经理
23	金华瑞恒家居用品股份有限公司	发行人曾经的监事杨柳配偶胡敏持股 92%并担任法定代表人、董事长兼经理的公司	杨柳于 2021 年 10 月卸任发行人监事
24	金华科信家居用品有限公司	发行人曾经的监事杨柳配偶胡敏持股 50%的公司	杨柳于 2021 年 10 月卸任发行人监事
25	金华科新工艺品有限公司	杨柳持股 100%并担任执行董事兼总经理的公司	杨柳于 2021 年 10 月卸任发行人监事
26	芜湖永祥炉料有限公司	发行人曾经的监事杨柳配偶胡敏曾持股 49%的公司	杨柳于 2021 年 10 月卸任发行人监事
27	上海思晋企业管理有限公司	尹锋曾担任董事的公司	尹锋于 2021 年 6 月卸任该公司董事
28	江苏铁锚玻璃股份有限公司	尹锋曾担任董事的公司	尹锋于 2020 年 8 月卸任该公司董事
29	深圳金材商业保理有限公司	尹锋曾担任董事长的公司	于 2020 年 7 月注销
30	深圳迈拓商业保理有限公司	尹锋曾担任董事长的公司	于 2020 年 7 月注销
31	宁波耀润股权投资管理合伙企业（有限合伙）	上海谱润股权投资管理有限公司曾担任执行事务合伙人的企业	上海谱润股权投资管理有限公司于 2022 年 2 月退出持有该企业财产份额，不再担任该企业执行事务合伙人
32	宁波仁禧股权投资管理合伙企业（有限合伙）	上海谱润股权投资管理有限公司曾担任执行事务合伙人的企业	上海谱润股权投资管理有限公司于 2022 年 2 月退出持有该企业财产份额，不再担任该企业执行事务合伙人
33	上海树泰体育用品有限公司	林忠与妻子吴晓、弟弟林权曾通过拉萨经济技术开发区泰林投资咨询有限公司、上海泰树船舶技术有限公司、上海瓴德泰树投资咨询有限公司间接持股 67.30%，吴晓曾担任法定代表人、执行董事的公司	于 2022 年 6 月 27 日注销
34	义乌市南昭食品商行	龚新明、王荷仙之女龚惠兰控制的个体工商户	于 2022 年 7 月 21 日注销
35	诸暨市安华周岳阳针织厂	周露父亲周岳阳曾经控制的个体工商户	于 2019 年 10 月 10 日注销
36	遂昌飞越空间汽车美容服务中心	汪胜之嫂王峻菁曾经控制的个体工商户	于 2020 年 3 月 19 日注销

序号	关联方名称	关联关系	不再存在关联关系的时间和原因
37	义乌市沁江电子商务有限公司	秦玉梅之弟秦江湖曾持股100%并担任执行董事兼总经理的公司	于2020年7月23日注销
38	义乌市月生相框厂	汪胜持股100%的个人独资企业	于2022年10月27日注销
39	义乌市新光小额贷款股份有限公司	华鸿控股持股10%、龚品忠曾担任董事的公司	龚品忠于2022年9月11日向该公司提交董事辞职报告，不再担任董事
40	义乌市新光民间资本管理有限公司	华鸿控股持股10%、王爱香曾担任董事的公司	王爱香于2022年9月21日向该公司提交董事辞职报告，不再担任董事

八、关联交易

根据《关联交易制度》以及公司实际情况，公司与关联自然人年度累计发生的交易金额（包括承担的债务和费用）在30万元（含）以上或与关联法人（或者其他组织）年度累计发生的交易金额（包括承担的债务和费用）在300万元（含）以上的关联交易为重大关联交易，其余为一般关联交易。

（一）重大关联交易

1、经常性关联交易

（1）采购商品

报告期内，公司发生的重大关联采购如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
港龙包装	纸箱	-	-	50.12	638.71
淑浩塑料	聚苯乙烯	103.46	223.94	411.12	599.25
南坤装饰	背板	186.52	268.40	295.01	631.14
龚益富	零星原材料、办公用品	20.88	92.83	113.78	68.38
季惠珍		23.30	168.93	138.28	78.81
合计		334.16	754.10	1,008.31	2,016.29

报告期内，公司与港龙包装、淑浩塑料、南坤装饰、龚益富、季惠珍发生过重大关联交易。最近三年及一期，公司与上述关联方发生的关联采购金额分别为2,016.29万元、万元、754.10万元及334.16万元，占当期采购金额的比例分别为11.84%、5.17%、2.95%及1.65%，重大关联采购金额占采购总额的比例相对

较低。其中，公司与港龙包装自 2021 年以来不再发生关联采购，2020 年的关联采购金额已下降至 300 万元以下；公司与淑浩塑料、南坤装饰的关联交易金额逐步减少，其采购金额分别于 2021 年、2020 年下降至 300 万以下；公司与龚益富、季惠珍的关联交易逐步减少。截至本招股说明书签署之日，公司已经不再采取此种采购方式。

①重大关联采购的合理性与必要性

报告期内，公司主要向港龙包装、淑浩塑料、南坤装饰等关联方采购原材料。上述关联方均位于金华市，与公司交通距离较近，方便采购。上述关联方所销售的产品均为公司生产所需原材料，同类原材料的供应商较多。在保证每种原材料存在多家供应商的前提下，公司从前述供应商采购不影响公司的独立性。报告期内，公司已采取措施逐步减少对关联方的采购。

报告期内，公司主要向龚益富、季惠珍采购零星小额原材料及办公用品等。龚益富为公司员工，负责采购零星小额原材料及办公用品，由于该类小件物品购买时通常无法取得发票，公司采取与龚益富、季惠珍签订采购合同，向龚益富、季惠珍支付采购款，然后龚益富、季惠珍向税务局开具发票的方式解决发票问题。

综上，公司与关联方的关联采购均为公司正产开展生产经营的原材料采购行为，与主营业务密切相关，交易均具有必要性和合理性。

②重大关联采购定价的公允性

报告期内，公司向港龙包装、淑浩塑料、南坤装饰等关联方的关联采购均按照市场价格经双方共同协商确定，价格公允。报告期内，公司向龚益富、季惠珍的采购实际为委托采购，公司按实际采购价款向龚益富、季惠珍支付采购款。

A.金华市港龙包装有限公司

报告期内，公司主要向港龙包装采购纸箱，采购均价与其他非关联方供应商的比较如下：

单位：元/平方米

项目	2022 年 1-9 月	2021 年	2020 年	2019 年

港龙包装	-	-	5.62	5.51
非关联方	5.95	5.77	5.58	5.48
差异	-	-	0.75%	0.46%

注 1：非关联方价格为剔除港龙包装后的纸箱采购总额除以对应的纸箱采购总量。

注 2：差异=（港龙包装价格-非关联方价格）/港龙包装价格

注 3：由于纸箱不存在公开市场价格，此处仅对比公司向关联方以及与其他非关联方之间的价格差异

报告期内公司对港龙包装的采购价格与其他非关联方供应商的采购价格无显著差异，定价公允，不存在对发行人或关联方的利益输送。

B.义乌市淑浩塑料有限公司

报告期内，公司主要向淑浩塑料采购聚苯乙烯塑料粒子（国产透苯 A 级），采购平均价格与其他非关联方供应商的比较如下：

单位：元/吨

项目	2022 年 1-9 月	2021 年	2020 年	2019 年
淑浩塑料	7,598.74	5,901.57	5,591.83	7,458.86
非关联方	7,457.06	5,964.17	5,618.97	7,329.33
差异	1.86%	-1.06%	-0.49%	1.74%

注 1：非关联方价格为剔除淑浩塑料后的国产透苯 A 级的采购总额除以对应的国产透苯 A 级采购总量。

注 2：差异=（淑浩塑料价格-非关联方价格）/淑浩塑料价格

报告期内，公司从淑浩塑料采购国产透苯 A 级的平均价格与非关联方供应商的采购价格无显著差异，定价公允，不存在对发行人或关联方的利益输送。

参考浙江产通用级聚苯乙烯 GPPS（透苯）完税自提价（中间价）走势如下：

2019年至2022年三季度聚苯乙烯价格走势（元/吨）



公司采购的国产透苯 A 级（透苯即通用级聚苯乙烯）与公开市场价格存在一定差异，公司采购国产透苯 A 级用于生产 PS 线条，其对聚苯乙烯的质量规格要求相对较低，在符合质量要求的前提下，可使用再生料制作 PS 线条。从上图可以看出，公司向淑浩塑料采购的国产透苯 A 级的平均价格与通用级聚苯乙烯市场价格走势基本一致。

C.义乌市南坤装饰材料有限公司

报告期内，公司主要向南坤装饰采购背板。对于背板的采购，公司严格按照采购流程确定采购价格：公司采购部门的核价专员根据客户订单要求，依据主材（主要为密度板）、辅材（主要为绒布、丝带）、配件（主要为金属挂扣等）的对应材质及采购数量，以及订单完成所需的人工费用，确定每种材料及工序的成本，最终计算出每种规格背板的指导采购价格，采购价格与供应商协商后，根据双方确定的价格采购。

公司采购的背板依尺寸、厚度、材料不同，种类多达上千种。由于规格较多，公司向南坤装饰采购的背板中，部分规格也向其他供应商采购，部分仅在南坤装饰采购。

报告期内，公司向南坤装饰采购的可比规格背板和不可以规格背板构成如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月	2021 年	2020 年	2019 年

	采购额	占比	采购额	占比	采购额	占比	采购额	占比
可比规格背板	70.57	37.84	15.97	5.95	37.83	12.82	74.71	11.84
不可比规格背板	115.95	62.16	252.43	94.05	257.18	87.18	556.43	88.16
合计	186.52	100.00	268.40	100.00	295.01	100.00	631.14	100.00

对于可比规格背板，由于规格较多，为了便于比较，按如下公式计算出各年度采购同等规格、数量的背板，公司向南坤装饰采购的采购额与向其他非关联方供应商采购的采购金额的差异。

同等规格背板等量采购量的采购额差异=（同等规格背板均价-南坤装饰—同等规格背板均价-其他非关联方供应商）×对应规格背板公司在南坤装饰的采购量

报告期内，公司从南坤装饰及其他非关联方供应商采购相同规格、数量背板的采购金额差异如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
同等规格、数量的采购额差异	-1.72	-0.22	-0.93	-1.49
占比（采购额差异/公司对南坤装饰的采购额）	-0.92%	-0.08%	-0.32%	-0.23%

注：由于背板不存在公开市场价格，此处仅对比公司向关联方以及与其他非关联方之间的价格差异。

报告期内，公司从南坤装饰及其他供应商采购相同规格、数量背板的采购额差异分别为-1.49万元、-0.93万元、-0.22万元和-1.72万元，差异较小，价格公允。

综上，报告期内，公司从南坤装饰采购背板的平均价格与非关联方供应商的采购价格无显著差异，定价公允，不存在对发行人或关联方的利益输送。

（2）关联租赁

报告期内，公司发生的关联租赁如下：

单位：万元

承租方	出租方	用途	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
华鸿股份	华鸿控股	厂房	-	667.39	667.39	671.62
华鸿股份		停车场	-	36.70	-	-

承租方	出租方	用途	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合计			-	704.09	667.39	671.62

①厂房租赁

报告期内，公司因生产场地无法满足生产和仓储需求，向华鸿控股租赁其位于浙江省义乌市佛堂镇义南工业园区大士路 1 号的厂房。具体情况如下：

2018 年 12 月，公司与华鸿控股签订《厂房租赁合同》，双方约定自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，公司承租华鸿控股位于浙江省义乌市佛堂镇义南工业园区大士路 1 号的厂房。租赁厂房面积为 26,710.24 平方米，租金标准为 22 元/平方米（含税）。

2019 年 12 月，公司与华鸿控股签订《厂房租赁合同》，双方约定自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，公司承租华鸿控股位于浙江省义乌市佛堂镇义南工业园区大士路 1 号的厂房。租赁厂房面积为 26,544 平方米，租金标准为 22 元/平方米（含税）。

2020 年 12 月，公司与华鸿控股签订《厂房租赁合同》，双方约定自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，公司承租华鸿控股位于浙江省义乌市佛堂镇义南工业园区大士路 1 号的厂房。租赁厂房面积为 26,544 平方米，租金标准为 22 元/平方米（含税）。

报告期内，公司向关联方华鸿控股租赁厂房，具体情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	同区域可比租金价格
租金	22.0 元/平方米	22.0 元/平方米	22.0 元/平方米	21-23 元/平方米

注：同区域可比租金价格指义乌市周边地区、同类型厂房租赁价格

公司向华鸿控股租赁房产价格与市场价格不存在显著差异，定价公允，不存在对公司或关联方的利益输送。

为解决生产场地同时规范和减少关联交易，公司新建了 4 号、5 号厂房并于 2021 年投入使用。2022 年 1 月开始，公司不再向华鸿控股租赁厂房。

②停车场租赁

2020 年 12 月，公司与华鸿控股签订《停车场租赁合同》，双方约定自

2021年1月1日至2021年12月31日，公司承租华鸿控股位于浙江省义乌市佛堂镇大士路一号的停车场共计209个车位，金额共计36.70万元。公司租赁上述停车场主要满足公司员工停车需求。2022年公司不再续租上述停车场。该关联租赁的交易额较小，不存在影响公司业务独立性、损害公司利益、向关联方利益输送的情况。

综上，公司与关联方的关联租赁主要是为了满足公司生产经营以及员工需求所产生，交易均具备必要性和合理性。

（3）关键管理人员薪酬

报告期各期，公司向关键管理人员支付薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
关键管理人员薪酬	542.17	690.70	771.52	776.07

2、偶发性关联交易

（1）关联担保

报告期内，公司发生的关联担保如下：

单位：万元

担保方	被担保方	担保金额	债务起始日	债务到期日	担保是否已经履行完毕
龚品忠、王爱香	华鸿股份	24,000.00	2017/12/5	2020/1/1	履行完毕
华鸿控股	华鸿股份	24,000.00	2017/12/5	2020/1/1	履行完毕
大士文化	华鸿股份	24,000.00	2017/12/5	2020/1/1	履行完毕
华鸿控股	画之都	16,200.00	2016/12/19	2019/7/1	履行完毕
龚品忠、王爱香	画之都	16,200.00	2016/12/19	2019/7/1	履行完毕
龚新明、王荷仙	画之都	16,200.00	2016/12/19	2019/7/1	履行完毕
华鸿控股	画之都	12,000.00	2017/12/5	2020/1/1	履行完毕
大士文化	画之都	12,000.00	2017/12/5	2020/1/1	履行完毕
龚品忠、王爱香	画之都	12,000.00	2017/12/5	2020/1/1	履行完毕
龚新明、王荷仙	画之都	12,000.00	2017/12/5	2020/1/1	履行完毕

报告期内，上述关联担保均已签署合法、有效的担保协议，且均已履行完毕。上述关联担保履行完毕后，公司未发生新的关联担保。

上述关联担保主要是公司缺乏融资渠道，为了支持公司业务发展获取银行贷款，实际控制人及其一致行动人龚品忠、王爱香、龚新明、王荷仙，控股股东华鸿控股，实际控制人控制的其他企业大士文化为公司及其子公司的银行借款提供担保，该担保与公司主营业务相关，具有必要性和合理性，不存在不利于公司经营业绩的情况。

（2）向关联方采购工程建设服务

2020年3月6日，公司与锦厦建筑签订了《建设工程施工合同》，依照合同约定，锦厦建筑为公司的4号厂房提供工程建设服务。该项工程建设的造价为4,001.51万元，建筑面积为35,131.74平方米。4号厂房屋于2021年3月建成并投入使用。

2021年2月26日，公司与锦厦建筑签订了《建设工程施工合同》，依照合同约定，锦厦建筑为公司5号厂房提供工程建设服务。该项工程建设的造价为4,392.44万元，建筑面积为38,367.53平方米。5号厂房屋于2021年12月建成并投入使用。

2020年度、2021年度和2022年1-3月，公司向锦厦建筑支付工程建设金额4,001.51万元、4,292.44万元和100万元，合计8,393.95万元，工程建设款项已经支付完毕。

上述关联采购工程建设服务主要是为了新建厂房满足公司生产需求，与公司主营业务密切相关，具有必要性和合理性。

①关联交易的必要性

锦厦建筑于1996年成立，从事建筑工程施工多年，具有成熟稳定的工程管理体系和工程施工经验。基于接受相关工程施工的便捷性及相互较为熟悉了解的考虑，且经过询价对比后，公司将上述厂房的工程建设交由锦厦建筑实施。

②关联交易的公允性

报告期内，锦厦建筑提供建筑施工的具体造价情况如下：

项目	实际工程造价 (万元)	建筑面积 (m ²)	合同签订 时间	竣工时间	单位造价 (元/m ²)
4号厂房	4,001.51	35,131.74	2020年3月	2021年3月	1,139.00

项目	实际工程造价 (万元)	建筑面积 (m ²)	合同签订 时间	竣工时间	单位造价 (元/m ²)
5号厂房	4,392.44	38,367.53	2021年2月	2021年12月	1,144.83
合计	8,393.95	73,499.27	-	-	1,142.04

根据公司获取的华鸿控股与第三方建筑公司签订的厂房工程合同，以及查询锦厦建筑、第三方建筑公司在住房和城乡建设部备案的工程项目合同信息，在相近时间段、施工地点均为义乌市、工程项目类型均为厂房的情况下，其工程造价情况如下：

工程名称	承包方	合同签订 时间	施工 地点	合同建筑 工程费 (万元)	建筑面积 (m ²)	单位造价 (元/m ²)
华鸿控股集团 有限公司1#、 2#、3#、4#生 产车间、综合 楼工程	筑邦建设 集团股份 有限公司	2021年 9月	义乌市	16,600.00	132,644.11	1,251.47
义乌市创翊饰 品有限公司厂 房一、厂房 二、厂房三、 厂房四、厂房 五、厂房六、 宿舍楼、地下 室、门卫工程	筑邦建设 集团股份 有限公司	2020年 12月	义乌市	11,674.01	97,882.98	1,192.65
浙江九鼎服饰 有限公司厂房 一工程	锦厦建筑	2019年 12月	义乌市	1,445.68	13,767.87	1,050.04
浙江尼多熊针 织服饰有限公司 厂房三工程	锦厦建筑	2019年 10月	义乌市	945.1	6,968.81	1,356.16

与无关联第三方的价格相比，对于相同类型、相近时间、相近地点建筑施工工程，公司向锦厦建筑采购工程建设服务的价格不存在重大差异，不存在影响公司业务独立性、损害公司利益、向关联方利益输送的情况，亦不存在不利于公司经营业绩的情况。

（3）个人代收货款及代付款项

2018年，王素月代华鸿股份收房租收入46.18万元；2019年，王素月代华鸿股份收废料销售款及过磅费用42.61万元，代画之都收废料销售款23.65万元；2020年，王素月代华鸿股份收过磅费4.07万元，代画之都收废料销售款

13.31 万元。上述个人代收款行为已于 2020 年结束，相关代收款项已于 2020 年结清，未产生严重损害公司经营业绩的影响。

上述个人代收货款及代付款项的行为已经完成整改，截至报告期末，已不存在上述个人代收货款及代付款项的行为。

（二）一般关联交易

1、经常性关联交易

（1）采购商品

报告期内，公司发生的一般关联采购如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
靖凯贸易	拼板胶	54.89	100.80	72.07	55.10
华盛装饰	木线条	-	-	-	53.23
合计		54.89	100.80	72.07	108.33

报告期内，公司与靖凯贸易、华盛装饰发生的关联采购均为一般关联交易。最近三年及一期，公司与上述关联方发生的关联采购金额分别为 108.33 万元、72.07 万元、100.80 万元和 54.89 万元，占各期采购总额的比例分别为 0.64%、0.37%、0.39%和 0.27%，一般关联采购占采购总额的比例相对较低。

①一般关联采购的合理性与必要性

报告期内，公司主要向关联方靖凯贸易、华盛装饰采购原材料。上述关联方均位于金华市，与公司交通距离较近，方便采购。上述关联方所销售的产品均为公司生产所需原材料，同类原材料的供应商较多。在保证每种原材料存在多家供应商的前提下，公司从前述供应商采购不影响公司的独立性。报告期内，公司已采取措施逐步减少对关联方的采购。

②一般关联采购定价的公允性

A.义乌市靖凯贸易有限公司

报告期内，公司主要向靖凯贸易采购拼板胶，采购平均价格与其他非关联方供应商的比较如下：

单位：元/千克

项目	2022 年 1-9 月	2021 年	2020 年	2019 年
靖凯贸易	6.66	6.74	6.46	6.43
非关联方	6.35	6.50	6.50	6.50
差异	4.65%	3.52%	-0.62%	-1.09%

注 1：非关联方价格为剔除靖凯贸易后的拼版胶的采购总额除以对应的拼板胶采购总量；

注 2：差异=（靖凯贸易价格-非关联方价格）/靖凯贸易价格；

注 3：由于拼板胶不存在公开市场价格，此处仅对比公司向关联方以及与其他非关联方之间的价格差异。

报告期内，公司从靖凯贸易采购拼板胶的平均价格与非关联方供应商的采购价格无显著差异，定价公允，不存在对发行人或关联方的利益输送。

B.义乌市华盛装饰材料有限公司

报告期内，公司主要向华盛装饰采购木线条，采购平均价格与其他非关联方供应商的比较如下：

单位：元/立方米

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
华盛装饰	-	-	-	6,058.88
非关联方	-	-	-	6,281.09
差异	-	-	-	-3.67%

注 1：非关联方价格为剔除华盛装饰后的木线条的采购总额除以对应的木线条采购总量；

注 2：差异=（华盛装饰价格-非关联方价格）/华盛装饰价格；

注 3：由于木线条不存在公开市场价格，此处仅对比公司向关联方以及与其他非关联方之间的价格差异。

报告期内，公司从华盛装饰采购木线条的平均价格与非关联方供应商的采购价格无显著差异，定价公允，不存在对公司或关联方的利益输送。

（2）销售商品

报告期内，公司发生的关联销售如下：

单位：万元

项目	关联交易内容	2022 年 1-9 月	2021 年	2020 年	2019 年
华鸿控股	销售商品	10.64	21.09	0.33	0.80
真爱置业	销售商品		-	1.15	-
秦江湖	销售商品	0.12	0.08	-	-

项目	关联交易内容	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
艺谷文化	销售商品	0.01			
合计		10.76	21.17	1.48	0.80

注：秦江湖系公司监事秦玉梅之弟。

报告期内，公司对华鸿控股的销售金额分别为 0.80 万元、0.33 万元、21.09 万元和 10.64 万元，主要是华鸿控股因自身装修、装饰需要向公司采购装饰画、镜子、相框等。2020 年，公司向真爱置业销售 1.15 万元，主要是真爱置业因装修需要采购装饰画产品。2021 年，公司向秦江湖销售 0.08 万元，2022 年 1-9 月，公司向秦江湖销售 0.12 万元，主要是其个人需要采购装饰画产品。2022 年 1-9 月，公司向艺谷文化销售 53.10 元的工艺礼品。

综上，公司与关联方的关联销售金额较小，关联销售主要是华鸿控股等关联方由于自身需求进行的少量零星采购，按照市场价格定价，不会对公司经营业绩和利润造成影响，交易具备必要性和合理性。

2、偶发性关联交易

（1）向关联方收取水电费

2021 年，公司向锦厦建筑收取因实施前述 4 号、5 号厂房建设工程产生水电费，共计 13.64 万元。

水电费的收取主要是采购工程建设服务过程中产生，依照市场化的原则定价，交易金额较小，具有必要性和合理性。

（2）关联方资金拆借

报告期内，公司存在与关联方资金拆借的情况，具体如下：

单位：万元

关联方	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2019 年				
华鸿控股	62.18	-	62.18	-

上述资金拆借的主要原因是：2017 年 10 月公司设立后，原拟以 5,269.38 万元向华鸿控股购买其持有的土地、厂房，并全额支付了款项。后经协商，华鸿控股改为以该等土地、厂房向公司增资，公司原已支付的款项认定为资金拆借。公司按同期银行贷款利率向华鸿控股收取利息，资金拆借利率公允。截至

2019 年初，华鸿控股尚余 62.18 万元利息未支付。2019 年末，公司收回上述资金拆借的利息。

除上述情况外，报告期内，公司与关联方之间不存在其他资金拆借情况。上述关联方资金拆借发生于公司与控股股东进行资产业务重组过程中，拆借行为发生在报告期外，且相关本金和利息已全部收回，具有必要性和合理性。

（3）关联资产转让

①受让关联方资产

A.受让商位使用权

报告期内，华鸿控股曾为天画家居代收代付义乌国际商贸城市场三区商位租金、水电费等费用。为规范和减少关联交易，2021 年 12 月 31 日，天画家居与华鸿控股签订《商位转让协议》，华鸿控股将义乌国际商贸城市场三区 29280、29281、29292、29293、29294、29295 号商位使用权无偿转让给天画家居。商位转让完成后，天画家居直接向浙江中国小商品城集团股份有限公司（以下简称“小商品城集团”）缴付租金及相关水电费，无需再由华鸿控股代收租金。

B.受让商标专利

2017 年 12 月，公司与华鸿控股进行了资产、业务及人员重组。根据公司与华鸿控股签署的《资产重组框架协议》《资产转让协议》，华鸿控股应向公司转让包括专利、商标在内的经营性资产。为履行上述资产重组相关约定、保证公司资产的独立性和完整性，报告期内，华鸿控股将其持有的与公司生产经营相关的专利/专利申请权、商标转让给公司，王爱香将其持有的与公司生产经营相关的商标转让给公司。

2019 年，为保证公司资产的完整性，华鸿控股将其持有的与公司生产经营相关的专利及专利申请权无偿转让给公司，相关专利已完成变更登记。具体情况如下：

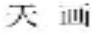
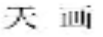
序号	专利名称	专利申请号/专利号	变更日期
1	UV 雨滴玻璃生产工艺	2017100270451	2019.4.18

序号	专利名称	专利申请号/专利号	变更日期
2	一种防松动型画框	ZL201720998979.5	2019.4.15
3	一种压紧式画框结构	ZL201720998997.3	2019.4.18
4	一种画框	ZL201720999783.8	2019.4.23
5	一种高度可调镜子的镜框	ZL201720985340.3	2019.4.24
6	一种全适配相框	ZL201720985361.5	2019.4.24
7	一种不损坏墙体的相框	ZL201720985362.X	2019.4.19
8	全适配相框	ZL201720985372.3	2019.4.17
9	一种贴箔胶及其在玻璃贴箔中的应用	2017102149067	2019.4.16
10	一种亮光蚀刻磨砂玻璃及其制备方法	2017102149090	2019.4.17
11	一种耐水型紫外线固化玻璃铂金工艺	ZL201710171319.4	2019.4.16
12	一种玻璃制品高光耐磨丝网印刷工艺	ZL201710171381.3	2019.4.18

2019 年至 2020 年期间，华鸿控股、王爱香将其持有的与公司生产经营相关的商标无偿转让给公司，相关商标已完成变更登记。具体情况如下：

序号	商标	转让方	受让方	注册号	受让日期
1	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946901	2019.4.13
2	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946900	2019.4.13
3	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946899	2019.4.13
4	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946898	2019.4.13
5	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946897	2019.4.13
6	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946896	2019.4.13
7	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946894	2019.4.13
8	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946893	2019.4.13
9	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946892	2019.4.13
10	华 鸿 HUAHONG	华鸿控股	华鸿股份	4946641	2019.4.13

序号	商标	转让方	受让方	注册号	受让日期
11		华鸿控股	华鸿股份	4946640	2019.4.13
12		华鸿控股	华鸿股份	4946636	2019.4.13
13		华鸿控股	华鸿股份	4946635	2019.4.13
14		华鸿控股	华鸿股份	4946634	2019.4.13
15		华鸿控股	华鸿股份	4946633	2019.4.13
16		华鸿控股	华鸿股份	4946632	2019.4.13
17		华鸿控股	华鸿股份	3294304	2019.4.13
18	天下画匠	华鸿控股	华鸿股份	27475340	2019.4.13
19	天下画匠	华鸿控股	华鸿股份	27463805	2019.4.13
20		华鸿控股	华鸿股份	7434250	2019.4.13
21		华鸿控股	华鸿股份	7434227	2019.4.13
22		华鸿控股	华鸿股份	7434213	2019.4.13
23	天下画廊	华鸿控股	华鸿股份	7387188	2019.4.13
24	天下画仓	华鸿控股	华鸿股份	6586945	2019.4.13
25	天下画仓	华鸿控股	华鸿股份	6586944	2019.4.13
26	华鸿·特好配	华鸿控股	华鸿股份	15269996	2019.6.6

序号	商标	转让方	受让方	注册号	受让日期
27		华鸿控股	华鸿股份	4946895	2019.6.6
28		华鸿控股	天画家居	14218213	2019.7.20
29		华鸿控股	天画家居	6860403	2019.7.20
30		华鸿控股	华鸿股份	14841899	2020.2.6
31		华鸿控股	华鸿股份	14841844	2020.2.6
32		华鸿控股	华鸿股份	14841640	2020.2.6
33	尚书房	华鸿控股	华鸿股份	10641780	2020.2.6
34	上书房	华鸿控股	华鸿股份	10641764	2020.2.6
35	画街	华鸿控股	华鸿股份	8408810	2020.2.6
36		华鸿控股	华鸿股份	7207775	2020.2.6
37	画天下	华鸿控股	华鸿股份	6586943	2020.2.6
38	画天下	华鸿控股	华鸿股份	6586942	2020.2.6
39	天下画廊	华鸿控股	华鸿股份	7387179	2020.2.6
40	华鸿·特好配	华鸿控股	华鸿股份	15269934	2020.3.20

序号	商标	转让方	受让方	注册号	受让日期
41		华鸿控股	华鸿股份	10734117	2020.3.20
42		华鸿控股	华鸿股份	9539653	2020.3.20
43		华鸿控股	华鸿股份	6676321	2020.3.20
44		华鸿控股	华鸿股份	6327170	2020.3.20
45		华鸿控股	华鸿股份	4946637	2020.3.20
46		华鸿控股	华鸿股份	3046290	2020.3.20
47		华鸿控股	华鸿股份	1317856	2020.3.20
48		华鸿控股	华鸿股份	1172807	2020.3.20
49	画家居	华鸿控股	华鸿股份	15176253	2020.8.20
50		华鸿控股	华鸿股份	13183829	2020.8.20
51	桑妮	华鸿控股	华鸿股份	13183802	2020.8.20
52	桑妮	王爱香	天画家居	5181891	2020.9.20
53	桑妮	王爱香	天画家居	5181890	2020.9.20
54	桑妮	王爱香	天画家居	5181889	2020.9.20
55	桑妮	王爱香	天画家居	5181888	2020.9.20

序号	商标	转让方	受让方	注册号	受让日期
56		王爱香	天画家居	5181887	2020.9.20
57		王爱香	天画家居	5181886	2020.9.20
58		王爱香	天画家居	5181884	2020.9.20
59		王爱香	天画家居	5181877	2020.9.20
60		王爱香	天画家居	5181876	2020.9.20

C.受让网店

为规范和减少关联交易，2019 年 1 月，华鸿股份与华鸿控股签订《天下画仓旗舰店转让协议》，约定华鸿控股将其在天猫平台设立的网店“天下画仓旗舰店”无偿转让给公司。

②转让资产给关联方

2022 年 1 月，公司子公司画之都将旗下与主营业务无关的 8 项商标无偿转让给华鸿控股。相关商标已完成变更登记。具体情况如下：

序号	商标	转让方	受让方	商标注册号	国际分类	变更日期
1		画之都	华鸿控股	10258083	27 类：地毯席垫	2022/5/13
2		画之都	华鸿控股	10258025	18 类：皮革皮具	2022/5/13
3		画之都	华鸿控股	10257945	21 类：日用器具	2022/5/13

序号	商标	转让方	受让方	商标注册号	国际分类	变更日期
4		画之都	华鸿控股	10257980	14 类：珠宝钟表	2022/5/13
5		画之都	华鸿控股	10258044	25 类：服装鞋帽	2022/5/13
6		画之都	华鸿控股	10257941	3 类：日化用品	2022/5/13
7		画之都	华鸿控股	10257999	24 类：布料床单	2022/5/13
8	大士良品	画之都	华鸿控股	10140550	16 类：办公用品	2022/5/13

综上，上述关联资产转让是 2017 年公司与华鸿控股进行资产业务重组的延续，对相关商位的使用权、商标专利、网店等进行无偿转让，主要是为保证发行人资产和业务的独立性，而且发行人或华鸿控股已不再使用其各自转让的资产。上述资产转让完成后，发行人资产和业务的完整性得到进一步加强。上述关联交易与主营业务密切相关，具备合理性与必要性、公允性，不存在对发行人或关联方的利益输送。

（4）关联方代收代付款项

①龚品忠、华鸿控股代收代付商位租赁费、水电费

华鸿控股原持有小商品城集团义乌国际商贸城市场三区 29280、29281、29292、29293、29294、29295 号共计 6 个商位的使用权。报告期内，天画家居因业务经营需要，且由于 2017 年 12 月公司与华鸿控股业务重组后，华鸿控股已不再从事装饰画、镜子、相框类家居饰品的相关业务，天画家居租赁使用上

述 6 个商位。天画家居将上述商位的租金、水电费等费用支付给龚品忠、华鸿控股，并由龚品忠、华鸿控股支付给小商品城集团，龚品忠、华鸿控股仅为代收代付，未获取任何收益。2022 年 1 月 13 日，天画家居直接与小商品城集团签署了《义乌国际商贸城商位有期有偿使用协议书》，天画家居直接向小商品城集团支付租金、水电费等费用，龚品忠、华鸿控股不再代收代付相关租金、水电费等费用。

报告期内，龚品忠、华鸿控股代收代付商位租赁费、水电费的具体情况如下：

单位：万元

应付款方	代付款方	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
天画家居	龚品忠	-	-	-	29.07
天画家居	华鸿控股	-	44.08	24.36	-

注：2020 年由于新冠疫情，小商品城集团减免 2 个月租金；2021 年代收代付租赁费 44.08 万元，费用期间为 2021 年 3 月 1 日至 2022 年 8 月 1 日。

2019 年，由龚品忠代收代付商位租赁费 29.07 万元，主要是由于历史原因上述商位在义乌国际商贸城市场登记的使用权人为龚品忠，租赁费只能通过龚品忠缴纳，2020 年之后变更为华鸿控股。2020 年和 2021 年，分别由华鸿控股代收代付租赁费、水电费 24.36 万元和 44.08 万元。

2021 年 12 月 31 日，天画家居与华鸿控股签订转让协议，华鸿控股将上述商位的使用权转让给天画家居。上述代收代付商位租赁费、水电费的行为已经结束，相关款项已经结清。

②电商平台产生的代收货款及代付款项

2017 年、2018 年期间，公司原拟在天猫电商平台设立网上店铺用于开展装饰画、相框等产品的线上销售，由于不满足天猫电商平台当时对于品牌旗舰店设立主体需要经营 1 年以上的要求，以华鸿控股的名义在天猫电商平台设立了“华鸿旗舰店”和“天下画仓旗舰店”，网店由公司独立运营并承担相关成本费用，华鸿控股不参与经营。上述网店以华鸿控股名义注册，对应网店账号亦为华鸿控股所有，因此网店经营产生的货款、费用等均由华鸿控股代公司收取或支付。具体为：华鸿控股将网店货款从店铺账户提现至华鸿控股的银行账户，然后将货款转账给公司；或，华鸿控股先从网店账户支付相关费用，公司

再将相关费用款转账给华鸿控股。基于相似原因，2019 年华鸿控股与杭州心选电子商务有限公司签订代销协议，由“淘宝心选”代销公司产品。

单位：万元

应收款方	代收款方	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
华鸿股份	华鸿控股	-	-	1.29	31.10
应付款方	代付款方	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
华鸿股份	华鸿控股	-	-	0.45	2.31

2019 年度，公司收到华鸿控股的代收电商平台货款 31.10 万元，主要为 2018 年和 2019 年华鸿控股代收的网店货款；2019 年度，公司付给华鸿控股电商平台费用（主要为电商平台信息费）2.31 万元。

2020 年度，公司收到华鸿控股的代收电商平台货款 1.29 万元，主要系以前年度的货款余额未及时提现；2020 年度，公司付给华鸿控股电商平台费用 0.45 万元，主要系支付少量电商客户退货款。

2018 年 12 月和 2019 年 1 月，华鸿控股将“华鸿旗舰店”和“天下画仓旗舰店”转让给公司，华鸿控股代收货款、代付款项行为已结束，相关代收款项及代付款项已于 2020 年末结清。华鸿控股名下的“淘宝心选”平台已于 2020 年 8 月关闭，华鸿控股代收货款、代付款项行为已结束，相关代收款项及代付款项已于 2020 年末结清。

③因业务过渡产生的代收货款与代付款项

A.代收货款

2017 年 12 月，公司与华鸿控股进行了资产、业务及人员重组。公司与华鸿控股签署的《资产重组框架协议》约定，华鸿控股将 2017 年 11 月 30 日前无法履行完毕的业务合同，由公司和华鸿控股与相关客户共同签署权利义务转让协议或取得相关客户做出的同意确认，华鸿控股将其在该业务合同中的权利义务一并转让给公司，由公司继续履行该业务合同。客户根据原业务合同已支付预付款的，由公司和华鸿控股根据合同权利义务转移的实际执行情况进行结算。

报告期内，由于业务转移过渡期间客户的供应商系统未及时将华鸿控股变更为公司或前期与华鸿控股的货款未结清等原因，公司与华鸿控股之间存在少

量互相代收货款的情况。

报告期内，因公司与华鸿控股之间的业务过渡导致的代收货款情况如下所示：

单位：万元

应收款方	代收款方	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
华鸿股份	华鸿控股	-	92.80	-	18.76
华鸿控股	华鸿股份	-	9.52	-	7.81

2019年，因业务过渡产生的代收货款中，华鸿控股代收华鸿股份 18.76 万元货款，华鸿股份代收华鸿控股 7.81 万元。上述代收货款的行为已于 2019 年末结束，相关代收货款已于 2019 年末结清。

2021年，华鸿控股代收华鸿股份 92.80 万货款，主要系客户 Dunelm Group plc 将其货款错付至华鸿控股账户。同年，华鸿股份与华鸿控股核销往来账款时，华鸿股份向华鸿控股支付 2018 年度至 2019 年度间代收的客户 Lifetime Brands, Inc. 货款 9.52 万元。上述代收货款的行为已于 2021 年末结束，相关代收货款已于 2021 年末结清。

B.代付款项

报告期内，公司及子公司与华鸿控股之间存在少量代付款项的情况，具体如下：

单位：万元

应付款方	代付款方	2022年1-9月	2021年	2020年	2019
华鸿股份	华鸿控股	-	-	-	88.99
天画家居	华鸿控股	-	-	0.56	0.39
华鸿控股	华鸿股份	1.96	4.19	-	66.88

2019年，华鸿股份向华鸿控股偿还 2017 年度的代付奖金 55.36 万元及 2018 年度的华鸿控股代付商位租赁费 33.63 万元，天画家居向华鸿控股偿还 2018 年度的代付展览费 0.39 万元，华鸿控股向华鸿股份偿还 2018 年度华鸿股份代付款 66.88 万元，主要系华鸿控股装修款。上述代付款项行为已结束，相关代付款项已于 2019 年末结清。

2020年，华鸿控股为公司子公司天画家居代发工资 0.56 万元，主要是员工

从天画家居离职后入职华鸿控股，因工资发放衔接问题导致。该笔代付款行为已结束，相关代付款项已于 2020 年 6 月末结清。

2021 年和 2022 年 1-9 月，华鸿股份为华鸿控股代付 4.19 万元和 1.96 万元，主要是 3 名原公司员工 2020 年底、2021 年初从公司离职后入职华鸿控股，由于该等员工需继续在公司缴纳社保、公积金才能满足当地关于购房、子女入学等条件，因此由公司继续代缴上述 3 名员工的社保、公积金，华鸿控股向公司支付代缴的社保、公积金款项。截至本招股说明书签署之日，上述代付款行为已结束，相关代付款已结清。

上述龚品忠、华鸿控股代收代付商位租赁费、水电费，电商平台产生的代收货款及代付款项，主要为公司与华鸿控股业务重组过渡所产生，有一定的历史及现实原因，报告期内公司对上述交易进行了清理，具备合理性及必要性。

3、一般关联交易汇总

报告期内，公司与关联方发生的一般关联交易汇总如下：

关联交易类别	关联方	交易性质	关联交易内容
经常性关联交易	靖凯贸易	采购商品	采购拼板胶水
	华盛装饰		采购木线条
	华鸿控股	销售商品	销售装饰画、镜子、相框
	真爱置业		销售装饰画
	秦江湖		
	艺谷文化		
偶发性关联交易	锦厦建筑	收取费用	收取水电费
	龚品忠	代付款项	代付商位租赁费、水电费
	华鸿控股	资金拆借	报告期外关联方资金拆入，报告期初偿还关联方资金拆借利息
		关联资产转让	受让华鸿控股的商位使用权、商标、专利及网点
			转让与主营业务无关的商标给华鸿控股
		代付款项	代付商位租赁费、水电费
			因电商平台产生的华鸿控股代发行人支付的信息费及退货款
			因业务过渡发行人与华鸿控股互相代付款项

关联交易类别	关联方	交易性质	关联交易内容
		代收款项	因电商平台产生的华鸿控股代发行人收取的货款
			因业务过渡发行人与华鸿控股互相代收货款

（三）关联方应收应付款项

1、公司与关联方应收款项余额

报告期各期末，公司与关联方应收款项余额具体情况如下：

单位：万元

项目	关联方	2022.9.30		2021.12.21		2020.12.31		2019.12.31	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	义乌华发	-	-	-	-	-	-	0.73	0.04
	真爱置业	-	-	-	-	1.30	0.07	-	-
	华鸿控股	8.08	0.40						
	艺谷文化	0.01	0.00						
合计		8.09	0.40	-	-	1.30	0.07	0.73	0.04
其他应收款	华鸿控股	0.01	0.00	0.01	0.00	15.55	1.29	16.84	0.84
	王素月			-	-	-	-	66.26	3.31
	汪胜			-	-	-	-	2.00	0.10
	王基进			-	-	-	-	7.00	0.35
	龚益富	5.00	0.25						
	周露	0.10	0.01						
合计		5.12	0.26	0.01	0.00	15.55	1.29	92.10	4.60

注：2019年末，公司应收义乌华发 0.73 万元，主要是报告期外公司向其销售塑料线条所致。2020 年，公司与义乌华发对账、清账后，2020 年末公司已无对义乌华发的应收账款。2022 年，龚益富领用备用金 5 万元作为差旅费。

2、公司与关联方应付款项余额

报告期各期末，公司与关联方应付款项余额具体情况如下：

单位：万元

项目	关联方	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付账款	锦厦建筑	-	95.87	35.45	-
	港龙包装	-	-	0.33	37.36
	淑浩塑料	-	-	3.30	45.62

项目	关联方	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
	靖凯贸易	-	23.76	12.54	7.62
	南坤装饰	22.66	23.81	26.90	61.01
	华盛装饰	-	-	1.55	1.55
	龚益富	-	1.58	3.63	3.69
	季惠珍	-	3.12	2.73	5.34
	合计	22.66	148.14	86.43	162.19
其他应付款	马金才	-	-	-	2.00
	秦玉梅	-	-	-	2.00
	合计	-	-	-	4.00

（四）关联交易是否影响发行人的经营独立性、是否构成对控股股东或实际控制人的依赖，是否存在通过关联交易调节发行人收入利润或成本费用、对发行人利益输送的情形

报告期内，与公司发生交易的关联方主要有港龙包装、淑浩塑料、靖凯贸易、南坤装饰、华盛装饰（已于 2020 年 12 月注销）、锦厦建筑、华鸿控股。上述关联方中，港龙包装、淑浩塑料、靖凯贸易、南坤装饰、华盛装饰均为根据实质重于形式原则认定，该等公司的股东虽不属于公司实际控制人、直接及间接持股 5%以上的自然人股东及公司董事、监事、高级管理人员之关系密切的家庭成员，但鉴于存在一定亲属关系，且在报告期内与公司存在交易，故将其认定为关联方。

结合上述关联方的财务状况和经营情况、关联交易产生的收入、利润总额等，具体分析如下：

1、港龙包装

报告期内，港龙包装的财务状况和经营情况如下：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
资产总额（万元）	-	-	516.02	532.14
营业收入（万元）	-	-	106.46	664.89
利润总额（万元）	-	-	-14.21	11.42

注：上述财务数据为纳税申报数据，未经审计；2021 年后未开展关联交易，未取得相关财务数据。

报告期内，公司主要在 2019 年向港龙包装采购纸箱，采购额 638.71 万元，占发行人采购总额的比例为 2.68%，占比较低。2020 年之后，公司管理层为规范和减少关联交易，逐步停止了对港龙包装的采购。报告期内公司对港龙包装的采购价格与其他非关联方供应商的采购价格无显著差异，定价公允，不存在通过关联交易调节公司收入利润或成本费用、对公司利益输送的情形。

2、淑浩塑料

报告期内，淑浩塑料的财务状况和经营情况如下：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
资产总额（万元）	32.48	100.62	33.94	54.66
营业收入（万元）	185.22	300.20	473.43	584.20
利润总额（万元）	4.35	-11.98	-60.37	2.92

注：上述财务数据为纳税申报数据，未经审计。

报告期内，公司对淑浩塑料的采购额分别为 599.25 万元、411.12 万元、223.94 万元及 103.46 万元，占发行人采购总额的比例分别为 2.51%、1.57%、0.65%和 0.57%，占比较低。公司已采取措施逐步减少对淑浩塑料的采购，采购金额大幅降低。报告期内，公司从淑浩塑料采购国产透苯 A 级的平均价格与非关联方供应商的采购价格无显著差异，定价公允，不存在通过关联交易调节公司收入利润或成本费用、对公司利益输送的情形。

3、靖凯贸易

报告期内，靖凯贸易的财务状况和经营情况如下：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
资产总额（万元）	393.68	87.88	48.54	25.39
营业收入（万元）	58.05	98.77	72.07	59.90
利润总额（万元）	-3.74	3.05	1.40	4.35

注：上述财务数据为纳税申报数据，未经审计。

报告期内，公司对靖凯贸易的采购额分别为 55.10 万元、72.07 万元、100.80 万元及 54.89 万元，占发行人采购总额的比例分别为 0.23%、0.28%、0.29%和 0.30%，占比较低。报告期内，公司从靖凯贸易采购拼板胶的平均价格与非关联方供应商的采购价格无显著差异，定价公允，不存在通过关联交易调节公司收入利润或成本费用、对公司利益输送的情形。

4、南坤装饰

报告期内，靖凯贸易的财务状况和经营情况如下：

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
资产总额（万元）	393.68	447.63	371.08	328.61
营业收入（万元）	235.82	341.95	389.11	659.44
利润总额（万元）	-20.33	1.88	16.01	10.75

注：上述财务数据为纳税申报数据，未经审计。

报告期内，公司对南坤装饰的采购额分别为 631.14 万元、295.01 万元、268.40 万元及 186.52 万元，占发行人采购总额的比例分别为 2.64%、1.13%、0.78%和 1.02%，占比较低。公司从南坤装饰及其他供应商采购价格差异较小，定价公允，不存在通过关联交易调节公司收入利润或成本费用、对公司利益输送的情形。

5、锦厦建筑

报告期内，锦厦建筑的财务状况和经营情况如下：

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
资产总额（万元）	10,770.87	10,947.92	10,865.35	10,674.44
营业收入（万元）	325.38	5,089.56	9,167.11	9,446.57
利润总额（万元）	-312.10	244.31	440.76	457.44

注：上述财务数据为纳税申报数据，未经审计；2020 年度、2021 年度，发行人向锦厦建筑采购工程建设服务的金额为不含税价格。

2020 年度、2021 年度，公司向锦厦建筑采购工程建设服务的金额（不含税）为 3,671.11 万元和 4,029.76 万元。与无关联第三方的价格相比，对于相同类型、相近时间、相近地点建筑施工工程，公司向锦厦建筑采购工程建设服务的价格不存在重大差异，不存在影响公司业务独立性、损害公司利益、向关联方利益输送的情况。

6、华鸿控股

报告期内，公司控股股东华鸿控股的财务状况和经营情况如下：

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
资产总额（万元）	57,562.95	37,869.57	44,405.97	43,506.66

营业收入（万元）	85.84	753.10	748.40	1,046.69
利润总额（万元）	489.23	5,442.80	18,753.91	10,336.30

注：2021年财务数据经审计；2019年、2020年和2022年1-9月财务数据未经审计。

报告期内，公司对华鸿控股有极少量商品销售，主要其因自身装修、装饰需要向公司采购装饰画、镜子、相框等。2019年至2021年公司因生产需要和满足员工需要，向华鸿控股租赁厂房和停车场，交易金额分别为671.62万元、667.39万元和704.09万元。由于资产重组后华鸿控股转变为控股型企业，因此租赁费收入对其收入占比较高。此外，报告期内由于资产重组后的业务过渡期以及保障公司资产和业务的完整性和独立性，华鸿控股与公司之间进行了商位、网店、商标专利等资产转让以及部分代收代付款项等，金额较低，对公司影响较小。上述关联交易不存在通过关联交易调节公司收入利润或成本费用、对公司利益输送的情形。

综上，报告期内，发行人的关联交易系发行人业务发展及正常生产经营所需，关联交易不影响发行人的经营独立性，不构成对控股股东、实际控制人的依赖；关联交易价格公允，不存在通过关联交易调节发行人收入利润或成本费用、对发行人利益输送的情形；关联交易符合有关法律法规和发行人各项制度的规定，不会对发行人财务状况和经营成果造成重大不利影响。

（五）关联交易决策权限和程序的规定

1、《公司章程》对关联交易的相关规定

公司现行的《公司章程》对规范和减少关联交易进行了制度性的安排，对关联交易决策权力与程序作出了明确规定，以保证关联交易的公允，保护公司及中小股东的利益不受侵害。

2、《关联交易管理制度》关于规范关联交易的安排

公司已制定了《关联交易管理制度》，对关联人、关联交易内容、关联交易的披露和决策程序等相关内容进行了明确的规定，对关联股东或关联董事在关联交易表决中的回避均有规定，其中对关联交易的批准权限规定如下：

“第十条 对于每年发生的日常性关联交易，公司应当对本年度将发生的关联交易总金额进行合理预计，提交股东大会审议。

第十一条 如果在实际执行中预计关联交易金额超过本年度关联交易预计总金额的，关联交易在公司股东大会决议通过后方可实施。

第十二条 除日常性关联交易之外的其他关联交易，公司应当经过股东大会审议。

第十三条 公司与关联方进行下列交易，可以免于按照关联交易的方式进行审议：

（一）一方以现金认购另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或者其他证券品种；

（二）一方作为承销团成员承销另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或者其他证券品种；

（三）一方依据另一方股东大会决议领取股息、红利或者报酬。

（四）公司与合并报表范围内的控股子公司发生的或者上述控股子公司之间发生的关联交易。”

（六）公司报告期关联交易决策程序及独立董事意见

1、报告期内关联交易履行程序

公司严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等制度对关联交易事项进行规范与决策。对于报告期内存在的关联交易，公司已履行必要的决策程序，具体情况如下：

2022年7月27日，公司召开第一届董事会第二十次会议，审议通过了《关于审核确认公司最近三年一期关联交易的议案》，该议案已经公司2022年8月12日召开的2022年第一次临时股东大会审议通过。

2022年11月30日，公司召开第一届董事会第二十四次会议，审议通过了《关于审核确认公司2022年1至9月关联交易的议案》，该议案已经公司2022年12月16日召开的2022年第四次临时股东大会审议通过。

根据发行人章程的规定，股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。报告期内华鸿有限及发行人已发生关联交易情况如下：

序号	时间	会议	审议议案	回避情况	表决结果	独立董事意见	监事会意见	是否符合公司章程
1	2020.6.9	第一届董事会第五次会议	《关于审核确认公司 2018 年、2019 年关联交易及预计 2020 年关联交易的议案》	关联董事龚品忠、龚新明回避表决	通过	-	审议通过	是
2	2020.6.30	2019 年年度股东大会		因全体股东均与本议案存在关联关系，全体股东均不回避表决	通过			
3	2021.6.9	第一届董事会第十三次会议	《关于审核确认公司 2020 年关联交易及预计 2021 年关联交易的议案》	关联董事龚品忠、龚新明回避表决	通过	-	审议通过	是
4	2021.6.30	2020 年年度股东大会		关联股东华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙回避表决	通过			
5	2022.6.9	第一届董事会第十九次会议	《关于审核确认公司 2021 年关联交易及预计 2022 年关联交易的议案》	关联董事龚品忠、龚新明回避表决	通过	同意	审议通过	是
6	2022.6.30	2021 年年度股东大会		关联股东华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙回避表决	通过			
7	2022.7.27	第一届董事会第二十次会议	《关于审核确认公司最近三年一期关联交易的议案》	关联董事龚品忠、龚新明、马金才回避表决	通过	同意	关联监事周露、秦玉梅回避表决，有表决权的监事人数不足监事会人数的半数，本议案直接提交股东大会审议表决	是
8	2022.8.12	2022 年第一次临时股东大会		关联股东华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙回避表决	通过			
9	2022.11.30	第一届董事会第二十四次会议	《关于审核确认公司 2022 年 1-9 月关联交易的议案》	关联董事龚品忠、龚新明回避表决	通过	同意	审议通过	是
10	2022.12.16	2022 年第四次临时股东大会		关联股东华鸿控股、易富投资、王爱香、王荷仙回避表决	通过			

2、独立董事意见

2022 年 7 月 22 日及 2022 年 11 月 30 日，公司独立董事出具了关于公司报告期内关联交易的独立意见，认为公司在报告期内所产生的关联交易遵循市场经济规则，关联交易价格公允，没有损害公司、公司全体股东特别是中小股东利益及公司债权人利益。

综上，发行人公司章程已对关联交易决策程序进行了规定，已发生关联交易的决策过程均符合公司章程的规定，关联股东或董事在审议相关交易时已履行回避程序，监事会及其成员均按照公司章程规定审议相关交易并发表意见。

自 2021 年 11 月发行人建立独立董事制度以来，独立董事均按照公司章程规定对相关交易发表独立董事意见，独立董事与监事会成员均未发表不同意见。

（七）公司规范和减少关联交易的措施

为保证关联交易价格的公允性和审批程序的合法性，避免公司关联方利用其地位从事损害公司或公司其他股东利益的情形，保护中小股东的利益，公司主要采取了如下减少和规范关联交易的措施：

1、严格按照《公司法》和《公司章程》的要求，建立了独立完整的生产经营系统，人员、财务、资产与股东严格分开，具备独立的生产经营能力；

2、公司根据相关法律、法规及规范性文件制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等一系列制度，对关联交易的审批和表决程序、定价、回避制度等方面的内容进行了详细规定，保证关联交易按照公开、公平、公正的原则进行，进一步规范关联交易；

3、聘任独立董事人数均达到同期董事会人数的三分之一，并通过《公司章程》等相关制度规定加强独立董事在关联交易决策中的监督作用；

4、公司将尽量避免或减少关联交易的发生，对于无法避免的关联交易，将严格按照上述原则履行必要程序，确保关联交易公允。

（八）关于规范和减少关联交易的承诺

为进一步避免、减少和规范关联交易，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东出具了《关于规范及减少关联交易的承诺函》。具体参见本招股说明书“第十二节 附件”之“五、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”。

（九）报告期内关联方变化情况

公司报告期内曾经的关联方情况参见本节“七、关联方与关联关系”之“（十）报告期内曾经的关联方”。报告期内，公司与上述关联方发生的关联交易情况参见本节“八、关联交易”之“（一）重大关联交易”及“（二）一般关联交易”。

第九节 投资者保护

一、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

2022年8月12日，公司召开2022年第一次临时股东大会，决议通过公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润由本次发行完成后的新老股东依其届时所持股份比例共同享有。

二、发行人本次发行前后的股利分配政策差异情况

本次发行前，公司根据《证券法》《公司章程》等规定，制定了利润分配政策。根据《中国证券监督管理委员会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等规定，结合及公司实际情况，公司制定了《华鸿画家居股份有限公司上市后三年内分红回报规划》。相较于公司目前的股利分配政策，公司进一步完善了本次发行后的股利分配政策，对利润分配的形式和优先条件、公司现金分配的条件、利润分配期间间隔、股票股利分配的条件、利润分配的决策程序和机制等事项进行了明确规定。

三、发行人有关现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制

2022年8月12日，公司2022年第一次临时股东大会通过了《关于制定上市后适用的〈华鸿画家居股份有限公司章程（草案）〉的议案》以及《关于制定〈华鸿画家居股份有限公司上市后三年内分红回报规划〉的议案》。

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。公司子公司未单独设置股利分配政策，参照《公司法》第一百六十六条的要求进行股利分配。公司股利分配政策、决策程序及监督机制如下：

（一）利润分配的原则

1、公司的利润分配应当重视对投资者的合理投资回报，公司的利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。公司董事会、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和

公众投资者的意见；

2、公司董事会未作出现金利润分配预案的，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；

3、出现股东违规占用公司资金情况的，公司分红时应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金；

4、公司可根据实际盈利情况进行中期现金分红；

5、在满足现金分红条件时，公司原则上每年度进行一次现金分红，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%，且在连续三个年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司将根据自身实际情况，并结合股东特别是公众投资者、独立董事的意见制定或调整股东回报计划，独立董事应当对此发表独立意见。

（二）利润分配的形式和优先条件

公司可以采取现金、股票或二者相结合的方式支付股利，并优先采取现金的方式分配利润；公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。公司采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（三）现金分配的条件

1、公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

2、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；

3、最近一期审计基准日货币资金余额不低于拟用于现金分红的金额。

（四）利润分配期间间隔

在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次利润分配，公司董事会可以根据公司的盈

利状况及资金需求状况提议公司进行中期利润分配。

（五）股票股利分配的条件

在满足现金股利分配的条件下，若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以在提出现金股利分配预案之外，提出并实施股票股利分配预案。

（六）差异化分红政策

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：

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，可以按照前项规定处理。

前述所指“重大资金支出”是指以下情形之一：

公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备等交易涉及的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产值的 50%且大于 3,000 万元的情形；

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

公司因特殊情况而不进行现金分红时，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项在股东大会中说明原因，独立董事应当对此发表独立意见，监事会应当审核并对此发表意见。

（七）利润分配的决策程序和机制

公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况、股东回报规划提出、拟订，经董事会审议通过后提交股东大会批准，独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见并公开披露。

监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行审议，并经过半数监事通过。若公司年度内盈利但未提出利润分配的预案，监事会应就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

注册会计师对公司财务报告出具解释性说明、保留意见、无法表示意见或否定意见的审计报告的，公司董事会应当将导致会计师出具上述意见的有关事项及对公司财务状况和经营状况的影响向股东大会做出说明。如果该事项对当期利润有直接影响，公司董事会应当根据就低原则确定利润分配预案或者公积金转增股本预案。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，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（包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持 1/2 以上的表决权通过。

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，应以股东权益保护为出发点，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规、规范性文件及本章程的规定；有关调整利润分配政策的议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

公司当年盈利但未作出利润分配预案的，公司需对此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事对利润分配预案发表独立意见并公开披露；董事会审议通过后提交股东大会通过现场及网络投票的方式审议批准。

四、重要子公司分红政策

发行人分红资金主要来源于全资子公司画之都，画之都分红政策如下：

当公司当年盈利且累计未分配利润为正时，在满足公司正常提取法定公积金、正常生产经营及必要资金支出安排的情况下，公司股东将在法律法规及公司章程允许的职权范围内，通过行使股东权利促使公司以现金方式分配股利，具体的利润分配由公司股东决定。

原则上公司每年度至少进行一次利润分配。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金利润分配。

第十节 其他重要事项

一、重大合同情况

截至报告期末，对公司及子公司报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行、正在履行和将要履行的重要合同情况如下：

（一）采购合同

报告期内，公司与主要供应商签订采购框架合同，公司根据生产需求向供应商发送采购订单，约定采购数量、规格、价格、交货时间等，该模式下存在采购订单频繁、单笔订单金额较小等特点。公司重大采购合同的认定标准为：

（1）报告期内，公司与在同一会计年度内累计发生的交易金额在 800 万元以上的交易主体所签署的采购框架合同；（2）单项交易金额在 500 万元以上的采购合同。

截至报告期末，公司及子公司已履行或正在履行的重大采购合同情况如下：

序号	交易对方	合同性质	合同标的	合同金额	合同期限/ 合同签署日	履行情况
1	江苏汇洋木业股份有限公司	框架合同	密度板	以订单为准	2020/01/01- 2022/12/31	正在履行
2	海硕国际货运（上海）有限公司宁波分公司	框架合同	货运服务	以实际发生为准	2021/07/01- 2022/12/31	正在履行
3	浙江宇大塑胶有限公司	框架合同	以订单为准	以订单为准	2020/01/01- 2023/01/01	正在履行
4	沙河市科正镜业玻璃科技有限公司	框架合同	镜子、玻璃	以订单为准	2021/01/01- 2023/01/01	正在履行
5	东阳市旺红装饰材料有限公司	框架合同	玻璃、镜子	以订单为准	2020/12/01- 2023/12/01	正在履行
6	江苏浙创纺织科技有限公司	框架合同	画布	以订单为准	2022/01/01- 2023/12/31	正在履行
7	沙河市嘉炎镜业科技有限公司	框架合同	镜子、玻璃	以订单为准	2019/10/18- 2023/12/31	正在履行
8	无锡致胜画材有限公司	框架合同	布	以订单为准	2022/01/03- 2024/12/31	正在履行
9	宁波康驰国际物流有限公司	框架合同	货运服务	以实际发生为准	2021/10/01- 2024/10/01	正在履行

序号	交易对方	合同性质	合同标的	合同金额	合同期限/ 合同签署日	履行情况
10	江苏汇洋木业股份有限公司	框架合同	密度板	以订单为准	2019/01/01-2019/12/31	履行完毕
11	浙江锦厦建筑实业有限公司	工程建设	工程建设服务	4,040.15万元	2020/03/06	履行完毕
12	东阳市旺红装饰材料有限公司	框架合同	玻璃、镜子	以订单为准	2017/12/01-2020/11/30	履行完毕
13	浙江锦厦建筑实业有限公司	工程建设	工程建设服务	4,278.00万元	2021/02/26	履行完毕
14	义乌市坤冠画框有限公司	框架合同	以订单为准	以订单为准	2017/12/01-2021/12/31	履行完毕
15	无锡致胜画材有限公司	框架合同	布	以订单为准	2018/01/01-2021/12/31	履行完毕
16	江苏浙创纺织科技有限公司	框架合同	画布	以订单为准	2019/05/08-2021/12/31	履行完毕
17	宁波顺圆物流有限公司	框架合同	货运服务	以实际发生为准	2021/07/20-2022/07/21	履行完毕

（二）销售合同

由于行业特性，公司销售采取逐笔订单的方式，单笔金额较小且数量较多，仅与部分客户签订框架合同，但日常开展业务往来时仍以订单的方式进行。

公司重大销售合同的认定标准为：（1）报告期内，公司与在同一会计年度内累计发生的交易金额在 1,000 万元以上的交易主体所签署的销售框架合同；

（2）单项交易金额在 500 万元以上的销售合同。

截至报告期末，公司及子公司已履行或正在履行的重大销售合同情况如下：

序号	客户名称	合同性质	合同标的	合同金额	合同期限/ 订单签署日期	履行情况
1	Sodimac S.A.	框架合同	根据订单确定	根据订单确定	非固定期限	正在履行
2	At Home Procurement Inc.	框架合同	根据订单确定	根据订单确定	非固定期限	正在履行
3	Coppel Corporation	框架合同	根据订单确定	根据订单确定	非固定期限	正在履行
4	Rusta AB	框架合同	根据订单确定	根据订单确定	2022/8/25-2024/8/24	正在履行
5	Maisons Du Monde	框架合同	根据订单确定	根据订单确定	2022/1/1-2024/12/31	正在履行

序号	客户名称	合同性质	合同标的	合同金额	合同期限/ 订单签署日期	履行情况
6	Hobby Lobby Stores Inc.	订单	装饰画、相框	95.80 万美元	2020/8/7	履行完毕
7	Hobby Lobby Stores Inc.	订单	相框	80.00 万美元	2020/8/7	履行完毕
8	Hobby Lobby Stores Inc.	订单	相框	96.39 万美元	2020/12/31	履行完毕
9	Maisons Du Monde	框架合同	根据订单确定	根据订单确定	2020/12/31- 2021/12/31	履行完毕
10	Hobby Lobby Stores Inc.	订单	装饰画、相框	332.51 万美元	2022/3/14	履行完毕
11	Rusta AB	框架合同	根据订单确定	根据订单确定	2019/7/24- 2022/7/23	履行完毕

（三）抵押合同

截至报告期末，公司及子公司已履行或正在履行的抵押金额 500 万元以上的抵押合同如下：

序号	合同形式	抵押人	抵押权人	合同编号	最高抵押额	抵押物	履行期限	履行情况
1	最高额抵押合同	画之都	浙江稠州商业银行股份有限公司	22018156162 0002700255	10,200	浙（2018）义乌市不动产权第 0008676 号	2018/03/01- 2023/03/01	正在履行
2	最高额抵押合同	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	22021156032 0002000192	12,500	浙（2021）义乌市不动产权第 0016666 号	2021/04/29- 2024/04/15	正在履行
3	最高额抵押合同	天画家居	中国工商银行股份有限公司	2021 年押字第 0265 号	4,508	浙（2019）义乌市不动产权第 0063266 号	2021/04/19- 2031/04/18	正在履行
4	最高额抵押合同	画之都	浙江稠州商业银行股份有限公司	22018156162 0002600255	6,600	浙（2018）义乌市不动产权第 0008677 号	2018/03/01- 2020/04/22	履行完毕
5	最高额抵押合同	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	22018156162 0011300255	34,500	浙（2018）义乌市不动产权第 0031350 号	2018/06/20- 2020/01/07	履行完毕
6	最高额抵押合同	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	22020156722 0000200743	34,500	浙（2020）义乌市不动产权第 0000610 号	2020/01/08- 2021/04/28	履行完毕

序号	合同形式	抵押人	抵押权人	合同编号	最高抵押额	抵押物	履行期限	履行情况
7	最高额抵押合同	天画家居	浙江义乌农村商业银行股份有限公司	9081320200002603	2,600	浙（2019）义乌市不动产权第 0063266 号	2020/04/23-2021/04/18	履行完毕

注：编号为“浙（2021）义乌市不动产权第 0016666 号”不动产权证书已换发新证，新的不动产权证书编号变更为“浙（2022）义乌市不动产权第 0044206 号”。

（四）银行借款合同

截至报告期末，公司及子公司已履行或正在履行的借款金额 500 万元以上的借款合同如下：

单位：万元

序号	借款人	贷款人	借款金额	合同编号	借款期间	履行情况
1	画之都	浙江稠州银行股份有限公司	2,000	20181561601002700255	2018/03/01-2019/03/01	履行完毕
2	画之都	浙江稠州银行股份有限公司	1,750	20181561601112700255	2018/03/08-2019/03/05	履行完毕
3	画之都	浙江稠州银行股份有限公司	3,000	20181561601222700255	2018/03/09-2019/03/08	履行完毕
4	华鸿有限	浙江稠州银行股份有限公司	2,700	20181567201333300255	2018/12/13-2019/12/12	履行完毕
5	华鸿有限	浙江稠州银行股份有限公司	2,700	20181567201444400255	2018/12/17-2019/12/16	履行完毕
6	画之都	浙江稠州银行股份有限公司	2,500	20191567201002100255	2019/03/08-2020/03/06	履行完毕
7	华鸿有限	浙江稠州银行股份有限公司	2,000	20191567201012200743	2019/09/19-2020/08/12	履行完毕
8	华鸿股份	浙江稠州银行股份有限公司	5,000	20201560301000800192	2020/04/08-2021/04/07	履行完毕
9	天画家居	浙江义乌农村商业银行股份有限公司	1,000	9081120200012486	2020/04/29-2021/04/21	履行完毕
10	华鸿股份	浙江稠州银行股份有限公司	5,000	20201560301001100192	2020/05/14-2021/05/05	履行完毕
11	华鸿股份	浙江稠州银行股份有限公司	5,000	20201560301004606283	2020/09/10-2021/05/05	履行完毕
12	天画家居	中国工商银行股份有限公司义乌分行	1,000	2021 年（义乌）字 01116 号	2021/04/20-2022/04/13	履行完毕

（五）承兑汇票合同

截至报告期末，公司已履行或正在履行的金额 500 万元以上的承兑汇票合同如下：

单位：万元

序号	协议名称	承兑申请人	承兑银行	合同编号	承兑金额	承兑期限	担保方式	履行情况
1	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20221566002009301283	531.44	2022/04/26-2022/10/26	保证金、抵押	正在履行
2	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20221566002012601283	571.06	2022/06/24-2022/12/24	保证金、抵押	正在履行
3	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20181561602013300255	1,269.23	2018/07/26-2019/01/26	保证金、抵押	履行完毕
4	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20181561602014900255	1,072.22	2018/08/28-2019/02/28	保证金、抵押	履行完毕
5	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20181567202018500255	976.48	2018/10/24-2019/04/24	保证金、抵押	履行完毕
6	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20181567202020100255	952.86	2018/11/27-2019/05/26	保证金、抵押	履行完毕
7	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20181567202021600255	870.09	2018/12/24-2019/06/24	保证金、抵押	履行完毕
8	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20191567202002300255	735.42	2019/03/05-2019/09/05	保证金、抵押	履行完毕
9	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20191567202003000255	635.11	2019/03/26-2019/09/26	保证金、抵押	履行完毕
10	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20191567202007100255	698.79	2019/06/26-2019/12/26	保证金、抵押	履行完毕
11	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20191567202008600743	793.84	2019/07/23-2020/01/23	保证金、抵押	履行完毕
12	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20191567202011200743	603.28	2019/08/28-2020/02/28	保证金、抵押	履行完毕
13	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20191567202012300743	586.40	2019/09/25-2020/03/25	保证金、抵押	履行完毕
14	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20191567202013300743	632.81	2019/10/22-2020/04/22	保证金、抵押	履行完毕
15	承兑协议	华鸿有限	浙江稠州商业银行股份有限公司	20191567202014800743	711.07	2019/11/27-2020/05/27	保证金、抵押	履行完毕

序号	协议名称	承兑申请人	承兑银行	合同编号	承兑金额	承兑期限	担保方式	履行情况
16	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20201567202000400743	737.54	2020/01/09-2020/07/09	保证金、抵押	履行完毕
17	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20201567202000800743	599.90	2020/02/26-2020/08/26	保证金、抵押	履行完毕
18	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20201567202001800743	778.22	2020/03/16-2020/09/16	保证金、抵押	履行完毕
19	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20201560302000106283	641.08	2020/07/22-2021/01/21	保证金、抵押	履行完毕
20	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20201560302000406283	657.92	2020/08/24-2021/02/24	保证金、抵押	履行完毕
21	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20201560302001800192	740.46	2020/09/29-2021/03/29	保证金、抵押	履行完毕
22	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20201560302002000192	1,036.26	2020/10/27-2021/04/27	保证金、抵押	履行完毕
23	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20201560302002300192	1,075.29	2020/11/26-2021/05/25	保证金、抵押	履行完毕
24	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20201560302002800192	1,320.97	2020/12/28-2021/06/28	保证金、抵押	履行完毕
25	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211560302000300192	1,058.70	2021/01/26-2021/07/26	保证金、抵押	履行完毕
26	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211560302000700192	782.91	2021/03/03-2021/09/03	保证金、抵押	履行完毕
27	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211560302000800192	626.48	2021/03/25-2021/09/25	保证金、抵押	履行完毕
28	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211560302000900192	664.78	2021/04/26-2021/10/26	保证金、抵押	履行完毕
29	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211560302001200192	880.55	2021/05/25-2021/11/25	保证金、抵押	履行完毕
30	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211566002004602608	935.60	2021/06/28-2021/12/28	保证金、抵押	履行完毕
31	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211566002005302608	571.86	2021/07/29-2022/01/28	保证金、抵押	履行完毕

序号	协议名称	承兑申请人	承兑银行	合同编号	承兑金额	承兑期限	担保方式	履行情况
32	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211566002007801283	960.13	2021/08/26-2022/02/26	保证金、抵押	履行完毕
33	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211566002009101283	982.65	2021/09/27-2022/03/27	保证金、抵押	履行完毕
34	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20211566002010401283	749.21	2021/10/25-2022/04/25	保证金、抵押	履行完毕
35	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20221566002000101283	584.10	2022/01/04-2022/07/04	保证金、抵押	履行完毕
36	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20221566002001301283	579.23	2022/01/24-2022/07/24	保证金、抵押	履行完毕
37	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	120221566002002801283	622.00	2022/02/28-2022/08/28	保证金、抵押	履行完毕
38	承兑协议	华鸿股份	浙江稠州商业银行股份有限公司	20221566002004401283	511.31	2022/03/28-2022/09/28	保证金、抵押	履行完毕

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在任何对外担保事项。

三、诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，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。上述重大影响指金额超过 100 万元的未决诉讼、仲裁事项，或虽然未达到上述标准，但其性质及造成的结果对于公司具有或将会有重大不利影响的未决诉讼、仲裁事项。

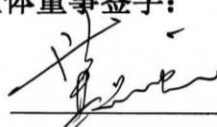
截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人、子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人可能对公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

第十一节 声明

一、发行人及其全体董事、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。

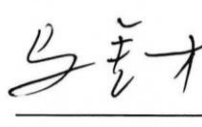
全体董事签字：



龚品忠



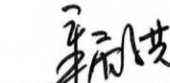
龚新明



马金才



周水富



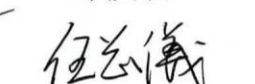
章庆洪



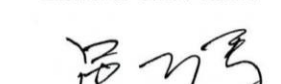
ZHOU LIN-LIN



林 忠

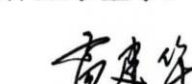


伍芷仪



吕延涛

全体监事签字：



孟建华

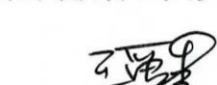


周 露



秦玉梅

其他高级管理人员签字：



王爱香



汪 胜



李代义

华鸿画家居股份有限公司

2023年2月28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：华鸿控股集团有限公司（盖章）



控股股东法定代表人：

龚品忠

实际控制人：

龚品忠

龚新明

华鸿画家居股份有限公司

2023年2月28日



三、保荐人（主承销商）声明

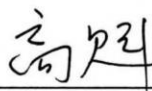
本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：



马婧瑶

保荐代表人：

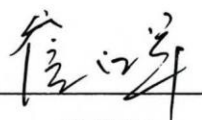


高 魁



陈盛军

法定代表人、首席执行官：



崔洪军

董事长：



金文忠

东方证券承销保荐有限公司

2023 年 2 月 28 日

四、保荐人（主承销商）董事长、首席执行官声明

本人已认真阅读华鸿画家居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。

法定代表人、首席执行官：

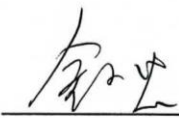

崔洪军

东方证券承销保荐有限公司

2023 年 2 月 28 日

四、保荐人（主承销商）董事长、首席执行官声明

本人已认真阅读华鸿画家居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。

董事长： 
金文忠


东方证券承销保荐有限公司
2023年2月28日

五、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。

律师事务所负责人：

张利国

经办律师：

罗 超

柴雪莹



首次公开发行股票审计业务的审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读华鸿画家居股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本声明仅供华鸿画家居股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：郭宪明

签名：郭宪明



签字注册会计师：钟晓荣

签名：钟晓荣



签字注册会计师：马文辉

签名：马文辉



会计师事务所负责人：杨志国

签名：杨志国



七、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。

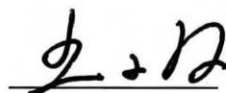
签字注册资产评估师：方明



倪志君



资产评估机构负责人：王小敏



上海东洲资产评估有限公司



2023年2月28日

承担验资业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读华鸿画家居股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本所出具的验资报告无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本声明仅供华鸿画家居股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：张建新

签名：



签字注册会计师：钟晓荣

签名：



签字注册会计师：董晓鹏
（已离职）

签名：

会计师事务所负责人：杨志国

签名： 



二〇二三年二月十八日

关于签字注册会计师离职的说明

截至本招股说明书出具日，本所出具的《信会师报字[2019]第ZF10811》号验资报告的签字注册会计师董晓鹏已经离职，故华鸿画家居股份有限公司本次上市申请文件的验资机构声明中董晓鹏未签字，特此说明。

本说明仅供华鸿画家居股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

会计师事务所负责人: 杨志国
杨志国

立信会计师事务所
(特殊普通合伙)
(公章)

二〇二三年二月二十八日

第十二节 附件

一、备查文件

- （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）内部控制鉴证报告；
- （七）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表
- （八）其他与本次发行有关的重要文件；

二、备查文件查阅地点

投资者可以在下列地点查阅有关备查文件。

（一）发行人：华鸿画家居股份有限公司

联系地址：浙江省义乌市佛堂镇大士路1号

联系人：周水富

联系电话：0579-89903799

传 真：0579-89903799

（二）保荐人（主承销商）：东方证券承销保荐有限公司

联系地址：上海市中山南路318号2号楼24层

联系人：高魁 陈盛军

联系电话：021-23153888

传 真：021-23153500

三、落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况

（一）投资者关系管理相关规定的安排

根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上市规则》《上海证券交易所上市公司信息披露事务管理制度指引》等法律法规的规定，本公司制定了《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》，并对投资者服务做出了安排。发行人董事会秘书负责信息披露事务及投资者关系工作，包括与中国证监会、证券交易所、有关证券经营机构、新闻机构等联系，通过信息披露与交流，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平。

联系人：董事会办公室

联系电话：0579-89903799

传真：0579-89903799

电子邮箱：IR@chinaframe.com

（二）股利分配决策程序

公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况、股东回报规划提出、拟订，经董事会审议通过后提交股东大会批准，独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见并公开披露。

监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行审议，并经过半数监事通过。若公司年度内盈利但未提出利润分配的预案，监事会应就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

注册会计师对公司财务报告出具解释性说明、保留意见、无法表示意见或否定意见的审计报告的，公司董事会应当将导致会计师出具上述意见的有关事项及对公司财务状况和经营状况的影响向股东大会做出说明。如果该事项对当期利润有直接影响，公司董事会应当根据就低原则确定利润分配预案或者公积金转增股本预案。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，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（包括但不限于电话、传真、邮箱、互动平台等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持 1/2 以上的表决权通过。

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，应以股东权益保护为出发点，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规、规范性文件及本章程的规定；有关调整利润分配政策的议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

公司当年盈利但未作出利润分配预案的，公司需对此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事对利润分配预案发表独立意见并公开披露；董事会审议通过后提交股东大会通过现场及网络投票的方式审议批准。

（三）股东投票机制建立情况

根据《公司章程（草案）》等相关文件的规定，公司在治理制度层面上对投资者依法享有参与公司重大决策的权利进行了有效保护。

1、累积投票制度建立情况

股东大会就选举董事或监事进行表决时，应当实行累积投票制。

2、中小投资者单独计票机制

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。

3、网络投票相关安排

公司应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

4、征集投票权相关安排

公司董事会、独立董事和持有 1%以上有表决权股份的股东等主体可以征集股东投票权。

四、与投资者保护相关的承诺

（一）本次发行前股东关于所持股份的流通限制和股东对所持股份自愿锁定的承诺

1、公司控股股东华鸿控股承诺

（1）自发行人股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本单位直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本单位直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

（2）若发行人上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于首次公开发行的发行价，本单位持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（3）本单位将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本单位将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

本承诺出具日后，若上海证券交易所、中国证监会或其派出机构作出其他监管规定，且上述承诺不能满足上海证券交易所、中国证监会或其派出机构的该等规定时，本单位承诺届时将按照该最新规定出具补充承诺。

2、公司实际控制人龚品忠、龚新明承诺

（1）自发行人股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

（2）若发行人上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交

易日）收盘价低于首次公开发行的发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（3）自锁定期满后，在本人任发行人董事/董事、总经理期间，本人每年转让的股份不超过本人直接或间接所持发行人股份总数的 25%；离职后半年内，本人不转让直接或间接所持发行人股份。本人将遵守《公司法》《证券法》及其他法律法规对董事股份转让的其他规定。本人承诺不因工作职务变更、离职等原因放弃履行上述承诺内容。

（4）自锁定期满后，在本人任发行人董事/董事、总经理期间，本人将向发行人申报本人直接或间接持有发行人的股份数量及相应变动情况；本人直接或间接持有发行人股份的持股变动申报工作将严格遵守《公司法》《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》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。

（5）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

本承诺出具日后，若上海证券交易所、中国证监会或其派出机构作出其他监管规定，且上述承诺不能满足上海证券交易所、中国证监会或其派出机构的该等规定时，本人承诺届时将按照该最新规定出具补充承诺。

3、公司股东王爱香承诺

（1）自发行人股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

（2）若发行人上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于首次公开发行的发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自

动延长至少 6 个月。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（3）自锁定期满后，在本人任发行人副总经理期间，本人每年转让的股份不超过本人直接或间接所持发行人股份总数的 25%；离职后半年内，本人不转让直接或间接所持发行人股份。本人将遵守《公司法》《证券法》及其他法律法规对董事股份转让的其他规定。本人承诺不因工作职务变更、离职等原因放弃履行上述承诺内容。

（4）自锁定期满后，在本人任发行人副总经理期间，本人将向发行人申报本人直接或间接持有发行人的股份数量及相应变动情况；本人直接或间接持有发行人股份的持股变动申报工作将严格遵守《公司法》《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》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。

（5）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若未履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

本承诺出具日后，若上海证券交易所、中国证监会或其派出机构作出其他监管规定，且上述承诺不能满足上海证券交易所、中国证监会或其派出机构的该等规定时，本人承诺届时将按照该最新规定出具补充承诺。

4、公司股东王荷仙承诺

（1）自发行人股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

（2）若发行人上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于首次公开发行的发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（3）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

本承诺出具日后，若上海证券交易所、中国证监会或其派出机构作出其他监管规定，且上述承诺不能满足上海证券交易所、中国证监会或其派出机构的该等规定时，本人承诺届时将按照该最新规定出具补充承诺。

5、公司股东易富投资承诺

（1）自发行人股票在证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本单位持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本单位持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

（2）若发行人上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于首次公开发行的发行价，本单位持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（3）本单位将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本单位将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

本承诺出具日后，若上海证券交易所、中国证监会或其派出机构作出其他监管规定，且上述承诺不能满足上海证券交易所、中国证监会或其派出机构的该等规定时，本单位承诺届时将按照该最新规定出具补充承诺。

6、公司股东台州谱润、Taurus、尹锋承诺

（1）自发行人股票在证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本单位/本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也

不由发行人回购本单位/本人持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

（2）本单位/本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本单位/本人将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

本承诺出具日后，若上海证券交易所、中国证监会或其派出机构作出其他监管规定，且上述承诺不能满足上海证券交易所、中国证监会或其派出机构的该等规定时，本单位/本人承诺届时将按照该最新规定出具补充承诺。

7、公司间接持股股东 ZHOU LIN-LIN（周林林）承诺

（1）自发行人股票在证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份。

（2）若发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于首次公开发行的发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（3）自锁定期满后，在本人任发行人董事期间，本人每年转让的股份不超过本人直接或间接所持发行人股份总数的 25%；离职后半年内，本人不转让直接或间接所持发行人股份。本人将遵守《公司法》对董事股份转让的其他规定。本人承诺不因工作职务变更、离职等原因放弃履行上述承诺内容。

（4）自锁定期满后，在本人任发行人董事期间，本人将向发行人申报本人直接或间接持有发行人的股份数量及相应变动情况；本人直接或间接持有发行人股份的持股变动申报工作将严格遵守《公司法》《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》《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。

（5）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担发行人、发行人其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持发行人股票的收益将归发行人所有。

本承诺出具日后，若上海证券交易所、中国证监会或其派出机构作出其他监管规定，且上述承诺不能满足上海证券交易所、中国证监会或其派出机构的该等规定时，本人承诺届时将按照该最新规定出具补充承诺。

（二）股票上市后持股意向及减持意向的承诺

1、公司控股股东华鸿控股承诺

（1）本单位所持发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发价，减持发行人股份数量将不超过所持发行人总股份数量的 100%。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（2）本单位减持发行人股份将遵守相关法律法规及上海证券交易所规则要求，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（3）本单位若通过集中竞价交易方式减持直接或间接持有的发行人股份，将在首次减持前十五个交易日预先披露减持计划公告，并履行事中、事后披露义务；通过其他方式减持直接或间接持有的发行人股份的，应提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及上海证券交易所相关规定办理。

（4）若发行人或本单位因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的期间内；或者本单位因违反证券交易所规则，被证券交易所公开谴责未满 3 个月的期间内；或者发生中国证监会、证券交易所规定的其他情形，本单位不得减持股票。

（5）本单位承诺按照规定的减持方式、减持比例、减持价格、信息披露等

要求，保证减持发行人股份的行为符合中国证监会、上海证券交易所相关法律、法规的规定。

如果本单位未履行上述承诺减持发行人股票，将该部分出售股票所取得的收益（如有）上缴发行人所有，并依法承担相应法律后果，依法赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

2、公司实际控制人龚品忠、龚新明，一致行动人王爱香、王荷仙承诺

（1）本人所持发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发价，减持发行人股份数量将不超过所持发行人总股份数量的 100%。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（2）本人减持发行人股份将遵守相关法律法规及上海证券交易所规则要求，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（3）本人若通过集中竞价交易方式减持直接或间接持有的发行人股份，将在首次减持前十五个交易日预先披露减持计划公告，并履行事中、事后披露义务；通过其他方式减持直接或间接持有的发行人股份的，应提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及上海证券交易所相关规定办理。

（4）若发行人或本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的期间内；或者本人因违反证券交易所规则，被证券交易所公开谴责未满 3 个月的期间内；或者发生中国证监会、证券交易所规定的其他情形，本人不得减持股票。

（5）本人承诺按照规定的减持方式、减持比例、减持价格、信息披露等要求，保证减持发行人股份的行为符合中国证监会、上海证券交易所相关法律、法规的规定。

如果本人未履行上述承诺减持发行人股票，将该部分出售股票所取得的收益（如有）上缴发行人所有，并依法承担相应法律后果，依法赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

3、公司股东易富投资承诺

（1）本单位所持发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发价，减持发行人股份数量将不超过所持发行人总股份数量的 100%。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（2）本单位减持发行人股份将遵守相关法律法规及上海证券交易所规则要求，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（3）本单位若通过集中竞价交易方式减持直接或间接持有的发行人股份，将在首次减持前十五个交易日预先披露减持计划公告，并履行事中、事后披露义务；通过其他方式减持直接或间接持有的发行人股份的，应提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及上海证券交易所相关规定办理。

（4）若发行人或本单位因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的期间内；或者本单位因违反证券交易所规则，被证券交易所公开谴责未满 3 个月的期间内；或者发生中国证监会、证券交易所规定的其他情形，本单位不得减持股票。

（5）本单位承诺按照规定的减持方式、减持比例、减持价格、信息披露等要求，保证减持发行人股份的行为符合中国证监会、上海证券交易所相关法律、法规的规定。

如果本单位未履行上述承诺减持发行人股票，将该部分出售股票所取得的收益（如有）上缴发行人所有，并依法承担相应法律后果，依法赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

4、公司股东 Taurus、台州谱润、尹锋承诺

（1）本单位/本人所持发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人最近一个会计年度经审计的每股净资产，减持发行人股份数量将不超过所持发行人总股份数量的 100%。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（2）本单位/本人减持发行人股份将遵守相关法律法规及上海证券交易所规则要求，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（3）本单位/本人若通过集中竞价交易方式减持直接或间接持有的发行人股份，将在首次减持前十五个交易日预先披露减持计划公告，并履行事中、事后披露义务；通过其他方式减持直接或间接持有的发行人股份的，应提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及上海证券交易所相关规定办理。

（4）若发行人或本单位/本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的期间内；或者本单位/本人因违反证券交易所规则，被证券交易所公开谴责未满 3 个月的期间内；或者发生中国证监会、证券交易所规定的其他情形，本单位/本人不得减持股票。

（5）本单位/本人承诺按照规定的减持方式、减持比例、减持价格、信息披露等要求，保证减持发行人股份的行为符合中国证监会、上海证券交易所相关法律、法规的规定。

如果本单位/本人未履行上述承诺减持发行人股票，将该部分出售股票所取得的收益（如有）上缴发行人所有，并依法承担相应法律后果，依法赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

5、公司间接持股股东 ZHOU LIN-LIN（周林林）承诺

（1）本人所持发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发

行人首次公开发行股票的发行价，减持发行人股份数量将不超过所持发行人总股份数量的 100%。

上述价格均因发行人派息、送红股、资本公积金转增股本等除权除息事项而作相应调整。

（2）本人减持发行人股份将遵守相关法律法规及上海证券交易所规则要求，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

（3）本人若通过集中竞价交易方式减持直接或间接持有的发行人股份，将在首次减持前十五个交易日预先披露减持计划公告，并履行事中、事后披露义务；通过其他方式减持直接或间接持有的发行人股份的，应提前三个交易日通知发行人并予以公告，并按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及上海证券交易所相关规定办理。

（4）若发行人或本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满 6 个月的期间内；或者本人因违反证券交易所规则，被证券交易所公开谴责未满 3 个月的期间内；或者发生中国证监会、证券交易所规定的其他情形，本单位不得减持股票。

（5）本人承诺按照规定的减持方式、减持比例、减持价格、信息披露等要求，保证减持发行人股份的行为符合中国证监会、上海证券交易所相关法律、法规的规定。

如果本单位未履行上述承诺减持发行人股票，将该部分出售股票所取得的收益（如有）上缴发行人所有，并依法承担相应法律后果，依法赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

（三）稳定公司股价的措施和承诺

为充分保护公众投资者的利益，公司于 2022 年 8 月 12 日召开的 2022 年第一次临时股东大会审议通过了《关于制定〈华鸿画家居股份有限公司股票上市后三年内稳定股价的预案〉的议案》，如果公司首次公开发行股票并上市后三年内公司股价（指收盘价）出现低于每股净资产（指公司上一年度经审计的每股净

资产，若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整，下同）的情况时，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，启动股价稳定措施。

发行人、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员关于稳定股价的措施作出以下承诺：

1、启动股价稳定措施的具体条件

（1）启动条件

公司首次公开发行股票并上市后三年内，当公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于每股净资产时，应当在 30 个交易日内开始实施相关稳定股价的具体方案。

（2）停止条件

在上述第 1 项稳定股价具体方案的实施期间内或实施前，如公司股票连续 5 个交易日收盘价高于每股净资产，将停止实施股价稳定措施。

上述第 1 项稳定股价具体方案实施完毕或停止实施后，如再次发生上述第 1 项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

2、稳定股价的具体措施

（1）公司回购股份

①公司为稳定股价之目的回购股份，应符合中国证监会、证券交易所及其他证券监管机关的相关法律、法规和规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

②公司在稳定股价措施的启动条件触发之日起 10 个交易日内召开董事会，制定明确具体的回购方案，并提交公司股东大会审议，回购方案经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过后生效。

③公司回购股份的方式为集中竞价交易方式或证券监督管理部门认可的其他方式。回购价格不高于每股净资产值（以最近一期审计报告为依据），单次用于回购的资金金额不超过上一个会计年度经审计的归属于公司股东净利润的 10%，单一年度用于稳定股价的回购资金合计不超过上一个会计年度经审计的

归属于公司股东净利润的 30%。

（2）控股股东、实际控制人增持公司股份

①若公司董事会未在触发公司股份回购义务之日起 20 个交易日内制订并公告公司股份回购方案，或者股份回购方案被公司股东大会否决，或者公司公告实施回购的具体方案后 30 日内不履行或者不能履行回购义务，或者公司回购股份达到方案上限后，公司股票的收盘价仍无法稳定在每股净资产之上且持续 20 个交易日以上，则触发公司控股股东、实际控制人增持股份的义务。

②在不影响公司上市条件的前提下，公司控股股东、实际控制人应在触发增持义务起 5 个交易日内提出增持方案并通知公司，公司应按照规定披露增持计划。

③公司控股股东、实际控制人增持股份的方式为集中竞价交易方式或证券监督管理部门认可的其他方式。增持价格不高于每股净资产值（以最近一期审计报告为依据），单次用于增持的资金金额不超过自发行人上市后其累计从公司所获得的税后现金分红金额的 10%，单一会计年度用于稳定股价的增持资金合计不超过自发行人上市后其累计从公司所获的税后现金分红金额的 30%。

（3）在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份

①若公司控股股东、实际控制人未在触发增持股份义务之日起 20 个交易日内提出增持公司股份的计划，或者未在公司公告其增持计划后 30 日内开始实施增持，或者公司控股股东、实际控制人增持股份达到方案上限后，公司股票的收盘价仍无法稳定在每股净资产之上且持续 20 个交易日以上，则触发在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份的义务。

②在不影响公司上市条件的前提下，在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员应在触发增持义务之日起 5 个交易日内提出增持方案并通知公司，公司应按照规定披露增持计划。

③在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员增持股份的方式为集中竞价交易方式或证券监督管理部门认可的其他方式。增持价格不高于每股净资产值（以最近一期审计报告为依据），单次用于增持的资金金额不超

过其在担任董事或高级管理人员职务期间上一个会计年度从公司领取的税后薪酬及税后现金分红总额的 10%，单一年度用于稳定股价的增持资金合计不超过其在担任董事或高级管理人员职务期间上一个会计年度从公司领取的税后薪酬的 30%。

④公司董事（不包括独立董事）及高级管理人员应根据稳定股价预案和相关措施的规定签署相关承诺。公司上市后三年内拟新聘任董事（不包括独立董事）和高级管理人员时，公司将要求该新聘任的董事（不包括独立董事）和高级管理人员根据稳定股价预案和相关措施的规定签署相关承诺。

3、相关约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、实际控制人、在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）和高级管理人员未采取上述股价稳定的具体措施，承诺接受以下约束措施：

（1）公司违反承诺的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如果公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在公司股东大会及指定披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任。

（2）控股股东、实际控制人违反承诺的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，公司控股股东、实际控制人如果未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及指定披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；公司有权将应付控股股东、实际控制人的现金分红予以扣留，直至控股股东、实际控制人履行其增持义务；公司可将应付控股股东、实际控制人现金分红予以扣减用于公司回购股份，控股股东、实际控制人丧失对相应金额现金分红的追索权；控股股东、实际控制人持有的公司股份将不得转让直至其按照承诺采取稳定股价措施并实施完毕时为止，因继承、被强制执行、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

（3）在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员违反承诺的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员如果未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及指定披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；公司有权将应付董事（独立董事除外）、高级管理人员的薪酬及现金分红（如有）予以扣留，直至董事（独立董事除外）、高级管理人员履行其增持义务；公司可将应付董事（独立董事除外）、高级管理人员的薪酬及现金分红（如有）予以扣减用于公司回购股份，董事（独立董事除外）、高级管理人员丧失对相应金额现金分红（如有）的追索权；在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员持有的公司股份（如有）将不得转让直至其按照承诺采取稳定股价措施并实施完毕时为止，因继承、被强制执行、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

（四）关于招股说明书真实性、准确性、完整性及股份回购和股份买回的措施和承诺

1、公司承诺

（1）本公司承诺本次发行并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

（2）如招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在买卖本公司股票的证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者的损失。

具体措施为：本公司将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解或设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失，赔偿范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

（3）若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书存在虚假记载、误导性

陈述或者重大遗漏，且该情形对判断本公司是否符合法律、法规、规范性文件规定的首次公开发行股票并上市的发行条件构成重大、实质影响的，则本公司承诺将按如下方式依法回购本公司首次公开发行的全部新股，具体措施为：

①在法律允许的情形下，若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成发行但未上市交易之阶段内，自中国证监会或其他有权机关认定本公司存在上述情形之日起 30 个工作日内，本公司将按照发行价并加算银行同期存款利息向网上中签投资者及网下配售投资者回购本公司首次公开发行的全部新股；

②在法律允许的情形下，若上述情形发生于本公司首次公开发行的新股已完成上市交易之后，自中国证监会或其他有权机关认定本公司存在上述情形之日起 5 个工作日内制订股份回购方案并提交股东大会审议批准，通过上海证券交易所交易系统回购本公司首次公开发行的全部新股，回购价格将以发行价为基础并参考相关市场因素确定。本公司上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价格做相应调整。

若违反本承诺，不及时进行回购或赔偿投资者损失的，本公司将在股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向股东和社会投资者道歉；股东及社会公众投资者有权通过法律途径要求本公司履行承诺；同时因不履行承诺造成股东及社会公众投资者损失的，本公司将依法进行赔偿。

2、公司控股股东华鸿控股、股东易富投资承诺

（1）招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本单位对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

（2）若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本单位承诺将极力促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股，并购回已转让的原限售股份。

（3）若招股说明书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本单位将依法赔偿投资者损失。本单位

将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解或设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失，赔偿范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

如未履行上述承诺，本单位将在发行人股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行的具体原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在前述认定发生之日起停止领取薪酬及现金分红（如有），同时直接或间接持有的发行人的股份不得转让，直至依据上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

3、公司实际控制人龚品忠、龚新明承诺，一致行动人王爱香、王荷仙承诺

（1）招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且本人对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

（2）若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本人承诺将极力促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股，并购回已转让的原限售股份。

（3）若招股说明书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依法赔偿投资者损失。本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解或设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失，赔偿范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

如未履行上述承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行的具体原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在前述认定发生之日起停止领取薪酬及现金分红（如有），同时直接或间接持有的发

行人的股份不得转让，直至依据上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

4、公司其他董事、监事、高级管理人员承诺

（1）招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏之情形，且对招股说明书所载内容之真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

（2）若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，将促使发行人依法回购其首次公开发行的全部新股。

（3）若招股说明书所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则将依法赔偿投资者损失。本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解或设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失，赔偿范围包括股票投资损失及佣金和印花税等损失。

如未履行上述承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明其未履行的具体原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在前述认定发生之日起停止领取薪酬及现金分红（如有），同时直接或间接持有的发行人股份（如有）将不得转让，直至依据上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

（五）欺诈发行情形的股份购回承诺

1、公司承诺

（1）本公司承诺并保证本公司本次公开发行股票并在上海证券交易所主板上市，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，以欺诈手段骗取发行批文并已经发行

上市的，本公司将在中国证券监督管理委员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。

2、公司控股股东华鸿控股、股东易富投资承诺

（1）本单位承诺并保证发行人本次公开发行股票并在上海证券交易所主板上市，不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如发行人不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行批文并已经发行上市的，本单位将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股。

3、公司实际控制人龚品忠、龚新明，一致行动人王爱香、王荷仙承诺

（1）本人承诺并保证发行人本次公开发行股票并在上海证券交易所主板上市，不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如发行人不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行批文并已经发行上市的，本人将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股。

（六）相关中介机构的承诺

保荐机构承诺：因保荐机构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。

发行人律师承诺：本所为本项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件有虚假记载、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。

发行人会计师、验资机构承诺：因我们为华鸿画家居股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、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。

发行人评估师承诺：本机构为发行人首次公开发行股票所制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对该等文件的真实性、准确

性和完整性承担相应的法律责任。

（七）填补被摊薄即期回报的措施和相关主体承诺

1、发行人关于填补被摊薄即期回报的措施

（1）全面提升公司管理水平，提高资金使用效率

提高公司运营效率，加强预算管理，控制公司的各项费用支出，提升资金使用效率，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。此外，公司将完善薪酬和激励机制，引进市场优秀人才，并最大限度地激发员工积极性，挖掘公司员工的创造力和潜在动力。通过以上措施，公司将全面提升运营效率，降低成本，提升公司的经营业绩。

（2）加强对募投项目监管，保证募集资金合理合法使用

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司制定了《募集资金管理办法》等相关制度。董事会针对本次发行募集资金的使用和管理，通过了设立专项账户的相关决议，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中，专户专储，专款专用。公司将根据相关法规和《募集资金管理办法》的要求，严格管理募集资金使用，并积极配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

（3）加快募投项目投资进度，争取早日实现项目预期效益

本次发行募集资金投资项目的实施符合本公司的发展战略，能有效提升公司的生产能力和盈利能力，有利于公司持续发展、快速发展。本次募集资金到位前，公司拟通过多种渠道积极筹资资金，加快募投项目投资进度，争取尽早实现项目预期收益，增强未来几年的股东回报，降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

（4）进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制

公司已经按照相关法律法规的规定修订了《公司章程（草案）》（上市后适用），建立了健全有效的股东回报机制。本次发行完成后，公司将按照法律法规的规定和《公司章程（草案）》（上市后适用）的约定，在符合利润分配

条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，有效维护和增加对股东的回报。

2、公司控股股东华鸿控股、股东易富投资承诺

（1）本单位承诺不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益；

（2）作为填补回报措施相关责任主体之一，本单位若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本单位自愿接受证监会和上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则对本单位作出的相关处罚或采取相关管理措施。

3、公司实际控制人龚品忠、龚新明，一致行动人王爱香、王荷仙承诺

（1）承诺不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益；

（2）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发行人利益；

（3）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（4）承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（5）承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）若发行人后续推出发行人股权激励政策，承诺拟公布的发行人股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

4、公司董事、高级管理人员承诺

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

（2）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）承诺不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若发行人后续推出发行人股权激励政策，承诺拟公布的发行人股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

（八）发行人关于利润分配政策的承诺

本公司在本次发行上市后，将严格按照本次发行上市后适用的公司章程，以及本次发行上市招股说明书、本公司上市后前三年股东分红回报规划中披露的利润分配政策执行，充分维护股东利益。

如本公司未能履行、确已无法履行或未能按期履行上述承诺的，本公司将执行如下未能履行承诺的约束措施：

1. 本公司应及时充分披露承诺未能执行、无法执行或无法按期执行利润分配政策的具体原因；

2. 本公司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. 本公司应将上述补充承诺或替代承诺提交股东大会审议；

4. 本公司因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿；

5. 本公司将依照中国证监会、上海证券交易所的规定承担相应责任。

上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应责任。

（九）相关主体关于履行承诺的约束措施及依法承担赔偿责任的承诺

1、公司承诺

（1）公司保证将严格履行在公司首次公开发行股票并上市过程中公司作出的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在公司股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明未履行的具体原因及未履行承诺时的补救及改正情况，并向公司股东和社会公众投资者道歉；

②对公司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等措施（如该等人员在公司领薪）；

③不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的离职申请，但可以进行职务变更；

④因未履行公开承诺事项给投资者造成损失的，公司将依法向投资者承担赔偿责任。

（2）如公司因不可抗力原因导致公开承诺事项未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，公司承诺严格遵守下列约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在公司股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明承诺事项未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向公司的投资者提出补充承诺或替代承诺（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）；

③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，尽可能在最大限度范围内保护公司投资者利益。

2、公司控股股东华鸿控股、股东易富投资承诺

（1）本单位保证将严格履行在发行人首次公开发行股票并上市过程中本单位作出的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明未履行的具体原因及未履行承诺时的补救及改正情况，并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；

②不得转让直接或间接持有的发行人股份，但因司法裁判或为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

③自未履行承诺事实发生之日起 10 个交易日内，本单位将停止在发行人领取股东分红（如有）；

④因未履行公开承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在收到发行人上缴收益通知之日起 30 日内将前述收益支付给发行人指定账户；

⑤因未履行公开承诺事项给发行人或投资者造成损失的，本单位将依法向发行人或投资者承担赔偿责任。

（2）如本单位因不可抗力原因导致公开承诺事项未能履行、确已无法履行

或无法按期履行的，本单位承诺严格遵守下列约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明承诺事项未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、发行人公司章程的规定履行相关审批程序）；

③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，尽可能在最大限度范围内保护本单位投资者利益。

3、公司实际控制人龚品忠、龚新明，一致行动人王爱香、王荷仙承诺

（1）本人保证将严格履行在发行人首次公开发行股票并上市过程中本人作出的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明未履行的具体原因及未履行承诺时的补救及改正情况，并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；

②不得转让直接或间接持有的发行人股份，但因司法裁判或为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

③自未履行承诺事实发生之日起 10 个交易日内，本人将停止在发行人领取股东分红（如有）、薪酬（如有）、津贴（如有）；

④因未履行公开承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在收到发行人上缴收益通知之日起 30 日内将前述收益支付给发行人指定账户；

⑤因未履行公开承诺事项给发行人或投资者造成损失的，本人将依法向发行人或投资者承担赔偿责任。

（2）如本人因不可抗力原因导致公开承诺事项未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人承诺严格遵守下列约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明承诺事项未能

履行、无法履行或无法按期履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、发行人公司章程的规定履行相关审批程序）；

③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，尽可能在最大限度范围内保护本人投资者利益。

4、公司董事、监事、高级管理人员承诺

（1）本人保证将严格履行在发行人首次公开发行股票并上市过程中本人作出的承诺事项，并承诺严格遵守下列约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明未履行的具体原因及未履行承诺时的补救及改正情况，并向发行人其他股东和社会公众投资者道歉；

②不得转让直接或间接持有的发行人股份（如有），但因司法裁判或为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

③自未履行承诺事实发生之日起 10 个交易日内，本人将停止在发行人领取股东分红（如有）、薪酬（如有）、津贴（如有）；

④因未履行公开承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在收到发行人上缴收益通知之日起 30 日内将前述收益支付给发行人指定账户；

⑤因未履行公开承诺事项给发行人或投资者造成损失的，本人将依法向发行人或投资者承担赔偿责任。

（2）如本人因不可抗力原因导致公开承诺事项未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人承诺严格遵守下列约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明承诺事项未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、发行人公司章程的规定履行相关审批程序）；

③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，尽可能在最大限度范围内保护投资者利益。

5、公司股东 Taurus、台州谱润、尹锋承诺

（1）如果本单位/本人未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本单位/本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果本单位/本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有。如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本单位/本人将依法向投资者赔偿相关损失。同时，在承担前述赔偿责任期间，本单位/本人不得转让直接或间接持有的发行人股份。

（3）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单位/本人无法控制的客观原因导致本单位/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本单位/本人将采取以下措施：

①及时、充分披露本单位/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向发行人的投资者提出补充承诺或替代承诺（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），以尽可能保护投资者的权益。

（十）控股股东、实际控制人作出的避免新增同业竞争的承诺

为有效防止及避免同业竞争，发行人控股股东华鸿控股、股东易富投资、实际控制人龚品忠、龚新明及其一致行动人王爱香、王荷仙已出具了关于避免同业竞争的承诺：

1、截至本承诺函出具日，本单位/本人承诺未以任何形式在中国境内外投资（含设立、并购等，下同）与发行人及其子公司有相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体，未以任何形式在中国境内外自营或为他人经营与发行人及其子公司相同或类似的业务。

2、自本承诺函出具日起，本单位/本人承诺不以任何形式在中国境内外投资与发行人及其子公司有相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体，不以任何形式在中国境内外自营或为他人经营与发行人及其子公司相同或类似的业

务，以避免对发行人及其子公司的业务构成直接或间接的竞争。

3、本单位/本人不向其他业务与发行人及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业信息。

4、本单位/本人或本单位/本人控制的企业如拟出售与发行人及其子公司生产、经营相关的任何其他资产、业务或权益，发行人及其子公司均有优先购买的权利。本单位/本人不会利用股东地位或其他关系进行可能损害发行人及其他股东合法权益的经营活动。

5、如发行人及其子公司进一步拓展其产品和业务范围，本单位/本人以及本单位/本人控制的企业将不与发行人及其子公司拓展后的产品或业务相竞争。若出现可能与发行人及其子公司拓展后的产品或业务产生竞争的情形，本单位/本人以及本单位/本人控制的企业按包括但不限于以下方式退出与发行人及其子公司的竞争：①停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；②停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；③将相竞争的资产或业务以合法方式置入发行人及其子公司；④将相竞争的资产或业务转让给无关联的第三方；⑤采取其他对维护发行人及其子公司权益有利的行动以消除同业竞争。

6、如本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业、本单位/本人关系密切的家庭成员及其控制的其他企业有任何违反上述承诺的情形发生，本单位/本人将赔偿因此给发行人及其子公司造成的一切直接或间接损失。

7、上述各项承诺于本单位/本人作为发行人控股股东及/或实际控制人期间及自本单位/本人不再为发行人控股股东及/或实际控制人之日起十二个月内持续有效且不可变更或撤销。

本承诺函旨在保障发行人全体股东之权益而作出；本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如违反上述任何一项承诺，本单位/本人愿意承担由此给发行人及其子公司造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出，本单位/本人违反上述承诺所取得的收益归发行人及其子公司所有。

五、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

（一）关于股东信息披露的专项承诺

根据中国证监会《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的规定，公司作出如下专项承诺：

- 1、不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形。
- 2、不存在本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有发行人股份的情形。
- 3、不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形。

（二）关于规范和减少关联交易的承诺

为进一步避免、减少和规范关联交易，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他股东出具了《关于规范及减少关联交易的承诺函》，具体情况如下：

1、公司控股股东华鸿控股承诺

（1）截至本承诺函签署日，除已经披露的关联交易情形外，本单位及本单位控制的其他企业（如有，下同）与发行人及其子公司、分公司不存在其他重大关联交易。

（2）本单位将善意履行作为发行人股东的义务，不会利用本单位控股股东地位，就发行人与本单位相关的任何关联交易谋取不正当利益；不会利用本单位控股股东地位，故意促使发行人作出侵犯其他股东合法权益的决定。

（3）本单位及本单位控制的其他企业承诺不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人资金，也不要求发行人为本单位及本单位控制的其他企业进行违规担保。

（4）本单位将严格遵守现行法律法规和发行人规章制度的相关规定，减少和规范本单位及本单位控制的其他企业与发行人间的关联交易。如果发行人在

今后的经营活动中必须与本单位或本单位控制的其他企业发生不可避免的关联交易，本单位将促使此等交易严格按照国家有关法律法规、发行人的公司章程等履行相关程序，严格遵守有关关联交易的信息披露规则，并保证遵循市场交易的公开、公平、公允原则及正常的商业条款进行交易，本单位及本单位控制的其他企业将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件，保证不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益。

（5）在审议发行人与本单位或本单位控制的其他企业进行的关联交易时，严格履行相关法律程序，切实遵守法律法规和发行人规章制度对关联交易回避制度的相关规定。

（6）本单位确认，本承诺函旨在保障发行人全体股东之权益而作出；本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。本单位将忠实履行上述承诺，如违反上述任何一项承诺，本单位愿意承担由此给发行人及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

2、公司实际控制人龚品忠、龚新明承诺

（1）截至本承诺函签署日，除已经披露的关联交易情形外，本人及本人控制的其他企业（如有，下同）与发行人及其子公司、分公司不存在其他重大关联交易。

（2）本人不会利用本人实际控制人地位或董事/高级管理人员职务，就发行人与本人相关的任何关联交易谋取不正当利益；不会利用本人实际控制人地位或董事/高级管理人员职务，故意促使发行人作出侵犯其他股东合法权益的决定。

（3）本人及本人控制的其他企业承诺不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人资金，也不要求发行人为本人及本人控制的其他企业进行违规担保。

（4）本人将严格遵守现行法律法规和发行人规章制度的相关规定，减少和规范本人及本人控制的其他企业与发行人间的关联交易。如果发行人在今后的经营活动中必须与本人或本人控制的其他企业发生不可避免的关联交易，本人

将促使此等交易严格按照国家有关法律法规、发行人的公司章程等履行相关程序，严格遵守有关关联交易的信息披露规则，并保证遵循市场交易的公开、公平、公允原则及正常的商业条款进行交易，本人及本人控制的其他企业将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件，保证不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益。

（5）在审议发行人与本人或本人控制的其他企业进行的关联交易时，严格履行相关法律程序，切实遵守法律法规和发行人规章制度对关联交易回避制度的相关规定。

（6）本人确认，本承诺函旨在保障发行人全体股东之权益而作出；本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。本人将忠实履行上述承诺，如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给发行人及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

3、公司股东王爱香、王荷仙承诺

（1）截至本承诺函签署日，除已经披露的关联交易情形外，本人及本人控制的其他企业（如有，下同）与发行人及其子公司、分公司不存在其他重大关联交易。

（2）本人不会利用本人股东地位或高级管理人员职务，就发行人与本人相关的任何关联交易谋取不正当利益；不会利用本人股东地位或高级管理人员职务，故意促使发行人作出侵犯其他股东合法权益的决定。

（3）本人及本人控制的其他企业承诺不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人资金，也不要求发行人为本人及本人控制的其他企业进行违规担保。

（4）本人将严格遵守现行法律法规和发行人规章制度的相关规定，减少和规范本人及本人控制的其他企业与发行人间的关联交易。如果发行人在今后的经营活动中必须与本人或本人控制的其他企业发生不可避免的关联交易，本人将促使此等交易严格按照国家有关法律法规、发行人的公司章程等履行相关程序，严格遵守有关关联交易的信息披露规则，并保证遵循市场交易的公开、公

平、公允原则及正常的商业条款进行交易，本人及本人控制的其他企业将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件，保证不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益。

（5）在审议发行人与本人或本人控制的其他企业进行的关联交易时，严格履行相关法律程序，切实遵守法律法规和发行人规章制度对关联交易回避制度的相关规定。

（6）本人确认，本承诺函旨在保障发行人全体股东之权益而作出；本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。本人将忠实履行上述承诺，如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给发行人及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

4、公司其他董事、监事、高级管理人员承诺

（1）截至本承诺函签署日，除已经披露的关联交易情形外，本人及本人控制的其他企业（如有，下同）与发行人及其子公司、分公司不存在其他重大关联交易。

（2）本人将善意履行作为发行人董事/监事/高级管理人员的义务，不利用本人董事/监事/高级管理人员职务，就发行人与本人相关的任何关联交易谋取不正当利益；不利用本人董事/监事/高级管理人员职务，故意促使发行人作出侵犯其他股东合法权益的决定。

（3）本人及本人控制的其他企业承诺不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人资金，也不要求发行人为本人及本人控制的其他企业进行违规担保。

（4）本人将严格遵守现行法律法规和发行人规章制度的相关规定，减少和规范本人及本人控制的其他企业与发行人间的关联交易。如果发行人在今后的经营活动中必须与本人或本人控制的其他企业发生不可避免的关联交易，本人将促使此等交易严格按照国家有关法律法规、发行人的公司章程等履行相关程序，严格遵守有关关联交易的信息披露规则，并保证遵循市场交易的公开、公平、公允原则及正常的商业条款进行交易，本人及本人控制的其他企业将不会

要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件，保证不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益。

（5）在审议发行人与本人或本人控制的其他企业进行的关联交易时，严格履行相关法律程序，切实遵守法律法规和发行人规章制度对关联交易回避制度的相关规定（如适用）。

（6）本人确认，本承诺函旨在保障发行人全体股东之权益而作出；本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。本人将忠实履行上述承诺，如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给发行人及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

5、公司股东台州谱润、Taurus、尹锋承诺

（1）截至本承诺函签署日，除已经披露的关联交易情形外，本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业（如有，下同）与发行人及其子公司、分公司不存在其他重大关联交易。

（2）本单位/本人将善意履行作为发行人股东的义务，不会利用本单位/本人股东地位，就发行人与本单位/本人相关的任何关联交易谋取不正当利益；不会利用本单位/本人股东地位，故意促使发行人作出侵犯其他股东合法权益的决定。

（3）本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业承诺不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人资金，也不要求发行人为本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业进行违规担保。

（4）本单位/本人将严格遵守现行法律法规和发行人规章制度的相关规定，减少和规范本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业与发行人间的关联交易。如果发行人在今后的经营活动中必须与本单位/本人或本单位/本人控制的其他企业发生不可避免的关联交易，本单位/本人将促使此等交易严格按照国家有关法律法规、发行人的公司章程等履行相关程序，严格遵守有关关联交易的信息披露规则，并保证遵循市场交易的公开、公平、公允原则及正常的商业条款进行交易，本单位/本人及本单位/本人控制的其他企业将不会要求或接受发行人

给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件，保证不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益。

（5）在审议发行人与本单位/本人或本单位/本人控制的其他企业进行的关联交易时，严格履行相关法律程序，切实遵守法律法规和发行人规章制度对关联交易回避制度的相关规定。

（6）本单位/本人确认，本承诺函旨在保障发行人全体股东之权益而作出；本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。本单位/本人将忠实履行上述承诺，如违反上述任何一项承诺，本单位/本人愿意承担由此给发行人及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

六、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说明

公司已根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规和规范性文件的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，形成了权力机构、决策机构、执行机构和监督机构之间权责明确、相互制约、协调运转和科学决策的公司治理机制。

2019年12月18日，公司创立大会审议通过了《关于制定<华鸿画家居股份有限公司股东大会议事规则>的议案》《关于制定<华鸿画家居股份有限公司董事会议事规则>的议案》《关于制定<华鸿画家居股份有限公司监事会议事规则>的议案》。

2021年6月30日，公司2020年年度股东大会审议通过了《关于制定<华鸿画家居股份有限公司股东大会议事规则>的议案》《关于制定<华鸿画家居股份有限公司董事会议事规则>的议案》《关于制定<华鸿画家居股份有限公司监事会议事规则>的议案》。

2022年8月12日，公司2022年第一次临时股东大会审议通过了《关于制定公司上市后适用的相关制度的议案》，其中包括上市后适用的《华鸿画家居股份有限公司股东大会议事规则》《华鸿画家居股份有限公司董事会议事规则》《华鸿画家居股份有限公司监事会议事规则》《华鸿画家居股份有限公司

独立董事工作制度》等议事规则及相关工作制度，该等议事规则及相关工作制度将在公司本次发行上市后生效。

（一）股东大会运行情况

根据《公司法》《证券法》《公司章程》等有关规定，公司制定了《股东大会议事规则》。公司股东大会严格按照法律法规、《公司章程》和《股东大会议事规则》的相关规定行使职权。

自股份公司设立以来，公司股东大会始终按照有关法律、法规和《公司章程》的规定规范运作。截至报告期末，公司共计召开了 16 次股东大会，相关股东或股东代表出席了会议，内容涉及对《公司章程》修订、董事、监事的任免、利润分配等。股东大会的召开及决议内容符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

（二）董事会运行情况

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。董事会设董事长一人，不设副董事长。董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

公司董事会制度自建立伊始，始终按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》及有关法律法规规定规范运作。截至报告期末，公司共选举了一届董事会，第一届董事会召开了 22 次会议，内容涉及公司生产经营方案、专门委员会的设立、高管人事任命、财务会计处理等。董事会会议的召开和决议内容符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

（三）监事会运行情况

公司监事会由三名监事组成，监事会设主席一人。监事会包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中股东代表监事二名，职工代表监事一名。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

公司建立了监事会制度，公司监事享有《公司法》《公司章程》规定的权利并履行相应的义务。公司监事会根据《公司法》《公司章程》等有关规定，

并制定了《监事会议事规则》。

公司监事会制度自建立伊始，始终按照《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》及有关法律法规规定规范运作。截至报告期末，公司共选举了一届监事会，第一届监事会召开了 15 次会议，对公司董事会决策程序、公司董事、高级管理人员履行职责情况进行了有效监督。监事会会议的召开和决议内容符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

（四）独立董事履职的情况

为进一步完善公司的治理结构，切实保护中小股东及利益相关者的利益，促进公司的规范运作，根据《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》和《公司章程》等相关规定，并结合公司实际，公司制定了《独立董事工作制度》。本公司现有独立董事 3 名，其中包括 1 名会计专业人士，独立董事人数占公司董事人数不低于三分之一。

公司建立独立董事制度以来，独立董事依照有关法律、法规和《公司章程》的规定认真履行其职责，审阅公司年度报告、审计报告、董事会决议等有关文件资料，并就关联交易等事项发表了独立意见，对完善本公司治理结构和规范本公司运作发挥了积极的作用。

（五）董事会秘书制度的运行情况

根据《公司章程》及《董事会秘书工作制度》等规定，公司设董事会秘书，对董事会负责。公司设董事会秘书 1 名。董事会秘书是公司的高级管理人员，承担有关法律、行政法规及《公司章程》对公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权，并获取相应的报酬。

自受聘以来，本公司董事会秘书依照有关法律、法规和《公司章程》的规定认真履行其职责。

七、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

公司董事会设立审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，并制定了相应的专门委员会工作细则。董事会专门委员会为董事会的专门工作机构，对董事会负责，各专门委员会的提案提交董事会审议决定。截至本

招股说明书签署之日，各专门委员会与召集人情况如下：

专门委员会	委员	召集人
审计委员会	吕延涛、龚品忠、伍芷仪	吕延涛
战略委员会	龚品忠、龚新明、吕延涛	龚品忠
薪酬与考核委员会	吕延涛、龚品忠、伍芷仪	吕延涛
提名委员会	吕延涛、龚品忠、伍芷仪	吕延涛

1、审计委员会

审计委员会成员由 3 名董事组成，其中 2 名为独立董事，有 1 名独立董事为会计专业人士。本届审计委员会由吕延涛、龚品忠、伍芷仪 3 名董事组成，其中吕延涛和伍芷仪为独立董事，吕延涛为会计专业人士和召集人。

2、战略委员会

战略委员会成员由 3 名董事组成，其中 1 名为独立董事。本届战略委员会由龚品忠、龚新明、吕延涛 3 名董事组成，其中吕延涛为独立董事，龚品忠为召集人。

3、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会成员由 3 名董事组成，其中 2 名为独立董事。本届薪酬与考核委员会由吕延涛、龚品忠、伍芷仪 3 名董事组成，其中吕延涛和伍芷仪为独立董事，吕延涛为召集人。

4、提名委员会

提名委员会成员由 3 名董事组成，其中 2 名为独立董事。本届薪酬与考核委员会由吕延涛、龚品忠、伍芷仪 3 名董事组成，其中吕延涛和伍芷仪为独立董事，吕延涛为召集人。

八、募集资金具体运用情况

（一）扩产项目

1、项目概况

公司本次募集资金投资的扩产项目包括年产 1,626 万幅/年镜子类相框扩建项目（以下简称“华鸿股份扩产项目”）和年产 1,526 万幅/年装饰画扩建项目

（以下简称“画之都扩产项目”）两个子项目，分别为由华鸿股份和画之都实施项目建设期均为 1.5 年，达产后将新增 1,626 万幅镜子及相框和 1,526 万幅装饰画的生产能力。项目选址均位于浙江省义乌市佛堂镇大士路 1 号。

2、投资估算

本项目投资总额为 61,804.00 万元，其中，华鸿股份扩产项目投资总额为 31,098.00 万元，画之都扩产项目投资总额为 30,706.00 万元，具体如下：

单位：万元

序号	项目	金额	占比	华鸿股份	画之都
1	建筑工程费	36,090.00	58.39%	17,820.00	18,270.00
2	设备购置费	13,493.00	21.83%	7,353.00	6,140.00
3	软件购置费	1,700.00	2.75%	1,400.00	300.00
4	环保投入	1,865.00	3.02%	1,140.00	725.00
5	预备费	2,656.00	4.30%	1,385.00	1,271.00
6	铺底流动资金	6,000.00	9.71%	2,000.00	4,000.00
项目总投资		61,804.00	100.00%	31,098.00	30,706.00

3、主要生产工艺流程

本项目的生产工艺流程与本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况”之“（五）发行人主要产品的工艺流程图”中相关产品的生产工艺流程一致。

4、主要设备情况

本项目新增各类生产及辅助设备合计 4,389 套（台/套/个/条），设备购置费用合计 13,493.00 万元。其中，华鸿股份扩产项目新增各类生产及辅助设备 184 套（台/套/个/条），设备购置费为 7,353.00 万元；画之都扩产项目新增各类生产及辅助设备 4,205 套（台/套/个/条），设备购置费为 6,140.00 万元。

5、项目环境保护情况

本项目新增环保投入金额合计 1,865.00 万元。其中，华鸿股份扩产项目新增环保投入金额为 1,140.00 万元；画之都扩产项目新增环保投入金额为 725.00 万元。资金来源为本次募集资金。

本项目主要产生的环境影响因素是：废水、废气、噪音、固体废弃物，通

过坚持“以预防为主，防治结合，综合治理”的原则，严格按照国家与地方环境保护有关政策及达到指标，在生产过程中通过采取新材料、新工艺手段，减少排污，并且污染物在向厂区外部排放前进行有效的净化处理，严格控制排放指标。

本项目的环保措施具体情况如下：

污染物类别	主要污染物	环保措施
废气	非甲烷总烃	分别收集后引至“二级活性炭吸附”处理后 25 米排气筒高空排放
	硫酸雾	收集后引至“碱喷淋塔”处理后 25 米排气筒高空排放
	非甲烷总烃臭气浓度	经“喷淋塔（干湿分离）+光氧+活性炭吸附”处理后通过 25 米排气筒高空排放
	木工粉尘	移动式布袋除尘处理后无组织排放
	打磨粉尘	经水帘柜除尘处理后无组织排放
	焊接烟尘	经“移动式焊接烟尘处理器”处理后无组织排放
	喷塑废气	喷塑废气经设备自带的“二级滤筒除尘”处理后 25 米排气筒高空排放
	固化废气天然气燃烧废气	固化废气经密闭收集后通过“二级活性炭吸附”处理后 25 米排气筒高空排放；天然气采用低氮燃烧，后通过 25 米排气筒高空排放；二股废气汇总后通过一根排气筒排放
	拼接废气	车间内无组织排放，加强车间通风换气
噪声	-	生产设备加装减振基础；加强设备的维护保养，保证设备的正常运行
废水	生产污水、生活污水	运营期主要为生活区产生的生活污水和食堂产生的油污，生产过程中产生的废水主要为磨边废水、洗镜/玻璃废水和喷淋循环水。厂区采取雨污分流，项目产生的磨边废水经混凝沉淀处理后会用于生产，洗镜/玻璃废水经中和+混凝沉淀处理后纳入市政污水管网，生活废水经过化粪池处理后纳入市政污水管网，废水排放执行《污水综合排放标准》（GB8978-1006）的三级标准
固废	漆渣、废油漆桶、废活性炭、废油脂等危险固废	危险废物妥善收集于厂内危废暂存间，定期交由有资质的单位处理
	边角污泥、余料等普通固废	统一收集后外售或综合利用

上述募集资金投资项目已于 2022 年 8 月 25 日取得金华市生态环境局出具的《关于浙江画之都文化创意有限公司年产 1526 万幅/年装饰画扩建项目环境影响报告表审核意见的函》（金环建义[2022]69 号）和《关于华鸿画家居股份有限公司年产 1626 万幅/年镜子类相框扩建项目环境影响报告表审查意见的函》（金环建义[2022]70 号）。

6、项目用地情况

本项目选址均位于浙江省义乌市佛堂镇大士路 1 号，华鸿股份扩产项目将拆除现有 2 栋厂房并新建 2 栋现代化厂房，同时利用现有空地建设宿舍及活动中心等相应配套建筑；画之都扩产项目将拆除现有厂房并新建 2 栋现代化厂房。新建厂房所需土地使用权为公司所有。

7、项目建设进度

本项目包含的 2 个子项目同步进行实施，整体建设期为 1.5 年，自 T2 年下半年开始进入投产期，T3 年下半年项目达产。

序号	项目	项目建设期				产能爬坡期				达产期			
		T1				T2				T3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目筹备												
2	基建工程												
3	软硬件设备安装调试												
4	生产准备与人员招聘、培训												
5	项目投产							30%		70%		100%	

注：30%、70%、100%为当期产能释放比例。

8、项目预期实现效益

本项目预计完全达产后，各项指标具体如下：

序号	项目	单位	华鸿股份扩产项目	画之都扩产项目
1	营业收入	万元	64,865.26	56,551.88
2	净利润	万元	10,663.94	12,797.95
3	税后内部收益率（IRR）	%	28.90	30.55
4	税后动态投资回收期（含建设期）	年	6.05	5.98
5	投资收益率（ROI）	%	33.21	39.87

（二）研发中心建设项目

1、项目概况

华鸿股份拟在浙江省义乌市佛堂镇大士路 1 号建设本项目。研发中心建设项目通过新建研发中心实验室及办公楼，在改善公司整体办公环境的同时进一

步加大研发投入，增强公司的研发设计能力。项目建成后，公司研发设计能力将进一步增强，未来将顺应家居饰品潮流趋势变化，快速响应市场需求，研发设计并完善公司在家居饰品领域的布局。

2、投资估算

本项目拟建总建筑面积 21,000 平方米，计划总投资 8,770.00 万元，其中，项目建筑工程费 5,400.00 万元，设备购置费 681.33 万元，软件购置费 738.53 万元，预备费 340.14 万元，研发费用 1,610.00 万元，具体如下：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	建筑工程费	5,400.00	61.57%
2	设备购置费	681.33	7.77%
3	软件购置费	738.53	8.42%
4	预备费	340.14	3.88%
5	研发费用	1,610.00	18.36%
合计		8,770.00	100.00%

3、项目用地情况

本项目选址均位于浙江省义乌市佛堂镇大士路 1 号，项目实施主体为华鸿股份，新建研发中心所需土地使用权为公司所有。

4、项目建设进度

本项目的整体实施周期为 2 年。项目整体实施进度如下表所示：

序号	项目	T1				T2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	前期筹备工作								
2	基建工程								
3	设备采购及安装调试								
4	人员的招聘与培训								
5	技术平台搭建及课题研究								

5、项目预期实现效益

本项目不会产生直接经济效益。本项目是提升公司技术创新能力的关键环

节和重要内容，对公司经济效益的持续增长具有十分重要的间接影响。公司经营模式以研发设计创新为主导，本项目的实施将提高公司的设计创新能力，可以通过研发成果在产品上的应用，在提高产品技术含量、更新换代速度、竞争力和盈利能力，间接为公司创造经济效益。

（三）营销与服务网络建设项目

1、项目概况

营销与服务网络建设项目实施主体为华鸿股份。项目通过在美国、英国、德国、法国、北欧、中东、非洲、智利等地建设营销网点，在美国、英国、法国和非洲设置仓库，实现对公司海外营销网点布局的完善和升级，进一步提高公司的营销能力。

2、投资估算

本项目通过在美国（纽约、洛杉矶）、英国（利兹）、德国（杜塞尔多夫）、法国（巴黎）、北欧（斯德哥尔摩）、中东（迪拜）、非洲（尼日利亚）、智利（圣地亚哥）建设营销网点，在美国（洛杉矶）、英国（利兹）、法国（巴黎）和非洲（尼日利亚）设置仓库，实现对公司海外营销网点布局的完善和升级，进一步提高公司的营销能力。项目建设网点具体职能如下：

序号	国家/地区	城市	辐射范围	网点职能概述
1	美国	纽约	美国东海岸	服务美国东海岸客户，负责市场研究分析，业务拓展
2		洛杉矶	美国	负责市场研究分析，业务拓展，仓储，发货，客户售后服务，辅助配套职能
3	英国	利兹	英国	负责市场研究分析，业务拓展，仓储，发货，客户售后服务，辅助配套职能
4	德国	杜塞尔多夫	德国	负责市场研究分析，业务拓展
5	法国	巴黎	西欧	负责市场研究分析，业务拓展，仓储，发货，客户售后服务，辅助配套职能
6	北欧	斯德哥尔摩	欧洲	负责市场研究分析，设计服务
7	中东	迪拜	中东	负责市场研究分析，业务拓展
8	非洲	尼日利亚	非洲	负责市场研究分析，业务拓展，仓储，发货，客户售后服务，辅助配套职能
9	智利	圣地亚哥	南美	负责市场研究分析，业务拓展

本项目计划总投资 15,636.00 万元，其中：场地租赁费 7,615.70 万元，场地

装修费 1,115.00 万元，软硬件设备购置费 330.90 万元，人员费用 3,731.00 万元，营销推广费 2,100.00 万元，预备费 743.40 万元，具体如下：

单位：万元

序号	项目	金额	占比	T1 年	T2 年	T3 年
1	场地租赁费	7,615.70	48.71%	2,191.90	2,711.90	2,711.90
2	场地装修费	1,115.00	7.13%	1,100.00	15.00	-
3	软硬件设备购置费	330.90	2.12%	330.90	-	-
4	人员费用	3,731.00	23.86%	566.00	1,447.00	1,718.00
5	营销推广费	2,100.00	13.43%	700.00	700.00	700.00
6	预备费	743.40	4.75%	248.20	241.10	254.10
项目总投资		15,636.00	100.00%	5,137.00	5,115.00	5,384.00

3、项目用地情况

本项目拟租用办公面积合计 615.00 平方米，展柜 1,800.00 平方米，仓库面积 14,000.00 平方米，场地三年总租赁费用合计 7,615.70 万元。具体租赁费用明细如下表：

（1）办公及展柜场地租赁费用

序号	国家/地区	城市	网点功能	租赁年限	办公面积	展柜面积	租赁单价	租赁费用	人数	人均办公面积	场地租赁费（万元）		
					平方米	平方米	万元/（平方米 年）	万元/年			T1	T2	T3
1	美国	纽约	销售点	3	30.00	500.00	0.50	265.00	2	15	265.00	265.00	265.00
2		洛杉矶	本土销售点	3	75.00	-	0.50	37.50	5	15	37.50	37.50	37.50
3	英国	利兹	本土销售点	3	105.00	300.00	1.20	486.00	7	15	486.00	486.00	486.00
4	德国	杜塞尔多夫	销售点	3	75.00	-	0.60	45.00	5	15	45.00	45.00	45.00
5	法国	巴黎	本土销售点	3	105.00	300.00	0.60	243.00	7	15	243.00	243.00	243.00
6	北欧	斯德哥尔摩	设计师	3	45.00	-	0.60	27.00	3	15	27.00	27.00	27.00
7	中东	迪拜	销售点	3	45.00	300.00	0.40	138.00	3	15	138.00	138.00	138.00
8	非洲	尼日利亚	本土销售点	3	60.00	100.00	0.40	64.00	4	15	-	64.00	64.00
9	智利	圣地亚哥	销售点	3	75.00	300.00	1.20	450.00	5	15	-	450.00	450.00
合计				-	615.00	1,800.00	-	1,755.50	41	-	1,241.50	1,755.50	1,755.50

（2）仓库场地租赁费用

序号	国家/地区	城市	租赁年限	仓库面积	租赁单价	租赁费用	场地租赁费（万元）		
				平方米	万元/（平方米 年）	万元/年	T1	T2	T3
1	美国	洛杉矶	3	5,000.00	0.086	432.00	432.00	432.00	432.00

序号	国家/地区	城市	租赁年限	仓库面积	租赁单价	租赁费用	场地租赁费（万元）		
				平方米	万元/（平方米 年）	万元/年	T1	T2	T3
2	英国	利兹	3	3,000.00	0.086	259.20	259.20	259.20	259.20
3	法国	巴黎	3	3,000.00	0.086	259.20	259.20	259.20	259.20
4	非洲	尼日利亚	3	3,000.00	0.002	6.00		6.00	6.00
合计			-	14,000.00	-	956.40	950.40	956.40	956.40

4、项目建设进度

本项目的整体建设周期为 1.5 年。具体建设进度如下表：

序号	国家/地区	城市	T1				T2			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	美国	纽约	办公场地租赁	软硬件设备购置及人员招聘	开始运营					
2		洛杉矶	办公场地租赁及仓库租赁、装修	软硬件设备购置及人员招聘	开始运营					
3	英国	利兹	办公场地租赁及仓库租赁、装修	软硬件设备购置及人员招聘	开始运营					
4	德国	杜塞尔多夫	办公场地租赁	软硬件设备购置及人员招聘	开始运营					
5	法国	巴黎	办公场地租赁及仓库租赁、装修	软硬件设备购置及人员招聘	开始运营					
6	北欧	斯德哥尔摩	办公场地租赁	软硬件设备购置及人员招聘	开始运营					
7	中东	迪拜	办公场地租赁	软硬件设备购置及人员招聘	开始运营					
8	非洲	尼日利亚					办公场地租赁及仓库租赁、装修	软硬件设备购置及人员招聘	开始运营	
9	智利	圣地亚哥					办公场地租赁	软硬件设备购置及人员招聘	开始运营	

5、项目预期实现效益

本项目不产生直接经济效益。公司的营销与服务网络将进一步提升公司产品市场占有率，提高公司经济效益，保证公司的可持续发展，提高营销能力，有利于实施公司全球市场布局及发展战略的实现。

（四）募集资金投入时间进度

公司根据产品发展规划及市场需求预测，为本次募集资金项目编写了项目可行性研究报告，进行了系统的分析论证。根据规划，本次募集资金拟投入上述投资项目的进度如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	建设期			使用募集资金投资金额
			第一年	第二年	第三年	
1	年产 1,626 万幅/年镜子类相框扩建项目	31,098.00	23,169.50	7,928.50	-	31,098.00
2	年产 1,526 万幅/年装饰画扩建项目	30,706.00	22,787.50	7,918.50	-	30,706.00
3	研发中心建设项目	8,770.00	7,560.00	8,370.00	-	8,770.00
4	营销与服务网络建设项目	15,636.00	5,137.00	5,115.00	5,384.00	15,636.00
合计		86,210.00	58,654.00	29,332.00	5,384.00	86,210.00

九、发行人子公司、参股公司及分公司简要情况

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 6 家子公司、5 家孙公司和 1 家分公司，无参股公司。报告期内，公司孙公司林君文化的子公司雅阁文化注销。具体情况如下：

（一）控股子公司

1、浙江画之都文化创意有限公司及其分公司

（1）浙江画之都文化创意有限公司

公司名称	浙江画之都文化创意有限公司
统一社会信用代码	913307007639403402
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市稠江经济开发区戚继光路136号
法定代表人	龚新明
注册资本	4,000万元
实收资本	4,000万元
成立时间	2004年6月14日
股东构成及控制情况	华鸿股份持股100%
主营业务情况	主要从事装饰画产品的研发设计、生产和销售
在公司业务板块中的定位	发行人装饰画业务的主要生产经营主体

（2）画之都义乌分公司

公司名称	浙江画之都文化创意有限公司义乌分公司
统一社会信用代码	91330782572939128L

注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市佛堂镇大士路1号
负责人	王荷仙
成立日期	2011年3月8日

画之都最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	40,405.00	38,355.13
净资产	33,641.96	30,341.13
营业收入	30,880.33	51,575.34
净利润	9,300.83	14,896.80

注：以上数据经立信会计师事务所审计。

2、浙江天画家居用品有限公司

公司名称	浙江天画家居用品有限公司
统一社会信用代码	91330782MA2E5C951D
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市佛堂镇义南工业园区大士路1号
法定代表人	王爱香
注册资本	4,000.00万元
实收资本	4,000.00万元
成立日期	2018年11月19日
股东构成及控制情况	华鸿股份持有100%股权
主营业务情况	主要从事装饰画、镜子、相框类家居饰品的销售
在公司业务板块中的定位	发行人主要面向内销市场的经营主体

天画家居最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	5,168.59	4,326.22
净资产	2,867.01	1,814.07
营业收入	3,871.86	5,083.32
净利润	-947.05	-899.05

注：以上数据经立信会计师事务所审计。

3、杭州图库科技有限公司

公司名称	杭州图库科技有限公司
统一社会信用代码	91330102MA2J2XTB3D
注册地/主要生产经营地	浙江省杭州市西湖区转塘街道创意路313号22幢201室
法定代表人	王爱香
注册资本	500.00万元
实收资本	500.00万元
成立日期	2020年11月19日
股东构成及控制情况	华鸿股份持有100%股权
主营业务情况	无实际经营业务
在公司业务板块中的定位	拟作为发行人版权业务的经营主体

图库科技最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	501.46	108.41
净资产	500.06	108.41
营业收入	-	-
净利润	1.65	-1.57

注：以上数据经立信会计师审计。

4、杭州与龙共舞股权投资有限公司

公司名称	杭州与龙共舞股权投资有限公司
统一社会信用代码	91330102MA2KCC2420
注册地/主要生产经营地	浙江省杭州市上城区延安路89号2区12号
法定代表人	龚新明
注册资本	2,000.00万元
实收资本	2,000.00万元
成立日期	2020年12月7日
股东构成及控制情况	华鸿股份持有100%股权
主营业务情况	股权投资
在公司业务板块中的定位	发行人管理子公司的持股平台，持有林君文化和印尼画家居的股权

与龙共舞最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	1,994.19	1,494.02
净资产	1,994.19	1,493.85
营业收入	-	-
净利润	0.34	-6.13

注：以上数据经立信会计师审计。

5、华鸿画家居印尼股份有限公司

公司名称	华鸿画家居印尼股份有限公司
英文名称	PT Huahong Art Home Shares Indonesia
注册地/主要生产经营地	印度尼西亚中爪哇省三宝壟市格努克镇穆克蒂哈乔洛村/乡卡利加韦公路4公里处
境外投资证书号	境外投资证第N3300202200250号
投资总额	312.50万美元
成立日期	2022年3月9日
董事	严自忠
股东构成及控制情况	华鸿股份持有印尼画家居90.00%股权，与龙共舞持有印尼画家居10.00%股权
主营业务情况	目前主要从事木材线条的生产加工，截至报告期末尚未开展实际经营
在公司业务板块中的定位	发行人镜子、相框类产品的境外生产基地

2022年2月23日，公司就投资设立印尼画家居的相关事项取得了义乌市发展和改革委员会下发的境外投资项目备案通知书（义发改境外备字【2022】第3号）。2022年4月22日，浙江省商务厅核发《企业境外投资证书》（境外投资证第N3300202200250号），批准公司投资设立印尼画家居。

印尼画家居最近一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月
总资产	1,899.93
净资产	932.26
营业收入	-
净利润	-98.64

注：以上数据经立信会计师审计。

6、画家居香港有限公司

公司名称	画家居香港有限公司
英文名称	Art Home Décor HK Limited
注册地/主要生产经营地	香港九龙红磡马头围道39号红磡商业中心A座12楼1213室
境外投资证书号	境外投资证第N3300202200212号
投资总额	50.00万美元
成立日期	2022年1月13日
董事	龚新明
股东构成及控制情况	华鸿股份持有香港画家居100%股权
主营业务情况	无实际经营业务
在公司业务板块中的定位	拟作为境外投资主体

2022年1月4日，公司就投资设立香港画家居的相关事项取得了义乌市发展和改革委员会下发的境外投资项目备案通知书（义发改境外备字【2022】第1号）。2022年4月11日，浙江省商务厅就公司投资设立香港画家居相关事项核发了《企业境外投资证书》（境外投资证第N3300202200212号）。

香港画家居最近一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月
总资产	-
净资产	-
营业收入	-
净利润	-

注：以上数据经立信会计师审计。

（二）孙公司

1、选一有限责任公司

公司名称	选一有限责任公司
英文名称	Selection One LLC
注册地/主要生产经营地	美国加利福尼亚州阿纳海姆市西特伦南街510号
境外投资证书号	境外投资证第N3300201500071号
投资总额	200.00万美元
成立日期	2014年12月15日

经理	龚新明
股东构成及控制情况	画之都持有美国选一100%股权
主营业务情况	主要从事装饰画、镜子和相框类家居饰品的销售
在公司业务板块中的定位	发行人主要面向美国市场的销售主体

2015年2月15日，画之都就投资设立美国选一事项取得浙江省商务厅颁发的证书编号为境外投资证第 N3300201500071 号的《企业境外投资证书》，于2022年8月4日在义乌市发展和改革委员会办理了境外投资项目备案，取得了《义乌市发展和改革委员会关于境外投资项目备案通知书》（义发改境外备字[2022]第6号）。

画之都投资设立美国选一投资前，未根据《境外投资项目核准和备案管理办法》的规定办理发改部门境外投资项目备案。根据义乌市发展和改革委员会于2022年8月23日出具的《证明》：“本单位知悉该公司于2015年投资境外子公司 Selection One LLC（选一有限责任公司），并于2022年8月4日在本单位对上述投资事项办理了备案，备案号为‘义发改境外备字[2022]第6号’。该公司投资 Selection One LLC（选一有限责任公司）的境外投资项目备案所需发改手续已齐备，该公司自设立至本证明出具日不存在重大违法违规行为，不存在导致或可能导致本单位对该公司进行行政处罚、停止 Selection One LLC 的经营或追究相关责任人的法律和行政责任等情形。”

根据义乌市发展和改革委员会出具的证明，画之都投资设立美国选一前未办理发改部门境外投资项目备案，上述行为已于2022年8月4日通过在义乌市发展和改革委员会办理境外投资项目备案手续得到了规范，上述行为不构成重大违法违规行为，画之都不存在因上述事项被责令停止美国选一项目实施的风险。

美国选一最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	3,944.72	6,522.99
净资产	2,126.24	1,653.46
营业收入	11,552.24	15,341.86
净利润	255.72	-108.44

注：以上数据经立信会计师事务所审计。

2、金华市林君文化创意有限公司

公司名称	金华市林君文化创意有限公司
统一社会信用代码	91330782MA28EG366Y
注册地/主要生产经营地	浙江省金华市兰溪经济开发区江南高新园区高新大道189号
法定代表人	张林君
注册资本	1,080.00万元
实收资本	1,080.00万元
成立日期	2016年11月1日
股东构成及控制情况	公司全资子公司龙共舞持有林君文化60.00%股权、张杨青持有林君文化20.20%股权、张林君持有林君文化9.80%股权、杨云持有林君文化5.00%股权、姚海军持有林君文化5.00%股权
主营业务情况	主要从事装饰画产品的设计研发、生产和销售
在公司业务板块中的定位	发行人装饰画业务的经营主体之一

林君文化最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月	2021年12月31日/2021年度
总资产	2,213.18	2,446.73
净资产	1,647.87	1,524.23
营业收入	2,562.16	4,066.10
净利润	123.64	281.37

注：以上数据经立信会计师审计。

3、义乌市桑妮家居用品有限责任公司

公司名称	义乌市桑妮家居用品有限责任公司
统一社会信用代码	91330782MA7J4WTA2B
注册地/主要生产经营地	浙江省义乌市佛堂镇义南工业园区大士路1号2楼
法定代表人	王爱香
注册资本	10.00万元
实收资本	10.00万元
成立日期	2022年2月23日
股东构成及控制情况	天画家居持有桑妮家居100.00%股权
主营业务情况	主要从事装饰画、工艺美术品的电商销售
在公司业务板块中的定位	发行人装饰画、工艺美术品的电商销售主体之一

桑妮家居最近一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月
总资产	41.97
净资产	-40.00
营业收入	378.15
净利润	-50.00

注：以上数据经立信会计师审计。

4、义乌市香香儿家居用品有限公司

公司名称	义乌市香香儿家居用品有限公司
统一社会信用代码	91330782MABWY4U038
注册地/主要生产经营地	浙江省金华市义乌市佛堂镇大士路1号1楼（自主申报）
法定代表人	王爱香
注册资本	10.00万元
实收资本	10.00万元
成立日期	2022年8月4日
股东构成及控制情况	天画家居持有香香儿家居100.00%股权
主营业务情况	无实际经营业务
在公司业务板块中的定位	拟开展装饰画、工艺美术品的电商销售业务

香香儿家居最近一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年9月30日/2022年1-9月
总资产	10.00
净资产	10.00
营业收入	-
净利润	0.001

注：以上数据经立信会计师审计。

5、印尼艺海工艺品股份有限公司

公司名称	印尼艺海工艺品股份有限公司
英文名称	PT Yihai Art and Crafts Indonesia
注册地/主要生产经营地	印度尼西亚中爪哇省三宝壟市加亚姆萨里区卡利加维村/社区西方工业一路
已发行股本	1,100,000万卢比
成立日期	2023年1月10日

董事	严自忠
股东构成及控制情况	印尼画家居持有印尼艺海90.00%股权，美国选一持有印尼艺海10.00%股权
主营业务情况	无实际经营业务
在公司业务板块中的定位	拟开展木材线条生产、加工

印尼艺海为发行人持有 100%权益的子公司，目前尚未开展实际经营。

（1）公司设立印尼艺海无需履行发改部门核准或备案手续

根据国家发展和改革委员会发布的《企业境外投资管理办法》《境外投资核准备案百问百答》《境外投资核准备案常见问题解答》，投资主体控制的境外企业开展非敏感类境外投资项目，投资主体不直接投入资产、权益或提供融资、担保，中方投资额 3 亿美元以下的项目，无需办理有关手续。印尼艺海未来拟开展木材线条生产、加工业务，不属于敏感类境外投资项目，公司未直接投入资产、权益或提供融资、担保，印尼艺海总投资额未达到 3 亿美元，因此，公司通过控制的境外企业设立印尼艺海无需履行发改部门核准或备案手续。

（2）公司设立印尼艺海应当向商务主管部门报告

根据《境外投资管理办法》规定，企业投资的境外企业开展境外再投资，在完成境外法律手续后，企业应当向商务主管部门报告。截至本招股说明书签署之日，公司已向商务主管部门提交《境外中资企业再投资报告表》。

（3）公司设立印尼艺海无需履行外汇备案手续

根据《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》，自 2015 年 6 月 1 日起，取消境外再投资外汇备案，境内投资主体设立或控制的境外企业在境外再投资设立或控制新的境外企业无需办理外汇备案手续。因此，公司设立印尼艺海无需履行外汇备案手续。

附录一、发行人及其子公司已经授权的专利

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人及其子公司已经授权的专利如下：

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日	取得方式	权利期限	他项权利
1.	型材（三重半圆型材 R21001）	发行人	外观设计	ZL202130785586.8	2021.11.29	原始取得	自申请之日起 10 年	无
2.	型材（双边点状型材 R15003）	发行人	外观设计	ZL202130786133.7	2021.11.29	原始取得	自申请之日起 10 年	无
3.	型材（叶形 R25002）	发行人	外观设计	ZL202130777145.3	2021.11.25	原始取得	自申请之日起 10 年	无
4.	型材（锥形 R25003）	发行人	外观设计	ZL202130777395.7	2021.11.25	原始取得	自申请之日起 10 年	无
5.	型材（铝合金线条造型-b）	发行人	外观设计	ZL202130778034.4	2021.11.25	原始取得	自申请之日起 10 年	无
6.	型材（华鸿 HL1815）	发行人	外观设计	ZL202130778046.7	2021.11.25	原始取得	自申请之日起 10 年	无
7.	型材（铝合金线条造型-a）	发行人	外观设计	ZL202130778353.5	2021.11.25	原始取得	自申请之日起 10 年	无
8.	装饰花（春语 N32001）	发行人	外观设计	ZL202130758016.X	2021.11.18	原始取得	自申请之日起 10 年	无
9.	艺术镜	发行人	外观设计	ZL202130758807.2	2021.11.18	原始取得	自申请之日起 10 年	无
10.	一种用藤编纸制作的框条及具有其的相框	发行人	实用新型	ZL202122803553.9	2021.11.16	原始取得	自申请之日起 10 年	无
11.	一种具有降噪功能的相框	发行人	实用新型	ZL202122805231.8	2021.11.16	原始取得	自申请之日起 10 年	无
12.	一种相框背板支架及具有其的相框	发行人	实用新型	ZL202122805242.6	2021.11.16	原始取得	自申请之日起 10 年	无
13.	一种铝合金与多材料复合的装饰线条	发行人	实用新型	ZL202121489701.8	2021.7.1	继受取得	自申请之日起 10 年	无
14.	一种肌理纸框条	发行人	发明	ZL202110711626.3	2021.6.25	原始取得	自申请之日起 20 年	无
15.	一种插入式相纸挂件	发行人	实用新型	ZL202121436775.5	2021.6.25	原始取得	自申请之日起 10 年	无
16.	置物镜（可拆卸式）	发行人	外观设计	ZL202130393013.0	2021.6.24	原始取得	自申请之日起 10 年	无
17.	一种多功能装饰镜	发行人	实用新型	ZL202023041896.8	2020.12.15	原始取得	自申请之日起 10 年	无
18.	镜子挂片（筒安装）	发行人	外观设计	ZL202030736516.9	2020.12.2	原始取得	自申请之日起 10 年	无
19.	装饰线条	发行人	外观设计	ZL202030031331.8	2020.1.16	原始取得	自申请之日起 10 年	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日	取得方式	权利期限	他项权利
20.	一种带绒布的框条	发行人	实用新型	ZL202020077820.1	2020.1.14	原始取得	自申请之日起 10 年	无
21.	一种悬挂更衣镜的挂钩	发行人	实用新型	ZL201921547037.0	2019.9.17	原始取得	自申请之日起 10 年	无
22.	一种防松动型画框	发行人	实用新型	ZL201720998979.5	2017.8.10	继受取得	自申请之日起 10 年	无
23.	一种压紧式画框结构	发行人	实用新型	ZL201720998997.3	2017.8.10	继受取得	自申请之日起 10 年	无
24.	一种画框	发行人	实用新型	ZL201720999783.8	2017.8.10	继受取得	自申请之日起 10 年	无
25.	一种高度可调镜子的镜框	发行人	实用新型	ZL201720985340.3	2017.8.8	继受取得	自申请之日起 10 年	无
26.	一种全适配相框	发行人	实用新型	ZL201720985361.5	2017.8.8	继受取得	自申请之日起 10 年	无
27.	一种不损坏墙体的相框	发行人	实用新型	ZL201720985362.X	2017.8.8	继受取得	自申请之日起 10 年	无
28.	全适配相框	发行人	实用新型	ZL201720985372.3	2017.8.8	继受取得	自申请之日起 10 年	无
29.	导光板装饰画	发行人	实用新型	ZL201720657555.2	2017.6.7	继受取得	自申请之日起 10 年	无
30.	一种贴箔胶及其在玻璃贴箔中的应用	发行人	发明	ZL201710214906.7	2017.4.1	继受取得	自申请之日起 20 年	无
31.	一种亮光蚀刻磨砂玻璃及其制备方法	发行人	发明	ZL201710214909.0	2017.4.1	继受取得	自申请之日起 20 年	无
32.	一种耐水型紫外线固化玻璃铂金工艺	发行人	发明	ZL201710171319.4	2017.3.21	继受取得	自申请之日起 20 年	无
33.	一种玻璃制品高光耐磨丝网印刷工艺	发行人	发明	ZL201710171381.3	2017.3.21	继受取得	自申请之日起 20 年	无
34.	一种装饰线条结构	发行人	实用新型	ZL201620866728.7	2016.8.11	继受取得	自申请之日起 10 年	无
35.	夜光装饰画	发行人	实用新型	ZL201620090701.3	2016.1.29	继受取得	自申请之日起 10 年	无
36.	装饰条及使用该装饰条的画框	发行人	实用新型	ZL201620091434.1	2016.1.29	继受取得	自申请之日起 10 年	无
37.	肌理贴箔画	发行人	实用新型	ZL201520512818.1	2015.7.16	继受取得	自申请之日起 10 年	无
38.	拉线画	发行人	实用新型	ZL201520513209.8	2015.7.16	继受取得	自申请之日起 10 年	无
39.	UV 镀膜工艺画	发行人	实用新型	ZL201520513328.3	2015.7.16	继受取得	自申请之日起 10 年	无
40.	装饰框及组合体	发行人	实用新型	ZL201420466117.4	2014.8.19	继受取得	自申请之日起 10 年	无
41.	一种 PC/PMMA 合金及其制备方	发行人	发明	ZL201410282542.2	2014.6.23	继受取得	自申请之日起 20 年	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日	取得方式	权利期限	他项权利
	法							
42.	带照明的装饰框	发行人	实用新型	ZL201320732090.4	2013.11.20	继受取得	自申请之日起 10 年	无
43.	沸石阻燃发泡剂	发行人	发明	ZL201310198167.9	2013.5.27	继受取得	自申请之日起 20 年	无
44.	聚乙烯/POE 包覆椰壳粉颗粒粒子共混发泡材料及其制备方法	发行人	发明	ZL201210551017.7	2012.12.18	继受取得	自申请之日起 20 年	无
45.	一种可拆卸装饰画	画之都	实用新型	ZL202220560303.9	2022.3.15	原始取得	自申请之日起 10 年	无
46.	一种新型 3d 立体装饰画	画之都	实用新型	ZL202220563067.6	2022.3.15	原始取得	自申请之日起 10 年	无
47.	一种布艺拼接装饰工艺画	画之都	实用新型	ZL202220583749.3	2022.3.15	原始取得	自申请之日起 10 年	无
48.	一种 3D 烫金工艺画	画之都	实用新型	ZL202220149082.6	2022.1.20	原始取得	自申请之日起 10 年	无
49.	一种无版烫金工艺画	画之都	实用新型	ZL202220149292.5	2022.1.20	原始取得	自申请之日起 10 年	无
50.	一种艺术纺织工艺画	画之都	实用新型	ZL202220194928.8	2022.1.20	原始取得	自申请之日起 10 年	无
51.	一种艺术线条相框	画之都	实用新型	ZL202122869445.1	2021.11.22	原始取得	自申请之日起 10 年	无
52.	一种具有人体感应的小夜灯	画之都	实用新型	ZL202122298058.7	2021.9.23	原始取得	自申请之日起 10 年	无
53.	一种便于运输的组装框架	画之都	实用新型	ZL202122213085.X	2021.9.13	原始取得	自申请之日起 10 年	无
54.	一种智能感应雾化镜子	画之都	实用新型	ZL202122132590.1	2021.9.3	原始取得	自申请之日起 10 年	无
55.	一种抗菌抗紫外线感温变色蜡彩画颜料及其制备方法	画之都	发明	ZL202011151921.X	2020.10.23	原始取得	自申请之日起 20 年	无
56.	一种防紫外线聚合物包覆纳米氧化铝颜料的制备方法	画之都	发明	ZL202010671887.2	2020.7.13	原始取得	自申请之日起 20 年	无
57.	一种耐腐蚀抗紫外线老化的包覆改性铝颜料的制备方法	画之都	发明	ZL201810888076.0	2018.8.6	原始取得	自申请之日起 20 年	无
58.	一种利用钛白废酸制备氧化铁红颜料的方法	画之都	发明	ZL201710510658.0	2017.6.28	继受取得	自申请之日起 20 年	无
59.	一种基于混沌理论的自适应艺术图案生成方法	画之都、浙江理工大学	发明	ZL201611176378.2	2016.12.19	原始取得	自申请之日起 20 年	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日	取得方式	权利期限	他项权利
60.	镜片框角修饰框	画之都	实用新型	ZL201620165684.5	2016.3.4	原始取得	自申请之日起 10 年	无
61.	模板沙石画及制作方法	画之都	发明	ZL201610106504.0	2016.2.26	原始取得	自申请之日起 20 年	无
62.	亚克力投光装饰画	画之都	发明	ZL201610106505.5	2016.2.26	原始取得	自申请之日起 20 年	无
63.	钢化玻璃装饰画及制作工艺	画之都	发明	ZL201310581531.X	2013.11.20	原始取得	自申请之日起 20 年	无
64.	木纹画制作工艺	画之都	发明	ZL201310581707.1	2013.11.20	原始取得	自申请之日起 20 年	无
65.	限位切割刀	画之都	实用新型	ZL201320427736.8	2013.7.18	原始取得	自申请之日起 10 年	无
66.	画板	画之都	实用新型	ZL201320427835.6	2013.7.18	原始取得	自申请之日起 10 年	无
67.	行走定位装订机	画之都	实用新型	ZL201320427837.5	2013.7.18	原始取得	自申请之日起 10 年	无
68.	3D 画及其制作工艺	画之都	发明	ZL201310001571.2	2013.1.4	原始取得	自申请之日起 20 年	无
69.	二维双面动感画及制作工艺	画之都	发明	ZL201210558959.8	2012.12.21	原始取得	自申请之日起 20 年	无
70.	发泡烫金工艺画的制作工艺	画之都	发明	ZL201210081077.7	2012.3.26	原始取得	自申请之日起 20 年	无
71.	刮刻画纸及制作方法和作画工艺	画之都	发明	ZL201110372393.5	2011.11.21	原始取得	自申请之日起 20 年	无
72.	一种立体画板	画之都	发明	ZL200810121639.X	2008.10.13	继受取得	自申请之日起 20 年	无
73.	仿石雕字画的制作工艺及其制品	画之都	发明	ZL200610049169.1	2006.1.19	继受取得	自申请之日起 20 年	无
74.	一种可灵活组合的复合线条	天画家居	实用新型	ZL202122907685.6	2021.11.23	原始取得	自申请之日起 10 年	无
75.	一种拼装纸质画框	天画家居	实用新型	ZL202122298059.1	2021.9.23	原始取得	自申请之日起 10 年	无
76.	一种便于快速组装的纸质画框	天画家居	实用新型	ZL202122298103.9	2021.9.23	原始取得	自申请之日起 10 年	无
77.	一种简易画框悬挂结构	天画家居	实用新型	ZL202122298252.5	2021.9.23	原始取得	自申请之日起 10 年	无
78.	一种含纳米银修饰二氧化硅彩色复合微球的环保抗菌手指画颜料	天画家居	发明	ZL202111053010.8	2021.9.8	原始取得	自申请之日起 20 年	无
79.	一种防框角正面开裂的连接结构	天画家居	实用新型	ZL202121140343.X	2021.5.25	原始取得	自申请之日起 10 年	无
80.	一种多材料复合装饰线条	天画家居	实用新型	ZL202120962794.5	2021.5.7	原始取得	自申请之日起 10 年	无
81.	一种组合装饰板	天画家居	实用新型	ZL202023022151.7	2020.12.15	原始取得	自申请之日起 10 年	无
82.	一种半透实物装	天画家居	发明	ZL202010885785.0	2020.8.28	原始	自申请之	无

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日	取得方式	权利期限	他项权利
	置画的制作方法					取得	日起 20 年	
83.	一种琉璃彩装饰画的制作方法	天画家居	发明	ZL202010887180.5	2020.8.28	原始取得	自申请之日起 20 年	无
84.	一种立体线条装饰画的制作方法	天画家居	发明	ZL202010859034.1	2020.8.24	原始取得	自申请之日起 20 年	无
85.	一种环保的儿童手指画颜料及其制备方法	天画家居	发明	ZL201610286942.X	2013.12.25	继受取得	自申请之日起 20 年	无
86.	一种便于拆卸的装饰画	林君文化	实用新型	ZL202122694896.6	2022.4.12	原始取得	自申请之日起 10 年	无
87.	一种便于组装的装饰画	林君文化	实用新型	ZL202122693279.4	2021.11.5	原始取得	自申请之日起 10 年	无
88.	一种可净化空气的装饰画	林君文化	实用新型	ZL202122186910.1	2021.9.10	原始取得	自申请之日起 10 年	无
89.	一种可更换装饰画的画框	林君文化	实用新型	ZL202122187881.0	2021.9.10	原始取得	自申请之日起 10 年	无
90.	一种带真空吸盘的装饰画框	林君文化	实用新型	ZL202122196299.0	2021.9.10	原始取得	自申请之日起 10 年	无
91.	一种紫外固化型透明阻燃化学涂料及其制备方法	林君文化	发明	ZL201610596066.0	2016.7.25	继受取得	自申请之日起 20 年	无

附录二、发行人及其子公司拥有的注册商标

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人及其子公司已拥有的注册商标如下：

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
1	画家居	发行人	16：文具；纸；油画；蚀刻版画；保鲜膜；绘画材料；影集；纸制小雕像；彩色粉笔（蜡笔）；绘画笔	61209440	2022.8.14-2032.8.13	原始取得	无
2	画家居	发行人	6：金属建筑材料；五金器具；家具用金属附件；金属锁（非电）；金属挂锁（非电子）；普通金属线；金属管道；普通金属艺术品；金属支架；金属工具箱（空）	61194766	2022.8.14-2032.8.13	原始取得	无
3	画家居	发行人	3：化妆品；唇膏；口红；假睫毛；化妆笔；香皂；去污剂；牙膏；香；空气芳香剂	61191726	2022.8.14-2032.8.13	原始取得	无
4	画家居	发行人	36：不动产出租；不动产管理；办公室（不动产）出租；公寓管理；共用办公室出租；公寓出租；住所代理（公寓）；通过网站提供金融信息；艺术品估价；古玩估价	61215899	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
5	画家居	发行人	14：珠宝；手串；项链（首饰）；珠宝首饰；耳环；表玻璃；表用礼品盒；电子钟表；首饰包；首饰用小饰物	61214590	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
6	画家居	发行人	32：啤酒；运动饮料；饮用水；豆类饮料；果子粉；软饮料；植物饮料；米制饮料（非奶替代品）；果汁；咖啡味非酒精饮料	61212277	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
7	画家居	发行人	8：手动的手工具；农业器具（手动的）；园艺工具（手动的）；调色刀；划玻璃刀（手工具部件）；艺术家用抹刀；雕刻工具（手工	61209648	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			具）；刀（手工具）；刀叉餐具；手工操作手工具用工具柄				
8	画家居	发行人	29：加工过的香榧；加工过的开心果；鱼皮花生；五香豆；加工过的榛子；加工过花生；加工过的坚果；加工过的松子；加工过的葵花籽；加工过的瓜子	61209610	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
9	画家居	发行人	28：圣诞树架；圣诞树用装饰品（照明用物品和糖果除外）；人造圣诞树；玩具；运动用球；锻炼身体器械；体操器械；旱冰鞋；游泳圈；钓鱼用具	61209601	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
10	画家居	发行人	30：咖啡；茶；糖；蜂蜜；糕点；馄饨；米；面条；玉米花；调味品	61209561	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
11	画家居	发行人	44：美容服务；理发；美容院；按摩；修指甲；化妆师服务；永久化妆服务；文身；饮食营养指导；营养师服务	61206102	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
12	画家居	发行人	27：地毯；浴室防滑垫；健身用垫；乙烯地板覆盖物；地板覆盖物；壁炉或烧烤架用耐火地垫；汽车用脚垫；防滑垫；墙纸；纺织品制墙纸	61201830	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
13	画家居	发行人	18：旅行包；手提袋；旅行箱；带轮手提箱；购物袋；携带套服、衬衫和礼服用袋；包；伞；手杖；帆布背包	61201820	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
14	画家居	发行人	20：屏风（家具）；陈列柜（家具）；盥洗台（家具）；画框边条；镀银玻璃（镜子）；画框挂杆；漆器工艺品；软木工艺品；树脂工艺品；装饰用木条	61201728	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
15	画家居	发行人	10：耳塞（听力保护装置）；口罩；医疗器械和仪器；牙科设备和仪器；医用电刺激带；奶	61197874	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			瓶；婴儿用安抚奶嘴；吸奶器；奶瓶用奶嘴；矫形用物品				
16	画家居	发行人	21：厨房用具；家用托盘；水晶画；水晶工艺品；茶具（餐具）；滤茶器；纸巾盒；玻璃烛台；梳妆盒；水晶（玻璃制品）	61196001	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
17	画家居	发行人	25：服装；婴儿全套衣；游泳衣；雨衣；舞衣；鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾	61194834	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
18	画家居	发行人	26：头发装饰品；发夹；纸拉花；人造水果；人造花；人造盆景；人造灌木；假发；假胡子；针	61193258	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
19	画家居	发行人	35：货物展出；商业橱窗布置；广告版面设计；为零售目的在通信媒体上展示商品；商业管理咨询服务；商业中介服务；外包服务（商业辅助）；在计算机数据库中更新和维护数据；计算机数据库信息系统化；市场营销	61189069	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
20	画家居	发行人	19：安全玻璃；磨砂玻璃；建筑用玻璃；石膏板；建筑用塑料板；塑料地板；防水卷材；贴面板；木屑板；涂层（建筑材料）	61188975	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
21	画家居	发行人	33：果酒（含酒精）；开胃酒；黄酒；甜果酒；米酒；汽酒；尼瓦（以甘蔗为主的酒精饮料）；烧酒；白酒；清酒	61187612	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
22	画家居	发行人	42：平面设计；多媒体产品的设计和开发；技术项目研究；替他人研究和开发新产品；主页和网站设计；玩具设计；艺术品鉴定；室内设计；建设项目的开发；平面美术设计	61186066	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
23	画家居	发行人	11：水净化设备和机器；热水袋；电热地毯；电暖器；头发用吹风机；澡盆；淋浴器；灯；水净化装置；水过滤器	61185372	2022.6.7-2032.6.6	原始取得	无
24	画家居	发行人	22：非橡胶、非塑料、非纸或纸板制（填充或衬垫用）包装材料；衬垫和填充室内装饰品的填料；包装用纺织品袋（信封、小袋）；集装袋；编织袋；吊床；帐篷；纺织制品制室外百叶帘；合成材料制遮篷；塑料打包带	61194775	2022.5.28-2032.5.27	原始取得	无
25	番外	发行人	21：厨房用具；玻璃水瓶；家庭用陶瓷制品；饮用器皿；花盆；化妆用具；食物保温容器；沐浴海绵；宠物用笼子；瓷、陶瓷、陶土、赤陶或玻璃制艺术品	32828540	2019.4.21-2029.4.20	继受取得	无
26	万善浮桥	发行人	42：服装设计；平面设计；技术研究；工业品外观设计；艺术品鉴定；室内设计；替他人创建和维护网站；信息技术咨询服务；托管计算机站（网站）；计算机编程	28760042	2018.12.14-2028.12.13	原始取得	无
27	万善桥	发行人	16：文具；手压订书机（办公用品）；纸；纸巾；印刷出版物；图画；文件夹；书写工具；文具用胶带；笔记本	28755408	2018.12.14-2028.12.13	原始取得	无
28	万善浮桥	发行人	16：纸巾；笔记本；印刷出版物；纸；文件夹；手压订书机（办公用品）；书写工具；文具；图画；文具用胶带	28755130	2018.12.14-2028.12.13	原始取得	无
29	万善桥	发行人	20：竹木工艺品；工作台；树脂工艺品；画框；食品用塑料装饰品；家具用非金属附件；木制或塑料制箱；相框（非贵重金属）；	28751596	2018.12.14-2028.12.13	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			镜子（玻璃镜）；非纺织制品制窗帘圈				
30	万善桥	发行人	42：托管计算机站（网站）；计算机编程；室内设计；服装设计；替他人创建和维护网站；工业品外观设计；技术研究；信息技术咨询服务；艺术品鉴定；平面设计	28743651	2018.12.14-2028.12.13	原始取得	无
31	万善浮桥	发行人	20：工作台；相框（非贵金属）；画框；食品用塑料装饰品；树脂工艺品；木制或塑料制箱；非纺织制品制窗帘圈；家具用非金属附件；竹木工艺品；镜子（玻璃镜）	28742101	2018.12.14-2028.12.13	原始取得	无
32		发行人	20：家具；镜子（玻璃镜）；画框；枕头；木或塑料梯；竹木工艺品；木、蜡、石膏或塑料艺术品；木头或塑料标志牌；家具用非金属附件；室内百叶窗帘（家具）	19953801	2017.9.7-2027.9.6	继受取得	无
33		发行人	16：纸；印刷品；印刷出版物；油画；图画；文具；墨水；绘画材料；数学教具；建筑模型	19953581	2017.9.7-2027.9.6	继受取得	无
34	华鸿·特好配	发行人	16：照片（印制的）；雕刻印刷品；肖像；印刷品；平版印刷工艺品；印刷出版物；图画；宣传画；镶嵌照片用装置；镶框或未镶框的绘画（图画）	15269996	2015.12.14-2025.12.13	继受取得	无
35	华鸿·特好配	发行人	20：镜子（玻璃镜）；树脂工艺品；竹工艺品；木制或塑料制箱；室内百叶窗帘（家具）；食品用塑料装饰品；工作台；画框	15269934	2016.1.28-2026.1.27	继受取得	无
36	画家居	发行人	16：图画；宣传画；印刷出版物；镶嵌照片用装置；镶框或未镶框的绘画（图画）；照片	15176253	2015.9.28-2025.9.27	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			（印制的）；雕刻印刷品；肖像；印刷品；平版印刷工艺品				
37		发行人	21：瓷器；陶器；日用陶器（包括盆、碗、盘、缸、坛、罐、砂锅、壶、炆器餐具）；耐酸耐碱陶瓷器；瓷器装饰品；瓷、陶瓷、陶土或玻璃塑像；瓷、陶瓷、陶土或玻璃艺术品；瓷、陶瓷、陶土或玻璃小雕像；饮用器皿；水晶（玻璃制品）	14841899	2015.7.21-2025.7.20	继受取得	无
38		发行人	42：艺术品鉴定；工业品外观设计；包装设计；造型（工业品外观设计）；室内装饰设计；服装设计；技术研究；质量控制；材料测试；纺织品测试	14841844	2015.7.21-2025.7.20	继受取得	无
39		发行人	20：家具；床；沙发；茶几；相框边条；镜子（玻璃镜）；画框；画框托架；竹木工艺品；木、蜡、石膏或塑料艺术品	14841640	2015.7.28-2025.7.27	继受取得	无
40		发行人	16：塑料贴面底层纸；铜版纸；纸或纸板制广告牌；卡纸板；平版印刷工艺品；镶框或未镶框的绘画（图画）；包装用纸袋或塑料袋（信封、小袋）；纸板盒或纸盒；纸箱；植绒纸	13183829	2015.1.7-2025.1.6	继受取得	无
41		发行人	16：塑料贴面底层纸；铜版纸；纸或纸板制广告牌；卡纸板；平版印刷工艺品；镶框或未镶框的绘画（图画）；包装用纸袋或塑料袋（信封、小袋）；纸板盒或纸盒；纸箱；植绒纸	13183802	2015.1.7-2025.1.6	继受取得	无
42		发行人	20：镜子（玻璃镜）；相框；画框；竹工艺品；树脂工艺品	10734117	2013.9.14-2023.9.13	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
43	尚书房	发行人	20：竹木工艺品；工作台；树脂工艺品；相框；画框；食品用塑料装饰品；木制或塑料制箱；镜子（玻璃镜）；非纺织品制窗帘圈	10641780	2013.8.28-2023.8.27	继受取得	无
44	上书房	发行人	20：工作台；相框；画框；食品用塑料装饰品；木制或塑料制箱；镜子（玻璃镜）；非纺织品制窗帘圈	10641764	2013.8.28-2023.8.27	继受取得	无
45		发行人	20：画框；镜子（玻璃镜）；树脂工艺品；像框；竹工艺品	9539653	2013.1.7-2023.1.6	继受取得	无
46	画街	发行人	16：雕刻印刷品；平版印刷工艺品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；肖像；宣传画；印刷出版物；印刷品；照片；照像板	8408810	2011.10.28-2031.10.27	继受取得	无
47		发行人	20：非纺织品制窗帘圈；工作台；画框；家具；镜子（玻璃镜）；木箱或塑料箱；食品用塑料装饰品；树脂工艺品；像框；竹工艺品	7207775	2010.7.21-2030.7.20	继受取得	无
48		发行人	20：竹工艺品；树脂工艺品；木箱或塑料箱；工作台；镜子（玻璃镜）；像框；画框；非纺织品制窗帘圈；食品用塑料装饰品	6676321	2010.10.14-2030.10.13	继受取得	无
49	画天下	发行人	16：图画；水彩画；雕刻印刷品（书画刻印作品）；平版印刷工艺品；镶框或未镶框的绘画（图画）；印花用图画；年画；油画；镶嵌照片用装置；肖像	6586943	2010.3.28-2030.3.27	继受取得	无
50	画天下	发行人	20：画框；像框托架；镜砖；竹木工艺品；树脂工艺品；软木工艺品；木、蜡、石膏或塑料艺术品；镀银玻璃（镜子）；像框嵌条；镜子（玻璃镜）	6586942	2010.3.28-2030.3.27	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
51		发行人	20：镀银玻璃（镜子）；像框嵌条；镜子（玻璃镜）；画框；像框托架；镜砖；竹木工艺品；软木工艺品；木、蜡、石膏或塑料艺术品；树脂工艺品	6327170	2010.2.28-2030.2.27	继受取得	无
52		发行人	6：未锻或半锻钢；金属支架；铁路转辙器；钢丝；装卸用金属吊带；钉子；门铃（非电动）；五金器具；青铜纪念碑；螺栓	4946901	2008.9.21-2028.9.20	继受取得	无
53		发行人	7：染色机；电脑刻绘机；包装机（打包机）；制药加工工业机器；玻璃加工机；制针机；拉链机；喷颜色用喷枪	4946900	2009.2.14-2029.2.13	继受取得	无
54		发行人	8：磨具（手工具）；锤镐；园艺工具（手动的）；鱼叉；剃须刀；手工操作的手工具；手工打包机；雕刻工具（手工具）；刀；餐具（刀、叉和匙）	4946899	2008.9.21-2028.9.20	继受取得	无
55		发行人	11：热焊枪；汽灯；提灯；乙炔发生器；喷焊灯；喷灯；电石（乙炔）灯；煤油灯罩；油灯；乙炔照明灯头	4946898	2008.9.21-2028.9.20	继受取得	无
56		发行人	14：未加工或半加工贵金属；仿金制品；镀金物品；电镀制品（贵金属电镀）；银饰品；小饰物（珠宝）；玉雕首饰；角、骨、牙、介首饰及艺术品；磁疗首饰；装饰品（珠宝）	4946897	2009.3.14-2029.3.13	继受取得	无
57		发行人	15：簧（管）乐器；打击乐器；号（乐器）；鼓（乐器）；音乐合成器；钢琴；乐器琴弓；指挥棒；音乐盒；乐器架	4946896	2009.2.14-2029.2.13	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
58	华鸿 HUAHONG	发行人	16：印刷品；印刷出版物；碎纸机；墨水；印台（文具）；电动或非电动打字机；建筑模型；室内观赏植物（人工动物或植物园）；念珠	4946895	2009.5.7-2029.5.6	继受取得	无
59	华鸿 HUAHONG	发行人	17：合成橡胶；橡胶绳；生橡胶或半成品橡胶；非包装用塑料膜；非金属软管；石棉石板；隔音材料；非金属马掌；封拉线（卷烟）	4946894	2009.9.21-2029.9.20	继受取得	无
60	华鸿 HUAHONG	发行人	18：（动物）皮；仿皮；人造革箱；家具用皮装饰；兽皮；伞；手杖；动物用套；马具	4946893	2009.7.7-2029.7.6	继受取得	无
61	华鸿 HUAHONG	发行人	19：石膏；混凝土建筑构件；柏油；沥青；非金属建筑物；广告栏（非金属）；磨沙玻璃；建筑玻璃；隔热玻璃（建筑）；楼房用窗玻璃	4946892	2009.3.28-2029.3.27	继受取得	无
62	华鸿 HUAHONG	发行人	28：玩具；棋；扑克牌；运动球类；拉力器；飞盘；护臂；钓具；球拍用吸汗带	4946641	2009.6.21-2029.6.20	继受取得	无
63	华鸿 HUAHONG	发行人	31：圣诞树；活动物；动物栖息用品	4946640	2008.10.14-2028.10.13	继受取得	无
64	华鸿 HUAHONG	发行人	35：广告设计；会计；簿记；自动售货机出租；计算机录入服务	4946639	2010.2.21-2030.2.20	继受取得	无
65	华鸿 HUAHONG	发行人	39：货运；船运货物；汽车运输；空中运输；租车；货物贮存；潜水服出租；煤气站；包裹投递；旅行社（不包括预定旅馆）	4946638	2009.3.14-2029.3.13	继受取得	无
66	华鸿 HUAHONG	发行人	20：非金属容器（存储和运输用）；非金属登记牌；食品用塑料装饰品；医院用非金属身份证明手镯；骨灰盒；窗帘环	4946637	2010.9.28-2030.9.27	继受取得	无
67	华鸿 HUAHONG	发行人	21：饮用器皿；盥洗室器具；梳；牙刷；化妆用具；食物保温容器；	4946636	2009.3.14-2029.3.13	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			家务手套；家用宠物笼；牙签；捕器				
68		发行人	22：塑料打包带；包装绳；帐篷；编织袋；包装用纺织品袋（包）；填料；大麻；面袋；绳索；帆	4946635	2009.5.14-2029.5.13	继受取得	无
69		发行人	24：纺织品毛巾；纺织品家具罩；浴罩	4946634	2009.10.7-2029.10.6	继受取得	无
70		发行人	25：游泳衣；婴儿纺织品尿布；游泳裤；雨衣；戏装；雨披；婴儿纺织品餐巾；体操服；婴儿睡袋；防水服	4946633	2009.5.14-2029.5.13	继受取得	无
71		发行人	26：假发；人造花；针	4946632	2009.5.21-2029.5.20	继受取得	无
72		发行人	41：收费图书馆；书籍出版；动物园；为艺术家提供模特	4945690	2010.1.14-2030.1.13	继受取得	无
73		发行人	14：钟表指针；钟；摆（钟表制造）；钟表盘（钟表制造）；电子钟表；闹钟；钟表盒；钟表机件；秒表；簧片（钟表制造）	3294304	2004.5.21-2024.5.20	继受取得	无
74		发行人	20：像框嵌条；画框装饰条；镜子（玻璃镜）；像框；画框；像框托架；画框托架；挂画片杆（画框）；藤；草编织物（草席除外）；草织物；柳条制品；藤编制品（不包括鞋、帽、席、垫）；草编制品（不包括鞋、帽、席、垫）；竹工艺品；竹木工艺品；漆器工艺品；羽兽毛工艺品；软木工艺品；麦秆工艺品；树皮画；玻璃钢工艺品；树脂工艺品	3046290	2004.1.28-2024.1.27	继受取得	无
75		发行人	20：镜框；像框；画框；镜框装饰条；镜子；挂画片杆（镜框）；像框托架；镜框托架；玻璃钢工艺品；竹木工艺品；泥塑工艺	1317856	1999.9.28-2029.9.27	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			品；藤制品（不包括鞋，帽，席，垫）；草织物；软木工艺品				
76		发行人	20：镜框；像框；画框	1172807	1998.5.7-2028.5.6	继受取得	无
77		画之都	16：印刷品；雕刻印刷品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；平版印刷工艺品；肖像；照相板；宣传画；照片（印制的）（截止）	13166653	2015.2.07-2025.2.06	原始取得	无
78		画之都	20：竹工艺品；树脂工艺品；家具；木制或塑料制箱；工作台；镜子（玻璃镜）；相框；画框；非纺织品制窗帘圈；食品用塑料装饰品（截止）	13058702	2015.2.07-2025.2.06	原始取得	无
79		画之都	16：印刷品；雕刻印刷品；印刷出版物；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；平版印刷工艺品；肖像；照相板；宣传画；照片照片（印制的）（截止）	13058661	2014.12.21-2024.12.20	原始取得	无
80		画之都	20：工作台；画框；镜子（玻璃镜）；木制或塑料制箱；食品用塑料装饰品；树脂工艺品；相框；竹工艺品	11547664	2014.4.14-2024.4.13	原始取得	无
81		画之都	16：印刷品；印刷出版物；图画；平版印刷工艺品；雕刻印刷品；肖像；照相板；宣传画；照片（印制的）；镶框或未镶框的绘画（图画）	10917438	2013.8.21-2023.8.20	原始取得	无
82		画之都	20：竹工艺品；树脂工艺品；家具；木制或塑料制箱；工作台；镜子（玻璃镜）；相框；画框；非纺织品制窗帘圈；食品用塑料装饰品	10917056	2013.8.28-2023.8.27	原始取得	无
83	可可木	画之都	20：竹工艺品；树脂工艺品；家具；木制或塑料制箱；工作台；镜子（玻璃镜）；相框；画框；非纺织品制窗帘	10819927	2013.7.21-2023.7.20	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			圈；食品用塑料装饰品				
84	彩之林	画之都	20：木制或塑料制箱；镜子（玻璃镜）；相框；画框；非纺织品制窗帘圈；食品用塑料装饰品	10819898	2013.9.14-2023.9.13	原始取得	无
85	江南绘	画之都	20：竹工艺品；树脂工艺品；木制或塑料制箱；工作台；镜子（玻璃镜）；相框；画框；食品用塑料装饰品	10819856	2013.7.21-2023.7.20	原始取得	无
86	江南绘	画之都	16：印刷品；印刷出版物；雕刻印刷品；平版印刷工艺品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；肖像；照相板；宣传画；照片（印制的）	10819800	2013.7.21-2023.7.20	原始取得	无
87	花田艺术	画之都	20：竹工艺品；树脂工艺品；木制或塑料制箱；工作台；镜子（玻璃镜）；相框；画框；非纺织品制窗帘圈；食品用塑料装饰品	10700469	2013.7.14-2023.7.13	原始取得	无
88	尚工局	画之都	20：家具；木制或塑料制箱；工作台；镜子（玻璃镜）；相框；画框；树脂工艺品；竹木工艺品；食品用塑料装饰品；非纺织品制窗帘圈	10642898	2013.5.28-2023.5.27	原始取得	无
89	黑白部落	画之都	20：竹木工艺品；家具；树脂工艺品；食品用塑料装饰品；镜子（玻璃镜）；工作台；相框；画框；非纺织品制窗帘圈；木制或塑料制箱	10642856	2013.5.14-2023.5.13	原始取得	无
90	卡卡艺术	画之都	20：竹木工艺品；树脂工艺品；食品用塑料装饰品；非纺织品制窗帘圈；木制或塑料制箱	10642829	2013.9.21-2023.9.20	原始取得	无
91	丫丫艺术	画之都	20：竹木工艺品；树脂工艺品；食品用塑料装饰品；镜子（玻璃镜）；工作台；相框；画框；木制或塑料制箱	10642816	2013.9.14-2023.9.13	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
92	尚工局	画之都	16：印刷品；印刷出版物；雕刻印刷品；平版印刷工艺品；图画；肖像；照片（印制的）；宣传画；镶框或未镶框的绘画（图画）；照相板	10642766	2013.7.28-2023.7.27	原始取得	无
93	色之彩	画之都	16：雕刻印刷品；平版印刷工艺品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；肖像；宣传画；印刷出版物；印刷品；照片；照像板	10289409	2013.2.14-2033.2.13	原始取得	无
94	天堂绣	画之都	20：非纺织品制窗帘圈；工作台；画框；家具；镜子（玻璃镜）；木箱或塑料箱；食品用塑料装饰品；树脂工艺品；像框；竹工艺品	10213500	2013.6.21-2023.6.20	原始取得	无
95	WOD·PU(画之都)	画之都	16：雕刻印刷品；黑照相卡纸；平版印刷工艺品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；肖像；宣传画；印刷出版物；印刷品；照片	10213468	2013.1.21-2033.1.20	原始取得	无
96	东阳红	画之都	16：雕刻印刷品；黑照相卡纸；平版印刷工艺品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；肖像；宣传画；印刷出版物；印刷品；照片	10213461	2013.1.21-2033.1.20	原始取得	无
97	天堂绣	画之都	16：雕刻印刷品；黑照相卡纸；平版印刷工艺品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；肖像；宣传画；印刷出版物；印刷品；照片	10213456	2013.1.21-2033.1.20	原始取得	无
98	画尚宫	画之都	16：雕刻印刷品；黑照相卡纸；平版印刷工艺品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；肖像；印刷出版物；印刷品；油画；照片	10140540	2012.12.28-2032.12.27	原始取得	无
99	wadOU画都	画之都	16：绘画材料；模型材料	6676322	2010.6.21-2030.6.20	原始取得	无
100	wadOU画都	画之都	16：印刷出版物；图画；水彩画；平版印刷工艺品；镶框或未镶框	3980677	2007.3.28-2027.3.27	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			的绘画（图画）；供转印的图画（移画印花法）；肖像；油画；照片；印刷品				
101	天画墙饰	天画家居	6：金属锁（非电）；小五金器具；家具用金属附件；电子保险柜；金属标志牌；普通金属艺术品；不锈钢；金属建筑材料；五金器具；普通金属线	60931842	2022.8.7-2032.8.6	原始取得	无
102		天画家居	20：画框；画框托架；画框挂杆；镜子（玻璃镜）；家具；镀银玻璃（镜子）；相框边条；画框边条；竹木工艺品；家具的塑料缘饰	60924409	2022.7.28-2032.7.27	原始取得	无
103		天画家居	35：提供商业和商务联系信息；商业中介服务；通过网站提供商业信息；市场营销；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；为他人推销；为他人采购（为其他企业购买商品或服务）；货物展出；商业橱窗布置；销售展示架出租	62392868	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
104		天画家居	11：灯罩；玻璃灯罩；灯光漫射器；球形灯罩；圣诞树用电灯；灯光反射镜；灯笼；灯光遮罩；节日装饰用串灯；节日装饰用彩色小灯	62391153	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
105		天画家居	16：印刷出版物；油画；雕版版画；平版印刷工艺品；水彩画；绘画复制品；蚀刻版画；镶框或未镶框的绘画；文具；影集	62388363	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
106		天画家居	27：地毯；小地毯；非纺织品制壁挂；纺织品制墙纸；地板覆盖物；浴室防滑垫；健身用垫；防滑垫；乙烯地板覆盖物；瑜伽垫	62387902	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
107		天画家居	42：包装设计；造型（工业品外观设计）；玩具设计；室内设计；室内装饰设计；平面美术设计；为他人称量货物；多媒体产品的设计和开发；艺术品鉴定；工业品外观设计	62385453	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
108		天画家居	20：木、蜡、石膏或塑料制小雕像；家具；屏风（家具）；室内窗用百叶帘（家具）；室内窗用遮光帘（家具）；纸制百叶帘；纺织品制室内窗用百叶帘；镜子（玻璃镜）；画框；镀银玻璃（镜子）	62380182	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
109		天画家居	24：纺织品制墙上挂毯；手绣、机绣图画；丝织美术品；纺织品制壁挂；网状窗帘；门帘；纺织品制或塑料制帘；家庭日用纺织品；装饰用枕套；装饰织品	62380165	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
110		天画家居	44：庭院风景布置；花环制作；植物养护；园林景观设计；树木修剪；再造林服务；为碳抵消目的植树；花卉摆放；园艺；草坪修整	62380157	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
111		天画家居	21：家用托盘；玻璃碟；日用玻璃器皿（包括杯、盘、壶、缸）；水晶工艺品；瓷器装饰品；水晶画；瓷、陶瓷、陶土、赤陶或玻璃制艺术品；水晶（玻璃制品）；瓷、陶瓷、陶土、赤陶或玻璃制塑像；瓷、陶瓷、陶土、赤陶或玻璃制小雕像	62380150	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
112		天画家居	19：制家用器具用木材；胶合木板；可塑木料；木衬条；胶合板；贴面板；半成品木材；木板条；拼花地板条；木屑板	62373482	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
113		天画家居	41：实际培训（示范）；就业指导（教育或培训顾问）；辅导（培训）；培训；广告、推销、市场营销和商业战略规划的课程；设计方面的培训；艺术品出租；除广告以外的版面设计；安排和组织培训班；职业再培训	62368869	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
114		天画家居	26：人造花；人造水果；人造盆景；纸拉花；人造灌木；花哨的小商品（绣制品）；花边饰品；刺绣品；花彩装饰（绣制品）；绳编工艺品	62368854	2022.7.14-2032.7.13	原始取得	无
115	天画墙饰	天画家居	16：纸；印刷出版物；图画；雕版版画；油画；保鲜膜；文具；绘画材料；教学挂图；建筑模型	60947461	2022.5.21-2032.5.20	原始取得	无
116	天画墙饰	天画家居	26：花边饰品；头发装饰品；发夹；纽扣；假发；针；人造花；服装垫肩；修补纺织品用热黏合补片；亚麻织品标记用数字	60947448	2022.5.21-2032.5.20	原始取得	无
117	天画墙饰	天画家居	20：家具；镀银玻璃（镜子）；相框边条；画框边条；镜子（玻璃镜）；画框；画框托架；画框挂杆；竹木工艺品；家具的塑料缘饰	60940503	2022.5.21-2032.5.20	原始取得	无
118	天画墙饰	天画家居	3：个人或动物用除臭剂；牙膏；香；动物用化妆品；洗发剂；去污剂；鞋油；研磨剂；香料；化妆品	60940137	2022.5.21-2032.5.20	原始取得	无
119	天画墙饰	天画家居	37：建筑咨询；建筑；室内装潢；加热设备安装和修理；电器的安装和修理；电动运载工具的修理和保养；清洗运载工具；家具保养；干洗；艺术品修复	60939332	2022.5.21-2032.5.20	原始取得	无
120	天画家居	天画家居	20：家具；镀银玻璃	60934780	2022.5.21-	原始	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			（镜子）；相框边条；画框边条；镜子（玻璃镜）；画框；画框托架；画框挂杆；竹木工艺品；家具的塑料缘饰		2032.5.20	取得	
121	天画墙饰	天画家居	8：手动的手工具；农业器具（手动的）；园艺工具（手动的）；电动修指甲成套工具；夹钳；枪状手工具；刀（手工具）；剑（武器）；刀叉餐具；手工操作手工具用工具柄	60911169	2022.5.21-2032.5.20	原始取得	无
122	天画软配	天画家居	6：小五金器具；金属锁（非电）；不锈钢；电子保险柜；金属标志牌；普通金属艺术品；普通金属线；五金器具；家具用金属附件；金属建筑材料	58041992	2022.4.14-2032.4.13	原始取得	无
123	墙主	天画家居	20：镜框；画框；竹木工艺品；玻璃钢工艺品；家具；木制或塑料制招牌；食品用塑料装饰品；非金属制身份鉴别手环；家具的塑料缘饰；窗用非金属附件	58294571	2022.2.7-2032.2.6	原始取得	无
124	墙主	天画家居	16：纸；印刷出版物；图画；雕版版画；油画；保鲜膜；文具；绘画材料；教学挂图；建筑模型	58294566	2022.2.7-2032.2.6	原始取得	无
125	天画演画	天画家居	16：印刷品；印刷出版物；图画；水彩画；雕版版画；平版印刷工艺品；镶框或未镶框的绘画；蚀刻版画；照片（印制的）；油画	58160054	2022.2.7-2032.2.6	原始取得	无
126	天画画盟	天画家居	16：水彩画；雕版版画；平版印刷工艺品；镶框或未镶框的绘画；蚀刻版画；照片（印制的）；油画；图画；印刷品；印刷出版物	58155999	2022.2.7-2032.2.6	原始取得	无
127	天画画星	天画家居	16：印刷品；印刷出版物；图画；水彩画；雕版版画；镶框或未镶框的绘画；蚀刻版画；照	58150556	2022.2.14-2032.2.13	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			片（印制的）；油画；平版印刷工艺品				
128	天画家饰	天画家居	26：花边饰品；头发装饰品；发夹；纽扣；假发；针；人造花；服装垫肩；修补纺织品用热黏合补片；亚麻织品标记用数字	58060830	2022.2.7-2032.2.6	原始取得	无
129	天画家饰	天画家居	6：金属建筑材料；普通金属线；五金器具；家具用金属附件；小五金器具；金属锁（非电）；不锈钢；电子保险柜；金属标志牌；普通金属艺术品	58059794	2022.3.28-2032.3.27	原始取得	无
130	天画软配	天画家居	26：花边饰品；头发装饰品；发夹；纽扣；假发；人造花；服装垫肩；修补纺织品用热黏合补片；亚麻织品标记用数字；针	58050908	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
131	天画一面墙	天画家居	3：洗发剂；去污剂；鞋油；研磨剂；香料；化妆品；牙膏；香；动物用化妆品；个人或动物用除臭剂	58050566	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
132	天画软配	天画家居	3：洗发剂；去污剂；鞋油；研磨剂；香料；化妆品；牙膏；香；动物用化妆品；个人或动物用除臭剂	58050559	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
133	天画一面墙	天画家居	6：不锈钢；金属建筑材料；普通金属线；五金器具；家具用金属附件；小五金器具；金属锁（非电）；电子保险柜；金属标志牌；普通金属艺术品	58049744	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
134	天画软配	天画家居	16：图画；雕版版画；保鲜膜；油画；文具；绘画材料；教学挂图；建筑模型；纸；印刷出版物	58046706	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
135	天画家饰	天画家居	37：电器的安装和修理；电动运载工具的修理和保养；清洗运载工具；家具保养；干洗；艺术品修复；建筑咨	58045128	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			询；建筑；室内装潢；加热设备安装和修理				
136	天画家饰	天画家居	3：香料；化妆品；牙膏；香；动物用化妆品；个人或动物用除臭剂；洗发剂；去污剂；鞋油；研磨剂	58044700	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
137	天画一面墙	天画家居	37：建筑咨询；建筑；室内装潢；加热设备安装和修理；电器的安装和修理；电动运载工具的修理和保养；清洗运载工具；家具保养；干洗；艺术品修复	58043165	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
138	天画家饰	天画家居	16：纸；印刷出版物；图画；雕版版画；保鲜膜；油画；文具；绘画材料；教学挂图；建筑模型	58041615	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
139	天画家饰	天画家居	8：手动的手工具；农业器具（手动的）；园艺工具（手动的）；电动修指甲成套工具；夹钳；枪状手工具；刀（手工具）；剑（武器）；刀叉餐具；手工操作手工具用工具柄	58041606	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
140	天画软配	天画家居	8：手动的手工具；农业器具（手动的）；园艺工具（手动的）；电动修指甲成套工具；夹钳；枪状手工具；刀（手工具）；剑（武器）；刀叉餐具；手工操作手工具用工具柄	58041598	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无
141	天画一面墙	天画家居	16：纸；印刷出版物；图画；雕版版画；保鲜膜；油画；文具；绘画材料；教学挂图；建筑模型	58034954	2022.1.21-2032.1.20	原始取得	无
142	天画软配	天画家居	37：建筑咨询；建筑；室内装潢；加热设备安装和修理；电器的安装和修理；电动运载工具的修理和保养；清洗运载工具；家具保养；干洗；艺术品修复	58033128	2022.1.28-2032.1.27	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
143	天画一面墙	天画家居	26：花边饰品；头发装饰品；发夹；纽扣；假发；针；人造花；服装垫肩；亚麻织品标记用数字；修补纺织品用热黏合补片	58031625	2022.1.21-2032.1.20	原始取得	无
144	天画一面墙	天画家居	8：手动的手工具；农业器具（手动的）；园艺工具（手动的）；电动修指甲成套工具；夹钳；枪状手工具；刀（手工具）；剑（武器）；刀叉餐具；手工操作手工具用工具柄	58031546	2022.1.21-2032.1.20	原始取得	无
145		天画家居	6：金属固定式插销；五金器具；金属钥匙；金属贮存容器；金属格架；青铜制艺术品；金属支架；金属阀门（非机器部件）；金属门；金属环	41834691	2020.11.7-2030.11.6	原始取得	无
146		天画家居	6：青铜制艺术品；金属支架；金属阀门（非机器部件）；金属门；金属环；金属固定式插销；五金器具；金属钥匙；金属贮存容器；金属格架	41811638	2020.8.21-2030.8.20	原始取得	无
147		天画家居	37：室内装潢修理；招牌的油漆或修理；贴墙纸；室内装潢；室内外油漆；涂清漆服务；商业摊位及商店的建筑；计算机硬件安装、维护和修理；木工服务；艺术品修复	36699226	2019.11.28-2029.11.27	原始取得	无
148		天画家居	26：刺绣品；花哨的小商品（绣制品）；花彩装饰（绣制品）；花边；丝边；绳编工艺品；人造花；人造水果；除圣诞树以外的人造植物；带灯饰的人造花制圣诞花环	36699216	2019.11.21-2029.11.20	原始取得	无
149		天画家居	8：调色刀；抹刀（手工具）；雕刻工具（手工具）；划玻璃刀（手工具部件）；雕刻针；	36699189	2019.11.21-2029.11.20	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			涂底漆用铁器（手工工具）；美工刀；艺术家用抹刀；雕刻家用凿子；调配油漆用搅拌棒				
150		天画家居	6：金属铰链；金属安全链；窗用金属附件；家具用金属脚轮；滑动门用金属滑轨；家具用金属附件；非电动开窗器；非电动关窗器；普通金属艺术品；金属铰链连接器	36697833	2019.11.21-2029.11.20	原始取得	无
151		天画家居	16：影集；印刷品；印刷出版物；雕版版画；平版印刷工艺品；镶框或未镶框的绘画；蚀刻版画；纸或纸板制（减震或填充用）包装材料；纸箱；颜料盘	36687020	2019.11.21-2029.11.20	原始取得	无
152		天画家居	3：家用除水垢剂；去漆剂；去色剂；去渍剂；家具或地板用抛光剂；皮革保护剂（上光）；植物叶子增光剂；空气芳香剂；熏日用织品用香囊；干花瓣与香料混合物（香料）	36676291	2019.11.21-2029.11.20	原始取得	无
153	天下画匠	天画家居	16：笔记本；印刷出版物；文具用胶带；绘画用纸；纸；绘画材料；包装用纸袋或塑料袋（信封、小袋）；书写工具；图画；文具	27475340	2018.11.14-2028.11.13	继受取得	无
154	天下画匠	天画家居	20：竹木工艺品；相框边条；画框；木制或塑料制箱；非纺织品制窗帘圈；树脂工艺品；镜子（玻璃镜）；家具用非金属附件；工作台；食品用塑料装饰品	27463805	2018.11.7-2028.11.6	继受取得	无
155	天画	天画家居	16：绘画用纸；卡纸板；宣传画；平版印刷工艺品；镶框或未镶框的绘画（图画）；油画；纸板盒或纸盒；图画；印刷纸（包括胶版纸、新闻纸、书刊用纸、证券纸、凹版纸、凸版	14218213	2015.4.28-2025.4.27	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			纸）；水彩画；照片（印制的）；印刷出版物；肖像				
156		天画家居	20：非纺织品制窗帘圈；工作台；画框；家具；镜子（玻璃镜）；木箱或塑料箱；食品用塑料装饰品；树脂工艺品；像框；竹工艺品	7434250	2010.10.7-2030.10.6	继受取得	无
157		天画家居	18：公文包；旅行包（箱）；马具；牛皮；伞；手提包；手杖；兽皮（动物皮）；书包；运动包	7434227	2010.10.21-2030.10.20	继受取得	无
158		天画家居	16：雕刻印刷品；平版印刷工艺品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；肖像；宣传画；印刷出版物；印刷品；照片；照像板	7434213	2012.4.7-2032.4.6	继受取得	无
159	天下画廊	天画家居	20：非纺织品制窗帘圈；工作台；画框；家具；镜子（玻璃镜）；木箱或塑料箱；食品用塑料装饰品；树脂工艺品；像框；竹工艺品	7387188	2010.8.21-2030.8.20	继受取得	无
160	天下画廊	天画家居	16：雕刻印刷品；平版印刷工艺品；图画；镶框或未镶框的绘画（图画）；肖像；宣传画；印刷出版物；印刷品；照片；纸	7387179	2010.8.21-2030.8.20	继受取得	无
161	天画	天画家居	16：照片	6860403	2010.7.14-2030.7.13	继受取得	无
162	天下画仓	天画家居	20：镜砖；竹木工艺品；树脂工艺品；软木工艺品；木、蜡、石膏或塑料艺术品；镀银玻璃（镜子）；像框嵌条；镜子（玻璃镜）；画框；像框托架	6586945	2010.3.28-2030.3.27	继受取得	无
163	天下画仓	天画家居	16：镶嵌照片用装置	6586944	2010.6.21-2030.6.20	继受取得	无
164	桑妮	天画家居	14：银制工艺品；玉雕首饰；角、骨、牙、介首饰及艺术品；玉雕；贵金属锭；仿金制	5181891	2009.5.28-2029.5.27	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			品； 贵金属小雕像；钟；表；电子万年台历				
165		天画家居	19：石、混凝土或大理石像；石头、混凝土或大理石艺术品；石头、混凝土或大理石半身雕塑像；石、混凝土或大理石小塑像；石头、混凝土或大理石小雕像	5181890	2009.10.7-2029.10.6	继受取得	无
166		天画家居	20：室内板条百叶窗；楼梯扶手；镜子（玻璃镜）；像框；画框；画框装饰条；竹木工艺品；羽兽毛工艺品；饮用麦管；野营睡袋	5181889	2009.5.28-2029.5.27	继受取得	无
167		天画家居	24：纺织品挂毯（墙上挂帘帷）；纺织品壁挂；丝织、交织图画；织锦人像；丝绒绢画；剪绢画；手绣、机绣图画；丝织美术品	5181888	2009.6.14-2029.6.13	继受取得	无
168		天画家居	27：地毯；垫席；人工草皮；地板覆盖物；防滑垫；汽车毡毯；墙纸；塑料或橡胶地板块；非纺织品挂毯；非纺织品壁挂	5181887	2009.6.14-2029.6.13	继受取得	无
169		天画家居	3：香皂；香波；家用除垢剂；上光剂；金刚砂；香精油；口红；牙膏；香；动物用化妆品	5181886	2009.6.28-2029.6.27	继受取得	无
170		天画家居	14：银制工艺品；玉雕首饰；角、骨、牙、介首饰及艺术品；玉雕；贵金属锭；仿金制品；贵金属小雕像；钟；表；电子万年台历	5181884	2009.5.28-2029.5.27	继受取得	无
171		天画家居	19：非金属檐口；横条；石、混凝土或大理石像；石头、混凝土或大理石艺术品；石头、混凝土或大理石半身雕塑像；石、混凝土或大理石小塑像；石头、混凝土或大理石小雕像	5181877	2009.6.28-2029.6.27	继受取得	无
172		天画家居	20：楼梯扶手；镜子（玻璃镜）；像框；画框；画框装饰条；竹木	5181876	2009.5.28-2029.5.27	继受取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			工艺品；羽兽毛工艺品；饮用麦管；野营睡袋；室内板条百叶窗				
173		图库科技	16：纸；卫生纸；影集；图画；文具；卡纸板；纸板盒（工业包装用）；绘画板；期刊；绘画仪器	59542493	2022.6.14-2032.6.13	原始取得	无
174		图库科技	41：培训；为娱乐组织时装展览；除广告以外的版面设计；摄影；演出；流动图书馆；艺术展览；动物园服务；为艺术家提供模特服务；健身俱乐部（健身和体能训练）	59561016	2022.6.14-2032.6.13	原始取得	无
175		图库科技	42：替他人研究和开发新产品；计算机编程；纺织品测试；包装设计；建设项目的开发；服装设计；名片设计；生物学研究；艺术品鉴定；平面美术设计	59556227	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
176		图库科技	28：游戏机；玩具；棋盘游戏器具；体育活动用球；锻炼身体器械；射箭用器具；体育活动中器械；游泳池（娱乐用品）；护肘（体育用品）；圣诞树用装饰品（照明用物品和糖果除外）	59556191	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
177		图库科技	9：可下载的手机应用软件；计算尺；眼镜；动画片；望远镜；信号灯；唱片；摄影器具包；测量器械和仪器；内部通信装置	59556149	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
178		图库科技	27：地毯；垫席；席；浴室防滑垫；汽车用脚垫；地垫；地板覆盖物；墙纸；纺织品制墙纸；非纺织品制壁挂	59552398	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
179		图库科技	35：广告；商业管理辅助；替他人推销；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；职业介绍所；商业企业迁移的管	59546214	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			理服务；计算机数据库信息系统化；药品零售或批发服务；会计；自动售货机出租				
180		图库科技	34：烟斗；鼻烟壶；火柴；丁烷气（吸烟用）；点烟器用气罐；香烟过滤嘴；烟用过滤丝束；烟草；卷烟纸；吸烟打火机（非汽车用）	59546208	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
181		图库科技	30：咖啡；茶；冰淇淋；糖果；蜂蜜；糕点；包子；面粉；面条；以谷物为主的零食小吃	59546202	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
182		图库科技	29：肉；鱼制食品；水果罐头；腌制水果；加工过的坚果；腌制蔬菜；牛奶制品；豆腐制品；蛋；果冻	59546197	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
183		图库科技	21：日用玻璃器皿（包括杯、盘、壶、缸）；瓷、陶瓷、陶土、赤陶或玻璃制艺术品；饮用器皿；水晶（玻璃制品）；梳；手动清洁器具；牙签；化妆用具；铁锅；隔热容器	59546172	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
184		图库科技	43：饭店；餐馆；酒吧服务；茶馆；帐篷出租；可移动建筑物出租；养老院；日间托儿所（看孩子）；动物寄养；出租椅子、桌子、桌布和玻璃器皿	59544060	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
185		图库科技	20：家具；非金属桶；工作台；镜子（玻璃镜）；草编织物（草席除外）；未加工或半加工角、牙、介制品；非金属身份牌；食品用塑料装饰品；枕头；非金属制身份鉴别手环	59542504	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
186		图库科技	24：纺织品制壁挂；纺织品制印刷机垫；纺织品毛巾；床上用毯；网状窗帘；哈达；纺织品	59538904	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
			制或塑料制旗帜；纺织品制家具罩；无纺布；布				
187		图库科技	18：动物皮；手提包；钱包（钱夹）；皮褥子；皮凉席；裘皮；伞；手杖；宠物服装；婴儿背袋	59538887	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
188		图库科技	44：园林景观设计；园艺；配眼镜；美容院；医疗诊所服务；理发店；休养所；医疗保健；化妆师服务；动物饲养服务	59535396	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
189		图库科技	6：金属制身份鉴别手环；金属管道；金属建筑物；金属桶；金属绳索；缆绳和管道用金属夹；钉子；家具用金属附件；普通金属艺术品；小五金器具	59530218	2022.4.7-2032.4.6	原始取得	无
190		图库科技	8：磨具（手工工具）；农业器具（手动的）；园艺工具（手动的）；餐具（刀、叉和匙）；剃须刀；手动千斤顶；雕刻工具（手工工具）；剪刀；手动的手工具；鱼叉	59538874	2022.3.28-2032.3.27	原始取得	无
191		图库科技	25：服装；婴儿全套衣；围巾；腰带；戏装；睡眠用眼罩；鞋（脚上的穿着物）；帽子；袜；手套（服装）	59535491	2022.3.28-2032.3.27	原始取得	无
192		图库科技	19：耐火黏土；柏油；非金属水管；非金属建筑物；半成品木材；建筑石料；石膏（建筑材料）；石、混凝土或大理石小雕像；涂层（建筑材料）；非金属砖瓦	59535473	2022.3.28-2032.3.27	原始取得	无
193		图库科技	14：未加工或半加工贵金属；贵金属制盒；首饰盒；项链（首饰）；珠宝首饰；珍珠（珠宝）；领带夹；贵金属饰针；钟；手表	59530226	2022.3.28-2032.3.27	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
194		图库科技	3: 香皂; 清洁制剂; 上光剂; 研磨材料; 香料; 化妆品; 口香水; 香; 动物用化妆品; 空气芳香剂	59530217	2022.3.28-2032.3.27	原始取得	无
195		林君文化	20: 家养宠物窝; 室内百叶帘; 相框边条; 手持镜子 (化妆镜); 画框边条; 镜子 (玻璃镜); 画框; 画框托架; 画框挂杆; 镀银玻璃 (镜子)	22615170	2018.4.14-2028.4.13	原始取得	无
196		林君文化	16: 印刷品; 海报; 石印油画; 油画; 宣传画; 水彩画; 图画; 照片 (印制的); 包装纸; 文具	22326621	2018.1.28-2028.1.27	原始取得	无

注：（1）截至本招股说明书签署之日，上表第 10819856 号、第 10819800 号、第 5181886 号注册商标状态为“撤销/无效宣告申请审查中”。

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人及其控股子公司拥有的境外注册商标如下：

序号	商标	权利人	注册国家	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
1	wadou画都	画之都	加拿大	16	TMA832319	2012.9.19-2027.9.19	原始取得	无
2		画之都	美国	20	5039198	2016.9.13-2026.9.13	原始取得	无
3	Empty Spaces	美国选一	美国	16/20	6181705	2020.10.20-2030.10.20	原始取得	无
4	Empty Spaces	美国选一	WIPO (加拿大、中国、欧盟、英国)	16/20	1615478	2021.8.4-2031.8.4	原始取得	无
5	August Living	美国选一	美国	16/20/27	6708152	2022.4.19-2032.4.19	原始取得	无
6	Tyler & Finn	美国选一	美国	16/20	6708153	2022.4.19-2032.4.19	原始取得	无

注：上表第 2/3/5/6 项注册商标在注册后的第 5 年到第 6 年之间需要提交使用声明，使用声明通过后，注册商标将在 10 年有效期的剩余期间内继续有效。