



# 科凡定制

科凡家居股份有限公司

Kefan Home Collection Co.,Ltd.

佛山市顺德区北滘镇三洪奇三乐路北侧工业区六仓

(三洪奇工业区第一路尾)

## 首次公开发行股票并在主板上市

### 招股说明书

#### (申报稿)

本公司的发行申请尚需经深圳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法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



国泰君安证券股份有限公司

GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

## 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	公司本次向社会公众首次公开发行不超过 1,667 万股人民币普通股，占发行后总股本的比例不低于 25%，本次发行全部为新股发行，原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	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
拟上市板块	主板
发行后总股本	不超过 6,667 万股
保荐人（主承销商）	国泰君安证券股份有限公司
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、一般用语 .....	7
二、专业用语 .....	8
第二节 概览 .....	10
一、重大事项提示 .....	10
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况 .....	12
三、本次发行概况 .....	12
四、发行人主营业务经营情况 .....	14
五、公司板块定位情况 .....	16
六、公司主要财务数据及财务指标 .....	19
七、公司财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况 .....	20
八、公司选择的具体上市标准 .....	20
九、公司治理特殊安排等重要事项 .....	21
十、募集资金运用与未来发展规划 .....	21
十一、其他对发行人有重大影响的事项 .....	21
第三节 风险因素 .....	23
一、与发行人相关的风险 .....	23
二、与行业相关的风险 .....	26
三、其他风险 .....	27
第四节 发行人基本情况 .....	29
一、发行人概况 .....	29
二、发行人设立情况和报告期内股本、股东变化情况 .....	29
三、发行人重大资产重组情况 .....	36
四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况 .....	36
五、发行人股权结构 .....	36

六、发行人子公司、参股公司的简要情况 .....	36
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 .....	37
八、发行人特别表决权股份或类似安排情况 .....	41
九、发行人协议控制架构情况 .....	41
十、控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为 .....	41
十一、发行人股本情况 .....	41
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 .....	43
十三、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排 .....	55
十四、发行人员工及其社会保障情况 .....	57
<b>第五节 业务与技术 .....</b>	<b>60</b>
一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况 .....	60
二、发行人所处行业基本情况 .....	99
三、发行人行业竞争地位分析 .....	118
四、发行人的销售情况和主要客户 .....	124
五、发行人采购情况和主要供应商 .....	128
六、发行人的主要固定资产和无形资产情况 .....	136
七、发行人的特许经营权情况 .....	153
八、发行人的技术及研发情况 .....	153
九、发行人安全生产与环境保护情况 .....	162
十、发行人境外经营情况 .....	164
十一、发行人业务发展过程和模式成熟度、经营稳定性和行业地位 .....	164
<b>第六节 财务会计信息与管理层讨论分析 .....</b>	<b>170</b>
一、发行人报告期财务报表 .....	170
二、注册会计师审计意见和关键审计事项 .....	175
三、财务报表的编制基础、合并范围及变化情况 .....	178
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 .....	178
五、分部信息 .....	204
六、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表 .....	204

七、公司报告期内相关税收情况.....	205
八、报告期内公司主要财务指标.....	208
九、经营成果分析.....	209
十、资产质量分析.....	272
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	303
十二、重大资本性支出与资产业务重组分析.....	323
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 等事项.....	323
十四、发行人盈利预测报告披露情况.....	324
<b>第七节 募集资金运用与未来发展规划.....</b>	<b>325</b>
一、募集资金运用概况.....	325
二、募集资金投资项目的具体方案.....	328
三、本次募集资金的必要性及可行性.....	330
四、募集资金运用对公司生产经营和财务状况的影响.....	335
五、公司战略规划及措施.....	335
<b>第八节 公司治理与独立性.....</b>	<b>339</b>
一、发行人内部控制制度的情况.....	339
二、发行人最近三年违法违规情况.....	341
三、发行人最近三年资金占用及违规担保情况.....	341
四、发行人独立持续经营能力.....	341
五、同业竞争.....	343
六、关联方及关联关系.....	343
七、关联交易.....	348
八、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....	353
九、关于规范关联交易的制度安排.....	354
十、控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员及持股 5%以 上股份股东关于关联交易的承诺.....	357
<b>第九节 投资者保护.....</b>	<b>358</b>
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.....	358
二、本次发行前后股利分配政策差异情况.....	358

三、现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制 .....	358
四、特别表决权股份、协议控制架构和累计未弥补亏损情况.....	360
<b>第十节 其他重要事项 .....</b>	<b>361</b>
一、重要合同 .....	361
二、对外担保情况 .....	369
三、重大诉讼、仲裁事项 .....	369
<b>第十一节 声明.....</b>	<b>372</b>
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	372
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	373
三、保荐人（主承销商）声明 .....	374
四、发行人律师声明 .....	377
五、审计机构声明 .....	378
六、资产评估机构声明.....	379
七、验资机构声明 .....	380
<b>第十二节 附件.....</b>	<b>381</b>
一、备查文件目录 .....	381
二、文件查阅地址、时间 .....	382
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.....	382
四、与投资者保护相关的承诺 .....	386
五、与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项.....	419
六、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及运行情况.....	419
七、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明 .....	421
八、子公司、参股公司简要情况.....	424

## 第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下含义：

### 一、一般用语

发行人、公司、科凡家居	指	科凡家居股份有限公司
科凡有限	指	佛山市科凡智造家居用品有限公司，公司前身
六安科凡	指	六安市科凡智造家居用品有限公司，公司全资子公司
科凡智绘	指	佛山市科凡智绘家居用品有限公司，公司全资子公司
科凡北滘分公司	指	科凡家居股份有限公司北滘分公司，曾用名为：佛山市科凡智造家居用品有限公司北滘分公司
科凡广州分公司	指	科凡家居股份有限公司广州分公司
科凡集团	指	佛山科凡科技集团有限公司，公司控股股东；曾用名为：佛山市科凡家居用品有限公司
珠海泽惠	指	珠海泽惠投资合伙企业（有限合伙），公司股东；曾用名为：珠海泽惠投资管理合伙企业（有限合伙），于 2022 年 5 月变更为现企业名称
欧派家居	指	欧派家居集团股份有限公司
索菲亚	指	索菲亚家居股份有限公司
尚品宅配	指	广州尚品宅配家居股份有限公司
志邦家居	指	志邦家居股份有限公司
金牌厨柜	指	金牌厨柜家居科技股份有限公司
好莱客	指	广州好莱客创意家居股份有限公司
皮阿诺	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司
我乐家居	指	南京我乐家居股份有限公司
顶固集创	指	广东顶固集创家居股份有限公司
德胜茂	指	内江经济技术开发区德胜茂建材经营部
谢泽商行	指	宁波高新区谢泽建材商行
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
上交所	指	上海证券交易所
A 股	指	获准在境内证券交易所上市、以人民币标明面值、以人民币认购和进行交易的普通股股票
股东大会	指	本公司股东大会

董事会	指	本公司董事会
监事会	指	本公司监事会
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则（2023年修订）》
《公司章程》	指	现行有效的《科凡家居股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	本次发行上市而制定并将在上市后实施的《科凡家居股份有限公司章程（草案）》
保荐人、国泰君安证券	指	国泰君安证券股份有限公司
发行人会计师、华兴、华兴会计师	指	华兴会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、锦天城律师	指	上海市锦天城律师事务所
评估机构	指	中联国际评估咨询有限公司
报告期、最近三年及一期	指	2019年度、2020年度、2021年度、2022年1-6月
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、2022年6月30日
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

## 二、专业用语

家具	指	在生活、工作或社会交往活动中具有供人们坐、卧、躺、倚靠，或分隔与装饰空间，或支承与贮存物品等功能的一类器具
定制家居	指	按照消费者的具体房型上门测量，量身设计，并由定制工厂按照个性设计方案完成家具产品的个性定制生产，最终通过物流运输由终端门店负责完成上门安装服务的各类家具产品
板材	指	柜体及门板的主要原材料，由木材或其他木质纤维素材料制成的碎料，施加胶粘剂后在热力和压力作用下胶合而成
柔性生产	指	柔性生产是针对大规模生产的弊端而提出的新型生产模式，即通过系统结构、人员组织、运作方式和市场营销等方面的改革，使生产系统能对市场需求变化作出快速的适应，同时消除冗余无用的损耗，力求企业获得更大的效益
OEM	指	OEM（Original Equipment Manufacturer），也称为定点生产，俗称代工（生产），其含义是生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的“关键的核心技术”，负责设计和开发、控制销售“渠道”，具体的加工任务交给别的企业去做的方式
ERP系统	指	ERP（Enterprise Resource Planning，企业资源计划）系统，是由美国计算机技术咨询和评估集团 Gartner Group Inc.提出的一种供应链的管理思想。企业资源计划是指建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台
委托加工、外协加工	指	由委托方提供原料和主要材料，受托方只代垫部分辅助材料，按照委托方的要求加工货物并收取加工费或向加工商提供原材料加工后再予以购回的经营活

准交率	指	准时交货率，即供应商在一定时间内准时交货的次数占其总交货次数的百分比
KD	指	KitchenDraw（KD 橱柜设计软件），一种由法国著名软件供应商 PRAGMA Informatique 公司出品的家居设计软件
PE 漆	指	不饱和聚酯涂料，简称 PE 漆。PE 漆成膜原理是不饱和聚酯与某一单体（苯乙烯、丙烯酸酯、醋酸乙烯）混合在引发剂（过氧化物）与促进剂（有机钴盐）的存在下，常温下成为涂膜，具有可厚涂、涂膜硬度高、耐溶剂好、丰满度高等优点
PU 漆	指	聚氨酯涂料，简称 PU 漆。一般由异氰酸盐与含羟基的组分反应而成。PU 漆常温下即可反应，漆膜硬度高、韧性好、耐冲击、耐化学性好
PUR 胶	指	聚氨基甲酸乙酯，简称为 PUR 胶，胶液不仅会通过冷却形成物理性凝固，从而达到初始强度，而且还会与空气中的水分、板件表面的水分和封边带表面的水分发生化学反应，使封边条和板材间形成分子聚合
刨花板	指	将木材等原材料切削成一定规格的碎片，经过干燥，拌以胶黏剂、硬化剂、防水剂，在一定温度下压制而成的一种人造板材
多层板	指	由木段旋切成单板或由木方刨切成薄木，再用胶粘剂胶合而成的三层或多层的板状材料，通常用奇数层单板，并使相邻层单板的纤维方向互相垂直胶合而成的一种人造板材
三胺板	指	三聚氰胺饰面板，简称三胺板，又称饰面板，是由基材（中纤板、刨花板、防潮板、多层实木夹板等）和三聚氰胺浸胶纸（原纸浸渍特别三胺胶）高温压贴而成的一种板材
欧松板	指	以具有环保意义的速生林和间伐林（如松木、杨木等）为原料，通过专用设备经刨片、干燥、筛选、施胶、定向铺装、连续热压成型等多道复杂工序制造而成的一种板材
素板	指	未进行表面二次加工处理的各种人造板
整板	指	素板与饰面纸经压贴加工后的半成品板
新收入准则	指	企业会计准则第 14 号——收入（修订）
新租赁准则	指	企业会计准则第 21 号——租赁

由于四舍五入的原因，本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异。

## 第二节 概览

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

### 一、重大事项提示

#### （一）特别风险提示

本公司提醒投资者特别关注“风险因素”中的下列风险，并认真阅读本招股说明书“第三节 风险因素”中的全部内容。

#### 1、房地产行业调控的风险

定制家居行业属于房地产后周期行业，会受到房地产行业景气程度的影响。近年来，为促进房地产市场平稳健康发展，国家陆续出台了一系列房地产市场宏观调控政策，对房地产市场进行持续调控，进而对定制家居行业等房地产后周期行业造成一定不利影响。报告期各期，公司销售收入分别为 41,593.83 万元、45,504.57 万元、62,612.62 万元和 26,391.03 万元，销售收入整体保持增长趋势。尽管公司业绩一直保持稳定发展的态势，若我国房地产市场未来受到宏观调控和经济发展的不利影响，公司存在因房地产市场不景气导致业绩下滑的风险，极端情况下可能存在公司上市当年业绩下滑甚至亏损的情形。

#### 2、原材料价格波动风险

公司产品生产所需的主要原材料包括板材、五金配件、封边条和包装物料等。报告期各期，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 73.39%、73.11%、74.39%和 73.01%，直接材料价格对公司主营业务成本的影响较大。近年来，部分原材料价格存在一定的波动，虽然公司产品的定价方式是以成本加成为基础，通常能够将原材料价格波动向下游客户转移，缓解原材料价格波动对公司经营的不利影响。但若原材料价格在短期内发生剧烈波动，公司产品价格未能及时调整，可能对公司经营业绩带来不利影响。

#### 3、经销商管理的风险

报告期各期，公司经销模式收入占主营业务收入的比例分别为 98.94%、

99.08%、98.88%和 99.50%，占比较高。经销商模式有利于公司借助经销商的区域资源优势拓展营销网络，并对各级市场进行有效渗透，提高产品的市场占有率。截至 2022 年 6 月末，公司在国内已发展经销商 930 家，开设门店 970 家，公司与上述经销商签订年度经销协议，经销商通过自有门店销售本公司产品。

随着公司的经销商体系规模持续扩大，公司对经销商的管理能力要求也不断提高。一方面，公司的定制化产品需要经过上门测量、个性化设计、运输安装、售后服务等流程，经销商的终端服务水平会影响到公司的用户体验和品牌声誉；另一方面，虽然公司通过经销协议与日常工作流程在形象设计、人员培训、产品定价等方面对经销商进行了统一管理，但若个别经销商未按照经销协议的约定进行产品的销售和服务，或经营活动有悖于公司品牌的经营宗旨，或经销商出现自身管理混乱、违法违规等行为，将会对公司的市场形象产生负面影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

#### **4、租赁房产的风险**

截至本招股说明书签署之日，公司及下属子公司存在部分租赁房产的出租方尚未提供房产产权证书及租赁集体土地、划拨地上房产的行为存在合法性瑕疵的情形，涉及面积约 2.86 万平方米（剔除虽未取得产权证书，但属于经主管部门批准建设的租赁房产），占公司自有及租赁房产面积比例为 32.16%。

在未来的生产经营中，公司可能因租赁房产瑕疵而导致租赁协议非正常终止、搬迁并产生额外的费用支出。虽然实际控制人已承诺对公司及其子公司因租赁房产瑕疵而产生的搬迁费用和因搬迁所造成的损失予以全额补偿，但上述情形仍可能对公司及其子公司业务和财务状况产生不利影响。

#### **（二）本次发行前未分配利润的处理**

经公司 2022 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次发行前的滚存未分配利润，由本次发行后的新老股东按照发行完成后的持股比例共同享有。

#### **（三）与投资者保护相关承诺**

本公司提请投资者认真阅读公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和本次发行的中介机构等责任主体作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请详见本招股说明书“第十二节 附件”之“四、

与投资者保护相关的承诺”。

## 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	科凡家居股份有限公司	成立日期	2016年2月26日
注册资本	5,000.00万元	法定代表人	林涛
注册地址	佛山市顺德区北滘镇三洪奇三乐路北侧工业区六仓（三洪奇工业区第一路尾）	主要生产经营地址	佛山市顺德区北滘镇三洪奇三乐路北侧工业区六仓（三洪奇工业区第一路尾）
控股股东	佛山科凡科技集团有限公司	实际控制人	林涛及何倩芬夫妇
行业分类	C21 家具制造业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无

### （二）本次发行的有关中介机构

保荐人	国泰君安证券股份有限公司	主承销商	国泰君安证券股份有限公司
发行人律师	上海市锦天城律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	华兴会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	中联国际评估咨询有限公司
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		无	

### （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深圳分公司	保荐人（主承销商）收款银行	【】
其他与本次发行有关的机构		无	

## 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	1.00元		
发行股数	不超过1,667万股	占发行后总股本比	不低于25.00%
其中：发行新股数量	不超过1,667万股	占发行后总股本比	不低于25.00%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比	不适用

发行后总股本	不超过 6,667 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（发行价格除以每股收益，每股收益按照【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
预测净利润（如有）	不适用		
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会要求或认可的其他方式		
发行对象	（1）网下投资者：符合中国证监会《证券发行与承销管理办法》规定的投资者；（2）网上发行对象：符合有关规定条件的二级市场投资者；或（3）法律、法规未禁止的其他投资者		
承销方式	余额包销		
募集资金总额	【】亿元		
募集资金净额	【】亿元（扣除发行费用）		
募集资金投资项目	智造生产基地扩产建设项目		
	信息化升级建设项目		
	营销网络建设项目		
	研发中心升级建设项目		
发行费用概算	承销费用	【】万元	
	保荐费用	【】万元	
	审计、验资费用	【】万元	
	律师费用	【】万元	
	信息披露费用	【】万元	
	股权登记费用	【】万元	
	其他发行费用	【】万元	
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况（如有）	不适用		
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况（如有）	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	不适用		

数量、发行费用的 分摊原则（如有）	
<b>（二）本次发行上市的重要日期</b>	
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）公司主要业务及主要产品

公司系专业从事于定制家居研发、设计、生产、销售的柜墙门一体化综合解决方案服务商。经过多年发展，公司产品由原先单一的定制衣柜扩展为定制厨柜等其它定制柜类、室内门、护墙板与配套成品家具搭配而成的整体空间产品体系。

公司终端销售客户基本为全国范围内有家装需求的个人消费者，公司主要通过经销商模式进行销售，报告期内，经销商模式占公司主营业务收入的比例均在98%以上。

发行人作为柜墙门一体化设计方案提供商，主要为客户提供定制衣柜、其他定制类家居产品（其他定制柜类、护墙板、室内门等）和成品家居。报告期内，公司主要产品系包括定制衣柜和其他定制家居产品在内的定制家居产品，其收入占主营业务收入比例均在95%以上。

### （二）公司生产所需主要原材料及重要供应商

#### 1、公司生产所需主要原材料情况

公司采购包括原材料采购、OEM 采购、委外加工和成品家居采购。报告期各期，公司原材料采购金额分别为 17,192.08 万元、19,438.63 万元、27,097.97 万元和 11,091.72 万元，占公司采购总额的比例分别为 80.47%、85.47%、85.95% 和 86.19%。其中，板材、五金配件、饰面纸、包装物料和封边条为发行人生产所需主要原材料。公司主要原材料采购金额及构成参见本招股说明书“第五节业务与技术”之“五、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料采

购以及价格变化情况”。

## 2、公司重要供应商情况

报告期各期，公司向前五大供应商采购占比分别为 29.42%、27.71%、26.97% 和 27.89%。公司重要供应商包括广西高峰桂山人造板有限公司、安徽省六安市叶集丽人木业有限公司、六安市伟杰板业有限公司等，公司向其采购板材、饰面纸、委外加工服务等。

### （三）公司主要生产模式

公司销售的主要产品为定制家居产品，产品高度定制化，在设计样式、规格、颜色、内部结构均存在较大差异，产品高度定制化，因此公司采取“以销定产”的生产模式，即根据销售订单安排生产。公司采用以自主生产为主、兼有少量产品 OEM 代工生产和部分工序委外加工的生产模式。

### （四）公司主要销售模式和渠道及重要客户

#### 1、公司主要销售模式和渠道

公司围绕定制家居等主营产品，实行以经销商模式为主、工程和零散业务模式为辅的销售模式。经销商模式即公司授权经销商门店使用公司品牌开展定制家居产品零售业务，报告期各期经销收入占主营业务收入比例分别为 98.94%、99.08%、98.88%和 99.50%，为公司的主要销售模式。截至 2022 年 6 月 30 日，公司在全国范围内拥有 930 家经销商及 970 家门店，覆盖全国主要城市。

#### 2、公司重要客户情况

报告期内，公司向前五大客户的销售收入占营业收入的比例分别为 6.23%、6.30%、5.43%和 4.82%。公司重要客户包括佛山市禅城区思凡建材店、稀土开发区海睿家居经销部、昆明市盘龙区科信家居用品商店等经销商，公司向其销售定制家居产品。

### （五）行业竞争情况及发行人在行业中的竞争地位

公司所处的定制家居市场竞争较为激烈，因为市场上品牌众多，市场集中度较低，呈现出“大行业、小企业”的竞争格局。随着中国房地产业稳健发展、人民生活水平提高以及消费者对定制家居产品需求增长，市场份额将向拥有高设计

研发能力、柔性生产能力、强大经销网络 and 良好市场口碑的头部企业聚拢。

公司系广东衣柜行业协会会长单位和广东省定制家居协会副会长单位，自成立以来至今，先后获中国家居产业家居领军品牌大雁奖、全屋定制十大品牌、中国衣柜十大品牌、橱柜十大品牌、定制家居十大品牌、整体衣柜十大品牌等国内行业荣誉，同时也获得广东省科学技术厅授予的广东省高新技术企业、佛山市工业和信息化局授予的佛山市专精特新企业、安徽省科学技术厅认证的高新技术企业和安徽省经济和信息化厅授予的安徽省专精特新企业等资质认证。

与同行业公司相比，公司始终坚持在工业化、规模化生产的基础上，保持自身设计特色，满足消费者个性化需求。未来，公司将充分运用自身竞争优势，进一步提升品牌影响力和市场份额。

## 五、公司板块定位情况

公司符合《首次公开发行股票注册管理办法》第三条和《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》第三条中关于主板定位“重点支持业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的优质企业”的要求，具体说明如下：

### （一）公司业务模式成熟

公司主要以经销模式为全国各地有家装需求的消费者提供定制化家居产品，相关业务模式符合行业经营特点，模式成熟度情况如下：

#### 1、经销网络覆盖广泛、运营高效

公司所处的定制家居行业具有终端消费者数量众多、分布分散，且定制产品的整体服务周期较长、服务频次较高的特点，因此经销网络成为定制家居行业中极具战略意义的一环，不仅承担着定制家居企业向终端客户提供产品个性化设计的服务工作，还需提供专业的上门安装及售后服务。

公司经过多年经销网络的战略布局和建设，营销渠道现已覆盖国内绝大部分省会城市及经济相对发达城市。截至 2022 年 6 月 30 日，公司在全国范围内拥有 930 家经销商和 970 家门店，在积极布局一二线城市经销网络的同时，深度渗透并下沉三四线市场。另一方面，公司拥有一支行业领先、经验丰富的运营支持培训团队，为经销商提供产品设计、营销策划、安装及售后服务等方面的培训，

使得经销商网点的服务人员能够提升自身素质与技能，为客户提供质量过硬且周到的服务，为公司树立良好的口碑。

公司对经销网络的不断完善和持续赋能，逐渐搭建起覆盖全国、高效运营的经销商营销服务体系，使得公司能为各地终端消费者提供更优质、及时的服务，提升整体服务质量和销售效率。

## **2、信息化程度高，拥有成熟的智能制造能力**

定制家居行业通常采用订单驱动方式进行生产，但受到众多消费者不同个性化需求的影响，订单的多样性和产品的复杂性使得定制家居企业面临着非标准化订单大规模、高效率生产的难题。

为了保障公司的生产经营效益和增强市场竞争力，公司通过引进法国的 KD 拆单软件和德国豪迈等知名品牌的高端自动化生产设备，根据实际生产经营情况进行自主研发，加入定制化元素作二次优化，形成了一套以信息化系统为基础的智能柔性生产技术。公司的柔性生产能力能够实现自动拆单和智能揉单、自动完成开料、封边、打孔、铣槽等生产环节，从而达到多产品、多形态、多单元快速转换的目的，大幅提升了公司的非标制造能力。

公司充分利用信息技术在生产和服务各个环节的融合不断提高自动化、智能化水平，从而缩短生产周期，提高运营效率，逐步建立起定制家居产品的柔性化规模生产优势。

## **3、研发设计创新能力强，产品体系丰富环保**

定制家居产品系根据消费者的个人喜好进行设计的个性化产品，具有样式、规格、颜色、内部结构等方面高度定制化的特性；同时，在充分考虑消费者需求和产品美观性的基础上，优秀的定制家居企业还需根据消费者的房型和其他家居的摆放形式，结合空间利用率进行定制化产品设计。

作为国内知名的定制家居品牌企业，公司一直将研发和设计创新作为核心竞争力之一，注重产品的美观度与个性化表达，通过自主创新持续不断地推出创新产品，致力于将产品的功能属性与审美属性达到和谐统一，为消费者带来更好的使用体验。截至本招股说明书签署之日，公司及子公司共拥有 100 项专利，其中包括 9 项发明专利、74 项实用新型专利、17 项外观设计专利，体现了公司较

强的研发、设计创新能力。

经过多年定制家居研发经验的积累，公司已打造和推出多种产品设计风格，拥有丰富完善的产品体系，产品使用场景包括入户空间、客厅空间、厨房空间、卧房空间、书房空间等，产品设计风格包括摩登东方、意式轻奢、现代极简、经典欧美等，可满足各类消费群体的家居消费需求和居家审美需求。在产品的原材料选用、制作加工过程方面，公司亦注重绿色、安全和环保性，坚持遵循全球家居板材最高环保标准，为消费者提供真正安心可靠的高品质基材。

## （二）公司经营业绩稳定、规模较大

### 1、发行人经营环境稳定，行业前景广阔

近年来，我国定制家居行业市场规模高速增长，由 2015 年的 1,067 亿元增长至 2021 年的 2,307 亿元，年均复合增长率达到 13.71%，已成为我国家具制造业的支柱产业，在家具制造业整体增速放缓的情况下依旧维持中高速增长，体现了行业良好的发展态势。未来，随着我国城镇化进程加快和存量房翻新需求带来的定制家居市场增量，公司所在行业市场空间和发展前景将持续向好。

### 2、发行人收入规模较大，经营业绩稳定

在良好的行业发展趋势下，公司实现了较好的经营成果，报告期内公司的主要经营情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	26,391.03	62,612.62	45,504.57	41,593.83
净利润	1,982.85	8,855.08	4,759.54	3,903.51
净利润（扣除非经常性损益后）	1,756.76	7,600.61	4,168.72	3,490.01

报告期内，公司营业收入分别为 41,593.83 万元、45,504.57 万元、62,612.62 万元和 26,391.03 万元，2019 年度至 2021 年度累计不低于 10 亿元，收入规模较大；净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为 3,490.01 万元、4,168.72 万元、7,600.61 万元和 1,756.76 万元，2019 年度至 2021 年度累计不低于 1.5 亿元，盈利能力较强，经营业绩稳定。

综上所述，在经营环境稳定、市场前景广阔的行业背景下，报告期内公司经

营业绩稳定发展，规模较大。

### （三）公司具有行业代表性

经过多年发展，科凡家居已成为国内知名的定制家居品牌之一，在珠三角产业集群（国内定制家居行业发源地和产业高地）占有重要地位，系广东衣柜行业协会会长单位和广东省定制家居协会副会长单位。公司始终致力于为行业带来更多具备美观度、个性化表达和绿色环保的定制家居产品，并先后获中国家居产业家居领军品牌大雁奖、全屋定制十大品牌、中国衣柜十大品牌、橱柜十大品牌、定制家居十大品牌、整体衣柜十大品牌等国内行业荣誉。此外，公司拥有较强的研发设计实力，系广东省科学技术厅认证的高新技术企业、佛山市工业和信息化局认证的佛山市专精特新企业，子公司六安科凡系安徽省科学技术厅认证的高新技术企业、安徽省经济和信息化厅认证的安徽省专精特新企业。

我国定制家居行业整体呈现“大行业，小企业”特点，参与企业众多，而公司经营规模位居行业前列。报告期内，公司营业收入分别为 41,593.83 万元、45,504.57 万元、62,612.62 万元和 26,391.03 万元，收入规模较大；报告期各期末，公司经销商数量分别为 640 家、798 家、943 家和 930 家，经销网络遍布全国各地，系全国性的定制家居品牌。

综上所述，公司系国内知名的定制家居品牌，行业地位较高，经营规模较大，具有行业代表性。

## 六、公司主要财务数据及财务指标

公司报告期内财务报告经华兴会计师审计，以下财务数据均引用自经审计的财务报表。

项目	2022年1-6月 /2022.06.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
资产总额（万元）	46,431.97	48,230.78	37,605.37	29,790.75
归属于母公司所有者权益（万元）	26,999.94	25,451.26	19,042.38	13,167.09
资产负债率（母公司）（%）	39.60	41.37	39.88	50.48
营业收入（万元）	26,391.03	62,612.62	45,504.57	41,593.83
净利润（万元）	1,982.85	8,855.08	4,759.54	3,903.51

项目	2022年1-6月 /2022.06.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,982.85	8,855.08	4,759.54	3,903.51
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,756.76	7,600.61	4,168.72	3,490.01
基本每股收益（元）	0.40	1.77	0.97	0.98
稀释每股收益（元）	0.40	1.77	0.97	0.98
加权平均净资产收益率（%）	7.66	42.01	29.60	33.68
经营活动产生的现金流量净额（万元）	1,724.35	13,293.20	12,062.60	9,062.76
现金分红（万元）	1,000.00	3,500.00	-	2,000.00
研发投入占营业收入的比例（%）	4.23	3.94	5.35	4.26

## 七、公司财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

公司财务报告审计截止日为2022年6月30日。自财务报告审计基准日至本招股说明书签署之日，公司经营状况良好，各项业务稳步推进；公司的经营模式、主要原材料的采购、主要产品的生产及销售、主要客户及供应商的构成等均未发生重大变化；未出现对公司生产经营能力造成重大不利影响的事项。

## 八、公司选择的具体上市标准

公司选择的上市标准为《深圳证券交易所股票上市规则（2023年修订）》第三章3.1.2中规定的第（一）条：最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低1.5亿元，最近一年净利润不低于6,000万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于1亿元或者营业收入累计不低于10亿元。

2019-2021年度，公司的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为3,490.01万元、4,168.72万元和7,600.61万元，累计为1.53亿元；公司经营活动产生的现金流量净额分别为9,062.76万元、12,062.60万元和13,293.20万元，累计为3.44亿元；公司的营业收入分别为41,593.83万元、45,504.57万元和62,612.62万元，累计为14.97亿元。

综上，公司财务指标符合上述所选上市标准。

## 九、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特殊安排等重要事项。

## 十、募集资金运用与未来发展规划

### （一）募集资金运用

本次股票发行成功后，扣除发行费用后的募集资金净额，将全部用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	预计投资规模	预计使用募集资金	实施主体	备案项目代码	环保批文
1	智造生产基地扩产建设项目	26,854.96	26,000.00	科凡家居	2203-440606-04-01-816279	无需办理
2	信息化升级建设项目	6,037.60	6,000.00	科凡家居		
3	营销网络建设项目	5,966.40	5,000.00	科凡家居		
4	研发中心升级建设项目	3,071.85	3,000.00	科凡家居		
合计		<b>41,930.81</b>	<b>40,000.00</b>	-		

本次募集资金到位前，公司可根据募集资金投资项目的实际情况，以自有资金或自筹资金先行投入，实际募集资金扣除发行费用后，将用于支付项目剩余款项及置换先期投入。若本次发行实际募集资金净额不能满足上述项目全部资金需求，不足部分将由公司自筹解决。

### （二）未来发展规划

公司将坚持“大众之上，高定之下”的产品定位，以“专注美感，围绕用户需求作出主动适应，不断驱动公司进行高效变革”为工作主题，通过综合运用公司较强的研发设计能力和柔性化规模生产能力持续提高公司产品竞争力，同时以强有力的运营支持赋能经销商，不断巩固并提升公司的综合运营服务优势，从而逐步成为用户公认的家居工业化内装专家品牌，为行业树立标杆，为社会创造价值。

## 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，公司不存在重大诉讼、对外担保等其他对发行

人有重大影响的事项。

## 第三节 风险因素

投资者在评价公司本次公开发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。公司提请投资者仔细阅读本节全文。

### 一、与发行人相关的风险

#### （一）经营风险

##### 1、原材料价格波动风险

公司产品生产所需的主要原材料包括板材、五金配件、封边条和包装物料等。报告期各期，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 73.39%、73.11%、74.39%和 73.01%，直接材料价格对公司主营业务成本的影响较大。近年来，部分原材料价格存在一定的波动，虽然公司产品的定价方式是以成本加成为基础，通常能够将原材料价格波动向下游客户转移，缓解原材料价格波动对公司经营的不利影响。但若原材料价格在短期内发生剧烈波动，公司产品价格未能及时调整，可能对公司经营业绩带来不利影响。

##### 2、经销商管理的风险

报告期各期，公司经销模式收入占主营业务收入的比例分别为 98.94%、99.08%、98.88%和 99.50%，占比较高。经销商模式有利于公司借助经销商的区域资源优势拓展营销与服务网络，并对各级市场进行有效渗透、提高产品的市场占有率。截至 2022 年 6 月末，公司在国内已发展经销商 930 家，开设门店 970 家，公司与上述经销商签订年度经销协议，经销商通过自有门店销售公司产品。

随着公司的经销商规模持续扩大，公司对经销商的管理能力要求也不断提高。一方面，公司的定制化产品需要经过上门测量、个性化设计、运输安装、售后服务等流程，经销商的终端服务水平会影响到公司的用户体验和品牌声誉；另一方面，虽然公司通过经销协议与日常工作流程在形象设计、人员培训、产品定价等方面对经销商进行了统一管理，但若个别经销商未按照经销协议的约定进行产品

的销售和服务，或经营活动有悖于公司品牌的经营宗旨，或经销商出现自身管理混乱、违法违规等行为，将会对公司的市场形象产生负面影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

### **3、产品研发和设计风险**

公司专注于定制家居产品的个性化设计、研发、生产、销售等业务。随着定制化家居产品的快速迭代，以及相应生产工艺技术的持续革新进步，如果公司在未来经营发展过程中，对产品和市场的发展趋势不能正确判断，对行业发展方向、关键技术研发、用户需求的发展动态不能及时掌控，或未来研发投入不足、研发技术人员流失、研发技术成果转化效果不佳，公司无法根据市场和消费者的需求及时进行产品、技术更新，则可能对公司的产品竞争力、经营业绩等情况造成不利影响。

### **4、产品质量风险**

公司一直视产品质量为企业发展的基石，公司生产技术成熟、工艺流程完善、质控标准严格、质控措施完备，产品出厂前均经过严格的质量检验，但这无法完全排除产品使用后发生质量问题的可能性。一旦发生质量问题，即便为物流破损、经销商安装问题等非公司责任的情形，消费者也可能与公司产生权益纠纷，对公司产品未来的美誉度和信任度构成潜在风险，进而可能对公司产品的市场销售产生不利影响。

## **（二）内控风险**

### **1、实际控制人控制不当的风险**

截至本招股说明书签署之日，公司实际控制人林涛及何倩芬夫妇控制公司 78.50% 股份的表决权。本次发行后实际控制人仍将合计控制公司 58.87% 股份的表决权（按发行 1,667 万股计算）。如果实际控制人通过其直接及间接持有的股份对公司的人事安排、经营决策、投资担保、资产交易、章程修改和股利分配政策等重大决策予以不当控制，则可能给公司和其他股东带来风险。

### **2、资产和经营规模迅速扩张带来的管理风险**

公司近年来发展速度较快，经营规模不断扩大，组织结构和管理体系日益复

杂。随着公司本次发行募集资金的到位和投资项目的实施开展，公司规模将进一步扩大，对公司经营管理、资源整合、持续创新、市场开拓等方面都提出了更高的要求，经营决策和风险控制的难度进一步增加。如果公司管理团队的人员配备和管理水平不能适应规模迅速扩张的需要，在本次发行上市后迅速建立起适应资本市场要求和公司业务发展需要的运作机制并有效运行，将影响公司的经营效率、发展速度和业绩水平。

### （三）财务风险

#### 1、存货跌价的风险

公司主要根据客户订单进行生产，同时根据生产计划准备原材料。报告期各期末，公司存货账面价值分别为 3,178.99 万元、2,912.86 万元、3,530.95 万元和 2,864.53 万元。由于公司的产品均为定制化程度较高的家居产品，为了满足终端客户的需求和喜好，公司研发了不同系列的定制家居产品。因此，公司需要储备不同规格、款式的板材、五金配件等原材料。

未来，随着生产规模的不断扩大，公司存货可能相应增加，若终端客户需求发生较大变化，现有的产品系列无法满足市场需求，可能导致公司原材料的可变现净值降低，进而带来存货跌价的风险。

#### 2、税收优惠政策变化的风险

公司 2018 年 11 月 28 日被广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局联合认定为高新技术企业（证书编号为：GR201844001366），并于 2021 年 12 月 20 日被继续认定为高新技术企业（证书编号为：GR202144002949）。

根据《中华人民共和国企业所得税法》及《高新技术企业认定管理办法》的相关规定，报告期内，公司 2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月所得税适用 15% 的优惠税率。如果国家所得税相关税收政策发生变化或公司将来未能获得高新技术企业认定导致适用所得税率发生变化，将对公司的经营业绩产生不利影响。

## （四）法律风险

### 1、租赁房产的风险

截至本招股说明书签署之日，公司及下属子公司存在部分租赁房产的出租方尚未提供房产权证书及租赁集体土地、划拨地上房产的行为存在合法性瑕疵的情形，涉及面积约 2.86 万平方米（剔除虽未取得产权证书，但属于经主管部门批准建设的租赁房产），占公司自有及租赁房产面积比例为 32.16%。

在未来的生产经营中，公司可能因租赁房产瑕疵而导致租赁协议非正常终止、搬迁并产生额外的费用支出。虽然实际控制人已承诺对公司及其子公司因租赁房产瑕疵而产生的搬迁费用和因搬迁所造成的损失予以全额补偿，但上述情形仍可能对公司及其子公司业务和财务状况产生不利影响。

### 2、发行人员工社会保险及住房公积金补缴的风险

报告期内，公司存在未全员缴纳社会保险和住房公积金的情形。虽然公司及下属子公司所在地相关主管部门已出具合规证明，证明报告期内公司及下属子公司不存在因违反劳动保障、社会保险、公积金方面的法律、法规而被处罚的情形，但未来公司仍存在被要求补缴社会保险和住房公积金的风险。若未来被相关主管部门要求补缴，经测算的报告期各期补缴金额分别为 624.31 万元、238.56 万元、346.45 万元和 10.04 万元，占公司利润总额的比例分别为 13.54%、4.41%、3.32% 和 0.45%。公司实际控制人已经作出承担未来被要求补缴、罚款或其他损失的承诺。

## 二、与行业相关的风险

### （一）房地产行业调控的风险

定制家居行业属于房地产后周期行业，会受到房地产行业景气程度的影响。近年来，为促进房地产市场平稳健康发展，国家陆续出台了一系列房地产市场宏观调控政策，对房地产市场进行持续调控，进而对定制家居行业等房地产后周期行业造成一定不利影响。报告期各期，公司营业收入分别为 41,593.83 万元、45,504.57 万元、62,612.62 万元和 26,391.03 万元，营业收入整体保持增长趋势。尽管公司业绩一直保持稳定发展的态势，若我国房地产市场未来受到宏观调控和经济发展的不利影响，公司存在因房地产市场不景气导致业绩下滑的风险；

极端情况下可能存在公司上市当年业绩下滑甚至亏损的情形。

## （二）市场竞争加剧风险

公司所在的定制家居行业具有可满足消费者的个性化需求、空间利用率高、风格多样化、服务周全、标准化和规模化生产的特点。近年来，定制家居行业呈现出快速发展的趋势，定制家居领域的竞争对手如欧派家居、索菲亚、尚品宅配、金牌厨柜、好莱客、顶固集创等都先后上市，并通过资本市场多次融资投入扩大产销规模。因行业发展潜力巨大，毛利率水平相对较高，部分地板、瓷砖等传统家居建材类企业也逐步加入定制家居行业，行业竞争不断加剧。

此外，定制家居行业虽然规模化的壁垒较高，但进入门槛较低，具有大行业、小企业的特点，几乎每个城镇都有本地的定制家具生产商。虽然优势企业将占据更多市场份额，但大量中小企业仍将继续存在，对优势企业构成价格竞争压力。

因此，随着行业市场竞争的加剧，如果公司不能正确判断、把握行业的市场动态和发展趋势，不能根据技术发展、行业标准和客户需求及时进行技术创新和经营策略调整，则存在因市场竞争力减弱而导致经营业绩不能达到预期目标的风险。

## （三）产品销售的季节性风险

受国家节假日安排、区域气候及风俗习惯等因素影响，国内定制家居产品的销售旺季通常在下半年。2019年至2021年，公司下半年主营业务收入占全年主营业务收入的比例分别为63.24%、67.55%和60.12%，季节性波动可能对公司劳动力安排、销售收入和现金流量稳定性产生一定的负面影响。

# 三、其他风险

## （一）募集资金投向风险

### 1、募集资金投资项目不能达到预期收益风险

基于当前宏观经济情况、市场环境、技术发展趋势及公司现有技术基础与实际经营状况等因素，公司对本次募集资金投资项目进行了充分的可行性研究论证，并对募集资金投资项目产生的经济效益进行了审慎测算，认为该等募投项目收益良好，可行性强。但未来如果我国宏观经济运行出现较大波动，或定制家居行业

市场环境发生重大变化，募投项目的投资回报和预期收益可能出现不及预期的情形。

## **2、募集资金投资项目建设风险**

公司拥有丰富的项目建设经验，并已制定了详实的项目建设计划和严格的项目工程质量、进度以及费用控制方案，力争早日完成项目建设并投入使用以获得最大的经济效益。但在项目建设过程中，可能会受到诸如国家宏观经济政策、市场环境、技术力量、企业自身管理水平等外在与内在因素的影响，导致项目的实施条件发生变化而无法如期完成。因此，公司存在募集资金投资项目不能如期完成，从而影响公司经营业绩的风险。

## **3、资产折旧及摊销费用增加的风险**

本次募集资金投资项目达产后，公司每年新增折旧及摊销费用约为 1,855.40 万元。如果募集资金投资项目不能如期顺利达产，或者达产后市场环境发生重大不利变化，公司将面临利润增长不能消化每年新增折旧及摊销费用而导致公司业绩下滑的风险。

## **4、净资产收益率下降的风险**

报告期各期，公司扣除非经常性损益归属于母公司股东净利润分别为 3,490.01 万元、4,168.72 万元、7,600.61 万元和 1,756.76 万元；扣除非经常性损益后的净利润的加权平均净资产收益率分别为 30.10%、25.92%、36.06%和 6.78%。本次发行完成后，公司净资产将显著增加，鉴于募集资金投资项目获得收益需要一定的时间，若公司净利润增长速度低于同期净资产增长速度，则可能导致净资产收益率较以前年度有所下降。

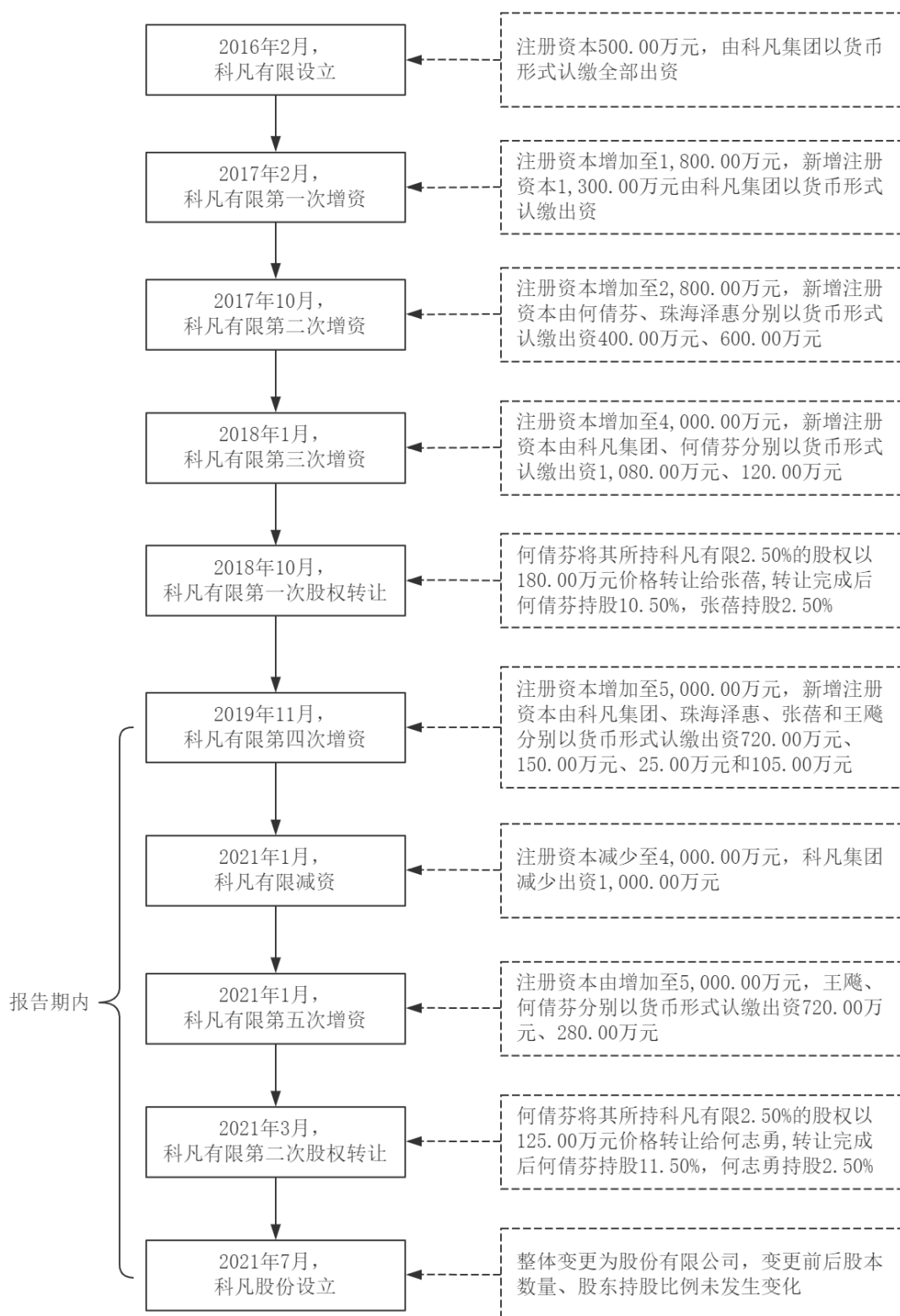
## 第四节 发行人基本情况

### 一、发行人概况

公司名称	科凡家居股份有限公司	
英文名称	Kefan Home Collection Co.,Ltd.	
注册资本	5,000.00 万元	
法定代表人	林涛	
成立日期	2016 年 2 月 26 日	
住所	佛山市顺德区北滘镇三洪奇三乐路北侧工业区六仓（三洪奇工业区第一路尾）	
邮政编码	528311	
联系电话	0757-26395136	
传真号码	0757-26324168	
互联网网址	<a href="http://www.kefan.cn">http://www.kefan.cn</a>	
电子信箱	kefan001@kefan.co	
信息披露和投资者关系相关事项	负责部门	董事会办公室
	负责人	何婉童
	联系方式	0757-26395136

### 二、发行人设立情况和报告期内股本、股东变化情况

公司设立及股本演变概况如下：



### （一）有限公司设立情况

发行人的前身为佛山市科凡智造家居用品有限公司。2016年2月16日，

科凡集团签署《佛山市科凡智造家居用品有限公司章程》，约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务，注册资本为 500.00 万元，由科凡集团以货币形式认缴全部出资。

2016 年 2 月 26 日，科凡有限完成工商注册登记手续，由佛山市顺德区市场监督管理局核发《营业执照》（统一社会信用代码：91440606MA4UM5D16A）。

2016 年 5 月 10 日，广东德正有限责任会计师事务所对上述出资情况进行审验并出具《验资报告》（粤德会验字[2016]025 号），确认截至 2016 年 3 月 21 日，科凡有限已收到科凡集团以货币形式缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 500.00 万元。

科凡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
1	科凡集团	500.00	100.00%
	合计	500.00	100.00%

## （二）股份公司设立情况

2021 年 6 月 7 日，科凡有限股东会作出决议，同意全体股东作为发起人，根据华兴会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（华兴专字[2021]21006200025 号），以科凡有限截至 2021 年 3 月 31 日经审计的净资产 16,341.43 万元折为股份公司股本合计 5,000 万股，每股面值 1 元。未折股净资产余额计入股份公司资本公积，整体变更为股份有限公司，公司名称变更为科凡家居股份有限公司。2021 年 6 月 23 日，全体股东签署《发起人协议》，同意共同作为发起人，以发起设立的方式将有限公司整体变更为股份有限公司。

2021 年 6 月 23 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，全体股东审议通过《关于科凡家居股份有限公司（筹）筹办情况报告的议案》《关于佛山市科凡智造家居用品有限公司依法整体变更为科凡家居股份有限公司（筹）的议案》《关于制定〈科凡家居股份有限公司（筹）章程（草案）〉的议案》等相关议案。

2021 年 6 月 23 日，华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对本次整体变更的注册资本实收情况进行审验，并出具了《验资报告》（华兴验字[2021]21009500028 号），确认各发起人的出资已足额缴纳。

2021年7月21日，公司完成本次整体变更的工商变更登记手续并取得佛山市顺德区市场监督管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码：91440606MA4UM5D16A）。

股份有限公司成立时，股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	科凡集团	2,600.00	52.00%
2	王飏	825.00	16.50%
3	珠海泽惠	750.00	15.00%
4	何倩芬	575.00	11.50%
5	张蓓	125.00	2.50%
6	何志勇	125.00	2.50%
合计		<b>5,000.00</b>	<b>100.00%</b>

### （三）发行人报告期内的股本和股东变化情况

截至报告期初2019年1月1日，发行人的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	科凡集团	2,880.00	72.00%
2	珠海泽惠	600.00	15.00%
3	何倩芬	420.00	10.50%
4	张蓓	100.00	2.50%
合计		<b>4,000.00</b>	<b>100.00%</b>

#### 1、2019年11月，报告期内科凡有限第一次增资

2019年11月22日，科凡有限股东会作出决议，同意注册资本由4,000.00万元增加至5,000.00万元。新增注册资本1,000.00万元中，由科凡集团以货币形式认缴出资720.00万元，珠海泽惠以货币形式认缴出资150.00万元，张蓓以货币形式认缴出资25.00万元，王飏以货币形式认缴出资105.00万元。

本次增资系为引进高级管理人员王飏而进行的股权激励，除何倩芬之外的其他股东为不稀释其持股比例而进行了同比例增资。本次增资价格为1元/注册资本（元），定价具有合理性。

2019年11月27日，科凡有限完成本次增资的工商变更登记手续。

2022年3月16日，华兴会计师对科凡有限本次增资情况进行审验并出具《验资报告》（华兴验字[2022]21009500071号），确认截至2020年9月30日，科凡有限已收到科凡集团、珠海泽惠、王飏和张蓓以货币形式缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币1,000.00万元。

本次增资完成后，科凡有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	科凡集团	3,600.00	72.00%
2	珠海泽惠	750.00	15.00%
3	何倩芬	420.00	8.40%
4	张蓓	125.00	2.50%
5	王飏	105.00	2.10%
合计		5,000.00	100.00%

## 2、2021年1月，报告期内科凡有限第一次减资

2020年9月28日，科凡有限股东会作出决议，同意注册资本由5,000.00万元减少至4,000.00万元，科凡集团减少出资1,000.00万元。

科凡有限已编制了资产负债表和财产清单，根据公司的财务状况和经营业绩，科凡有限能够承担债务清偿的义务，科凡有限减少注册资本是可行的，且债权债务处理方案已书面通知债权人并征得同意；同时，全体股东承诺，若科凡有限无法承担债务时，由股东承担连带责任。2020年9月30日，科凡有限于《南方日报》刊登《减资公告》，履行了债权人通知程序。自公告之日起45日内，无债权人要求科凡有限清偿债务或提供相应的担保。

本次减资系为将王飏、何倩芬通过科凡集团间接持有科凡有限的股权调整为直接持有科凡有限的股权而进行的定向减资，其中科凡集团从科凡有限减资1,000万元，为后续王飏、何倩芬对科凡有限的直接增资提供股权调整空间。由于本次减资系仅为股权结构的调整需要而进行，因此以1元/注册资本（元）的价格进行平价减资，具有合理性。

2021年1月20日，科凡有限完成本次减资的工商变更登记手续。

2022年3月16日，华兴会计师对科凡有限本次减资情况进行审验并出具《验资报告》（华兴验字[2022]21009500112号），确认截至2021年1月31日，科凡有限已减少注册资本（实收资本）合计人民币1,000.00万元。

本次减资完成后，科凡有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	科凡集团	2,600.00	65.00%
2	珠海泽惠	750.00	18.75%
3	何倩芬	420.00	10.50%
4	张蓓	125.00	3.13%
5	王飏	105.00	2.63%
合计		<b>4,000.00</b>	<b>100.00%</b>

### 3、2021年1月，报告期内科凡有限第二次增资

2021年1月22日，科凡有限股东会作出决议，同意注册资本由4,000.00万元增加至5,000.00万元。新增注册资本1,000.00万元中，由何倩芬以货币形式认缴出资280.00万元，王飏以货币形式认缴出资720.00万元。

本次增资系为将王飏、何倩芬通过科凡集团间接持有科凡有限的股权调整为直接持有科凡有限的股权而进行的定向增资，系继前次减资事项的后续增资操作。由于本次增资系仅为股权结构的调整需要而进行，因此以1元/注册资本（元）的价格进行平价增资，具有合理性。

2021年1月29日，科凡有限完成本次增资的工商变更登记手续。

2022年3月16日，华兴会计师对科凡有限本次增资情况进行审验并出具《验资报告》（华兴验字[2022]21009500128号），确认截至2021年1月31日，科凡有限已收到何倩芬、王飏以货币形式缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币1,000.00万元。

本次增资完成后，科凡有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	科凡集团	2,600.00	52.00%

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
2	王飏	825.00	16.50%
3	珠海泽惠	750.00	15.00%
4	何倩芬	700.00	14.00%
5	张蓓	125.00	2.50%
合计		<b>5,000.00</b>	<b>100.00%</b>

#### 4、2021年3月，报告期内科凡有限第一次股权转让

2021年2月18日，科凡有限股东会作出决议，同意何倩芬将其所持科凡有限2.50%的股权以125.00万元价格转让给何志勇，其他股东放弃对前述股权的优先购买权。

同日，何倩芬与何志勇就本次股权转让事项签订了《股权转让合同》，股权转让价款已支付完毕。

本次股权转让按1元/注册资本（元）的价格平价转让。何志勇与何倩芬系兄妹关系，本次股权转让系亲属之间的股权转让，定价具有合理性。

2021年3月3日，科凡有限完成本次股权转让的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，科凡有限的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	科凡集团	2,600.00	52.00%
2	王飏	825.00	16.50%
3	珠海泽惠	750.00	15.00%
4	何倩芬	575.00	11.50%
5	张蓓	125.00	2.50%
6	何志勇	125.00	2.50%
合计		<b>5,000.00</b>	<b>100.00%</b>

#### 5、2021年7月，整体变更为股份有限公司

整体变更为股份有限公司的情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况和报告期内股本、股东变化情况”之“（二）股份公司设立情况”。

### 三、发行人重大资产重组情况

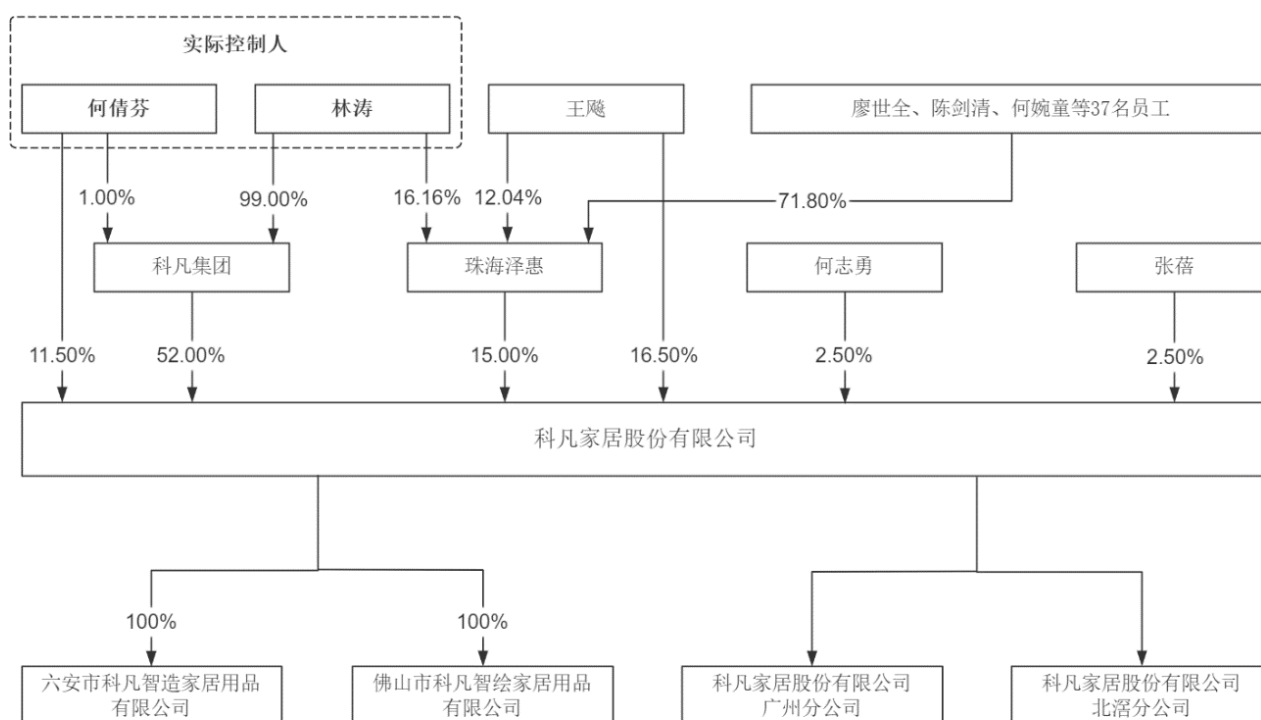
自公司设立之日起至本招股说明书签署之日，公司未进行重大资产重组。

### 四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

自设立至本招股说明书签署之日，发行人未有在其他证券市场上市、挂牌的情形。

### 五、发行人股权结构

截至本招股说明书签署之日，公司的股权结构如下：



### 六、发行人子公司、参股公司的简要情况

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 2 家全资子公司，其中六安科凡为公司的生产基地之一，系公司的重要子公司，科凡智绘未实际开展经营业务；公司未拥有参股企业。

#### （一）重要子公司情况

企业名称	六安市科凡智造家居用品有限公司
成立日期	2017 年 11 月 6 日

注册资本	2,500 万元		
实收资本	2,500 万元		
注册地和主要生产经营地	六安市叶集经济开发区金叶大道与纬三路交口		
股东构成及控制情况	科凡家居持股 100.00%		
主营业务	主要从事科凡家居的定制家居产品研发、设计、制造		
在公司业务板块的定位	六安科凡是公司位于华东地区的子公司，系公司两大生产基地之一		
主要财务数据（万元）	项目	2022年6月 30日/2022年 1-6月	2021年12月 31日/2021年 度
	总资产	15,306.21	15,312.13
	净资产	7,741.69	6,666.04
	营业收入	12,681.49	31,007.30
	净利润	1,054.03	3,494.21
	审计情况	经华兴会计师审计	

## （二）其他子公司情况

企业名称	佛山市科凡智绘家居用品有限公司
成立日期	2018年1月22日
注册资本	100万元
实收资本	100万元
股东构成及控制情况	科凡家居持股 100.00%
主营业务	未实际开展经营业务

## （三）报告期内转让或注销的子公司

报告期内，公司不存在转让或注销的子公司。

## 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）控股股东、实际控制人的基本情况

#### 1、发行人控股股东

截至本招股说明书签署之日，科凡集团持有公司 2,600.00 万股股份，占公

司股本总额的 52.00%，为公司的控股股东。科凡集团的具体情况如下：

公司名称	佛山科凡科技集团有限公司		
曾用名	佛山市科凡家居用品有限公司		
成立日期	2010年6月28日		
注册资本	2,600万元		
实收资本	2,600万元		
注册地和主要生产经营地	广东省佛山市顺德区北滘镇设计城社区三乐路北1号广东工业设计城二期西座L栋3楼A室		
股东构成	林涛持股 99.00%；何倩芬持股 1.00%		
主营业务及其与公司主营业务的关系	除投资科凡家居外，未实际开展其他经营业务		
主要财务数据（万元）	项目	2022年6月30日 /2022年1-6月	2021年12月31日 /2021年度
	总资产	2,613.04	2,608.14
	净资产	2,587.65	2,582.79
	营业收入	-	-
	净利润	524.86	2,518.40
	审计情况	经华兴会计师审计	

## 2、实际控制人

截至本招股说明书签署之日，林涛通过直接持有科凡集团 99.00%的股权，从而间接持有公司 51.48%的股份、控制公司 52.00%股份的表决权；通过直接持有珠海泽惠 16.16%的财产份额，从而间接持有公司 2.42%的股份，且通过担任珠海泽惠的执行事务合伙人控制公司 15.00%股份的表决权，因此，林涛合计间接持有公司 53.90%的股份，控制公司 67.00%股份的表决权。此外，林涛的配偶何倩芬直接持有公司 11.50%的股份，通过科凡集团间接持有公司 0.52%的股份，因此，何倩芬直接和间接持有公司 12.02%的股份。

综上所述，林涛及何倩芬夫妇合计持有公司 65.92%股份，控制公司 78.50%股份的表决权，享有公司最高比例的表决权，为公司实际控制人。

林涛及何倩芬的基本情况如下：

姓名	国籍	是否拥有永久境外居留权	身份证号码
林涛	中国	否	440623197410*****

何倩芬	中国	否	440623197501*****
-----	----	---	-------------------

### 3、控股股东、实际控制人所持股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东科凡集团、共同实际控制人林涛、何倩芬直接及间接持有的公司股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情况。

## （二）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况

### 1、珠海泽惠

截至本招股说明书签署之日，珠海泽惠持有公司 15.00%股份，其基本情况如下：

公司名称	珠海泽惠投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2016 年 11 月 24 日
注册资本	750 万元
实收资本	750 万元
注册地和主要生产经营地	珠海市横琴新区横琴濠江路 8 号 11 栋 2 单元 601 房
主营业务	除投资科凡家居外，未实际开展其他经营业务

截至本招股说明书签署之日，珠海泽惠的合伙人出资额、出资比例如下表所示：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型	公司任职
1	林涛	121.20	16.16%	普通合伙人	董事长
2	陈剑清	100.00	13.33%	有限合伙人	董事、工程中心总经理
3	廖世全	100.00	13.33%	有限合伙人	六安科凡监事
4	王飏	90.30	12.04%	有限合伙人	董事、总经理
5	何婉童	70.00	9.33%	有限合伙人	董事、董事会秘书、财务总监
6	刘晓彬	60.00	8.00%	有限合伙人	副总经理
7	刘凯	60.00	8.00%	有限合伙人	营销中心总监
8	蔡梓楠	15.00	2.00%	有限合伙人	监事、营销中心总监
9	彭恩德	15.00	2.00%	有限合伙人	营销中心总监
10	陈远华	10.00	1.33%	有限合伙人	智造中心经理

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型	公司任职
11	靳庆昌	10.00	1.33%	有限合伙人	智造中心总经理
12	周惠嫦	6.00	0.80%	有限合伙人	营销中心总监
13	仇日初	5.00	0.67%	有限合伙人	营销中心总监
14	万涛	5.00	0.67%	有限合伙人	营销中心总监
15	杨贵铭	5.00	0.67%	有限合伙人	监事、信息技术部副总监
16	李强	5.00	0.67%	有限合伙人	智造中心总监
17	夏建兵	5.00	0.67%	有限合伙人	智造中心总监
18	赵志超	5.00	0.67%	有限合伙人	智造中心副总监
19	戴昕霖	5.00	0.67%	有限合伙人	营销中心总监
20	杨键谊	5.00	0.67%	有限合伙人	智造中心经理
21	温艺坤	4.00	0.53%	有限合伙人	监事会主席、人资行政部经理
22	李伟涛	4.00	0.53%	有限合伙人	财务中心经理
23	廖云喜	4.00	0.53%	有限合伙人	财务中心经理
24	杨帆	4.00	0.53%	有限合伙人	营销中心总监
25	张学银	4.00	0.53%	有限合伙人	智造中心总监
26	刘云	3.50	0.47%	有限合伙人	财务中心经理
27	龚如玛	3.00	0.40%	有限合伙人	智造中心经理
28	李宇	3.00	0.40%	有限合伙人	营销中心总监
29	杨升权	3.00	0.40%	有限合伙人	智造中心经理
30	王用常	2.50	0.33%	有限合伙人	信息技术部经理
31	江杰	2.50	0.33%	有限合伙人	财务中心副经理
32	罗雷	2.50	0.33%	有限合伙人	智造中心总监
33	王金翠	2.00	0.27%	有限合伙人	智造中心经理
34	梁树海	2.00	0.27%	有限合伙人	智造中心副经理
35	卢艳	2.00	0.27%	有限合伙人	智造中心经理
36	陶振晖	2.00	0.27%	有限合伙人	营销中心总监
37	陈铁军	1.50	0.20%	有限合伙人	智造中心经理
38	伏权	1.50	0.20%	有限合伙人	人资行政部经理

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型	公司任职
39	何焕昆	1.50	0.20%	有限合伙人	智造中心经理
合计		<b>750.00</b>	<b>100.00%</b>	-	-

## 2、王飏

截至本招股说明书签署之日，王飏直接持有公司 16.50% 的股份；通过直接持有珠海泽惠 12.04% 的财产份额，从而间接持有公司 1.81% 的股份，合计持有公司 18.31% 股份。王飏的基本情况如下：

姓名	国籍	是否拥有永久境外居留权	身份证号码
王飏	中国	否	440802197403*****

## 八、发行人特别表决权股份或类似安排情况

自公司设立之日起至本招股说明书签署之日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

## 九、发行人协议控制架构情况

自公司设立之日起至本招股说明书签署之日，公司不存在协议控制架构的情况。

## 十、控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为

报告期内，公司控股股东、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。

## 十一、发行人股本情况

### （一）本次发行前后公司的股本情况

截至本招股说明书签署之日，公司共有 6 名股东，总股本为 5,000.00 万股。本次公开发行不超过 1,667.00 万股，本次发行后流通股占发行后总股本的比例不低于 25.00%。若本次足额发行 1,667.00 万股，则发行前后的股本结构变化如下：

序号	股东名称/姓名	发行前	发行后
----	---------	-----	-----

		持股数量（万股）	持股比例	持股数量（万股）	持股比例
<b>一、本次发行前股东</b>					
1	科凡集团	2,600.00	52.00%	2,600.00	39.00%
2	王飏	825.00	16.50%	825.00	12.37%
3	珠海泽惠	750.00	15.00%	750.00	11.25%
4	何倩芬	575.00	11.50%	575.00	8.62%
5	何志勇	125.00	2.50%	125.00	1.87%
6	张蓓	125.00	2.50%	125.00	1.87%
<b>二、本次发行后新增股东</b>					
7	社会公众	-	-	1,667.00	25.00%
<b>合计</b>		<b>5,000.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,667.00</b>	<b>100.00%</b>

## （二）本次发行前的前十名股东

截至本招股说明书签署之日，公司的前十名持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	科凡集团	2,600.00	52.00%
2	王飏	825.00	16.50%
3	珠海泽惠	750.00	15.00%
4	何倩芬	575.00	11.50%
5	何志勇	125.00	2.50%
6	张蓓	125.00	2.50%
<b>合计</b>		<b>5,000.00</b>	<b>100.00%</b>

## （三）前十名自然人股东及其在发行人担任的职务

截至本招股说明书签署之日，前十名自然人股东及其在公司任职情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	任职情况
1	王飏	825.00	16.50%	董事、总经理
2	何倩芬	575.00	11.50%	董事长助理
3	何志勇	125.00	2.50%	-
4	张蓓	125.00	2.50%	-

合计	1,650.00	33.00%	-
----	----------	--------	---

#### （四）发行人国有股份或外资股份的情况

截至本招股说明书签署之日，公司股东中不存在国有股份和外资股份。

#### （五）发行人申报前十二个月新增股东的基本情况

公司申报前十二个月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的各自持股比例

##### 1、各股东间的一致行动关系情况

截至本招股说明书签署之日，公司各股东之间不存在一致行动关系。

##### 2、各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司股东之间关联关系如下：

林涛与何倩芬为夫妻关系。林涛直接持有科凡集团 99.00%的股权并担任执行董事兼经理，直接持有珠海泽惠 16.16%的财产份额并担任执行事务合伙人。何倩芬直接持有科凡集团 1.00%的股权并担任监事。科凡集团、珠海泽惠、何倩芬分别直接持有公司 52.00%、15.00%、11.50%的股份。

何倩芬与何志勇为兄妹关系。何志勇直接持有公司 2.50%的股份。

截至本招股说明书签署之日，除上述关联关系外，本次发行前直接持有公司股份的其他股东之间不存在关联关系。

#### （七）发行人股东公开发售股份的情况

本次发行不涉及发行人股东公开发售股份的情况。

## 十二、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简介

#### 1、董事会成员

截至本招股说明书签署之日，公司董事会设 7 名董事，其中独立董事 3 名。公司本届董事由创立大会暨第一次股东大会选举产生，任期三年，任期届满可连

选连任。公司现任董事的基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	林涛	董事长	科凡集团	2021.06.23-2024.06.22
2	王飏	董事	科凡集团	2021.06.23-2024.06.22
3	陈剑清	董事	科凡集团	2021.06.23-2024.06.22
4	何婉童	董事	科凡集团	2021.06.23-2024.06.22
5	陈芸	独立董事	科凡集团	2021.06.23-2024.06.22
6	林健明	独立董事	科凡集团	2021.06.23-2024.06.22
7	杨小磊	独立董事	科凡集团	2021.06.23-2024.06.22

公司现任董事简历如下：

### （1）林涛先生

林涛先生，1974年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。曾就职于华龙家具有限公司、西达企业有限公司、佛山市顺德区乐从镇科凡家具装饰建材贸易行、佛山市顺德区乐从镇科凡家具厂。2008年10月至2017年8月，担任佛山市顺德区梵克雅宝家居用品有限公司执行董事、经理；2015年2月至2018年2月，历任佛山市科凡网络科技有限公司执行董事、经理；2010年1月至今，担任科凡集团执行董事、总经理；2017年11月至今，担任六安科凡执行董事、经理；2018年11月至今，担任科凡智绘执行董事、经理；2016年2月至2021年6月，历任科凡有限执行董事、经理；2021年6月至今，担任公司董事长。目前，担任全国工商联家具装饰业商会定制家居专委会执行会长、广东衣柜行业协会会长、广东省定制家居协会副会长。

### （2）王飏先生

王飏先生，1974年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾就职于广东省体改委经济快报社、广州赛立信市场研究有限公司、粤海装饰材料（中山）有限公司、广州市冠顺装饰材料有限公司、北京风华柏木地板销售中心、北京市恒信风华地板销售中心、广州力恒木业制造有限公司。2007年2月至2019年6月，历任索菲亚家居股份有限公司营销中心总经理、副总经理、董事；2010年11月至2019年6月，担任广州市宁基贸易有限公司执行董事、经

理；2016年9月至2018年1月，担任广州索菲亚家居工程安装有限公司执行董事、经理；2017年4月至2019年8月，担任索菲亚华鹤门业有限公司董事、总经理；2018年3月至2019年7月，担任广州宁基电子商务平台有限公司执行董事；2019年7月至2020年1月，担任中国汉森有限公司首席运营官；2019年10月至2020年1月，担任汉予森（上海）家居有限公司总经理；2020年1月至2021年6月，担任科凡有限总经理；2021年6月至今，担任公司总经理、董事。

### （3）陈剑清先生

陈剑清先生，1967年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。曾就职于广东郁南制药厂、华龙家具有限公司。2008年8月至2010年10月，担任佛山市顺德区梵克雅宝家居用品有限公司副总经理；2010年11月至2016年12月，担任科凡集团副总经理；2013年4月至2014年2月，担任晋江科凡家居产品设计有限公司执行董事兼总经理；2015年6月至2017年12月，经营佛山市南海区欧兔欧家具商行；2016年12月至2021年6月，担任科凡有限工程部总经理；2021年6月至今，担任公司工程中心总经理、董事。

### （4）何婉童女士

何婉童女士，1977年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾就职于佛山市顺德区北滘镇绿陶居饮食服务有限公司、佛山市顺德区宝树制衣有限公司、溢丰集团有限公司。2012年4月至2016年2月，历任佛山市顺德区梵克雅宝家居用品有限公司财务经理、财务总监；2016年2月至2021年6月，担任科凡有限财务总监；2021年6月至今，担任公司董事、董事会秘书、财务总监。

### （5）陈芸女士

陈芸女士，1981年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，中级会计师，会计学副教授。2004年7月至今，历任广东技术师范大学教师、副教授；2021年3月至今，担任博文环保科技（广州）有限公司财务顾问；2021年6月至今，担任公司独立董事。

## （6）林健明先生

林健明先生，1972年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。曾就职于中国交通银行广州分行、中国南方证券股份有限公司广州分公司、顺德区人民政府企业上市工作办公室。2007年3月至2012年4月，历任广东万和新电气股份有限公司总裁助理、董事会秘书；2012年5月至2013年8月，担任仙乐健康科技股份有限公司副总经理；2013年9月至2020年2月，担任广东申菱环境系统股份有限公司副总经理、董事会秘书；2021年1月至今，担任佛山市大得企业管理有限公司执行董事；2022年9月至今，担任广东图特家居科技股份有限公司独立董事；2021年6月至今，担任公司独立董事。

## （7）杨小磊先生

杨小磊先生，1974年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，中国注册会计师、注册税务师。曾就职于广东福地科技股份有限公司、创维集团有限公司、深圳市新产业创业投资有限公司、雷赛医用科技（深圳）有限公司、深圳市大华税务师事务所有限公司。2012年3月至2013年11月，担任深圳永安会计师事务所有限公司总审；2013年12月至今，担任上会会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人；2014年4月至今，为上会会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所负责人；2021年6月至今，担任公司独立董事。

## 2、监事会成员

截至本招股说明书签署之日，公司监事会设3名监事，其中股东代表监事2名、职工代表监事1名，股东代表监事由公司股东大会选举产生，职工代表监事由公司职工代表大会选举产生，监事任期三年，任期届满可连选连任。公司现任监事的基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	温艺坤	监事会主席	科凡集团	2021.06.23-2024.06.22
2	杨贵铭	监事	科凡集团	2021.06.23-2024.06.22
3	蔡梓楠	职工代表监事	职工代表大会	2021.06.23-2024.06.22

公司现任监事简历如下：

### （1）温艺坤女士

温艺坤女士，1984年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。曾就职于广东新宝电器股份有限公司、佛山市顺德区东晶机电实业有限公司。2011年5月至2016年2月，担任佛山市顺德区梵克雅宝家居用品有限公司行政部经理；2016年3月至2021年6月，担任科凡有限人资行政部经理；2021年6月至今，担任公司监事会主席、人资行政部经理。

### （2）杨贵铭先生

杨贵铭先生，1975年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾就职于中山市星光制锁厂、佛山市佑威服装有限公司、惠州衣之纯服装有限公司、佛山石湾鹰牌陶瓷有限公司。2016年2月至2021年6月，担任科凡有限信息部经理、信息技术部副总监；2021年6月至今，担任公司监事、信息技术部副总监。

### （3）蔡梓楠先生

蔡梓楠先生，1987年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾就职于上海通广广告传媒有限公司、索菲亚家居股份有限公司。2019年11月至2021年6月，担任科凡有限营销中心总监；2021年6月至今，担任公司监事、营销中心总监。

## 3、高级管理人员

截至本招股说明书签署之日，公司高级管理人员共3名，基本情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	王飏	总经理	2021.06.23-2024.06.22
2	何婉童	董事会秘书、财务总监	2021.06.23-2024.06.22
3	刘晓彬	副总经理	2021.06.23-2024.06.22

公司现任高级管理人员简历如下：

### （1）王飏先生

总经理王飏先生简历参见本节之“十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“1、

董事会成员”。

## （2）何婉童女士

董事会秘书、财务总监何婉童女士简历参见本节之“十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“1、董事会成员”。

## （3）刘晓彬先生

刘晓彬先生，1981年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾就职于成都华西希望集团有限公司、中山詮景鞋材有限公司、广州圣象木业有限公司、大自然地板（中国）有限公司、索菲亚家居股份有限公司。2019年8月至2021年6月，担任科凡有限营销中心副总经理。2021年6月至今，担任公司副总经理。2022年6月至今，担任科凡广州分公司负责人。

## 4、其他核心人员

截至本招股说明书签署之日，公司拥有核心技术人员共2名，为林涛、杨贵铭。林涛简历参见本节之“十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“1、董事会成员”；杨贵铭简历参见本节之“十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”之“（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介”之“2、监事会成员”。

## 5、董事、监事的提名和选聘情况

### （1）董事的提名和选聘情况

2021年6月23日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举林涛、王飏、陈剑清、何婉童、陈芸、林健明和杨小磊为公司第一届董事会成员，任期三年，其中陈芸、林健明和杨小磊为独立董事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举林涛为第一届董事会董事长。

### （2）监事的提名和选聘情况

2021年6月7日，公司召开职工代表大会，选举蔡梓楠为第一届监事会职工代表监事。

2021年6月23日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举温艺坤、杨贵铭为第一届监事会非职工代表监事，与职工代表监事蔡梓楠共同组成公司第一届监事会，任期三年。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举温艺坤为第一届监事会主席。

## （二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况和相互之间的亲属关系

### 1、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，除在公司及子公司任职外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在其他单位的兼职情况如下：

序号	姓名	任职	兼职公司名称	兼职单位任职	兼职单位与发行人其他关联关系
1	林涛	董事长	科凡集团	执行董事兼总经理	发行人控股股东
			珠海泽惠	执行事务合伙人	发行人股东
2	杨小磊	独立董事	上会会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所	负责人	无
3	林健明	独立董事	佛山市大得企业管理有限公司	执行董事	无
			广东图特家居科技股份有限公司	独立董事	无
4	陈芸	独立董事	博文环保科技（广州）有限公司	财务顾问	无
			广东技术师范大学	副教授	无

除上述披露情形外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员不存在其他对外兼职的情况。

### 2、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在近亲属关系。

## （三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年合法合规情况

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。

#### （四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的协议、承诺及其履行情况

除独立董事外，在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签署了劳动合同（包括保密协议）。截至本招股说明书签署之日，上述合同、协议均履行正常，不存在违约情况。除上述协议外，公司未与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订其他对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的协议。

公司董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺参见本招股说明书“第十二节 附件”之“四、与投资者保护相关的承诺”。

#### （五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年内变动情况

##### 1、董事会成员的变动情况

时间	董事构成/董事会构成	董事人数	变动原因
2020年1月至 2021年6月	林涛	1人	-
2021年6月至今	林涛、王飏、陈剑清、何婉童、陈芸、林健明、杨小磊	7人	发行人召开创立大会，设立董事会

2020年1月至2021年6月，科凡有限未设董事会，仅设执行董事一职，由林涛担任执行董事。

2021年6月23日，公司创立大会暨第一次股东大会选举林涛、王飏、陈剑清、何婉童、陈芸、林健明、杨小磊为公司第一届董事会董事，任期三年，其中陈芸、林健明、杨小磊为独立董事。同日，公司第一届董事会第一次会议选举林涛为公司董事长。

截至本招股说明书签署之日，上述董事会成员未发生变化。

##### 2、监事会成员的变动情况

时间	监事构成/监事会构成	监事人数	变动原因
2020年1月至 2021年6月	何倩芬	1人	-
2021年6月至今	温艺坤、杨贵铭、蔡梓楠	3人	发行人召开创立大会，设立监事会

2020年1月至2021年6月，科凡有限未设监事会，仅设监事一职，由何

倩芬担任监事。

2021年6月23日，公司创立大会暨第一次股东大会选举温艺坤、杨贵铭为股东代表监事，与职工代表监事蔡梓楠共同组成第一届监事会，任期三年。同日，公司第一届监事会第一次会议选举温艺坤为公司监事会主席。

截至本招股说明书签署之日，上述监事会成员未发生变化。

### 3、高级管理人员的变动情况

时间	高级管理人员构成	高级管理人员人数	变动原因
2020年1月至 2021年6月	王飏、何婉童	2人	-
2021年6月至今	王飏、刘晓彬、何婉童	3人	发行人召开董事会，聘任高级管理人员

2020年1月至2021年6月，科凡有限聘请王飏担任总经理；2020年1月至2021年6月，科凡有限设财务负责人一名，由何婉童担任。

2021年6月23日，公司改制后召开第一届董事会第一次会议，聘任王飏为公司总经理，聘任刘晓彬为公司副总经理，聘任何婉童为公司财务总监兼董事会秘书。

截至本招股说明书签署之日，上述高级管理人员成员未发生变化。

### 4、其他核心人员的变动情况

公司的核心技术人员为林涛、杨贵铭，报告期内上述核心技术人员未发生变化。

### 5、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未发生重大变化

公司上述董事、监事及高级管理人员的变动主要系因公司完善公司治理结构需要。上述变动增加的主要人员熟悉公司运营状况，具有相关的资格和管理经验，公司的经营管理及战略规划等未因增加部分董事、监事及高级管理人员而受到重大影响。

综上所述，最近三年内公司董事、监事、高级管理人员的变更符合《公司法》和《公司章程》的规定，履行了必要的法律程序。公司董事会成员、监事会成员、核心管理层稳定，未发生重大变化。

## （六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

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的主要对外投资情况如下：

姓名	对外投资企业名称	投资金额（万元）	持有权益比例	是否与发行人及其业务相关
林涛	科凡集团	2,574.00	99.00%	否
	珠海泽惠	121.20	16.16%	否
王飏	广州银信泰成生物科技合伙企业（有限合伙）	100.00	8.33%	否
	广州银信泰富生物科技合伙企业（有限合伙）	200.00	2.45%	否
	珠海泽惠	90.30	12.04%	否
陈剑清	珠海泽惠	100.00	13.33%	否
何婉童	珠海泽惠	70.00	9.33%	否
林健明	佛山市大得企业管理有限公司	60.00	60.00%	否
	佛山市乐顺运企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	60.00	14.29%	否
	乌鲁木齐雷石顺德股权投资合伙企业（有限合伙）	120.00	3.68%	否
	广东库迪二机激光装备有限公司	90.00	2.00%	否
杨小磊	上会会计师事务所（特殊普通合伙）	30.00	1.15%	否
	中瑞税务师事务所（深圳）有限公司	6.00	20.00%	否
温艺坤	珠海泽惠	4.00	0.53%	否
杨贵铭	珠海泽惠	5.00	0.67%	否
蔡梓楠	珠海泽惠	15.00	2.00%	否
刘晓彬	珠海泽惠	60.00	8.00%	否

截至本招股说明书签署之日，除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员均不存在其他对外投资，亦无与公司存在利益冲突的投资。

## （七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接和间接持有公司股份的情况如下表所示：

序号	姓名	职务/近亲属关系	直接持股数 (万股)	间接持股数 (万股)	合计持股数 (万股)	合计持股 比例
1	林涛	董事长	-	2,695.20	2,695.20	53.90%
2	何倩芬	董事长助理、董事长林涛之配偶	575.00	26.00	601.00	12.02%
3	王飏	董事、总经理	825.00	90.30	915.30	18.31%
4	何志勇	何倩芬之哥哥	125.00	-	125.00	2.50%
5	陈剑清	董事	-	100.00	100.00	2.00%
6	何婉童	董事、董事会秘书、财务总监	-	70.00	70.00	1.40%
7	温艺坤	监事会主席	-	4.00	4.00	0.08%
8	杨贵铭	监事	-	5.00	5.00	0.10%
9	蔡梓楠	职工代表监事	-	15.00	15.00	0.30%
10	刘晓彬	副总经理	-	60.00	60.00	1.20%

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属所持股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在其他直接或间接持有公司股份的情况。

#### （八）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

##### 1、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬组成、确定依据、履行的程序

在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬主要由基本薪酬（包括工资、绩效、提成和其他补贴）与年终奖金组成，其中基本薪酬参考市场同类薪酬标准，结合职位、责任、能力等因素确定；年终奖金根据公司经营情况及个人考核情况等确定。独立董事领取固定津贴，不享受其他福利待遇。

公司董事会下设薪酬与考核委员会，负责研究制定和审查公司董事和高级管理人员的薪酬政策、方案及考核标准，并进行考核。公司董事、监事、高级管理人员以及其他核心人员的薪酬方案均按照《公司章程》等公司治理制度履行了相应的程序。

## 2、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从公司及其关联企业领取薪酬的情况如下：

单位：万元

序号	姓名	职务	2021 年度从公司领取薪酬	是否从关联企业领取薪酬
1	林涛	董事长	212.28	否
2	王飏	董事、总经理	163.33	否
3	陈剑清	董事	49.42	否
4	何婉童	董事、董事会秘书、财务总监	84.42	否
5	陈芸	独立董事	3.50	否
6	林健明	独立董事	3.50	否
7	杨小磊	独立董事	3.50	否
8	温艺坤	监事会主席	31.06	否
9	杨贵铭	监事	35.15	否
10	蔡梓楠	职工代表监事	79.62	否
11	刘晓彬	副总经理	133.21	否
合计			798.99	-

## 3、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员报告期内薪酬总额占当期利润总额的比例

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占当期利润总额的比例情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
薪酬总额（万元）	366.64	798.99	591.82	385.56
利润总额（万元）	2,254.27	10,434.07	5,410.25	4,612.23
薪酬总额占比	16.26%	7.66%	10.94%	8.36%

## 4、上述人员享受的其他待遇和退休金计划

除以上薪酬外，截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人

员及其他核心人员均未从公司及其关联企业享受其他待遇或退休金计划。

## 十三、发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排

### （一）已实施完毕的股权激励

#### 1、通过员工持股平台进行股权激励情况

为进一步完善公司治理结构，建立公司长效激励机制，充分调动员工积极性，公司对管理层及骨干员工进行了股权激励，激励方式为相关人员通过员工持股平台珠海泽惠间接持有公司股份。截至本招股说明书签署之日，珠海泽惠持有公司15.00%股份，其基本情况及取得公司股份的情况参见本节之“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）其他持有发行人5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况”。

#### 2、其他股权激励情况

2019年底公司为引入高级管理人员王飏而对其进行股权激励。王飏于2019年11月以1元/注册资本（元）的价格认购科凡集团新增注册资本720万元。同时，科凡有限注册资本从4,000万元增加至5,000万元，其中新增注册资本105万元及720万元分别由王飏及科凡集团以1元/注册资本（元）的价格认购。至此，王飏直接及间接持有公司16.50%的股权。

#### 3、上述股权激励权益工具公允价值的确认方法及公允性

针对上述股权激励，公司根据员工入股时间阶段、公司业绩基础与变动预期、市场环境变化等情况，参照家居行业上市公司在近年来进行股权激励或引进外部投资者时对股权定价的PE水平，选取9倍PE作为标准，并结合股权激励当期公司的净利润水平最终确认股权公允价值。

公司股份支付费用主要依据权益工具的公允价值以及服务期设置计算，符合《企业会计准则第11号——股份支付》相关规定。

#### 4、上述股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等的影响

##### （1）对公司经营状况的影响

通过股权激励，公司进一步完善长效激励机制，调动了管理层人员及核心员工的积极性，增强员工的凝聚力和公司的竞争力，从而更好地促进公司持续、稳定、健康发展。

##### （2）对公司财务状况的影响

报告期内，公司股权激励费用分别为 57.98 万元、965.75 万元、1,053.81 万元和 565.83 万元，占营业收入比例分别为 0.14%、2.12%、1.68%和 2.14%，对公司财务状况影响较小。具体情况参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层讨论分析”之“九、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”。

##### （3）对公司控制权变化的影响

上述股权激励未对公司控制权造成重大影响。

#### 5、上述股权激励股份服务期设置及转让安排

##### （1）服务期认定依据及转让安排

根据珠海泽惠的合伙协议约定，若有限合伙人在锁定期内从公司离职，则其持有的财产份额将以原始认购价格（或财产份额原始受让价格）减去持股期间所得分红（税后）后的价格，转让给执行事务合伙人林涛或其指定的其他方。

根据王飏签署的增资协议约定，王飏持股的锁定期为自直接或间接持有公司股权之日起至公司上市后 36 个月。若王飏在锁定期内减持，则公司实际控制人或其指定人员将按照原价回购。

根据财政部会计司于 2021 年 5 月发布的《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》，前述合伙协议和增资协议关于锁定期的约定表明，公司员工须完成规定的服务期限方可从股权激励计划中获益，即该锁定期属于可行权条件中的服务期限条件，股份支付费用应在服务期内分摊。

##### （2）具体服务期认定情况

根据合伙协议和增资协议约定的锁定期类别，股权激励员工的具体服务期认

定情况如下：

序号	锁定期约定内容	股权激励人员姓名
1	未约定锁定期	何婉童、陈剑清、廖世全
2	锁定期为 5 年	刘晓彬、蔡梓楠、刘凯、彭恩德
3	锁定期为至公司上市后 36 个月	王飏、员工持股平台除上述两类人员外的其他有限合伙人

## （二）正在执行的股权激励

除上述事项外，截至本招股说明书签署之日公司不存在其他已经制定或实施的股权激励及相关安排。

## （三）上市后行权安排

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在首次公开发行申报前制定上市后实施的员工股权激励计划。

# 十四、发行人员工及其社会保障情况

## （一）员工人数及专业结构

### 1、员工人数及变化情况

报告期各期末，公司在册员工数量情况如下：

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
员工人数（名）	1,400	1,398	1,262	1,190

### 2、员工专业结构

截至 2022 年 6 月末，公司在册员工的专业结构情况如下：

专业结构	人数（名）	比例
生产人员	814	58.14%
销售人员	313	22.36%
管理人员	157	11.21%
研发人员	116	8.29%
合计	1,400	100.00%

## （二）员工社会保障情况

公司实行劳动合同制，根据《劳动法》的有关规定，与员工签订劳动合同，为员工提供必要的社会保障。公司按照国家法律法规及所在地社会保险政策，为员工办理养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险和生育保险及住房公积金。

### 1、员工社会保险、住房公积金缴纳情况

报告期各期末，公司及其子公司社会保险、住房公积金的缴纳情况如下：

单位：人

项目	2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末
在职员工总人数（A）	1,400	1,398	1,262	1,190
其中退休返聘人数（B）	20	29	22	25
<b>社保缴纳人数及比例</b>				
应缴纳社保人数（A-B）	1,380	1,369	1,240	1,165
已缴纳社保人数（C）	1,314	1,321	904	594
未缴纳社保人数（A-B-C）	66	48	336	571
社保缴纳比例（C/（A-B））	95.22%	96.49%	72.90%	50.99%
<b>住房公积金缴纳人数及比例</b>				
应缴纳住房公积金人数（A-B）	1,380	1,369	1,240	1,165
已缴纳住房公积金人数（D）	1,302	1,305	377	14
未缴纳住房公积金人数（A-B-D）	78	64	863	1,151
住房公积金缴纳比例（D/（A-B））	94.35%	95.33%	30.40%	1.20%

注：公司2022年6月新增员工较多，且部分员工入职时间已错过当月申报购买社会保险及住房公积金的时间，因此2022年6月末社保及住房公积金缴纳比例略低于2021年12月末的比例。

截至2022年6月末，公司已为绝大部分应缴纳员工缴纳了社保和住房公积金，少数员工尚未缴纳，主要原因如下：

单位：人

未缴纳原因	应缴未缴社保人数	应缴未缴住房公积金人数
新员工入职，入职时间已错过当月申报购买社保及住房公积金的时间	51	51
当月申报购买社会保险、住房公积金时已离职或提出离职意向	13	21

未缴纳原因	应缴未缴社保人数	应缴未缴住房公积金人数
主动自愿放弃购买	2	6
合计	66	78

## 2、如补缴社会保险和住房公积金对发行人可能造成的影响

公司按照相关法律、行政法规及规范性文件的规定对报告期内各月应缴未缴的社保和住房公积金金额进行测算，具体测算结果及对报告期内公司业绩的影响情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
应缴未缴的社保及公积金金额	10.04	346.45	238.56	624.31
利润总额	2,254.27	10,434.07	5,410.25	4,612.23
补缴金额对利润总额的影响	0.45%	3.32%	4.41%	13.54%

报告期内，公司应缴未缴的社保及公积金金额占公司利润总额的比例分别为13.54%、4.41%、3.32%和0.45%，随着公司对社保及住房公积金缴纳的逐步规范以及员工参保意愿提高，未缴纳金额对公司利润总额的占比逐步降低，对公司的经营业绩不会造成重大不利影响。

## 3、员工社会保险和住房公积金缴纳合法合规情况

根据公司及子公司所在地人力资源和社会保障局、住房公积金管理中心、税务部门出具的证明文件，报告期内，公司及子公司不存在因违反有关劳动保障、社会保险、住房公积金管理的法律、法规而受到处罚的情形。

## 4、关于社会保险和住房公积金事项的承诺

公司实际控制人林涛及何倩芬夫妇就公司及其子公司为员工缴纳社会保险和住房公积金相关事宜出具的承诺如下：

“若应有权部门的要求或决定，公司需为其员工补缴社会保险、住房公积金，或公司因未为员工缴纳足额社会保险、住房公积金而承担任何罚款或损失的，本人愿意承担所有补缴金额和相关费用及/或相关的经济赔偿责任，保证公司不会因此遭受损失。”

## 第五节 业务与技术

### 一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

#### （一）发行人主营业务情况

科凡家居以定制衣柜产品起步，顺应家居定制一体化的趋势，产品由原先单一的定制衣柜扩展为定制厨柜等其它定制柜类、护墙板、室内门与配套成品家具搭配而成的整体空间产品体系。经过多年发展，公司已成为从事定制家居研发、设计、生产、销售的柜墙门一体化综合解决方案服务商。

公司坚持“大众之上，高定之下”的产品定位。“大众之上”意为普通大众消费者提供灵活度更高、定制化程度更高的产品，以满足消费者日益增长的、多样化的个性化定制需求；“高定之下”意为在提供较高个性化程度产品的基础上，公司依然保持工业化生产带来的规模经济、品控完善等优点，为消费者提供高性价比、高质量的产品。

在产品设计方面，公司具备优秀的工业设计能力。公司系广东省科学技术厅认证的高新技术企业、佛山市工业和信息化局认证的佛山市专精特新企业，子公司六安科凡系安徽省科学技术厅认证的高新技术企业、安徽省经济和信息化厅认证的安徽省专精特新企业。经过多年钻研与沉淀，公司产出大量优秀成果，截至本招股说明书签署之日，公司及子公司共拥有 100 项专利，其中包括 9 项发明专利、74 项实用新型专利、17 项外观设计专利。此外，公司综合自身的设计理念与客户的审美习惯，通过总部设计与经销商设计相结合的方式，致力于设计承载生活品味与理性需求的产品。

在智能制造方面，公司在六安、顺德拥有两大智造中心。智造中心使用数控加工设备，其设备在可自动调用客户订单拆解形成的数据包，自动完成开料、封边、打孔、铣槽等工序，实现自动化、智能化的生产加工。生产环节的智能化使得智造中心能够实现多产品、多形态、多单元的快速转换，提升了企业的非标制造能力，实现柔性化生产，使得公司在满足消费者的个性化需求的基础上能够保证生产效率与产品质量。

在营销网络建设方面，公司主要以经销模式实现产品销售，报告期内经销模

式收入占比均在 98%以上，公司历经多年战略布局已建立起高效运营的全国性经销商网络体系。截至 2022 年 6 月 30 日，公司在全国范围内拥有 930 家经销商，970 家门店，覆盖全国 300 多个城市。公司根据各地的用户特色需求、消费习惯等因素，针对性地为各地经销商提供门店选址指引、产品设计指导、客户服务流程优化、营销策略培训等方面的运营支持，建立起完善的经销商选拔与淘汰机制，确保各地经销商的线下服务能力能够满足消费者的测量、设计、运输、安装等需求。通过日趋完善的经销网络体系，公司在消费者群体中确立了优质的品牌形象，行业影响力持续扩大。

## （二）发行人主要产品情况

公司致力于为客户提供柜墙门一体化设计方案，产品涵盖定制衣柜、其它定制家居（定制厨柜等其他定制柜类、护墙板、室内门等）以及成品家居，使用场景包括入户空间、客厅空间、厨房空间、卧房空间、书房空间等。公司产品拥有摩登东方、意式轻奢、现代极简、经典欧美等风格系列，可以满足不同消费者的多样化审美需求。

公司主要产品如下：

产品名称	产品示意图	
定制衣柜		
其他定制家居产品 （其他定制柜类、护墙板、室内门等）		

产品名称	产品示意图	
		
成品家居		

### （三）发行人主营业务收入的主要构成及特征

报告期内，公司主营业务收入的主要构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2022年1-6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
定制衣柜	19,871.98	75.82%	44,045.14	70.72%	29,498.91	65.24%	25,536.70	61.93%
其他定制家居产品	5,519.63	21.06%	16,256.19	26.10%	14,254.27	31.52%	14,024.57	34.01%
成品家居	730.46	2.79%	1,780.72	2.86%	1,245.70	2.75%	1,448.59	3.51%
其他	88.45	0.34%	196.80	0.32%	217.71	0.48%	222.00	0.54%
<b>合计</b>	<b>26,210.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>62,278.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>45,216.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>41,231.86</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入主要由定制衣柜、其他定制家居产品构成，上述产品销售收入合计占主营业务收入比例均在 95%以上。公司成品家居产品主要系沙发、床垫等家居软装配套产品，其他产品主要系销售给经销商店面展示用的小样板和饰品。

## （四）发行人主要经营模式

### 1、采购模式

#### （1）供应商管理

公司设有合格供应商档案，结合供应商的合格率、准交率、采购价格、服务水平等因素，对重要供应商进行一年两次的现场考核评审，对非重要供应商进行一年一次的现场考核评审，并于每年年终对各供应商进行综合考核评审。

在日常供货过程中，公司会对供应商的质量情况、交货情况进行供应商档案管理并形成月度报表，及时与供应商沟通相关原材料质量、交期等问题以提高公司的采购效率。若出现较大原材料或服务质量问题，公司供应部将会同品质管理部等部门对相关供应商进行现场评审沟通，决定是否继续与相关供应商进行合作或调整具体合作细节，以确保采购工作的高质高效运行。

公司积极响应定制家居行业绿色、健康、安全的环保产业政策，满足消费者对于健康生活的追求，除对供应商的业务综合素质进行考量外，公司还会结合供应商的环保部门警告处罚情况、“三废”处理标准及情况、环保认证情况等因素对供应商的环保资质情况进行评审考核。

#### （2）采购内容及流程

公司采购的主要原材料为板材（刨花板、多层板等）、饰面纸、五金配件、封边条和包装物料等。采购部门根据公司的物料需求计划开展采购工作，择优选择供应商并向其下达采购订单；供应商发货至公司后，公司对原材料进行清点并抽检通过后完成验收入库。

公司采购部门制定了完善的采购内控程序，生产部门将物料用量分类汇总，公司通过采购部门进行集中采购。整个采购链条从采购申请、订单下达，到材料入库等各个环节均形成了必要的审批程序，并形成相应的内部审批文件与外部确认文件。

#### （3）采购定价模式

公司采购物料中大部分物料属于行业内应用范围较广的部件，对于如板材、封边条等核心原材料采购，公司通常与供应商建立战略合作关系，采取单独谈判

定价模式。公司根据年度预测采购量与战略合作供应商进行谈判议价，并根据谈判结果进行定价采购。如果在协商价格执行期间市场价格出现较大波动，公司和战略合作供应商均可启动临时价格协商。

对于一般原材料采购和外协贴面加工费采购，公司向有竞争力的合格供应商及备选供应商进行询价、议价；

对于 OEM 采购中的烤漆门型、实木门型等需要公司提供加工图纸给 OEM 加工厂的产品，一般由公司和供应商根据具体产品加工难度在询价比价基础上协商确定采购价格。

## 2、生产模式

公司的生产模式主要以自主生产为主、兼有少量产品 OEM 代工生产和部分工序委外加工三种模式。

### （1）自主生产模式

自主生产是指公司自行采购原、辅材料，利用自有的生产设备进行生产的生产方式。公司主要产品为以个性化“量身定制”为主的定制家居产品，多为零售型订单。因此公司主要根据订单情况实行多品种、小批量的生产。

公司接受订单后，先由计划部制定生产计划，再交由生产部门具体执行。在生产实施过程中，公司实施全面质量管理，通过质管人员的现场管控、随机抽检各生产环节的在产品等措施进行产品检验，确保生产全流程的质量控制。公司首先将同一板材风格的一定数量订单分拆成各种部件，并根据客户订单的交货期限安排生产。针对部分订单涉及生产周期较长的部件如烤漆门，生产部门会对该类部件优先排单生产，以匹配其他部件的生产周期，从而提高订单生产效率。

### （2）OEM 代工生产模式

公司 OEM 代工生产模式主要系将实木门、玻璃门等柜门和定制厨柜中的水槽、炉灶等配套产品委托代工厂商进行生产，不涉及整套产品 OEM 代工生产的情况，公司主要 OEM 代工生产产品如下表所示：

类别	具体产品
定制家居组成部件	实木门板、玻璃门板和烤漆门板等柜门门板

类别	具体产品
厨柜组成部件	水槽、拉篮、厨柜台面和炉灶等配套产品

在融资渠道较为单一、资金实力相对受限的情况下，对相关产品进行 OEM 代工生产有利于公司节约资本投入，在符合成本效益原则上解决厨柜产品的配套部件问题以及满足部分消费者的深度个性化定制带来的产品需求。

#### 1) OEM 采购情况

报告期内，公司通过 OEM 代工生产模式的采购金额占主营业务成本比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
OEM 采购金额	617.32	1,678.85	1,355.05	2,191.95
主营业务成本	17,358.44	39,708.50	29,736.46	27,601.65
占主营业务成本比例	3.56%	4.23%	4.56%	7.94%

报告期内，公司 OEM 采购金额占主营业务成本比例逐年下降，主要原因系公司持续进行资本性投入，增建生产线，进一步提高产品自产率。

#### 2) 公司与 OEM 代工生产商的合作模式、双方权利义务关系、风险责任承担等

公司提前寻找符合条件的 OEM 厂商形成供应商清单，与清单中的 OEM 厂商进行充分沟通，通过验厂评审表多方面评分决定是否满足公司供应商引入标准，同时通过现场观察了解工厂实际生产能力与供货能力。筛选完成后，公司会与满足准入条件的 OEM 厂商进行初步洽谈，沟通所需加工产品及相关生产工艺。

由于公司不同产品的加工方式或用料各有不同，因此，OEM 厂商会根据产品性质和产品图纸针对性地对相关工艺及用料进行报价。公司对不同 OEM 厂商提出的报价进行比较后，买卖双方协商达成的价格便作为日后公司正式采购价格。公司将最终确认合作的 OEM 厂商的报价单整理后交由采购部进行审批，采购部确认备案后公司 OEM 部可对其进行下单。

公司与 OEM 厂商的权利义务关系和风险责任承担情况如下：

权利义务关系	风险责任承担
公司向 OEM 厂商采购的产品，若属于（公司提供设计图纸制造的）专有产品，OEM 厂商不能将专有产品销售给其他第三方。	若公司因 OEM 厂商产品发生质量或因 OEM 厂商产品造成任何损害或被第三方索赔时，经公司与厂商确认后，OEM 厂商应赔偿公司所遭受的一切损失。
公司在收受产品并最终验收合格后，标准件的所有权及毁灭损失的风险归属于公司所有。	
OEM 厂商为公司提供的产品应严格按照公司要求的技术条件生产并符合公司的技术要求，并使用在有效期内、性能良好的材料。如公司认为 OEM 厂商产品质量不能达到公司技术要求，或经过整改依然不能达到公司技术要求，公司可单方面终止合同及基于本合同的双方业务关系。	

### 3) OEM 代工生产的采购金额、数量与产量的配比关系

公司 OEM 代工生产的产品主要为外购门型和厨柜配套产品等，报告期内 OEM 代工产品采购金额及占比基本情况如下：

单位：万元

类别	2022 年 1-6 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
外购门型	376.88	61.05%	1,114.63	66.39%	908.12	67.02%	1,685.98	76.92%
厨柜配套产品	240.44	38.95%	564.22	33.61%	446.93	32.98%	505.97	23.08%
合计	<b>617.32</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,678.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,355.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,191.95</b>	<b>100.00%</b>

#### ①OEM 外购门型的采购数量与产量配比关系

报告期内，公司 OEM 外购门型的采购数量与产量配比关系如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期采购金额（万元）	376.88	1,114.63	908.12	1,685.98
当期采购数量（万 m <sup>2</sup> ）	0.83	2.80	2.20	4.69
当期产量（万 m <sup>2</sup> ）	167.16	404.97	309.19	276.51
配比关系	0.50%	0.69%	0.71%	1.70%

报告期内，公司 OEM 外购门型主要为烤漆门板、玻璃门板和部分特殊规格尺寸实木门板等，外购门型与公司定制衣柜及其他定制家居产品配套进行销售。公司大部分生产消耗门板为公司自产，OEM 外购门型采购金额占总成本比重和采购数量与各期柜类总产量比例较小。

#### ②报告期内 OEM 外购厨柜配套产品

报告期内，公司 OEM 外购的厨柜配套产品主要为水槽、拉篮、拉手五金和踢脚线等厨柜配套产品，产品形态、材质及规格较多。厨柜配套产品非消费者必须购买的产品，消费者可在经销商门店选购公司配套产品亦可在市面挑选其他同类产品。因此，公司 OEM 厨柜配套产品的采购数量与公司当期产量不存在线性关系。

### （3）委外加工模式

公司委外加工模式主要系将饰面纸贴面工序委托外协厂商进行生产，不涉及整套产品委外加工生产的情况。委外加工有利于公司将精力集中于核心的生产工序、公司运营管理以及营销网络的进一步开拓等方面，可有效提升公司生产效率并降低成本。为确保委外厂商生产的产品能够符合公司的质量要求，公司会定期对委外厂商进行质量、资质方面的检查，并对不合格的委外厂商进行规范或淘汰。

#### 1) 委外加工情况

报告期内，公司委外加工情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
委外加工金额	539.07	1,248.46	899.77	780.12
主营业务成本	17,358.44	39,708.50	29,736.46	27,601.65
占主营业务成本比例	3.11%	3.14%	3.03%	2.83%

报告期内，公司委外加工金额分别为 780.12 万元、899.77 万元、1,248.46 万元和 539.07 万元，占主营业务成本比例分别为 2.83%、3.03%、3.14%和 3.11%。公司各期委外加工金额占主营业务成本的比重较小。

公司委外加工主要系板材贴面工序，该相关工序技术复杂程度较低，附加值低，可替代性强，不涉及公司关键工序或关键技术。同时，公司生产基地所处的珠三角、安徽地区存在大量成熟的贴面加工企业，竞争较为充分，可供选择的委外加工商较多，可替代性强，不存在对单一委外加工厂商形成重大依赖的情况。

#### 2) 公司与委外加工商的合作模式、双方权利义务关系、风险责任承担等

公司根据市场订单交付的需求量，通过同行业渠道匹配寻找委外加工商资源，对委外加工商进行实地考察了解其经营资质、设备匹配、产能规划、质量管控流

程等各方面条件，综合评估其是否有能力承接公司订单需求后，与符合条件的委外加工商进行初步洽谈，沟通所需加工产品及相关生产工艺。不同委外加工商会根据相关产品加工工艺提出代工报价，公司通过对多家委外加工商的报价进行比价、议价后，最终择优选择委外加工商。公司将主要原材料（素板）提供给委外加工商，委外加工商加工成公司指定的产品或指定零部件后，交付给公司，公司对其提供的半成品结算加工费以及辅料（饰面纸）费用，并在对半成品进一步加工处理后对外销售。

公司与委外加工商的权利义务关系和风险责任承担情况如下：

权利义务关系	风险责任承担
生产期间，委外加工商有权利对产品进行加工必要的改造和处理，同时公司也有义务遵守合同预定时间，不提前要求委外加工商完成加工，并在验收合格后按合同约定时间进行付款。	委外加工商承担合同物品交付公司前的一切费用及风险，委外加工商将合同物品运输到公司指定仓库并由公司完成验收，或公司自提并完成验收后，物品的后续费用及风险转移到公司。
执行政府定价或者政府指导价的，合同有效期内，遇政府调整价格时，按交货时价格执行。委外加工商逾期交货，遇价格上涨时，按原价执行；遇价格下降时，按新价执行；执行协商定价的，按合同规定的价格执行，一般情况下，以《材料订购确认单》的签订时间为准来确定单价。	
委外加工商需按照公司提供的质量标准及样品提供产品，按质按时完成加工，并接受公司监督。如因委外加工商原因造成的产品不合格，公司有权要求返修、折价接收、重新制作或退货。	因委外加工商产品质量未达到公司合同规定的验收质量标准，或因此被第三方索赔时，应由委外加工商承担所有损失。

### 3) 委外加工的采购金额、数量与产量的配比关系

报告期内，公司委外加工采购主要为对素板的贴面加工，采购情况如下：

年度	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
当期采购金额（万元）	539.07	1,248.46	899.77	780.12
当期采购数量（万m <sup>2</sup> ）	175.44	405.44	287.63	236.38
当期产量（万m <sup>2</sup> ）	167.16	404.97	309.19	276.51
配比关系	104.95%	100.12%	93.03%	85.49%

报告期内，公司委外加工的主要工序为板材贴面，即将饰面纸和素板贴合在一起的工序委托给外协厂商。公司产品生产需要的整板，主要是通过直接采购整板和购买素板再委外加工贴面两种方式购置，由于定制家居产品板材饰面花色类

型较多，为了提高采购效率，对于生产需求量较小的饰面花色品种，公司一般将会直接采购整板；对于生产需求量较大的饰面板，公司将会采购素板，再委外贴面生产。随着公司产量和销量增加，各类型的板材需求量也相应增加，公司直接购买的整板数量减少，而购买素板委外贴面的数量增加。

### 3、销售模式

公司设置营销中心，主要职责为负责市场销售、招商、经销商维护优化、品牌宣传、营销活动策划执行及落地等。营销中心下设招商部、销售部、客服部、培训部、活动策划部等部门。

公司围绕定制家居等主营产品，实行以经销商模式为主、工程和零散业务模式为辅的销售模式。

报告期内，公司按销售模式区分的主营业务收入构成如下：

单位：万元

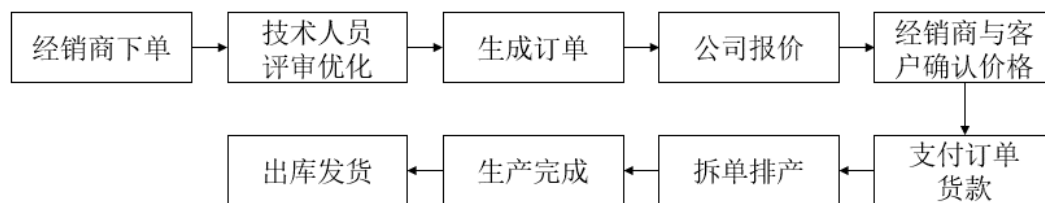
业务模式	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销商	26,079.16	99.50%	61,583.15	98.88%	44,800.18	99.08%	40,794.73	98.94%
工程业务	14.66	0.06%	518.94	0.83%	268.16	0.59%	357.14	0.87%
零散业务	116.71	0.45%	176.76	0.28%	148.26	0.33%	80.00	0.19%
合计	<b>26,210.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>62,278.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>45,216.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>41,231.86</b>	<b>100.00%</b>

#### （1）经销商模式

##### 1) 基本模式与流程

公司销售模式以经销模式为主，即公司授权经销商门店使用公司品牌开展定制家居产品零售业务。经过多年发展，公司已建立起庞大、广泛的经销商网络。截至2022年6月30日，在全国范围内拥有930家经销商及970家门店，覆盖全国主要城市。

在经销商模式下，经销商获得终端客户订单后，通过公司订单系统进行下单。公司安排技术人员对经销商提供的尺寸、产品系列、颜色等订单信息进行设计审核以及设计优化，审核通过后向经销商报价。经销商确认报价后支付订单货款，公司安排订单拆分、生产、发货。销售流程如下图所示：



报告期内，公司存在部分经销商或其实际控制人经营室内装修或其他家居产品的情形。

## 2) 经销商的开发与管理

公司为提高经销商综合素质，制定了切实有效的经销商管理制度，包括经销商准入与资格认定、经销商考核、培训管理、退换货管理、货款结算、销售定价管理等。

### ①经销商准入与资格认定

经销商开发方面，公司为精准传达品牌形象，对意向经销商设置了较高的门槛。公司收到申请人提交的申请后，由区域负责人根据公司的经销商考核体系进行筛选，主要考核指标包括申请人的业务资质、品牌认可度、地区资源、资金实力等指标，符合标准的申请人报请公司总部审批后，方可获得经销资格。获得经销资格的经销商人选必须完成经销合同签署、保证金交纳、从业人员培训考核、门店确认及设计装修验收等程序后，方可正式开展经销活动。

### ②经销商考核机制

对于现有经销商，为完善公司产品区域市场的管理，激励经销商更高水平的经营，公司通常会制定经销商考核指标，主要包括：是否完成年度销售任务、终端服务质量、销售回款额等，并对相关考核指标进行月度跟踪。通过年度考核的经销商，下一年度的经销资格即可获得延续。

### ③经销商培训管理

公司建立经销商培训体系，每年根据市场变化情况对经销商经营者以及门店工作人员进行线上线下的集中培训，主要包括经营培训、店长培训、设计师培训、销售策略培训、经销商交流学习等，以便经销商工作人员更全面、快速地了解公司品牌文化、产品设计理念、导购技巧、安装方式等，更好地提升店面销售和服务能力，维护、宣传公司品牌形象。

### 3) 经销商退换货机制

由于公司产品定制化程度较高，产品种类与规格繁多，经销商按客户订单向公司订货，公司实行“以销定产”的生产模式。因此，公司一般不采用退换货方式，若产品因公司生产问题产生尺寸不合、色差等情形，公司通过补货方式满足客户需求。

### 4) 经销商货款结算模式

在经销商模式下，公司原则上采用先款后货的方式进行销售货款结算。对于大多数经销商，公司在其支付完全部货款后再组织排产、发货；对于少数合作年限较长、销售业绩和资信较好的经销商，公司可经过特殊审批的渠道给予一定授信额度。公司采取先款后货的结算方式有利于减少经销商管理风险和财务风险，避免对公司正常业务运营造成潜在不利影响。

### 5) 经销商产品安装与售后服务管理

经销商模式下，公司不负责产品的安装，经销商须按公司技术要求自行组织产品的上门安装工作，并持续提供售后服务。公司主要通过以下方式来提升经销商的终端客户服务能力，保证良好的品牌形象：

一方面，公司具有完善的经销商培训体系，对新引入的经销商进行全面的业务培训，包括经营培训、导购培训及安装培训等，根据培训考核结果对新经销商进行评估。此外，公司每年会根据市场变化情况对经销商经营者及门店工作人员进行集中培训，不断提升经销商的客户服务能力，保证服务质量。

另一方面，公司通过每年向终端客户进行调研，将调研结果与投诉情况纳入经销商考核指标中，充分了解并控制经销商的服务质量，对不符合标准的经销商采取一定惩罚措施，情形严重者取消其经销商资格。

此外，公司制定了售后客诉、责任归属、索赔等一系列完整的售后服务制度。在接到客户投诉后，公司能够及时有效地判定责任归属，并提供相应解决措施，保证售后服务的规范与高效运作。

### 6) 经销商的销售定价机制

#### ①经销商供货价

公司对经销商执行统一的供货价，同时公司会不定期地举行产品促销活动，针对满足条件的经销商或订单，公司在促销活动期间给予一定的折扣优惠。

## ②经销商零售价

公司对经销商零售价提供指导性意见和销售建议，经销商对其零售价拥有自主权，按照各区域经济发展情况、消费习惯、区域性市场竞争情况等因素，在公司指导价的基础上进行小范围调整。同时，公司也鼓励经销商采取节日促销、淡季促销等活动，不断提升品牌影响力与产品渗透率。

## 7) 公司经销商及门店情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司在全国范围内经销商合计 930 家，经销门店 970 个，覆盖了国内绝大部分省会城市及经济相对发达城市。报告期内，公司各区域的经销商数量变化情况具体如下：

单位：家

区域	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
华东地区	269	292	254	206
华南地区	137	139	124	110
华中地区	133	125	100	85
华北地区	150	150	121	99
西南地区	127	129	107	82
西北地区	64	58	54	32
东北地区	50	50	38	26
合计	930	943	798	640

## 8) 前十大经销商的基本情况

报告期内，公司前十大经销商客户的销售排名情况具体如下：

排名	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	佛山市禅城区思凡建材店	佛山市禅城区思凡建材店	佛山市禅城区思凡建材店	九龙坡区简家家具经营部
2	广州市润安装饰建材有限公司	稀土开发区海睿家居经销部	稀土开发区海睿家居经销部	稀土开发区海睿家居经销部
3	昆明市盘龙区科信家居用品商店	昆明市盘龙区科信家居用品商店	九龙坡区简家家具经营部	佛山市禅城区思凡建材店

排名	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
4	珠海宏实润达建设有限公司	东莞市天易家居有限公司	东莞市天易家居有限公司	晋江默宸建材有限公司
5	西安迈骏国际家居有限公司	九龙坡区简家家具经营部	昆明市盘龙区科信家居用品商店	湖北居煌空间建材有限公司
6	稀土开发区海睿家居经销部	西安迈骏国际家居有限公司	广州市润安装饰建材有限公司	昆明市盘龙区科信家居用品商店
7	九龙坡区简家家具经营部	广州市润安装饰建材有限公司	合肥瑶海区凡美家具经营部	佛山市房佬板家居科技有限公司
8	湖北居煌空间建材有限公司	上海柄桓家居有限公司	西安迈骏国际家居有限公司	广州市润安装饰建材有限公司
9	成都科艺奢凡贸易有限公司	湖北居煌空间建材有限公司	湖北居煌空间建材有限公司	惠州市惠城区雅宜居家具店
10	合肥瑶海区凡美家具经营部	惠州市惠城区雅宜居家具店	惠州市惠城区雅宜居家具店	中山市小榄镇天领壹建材商行

报告期内，公司前十大经销商客户的基本情况具体如下：

①佛山市禅城区思凡建材店

公司向该经销商的销售情况

项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额 (万元)	315.42	844.59	768.69	511.95
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

经销商基本情况

合作历史	2018年，经销商实控人陈佳婧与公司开始合作，该经销商基于自身管理需求考虑，报告期内使用佛山市禅城区思凡建材店等多个工商主体开展经销业务，目前合作情况正常。
经销区域	广东省佛山市禅城区、三水区、顺德区
经销金额占经销商业务规模比例	100%
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者

经营主体信息

主体 1	经营主体名称	佛山市禅城区思凡建材店
	成立时间	2018.08.21，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为陈佳婧
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

主体 2	经营主体名称	佛山市禅城区艾玛新奢定制家居用品店
	成立时间	2021.09.29，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为罗家明，实际控制人为陈佳婧
	主营业务	科凡家居产品销售及服务
主体 3	经营主体名称	佛山市三水区柜在放芯建材店
	成立时间	2020.07.17，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为叶美欢，实际控制人为陈佳婧
	主营业务	科凡家居产品销售及服务
主体 4	经营主体名称	佛山市顺德区北滘镇筑鼎建材店
	成立时间	2018.09.06，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为陈佳婧
	主营业务	科凡家居产品销售及服务
主体 5	经营主体名称	佛山市顺德区柜在安芯建材店
	成立时间	2018.12.07，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为周鹏，实际控制人为陈佳婧
	主营业务	科凡家居产品销售及服务
主体 6	经营主体名称	顺德区大良义合堂建材商行
	成立时间	2018.01.17，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为薛雪，实际控制人为陈佳婧

	主营业务	科凡家居产品销售及服务
主体 7	经营主体名称	佛山市顺德区科凡新奢定制家具店
	成立时间	2020.09.17，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为耿国轩，实际控制人为陈佳婧
	主营业务	科凡家居产品销售及服务
主体 8	经营主体名称	佛山市顺德区新奢全屋定制家具店
	成立时间	2021.09.16，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为佟玲，实际控制人为陈佳婧
	主营业务	科凡家居产品销售及服务
主体 9	经营主体名称	佛山市顺德区梵柯新奢定制家具店
	成立时间	2021.12.29，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为谭露，实际控制人为陈佳婧
	主营业务	科凡家居产品销售及服务
主体 10	经营主体名称	佛山市顺德区柜在用心建材店
	成立时间	2021.05.27
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	经营者为张旭，实际控制人为陈佳婧
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

注：因该经销商实控人陈佳婧于报告期内主要使用佛山市禅城区思凡建材店与公司开展交易，虽佛山市禅城区思凡建材店已被注销，但本招股说明书仍采用佛山市禅城区思凡建材店作为其代称

## ②稀土开发区海睿家居经销部

公司向经销商的销售情况				
项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	223.37	710.97	638.51	571.75
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			
经销商基本情况				
合作历史	2016年，经销商实控人崔海军与公司开始合作，报告期内，崔海军曾使用稀土高新区科凡家居经销部以及稀土开发区海睿家居经销部2个工商主体开展经销业务，目前合作正常			
经销区域	内蒙古自治区包头市稀土高新区			
经销金额占经销商业务规模比例	约50%，除经销科凡家居产品外，经销商实控人崔海军还经营陶瓷等其他家居产品			
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者			
经营主体信息				
主体1	经营主体名称	稀土开发区海睿家居经销部		
	成立时间	2019.01.14		
	企业类型	个体工商户		
	注册资本	不适用		
	经营者	崔海军		
	主营业务	科凡家居产品销售及服务		
主体2	经营主体名称	稀土高新区科凡家居经销部		
	成立时间	2015.01.12		
	企业类型	个体工商户		
	注册资本	不适用		
	经营者	崔海军		
	主营业务	科凡家居产品销售及服务		

## ③昆明市盘龙区科信家居用品商店

公司向经销商的销售情况				
项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	238.17	672.39	424.05	396.29

销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等	
<b>经销商基本情况</b>		
合作历史	2017年，经销商实控人冯宇与公司开始合作，报告期内，冯宇使用昆明市盘龙区科信家居用品商店开展经销业务，目前合作正常	
经销区域	云南省昆明市盘龙区	
经销金额占经销商业务规模比例	100%	
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者	
<b>经营主体信息</b>		
主体	经营主体名称	昆明市盘龙区科信家居用品商店
	成立时间	2017.08.16
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	冯宇
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

## ④东莞市天易家居有限公司

<b>公司向经销商的销售情况</b>				
项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	91.51	616.49	461.89	169.08
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			
<b>与经销商合作情况</b>				
合作历史	2018年，经销商实控人易江与公司开始合作，报告期内，易江使用自然人名义和东莞市天易家居有限公司开展经销业务，目前合作正常。			
经销区域	广东省东莞市大朗镇、常平镇			
经销金额占经销商业务规模比例	约60%，除经销“科凡家居”产品外，东莞市天易家居有限公司亦经销窗帘等产品			
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者			
<b>经营主体信息</b>				
主体	经营主体名称	东莞市天易家居有限公司		
	成立时间	2019.08.30		
	企业类型	有限责任公司		

	注册资本	1,000 万元人民币
	股权结构	易江持股 60%，陈宇持股 40%
	主营业务	家居产品销售及服务

## ⑤九龙坡区简家家具经营部

## 公司向经销商的销售情况

项目	2022 年 1-6 月 /2022.6.30	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	186.50	556.83	575.05	685.47
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

## 与经销商合作情况

合作历史	2016 年，经销商实控人代国峰开始与公司合作，报告期内，代国峰使用自然人名义以及九龙坡区简家家具经营部开展经销业务，目前合作正常。
经销区域	重庆市主城区
经销金额占经销商业务规模比例	100%
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者

## 经营主体信息

主体	经营主体名称	九龙坡区简家家具经营部
	成立时间	2013.12.12
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	代国峰
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

## ⑥西安迈骏国际家居有限公司

## 公司向经销商的销售情况

项目	2022 年 1-6 月 /2022.6.30	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	233.13	457.43	314.77	245.38
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

## 与经销商合作情况

合作历史	2018 年，经销商实控人王昱斐、刘山涛开始与公司合作，报告期内，王昱斐、刘山涛使用过自然人名义以及西安迈骏国际家居
------	--

	有限公司开展经销业务，目前合作正常
经销区域	陕西省西安市雁塔区
经销金额占经销商业 务规模比例	100%
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者

#### 经营主体信息

主体	经营主体名称	西安迈骏国际家居有限公司
	成立时间	2019.06.13
	企业类型	有限责任公司
	注册资本	1000 万元人民币
	股权结构	刘山涛持股 50%；王昱斐持股 50%
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

#### ⑦广州市润安装饰建材有限公司

#### 公司向经销商的销售情况

项目	2022 年 1-6 月 /2022.6.30	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	249.92	438.25	367.69	306.36
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

#### 与经销商合作情况

合作历史	2016 年，经销商实控人郭春运与公司开始合作，报告期内，郭春运使用过广州市花都区新华科凡衣柜经营部和广州市润安装饰建材有限公司开展经销业务，目前合作正常
经销区域	广东省广州市花都区
经销金额占经销商业务规模 比例	100%
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者

#### 经营主体信息

主体 1	经营主体名称	广州市润安装饰建材有限公司
	成立时间	2020.03.11
	企业类型	有限责任公司
	注册资本	100 万元人民币
	股权结构	郭春运持股 100%

	主营业务	科凡家居产品销售及服务
主体 2	经营主体名称	广州市花都区新华科凡衣柜经营部
	成立时间	2015.01.13，目前已注销
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	郭春运
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

## ⑧上海柄桓家居有限公司

## 公司向经销商的销售情况

项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	87.51	396.97	254.51	46.22
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

## 与经销商合作情况

合作历史	2019年，经销商实控人韩业全与公司开始合作，报告期内，韩业全使用过自然人名义以及上海柄桓家居有限公司开展经销业务，目前合作正常
经销区域	上海市浦东新区
经销金额占经销商业务规模比例	100%
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者

## 经营主体信息

主体	经营主体名称	上海柄桓家居有限公司
	成立时间	2020.06.29
	企业类型	有限责任公司
	注册资本	100 万元人民币
	股权结构	黄欢持股 47%；朱前晓持股 33%；韩业全 20%
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

## ⑨湖北居煌空间建材有限公司

公司向经销商的销售情况				
项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	176.93	380.07	312.04	409.01
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			
与经销商合作情况				
合作历史	2016年，经销商实控人朱晓敏与公司开始合作，报告期内，朱晓敏使用湖北居煌空间建材有限公司开展经销业务，目前合作正常			
经销区域	湖北省襄阳市			
经销金额占经销商业务规模比例	100%			
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者			
经营主体信息				
主体	经营主体名称	湖北居煌空间建材有限公司		
	成立时间	2018.07.02		
	企业类型	有限责任公司		
	注册资本	100万元人民币		
	股权结构	朱晓敏 100%		
	主营业务	科凡家居产品销售及服务		

## ⑩惠州市惠城区雅宜居家具店

公司向经销商的销售情况				
项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	108.34	369.93	296.78	274.70
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			
与经销商合作情况				
合作历史	2016年，经销商实控人吴敏军与公司开始合作，报告期内，吴敏军使用过惠州市柜意家居用品有限公司和惠州市惠城区雅宜居家具店开展经销业务，目前合作正常			
经销区域	广东省惠州市惠城区			
经销金额占经销商业务规模比例	约60%，除经销科凡家居产品外，惠州市惠城区雅宜居家具店亦经销厨房电器等产品			

终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者		
<b>经营主体信息</b>			
主体 1	经营主体名称	惠州市惠城区雅宜居家具店	
	成立时间	2019.11.13	
	企业类型	个体工商户	
	注册资本	不适用	
	经营者	吴敏军	
	主营业务	家居产品销售及服务	
主体 2	经营主体名称	惠州市柜意家居用品有限公司	
	成立时间	2010.11.30，目前已注销	
	企业类型	有限责任公司	
	注册资本	3 万元人民币	
	股权结构	潘高峰持股 50%，吴敏军持股 50%	
	主营业务	家居产品销售及服务	

## ⑪合肥瑶海区凡美家具经营部

<b>公司向经销商的销售情况</b>				
项目	2022 年 1-6 月 /2022.6.30	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	166.94	352.33	315.61	209.41
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			
<b>与经销商合作情况</b>				
合作历史	2016 年，经销商实控人汤卫金开始与公司合作，报告期内，汤卫金使用合肥瑶海区凡美家具经营部开展经销业务，目前合作正常。			
经销区域	安徽省合肥市瑶海区、滨湖区			
经销金额占经销商业务规模比例	100%			
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者			
<b>经营主体信息</b>				
主体	经营主体名称	合肥瑶海区凡美家具经营部		
	成立时间	2013.11.13		

	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用
	经营者	汤卫金
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

## ⑫晋江默宸建材有限公司

## 公司向经销商的销售情况

项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	34.80	177.67	168.82	414.90
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

## 与经销商合作情况

合作历史	2017年，经销商实控人陈晋榕与公司开始合作，报告期内，陈晋榕使用晋江默宸建材有限公司开展经销业务，目前合作正常。
经销区域	福建省泉州市、晋江市、石狮市
经销金额占经销商业务规模比例：	约70%，除经销科凡家居产品外，晋江默宸建材有限公司亦经销成品家居等产品
终端客户名称：	终端客户以自然人消费者为主。

## 经营主体信息

主体	经营主体名称	晋江默宸建材有限公司
	成立时间	2018.09.11
	企业类型	有限责任公司
	注册资本	500万元人民币
	股权结构	陈晋榕持股100%。
	主营业务	家居产品销售及服务

## ⑬佛山市房佬板家居科技有限公司

## 公司向经销商的销售情况

项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	-	26.37	158.91	348.13
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

**与经销商合作情况**

合作历史	2018年，经销商实控人龙威与公司开始合作，报告期内，龙威使用佛山市房佬板家居科技有限公司开展经销业务，2022年1月与公司解约。
经销区域	广东省佛山市南海区
经销金额占经销业务规模比例：	未获取相关数据
终端客户名称：	终端客户基本为自然人消费者

**经营主体信息**

主体	经营主体名称	佛山市房佬板家居科技有限公司
	成立时间	2018.02.02
	企业类型	有限责任公司
	注册资本	200万元人民币
	股权结构	龙威持股100%。
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

注：该经销商已终止合作，未能通过访谈获取经销商经销金额占经销业务规模比例数据。

## ⑭中山市小榄镇天领壹建材商行

**公司向经销商的销售情况**

项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	141.35	237.46	278.50	269.94
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

**与经销商合作情况**

合作历史	2016年，经销商实控人陈珍珍与公司开始合作，报告期内，陈珍珍使用中山市小榄镇天领壹建材商行开展经销业务，目前合作正常
经销区域	广东省中山市小榄镇
经销金额占经销业务规模比例	100%
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者

**经营主体信息**

主体	经营主体名称	中山市小榄镇天领壹建材商行
	成立时间	2013.09.14
	企业类型	个体工商户
	注册资本	不适用

经营者	陈珍珍
主营业务	科凡家居产品销售及服务

## ⑮珠海宏实润达建设有限公司

## 公司向经销商的销售情况

项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	235.51	206.50	112.81	148.62
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

## 与经销商合作情况

合作历史	2016年，经销商实控人高秋生、杨金凤与公司开始合作，报告期内，高秋生、杨金凤使用珠海宏实润达建设有限公司开展经销业务，目前合作正常
经销区域	珠海市香洲区
经销金额占经销商业务规模比例	约50%，除经销“科凡家居”产品外，珠海宏实润达建设有限公司还经营室内装修业务
终端客户名称	终端客户以自然人消费者为主

## 经营主体信息

主体	经营主体名称	珠海宏实润达建设有限公司
	成立时间	2018.04.17
	企业类型	有限责任公司（自然人独资）
	注册资本	100万元人民币
	股权结构	杨金凤持股100%
	主营业务	室内装修与科凡家居产品销售及服务

## ⑯成都科艺奢凡贸易有限公司

## 公司向经销商的销售情况

项目	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
销售金额（万元）	175.92	241.46	39.13	-
销售内容	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等			

## 与经销商合作情况

合作历史	2020年，经销商实控人李莉波与公司开始合作，报告期内，李莉波使用成都科艺奢凡贸易有限公司开展经销业务，目前合作正常
------	--

经销区域	四川省成都市天府新区
经销金额占经销商业务规模比例	100%
终端客户名称	终端客户基本为自然人消费者

**经营主体信息**

主体	经营主体名称	成都科艺奢凡贸易有限公司
	成立时间	2020.06.23
	企业类型	有限责任公司（自然人独资）
	注册资本	500 万元人民币
	股权结构	李莉波持股 100%
	主营业务	科凡家居产品销售及服务

上述前十大经销商期末库存说明如下：

公司向经销商销售的产品为定制家居产品，产品在设计样式、规格、颜色、内部结构均不一样，产品高度定制化，经销商与终端消费者确认后再向公司下单，公司完成生产后交付给经销商，相关产品通常会直接运输至终端客户房屋装修现场进行安装，因此经销商一般情况下无库存商品。但存在部分终端客户房屋装修因工期调整而延后安装的情况，相关产品需暂时寄存在经销商处，但上述产品通常在较短时间内会送至终端客户装修现场进行安装。因此，经销商不存在存货积压或提前备货的情形。

9) 经销商分布情况、经销商数量增减变动情况、各期新增及退出经销商销售规模占比、销售毛利占比

①经销商分布情况及经销商数量增减变动情况

报告期各期，公司经销商按销售规模大小的分布情况如下：

单位：万元、家

分层	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	金额	比例	数量	金额	比例	数量
200 万以上	7,761.54	29.76%	65	12,664.27	20.56%	39
100 万-200 万	7,907.68	30.32%	159	19,456.35	31.59%	139
50 万-100 万	6,288.97	24.11%	237	16,496.82	26.79%	232

25万-50万	2,959.42	11.35%	222	8,406.29	13.65%	230
25万以下	1,161.55	4.45%	319	4,559.42	7.40%	390
合计	<b>26,079.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,002</b>	<b>61,583.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,030</b>
分层	2020年度			2019年度		
	金额	比例	数量	金额	比例	数量
200万以上	7,918.73	17.68%	24	7,007.05	17.18%	22
100万-200万	11,036.37	24.63%	83	11,291.26	27.68%	85
50万-100万	14,592.64	32.57%	206	13,487.02	33.06%	193
25万-50万	7,608.39	16.98%	214	5,892.34	14.44%	163
25万以下	3,644.05	8.13%	341	3,117.06	7.64%	253
合计	<b>44,800.18</b>	<b>100.00%</b>	<b>868</b>	<b>40,794.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>716</b>

注：为保持数据可比性，2022年1-6月公司经销商按销售规模大小的分布情况为年化处理后的经销商收入进行分层，年化处理方法为具体经销商2022年1-6月已实现收入/（2019年至2021年度上半年占当年收入比例平均值）

报告期内，公司销售额超过50万元的经销商家数分别为300家、313家、410家及461家，贡献的销售收入占公司经销模式销售收入的比例分别为77.92%、74.88%、78.95%及84.19%，收入贡献较大且基本保持稳定。

报告期各期，公司不同销售规模的经销商变动情况如下：

单位：家

分层	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	家数	变动数量	家数	变动数量	家数	变动数量	家数
200万以上	65	26	39	15	24	2	22
100万-200万	159	20	139	56	83	-2	85
50万-100万	237	5	232	26	206	13	193
25万-50万	222	-8	230	16	214	51	163
25万以下	319	-71	390	49	341	88	253
合计	<b>1,002</b>	<b>-28</b>	<b>1,030</b>	<b>162</b>	<b>868</b>	<b>152</b>	<b>716</b>

2019年度至2021年度，随着公司业务规模发展，公司各层级经销商基本有增加，其中公司25万以下的经销商数量增加较多的主要原因系随着公司业务发展，品牌影响力逐步增强，公司新增经销商数量逐步增加，新增经销商在加盟

当期经营时间较短，实现收入较小。

### ②各期新增及退出经销商销售规模占比、销售毛利占比

报告期各期，公司新增及退出经销商收入占比和销售毛利占比情况如下：

单位：万元

分层	项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		收入占比	毛利占比	收入占比	毛利占比	收入占比	毛利占比	收入占比	毛利占比
200万以上	新增	0.00%	0.00%	1.71%	1.91%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
	退出	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
100万-200万	新增	0.59%	0.62%	2.01%	1.82%	1.19%	1.28%	4.32%	4.74%
	退出	0.77%	0.68%	0.74%	0.82%	0.00%	0.00%	0.96%	1.00%
50万-100万	新增	2.89%	0.39%	6.19%	4.62%	7.61%	6.95%	9.93%	9.17%
	退出	1.77%	1.75%	2.52%	2.65%	2.08%	2.11%	1.54%	1.21%
25-50万	新增	9.24%	3.18%	24.12%	17.09%	21.70%	18.49%	23.64%	20.97%
	退出	3.47%	4.43%	6.02%	6.57%	4.20%	3.99%	6.59%	7.17%
25万以下	新增	12.56%	4.14%	42.20%	21.11%	48.66%	29.28%	45.41%	40.54%
	退出	6.12%	8.54%	8.29%	12.39%	6.26%	8.84%	16.05%	18.63%
合计	新增	<b>2.51%</b>	<b>0.80%</b>	<b>8.71%</b>	<b>5.26%</b>	<b>10.42%</b>	<b>7.61%</b>	<b>11.36%</b>	<b>10.43%</b>
	退出	<b>1.34%</b>	<b>1.47%</b>	<b>2.69%</b>	<b>2.94%</b>	<b>1.90%</b>	<b>1.93%</b>	<b>2.95%</b>	<b>3.08%</b>
	小计	<b>3.85%</b>	<b>2.27%</b>	<b>11.40%</b>	<b>8.19%</b>	<b>12.32%</b>	<b>9.54%</b>	<b>14.32%</b>	<b>13.51%</b>

报告期各期，公司新增及退出经销商收入规模占经销模式收入的比例分别为14.32%、12.32%、11.40%和3.85%，新增及退出经销商毛利规模占经销模式毛利的比例分别为13.51%、9.54%、8.19%和2.27%，公司新增经销商及退出经销商占公司经销模式收入及毛利较低，对公司业绩影响较小。2022年1-6月，公司新增或退出经销商经营时间较短且受到上半年为定制家居行业淡季影响，新增或退出经销商收入和毛利占比较低具有合理性。

报告期内，公司新增经销商收入占比整体呈下降趋势，收入增长主要来源于存续经销商而非新增经销商。

### ③客户分散符合行业惯例

公司客户分散的主要原因系公司主要通过经销商模式进行销售，终端销售客户基本为全国范围内有家装需求的个人消费者，随着中国城镇化水平的提升，广大三线及以下地级市和县城房屋装修需求增长较快，公司抓住上述有利市场机遇，在积极布局一二线城市经销网络的同时，深度渗透并下沉市场，招募低线城市经销商并为其提供充分的营销支持。公司通过经销商向当地个人消费者销售科凡的定制家居产品，可以更好地满足市场与客户的本地化需求，符合定制家居终端消费者分布广泛、较为分散的行业特征。

#### 10) 报告期内公司新增经销商的主要来源

公司获取潜在经销商的方式主要包括网上家居平台、百度等网站上进行的网络招商、家居行业展会招商、公司招商及营销团队在市场中的主动挖掘和现有经销商向公司推荐其他地区符合招商条件的潜在对象等。报告期内，经销商和公司不存在实质或潜在关联关系。

#### 11) 经销模式下发行人、经销商、终端客户之间的实物流、资金流、信息流过程

##### ①经销模式下公司、经销商、终端客户之间的实物流和资金流过程

项目	实物流	资金流
公司与经销商	自提货模式下，公司产品生产完工并收到经销商提货申请后，公司在生产基地将货物交付给经销商指定人员； 经销商指定物流模式下，公司产品生产完工后，公司通过第三方物流将货物运送至位于公司生产基地附近的经销商指定物流园，交付给经销商指定物流人员	公司主要采取“款到生产”的结算方式，经销商使用自身账户向公司账户通过银行转账方式支付货款，存在公司给予部分经销商信用期，经销商通过“先货后款”方式结算的情形，但该情形具有金额小、期限短和偶发性的特点
经销商与终端客户	公司不掌握经销商与终端客户的实物流过程。经销商通常将货物直接运输至终端客户房屋安装现场进行安装，存在部分终端客户房屋因工期调整而延后安装，货物暂存在经销商处的情况，一般在终端客户房屋达到可安装状态便及时将货物运输至客户家中并进行安装	公司不掌握经销商与终端客户的资金流过程。在定制家居行业中，一般情况下终端客户支付部分定金后，经销商进行量尺、设计等服务，终端客户与经销商确定设计安装方案后会支付全款

##### ②经销模式下公司、经销商、终端客户之间的信息流过程

由于公司与经销商之间为买断式交易，经销商独立经营，公司不掌握经销商与终端客户之间的信息流过程。公司与经销商之间实物流转及资金流转过程中涉

及的关键信息及其相应流转情况列示如下：

项目	环节	信息交互方式	是否利用信息系统	信息系统名称	信息系统归属方
实物流转	经销商下单	经销商在公司指定的下单系统上进行下单。下单时会将产品的设计方案和产品需求等通过订单系统传递给公司。公司在确认订单设计方案后通过订单系统向经销商进行报价，经销商确认无误后在订单系统中确认订单信息	是	易家居网页版	公司
	公司排产	待经销商确定销售订单后，公司复核经销商是否支付完订单对应货款（少数存在信用额度的经销商订单款项是否在信用额度内），经审核通过后，订单信息推送至公司订单排产系统，由系统将订单分解为多个生产任务单，每个任务单由系统赋予任务编号	是	维纶信息科技有限公司生产制造执行系统 V2.0	公司
	订单产品完工入库	生产车间根据生产任务单安排生产，产品生产过程以条形码进行跟踪	是	维纶信息科技有限公司生产制造执行系统 V2.0	公司
	经销商发货	公司通过 QQ、微信、邮件等方式通知经销商发货、物流等信息	否	不适用	不适用
	经销商查询订单进度	经销商可通过“科凡查单”微信小程序查询端口接入公司系统查询订单进度，包括订单下单时间、生产时间、发货时间等	是	“科凡查单”微信小程序	公司
资金流转	经销商货款支付信息	经销商通过银行转账方式向公司支付货款，公司金蝶系统自动同步银行收款信息，并由客服人员将货款分类至对应经销商处	是	金蝶系统	公司

## （2）工程业务模式

公司工程业务模式是以工程客户为主要目标客户，为其提供项目设计、生产和销售定制家居产品的销售业务模式，主要采取招投标方式，分为自主投标与授权投标两种方式。报告期各期，工程业务模式收入占比分别为 0.87%、0.59%、0.83%和 0.06%，占比较小。

自主投标系公司直接参与客户的招投标流程，中标后与客户签署相应工程合同，并由公司完成生产、送货、安装、售后等一系列服务。报告期内，公司自主

投标的主要工程为工程客户工厂宿舍楼等，规模较小。

授权投标系公司通过授权工程代理商使用公司品牌参与地产商的投标，进而间接地与地产商开展合作。在授权投标模式下，公司仅负责产品生产，产品送货、安装和售后服务等工作均由服务商负责。

工程业务模式的主要客户、销售产品、销售定价、信用政策和回款等情况对比如下：

项目	情况说明	
	自主投标	授权投标
主要客户	工业客户为主	工程代理商
销售产品	定制衣柜及其他定制家居产品	定制衣柜及其他定制家居产品
销售定价	双方议价确认	终端指导价*折扣系数
信用政策	根据合同约定，一般为签订合同后支付一定比例的定金，货物安装完成并由客户验收后，客户支付除质保金外的其他货款	一般为先款后货，对少数通过特殊审批的客户会给予一定授信额度
回款方式	银行转账	银行转账

### （3）零散业务模式

公司的零散业务模式主要系零散客户直接向公司采购产品。报告期各期，公司零散业务模式收入占比均低于 0.5%，占比较小。

零散业务模式下，主要客户为已解约经销商。公司对解约经销商销售系解约经销商根据其对终端消费者的三包要求，向公司采购定制家居产品维修、更换部件与配件，销售定价多为双方议价确认，信用政策通常为先款后货，客户通过银行转账方式回款。

### （4）各类销售模式下对产品控制权转移的具体约定及与业内通常约定要素比较

#### 1) 各类销售模式下对产品控制权转移的具体约定

各类业务模式下的产品控制权转移约定情况如下：

业务模式		合同条款对产品控制权转移的具体约定
经销商模式		经销商采购产品的交货地为公司工厂或公司指定地点（如指定货运站）。如经销商委托代发货运的，经销产品于公司工厂或公司指定地点（如指定货运站）向经销商指定物流公司交付时即视为完成交付，交付产品的财产所有权和风险即转移至乙方。 如为经销商自提的，经销商或经销商委托的物流公司到公司或公司指定地点提货，相关装卸责任与运输费用应由经销商承担，运输过程中，若因第三方过失导致乙方或其他方遭受人身、财产损失、货物损坏的，公司不承担责任，应由该第三方向经销商承担责任，经销商不得向公司主张任何权利和索赔。
工程业务模式	自主投标	在货物安装调试完毕后 5 天内由公司、客户共同验收并出具验收确认书。
	授权投标	客户采购产品的交货地为公司或公司指定地点（如指定货运站）。如为客户自提的，自公司向客户发出订购的本合同项下产品的收货通知即视为甲方完成交付，交付产品的财产所有权和风险即转移至客户；如为公司代发货运的，公司在公司或公司指定地点向客户指定物流公司交付产品即视为公司完成交付，交付产品的财产所有权和风险即转移至客户。
零散业务模式		公司将货物交付至已解约经销商指定人员后视为公司完成交付，交付产品的财产所有权和风险即转移至客户。

## 2) 与业内同行业公司通常约定要素对比情况

### ①经销商模式

经销商模式下，公司与业内同行业公司通常约定要素对比情况如下：

项目	控制权转移约定
索菲亚	本公司在产品发出给经销商，并且已经收款或取得索取货款依据时确认销售收入。
皮阿诺	生产完工验收并发货至经销商指定物流点后确认收入。
尚品宅配	本公司在产品发出给加盟商，并已经收款或取得索取货款依据时确认销售收入
顶固集创	公司收到经销商订单后，按约定的时间及方式安排供货，具体供货方式包含：①公司通过短途运输将货物发出至经销商指定的物流站点，并办理完货物托运手续；②经销商委托的物流公司直接到公司厂区办理提货手续并直接提货。公司在将货物发送至经销商指定的物流站点，并办理完货物托运手续后或者经销商委托的物流公司到公司厂区提货后，确认收入的实现。
金牌厨柜	公司完成产品生产后，将产品交货给物流公司，即确认销售收入。
我乐家居	一种是经销商自行到公司仓库提货，主要风险和报酬发生转移的时点为取得经销商签收的发货确认单；一种是由公司通过经销商指定的物流公司发货给经销商的，根据双方合同约定或经销商出具的物流代收委托书等文件，公司在取得物流公司托运单或其签收的公司出库单时。
志邦家居	经销模式下，生产完工后交付至经销商指定物流并获取经物流人员签字确认的托运单、出库单。公司在获取经物流人员签字确认的托运单、出库单时确认收入。
欧派家居	公司完成产品生产后，将产品运送至经销商对应的物流公司指定的交货地点，即确认销售收入；珠三角地区的经销商根据自身资源配备条

项目	控制权转移约定
	件可选择自提产品，公司将产品交付时确认销售收入。
好莱客	生产完工验收并发货至经销商指定物流点后确认收入。
科凡家居	经销产品于公司工厂或分加工中心或公司指定地点（如指定货运站）向物流公司（无论经销商自行委托还是公司代经销商委托）交付时即视为完成交付，交付产品的财产所有权和风险即转移至经销商

## ②工程业务模式

工程业务模式下，公司与业内同行业公司通常约定要素对比情况如下：

项目	控制权转移约定	
	自主招标	授权合作方招标
索菲亚	本公司在产品已经交付给客户，并且取得索取货款依据时确认收入。	未公开披露
皮阿诺	生产完工验收并发货至客户，安装完成并经客户验收后确认销售收入。	未公开披露
尚品宅配	未披露	未公开披露
顶固集创	按照经大宗客户最终确认的订单组织生产，生产完工发货至客户指定区域，安装完成并经客户验收后确认销售收入。	未公开披露
金牌厨柜	然后按照合同计划安排生产、发货、安装和收取货款。公司在产品安装完成，并且取得了索取货款依据时确认收入。	公司通过代理商销售房地产项目配套整体厨柜产品的业务销售。公司完成产品生产后，将产品交货给物流公司，即确认销售收入。
我乐家居	工程客户需要公司对产品进行安装，安装完成后，工程客户验收确认时。	未涉及
志邦家居	公司按照合同（订单）计划安排生产、发货、安装和收取货款，公司在产品安装完成，并且取得验收单时确认收入。	工程经销商客户：工程经销商与房地产开发商签订合同后向公司采购产品，公司在收到工程经销商货款后组织生产，生产完工后交付至工程经销商指定物流，获取经物流人员签字确认的出库单、托运单，公司在取得出库单、托运单时确认收入。
欧派家居	公司按照合同计划安排生产、发货、安装和收取货款。公司在产品安装完成，并且取得了索取货款依据时确认收入。	未公开披露
好莱客	公司按照经工程客户最终确认的订单组织排单生产，生产完工验收并发货至客户，安装完成并经工程客户验收后确认销售收入。	未公开披露

项目	控制权转移约定	
	自主招标	授权合作方招标
科凡家居	公司在完成送货安装、通过客户验收并且完成收款或取得索取货款依据时确认销售收入	公司将货物交付给工程客户时确认销售收入

如上表所示，公司不同业务模式下对产品控制权转移的合同约定条款与业内通常约定要素不存在差异。

### （5）各类销售模式下的交货时点、运费承担、验收及退换货时点、质量缺陷赔偿责任、产品三包责任、款项结算条款

公司各模式下的交货时点、运费承担、验收及退换货时点、质量缺陷赔偿责任、产品三包责任、款项结算条款如下：

项目	经销商	工程客户	
		授权投标	自主招标
交货时点	公司负责发货至承运物流公司的指定地点，或者由客户自行提货。	公司负责将货物运送至客户安装现场，并完成货物的安装。	
运费承担	工厂到承运物流公司指定交货地点的费用由公司承担；客户自行提货的，公司不承担运费。	工厂到安装现场的运费由公司承担。	
验收时点	公司发货至承运物流公司指定地点的模式时，由承运物流公司在装运物流公司的物流单上确认验收。 客户自行提货时，公司向客户指定提货人提供产品送货单，提货人核对货物件数，确认无误以后在产品送货单上盖章确认验收。	在货物安装调试完毕后，由公司、客户共同验收并出具验收确认书。	
退换货时点	若属于公司生产质量缺陷问题，需要在提货之日起 14 天内向公司提出并由双方书面确认后进行退换货。	验收交付后连续正常使用累计满 1 年内，在非人为因素情况下，一切维修换件保养费用和备品备件均由公司免费提供。	
质量缺陷赔偿责任	当产品存在质量瑕疵且确认属于公司责任时，补货责任。	经双方书面确认后由公司承担	
产品三包责任	公司除质量缺陷赔偿原因外不负责产品三包，由经销商向终端消费者提供产品三包服务。	公司除质量缺陷赔偿原因外不负责产品三包，由工程代理商向下游客户提供产品三包服务。	在非人为因素情况下，验收交付后连续正常使用累计满 1 年，质保期内公司对所供货物实行包修、包换、包退、包维护保养。
款项结算条款	一般采用“先款后货”的交易方式		分阶段付款：①合同签署后支付一定比例的定金；②货物安装完成至工程量的约定比例时支付一定比例的合同款；③货物安装完成至工程量 100%，经验收合格后，支付至除质保

项目	经销商	工程客户	
		授权投标	自主招标
			金外的其他合同款；④质保金在 1 年后货品无重大质量问题之日起 30 天内由甲方支付。

公司零散业务模式主要客户为已解约经销商，公司将货物交付至已解约经销商指定人员后视为公司完成交付，交付产品的财产所有权和风险即转移至客户，一般由客户承担运费，质量缺陷赔偿以及三包责任由公司负责，一般采用先款后货的方式进行结算。

#### 4、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素及其在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司现有经营模式是在发展过程中形成并不断完善的，受到外部市场环境、行业经营特征和自身发展战略的影响，符合行业特点和商业惯例，保证了公司采购、生产和销售等各项经营活动的有序进行。

报告期内公司经营模式未发生重大变化，影响公司经营模式的主要因素未发生重大变化，在可预见的一段时间内公司的经营模式也不会发生重大变化。

#### （五）发行人自设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

自成立以来，公司始终致力于定制家居产品的研发、设计、生产和销售，主营业务、主要经营模式未发生重大变化。

公司以定制衣柜产品起步，不断积累定制家居产品生产相关的技术和工艺，提升研发水平和非标制造能力，产品受到市场和消费者的认可。随着公司综合实力的持续提升，公司顺应家居定制一体化的趋势，产品由原先单一的定制衣柜扩展为定制厨柜等其他定制柜类、护墙板、室内门与配套成品家具搭配而成的整体空间产品体系，主要产品呈现逐渐丰富的态势。

#### （六）发行人主要业务经营情况和核心技术产业化情况

报告期内，公司核心技术产品收入分别为 39,561.27 万元、43,753.18 万元、60,301.33 万元和 25,391.61 万元，占营业收入比例分别为 95.11%、96.15%、96.31%和 96.21%，核心技术与日常经营实现了深度融合，具体情况如下：

单位：万元

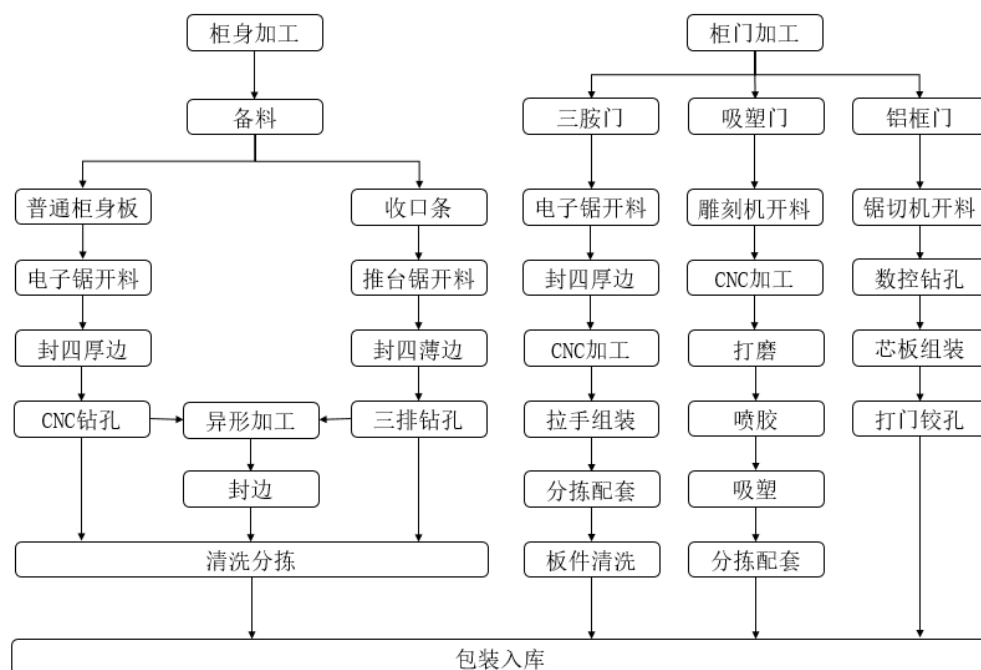
项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
核心技术产品收入	25,391.61	60,301.33	43,753.18	39,561.27
营业收入	26,391.03	62,612.62	45,504.57	41,593.83
占比	96.21%	96.31%	96.15%	95.11%

公司核心技术的具体情况参见本节之“八、发行人的技术及研发情况”之“（一）发行人核心技术及技术来源情况”。

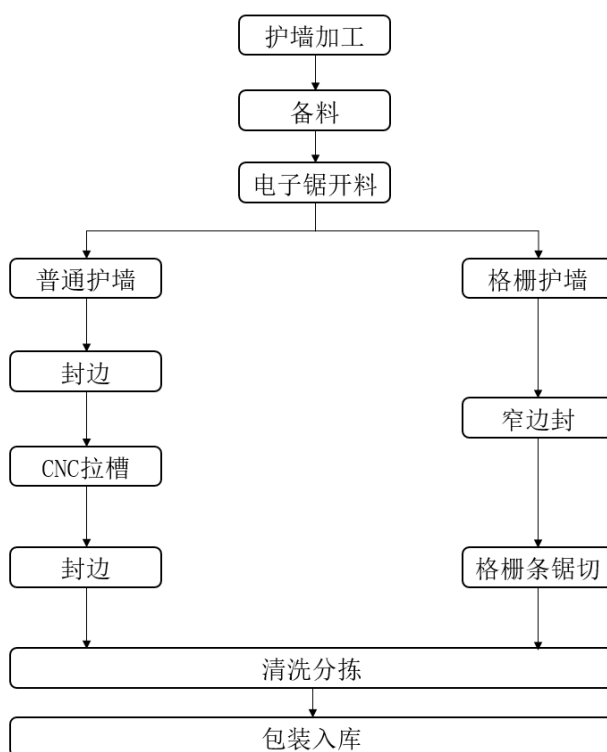
### （七）主要产品的工艺流程图及核心技术的具体使用情况和效果

公司自主生产的主要产品为定制柜类及配套产品（包括定制衣柜和其他定制柜类），以及护墙板、室内门等其他定制家居产品，具体生产工艺流程如下：

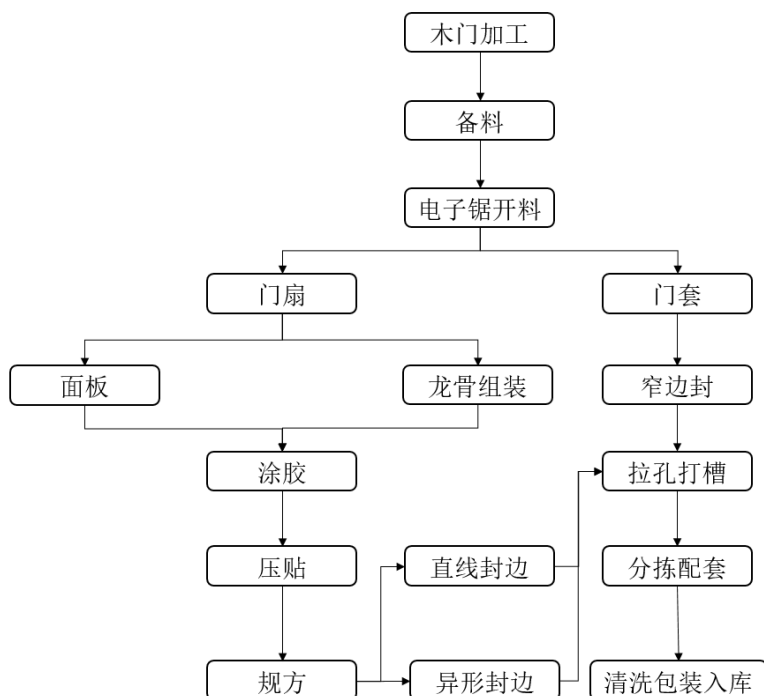
#### 1、定制柜类产品



## 2、护墙板



## 3、室内门



经过长期的研发与投入，公司形成了包括 12mm 柜体背板系统、板木式卡槽护墙板系统、免漆复合式木门环保无醛生产技术、铝木工艺结构简易可拆卸影型护墙系统、PUR 胶封边技术等多项核心技术。公司核心技术贯穿主要产品的

表面处理、封边、组装等多个生产环节，具体运用情况详见本节“八、发行人的技术及研发情况”之“（一）发行人核心技术及技术来源情况”。

## （八）发行人代表性业务指标情况

### 1、经销网络建设

公司所处的定制家居行业具有终端消费者数量众多、区域分布较为分散，且产品的服务周期长、服务频次高的特点，因此为了保证产品的市场覆盖面、服务质量和销售效率，行业中通常采用以经销模式为主的销售模式。报告期各期末，公司经销商数量分别为 640 家、798 家、943 家和 930 家，经销网络逐渐壮大，主要系公司在积极布局一二线城市经销网络的同时，深度渗透并下沉三四线市场，不断完善营销渠道，来为全国各地终端消费者提供更优质、及时的服务。

### 2、生产经营规模

报告期内，公司主营业务收入分别为 41,231.86 万元、45,216.60 万元、62,278.85 万元和 26,210.53 万元，生产经营规模不断扩大。公司营业收入的具体分析详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层讨论分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”。

## （九）发行人符合产业政策和国家经济发展战略情况

根据国家发改委颁布的《产业结构调整指导目录（2019 年本）》，“木、竹、草（包括秸秆）人造板及其复合材料技术开发及应用”以及“木材及木（竹）质材料节能、节材、环保加工技术开发与利用”，属于鼓励类产业结构。

根据工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局等四部门联合发布的《推进家居产业高质量发展行动方案》，明确至 2025 年在家居产业培育 50 个左右知名品牌、10 个家居生态品牌，推广一批优秀产品，建立 500 家智能家居体验中心，培育 15 个高水平特色产业集群，以高质量供给促进家居品牌品质消费。

因此，公司主要产品和主营业务符合产业政策和国家经济发展战略。

## 二、发行人所处行业基本情况

### （一）发行人所属行业及确定所属行业的依据

公司主要从事定制家居产品的研发、设计、生产和销售。根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司所属行业为“C21 家具制造业”中的“C2110 木质家具制造业”。

### （二）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规和政策

#### 1、行业主管部门及监管体制

公司所在行业主管部门为工业与信息化部消费品工业司，行业技术监管部门为国家市场监督管理总局，行业自律组织为中国家具协会、全国工商联家具装饰业商会厨柜专业委员会、全国工商联家具装饰业商会衣柜专业委员会等。由政府部门和自律管理机构对行业的管理主要把控宏观层面，包括制定产业政策、规划行业发展战略、优化行业发展环境等，企业生产经营管理完全基于市场化方式。

组织名称	组织类别	组织职责
工业和信息化部	国家主管部门	负责家具行业的行业规划、产业政策和标准制定、监测企业的日常运行、推动重大技术发展与自主创新与指导推进行业信息化建设等。家具行业主要由工信部下属消费品工业司负责监管，消费品工业司承担轻工、纺织、食品、医药、家电等行业的管理工作。
国家市场监督管理总局		负责市场综合监督管理；起草市场监督管理有关法律法规草案；制定有关规章、政策、标准，组织实施质量强国战略和标准化战略；拟订并组织实施有关规划，规范和维护市场秩序，营造诚实守信、公平竞争的市场环境。
中国家具协会	行业自律组织	提出家具行业发展规划和行业发展的方针政策，协助制定行业标准，参与行业检测工作的业务指导，对行业产品结构、企业结构的调整等提出建议，并接受政府或企业的委托进行评估与咨询，参与行业重要产品的质量认证、质量监督。
全国工商联家具装饰业商会		沟通家具企业、经营企业、流通企业之间的联系，在企业与政府之间发挥桥梁纽带作用，负责行业自律管理，推动中国家具行业健康有序发展。

#### 2、行业主要法律法规和主要产业政策

公司所处的定制家居行业所涉及的主要法律法规如下：

序号	文件	实施年份
主要法律、法规		
1	《中华人民共和国噪声污染防治法》	2022年

序号	文件	实施年份
2	《中华人民共和国安全生产法》	2021年
3	《中华人民共和国广告法》	2021年
4	《中华人民共和国专利法》	2021年
5	《中华人民共和国建筑法》	2019年
6	《中华人民共和国商标法》	2019年
7	《中华人民共和国产品质量法》	2018年
8	《中华人民共和国环境保护法》	2015年
9	《中华人民共和国消费者权益保护法》	2014年
10	《家居行业经营服务规范》	2013年
11	《中国家具协会关于家具设计保护试行办法》	2000年
12	《中华人民共和国价格法》	1998年

公司所处的定制家居行业所涉及的主要政策如下：

产业政策	颁布机构	颁布时间	主要相关内容
《推进家居产业高质量发展行动方案》	工业和信息化部、住房和城乡建设部、商务部、市场监管总局	2022.08	到 2025 年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。反向定制、全屋定制、场景化集成定制等个性化定制比例稳步提高，绿色、智能、健康产品供给明显增加，智能家居等新业态加快发展。在家居产业培育 50 个左右知名品牌、10 个家居生态品牌，推广一批优秀产品，建立 500 家智能家居体验中心，培育 15 个高水平特色产业集群，以高质量供给促进家居品牌品质消费。
《产业结构调整指导目录（2019 年本）》	国家发改委	2021.12	“木、竹、草（包括秸秆）人造板及其复合材料技术开发及应用”以及“木材及木（竹）质材料节能、节材、环保加工技术开发与利用”属于鼓励类。
《“十四五”推进农业农村现代化规划》	国务院	2021.11	实施农村消费促进措施，实施家具家装下乡补贴，促进农村居民耐用消费品更新换代。
《中华人民共和国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》	全国人大	2021.03	到 2025 年，常住人口城镇化率提高到 65%。提升产业链供应链现代化水平，推动中小企业提升专业化优势，培育专精特新“小巨人”企业和制造业单项冠军企业。推动制造业优化升级，深入实施智能制造和绿色制造工程，发展服务型制造新模式，推动制造业高端化智能化绿色化。全面促进消费，顺应居民消费升级趋势，把扩大消费同改善人民生活品质结合起来，促进消费向绿色、健康、安全发展，稳步

产业政策	颁布机构	颁布时间	主要相关内容
			提高居民消费水平；提升传统消费，促进住房消费健康发展；培育新型消费，发展信息消费、数字消费、绿色消费，鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态发展。推进产业数字化转型，培育发展个性定制、柔性制造等新模式，加快产业园区数字化改造。
《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》	商务部等 12 部门	2020.12	促进家电家具家装消费，补齐农村消费短板弱项，强化政策保障。
《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》	国家发改委、科技部等 6 部门	2020.10	支持优势企业提高工业互联网应用水平，带动发展网络协同制造、大规模个性化定制等新业态新模式。加快推动传统产业技术改造，向智能、安全、绿色、服务、高端方向发展。加快发展柔性制造，提升制造业应急保障能力。
《关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》	商务部	2020.04	带动家电家具消费。有条件的地区结合实际制定奖励与补贴相结合的消费更新换代政策，鼓励企业开展消费电子产品以旧换新，积极促进绿色节能家电、家具消费。加快线上线下深度融合，支持线上经济、平台经济合规有序发展，保持线上新型消费热度不减。
《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》	国家发改委、工信部等 15 部门	2019.11	推广柔性化定制。通过体验互动、在线设计等方式，增强定制设计能力，加强零件标准化、配件精细化、部件模块化管理，实现以用户为中心的定制和按需灵活生产。以服装、家居等为重点，发展规模化、个性化定制。
《工业和信息化部关于加快培育共享制造新模式新业态促进制造业高质量发展的指导意见》	工信部	2019.10	培育发展共享制造平台。支持平台企业积极应用云计算、大数据、物联网、人工智能等技术，发展智能报价、智能匹配、智能排产、智能监测等功能，不断提升共享制造全流程的智能化水平。引导平台企业与技术提供商合作，强化平台开发与应用能力。鼓励工业互联网平台面向特定行业、特定区域整合开放各类资源，发展共享制造服务。
《轻工业高质量发展行动计划》	中国轻工业联合会	2018.06	以消费升级为导向，通过科技创新、结构调整促进轻工业增品种、提品质、树品牌，实现轻工产品供给从“有没有”到“好不好”的转型，满足人们生活从“温饱舒适型”向“美好享受型”的跃升。提倡和推动家具行业“全屋定制”，服务细分市场。
《2018 年消费品工业“三品”专项行动重点工作安排》	工信部	2018.05	在服装、制鞋、家具等行业推行个性化定制模式。总结交流消费品工业智能制造的经验做法，加快企业智能化改造步伐。
《信息化和工业化融合发展规划（2016-2020）》	工信部	2016.11	推广个性化定制。推动家电、家具、服装、家纺、建材家居等行业发展动态感知、实时响应消费需求的大规模个性化定制模式。

产业政策	颁布机构	颁布时间	主要相关内容
《轻工业发展规划（2016-2020年）》	工信部	2016.07	以“增品种”满足多样化消费新需求。细分市场的需求，在产品的设计开发、外形包装、市场营销等方面处处体现人性化和精细化，通过设计、研发和生产“微创新”，深度挖掘用户的需求盲点，不断增加花色品种、提升产品功能。推进个性化定制，重点在食品、家用电器、皮革、家具、五金制品、照明电器等行业发展个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式。
《中国家具行业“十三五”发展规划》	中国家具协会	2016.03	提出坚持转型升级，促进两化融合；坚持绿色环保战略，促进生态文明建设；加强品牌建设，培育大型企业；优化流通市场模式，促进多方合作共赢；注重电子商务，促进贸易发展；提升行业设计水平，加强知识产权保护。

### 3、报告期内新制定的法律法规、行业政策对发行人的主要影响

家具制造业已形成了相对成熟、稳定的行业体系，相关法律法规和行业政策的出台奠定了家具行业的稳定发展，同时推动包括全屋定制在内的个性化定制比例稳步提高，为公司的经营和发展创造了良好稳定的市场环境，有利于公司的长期发展。报告期内，新制定或修订、预期近期出台的与公司生产经营密切相关的法律法规、行业政策不会对公司经营资质、准入门槛、运营模式、行业竞争格局等方面造成重大不利影响。

### （三）行业概况与发展前景

#### 1、家具行业发展概况

##### （1）家具行业发展历程

我国经济、社会的持续稳定发展为家具行业的发展奠定了物质基础。经过多年发展，我国家具行业已形成较大的产业规模，在国际家具市场的地位日渐提高，并逐步成为支撑国民经济、丰富国民生活的重要产业之一。我国家具行业主要经历了以下四个发展阶段：

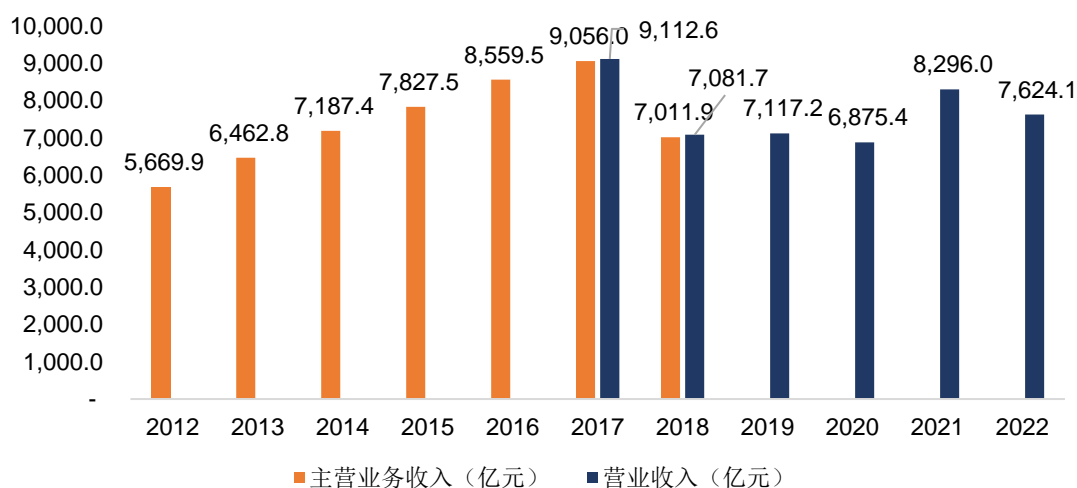
发展阶段	主流发展时期	阶段内容
手工打制家具	20世纪90年代前	在较长的一段历史时期内，手工打制家具是国内家庭置办家具最主流的途径。消费者自行购入板材并聘请木工师在家中现场打制家具。手工打制家具成本较高且效果极易受到木工师水平的影响，因此逐渐退出历史舞台，当前多存在于农村地区与小规模城镇。
成品家具	20世纪90年代	进入20世纪90年代，成品家具逐渐流行。大型企业凭借规模化、机械化生产与生产基地的多区域布局，大大

发展阶段	主流发展时期	阶段内容
		提高了制造效率与产品运输半径，获得了更多的市场份额。广东、福建、浙江逐渐成为国内三大家具产业集群，世界家具产能逐步向国内转移。
定制柜类	21 世纪初	随着生活水平的提高，消费者对家具个性化的需求逐渐凸显，21 世纪初开始出现一批以入墙壁柜为主的衣柜定制企业，国内家具定制市场逐渐打开。
全屋定制	2015 年至今	国内部分家具行业从业者开始吸收、学习主要发达国家流行的定制家具理念，业内开始提出并推广“全屋定制”概念。家具的设计、制造环节与信息技术的结合较大程度上解决了定制产品难以规模化生产的行业痛点，定制家居行业迅速发展。

## （2）家具行业市场规模

我国城镇化建设持续推进，人民生活水平不断提高，为家具行业的发展提供了良好的经济社会条件。十余年来，我国家具行业市场规模保持稳定增长趋势。根据国家统计局数据统计，我国家具行业的市场规模由 2012 年的 5,669.90 亿元增长至 2022 年的 7,624.10 亿元，年均复合增长率为 3.01%。虽然受经济环境影响，近年来家具行业市场规模出现短暂调整和波动，但随着经济复苏，未来行业将恢复稳定发展趋势。

2012-2022 年我国家具行业规模以上企业收入



数据来源：国家统计局

进入 21 世纪以来，随着全球化进程的深化，发达国家的家具产业逐步向具有一定基础建设和比较成本优势的发展中国家转移。在该过程中，我国凭借日益完善的基础设施建设、优秀的劳动力资源、有力的产业政策扶持以及相对集中的

产业集群等优势，逐渐发展为全球最大的家具生产、消费及出口国。以 2019 年为例，全球家具产值、消费额、出口额分别达 4,900.00 亿美元、4,770.00 亿美元、1,600.00 亿美元，其中我国分别占据 37.00%、28.00%、35.00% 的市场份额。未来，随着我国家具行业的持续稳定发展，我国作为全球家具产品供应中心的地位将日益得以巩固。

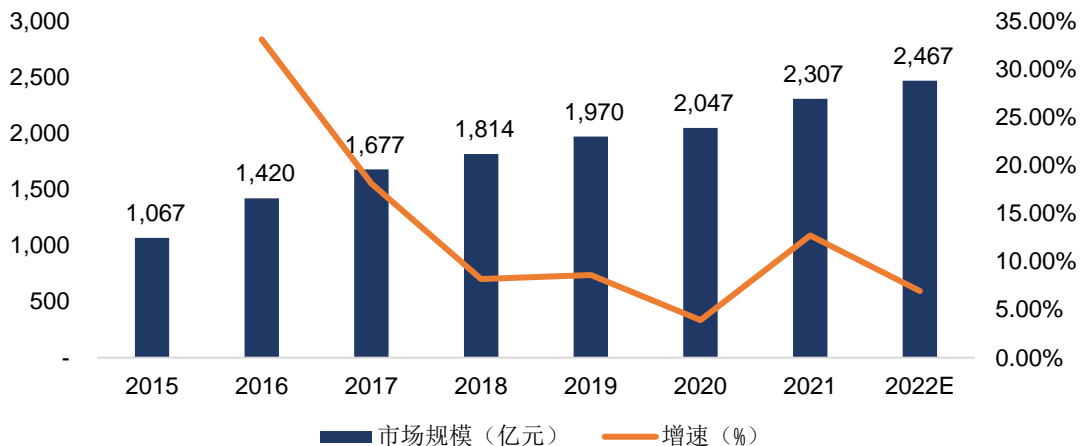
## 2、定制家居行业发展概况

### （1）定制家居行业发展情况

定制家居行业属于家具制造业的新兴细分行业。定制家居是指以使用者为中心进行的全屋家具完全定制，从设计入手将家具与室内装修、装饰等之间的关系进行充分的协调。定制家居将室内装修的木制部分按照设计风格进行分类，由工厂规模化生产，从而达到风格的一致性和工艺的统一性。定制家居兼顾时尚、生活和功能三大居家元素，以简洁的设计、精选的材质和科技定制的方式，考虑家具制造每一处环节，确保每件家具都有良好的质量和合理的价格。

近十年来我国定制家居行业市场规模高速增长，现已成为我国家具制造业的支柱产业。信达证券研发中心的数据显示，我国定制家居行业的市场规模由 2015 年的 1,067 亿元增长至 2021 年的 2,307 亿元，年均复合增长率达到 13.71%，在家具制造业整体增速放缓的情况下依旧维持中高速增长，增速大于家具制造业整体增速，体现了行业良好的发展态势。根据艾媒咨询数据，2019 年中国定制家居的渗透率仅为 32%，相比发达国家 60% 的渗透率仍存在较大的提升空间。

2015 年-2022 年我国定制家居行业市场规模



数据来源：WIND，智研咨询，中国产业信息网，信达证券研发中心

经过近年来的快速发展，我国定制家居行业逐步形成了以粤港澳大湾区为主阵地的区域产业集群。定制家居上市龙头企业如欧派家居、索菲亚等多以粤港澳大湾区作为大本营基地。此外，作为国内唯一经联合国工业发展组织认定的首批“全球定制之都”，广州市工业和信息化局于2020年1月发布《广州市推动规模化个性定制产业发展建设“定制之都”三年行动计划（2020-2022年）》。在产业集群的市场活力与强有力的政策支持下，粤港澳大湾区的定制家居产业将进一步快速发展。

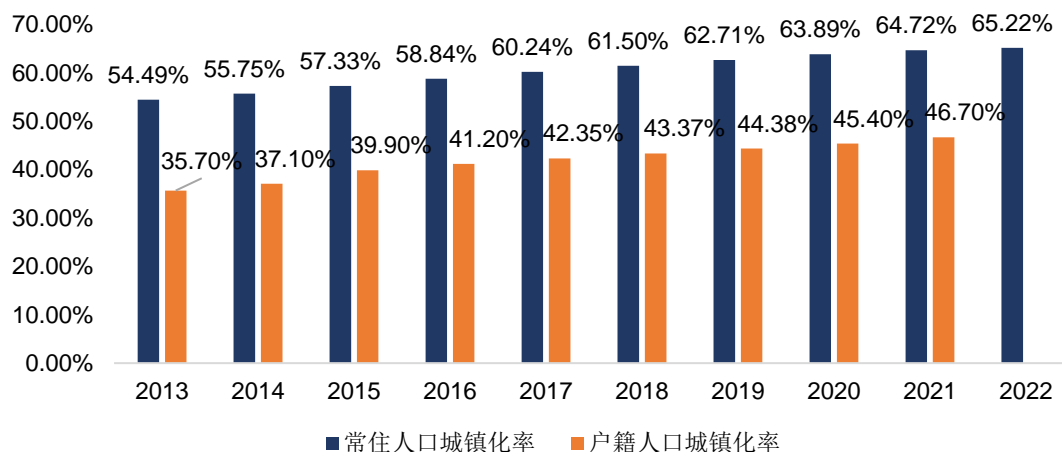
## （2）定制家居行业发展前景

### 1）城镇化进程加快将推动定制家居行业发展

定制家居行业的快速发展与我国的城镇化进程密不可分。城镇化对于定制家居市场的拉动作用主要体现在两个方面：一是我国城镇化进程促使大量农业人口进城落户，这一过程刺激了新房购置的需求，使得近年来我国房屋新开工面积始终维持高位，进而增加了定制家居购置的需求；二是由于城镇人均居住面积较小，空间利用率较高的定制家居产品更符合城镇居民的实际需求。根据住房与城乡建设部数据显示，2019年我国城镇居民人均住房面积为39.80 m<sup>2</sup>，农村居民则为48.90 m<sup>2</sup>。根据腾讯研究院发布的《中国家居生活方式趋势报告》，受访者最倾向于通过“定制家居”的方式提高房屋空间利用率，占受访者总体的65.30%。城镇居民定制家居能够更好地匹配城镇中小户型房屋的装修设计需要。

我国当前处于城镇化的快速发展阶段。国家统计局数据显示，从2013年至2022年，我国常住人口城镇化率从54.49%提高到65.22%，年均增长1.19个百分点。但基于我国特殊的户籍制度，户籍人口城镇化率更能反映我国城镇化发展的实际水平，也是决定住房需求的重要因素。2021年我国户籍人口城镇化率仅为46.70%，与发达国家80%左右的城镇化率相比，我国城镇化水平仍有较大的发展空间。未来，我国城乡融合发展、农业转移人口进城落户将持续推动我国城镇化建设的高质量发展，进而为定制家居行业提供更为广阔的市场空间。

### 2013年-2022年我国常住人口与户籍人口城镇化率

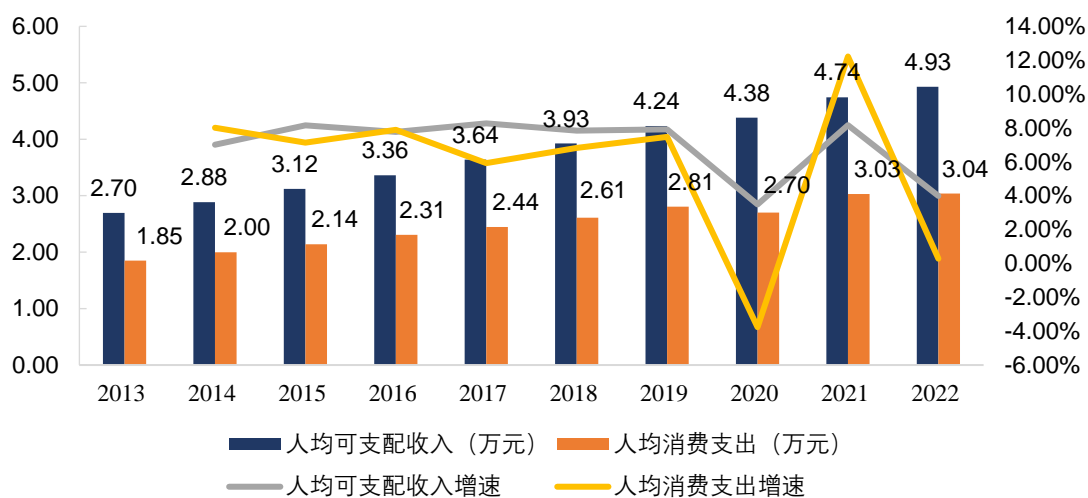


数据来源：WIND，国家统计局

#### 2) 城镇居民消费水平提升使得定制家居行业的竞争力持续增强

伴随着宏观经济的高质量发展，近年来我国城镇居民的可支配收入持续增长，使得城镇居民人均消费支出保持增长态势，中产阶层规模持续扩大，总体消费能力大幅提升。根据国家统计局数据，我国城镇居民人均可支配收入由2013年的26,467元增长到2022年的49,283元，年均复合增长率为7.15%。城镇居民人均消费支出由2013年的18,488元增长到2022年的30,391元，年均复合增长率为5.68%。

### 2013-2022年城镇居民人均可支配收入与人均消费支出及增长率



数据来源：国家统计局

在我国已实现全面建成小康社会的宏观背景下，城镇居民可支配收入仍将逐

年提高，人民对美好生活的需要日益增长，进一步推动了居民消费理念与消费结构从价格驱动转变为对品牌、质量、设计、个性化及体验等多方面的追求。基于此，样式单一、批量化生产的成品家具已不能满足消费者对家居生活品质的追求，具有个性化定制特征的定制家居产品受到越来越多消费者的青睐，为定制家居行业的快速发展奠定基础。

### 3) 房地产开发市场的长期健康发展奠定定制家居行业发展基础

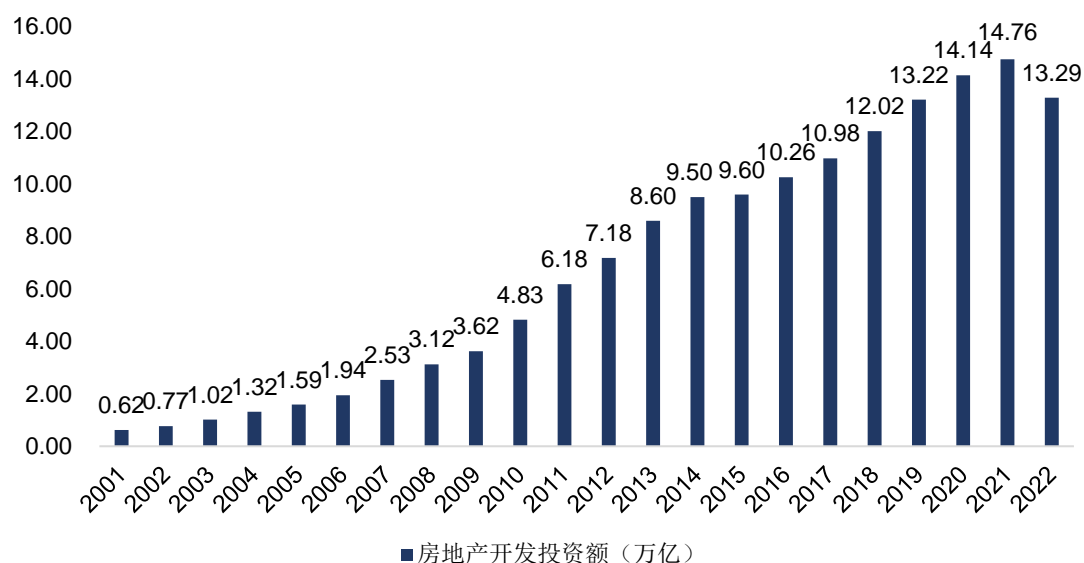
2001 年商品房改革以来，我国房地产开发市场经历了一段快速发展时期。自 2016 年中央经济工作会议首次提出“房住不炒”起，房地产调控政策引导住房回归居住属性，房地产市场逐步进入健康发展阶段。从房地产开发角度来看，2001 年至 2022 年，我国商品住宅新开工施工面积由 2.93 亿平方米增长到 8.81 亿平方米，年均复合增长率达到 5.38%；同期，我国房地产开发住宅投资额从 0.62 万亿元增长至 13.29 万亿元，年均复合增长率达 15.71%。近年来，虽然部分房地产企业出现流动性危机影响，导致我国房地产开发市场发展出现一定波动，房地产住宅新开工施工面积有所下降，但房地产开发住宅投资额仍保持较高水平。未来在“房住不炒”的前提下，各地“因城施策”灵活性增强，房地产开发市场将迎来长期健康发展，为我国定制家居行业的持续稳定发展提供有力保障。

**2001-2022 年我国商品住宅新开工面积**



数据来源：国家统计局

## 2001-2022 年我国房地产开发住宅投资额



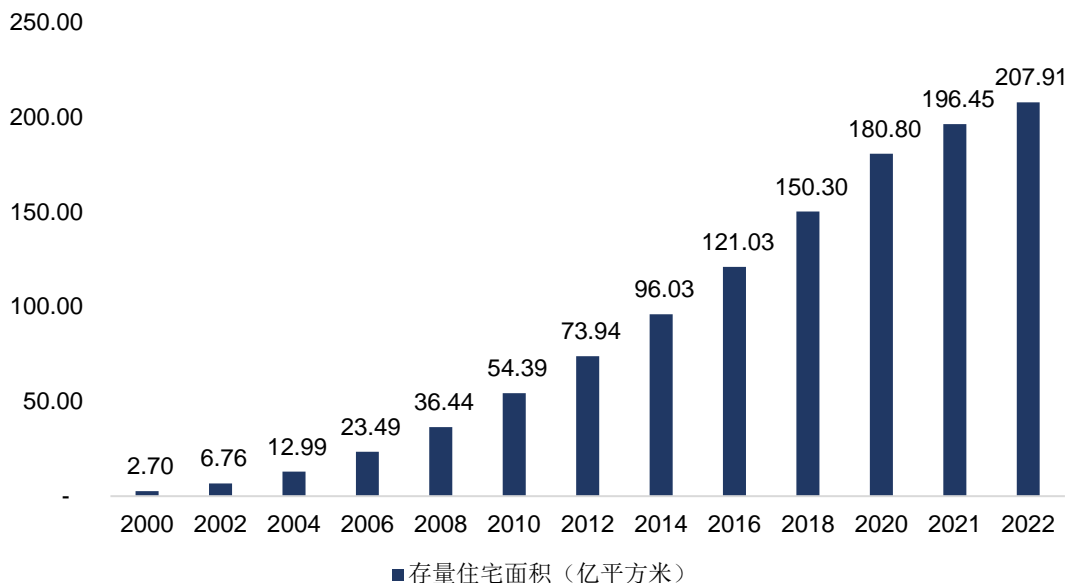
数据来源：国家统计局

### 4) 存量房翻新需求释放定制家居行业增长潜力

2001 年商品房改革以来，我国商品房销售面积快速增长，存量商品房住宅面积由 2000 年的 2.70 亿平方米增长至 2022 年的 207.91 亿平方米，年均复合增长率达到 21.83%。存量房面积的增加使得二手房交易比重上升，大部分购房者在迁入新房后都会进行家具的更换。而其他未交易的存量房，随着房屋的老化，居住者也同样面临旧房翻新的问题。砖木结构房屋的翻新周期一般为 10-15 年<sup>1</sup>，砖混房屋的翻新周期为 15-20 年，以此推算我国 2006 年-2010 年销售的约 36.42 亿平方米的住宅将在 2020-2025 年内集中翻新，2011 年-2015 年销售的 52.87 亿平方米的住宅将在 2025 年-2030 年内集中翻新。腾讯营销调研显示，2018-2019 年旧房装修需求占装修总需求的 23%，旧房装修未来有望成为定制家居产品需求的主要驱动力。

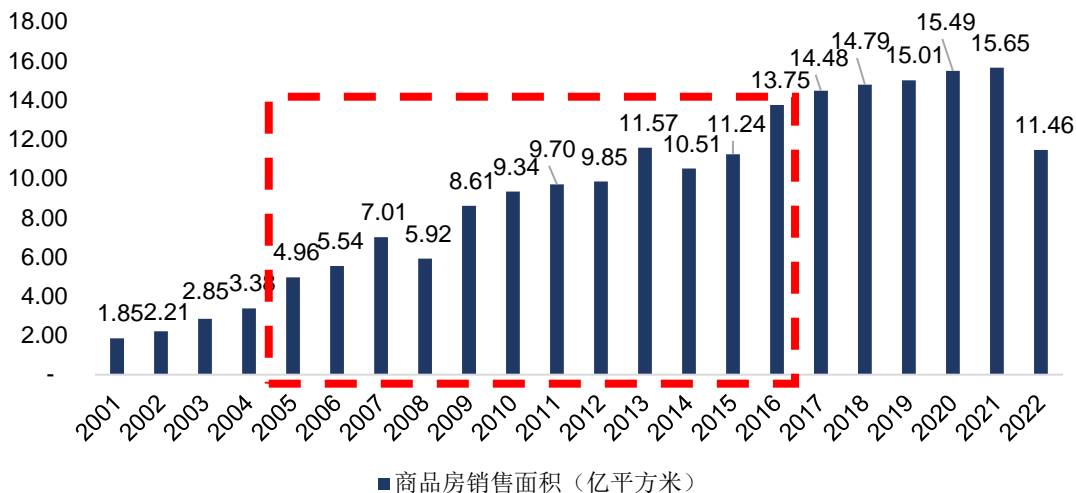
<sup>1</sup>苏常民主编《房屋修缮与改造》中国铁道出版社，1998.2

### 2000年-2022年我国存量住宅面积



数据来源：国家统计局

### 2001年-2022年我国商品房住宅销售面积



数据来源：国家统计局

### （3）我国定制家居行业发展趋势

#### 1）柜墙门一体化定制趋势逐步兴起

随着定制家居的消费理念逐渐深入人心，人们对家居空间的品质要求与一站式整装需求也在不断提高，传统的单品类定制产品已无法满足消费者的全屋整装定制需求，家居品类不断跨界融合，“柜墙门一体化定制”应运而生。一方面，定制家居企业通过提供集定制柜、护墙板、木门为一体的一站式整装方案，实现

全屋整体空间的和谐统一，满足了消费者对家居空间个性化、一体化的跨越式审美与功能需求；另一方面，柜墙门一体化定制使得家居整装各参与方仅需对接一个品牌厂商，避免多个品类间低效的交叉作业，较大幅度地提高了家居整装方案的落地效率与质量。

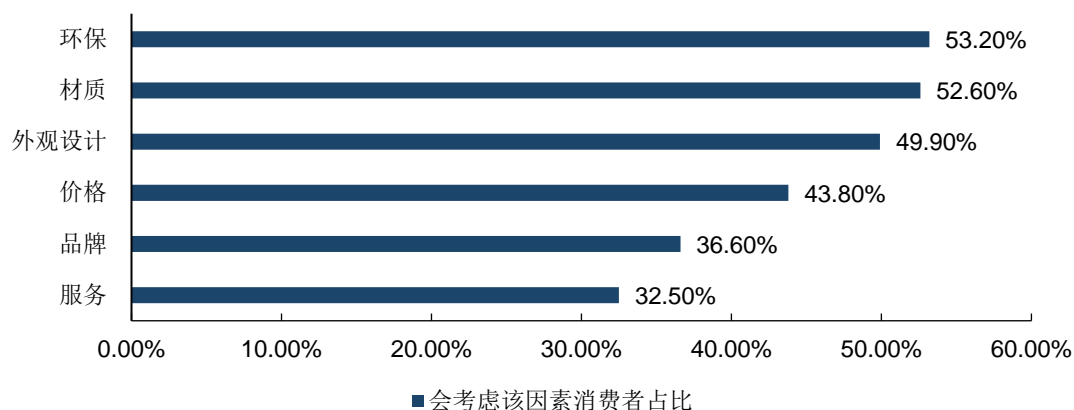
在定制家居消费趋势由传统单品类定制向柜墙门一体化定制转变的过程中，定制家居行业与装修行业、成品家具行业的融合也日益加速。消费者已逐渐接受由定制家居企业在开展整体设计和配合装修的前提下提供标准化的成品家具，定制家居行业横跨定制家居、装饰装修、成品家具的业务形态已初步成型，进一步打开了定制家居行业企业规模的增长空间。

## 2) 家具材料环保需求日益增长

室内家具安装所用的材料通常会散发甲醛、苯系物、可溶性铅等有害有毒的家装污染物质。随着社会大众对家装污染认识的不断深入，消费者对选购家具的环保、健康标准愈加重视。根据艾媒咨询数据显示，2020年中国消费者选购家居产品的首要考虑因素为环保因素，占比达到53.20%，其次是材质和外观设计因素，占比分布为52.60%和49.90%。根据香港贸发局的消费者调查数据显示，超过90%的受访者表示有兴趣采用绿色环保材料，对购买绿色环保材料产品愿意多支付平均14%的溢价<sup>2</sup>。为满足消费者对于家具的环保需求，定制家居企业在产品研发设计上愈发强调环保、健康理念，在材料选择上优先选择有害物质较少的环保板材，同时改善封边工艺，着重关注“无醛添加、防霉抗菌”等性能，满足消费者的环保需求。

<sup>2</sup> 资料来源：《中国家具市场概况》，香港贸发局，链接：<https://research.hktdc.com/sc/article/MzA3ODY3OTk5>

## 2020 年家居消费者考虑因素



数据来源：艾媒咨询

### 3) 定制家居产品消费者趋于年轻化

根据《2021 年百度家居家具行业洞察》数据显示，25 岁-34 岁家居消费者占比合计为 36%，位居所有年龄段之首。我国 80、90 后成为主力消费人群，家居消费群体年轻化趋势明显。由于该部分人群具有追求时尚、崇尚个性、风格多样等消费需求特点，其在装修过程中参与程度较高，自主设计意愿较强，因此定制家居产品较受该年龄段群体的青睐。此外，为最大程度满足个性化需求，年轻消费群体往往更倾向于接受家装设计师的专业服务，进而采购定制化程度更高、更贴合自身审美与功能需求的定制家居产品，而非以往选择将材料、样式等元素进行简单“排列组合”且定制程度较低的家居产品。

根据国家统计局数据显示，我国 25-34 岁人口从 2011 年的 2.02 亿人增长为 2021 年的 2.08 亿人，占比维持在 14.80% 左右，形成了一定规模的年轻消费群体。未来随着定制家居产品消费者年轻化趋势的日益增强，定制家居行业的渗透率与定制化程度将进一步提升，从而带动定制家居行业实现持续健康发展。

### 4) 信息化及智能制造的核心地位日益凸显

基于定制家居产品类别的多元性和订单结构的复杂性等特点，信息化和智能制造的应用程度逐渐成为企业在市场竞争中胜出的关键。随着现代信息技术的发展，行业领先的优势定制家居企业普遍通过借助信息系统、自动加工系统等技术，将数字控制加工设备转变为能根据加工指令智能操作的自动化机械制造系统，实现柔性化生产，提升大规模非标定制能力，以满足消费者对定制家居的需求。

未来，通过持续对生产基地进行智能化升级改造，采用机器和智能算法进行生产数据实时分析、订单信息精准定位，以机器指挥机器，减少人工与人为错误，实现信息化、自动化和智能化的大规模定制生产，已成为定制家居行业生产端的发展趋势。

#### **（四）行业技术水平及技术特点**

##### **1、选材环保性**

随着国家对环保的日益重视、消费者和员工对自身健康的关心，生产企业在原材料选用、制作加工过程等方面愈加重视环保性能。以公司的高端系列产品为例，在坚持全球家居板材最高环保标准的基础上，公司摒弃国内常用的 2-3 年普通混合木种板材，优选南美洲进口欧松板博纳克 **BERNECK** ®，采用巴西本土 20 年以上的松木大径材，具有单一性、稀有性、稳定性，环保等级达到国际最高标准，并获得美国 **CARB P2**、**EPA** 等多项环保认证，为消费者提供真正安心可靠的高品质基材。

##### **2、柔性化生产能力**

定制家居行业的经营特点决定了公司订单具有较强的个性化，柔性化制造能力成为了定制家居公司在产品生产过程中技术水平高低的重要衡量标准，包括生产效率、板材利用率、智能机械化水平等都是企业柔性化制造能力的体现。公司通过引进德国豪迈等知名品牌的高端自动化生产设备以及加大对关键设备的技术改造力度，逐步提高装备智能化率，生产设备通过扫描二维码自动调用客户订单拆解形成的数据包，并自动完成开料、封边、打孔、铣槽等工序；同时，公司不断优化生产工艺流程，达到降本增效的目的，并逐渐带动公司柔性化生产制造能力的提升。

##### **3、信息技术应用**

在定制化整体家居的营销和管理过程中，客户需求多样，订单结构复杂，数据庞大，从而催生了信息技术在企业日常生产经营过程中的全面应用，其应用覆盖范围与程度逐渐成为企业市场竞争中的关键因素。目前，公司已建立一套较为完善的信息管理系统来处理订单、库存、交付等流程。在拆单与排产环节，公司于 2020 年引入法国的 **KD** 拆单软件并根据公司具体情况进行二次优化，加快公

司拆单的速度以保证机器设备充分作业，同时拆单环节结束后自动生产包含每个板件生产需求的数据包实现信息化管理。在生产环节，公司的数控加工设备在识别板件上的条码后便会自动提取含有加工需求信息的数据包对板件进行加工，从而提高订单执行准确率与生产效率。

## **（五）进入本行业的主要障碍**

### **1、研发设计壁垒**

定制家居行业需要按照消费者的个性化需求进行设计并制造非标产品，因此相较于成品家具行业而言，定制家居行业最大特点在于出售的不仅仅是家具产品，而是整体设计方案。企业需在设计环节综合考虑产品的材料、形状、色彩、消费者家中布局等多种因素，使产品的功能属性与审美属性达到和谐统一，进而使消费者获得良好的使用体验。

此外，设计很大程度上也影响企业的生产成本，优秀的设计方案既能够带给消费者较好的审美体验，又能够帮助企业在满足消费者需求的前提下兼顾企业生产端工艺的特点，从而扬长避短降低企业的生产成本。因此，具备优秀设计能力的企业在定制家居行业具有较高的竞争壁垒。

### **2、营销网络运营壁垒**

定制家居产品个性化的特点使得消费者需要进入终端门店才能直观感受不同企业产品的特点，进而放心购买定制家居产品；同时，定制家居产品需要安排专业人员上门进行安装服务，因此庞大高效、服务能力强的销售服务网络是公司发展的基础。销售服务网络承载着营销展示、个性化设计、运输安装、维修服务等众多功能，定制家居企业的营业收入与销售门店数量高度相关，企业需要在长期的经营过程中逐步完善和积累才能够建立广泛、高效、专业的销售服务网络。

### **3、信息技术壁垒**

制造业企业通常通过大规模生产同质化产品降低产品的单位成本获得规模优势，因此产品的个性化与现代工业标准化生产存在矛盾。定制家居行业生产的产品大多为非标产品，信息技术的运用是解决定制家居产品个性化设计与规模化、工业化生产矛盾的关键。定制家居行业信息技术的应用包含运营的信息化与生产组织的信息化。

运营的信息化包含产品从设计、订单报价、包装物流到上门安装等环节 ERP 系统、预算管理系统、经销商下单管理系统等信息系统的应用。运营环节的信息化可提高公司的运营管理效率，加快周转速度。生产组织环节的信息化则包含订单拆单软件、板材优化加工系统、数控加工设备、车间工作流程监控系统等涉及制造环节的信息技术应用。虽然定制家居行业生产的产品是非标产品，但通过运用信息技术可帮助企业迅速“拆单”、“揉单”，将设计图快速分解为各项板件，再将材料与加工工艺相近的板件在生产线上一同生产，从而在保证生产效率的前提下，实现不同产品、不同工艺生产的快速转换，极大提升了生产的柔性多样性。

虽然定制家居行业门槛相对较低，但随着企业规模的逐步扩大，运营与生产组织的难度快速上升，信息技术应用滞后是中小企业发展至较大规模的重大阻碍。

#### **4、品牌知名度与设计师认可度**

定制家居行业进入门槛较低，中低端产品同质化现象严重且市场参与者众多，希望便利完成家装活动的消费者将品牌知名度作为衡量产品质量、信誉和售后服务的重要因素，消费者总体上更信赖品牌知名度较高的企业，该类企业往往也能够取得一定的品牌溢价。此外，日趋年轻化的消费群体往往更倾向于接受家装设计师的专业服务，进而采购定制化程度更高、更贴合自身审美与功能需求的定制家居产品。在该趋势中，以科凡为代表的具备较高定制化程度、高性价比的家居品牌在家装设计师心中的认可度逐步提高。定制家居企业需通过在营销、生产、渠道、终端服务等环节的长期投入才能逐步积累起品牌效应，行业新进入者通常很难在较短时间内建立起品牌优势。

### **（六）行业发展的机遇与风险**

#### **1、行业发展的机遇**

##### **（1）产业政策大力支持行业发展**

国家政策与法律法规的支持，规范了定制家居行业的产品标准，提高了消费者的信任程度，并提供了有利的发展环境。通过出台《中国家具行业“十三五”发展规划》《轻工业调整和振兴规划》《中国家具协会家具设计保护试行办法》等文件，保护家具发明创造专利权，家具设计创新，规范家具市场，推动了行业的

良性有序竞争，加强了家具行业与智能制造相结合，强化了行业品牌意识，对我国家具行业核心竞争力的提升起到了巨大推动作用。

## （2）城镇化持续推进及三孩政策推行带动定制家居行业发展

我国正处于城镇化快速发展时期，全国常住人口城镇化率从2013年的54.49%提高到2022年的65.22%，年均增长1.23个百分点。根据《中华人民共和国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》，“十四五”时期我国将全面完善新型城镇化战略，提升城镇化发展质量，推进以县城为重要载体的城镇化建设，发展壮大城市群和都市圈，实施城市更新行动，常住人口城镇化率将继续提高。未来几年，我国将积极稳妥地推进城镇化建设，城镇化率仍有较大的提升空间。通过增强城镇综合承载能力，有序推进农业转移人口市民化，而城镇化的推进将带来大量新增住房需求，并为定制家居行业提供广阔的市场空间。同时，随着三孩政策的全面推行，二孩、三孩家庭的出现会刺激新购商品房装修及旧房二次装修需求，从而推动定制家居行业的发展。

## （3）居民可支配收入的增加以及消费主体年轻化为行业发展营造良好环境

我国经济持续稳定的高质量发展保证了城镇居民可支配收入的增长，据国家统计局统计数据，我国城镇居民人均可支配收入由2013年的26,467元上升至2022年的49,283元，年均复合增长率为7.15%。随着居民可支配收入的增加以及消费主体年轻化，该类群体更注重产品的美观度与个性化表达，定制家居的个性化设计、高品质产品、更有保障的售后服务越来越受到消费者青睐。未来政府将进一步从高质量供给角度扩大内需、促进消费，居民可支配收入有望进一步提升；同时新生代在家居消费群体的比重将持续上升，进而为定制家居行业发展营造良好环境。

## （4）成熟、完善的产业链为行业发展提供重要保障

定制家居行业经过多年的快速发展，已形成一条完善、成熟的产业链，能够充分满足上游原材料与下游经销商、目标客户之间的衔接与配套生产需求。上游行业分布广泛，原材料、生产设备供应充足，能较好满足定制家居企业的采购需求；下游经销商网络畅通，消费者客户对定制家居理念的接受程度逐步提高。此外，定制家居行业的快速发展还孵化出以粤港澳大湾区为首的区域产业集群，甚

至在区域内形成产业链闭环，构造出完善的产业生态系统，从而使家居行业全产业链形成合力，为行业长期高质量发展提供重要保障。

## 2、行业发展的风险

### （1）房地产行业短期动荡对定制家居行业造成一定影响

自 2016 年中央经济工作会议首次提出“房住不炒”开始，房地产调控政策逐步引导住房回归居住属性，同时加强了对房地产开发商的监管，房地产行业从野蛮生长阶段逐渐过渡到规范健康发展阶段。在此过程中，部分房企未能及时调整战略，埋下了高杠杆扩张带来的债务恶化苦果。2021 年以来，房企接连暴雷，引发新房开发市场动荡，对房地产开发的产业链上下游亦造成了一定的影响，尤其对于以该类房企大宗业务为主的定制家居企业影响较为严重。虽然在国家政策与规范治理的引导下，房地产行业的债务风险整体可控，且在市场出清后也将迎来更规范健康的长期可持续发展，但短期的市场阵痛仍将给定制家居行业等房地产下游带来一定的影响。

### （2）行业进入门槛较低，小型企业不正当竞争，自主创新能力弱

定制家居行业虽然发展壁垒较高，但进入门槛较低，具有大行业，小企业的特点。一方面，政策法规对于小型本地化加工企业的约束不足，其在税收与经营上通常存在大量不规范行为，进而享有不正当的竞争优势，扰乱了行业发展的秩序。另一方面，由于定制家居行业属于新兴行业，行业的技术积累相对不足，多数中小型生产企业主要依靠模仿少数知名品牌企业的设计产品，行业的自主创新能力较弱。

## （七）行业经营模式和行业周期性、区域性和季节性

### 1、行业经营模式

定制家居行业特有的经营模式系以消费者需求驱动为导向，按照消费者的个性化需求提供定制家居产品，以实现消费者个性化、差异化的家居消费体验。在生产模式上，行业通常采用订单驱动方式进行生产，将订单拆分为模块化组件并逐一生产；在销售模式上，行业主要采用经销模式、工程业务模式和直营模式；其中，经销模式为定制家居企业通过经销商销售定制家居产品，工程业务模式为定制家居企业直接或间接向房地产商等工程业务客户销售定制家居产品，直营模

式为以开设直营专卖店方式销售定制家居产品。

## **2、行业的周期性、区域性和季节性特征**

### **（1）行业的周期性**

定制家居行业与宏观经济发展状况、居民可支配收入水平及房地产行业发展情况息息相关。但目前定制家居行业市场渗透率正加速提升，加之居民可支配收入持续提高、消费主体不断年轻化，以及下游房地产行业新房开发体量仍处高位，存量房、精装房市场逐步放量，定制家居行业的上升空间依然较大，市场需求较为旺盛，行业周期性特征不明显。

### **（2）行业的区域性**

定制家居产品主要面向具有家居装修需求的用户群体，行业没有明显的区域性特征。但由于家居产品消费与居民可支配收入水平相关度高，因此呈现出在城市地区、东部沿海地区及经济相对发达的部分内陆地区，定制家居产品销售规模较大的情况。

### **（3）行业的季节性**

由于消费者商品房新购、交付以及装修存在季节性，加之我国气候差异及春节假期等因素也会对行业的季节性产生一定影响。因此，整体来看定制家居行业存在一定的季节性特征，通常上半年为行业销售淡季，下半年为销售旺季。

## **（八）行业上下游情况及对本行业的影响**

公司所属的定制家居行业上游主要为销售板材、五金配件、封边条等原材料供应商，下游为各地经销商，终端客户为有家装需求的个人消费者。公司在产业链中处于中游生产制造环节，起到承上启下的关键作用，致力于通过强大的产品设计研发能力和智能化的柔性生产能力，为终端消费者提供美观、环保、高质量和高性价比的定制家居产品。

### **1、发行人所属行业与上游行业之间的关联性**

行业上游产品的价格波动会对业内企业的毛利率水平产生一定影响，但依托于我国家居制造业较为完善的配套产业链，本行业相关上游产品制造企业众多，能够稳定地供应原材料，定制家居企业的原材料供应不存在被上游行业个别企业

控制的风险。同时，全球范围的原材料采购已经占据越来越重要的地位，行业内知名企业由于采购量较大、国内外货源较充足，因此对上游供应商具备较强的议价能力，可在一定程度减少原材料价格波动造成的不利影响。

## 2、发行人所属行业与下游行业之间的关联性

行业下游销售渠道主要包括经销商、电子商务、品牌旗舰店、工程业务，下游目标客户包括了商品房购买者、旧房二次装修消费者及精装修楼盘的房地产开发商等。在居民可支配收入持续提高及消费主体年轻化等宏观背景下，定制家居行业已成为家具制造业增速较快的细分领域，市场成长空间较大。同时，受益于我国城镇化建设的持续推进，城市住房刚性需求预计将持续增加。因此，长期来看，本行业受房地产行业周期性的影响较小。

## 三、发行人行业竞争地位分析

### （一）行业竞争格局

公司所处的定制家居行业市场集中度较低，行业品牌众多，竞争激烈，呈现出“大行业，小企业”的竞争格局。定制家居产品因具有可满足消费者的个性化需求、空间利用率高、风格多样化等特点，近年来越来越受到消费者的青睐，定制家居行业呈现出快速发展的趋势，但相较于欧美、日韩等成熟家具市场，我国定制家居行业仍有较大的发展空间。

### （二）行业内主要企业情况

根据主要产品、主营业务规模和公开信息的可获取性，公司选取的同行业可比上市公司情况如下：

序号	公司名称	公司简介
1	欧派家居 (603833.SH)	成立于1994年7月，于2017年3月在上交所主板上市；公司是国内定制家居行业的大型企业，从事全屋定制家居产品的个性化设计、研发、生产、销售、安装和室内装饰服务。
2	索菲亚 (002572.SZ)	成立于2003年7月，于2011年4月在深交所中小板上市；公司主要从事定制柜、橱柜、木门及配套家居产品的设计、生产及销售。
3	尚品宅配 (300616.SZ)	成立于2004年4月，于2017年3月在深交所创业板上市；公司主要从事全屋板式家具的定制生产及销售、配套家居产品的销售，并向家具行业企业提供设计软件及信息化整体解决方案的设计、研发和技术服务。

序号	公司名称	公司简介
4	志邦家居 (603801.SH)	成立于 2005 年 4 月，于 2017 年 6 月在上交所主板上市；公司专注于全屋定制家居的研发、设计、生产、销售和安装服务，产品包括整体厨房、全屋定制、定制木门/墙板、成品配套等四大家居品类。
5	金牌厨柜 (603180.SH)	成立于 1999 年 1 月，于 2017 年 5 月在上交所主板上市；公司是国内高端整体厨柜、定制及智能家居解决方案提供商，为消费者提供专业的整体厨柜、定制及智能家居研发、设计、生产、销售、安装及售后等整体服务。
6	好莱客 (603898.SH)	成立于 2007 年 4 月，于 2015 年 2 月在上交所主板上市；公司主要从事整体衣柜及其配套家具的设计、研发、生产和销售。
7	皮阿诺 (002853.SZ)	成立于 2005 年 6 月，于 2017 年 3 月在深交所中小板上市；公司主要从事中高端定制橱柜、衣柜、木门及其配套家居产品的研发、设计、生产、销售、安装与售后等服务。
8	我乐家居 (603326.SH)	成立于 2006 年 6 月，于 2017 年 6 月在上交所主板上市；公司专注从事整体厨柜、全屋定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务。
9	顶固集创 (300749.SZ)	成立于 2002 年 12 月，于 2018 年 9 月在深交所创业板上市；公司主要从事定制衣柜及配套家具、精品五金、智能五金、定制生态门和其他智能家居产品的研发、生产和销售，是国内定制衣柜及精品五金领域知名品牌之一。

### （三）发行人市场地位

公司是国内较早进入定制家居行业的企业之一。通过多年不断磨砺设计能力和工艺技术能力，公司先后形成了包括摩登东方、意式轻奢、现代极简、经典欧美等多种设计风格的产品，并持续迭代更新，可满足消费者多样化的需求。自成立以来至今，公司先后获中国家居产业家居领军品牌大雁奖、全屋定制十大品牌、中国衣柜十大品牌、橱柜十大品牌、定制家居十大品牌、整体衣柜十大品牌等国内行业荣誉，同时也获得广东省科学技术厅授予的广东省高新技术企业、佛山市工业和信息化局授予的佛山市专精特新企业和安徽省经济和信息化厅授予的安徽省专精特新企业等资质认证。与同行业公司相比，公司始终坚持在工业化、规模化生产的基础上，保持自身设计特色，满足消费者个性化需求。未来，公司将充分运用自身竞争优势，迅速提升品牌影响力和市场份额，跻身定制家居行业第一梯队。

### （四）发行人与同行业可比公司的比较情况

公司与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况如下：

## 1、经营情况

报告期内，公司与同行业可比公司经营数据的具体比较及分析参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层讨论分析”之“九、经营成果分析”。

## 2、市场地位

公司与同行业可比公司的市场地位比较情况如下：

公司名称	市场地位
欧派家居	公司位列同行业领军地位，从产品研发创新、营销思路拓展、渠道挖掘扩容等多个方面引领同行，行业龙头地位不断夯实，营收规模、终端品牌影响力及触达消费者的渠道布局远超全球同行业公司。
索菲亚	经过二十年的经营、践行公司“大家居”战略，公司完成了全渠道、多品牌、全品类的战略布局，是行业中的领军企业。
尚品宅配	公司主要产品及服务系为客户打造全屋整体一体化解决方案，并向家居行业企业提供设计软件及信息化整体解决方案的设计、研发和技术服务。公司持续加强基于云计算的专业 3D 室内设计平台的深度研发，始终保持 IT 技术在全行业持续领先。
志邦家居	公司创始团队是我国定制家居行业最早的开拓者之一，经过多年的发展，公司从区域性品牌走向了全国驰名和全球化布局。
金牌厨柜	经过多年品类拓展布局，公司已经形成多品类、多业务板块合力发展的整体家居专业服务商，行业排名前列。
好莱客	公司品牌始创于 2002 年，拥有相当的知名度和影响力，是国内少数拥有商标全类保护的定制品牌之一。
皮阿诺	公司始终专注于整体橱柜、全屋定制、门墙等定制家居及配套产品领域，以“忠于独创”为品牌主张，致力于打造定制家居中高端品牌，位于行业前列。
我乐家居	公司产品在定制的中高端细分市场上处于领先地位，在行业以及消费者圈层形成了较高的认知度和美誉度，逐渐成为中高端定制品牌的领先品牌。
顶固集创	公司凭借明显的研发优势及优秀的综合运营能力、创新能力，在全屋定制、精品五金、智能五金、定制生态门、系统门窗领域拥有明显的竞争优势，是国内全屋定制、精品五金、智能五金、定制生态门、系统门窗领域的知名品牌之一。
科凡家居	公司系国内知名的定制家居品牌之一，在珠三角产业集群（国内定制家居行业发源地和产业高地）占有重要地位，系广东衣柜行业协会会长单位和广东省定制家居协会副会长单位。

公司深耕定制家居领域，拥有较强的研发设计实力和柔性制造能力，以及覆盖广泛、运营高效的经销商营销服务网络，经过多年发展和积累，现已成为定制家居行业中知名的“柜墙门一体化”综合解决方案服务提供商。

## 3、技术实力

2021 年，公司和同行业可比公司的研发投入、研发人员占比情况如下：

公司名称	研发投入（万元）	研发费用率	研发人员数量（人）	占员工总数比例
欧派家居	90,775.82	4.44%	2,954	11.98%

公司名称	研发投入（万元）	研发费用率	研发人员数量（人）	占员工总数比例
索菲亚	28,989.59	2.79%	1,281	8.84%
尚品宅配	18,592.87	3.52%	1,677	10.77%
志邦家居	28,150.62	5.46%	862	16.25%
金牌厨柜	17,921.16	5.20%	621	10.62%
好莱客	16,409.01	4.87%	708	13.95%
皮阿诺	5,163.01	2.83%	304	12.18%
我乐家居	6,251.27	3.62%	277	10.37%
顶固集创	4,679.34	3.60%	198	10.24%
<b>算术平均值</b>	<b>24,103.63</b>	<b>4.04%</b>	<b>987</b>	<b>11.69%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>2,469.13</b>	<b>3.94%</b>	<b>167</b>	<b>11.95%</b>

注：截至本招股说明书签署之日，同行业可比公司未披露 2022 年 1-6 月相关数据，因此选用 2021 年度相关数据进行比较

2021 年，公司的研发费用率及研发人数占比与同行业可比公司相近，公司具有较强的研发、设计创新能力。

#### 4、核心竞争力关键业务指标

公司与同行业可比公司在经销网络建设方面的对比情况如下：

公司名称	经销网络建设
欧派家居	公司拥有超过 7,000 家经销商门店，系家居行业内规模最大的营销服务网络
索菲亚	终端销售网络覆盖建材批发市场、连锁建材卖场、临街店铺、购物广场、居民社区等区域，开设终端门店逾 4,000 家，覆盖全国 1,800 个城市和区域
尚品宅配	截至 2021 年末，公司直营门店数量为 90 家，自营城市加盟店数量为 289 家（含正在装修门店）
志邦家居	截至 2021 年末，公司拥有整体厨柜经销商 1,263 家，店面 1,691 家；定制衣柜经销商 1,211 家，店面 1,619 家，已形成“全屋定制”发展格局
金牌厨柜	截至 2021 年末，公司金牌厨柜门店 1,720 家（含在建店），金牌衣柜门店 919 家（含在建），金牌木门店及专区 388 家（含在建）
好莱客	全国拥有超过 1,500 家经销商、超过 2,000 家经销商门店
皮阿诺	截至 2021 年末，经销门店总数为 992 家，其中，橱柜门店 127 家、衣柜门店 131 家、综合门店 734 家
我乐家居	截至 2021 年末，公司拥有经销门店 1,488 家
顶固集创	截至 2021 年末，公司拥有经销商门店超过 1,200 家
科凡家居	截至 2022 年 6 月 30 日，公司在全国范围内拥有 930 家经销商，970 家门店

注：截至本招股说明书签署之日，同行业可比公司未披露 2022 年 1-6 月相关数据，因此同

行业公司选用 2021 年度相关数据进行比较

经过多年经销网络的战略布局和建设，公司已在全国范围内建立起覆盖广泛、运营高效的经销商营销服务网络，营销渠道在覆盖国内绝大部分省会城市及经济相对发达城市的同时，深度渗透并下沉三四线市场。

## （五）发行人的竞争优势和竞争劣势

### 1、竞争优势

公司充分考虑家居产品消费者审美及实用个性化需求，以设计美学为先导，以信息化、工业化技术为支撑，以“厂商+经销商”一体化的服务体系为保障，通过高效的运营让消费者能以合理可控的时间与经济成本，实现其家居美学与使用价值需求，进而不断提升并巩固公司在定制家居行业中的市场地位。

#### （1）综合运营服务优势

定制家居行业特有的个性化定制与专业化服务需求，决定了定制家居企业必须拥有出色的综合运营服务能力，而其核心则在于建立起覆盖广泛、运营高效的经销商营销服务网络。自成立以来，公司始终以合作共赢为经销商管理理念，将市场运营的主要工作方向与资源投向都聚焦于经销商运营支持。

公司拥有一支行业领先、经验丰富的运营支持培训团队，为经销商提供产品设计、营销策划、安装及售后服务等方面的培训，使得经销商网点的服务人员能够提升自身素质与技能，为客户提供质量过硬且周到的服务，为公司树立良好的口碑。同时，公司根据其所在地的居民消费水平、文化习惯、竞争对手等地区特点，为不同的经销商制定针对性的帮扶策略，使得经销商门店的选址和营销策略等运营决策更为科学合理，进而使公司产品能更好地满足消费者的需求。通过不断更新迭代、可复制的运营服务方法、工具，公司持续赋能经销商，逐渐搭建起覆盖全国、高效运营的经销商营销服务体系，公司具备较为突出的综合运营服务优势。

#### （2）研发设计优势

在产品设计保持较高审美水准的基础上，公司坚持以人为本、注重细节的设计理念，充分考虑人与居住空间的融合需求，通过对细节设计的反复论证、打磨以创造出更具人性化的家居产品，不断提升消费者的居住体验。比如，公司将柜

门板设计为 25 厘厚度，厚于市面上同款的柜类产品，从而使得拉手位置较深，可保护用户的手指；公司采用四螺丝钉门角固定器，使得柜门更加牢固，带给用户更舒适的居家安全感。通过多年来不断强调以人为本、注重细节的设计理念，公司形成了较为突出的研发设计优势，产品深受消费者好评。

在研发设计机制上，公司通过设立负责产品设计研究的研究院与工艺研发部，建立起以能力考核为主、行为考核为辅的灵活考核体系，从而充分激发研发设计人员在家居产品项目上发挥创意的主观能动性。公司通过鼓励支持研发设计人员多参加行业研讨会、多下生产线熟悉产品工艺流程等方式，促使研发设计团队始终保持市场风向敏感度，强调产品设计方案落地的可操作性，进而产出大量的优秀成果。截至本招股说明书签署之日，公司及子公司共拥有 100 项专利，其中包括 9 项发明专利、74 项实用新型专利、17 项外观设计专利。经过多年实践与积累，公司形成了位居国内同行前列的研发设计实力，引导公司不断实现产品、工艺的迭代更新，为满足消费者的个性化需求打下坚实的基础。

### （3）品牌优势

由于定制家居行业进入门槛较低，市场参与者众多且产品同质化现象严重，消费者为节约时间通常会将品牌知名度作为衡量产品质量、信誉和售后服务的重要因素，并愿意为此支付更高的品牌溢价。自成立以来，公司先后获中国家居产业家居领军品牌大雁奖、全屋定制十大品牌、中国衣柜十大品牌、橱柜十大品牌、定制家具十大品牌、整体衣柜十大品牌等国内行业荣誉；同时凭借良好的产品与服务口碑，逐步建立起强大的品牌影响力，“科凡定制”深入人心。由于定制家居产品的使用时间通常长达数年，品牌效应的建立需要较长时间内在消费者群体中良好口碑的积累，新进入者在短时间内难以建立强大的品牌影响力，因此，公司卓越的品牌效应为自身树立了较强的竞争优势。

### （4）柔性化规模生产优势

成品家具企业往往通过大规模标准化生产摊薄固定资产成本、降低单位产品成本进而获得规模经济效益。而定制家居行业则须根据消费者的个性化需求灵活地定制多样化的产品，企业面临非标件与规模化生产特征较难平衡的挑战。

针对上述挑战，公司通过信息化与工业化相结合的方式实现了柔性化规模生

产。在拆单与排产环节，公司于 2020 年引入法国的 KD 拆单软件，并由信息技术中心的 KD 技术部根据公司具体情况进行二次优化，加快公司拆单的速度，使得机器设备能够充分作业，避免设备闲置，提升运营效率；拆单环节结束后包含每个板件生产需求的数据包便发往公司的生产部门实现信息化管理。在生产环节，公司的生产设备均为数控加工设备，生产设备在识别板件上的条码后便会自动提取含有加工需求信息的数据包，对半成品板件进行加工，避免生产环节因无法准确识别生产需求而造成错误订单生产。公司充分利用信息技术在生产和服务各个环节的融合不断提高自动化、智能化水平，从而缩短生产周期，提高运营效率，逐步建立起定制家居产品的柔性化规模生产优势。

## **2、竞争劣势**

### **（1）发行人需提升生产规模**

近年来，在居民可支配收入持续提高、消费群体代际转换等利好因素驱动下，定制家居市场需求快速增长，公司依托于在品牌知名度、研发设计创新、营销网络、大规模柔性化智能制造等方面的综合竞争优势，业务规模迅速提升，现有产能已无法满足业务规模扩张的需要，对公司维持快速响应市场需求的能力，以及进一步开拓市场的战略发展需求产生较大影响，是公司现阶段面临的主要难题之一。

### **（2）发行人需拓宽融资渠道**

当前，公司发展逐步迈入上升通道，为进一步提升业务规模及市场占有率，公司在产品创新、品牌推广、营销网络扩张、信息化建设、产能提升等诸多方面均需要投入大量资金。但公司目前融资渠道较为单一，主要依靠自有资金积累，这对公司把握市场机遇，快速发展扩张造成了一定阻碍。

## **四、发行人的销售情况和主要客户**

### **（一）主要产品的产能、产量、销量情况**

报告期内，公司主要产品的产能、产量、销量及产能利用率、产销率如下：

单位：万m<sup>2</sup>

年度	产品系列	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
2022年 1-6月	定制衣柜	141.00	133.95	134.17	95.00%	100.16%
	其他定制家居产品	39.00	33.21	33.47	85.15%	100.78%
2021年度	定制衣柜	321.00	301.10	300.60	93.80%	99.83%
	其他定制家居产品	119.00	103.86	104.30	87.28%	100.42%
2020年度	定制衣柜	228.00	212.67	212.19	93.28%	99.78%
	其他定制家居产品	110.00	96.52	95.94	87.75%	99.39%
2019年度	定制衣柜	198.00	183.70	183.66	92.78%	99.98%
	其他定制家居产品	106.00	92.82	91.79	87.57%	98.89%

注：成品家居产品和其他产品均为公司外购而非自产，不适用于上表的统计情况

报告期各期，公司定制衣柜及其他定制家居产品的产销率较高，主要系公司根据客户订单定制化生产，属于“以销定产”的生产模式，生产完成后即通过高效的物流体系实现出货销售，产品销售周期短，产销率水平高符合行业特征；报告期期末，公司产能利用率已趋于饱和，一定程度上限制了公司的订单承接能力，因此公司需要扩大产能以提升公司生产制造的竞争力，满足客户快速增长的需求，从而提升公司的盈利能力。

## （二）主要产品销售收入和销售价格情况

### 1、主要产品的销售收入

报告期内，公司主营业务收入按照产品类别构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2022年1-6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
定制衣柜	19,871.98	75.82%	44,045.14	70.72%	29,498.91	65.24%	25,536.70	61.93%
其他定制家居产品	5,519.63	21.06%	16,256.19	26.10%	14,254.27	31.52%	14,024.57	34.01%
成品家居	730.46	2.79%	1,780.72	2.86%	1,245.70	2.75%	1,448.59	3.51%
其他	88.45	0.34%	196.80	0.32%	217.71	0.48%	222.00	0.54%
合计	<b>26,210.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>62,278.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>45,216.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>41,231.86</b>	<b>100.00%</b>

## 2、销售价格的总体变动情况

公司的主要产品为定制衣柜和其他定制家居产品，报告期各期，公司分产品类别的价格变动情况详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层讨论分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、营业收入构成及比例分析”。

### （三）主要客户情况

#### 1、报告期各期主要客户销售情况

报告期内，公司各期向前五大客户销售情况如下：

单位：万元

时间	序号	客户名称	所在城市	销售收入	占营业收入的比例	是否为关联方
2022年 1-6月	1	佛山市禅城区思凡建材店	广东省佛山市	315.42	1.20%	否
	2	广州市润安装饰建材有限公司	广东省广州市	249.92	0.95%	否
	3	昆明市盘龙区科信家居用品商店	云南省昆明市	238.17	0.90%	否
	4	珠海宏实润达建设有限公司	广东省珠海市	235.51	0.89%	否
	5	西安迈骏国际家居有限公司	陕西省西安市	233.13	0.88%	否
	合计				<b>1,271.84</b>	<b>4.82%</b>
2021年度	1	佛山市禅城区思凡建材店	广东省佛山市	844.59	1.35%	否
	2	稀土开发区海睿家居经销部	内蒙古自治区包头市	710.97	1.14%	否
	3	昆明市盘龙区科信家居用品商店	云南省昆明市	672.39	1.07%	否
	4	东莞市天易家居有限公司	广东省东莞市	616.49	0.98%	否
	5	九龙坡区简家家具经营部	重庆市九龙坡区	556.83	0.89%	否
	合计				<b>3,401.26</b>	<b>5.43%</b>
2020年度	1	佛山市禅城区思凡建材店	广东省佛山市	768.69	1.69%	否
	2	稀土开发区海睿家居经销部	内蒙古自治区包头市	638.51	1.40%	否
	3	九龙坡区简家家具经营部	重庆市九龙坡区	575.05	1.26%	否
	4	东莞市天易家居有限公司	广东省东莞市	461.89	1.02%	否

时间	序号	客户名称	所在城市	销售收入	占营业收入的比例	是否为关联方
	5	昆明市盘龙区科信家居用品商店	云南省昆明市	424.05	0.93%	否
	合计			<b>2,868.18</b>	<b>6.30%</b>	
2019 年度	1	九龙坡区简家家俱经营部	重庆市九龙坡区	685.47	1.65%	否
	2	稀土开发区海睿家居经销部	内蒙古自治区包头市	571.75	1.37%	否
	3	佛山市禅城区思凡建材店	广东省佛山市	511.95	1.23%	否
	4	晋江默宸建材有限公司	福建省泉州市	414.90	1.00%	否
	5	湖北居煌空间建材有限公司	湖北省襄阳市	409.01	0.98%	否
	合计			<b>2,593.09</b>	<b>6.23%</b>	

注：受同一实际控制人控制的经销商，已合并计算其销售收入

报告期内，公司的客户集中度较低，公司对外销售不存在依赖于某一特定客户的情况。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述客户中未持有任何权益。

## 2、主要经销商由公司员工（含前员工）直接或间接控制的情形

### （1）经销商情况及合作历史

报告期内，佛山市禅城区思凡建材店等同一控制下的经销商由公司前员工陈佳婧实际控制。陈佳婧为公司前员工，于 2018 年 1 月加入公司，2018 年 1 月至 2018 年 8 月，担任子公司科凡智绘执行董事，后因个人发展方面考虑从公司离职开始自主创业，成为公司经销商。

报告期内，陈佳婧控制的经销商基本情况如下：

序号	经销商名称	成立时间	注销时间	注册地址
1	佛山市禅城区思凡建材店	2018.08.21	2022.08.10	佛山市禅城区石湾镇街道绿景西路北侧美居建材城 6#商业楼 1 层自编 7 号之二
2	佛山市禅城区艾玛新奢定制家居用品店	2021.09.29	2022.08.10	佛山市禅城区石湾镇街道绿景西路北侧美居建材城 6#商业楼 1 层自编 7 号之一（住所申报）
3	佛山市三水区柜在放芯建材店	2020.07.17	2022.06.28	佛山市三水区西南街道张边路 3 号成业大厦 106 之二（住所申报）
4	佛山市顺德区北滘镇筑鼎建材店	2018.09.06	2021.08.04	佛山市顺德区北滘镇君兰社区居民委员会人昌路 3 号美的新都荟广场 2 座 2211 单元之三（住所申报）
5	佛山市顺德区柜在安芯建材店	2018.12.07	2022.07.25	佛山市顺德区北滘镇君兰社区居民委员会人昌路 3 号美的新都荟广场 2 座 2214 单元之一（住

序号	经销商名称	成立时间	注销时间	注册地址
				所申报)
6	佛山市顺德区科凡新奢定制家具店	2020.09.17	2022.07.27	佛山市顺德区大良街道办事处云路社区居民委员会新桂中路海悦新城 222 号商铺（住所申报）
7	佛山市顺德区新奢全屋定制家具店	2021.09.16	2021.11.12	佛山市顺德区北滘镇广教社区居民委员会广教路 1 号慧聪家电城 8 座 2093（住所申报）
8	顺德区大良义合堂建材商行	2018.01.17	2021.04.15	佛山市顺德区大良北区居委环市北路 413 号之一、之二
9	佛山市顺德区梵柯新奢定制家具店	2021.12.29	2022.08.31	广东省佛山市顺德区北滘镇君兰社区人昌路 3 号美的新都荟广场 1 座 1523 之一（住所申报）
10	佛山市顺德区柜在用心建材店	2021.05.27	-	佛山市顺德区伦教街道办事处荔村教育路东 1 号万科星瀚园 2 座 438 号之一（住所申报）

注：上述工商主体的基本信息来源于工商档案及国家企业信用信息公示报告

报告期内，陈佳婧主要基于自身管理需求考虑，使用过多个工商主体与公司开展合作，具有商业合理性。

## （2）销售规模及依赖性

报告期内，公司对佛山市禅城区思凡建材店等同一控制下经销商的销售金额均低于 2%，占比较小，公司对其不存在重大依赖。

## （3）销售定价依据及公允性

公司属于定制家居行业，对经销商的销售按以下方式统一定价：产品零售指导价乘以订单标准结算系数并扣减折扣返利后确定销售价格，公司对前员工控制的经销商亦采用相同的定价方式，定价公允。

# 五、发行人采购情况和主要供应商

## （一）主要原材料采购以及价格变化情况

### 1、主要原材料构成情况

报告期内，公司采购包括原材料采购、OEM 采购、委外加工和成品家居采购。其中，原材料采购主要为板材（刨花板、多层板等人造板）、五金配件、饰面纸等，OEM 采购主要为外购门型和厨柜配套产品等，委外加工主要为支付的板材贴面费用，成品家居采购主要为外购的沙发、软床等配套家居成品。

公司主要采购物料的采购金额及构成如下：

单位：万元

类别	2022年1-6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
原材料	11,091.72	86.19%	27,097.97	85.95%	19,438.63	85.47%	17,192.08	80.47%
OEM	617.32	4.80%	1,678.85	5.33%	1,355.05	5.96%	2,191.95	10.26%
成品家居	621.20	4.83%	1,500.72	4.76%	1,049.24	4.61%	1,199.50	5.61%
委外加工	539.07	4.19%	1,248.46	3.96%	899.77	3.96%	780.12	3.65%
合计	<b>12,869.30</b>	<b>100.00%</b>	<b>31,526.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>22,742.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>21,363.65</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主要原材料采购金额及构成如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占采购总额比例	金额	占采购总额比例	金额	占采购总额比例	金额	占采购总额比例
刨花板	2,945.06	22.88%	6,996.46	22.19%	5,408.25	23.78%	5,120.91	23.97%
五金配件	2,403.22	18.67%	5,550.47	17.61%	3,869.36	17.01%	3,348.93	15.68%
饰面纸	1,413.40	10.98%	3,096.78	9.82%	1,979.06	8.70%	1,507.56	7.06%
包装物料	658.23	5.11%	1,702.63	5.40%	1,194.85	5.25%	1,175.67	5.50%
封边条	667.32	5.19%	1,656.85	5.26%	1,122.26	4.93%	1,036.61	4.85%
多层板	452.82	3.52%	1,207.09	3.83%	1,210.66	5.32%	1,345.09	6.30%
安芯板	751.52	5.84%	1,808.48	5.74%	1,268.97	5.58%	513.35	2.40%
合计	<b>9,291.57</b>	<b>72.20%</b>	<b>22,018.77</b>	<b>69.84%</b>	<b>16,053.42</b>	<b>70.59%</b>	<b>14,048.12</b>	<b>65.76%</b>

报告期内，公司主要原材料采购金额随着业务规模的扩大而增长；受公司产品结构变化的影响，其主要原材料采购占采购总额的占比也有所变化，各主要原材料采购占比较为稳定。其中，饰面纸采购金额和占比不断提升，主要原因系：公司提高了素板（包括刨花板、安芯板、多层板多种板材类型）的采购占比，降低了整板（即素板与饰面纸经压贴加工后的半成品板）的采购占比，使得饰面纸采购占比不断提升。

## 2、主要原材料价格变动情况

报告期内，公司主要原材料价格变动情况具体如下：

类别	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
刨花板（元/m <sup>2</sup> ）	22.80	20.47	19.10	19.88
五金配件（元/个）	0.44	0.44	0.40	0.38
饰面纸（元/m <sup>2</sup> ）	8.06	7.64	6.89	6.39
包装物料（元/m <sup>2</sup> ）	2.11	2.33	2.06	2.28
封边条（元/米）	0.52	0.52	0.50	0.49
多层板（元/m <sup>2</sup> ）	56.96	53.87	52.72	53.41
安芯板（元/m <sup>2</sup> ）	40.46	33.33	37.15	48.05

报告期内，由于公司产品类别及款式较多且不断更新升级，因此公司采购原材料的规格、类别和品牌均有所变化，导致各大类原材料的采购平均单价存在一定波动，具体分析如下：

（1）公司刨花板采购单价随市场行情上涨而上涨，其中 2022 年上半年，公司产品工艺升级，柜身背板由 9 厘升级为 12 厘，因此采购单价有所上升；

（2）公司采购的五金配件主要包括门铰、连接件（如螺丝等）、拉手、灯条和导轨等类别，各类别对应的型号规格较多，价格差异较大，因此采购单价受上述原因影响存在一定波动；

（3）公司饰面纸采购单价随市场行情有所上涨；

（4）公司采购的包装物料主要包括纸箱纸皮类、护角类、木架松板类等类别，各类别对应的型号规格较多，价格差异较大，因此采购单价受上述原因影响存在一定波动；

（5）公司封边条与多层板采购单价因采购的材质、规格不同存在一定波动，变动较小；

（6）公司安芯板主要为进口欧松板，采购价格受上游供需情况波动较大，其中 2022 年上半年，进口欧松板供给较为紧张，采购价格有所上升。

## （二）主要能源供应情况

报告期内，公司主营业务所需的能源包括电力和自来水，电力和自来水由公司经营所在地的供电局和自来水公司统一供应，整体能源供应有充分的保证，可

以满足公司生产需求。报告期内，公司能源费用情况如下表所示：

能源种类	项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
电	用电量（万度）	492.29	1,225.43	939.09	841.39
	电费支出（万元）	435.21	924.61	708.96	657.56
	平均电价（元/度）	0.88	0.75	0.75	0.78
水	耗用量（万吨）	2.08	8.36	5.32	5.68
	水费支出（万元）	8.32	33.29	22.29	23.97
	平均水价（元/吨）	4.00	3.98	4.19	4.22
主要能源费用合计（万元）		<b>437.39</b>	<b>957.90</b>	<b>731.25</b>	<b>681.53</b>
占主营业务成本的比例		<b>2.52%</b>	<b>2.41%</b>	<b>2.46%</b>	<b>2.47%</b>

报告期内，公司能源费用占主营业务成本比例较为稳定，其中2020年度和2021年度采购的平均电价较2019年度有所下降，主要系受电费减免以及其他电价优惠政策等影响。2022年1-6月采购的平均电价同比上涨较多，主要系受公司生产所在地的电价受市场性调整而上升以及上半年属于行业淡季，公司产销量规模相对较小，主要在波峰电价时段进行生产的影响。

### （三）主要供应商情况

#### 1、前五大供应商情况

报告期内，公司对前五大供应商采购情况如下表所示：

单位：万元

时间	序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例	采购内容
2022年 1-6月	1	广西高峰桂山人造板有限公司	954.02	7.41%	刨花板等素板
	2	安徽省六安市叶集丽人木业有限公司	934.24	7.26%	刨花板等素板
	3	中新瑞达（北京）科技发展有限公司	668.51	5.19%	进口欧松板素板
	4	六安市伟杰板业有限公司	527.47	4.10%	饰面纸、委外贴面
	5	六安市东盾木业有限公司	504.78	3.92%	刨花板等素板
			合计	<b>3,589.02</b>	<b>27.89%</b>
2021年度	1	广西高峰桂山人造板有限公司	2,322.24	7.37%	刨花板等素板
	2	安徽省六安市叶集丽人木	1,839.43	5.83%	刨花板等素板

时间	序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例	采购内容
		业有限公司			
	3	六安轩赢木业有限公司	1,662.40	5.27%	饰面纸、委外贴面
	4	六安市东盾木业有限公司	1,346.71	4.27%	刨花板等素板
	5	六安市伟杰板业有限公司	1,331.82	4.22%	饰面纸、委外贴面
		<b>合计</b>	<b>8,502.59</b>	<b>26.97%</b>	-
2020 年度	1	六安轩赢木业有限公司	1,729.29	7.60%	饰面纸、委外贴面
	2	安徽省六安市叶集丽人木业有限公司	1,667.47	7.33%	刨花板等素板
	3	广西高峰桂山人造板有限公司	1,339.14	5.89%	刨花板等素板
	4	六安市伟杰板业有限公司	801.13	3.52%	饰面纸、委外贴面
	5	佛山市永茂板饰有限公司	765.95	3.37%	委外贴面
		<b>合计</b>	<b>6,302.98</b>	<b>27.71%</b>	-
2019 年度	1	广西高峰桂山人造板有限公司	1,999.06	9.36%	刨花板等素板
	2	广州天之湘装饰材料有限公司	1,672.52	7.83%	饰面纸和刨花板等整板、委外贴面
	3	安徽省六安市叶集丽人木业有限公司	996.00	4.66%	刨花板等素板
	4	佛山市三水粤山装饰实业有限公司	827.99	3.88%	饰面纸
	5	六安市伟杰板业有限公司	789.15	3.69%	饰面纸、委外贴面
		<b>合计</b>	<b>6,284.72</b>	<b>29.42%</b>	-

注：受同一实际控制人控制的供应商，已合并计算其采购额

报告期内，公司前五大供应商主要为板材供应商，为保证公司生产的稳定性及交货的及时性，公司综合考虑板材品质、供货能力、产品性价比及交货期等因素确定供应商。整体而言，公司主要供应商较为稳定，各年度前五大供应商变动均为当年实际采购需求形成，符合实际情况，具有合理性。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购占采购总额的比例超过 50%、严重依赖于少数供应商和新设立即成为公司前五大供应商的情况。公司的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、公司主要关联方、持有公司 5%以上股份的主要股东在上述其他供应商中不占有任何权益。

## 2、报告期内各大类采购内容的前五大供应商及其基本情况

### （1）原材料前五大供应商基本情况

序号	供应商	成立时点	注册资本	股东结构	主营业务	经营规模	合作历史 (合作开始时间)
1	广西高峰桂山人造板有限公司	2011年4月8日	32,850万元	广西国旭林业发展集团股份有限公司 100%	主要从事刨花板等板材生产和销售	2021年销售额约4.42亿元	2016年
2	安徽省六安市叶集丽人木业有限公司	2011年5月3日	5,000万元	丽水市森岚投资有限公司 30.00% 浙江丽人木业集团有限公司 30% 徐梦璋 20% 丽水市莲都区严溪电站（普通合伙） 10% 颜小林 10%	主要从事刨花板等板材生产和销售	2021年销售额约3.91亿元	2018年
3	六安轩赢木业有限公司	2017年6月9日	100万元	许帮军 90% 张友胜 10%	主要从事板材贴面加工和整板销售	2021年销售额约1.30亿元	2018年
4	六安市东盾木业有限公司	2018年2月1日	11,060万元	尹家宏 32% 邵正达 27% 安徽省昱邦企业管理合伙企业（有限合伙） 23% 王涛 9% 邵树东 9%	主要从事刨花板等板材生产和销售	2021年销售额约5.50亿元	2020年
5	六安市伟杰板业有限公司	2011年7月4日	200万元	闵兆玲 50% 徐伟 49% 闵宪翠 1%	主要从事板材贴面加工和整板销售	2021年销售额约1.49亿元	2018年
6	惠州市盛易木业有限公司	2008年1月2日	1,000万元	姚锦柱 28.9% 灿培 23.9% 杨闰华 19% 姚锦洪 13.2% 黎志军 10% 谢银添 5%	主要从事刨花板等板材生产和销售	2021年销售额约3.43亿元	2016年
7	广州天之湘装饰材料有限公司	2007年12月10日	1,000万元	陈祥君 20% 胡红波 20% 刘承恒 20% 李照 20% 杜嘉 20%	主要从事板材贴面加工和整板销售	2021年销售额约1.78亿元	2016年
8	广东粤山新材料科技有限公司	2003年7月11日	1,000万元	王志辉 90% 郑惠冰 10%	主要从事板材贴面加工和整板销售	2021年销售额约4.60亿元	2020年
9	中新瑞达（北京）科技发展有限公司	2021年3月3日	500万元	康薇 100%	主要从事特定进口板材的销售	2021年销售额约0.18亿元	2021年

注：1、供应商经营规模来自于对供应商访谈确认

2、序号9新瑞达为中国建材集团有限公司下属公司北新木业的代理商，公司通过其向北新木业采购特定进口板材

**(2) OEM 产品采购前五大供应商基本情况**

序号	供应商	成立时点	注册资本	股东结构	主营业务	经营规模	合作历史 (合作开始时间)
1	中山市君成家具制造有限公司	2012年12月4日	100万元	黄艳茂 100%	主要从事烤漆门等门型的生产和销售	2021年销售额约0.21亿元	2019年
2	肇庆市强瑞铝型材制品有限公司	2019年3月28日	80万元	罗宗乾 33.34% 罗宗良 33.34% 敖波 33.33%	主要从事玻璃门等门型的生产和销售	2021年销售额约1.50亿元	2019年
3	合肥德懋家居有限公司	2013年11月7日	50万元	王平 80% 任涛 20%	主要从事烤漆、实木门等产品的生产和销售	2021年销售额约0.31亿元	2018年
4	悍高集团股份有限公司	2004年9月13日	36,000万元	广东悍高管理集团有限公司 71.81% 欧锦锋 9.98% 佛山市锦益管理咨询合伙企业（有限合伙） 4.67% 广东悍高企业管理有限公司 2.33% 其他 12.21%	主要从事厨房五金等五金产品的生产和销售	2021年销售额为14.56亿元	2016年
5	广东顺德日盛美家具有限公司	2012年3月20日	850万元	亨顺实业发展有限公司 100%	主要从事烤漆门等门型的生产和销售	2021年销售额约0.50亿元	2018年
6	佛山上锦门业科技有限公司	2015年8月7日	200万元	胡莉萍 53% 欧运长 15% 方华 15% 蔡建英 12% 黄淑云 5%	主要从事铝框门等门型的生产和销售	2021年销售额约0.26亿元	2018年
7	安徽峰之杰家居用品有限公司	2015年9月10日	500万元	李梅 51% 王翠荣 49%	主要从事铝型材等产品的生产和玻璃铝框门销售	2021年销售额约1.10亿元	2020年
8	中山市安居家居设备有限公司	2015年7月2日	500万元	刘创标 50% 张惠芳 50%	主要从事烤漆门等门型的生产和销售	未能获取信息	2016年

注：除悍高集团股份有限公司经营规模数据来自于其公开披露的《招股说明书》外，其他供应商经营规模数据来自于对供应商访谈确认。其中，中山市安居家居设备有限公司因终止合作未能获取相关信息。

**(3) 委外加工采购产品采购前五大供应商基本情况**

序号	供应商	成立时点	注册资本	股东结构	主营业务	经营规模	合作历史 (合作开始时间)
1	广州天之湘装饰材料有限公司	2007年12月10日	1000万人民币	陈祥君 20% 胡红波 20% 刘承恒 20% 李照 20% 杜嘉 20%	主要从事板材贴面加工和整板销售	2021年销售额约1.78亿元	2016年
2	六安市伟杰板业有限公司	2011年7月4日	200万人民币	闵兆玲 50% 徐伟 49% 闵宪翠 1%	主要从事板材贴面加工和整板销售	2021年销售额约1.49亿元	2018年
3	广东粤山新材料科技有限公司	2003年7月11日	1000万人民币	王志辉 90% 郑惠冰 10%	主要从事板材贴面加工	2021年销售额约	2016年

序号	供应商	成立时点	注册资本	股东结构	主营业务	经营规模	合作历史 (合作开始时间)
					和整板销售	4.60 亿元	
4	六安轩赢木业有限公司	2017 年 6 月 9 日	100 万元人民币	许帮军 90% 张友胜 10%	主要从事板材贴面加工和整板销售	2021 年销售额约 1.30 亿元	2018 年
5	佛山市永茂板饰有限公司	2015 年 3 月 4 日	300 万元人民币	邓福权 96% 林伟德 2% 黎国辉 2%	主要从事板材贴面加工和整板销售	2021 年销售额约 0.70 亿元	2016 年
6	佛山市隽美新材料科技有限公司	2019 年 12 月 11 日	200 万元人民币	张昀 50% 张云峰 15% 陈群泰 15% 蔡其国 11% 黄瑜菊 9%	主要从事板材贴面加工和整板销售	2021 年销售额约 0.42 亿元	2020 年

注：供应商经营规模来自于对供应商访谈确认

#### (4) 成品家居采购前五大供应商基本情况

序号	供应商	成立时点	注册资本	股东结构	主营业务	经营规模	合作历史 (合作开始时间)
1	喜临门广东家具有限公司	2015 年 12 月 17 日	2000 万元人民币	喜临门家具股份有限公司 100%	主要从事成品床、沙发、床垫等产品的生产和销售	2021 年销售额为 77.72 亿元	2017 年
2	佛山市典尚居家具有限公司	2012 年 8 月 20 日	100 万元人民币	樊秀花 50% 陈忠华 50%	主要从事小家具等产品的生产和销售	2021 年销售额约 0.18 亿元	2018 年
3	佛山市联都家具有限公司	2013 年 7 月 2 日	100 万元人民币	曾文 90% 李丹 10%	主要从事成品床等产品的生产和销售	2021 年销售额约 1 亿元	2018 年
4	佛山市金皖家居有限公司	2014 年 9 月 3 日	10 万元人民币	方林平 92% 陈闯 8%	主要从事沙发等产品的生产和销售	2021 年销售额约 0.27 亿元	2019 年
5	广东美金邦家具有限公司	2013 年 6 月 24 日	1000 万元人民币	黄君 50% 徐明菊 50%	主要从事销售床垫等产品	2021 年销售额约 0.22 亿元	2018 年
6	佛山市各色家具有限公司	2014 年 8 月 20 日	400 万元人民币	张辉彪 90% 张辉滨 10%	主要从事沙发等产品的生产和销售	2021 年销售额约 1.2 亿元	2019 年
7	佛山市柏胜家具有限公司	2019 年 3 月 21 日	100 万元人民币	吴永胜 78% 钟远程 16.7% 杨武江 5.3%	主要从事小家具等产品的生产和销售	2021 年销售额约 0.8 亿元	2021 年
8	佛山市丰圣家具实业有限公司	2014 年 11 月 06 日	3000 万元人民币	赖辉玲 70.00% 张燕碧 30%	主要从事小家具等产品的生产和销售	2021 年销售额约 1.2 亿元	2021 年

注：除喜临门广东家具有限公司经营规模数据来自于公开披露的年报外，供应商经营规模来自于对供应商访谈确认

## 六、发行人的主要固定资产和无形资产情况

### （一）主要固定资产情况

#### 1、固定资产基本情况

公司固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输工具、电子及其他设备等。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	折旧年限	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋建筑物	20 年	5,955.02	965.85	4,989.18	83.78%
机器设备	3-10 年	6,936.76	2,195.44	4,741.32	68.35%
运输工具	4-5 年	298.15	178.41	119.73	40.16%
电子及其他设备	3-10 年	1,989.63	1,507.93	481.70	24.21%
合计	-	<b>15,179.56</b>	<b>4,847.63</b>	<b>10,331.93</b>	<b>68.06%</b>

注：成新率=固定资产净值/固定资产原值

#### 2、自有房屋情况

截至本招股说明书签署之日，公司及其下属企业拥有的自有房产具体情况如下：

序号	权属人	权属证号	位置	建筑面积 (m <sup>2</sup> )	用途	取得方式	使用年限	他项权利
1	六安科凡	皖(2019)叶集区不动产权第0002583号	叶集区经济开发区金叶大道以东纬四路以南	50,743.22	厂房家居用品车间	自建	至2068.01.09	已抵押

上述房屋所有权已抵押给中国工商银行股份有限公司佛山北滘支行，为公司 2019 年 11 月 15 日至 2029 年 11 月 30 日最高金额不超过 8,100 万元的债务提供抵押担保。

#### 3、租赁房产情况

截至本招股说明书签署之日，公司租赁房产具体情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋位置	合同面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	用途	土地/房产证	是否租赁备案
1	公司	洗润生	佛山市顺德区北滘镇三洪奇三乐路北侧工	26,437.54	2018.04.01-2025.03.15	厂房	-	不适用

序号	承租方	出租方	房屋位置	合同面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	用途	土地/房产证	是否 租赁 备案
			业区六仓					
2		广东工业设计城发展有限公司	佛山市顺德区北滘镇设计城居委会三乐路北1号广东工业设计城二期西座L栋1、2、3、4楼（除2楼A室、3楼A室外）	1,305.73	2022.01.01-2023.12.31	办公	-	否
3		杨靖宜	佛山市顺德区北滘镇广教社区居民委员会直街35号	796.73	2022.08.01-2023.12.31	宿舍	粤（2020）佛顺不动产权第0187128号	是
4		杨艳晴	佛山市顺德区北滘镇广教社区居民委员会西华街14、15号	553.15	2022.08.01-2023.12.31	宿舍	粤（2020）佛顺不动产权第0001092号、粤（2020）佛顺不动产权第0003113号	是
5	科凡北滘分公司	佛山市顺德区启德物业管理有限公司	佛山市顺德区北滘镇北滘居委会中发西路42号	868.90	2018.01.01-2023.12.31	厂房	粤房地权证佛字第0300107500号	是
6			佛山市顺德区北滘镇北滘居委会中发西路工业区	5,496.31	2018.01.01-2023.12.31	厂房	粤房地权证佛字第0300113291号	是
7	六安科凡	六安市叶集建设投资经营有限责任公司	原叶集安鑫体育（老鞋厂）院内3-5层	1,920.00	2022.07.01-2023.06.30	宿舍	出租方尚未提供该租赁房产的产权证书，土地证编号为：皖（2017）叶集区不动产权第0001273号	否
8	科凡智绘	广东工业设计城发展有限公司	佛山市顺德区北滘镇设计城居委会三乐路北1号广东工业设计城二期西座L栋2楼A室	32.00	2022.01.01-2023.12.31	办公	-	否
9		何妹阅	成都市高新区盛和一路88号1栋1单元10层1002号	85.17	2022.06.25-2025.06.24	展厅	川（2020）成都不动产权第0173643号	是
10		孟令悦、陈海英	成都市高新区盛和一路88号1栋1单元10层1003号	85.17	2022.06.25-2025.06.24	展厅	川（2020）成都不动产权第0176871号、0176872号	是
11	公司	梁文韬	佛山市顺德区伦教荔村裕成南路3号6号区域	510.00	2022.05.01-2025.04.30	展厅	粤（2022）佛顺不动产权第0225131号、粤（2022）佛顺不动产权第0225257号、粤（2022）佛顺不动产权第0225260号	否
12	科凡广州分公司	创业小二（广州）信息技术有限公司	广州市南沙区金岭南路412号自编二栋350-351房B119	5.00	2022.07.27-2023.07.26	办公	粤（2019）广州市不动产权第11206682号	否

### （1）租赁瑕疵房产的情况

公司租赁的上表序号 1、2、7、8 号房产的出租方尚未提供该等租赁房产的产权证书，公司租赁的上表序号 1 及序号 2、3、8 分别为集体土地上房产及划拨地上房产。上述瑕疵房产的具体情况如下：

1) 序号 1 租赁房产所占土地为佛山市顺德区北滘镇三洪奇股份合作经济社（下称“三洪奇合作经济社”）所有的集体土地，该租赁房产为洗润生向三洪奇合作经济社租赁土地后自建而成。该租赁房产及其所占土地均未取得不动产权证，出租方洗润生亦未能提供其建设该项房产所应取得的建设工程规划许可证及施工许可证，该租赁房产的建设不符合《中华人民共和国城乡规划法》（下称“《城乡规划法》”）及《村庄和集镇规划建设管理条例》（下称“《规划建设管理条例》”）的规定。

序号 1 租赁房产所占土地由三洪奇合作经济社出租给出租方洗润生时未履行村民（代表）会议决策程序，不符合当时有效的《中华人民共和国土地管理法（1998 修订）》（下称“《土地管理法》”）第十一条关于农民集体所有的土地由本集体经济组织以外的单位或者个人承包经营的，必须经村民会议三分之二以上成员或者三分之二以上村民代表的同意，并报乡（镇）人民政府批准的规定，以及第六十三条关于农民集体所有的土地的使用权不得出让、转让或者出租用于非农业建设的规定。

该租赁房产所占土地在土地利用总体规划中为一般农用地，控制性详细规划中为工业用地。因村级工业园区升级改造，政府正在履行将该土地的总体利用规划调整为工业用地的手续。此外，该项房产正在被佛山市顺德区北滘镇土地发展中心征收，佛山市顺德区北滘镇土地发展中心已就此与权属人佛山市顺德区北滘镇三洪奇股份合作经济社签订征收协议。

2) 序号 2 及序号 8 租赁房产位于广东省工业设计城，该等租赁房产及其所占土地使用权为出租方广东工业设计城发展有限公司（下称“设计城公司”）所有，该租赁房产所占土地性质为划拨地，规划用途为教育科研用地。目前，设计城公司在该租赁房产所占土地上进行扩建，待扩建工程施工完工并完成竣工验收后，就该土地使用权及其上全部建筑物办理相应不动产权证书。

公司向设计城公司租赁房产除存在未履行租赁备案的瑕疵外，符合《城市房地产管理法》及《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》等法律法规及国务院和广东省的产业用地政策的规定，具体如下：

①公司为依法设立的股份有限公司，具有使用该等划拨地上租赁房产的主体资格，符合《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》第四十五条第一款第（一）项关于土地使用者为公司、企业、其他经济组织 and 个人的规定。

②广东省工业设计城为广东省人民政府办公厅认定第二批省级服务外包示范园区。该项目已纳入《广东省推进文化创意和涉及服务于相关产业融合发展重大项目库》，属于《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》（国发〔2014〕10号）第八条及《广东省推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展行动计划（2015-2020年）》（粤府函〔2015〕314号）第46条所支持的“以划拨方式取得土地的单位利用存量房产、原有土地兴办文化创意和设计服务”的用地范围，设计城公司以其存量房产、原有土地兴办广东省工业设计城项目，向行业企业提供物业及企业孵化服务已取得相关主管部门的批准，符合《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》第四十五条第一款关于经市、县人民政府土地管理部门和房产管理部门批准，划拨土地使用权和地上建筑物、其他附着物所有权可以转让、出租、抵押的规定。

③根据佛山市自然资源局顺德分局北滘管理所出具的《证明》，出租方出租该等租赁房产所得租金主要用于弥补项目运营成本，不构成以营利为目的的出租行为，未产生应上缴的租赁收益，租赁程序符合土地管理相关规定。因此，出租方无需就其出租该等房屋履行收益上缴程序，未违反《城市房地产管理法》第五十六条关于以营利为目的进行出租的，应当将租金中所含土地收益上缴国家的规定。

④虽出租方尚未提供该划拨土地及其上建筑物的产权证明，但根据佛山市自然资源局顺德分局北滘管理所出具的《证明》，该租赁房产及其所占土地使用权归出租方设计城公司所有，该项租赁房产为经主管部门批准建设并依法完成竣工验收的合法建筑。因此，该项租赁房产及其所占土地权属清晰，符合《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》第四十五条第一款第（二）项及第（三）项关于出租的划拨地应领有国有土地使用证及具有地上建筑物、其他附着物合法的产

权证明的规定。

⑤《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》（国发〔2014〕10号）第八条及《广东省推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展行动计划（2015-2020年）》（粤府函〔2015〕314号）第46条允许有关主体利用存量房产、原有土地兴办文化创意产业，允许业主方（土地使用权人）在保持土地登记现状的情况下开展国家鼓励的文化创意产业经营，此外，自然资源局北滘管理所出具了《证明》，确认设计城公司可继续利用该划拨土地实施广东省工业设计城项目。因此，设计城公司出租该项划拨土地上建筑可暂不按《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》第四十五条第一款第（四）项规定办理土地使用权出让手续、补交或抵交土地出让金的程序，符合国务院和广东省的产业用地政策的规定。

因此，公司向设计城公司租赁房产除存在未履行租赁备案的瑕疵外，符合《城市房地产管理法》等法律法规及国务院和广东省的产业用地政策的规定。

3) 序号3租赁房产为出租方杨靖宜所有，该租赁房产已取得编号为粤（2020）佛顺不动产权第0187128号的不动产权证书，该租赁房产所占土地为划拨地，规划用途为成套住宅。截至本招股说明书签署之日，出租方尚未能提供其就出租该项划拨地上房屋所取得的土地管理部门和房产管理部门的批准文件以及上缴其租赁收益的证明。若出租方未履行该等批准程序及上缴租赁收益，则不符合《城市房地产管理法》第五十六条关于以营利为目的进行出租的，应当将租金中所含土地收益上缴国家的规定及《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》第四十五条关于出租划拨地上房屋需要取得土地管理部门和房产管理部门的批准等规定。

4) 序号7租赁房产及其所占土地使用权为出租方六安市叶集建设投资经营有限公司所有，该租赁房产所占土地使用权已取得编号为皖（2017）叶集区不动产权第0001273号产权证书，用地性质为国有出让土地。因为历史遗留原因，该租赁房产未取得房产证。

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（2020修正）》第二条关于租赁房产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，人民法院应当认定租赁合同有效的规定，该项租赁房产虽尚未取得房产证，但为经主管部门批准建设的房产，未取得产权证书并不影响租赁合同效力，公司租赁该房产的行为合法有效。

## **（2）发行人租赁前述房产的行为不属于重大违法违规行为，不存在因租赁该等瑕疵房产而被行政处罚的风险**

### **1）租赁序号 1 集体土地上瑕疵房产**

公司租赁的上表序号 1 无证租赁房产为出租方建设而成，根据《中华人民共和国城乡规划法》《村庄和集镇规划建设管理条例》等规定，该建筑的建设方、权属人存在被主管部门责令限期整改、限期拆除、处以罚款等处罚的风险，但公司并非违法主体，不存在因租赁该项房产而被行政处罚的风险，公司租赁该等无证房产不属于重大违法违规行为。

序号 1 租赁房产所占土地由三洪奇合作经济社出租给出租方洗润生时未履行村民（代表）会议决策程序，根据当时有效的《土地管理法》第八十一条关于擅自将农民集体所有的土地的使用权出让、转让或者出租用于非农业建设的，由县级以上人民政府土地行政主管部门责令限期改正，没收违法所得，并处罚款的规定，序号 1 房产所占土地权属方及出租方存在被土地行政主管部门行政处罚的风险，但公司不是违法主体，不存在因租赁该项房产被行政处罚的风险，公司租赁该项房产不构成重大违法违规行为。

### **2）租赁序号 3 划拨土地上瑕疵房产**

上表序号 3 划拨地上租赁房产的权属方若未根据《城市房地产管理法》及《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》的相关规定，就该租赁事项履行主管土地管理部门和房产管理部门报批程序等义务，其将存在被予以罚款等行政处罚的风险，但公司作为承租方并非违法主体，不存在因租赁该划拨地上房产而被予以行政处罚的风险，公司租赁该项房产不构成重大违法违规行为。

## **（3）公司上述租赁房产瑕疵不会对其持续经营产生重大不利影响**

### **1）租赁序号 1 集体土地上瑕疵房产**

公司租赁上述序号 1 集体土地上瑕疵房产不会对其持续经营产生重大不利

影响，情况如下：

①公司不存在因租赁瑕疵房产而被予以行政处罚的风险，公司租赁该等房产不属于重大违法违规行为

如上所述，公司作为序号 1 瑕疵房屋的承租方并非《土地管理法》《城乡规划法》《村庄和集镇规划建设管理条例》等所规定的行政处罚对象，不存在因租赁瑕疵房产而被予以行政处罚的风险，公司该等租赁行为不属于重大违法违规行为。

此外，佛山市自然资源局顺德分局北滘管理所及佛山市顺德区北滘镇综合行政执法办公室于 2022 年 2 月出具《证明》，确认公司不存在因租赁该项无证房产而受到其行政处罚的情形，在现有政策下，公司搬迁至新厂房前可继续按现状使用该项租赁房产，其不会对公司该等租赁行为作出行政处罚。

②公司已制定现实可行的搬迁规划，搬迁对公司经营及业绩影响较小

针对存在瑕疵的租赁房产，公司存在现实可行的解决措施，计划在新厂房建成后实施搬迁。公司已分别于 2022 年 1 月及 2022 年 3 月取得位于六安市叶集经济开发区和佛山市北滘镇两块土地使用权用于新建厂房。截至本招股说明书签署之日，公司已就佛山市北滘镇的新厂房建设取得《建设用地规划许可证》《建设工程规划许可证》及《建筑工程施工许可证》，预计将于 2023 年内完工。公司将根据建设进度分批搬迁，确保公司生产经营顺利接续开展。

根据搬迁计划，所涉厂区全部设备的搬迁时间预计为 5-7 天，搬迁费用主要包括设备拆装调试、设备吊装移位及运输费用。租赁房产搬迁所需的具体费用测算如下：

单位：万元

项目	设备拆装调试费用	设备吊装移位费用	运费	合计
公司租赁厂房	55.60	20.20	76.50	<b>152.30</b>

公司按照已制定的搬迁计划进行搬迁所产生的费用由公司承担，该等搬迁费用金额较小且搬迁所导致的设备停工停产时间较短，对公司生产经营产生的影响较小。

③租赁瑕疵房产在公司完成搬迁前被拆除的风险较小

佛山市自然资源局顺德分局北滘管理所于 2022 年 2 月出具了《证明》，确认上表序号 1、2、8 的租赁房产未纳入该单位征地拆迁范围，上表序号 1 的租赁房产因客观原因尚未取得不动产权证书，该处用地及物业正在办理征收手续，在科凡家居及科凡智绘搬迁至新建厂房前可继续按现状使用前述租赁房产。

佛山市顺德区北滘镇综合行政执法办公室于 2022 年 2 月出具了《证明》，确认科凡家居不存在因租赁上表序号 1、2、8 的无证房产而受到其行政处罚的情形，在现有政策下，科凡家居及科凡智绘搬迁至新厂房前可继续按现状使用上述租赁房产，其不会对科凡家居及科凡智绘该等租赁行为作出行政处罚。

据此，相关租赁瑕疵房产在公司完成搬迁前被拆除的风险较小，公司在搬迁至新厂房前可继续按现状使用该租赁房产。

#### ④公司实际控制人已承诺将承担因租赁瑕疵房产可能带来的损失

根据公司实际控制人林涛及何倩芬夫妇出具的承诺函，若公司因上述租赁瑕疵房产的行为而导致其搬迁计划实施完毕之前无法使用租赁房产，或有关政府主管部门对公司作出处罚，其等将无条件承担公司因此而产生的全部损失、成本及费用。

综上所述，公司租赁上述无证房产及集体土地上房产的行为不构成重大违法违规行为，不会对其持续经营产生重大不利影响。

#### 2) 租赁序号 3 划拨地上瑕疵房产

公司租赁上表序号 3 划拨地上房产作为其员工宿舍，如因该等租赁房产存在合法性瑕疵无法继续使用，公司较容易在当地寻找到替代房产，且搬迁不会对公司生产经营产生重大不利影响。

根据公司实际控制人林涛及何倩芬夫妇出具的承诺函，若公司因上述租赁瑕疵房产的行为导致公司无法使用租赁房产，或有关政府主管部门对公司作出处罚，其等将无条件承担公司因此而产生的全部损失、成本及费用。

因此，公司租赁上述划拨地上房产的行为不构成重大违法违规行为，不会对其持续经营产生重大不利影响。

#### （4）部分租赁房产未进行租赁备案

公司上述序号 1 租赁房产所在土地不属于国有土地，不适用《城市房地产管理法》关于租赁备案的要求，公司未就该项租赁事项办理租赁备案手续不违反有关法律法规的规定。

公司上述序号 2、7、8、11、12 号租赁房产未进行租赁备案，不符合《城市房地产管理法》第五十四条关于房屋租赁应当向房产管理部门登记备案的规定，但依据《中华人民共和国民法典》第七百零六条及《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（2020 修正）》第四条的规定，未办理租赁合同备案登记手续并不影响租赁合同的效力。因此，公司部分租赁房产未办理租赁备案手续不会对其持续经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。

综上所述，公司虽存在租赁无证房产以及租赁集体土地、划拨地上房产的行为存在合法性瑕疵的情形，但公司不存在因租赁瑕疵房产而被予以行政处罚的风险，公司该等租赁行为不属于重大违法违规行为；公司已制定现实可行的搬迁规划，且相关瑕疵房产在公司完成搬迁前被拆除的风险较小；对于租赁用作员工宿舍的瑕疵房产，公司亦较容易寻找到替代房产；公司部分租赁房产未办理租赁合同备案登记手续并不影响租赁合同的效力；公司实际控制人已承诺将承担因租赁瑕疵房产可能带来的损失，因此，前述租赁瑕疵不会对公司持续经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。

#### 4、主要生产设备

截至 2022 年 6 月 30 日，公司账面原值在 100 万元以上的主要生产设备具体情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量	设备原值	设备净值	成新率
1	全自动封边机	55	952.57	715.08	75.07%
2	木工中央除尘系统	8	484.15	327.52	67.65%
3	六面数控钻	19	408.55	324.35	79.39%
4	高速电脑裁板锯	17	312.70	212.28	67.89%

序号	设备名称	数量	设备原值	设备净值	成新率
5	比雅斯加工中心	7	303.34	141.40	46.61%
6	钻铣加工中心	12	237.44	117.54	49.50%
7	鼎力大板套裁一拖三	2	237.04	221.10	93.27%
8	通过式加工中心设备	6	225.30	152.15	67.53%
9	数控板材开料锯	8	197.07	93.10	47.24%
10	全自动数控板材开料锯	6	194.87	85.34	43.79%
11	通过式钻孔中心设备	2	191.72	121.90	63.58%
12	智能木工钻铣加工中心	6	134.60	114.59	85.13%
13	永磁变频空压机	11	133.09	93.17	70.00%
14	烤漆房	9	127.24	114.71	90.15%
15	窄板自动封边机	7	121.39	89.86	74.03%
16	真空异型热压机	1	117.24	76.40	65.17%
17	加工中心雕刻机	5	116.85	75.27	64.41%
18	废气处理设备	2	109.03	86.86	79.67%
19	多功能表面精细砂光机	1	104.42	99.46	95.25%

## （二）主要无形资产情况

### 1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司共拥有 3 项土地使用权，具体情况如下：

序号	土地坐落	权属证号	取得方式	批准使用期限	面积（m <sup>2</sup> ）	他项权利
1	安徽省六安市叶集区经济开发区金叶大道以东纬四路以南	皖（2019）叶集区不动产权第0002583号	出让	2018.01.10-2068.01.09	98,667.70	已抵押
2	安徽省六安市叶集区经济开发区纬三路以北科凡一期以东园一路以西四路以南	皖（2022）叶集区不动产权第0000312号	出让	2022.01.10-2072.01.09	73,237.00	无
3	广东省佛山市顺德区北滘镇坤洲工业区大道南侧、群力路东侧05-02-02	粤（2022）佛顺不动产权第0059863号	出让	2022.03.30-2072.03.29	16,715.25	已抵押

上述表中序号 1 土地使用权上房产已抵押给中国工商银行股份有限公司佛

山北滘支行，为中国工商银行股份有限公司佛山北滘支行对公司最高额不超过人民币 8,100 万元的贷款授信提供抵押担保；上述表中序号 3 土地使用权已抵押给中国工商银行股份有限公司佛山北滘支行，为公司对中国工商银行股份有限公司佛山北滘支行最高余额不超过人民币 25,000 万元的贷款授信提供抵押担保。

## 2、商标

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司共拥有 56 个注册商标，具体如下：

序号	权利人	商标内容	国际分类	注册号	权利期限	取得方式	他项权利
1	发行人	妙色罗盘	第 20 类	47737471	2021.02.21-2031.02.20	原始取得	无
2	发行人	KEFAN	第 42 类	47197152	2021.02.21-2031.02.20	原始取得	无
3	发行人	KEFAN 科凡	第 37 类	39048248	2021.02.14-2031.02.13	原始取得	无
4	发行人	KEFAN 科凡	第 11 类	39042007	2020.09.14-2030.09.13	原始取得	无
5	发行人	 科凡	第 20 类	36940097	2019.11.07-2029.11.06	原始取得	无
6	发行人	 科凡	第 21 类	36931307	2019.11.07-2029.11.06	原始取得	无
7	发行人	KEFAN 科凡	第 43 类	35997322	2019.09.14-2029.09.13	原始取得	无
8	发行人	KEFAN 科凡	第 11 类	35781508	2020.11.07-2030.11.06	原始取得	无
9	发行人	KEFAN 科凡	第 27 类	35703577	2019.08.28-2029.08.27	原始取得	无
10	发行人	KEFAN 科凡	第 4 类	35703544	2019.09.07-2029.09.06	原始取得	无
11	发行人	KEFAN 科凡	第 6 类	35700061	2019.09.07-2029.09.06	原始取得	无
12	发行人	KEFAN 科凡	第 42 类	35697309	2019.10.28-2029.10.27	原始取得	无
13	发行人	KEFAN 科凡	第 19 类	35697282	2019.10.28-2029.10.27	原始取得	无
14	发行人	KEFAN 科凡	第 2 类	35694585	2019.10.21-2029.10.20	原始取得	无
15	发行人	科凡不繁	第 20 类	35694392	2019.08.28-2029.08.27	原始取得	无
16	发行人	KEFAN 科凡	第 3 类	35687304	2019.09.07-2029.09.06	原始取得	无
17	发行人	科凡不繁	第 21 类	35686285	2019.09.07-2029.09.06	原始取得	无
18	发行人	科凡不繁	第 19 类	35686261	2019.09.07-2029.09.06	原始取得	无
19	发行人	KEFAN 科凡	第 24 类	35686219	2019.09.07-2029.09.06	原始取得	无

序号	权利人	商标内容	国际分类	注册号	权利期限	取得方式	他项权利
20	发行人	KEFAN 科凡	第 18 类	35686201	2019.08.28-2029.08.27	原始取得	无
21	发行人		第 20 类	29105840	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	无
22	发行人	科凡	第 42 类	25895271	2018.08.28-2028.08.27	受让取得	无
23	发行人	KEFAN	第 42 类	25890601	2018.09.07-2028.09.06	受让取得	无
24	发行人	科凡安芯	第 19 类	23195771	2018.03.07-2028.03.06	原始取得	无
25	发行人	KEFAN	第 37 类	21842126	2017.12.28-2027.12.27	受让取得	无
26	发行人	科凡	第 6、19、20、24 类	21177032	2017.11.07-2027.11.06	受让取得	无
27	发行人	KEFAN	第 6、19、24 类	21176773	2018.01.14-2028.01.13	受让取得	无
28	发行人	科凡	第 20 类	18858855	2017.02.14-2027.02.13	受让取得	无
29	发行人	kefan	第 20 类	18858614	2017.05.21-2027.05.20	受让取得	无
30	发行人	科凡定制任你装	第 20 类	18134386	2016.11.28-2026.11.27	受让取得	无
31	发行人	科凡定制宝	第 20 类	17880414	2016.10.21-2026.10.20	受让取得	无
32	发行人	不繁不凡	第 20 类	17639690	2016.09.28-2026.09.27	受让取得	无
33	发行人	KEFAN 科凡	第 19 类	9982005	2013.07.07-2023.07.06	受让取得	无
34	发行人	科凡	第 27 类	8826232	2021.11.21-2031.11.20	受让取得	无
35	发行人	科凡	第 24 类	8826182	2021.11.21-2031.11.20	受让取得	无
36	发行人	科凡	第 18 类	8825828	2021.11.21-2031.11.20	受让取得	无
37	发行人	KEFAN	第 27 类	8825765	2021.11.21-2031.11.20	受让取得	无
38	发行人	KEFAN	第 24 类	8825703	2021.11.21-2031.11.20	受让取得	无
39	发行人	KEFAN 科凡	第 6 类	4709781	2018.03.28-2028.03.27	受让取得	无
40	发行人	KEFAN 科凡	第 19 类	4707598	2018.11.14-2028.11.13	受让取得	无
41	发行人	KEFAN 科凡	第 20 类	4707597	2018.11.14-2028.11.13	受让取得	无
42	发行人	KEFAN 科凡	第 21 类	4707596	2018.11.14-2028.11.13	受让取得	无
43	发行人		第 20 类	37557638	2019.12.07-2029.12.06	受让取得	无

序号	权利人	商标内容	国际分类	注册号	权利期限	取得方式	他项权利
44	发行人	<b>科凡</b>	第 42 类	47211137	2021.06.07-2031.06.06	原始取得	无
45	发行人	<b>态格</b>	第 42 类	53386216	2021.09.07-2031.09.06	原始取得	无
46	发行人	<b>态格</b>	第 37 类	53382497	2021.09.14-2031.09.13	原始取得	无
47	发行人	大师调色盘	第 42 类	48107587	2021.03.21-2031.03.20	原始取得	无
48	发行人	大师调色盘	第 20 类	48107569	2021.03.21-2031.03.20	原始取得	无
49	发行人	妙色罗盘	第 42 类	47740195	2021.05.21-2031.05.20	原始取得	无
50	六安科凡	智绘家居	第 19、20 类	16042701	2016.03.07-2026.03.06	受让取得	无
51	发行人	<b>态格</b>	第 20 类	54224671	2022.05.21-2032.05.20	原始取得	无
52	发行人	虎鲸	第 20 类	62521363	2022.09.07-2032.09.06	原始取得	无
53	发行人	<b>态格</b>	第 20 类	58803755	2022.08.21-2032.08.20	原始取得	无
54	发行人	虎鲸	第 20 类	58829546	2022.09.07-2032.09.06	原始取得	无
55	发行人		第 42 类	55081799	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	无
56	发行人		第 20 类	55074225	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	无

### 3、专利

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司共拥有 100 项专利，其中发明专利 9 项，实用新型专利 74 项，外观设计专利 17 项。具体如下：

序号	专利权人	专利号	名称	类别	有效期	取得方式
1	发行人	2018104513688	一种多用途学习桌	发明专利	2018.05.11-2038.05.10	继受取得
2	发行人	201810396363X	一种便于使用的联动式鞋柜	发明专利	2018.04.28-2038.04.27	继受取得
3	发行人	2017113038509	一种盲人可适用的标语变换家居收纳柜	发明专利	2017.12.11-2037.12.10	继受取得
4	发行人	2016103572730	一种一字衣柜及其安装方法	发明专利	2016.05.25-2036.05.24	原始取得
5	发行人	2016103638206	一种衣柜板式拼框门及其制造方	发明专利	2016.05.25-2036.05.24	原始取得
6	发行人	2020217734588	一种可快速拼接的护墙板	实用新型	2020.08.24-2030.08.23	原始取得
7	发行人	202021277167X	一种免拉手门板	实用新型	2020.07.03-2030.07.02	原始取得
8	发行人	2020212771769	一种复合性胶粘合压贴柜体板	实用新型	2020.07.03-2030.07.02	原始取得
9	发行人	202021278146X	一种内嵌拉手门型工艺结构	实用新型	2020.07.03-2030.07.02	原始取得

序号	专利权人	专利号	名称	类别	有效期	取得方式
10	发行人	202021255181X	一种可调节酒瓶架的酒柜	实用新型	2020.07.01-2030.06.30	原始取得
11	发行人	2020212552494	一种异型带灯层板结构	实用新型	2020.07.01-2030.06.30	原始取得
12	发行人	2019218339102	一种滑动式抽屉的锁定装置	实用新型	2019.10.29-2029.10.28	原始取得
13	发行人	2019218339530	一种嵌入式冰箱门与柜门的活动连接件	实用新型	2019.10.29-2029.10.28	原始取得
14	发行人	2019218339564	一种具有发光功能的卡扣式踢脚线	实用新型	2019.10.29-2029.10.28	原始取得
15	发行人	2019218339808	一种衣柜掩门的装配连接组件	实用新型	2019.10.29-2029.10.28	原始取得
16	发行人	2019211924552	一种柜内分隔收纳抽屉	实用新型	2019.07.26-2029.07.25	原始取得
17	发行人	2019204533893	一种用于柜子移门的铝材连接件	实用新型	2019.04.04-2029.04.03	原始取得
18	发行人	2019204540793	一种安装方式灵活的护墙系统	实用新型	2019.04.04-2029.04.03	原始取得
19	发行人	2019204540863	一种柜内搁板的隐藏式固定装置	实用新型	2019.04.04-2029.04.03	原始取得
20	发行人	2019204540878	一种衣柜免拉手式玻璃抽屉	实用新型	2019.04.04-2029.04.03	原始取得
21	发行人	2018210994835	一种快装可调式挂码	实用新型	2018.07.12-2028.07.11	原始取得
22	发行人	2018210997195	一种快装可调式趟门轮	实用新型	2018.07.12-2028.07.11	原始取得
23	发行人	201821120160X	一种可调节的移门上轮装置	实用新型	2018.07.12-2028.07.11	原始取得
24	发行人	2018207538714	一种衣柜移门可调节式滑轮阻尼系统	实用新型	2018.05.18-2028.05.17	原始取得
25	发行人	2018207539079	一种橱柜折叠桌五金的结构	实用新型	2018.05.18-2028.05.17	原始取得
26	发行人	2018200030922	一种橱柜脚线配件	实用新型	2018.01.02-2028.01.01	原始取得
27	发行人	2018200034073	一种衣柜的新型拼框门	实用新型	2018.01.02-2028.01.01	原始取得
28	发行人	2017217686737	一种橱柜吊柜免拉手	实用新型	2017.12.18-2027.12.17	原始取得
29	发行人	2017217697144	一种橱柜地柜 L 型免拉手	实用新型	2017.12.18-2027.12.17	原始取得
30	发行人	201721069729X	一种衣柜的铝框层板灯	实用新型	2017.08.25-2027.08.24	原始取得
31	发行人	2017207341913	一种衣柜滑动门	实用新型	2017.06.22-2027.06.21	原始取得
32	发行人	2017207341966	一种衣柜用铝色玻璃门	实用新型	2017.06.22-2027.06.21	原始取得
33	发行人	2016206421009	多功能层板抗弯条	实用新型	2016.06.22-2026.06.21	原始取得
34	发行人	2016205984270	一种柜体格子架扣件	实用新型	2016.06.15-2026.06.14	原始取得
35	发行人	2016204903327	一种衣柜的模压面板	实用新型	2016.05.25-2026.05.24	原始取得
36	发行人	2016205007020	一种衣柜板式拼框门	实用新型	2016.05.25-2026.05.24	原始取得
37	发行人	201620472317X	一种衣柜收口条	实用新型	2016.05.22-2026.05.21	原始取得

序号	专利权人	专利号	名称	类别	有效期	取得方式
38	发行人	2016204723377	一种衣柜铝门	实用新型	2016.05.22-2026.05.21	原始取得
39	发行人	2016204756332	一种多功能衣柜收口条	实用新型	2016.05.20-2026.05.19	原始取得
40	发行人	2016204689751	一种转角柜	实用新型	2016.05.19-2026.05.18	原始取得
41	发行人	2015211375631	一种用于家具与墙体之间间隙收口的收口结构	实用新型	2015.12.30-2025.12.29	原始取得
42	发行人	2015211379859	一种横向跨度可调的餐台框架	实用新型	2015.12.30-2025.12.29	原始取得
43	科凡有限	2021215382042	一种梳妆写字于一体多功能自由开合的智能梳妆结构系统	实用新型	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
44	科凡有限	202121538217X	一种卡槽腰线多功能铝框掩门	实用新型	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
45	科凡有限	2021215275604	一种超薄板件的抽屉系统	实用新型	2021.07.06-2031.07.05	原始取得
46	科凡有限	2020217730318	一种组合式发光搁板	实用新型	2020.08.24-2030.08.23	原始取得
47	科凡有限	2020217730360	一种衣柜拼装型门板	实用新型	2020.08.24-2030.08.23	原始取得
48	科凡有限	2020217730394	一种内圆弧铝边框门结构	实用新型	2020.08.24-2030.08.23	原始取得
49	科凡有限	2020217734380	一种带有免拉手结构的门板	实用新型	2020.08.24-2030.08.23	原始取得
50	发行人	2020303512525	立柜（04）	外观设计	2020.07.02-2035.07.01	原始取得
51	发行人	2020303512578	立柜（03）	外观设计	2020.07.02-2035.07.01	原始取得
52	发行人	2020303519914	立柜（02）	外观设计	2020.07.02-2035.07.01	原始取得
53	发行人	2020303519967	立柜（01）	外观设计	2020.07.02-2035.07.01	原始取得
54	发行人	2021304423561	入户柜（P3）	外观设计	2021.07.13-2036.07.12	原始取得
55	发行人	2021304423665	餐边柜（P1）	外观设计	2021.07.13-2036.07.12	原始取得
56	发行人	2021304424742	入户柜（P2）	外观设计	2021.07.13-2036.07.12	原始取得
57	发行人	202130430187X	入户柜（J2）	外观设计	2021.07.08-2036.07.07	原始取得
58	发行人	2021304301916	入户柜（J1）	外观设计	2021.07.08-2036.07.07	原始取得
59	六安科凡	2018105920408	一种智能家居用可调节的收纳箱	发明专利	2018.06.11-2028.06.10	继受取得
60	六安科凡	2018104065840	一种单个拉出自动复位的柜子	发明专利	2018.04.30-2028.04.29	继受取得
61	六安科凡	2017113242905	一种可调式除尘杀菌鞋柜	发明专利	2017.12.13-2027.12.12	继受取得
62	六安科凡	2017108197100	一种智能家居式电视机悬挂固定装置	发明专利	2017.09.13-2027.09.12	继受取得
63	六安科凡	2021201535485	一种子母阴阳卡件式铝框门	实用新型	2021.01.20-2031.01.19	原始取得
64	六安科凡	2020231370025	一种新组装式门板系统	实用新型	2020.12.23-2030.12.22	原始取得
65	六安科凡	2020231370063	一种隐藏式层板连接件	实用新型	2020.12.23-2030.12.22	原始取得

序号	专利权人	专利号	名称	类别	有效期	取得方式
66	六安科凡	2020231370218	一种家居门板带灯免拉手装置	实用新型	2020.12.23-2030.12.22	原始取得
67	六安科凡	2020231526404	一种新型衣柜铝框门板	实用新型	2020.12.23-2030.12.22	原始取得
68	六安科凡	2019218023260	一种用于柜子装饰板材的卡扣式连接件	实用新型	2019.10.25-2029.10.24	原始取得
69	六安科凡	2019218023557	一种柜子层板的隐藏式活动连接件	实用新型	2019.10.25-2029.10.24	原始取得
70	六安科凡	2019218024066	一种用于柜子的可调节支脚	实用新型	2019.10.25-2029.10.24	原始取得
71	六安科凡	2019218025675	一种柜子板件的可旋转连接装置	实用新型	2019.10.25-2029.10.24	原始取得
72	六安科凡	2019206678098	一种悬挂式收纳系统的支撑装置	实用新型	2019.05.10-2029.05.09	原始取得
73	六安科凡	2019206678168	一种护墙板阳角线装饰连接件	实用新型	2019.05.10-2029.05.09	原始取得
74	六安科凡	2019206678172	一种护墙板踢脚线装饰连接件	实用新型	2019.05.10-2029.05.09	原始取得
75	六安科凡	2019206687472	一种护墙板腰线装饰连接件	实用新型	2019.05.10-2029.05.09	原始取得
76	六安科凡	2019206687487	一种护墙板平缝线装饰连接件	实用新型	2019.05.10-2029.05.09	原始取得
77	六安科凡	202122049979X	一种用于衣柜铝框移门的可调直角链接件	实用新型	2021.08.29-2031.08.28	原始取得
78	六安科凡	2021218457426	一种可实现模块化拼装且节省空间的卡扣式链接分隔系统	实用新型	2021.08.09-2031.08.08	原始取得
79	六安科凡	2021218476963	一种内置隐藏收纳功能且便捷安装的凳子	实用新型	2021.08.09-2031.08.08	原始取得
80	六安科凡	2021218477237	一种带灯置物架护墙板安装系统	实用新型	2021.08.09-2031.08.08	原始取得
81	六安科凡	2021214030258	一种无缝拼接便捷高效安装的格栅护墙系统	实用新型	2021.06.23-2031.06.22	原始取得
82	六安科凡	2021214030366	一种圆弧型脚线结构	实用新型	2021.06.23-2031.06.22	原始取得
83	六安科凡	2021214064998	一种自带防尘装置多功能使用的五金连接系统	实用新型	2021.06.23-2031.06.22	原始取得
84	六安科凡	2021214065007	一种免拉手自带发光装置系统板件	实用新型	2021.06.23-2031.06.22	原始取得
85	六安科凡	2021213910195	一种玻璃做抽面的抽屉结构	实用新型	2021.06.22-2031.06.21	原始取得
86	六安科凡	2021213927266	一种多功能小家具组装系统	实用新型	2021.06.22-2031.06.21	原始取得
87	六安科凡	2021213927779	一种可扩展床睡眠面积连接系统	实用新型	2021.06.22-2031.06.21	原始取得
88	六安科凡	2021213927976	一种多角度可旋转收纳的试衣镜柜一体化设计结构系统	实用新型	2021.01.20-2031.01.19	原始取得
89	六安科凡	2021201535339	一种多功能连接系统	实用新型	2021.01.20-2031.01.19	原始取得
90	六安科凡	2021201556195	一种入墙酒柜置物连接系统	实用新型	2021.01.20-2031.01.19	原始取得
91	六安科凡	2021201556299	一种隐藏式带灯衣柜门板	实用新型	2021.01.20-2031.01.19	原始取得
92	六安科凡	2021218477133	一种可实现护墙内置发光的连接系统	实用新型	2021.08.09-2031.08.08	原始取得

序号	专利权人	专利号	名称	类别	有效期	取得方式
93	六安科凡	2021303941474	酒柜（J3）	外观设计	2021.06.24-2036.06.23	原始取得
94	六安科凡	2021303942956	酒柜（C1）	外观设计	2021.06.24-2036.06.23	原始取得
95	六安科凡	2020302791761	衣柜（KM-726 门型）	外观设计	2020.06.05-2030.06.04	原始取得
96	六安科凡	2020302791780	衣柜（KM-508 摩卡门型）	外观设计	2020.06.05-2030.06.04	原始取得
97	六安科凡	2020302795052	衣柜（KM-725 曼哈顿门型）	外观设计	2020.06.05-2030.06.04	原始取得
98	六安科凡	202030279518X	衣柜（KM-506 科莫门型）	外观设计	2020.06.05-2030.06.04	原始取得
99	六安科凡	202130394160X	房门（Y1）	外观设计	2021.06.24-2036.06.23	原始取得
100	六安科凡	2021303942867	入户柜（C2）	外观设计	2021.06.24-2036.06.23	原始取得

注：上表序号 43-49 的专利证书的证载权利人为发行人股份改制前名称“佛山市科凡智造家居用品有限公司”，发行人正在办理该等专利的更名手续，预计办理更名手续不存在实质性障碍。

#### 4、域名

截至本招股说明书签署之日，公司及其下属企业拥有 5 项域名。具体情况如下：

序号	域名	注册人	网站备案/许可证号	到期日
1	kefan.cn	发行人	粤 ICP 备 16070049 号-1	2026.08.02
2	kefan-china.net	发行人	粤 ICP 备 16070049 号-2	2025.05.15
3	kefan-china.com	发行人	粤 ICP 备 16070049 号-4	2025.07.11
4	zgkefan.cn	发行人	粤 ICP 备 16070049 号-3	2026.08.26
5	kefan.co	发行人	粤 ICP 备 16070049 号-5	2023.04.23

#### （三）上述资产对公司生产经营的重要程度

公司运用上述资产或资质进行正常生产经营并获取收益。公司已经取得与生产经营直接相关的主要土地使用权、房屋所有权，机器设备使用情况良好，商标和专利技术等知识产权的使用不存在障碍，确保了公司生产经营的正常进行，也为公司进一步扩大生产经营规模奠定了基础。

#### （四）公司拥有的业务经营许可与认证情况

公司所处行业为家具制造业，行业不存在专属的业务经营许可制度，公司无需取得相关的业务经营许可。

## 七、发行人的特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司不存在特许经营情况。

## 八、发行人的技术及研发情况

### （一）发行人核心技术及技术来源情况

公司主要产品为定制柜类及配套产品（包括定制衣柜和其他定制柜类），以及护墙板、室内门等其他定制产品，相关产品处于大批量生产阶段，技术工艺成熟。

公司对产品的研发主要是核心技术的升级、创新，并注重将核心技术有效地运用于产品当中。经过多年的实践积累，公司建立了完善的企业技术创新体系，已拥有多项核心技术，具体情况如下：

序号	核心技术名称	技术来源	所处阶段	技术运用具体情况	对应专利情况
1	12mm 柜体背板系统	自主开发	大批量生产	区别于市面上 5mm 和 9mm 的背板厚度，公司现有柜体全部优化升级为 12mm 的厚度，并研究开发相应的技术参数投入生产，实现高厚度、高密度、高精度，有效提高柜体安装后的稳固性和使用寿命。	2021303942956
2	油漆高质涂装工艺技术	自主开发	大批量生产	公司油漆高质涂装工艺技术运用 PE、PU 漆等高性能油漆，引入德国进口多功能精砂面机用于打磨和面漆两个关键工序，有效解决油漆产品存在的麻面和颗粒感强的问题；油漆产品在适宜温度 25° 的恒温恒湿房下进行加工，保证产品底漆和面漆优良的饱满度，实现产品无色差、高质量。	2020302791780 202030279518X 2021303942867
3	板式卡槽护墙板系统	自主开发	大批量生产	公司运用三胺板原理对卡槽护墙板系统进行开发，在 18mm 厚度的板材居中开 6mm 槽，运用了 5mm 同色木饰面的卡条卡在两件板材之间，实现三胺板肤感和原木质感的融合，令护墙板更真实、自然，并拓宽公司门墙产品的配套种类。	2020217734588
4	免漆复合式木门环保无醛生产技术	自主开发	大批量生产	公司三胺免漆复合式房门系统采用符合国家标准 E0 或以上的原材料，运用压制工艺，在制程工序不添加含甲醛成分胶水的情况下输出质量稳定且环保无醛的房门产品，有效降低产品使用过程中对人体带来的不利影响。	202130394160X
5	铝木工艺结构简易可拆卸影型护墙系统	自主开发	大批量生产	技术上，通过护墙板五金卡齿固定安装在居中铳铣 3mm 卡槽的板件上，采用自攻螺丝和发泡胶进行安装，后期客户搬家可简易拆卸，重复使用。外观上，板木与铝材氧化色的结合，实现木质产品和铝色产品在护墙板上的巧妙搭配，提升了护墙板系统产品的美观度，丰富了护墙板系统产品的样式，使之更多元化。	2021218477133 2019206678168
6	PUR 胶封边技术	自主开发	大批量生产	公司三胺类板式门采用 PUR 胶封边，PUR 胶防水防潮功能优良、耐候耐寒、耐化学品，可实现门板产品更长的使用寿命，以提高客户的满意度。	201810396363X 2021215382042 2021215275604

序号	核心技术名称	技术来源	所处阶段	技术运用具体情况	对应专利情况
7	三胺免漆款 J 与 U 型异形封边软成型子母拉手门型	自主开发	大批量生产	公司在市面常见的实木款、烤漆款和铝木款子母拉手门型的基础上，开发了 25mm 厚度的软成型款三胺免漆子母拉手核心门型。一方面，门型采用 J 型和 U 型的拉手形状替代现有的明装拉手或者铝质拉手，拉手更加隐形，节约铝材成本，充分满足了消费者追求性价比的需求；另一方面，门型通过 25mm 门板同色的 0.6mm 厚的封边带压模而成，进一步实现封边的超薄感，确保饰面和封边条的和谐一致，产品更加美观、简洁。	202021277167X

## （二）正在从事的研发项目情况

截至本招股说明书签署之日，公司正在从事的主要研发项目情况如下：

序号	研发项目	项目所处阶段	拟达到的目标
1	一种圆弧阴角处理结构	研究阶段	该项目通过对 12mm 多层板/颗粒板以固定角度的模具压贴固定，并对边部进行角码固定，使得压贴时间不受限制，在生产上可快速复制。圆弧板材成型后应用在阴角处链接护墙板，可以弱化棱角，实现更加整体和美观的空间效果。
2	一种背面发光的床屏结构	研究阶段	该项目通过在床靠背处分别用两块由自攻螺丝固定的 45° 斜切板材和由膨胀螺丝与墙体固定底部的 45° 斜切板材拼接增加受力，使得顶部板条可通过比亚斯锣槽内嵌硅胶软灯带，在遮盖灯珠的同时，实现柔和温馨的灯光氛围感。
3	一种格栅隐形门墙体系	研究阶段	该项目通过冷压机冷压固定格栅条等方式，可使房门完全嵌入护墙板内，真正解决市面上“隐形门”不隐形的痛点，同时房门尺寸可根据情况定制处理，使得隐形门墙体系可满足不同消费者的尺寸需求。
4	一种可移动泡茶台	研究阶段	该项目的主要结构包括提盖、茶仓、连接件和轨道件，其中提盖和茶仓分别位于连接件的上下两端。与现有技术相比，使用者可通过提放提盖进而控制连接件和茶仓在轨道件内的升降，从而达到茶水分离和泡茶目的，使得泡茶操作更加简单，同时也便于使用者投茶、洗茶、换茶和清洗泡茶器。
5	一种旋转台的绿植展示架	研究阶段	该项目的主要结构包括支撑结构、集水机构、培育机构和收纳组件等，其中的集水盒可收集使用者对绿植过多浇水后溢出的水分，使得该部分沾染了泥土的污水不会直接污染地面，还可以收集后重复利用，达到防污和循环利用的目的。此外，该展示架可摆放的绿植方式多样，包括正常摆放的绿植和挂钩型绿植。
6	一种静音防尘门结构	立项阶段	该项目通过鼎力一拖三开料机对门扇边部进行开槽，将静音条铝材按压进门扇，并用直钉固定，达到门扇拥有更好的静音效果的同时，铝木材质的结合让门扇更加美观。

序号	研发项目	项目所处阶段	拟达到的目标
7	一种带廊桥的开放柜	立项阶段	该项目增加的廊桥结构，是通过马氏吊锣机对板材材料进行预铣和喷漆处理的，可使得产品更加美观的同时，相较于市面上其他开放柜产品增加了差异化结构和功能。
8	一种多功能层板结构设计	立项阶段	该项目通过搁板、层板支架、角码、膨胀螺丝等结构作固定安装，方便使用者拿取物品的同时，倒弯钩型的层板支架还可以作为搁板承重零部件和挂钩功能使用，达到支架一物多用的目的。
9	一种带无线充电的办公桌面搁板置物架	立项阶段	该项目通过利用置物面板、面板底座、磁吸式边缘、软磁铁模块等单元和组件，在办公桌面上设置了书本收纳区、首饰收纳区、电子产品收纳区和无线充电区，并通过隔断整理架解决了使用者的收纳需求和无线充电需求。
10	一种简约风格的吊墙式格架	立项阶段	该项目通过在固定面板上利用卡接单元进行一体化设计，形成一种墙面龙骨安装支架。该支架安装方便，即可滑动安装龙骨、按压安装龙骨，还能有效避免因使用不当对龙骨造成的破坏。使用此结构的格架功能强大，造型新颖，可制成落地式、吊墙式、倒放式地台或台面等，具有较高的实用性。

### （三）发行人研发投入占营业收入的比例

报告期各期，公司研发投入占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
研发投入	1,117.10	2,469.13	2,432.23	1,773.62
营业收入	26,391.03	62,612.62	45,504.57	41,593.83
占比	4.23%	3.94%	5.35%	4.26%

### （四）各期具体的研发项目、研发投入及进展、研发产出情况

报告期内，公司研发费用投入对应具体项目情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年	项目验收
1	存放柜结构研发	80.02	91.11	-	-	-	未完成
2	多用途的儿童桌椅研发	77.66	94.27	-	-	-	未完成
3	结构稳定的海棠角地台研发	77.94	91.52	-	-	-	未完成
4	可挂衣式的层板架结构研发	80.40	90.02	-	-	-	未完成

序号	项目名称	整体预算	2022年 1-6月	2021 年	2020 年	2019 年	项目验收
5	自带凹凸造型的门墙研发	80.38	90.93	-	-	-	未完成
6	多功能收纳梳妆结构研发	82.12	29.01	-	-	-	未完成
7	隐藏式高度可调调节衣柜研发	83.49	30.04	-	-	-	未完成
8	新型家用柜子结构研发	82.98	28.73	-	-	-	未完成
9	床用可移动床上柜研发	84.94	31.35	-	-	-	未完成
10	多方位可移动床头柜研发	85.27	25.82	-	-	-	未完成
11	煤气瓶防护结构研发	72.63	10.19	-	-	-	未完成
12	家用收纳结构研发	70.80	8.43	-	-	-	未完成
13	拼装挂衣杆研发	70.57	7.89	-	-	-	未完成
14	立式门板架结构研发	73.78	5.89	-	-	-	未完成
15	可嵌入电器的地柜收纳柜结构研发	70.47	5.98	-	-	-	未完成
16	可调角度的层板托的研究开发	97.00	72.96	-	-	-	未完成
17	可移动便捷式茶几的研究开发	89.00	63.81	-	-	-	未完成
18	超薄可抽拉托板的研究开发	102.00	76.69	-	-	-	未完成
19	实用性强的多功能小凳的研究开发	96.00	71.49	-	-	-	未完成
20	可拉伸飘窗妆台的研究开发	105.00	80.65	-	-	-	未完成
21	带收纳隐藏妆镜的研究开发	96.00	72.42	-	-	-	未完成
22	具备照明功能的板式台面的研究开发	92.00	5.81	-	-	-	未完成
23	带灯多功能鞋柜的研究开发	91.00	6.04	-	-	-	未完成
24	带拉手免五金的组合门型的研究开发	98.00	6.93	-	-	-	未完成
25	无配件可连接的护墙板的研究开发	92.00	6.19	-	-	-	未完成

序号	项目名称	整体预算	2022年 1-6月	2021 年	2020 年	2019 年	项目验收
26	发光护墙的研究开发	92.00	6.68	-	-	-	未完成
27	拼装镶嵌装饰条的玻璃门的研究开发	90.00	6.24	-	-	-	未完成
28	一种梳妆写字于一体多功能自由开合的智能梳妆结构系统	95.00	-	115.55	-	-	已完成
29	一种解决藏尘卡扣式调节系统下导轨	95.00	-	118.64	-	-	已完成
30	一种实现45°斜口卡槽式榫拼接组合原木拼框掩门	79.27	-	98.86	-	-	已完成
31	一种多方位角度可调的鞋柜收纳结构系统	68.50	-	77.16	-	-	已完成
32	一种超薄板件无孔式的抽屉系统	55.18	-	71.72	-	-	已完成
33	一种卡槽腰线多功能铝框掩门	74.26	-	87.73	-	-	已完成
34	一种实现台面利用率百分百的挂背墙式试衣镜	74.78	-	107.05	-	-	已完成
35	一种多功能收纳一体的红酒架吊柜	69.11	-	97.52	-	-	已完成
36	一种新型无孔安装万向隐形组合博古架	71.24	-	94.19	-	-	已完成
37	一种镶嵌金属条的拼框玻璃门	69.71	-	99.40	-	-	已完成
38	一种板式护墙窗饰的结构	67.13	-	108.90	-	-	已完成
39	展厅新品空间的研发（一种安装便捷的复合板护墙系统）	50.02	-	73.76	-	-	已完成
40	一种抽屉隐藏式结构	73.83	-	103.81	-	-	已完成
41	子母拼接的榫卯设计系统	68.79	-	93.47	-	-	已完成
42	一种衣柜防变形悬挂系统	71.50	-	102.7	-	-	已完成
43	自带防尘装置多功能使用的五金连接系统的研发	105.00	-	102.00	-	-	已完成

序号	项目名称	整体预算	2022年 1-6月	2021 年	2020 年	2019 年	项目验收
44	多功能自由开合的智能梳妆结构系统的研发	96.00	-	94.51	-	-	已完成
45	免拉手自带发光装置系统板件的研发	82.00	-	78.81	-	-	已完成
46	多功能小家具组装系统的研发	78.00	-	76.65	-	-	已完成
47	智能衣柜圆弧型脚线结构的研发	70.00	-	63.86	-	-	已完成
48	用于衣柜铝框移门的可调直角链接件的研发	64.00	-	68.12	-	-	已完成
49	可扩展床睡眠面积连接系统的研发	66.00	-	70.86	-	-	已完成
50	无缝拼接的格栅护墙系统的研发	48.00	-	62.04	-	-	已完成
51	模块化卡扣式链接分隔系统的研发	43.00	-	51.81	-	-	已完成
52	带灯置物架护墙板安装系统的研发	59.00	-	62.94	-	-	已完成
53	护墙内置发光的连接系统的研发	43.00	-	53.72	-	-	已完成
54	内置隐藏收纳功能且便捷安装的凳子系统的研发	43.00	-	51.82	-	-	已完成
55	家居耐用玻璃抽面抽屉结构系统的研发	42.00	-	51.01	-	-	已完成
56	隐藏式带灯门板组装工艺的研发	86.00	-	67.40	18.43	-	已完成
57	新型子母阴阳卡件式铝框门的研发	80.00	-	63.14	17.69	-	已完成
58	一种复合性胶粘合压贴柜体板的研发	108.00	-	-	90.54	-	已完成
59	一种异型带灯层板结构	104.00	-	-	102.47	-	已完成
60	一种内嵌拉手门型工艺结构的研发	112.00	-	-	118.46	-	已完成
61	一种酒柜可调节酒杯架装置的研发	106.50	-	-	108.75	-	已完成

序号	项目名称	整体预算	2022年 1-6月	2021 年	2020 年	2019 年	项目验收
62	一种门板免拉手的研发	107.50	-	-	103.24	-	已完成
63	一种带造型明装免拉手门型的研发	109.00	-	-	97.25	-	已完成
64	一种衣柜拼装型门板的研发	112.00	-	-	91.43	-	已完成
65	一种便于使用的联动式鞋柜的研发	104.50	-	-	172.75	-	已完成
66	一种可用于盲人的标语变换收纳柜的研发	109.00	-	-	176.54	-	已完成
67	一种组合式发光隔板的研发	111.50	-	-	165.65	-	已完成
68	一种内圆弧铝边框门型结构的研发	102.00	-	-	154.82	-	已完成
69	一种可调节的护墙板系统装置的研发	109.00	-	-	152.37	-	已完成
70	家居门板带灯免拉手装置的研发	63.00	-	-	60.99	-	已完成
71	多功能连接系统的研发	65.00	-	-	64.52	-	已完成
72	新组装式门板系统的研发	95.00	-	-	95.70	-	已完成
73	可调除尘杀菌鞋柜的研发	85.00	-	-	85.54	-	已完成
74	可伸缩拉出自动复位柜子的研发	83.00	-	-	79.02	-	已完成
75	隐藏式层板连接件的研发	112.00	-	-	105.87	-	已完成
76	新型衣柜铝框门板的研发	91.00	-	-	91.44	-	已完成
77	入墙酒柜置物连接系统的研发	120.00	-	-	118.04	-	已完成
78	橱柜脚线组件的研发	56.00	-	-	-	14.99	已完成
79	一种柜子板件的可旋转连接装置的研发	95.00	-	-	25.23	67.04	已完成
80	定制柜子的可调节支脚的研发	70.00	-	-	19.00	53.03	已完成
81	多功能柜子层板的隐藏式活动连接件的研发	77.00	-	-	38.06	37.15	已完成

序号	项目名称	整体预算	2022年 1-6月	2021 年	2020 年	2019 年	项目验收
82	智能家居用卡扣式连接系统的研发	106.00	-	-	60.79	43.94	已完成
83	悬挂式收纳支撑系统的研发	113.00	-	-	17.65	94.66	已完成
84	展厅新品空间的研发	97.00	-	-	-	35.94	已完成
85	一种衣柜脚线转角连接件的研发	75.50	-	-	-	32.50	已完成
86	一种橱柜铝框平开门的研发	78.00	-	-	-	36.17	已完成
87	一种橱柜铝框层板灯的研发	80.50	-	-	-	59.06	已完成
88	一种橱柜见光收口条的研发	75.50	-	-	-	47.28	已完成
89	一种衣柜的新型移门框型的研发	80.00	-	-	-	54.06	已完成
90	一种具有多种安装方式的裤架组件的研发	79.00	-	-	-	59.63	已完成
91	一种柜内搁板的隐藏式固定装置的研发	68.50	-	-	-	59.90	已完成
92	一种用于柜子移门的铝材连接件的研发	72.00	-	-	-	68.82	已完成
93	一种衣柜免拉手式玻璃抽屉的研发	69.50	-	-	-	75.90	已完成
94	一种安装方式灵活的护墙系统的研发	71.00	-	-	-	89.28	已完成
95	一种柜内分隔收纳抽屉的研发	58.50	-	-	-	59.32	已完成
96	一种嵌入式冰箱门与柜门的活动连接件的研发	85.00	-	-	-	116.61	已完成
97	一种滑动式抽屉的锁定装置的研发	70.00	-	-	-	128.92	已完成
98	一种衣柜掩门及其装配连接组件的研发	82.50	-	-	-	103.43	已完成
99	一种具有发光功能的卡扣式踢脚线的研发	75.30	-	-	-	85.01	已完成
100	智能家居用可调节的橱柜收纳系	108.00	-	-	-	106.95	已完成

序号	项目名称	整体预算	2022年 1-6月	2021 年	2020 年	2019 年	项目验收
	统的研发						
101	高强度护墙板装饰件系统的研发	120.00	-	-	-	118.64	已完成
102	智能家居悬挂固定装置的研发	125.00	-	-	-	125.38	已完成
合计		<b>8,498.57</b>	<b>1,117.10</b>	<b>2,469.13</b>	<b>2,432.23</b>	<b>1,773.62</b>	-

报告期内，公司持续投入研发项目，形成多个应用于定制家居行业的工艺产品技术，获取的专利数量也呈现整体上升趋势，公司研发产出情况较好。

## （五）技术创新机制、技术储备及技术创新的安排

### 1、创新机制

#### （1）坚持以市场需求为导向的创新理念

公司坚持以市场需求为导向，坚持面向终端消费者、了解终端消费者、服务终端消费者的理念，依靠自身自主的创新能力和对市场需求的及时把握，及时识别消费者需求，有针对性地进行工艺改进、材料改进、产品创新、技术创新，在满足消费者需求的同时超出消费者的预期，为公司业务的持续拓展提供动力。

#### （2）进一步加大研发投入

公司一直重视研发投入，报告期内研发投入持续增加。在现有研发力量的基础上，公司计划将本次募投项目“研发中心升级建设项目”作为未来公司的技术研发平台，进一步推动技术及产品创新，增强公司的竞争力。

#### （3）加强研发队伍的建设

公司重视人才的内部培养，内部形成了技术交流通畅的学习型组织，拥有开放性的内部研发氛围，为研发人员提供了良好的学习成长环境；公司通过提供专业培训、组织研发实践等多种形式，有意识地培养各类人才，做好人才储备。未来，公司也将积极引入经验丰富或者富有创新能力的研发技术人员，进一步提高公司的技术研发水平。

#### （4）持续完善研发管理和激励机制

公司制订《研发项目管理制度》《研发人员绩效考核制度》《科技成果的组织

实施与奖励激励细则》等研发管理及激励机制，鼓励研发人员加大力度推进新技术研发和产品研发，增加其他核心人员的积极性；同时，公司对核心员工进行股权激励，确保核心骨干人员的个人利益与公司的长期利益相统一，增强归属感和责任感。未来，公司将不断完善研发管理和激励机制，最大程度激发研发人员创新的热情和活力，提升公司持续创新能力。

## 2、技术储备及技术创新的安排

经过多年的研发积累和行业应用实践，公司自主研发了一系列满足客户需求及行业发展趋势的核心技术工艺，具体情况参见本节“八、发行人的技术及研发情况”之“（四）各期具体的研发项目、研发投入及进展、研发产出情况”。

未来，公司将围绕柜墙门一体化定制趋势，在现有产品与技术储备基础上，坚持市场导向，积极探索研究领域与方向，持续迭代更新产品设计风格与工艺技术，升级改造智能化生产线，推动公司技术研发创新能力的持续发展。

## 九、发行人安全生产与环境保护情况

### （一）环境保护情况

公司所处行业为定制家居制造业。根据《企业环境信用评价办法（试行）》，公司所处行业不属于 16 类重污染行业，生产过程中不存在高危险、高污染的情形。公司在经营发展过程中严格执行《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国安全生产法》《声环境质量标准》（GB3096-2008）、《环境空气质量标准》（GB3095-2012）《工业企业设计卫生标准》（GBZ1-2002）等标准，对主要污染物均进行有效管理和控制，可达到国家法规及相关环保机构要求的标准。

### 1、主要污染物处理能力

报告期内，公司生产经营符合国家和地方有关环境保护法律法规的要求，不存在环境保护违法行为，也未因环保事项受到行政处罚。对于生产经营环节涉及的主要污染物，公司采取相应的处理措施进行处理，具备完备的污染物处理设施及处理能力。具体情况如下：

#### （1）废水

公司产生的废水主要为员工的生活污水和清洗废水。

生活污水经预处理达到广东省《水污染物排放限制》（DB44/26-2001）第二时段三级标准后排入污水处理厂处理后排放。

清洗废水主要含有 SS、COD<sub>Cr</sub>、LAS、石油类污染物，采用混凝沉淀、定期捞渣处理工艺处理，去除大部分污染物。处理后的尾水回用至清洗工序，不外排。清洗废水中污染物含量较少，经过多次循环使用、污染物累积到一定浓度后需要定期更换新鲜水。

## （2）废气

生产过程产生的废气主要为木屑粉尘。公司已建成脉冲布袋除尘器处理木屑粉尘，处理风量为 103,000m<sup>3</sup>/h，粉尘收集效率为 90%，处理效率为 90%。处理后，公司粉尘排放在厂界可达到广东省《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）第二时段二级标准。公司排放的废气对周围环境影响不大。

## （3）固体废弃

公司的固体废弃物主要包括了一般固废（板材和金属边角料、包装废料、报废品等）、危险固废（废润滑油等）以及生活垃圾。公司对废弃包装材料和边角料等一般固废收集后进行外售处理；危险固废在厂区内妥善暂存，执行《危险废物贮存污染控制标准》（GB18597-2001），之后委托相关具备资质的单位进行转移处理；生活垃圾经集中定点收集后由环卫部门定期清运。

## （4）噪声

噪声来源主要为生产线及配套设施中的生产设备。公司进行合理布局，选购低噪声高性能设备，尽量减少高噪声设备的使用，采取减振隔声措施，执行《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的 3 类标准；同时加强车间管理和设备维护，定期润滑并检修设备，避免非正常运行噪声，并加强员工环保意识，防止人为噪声影响，使对周围环境的影响降至最低。

## 2、环保投入情况

报告期内，公司在环境保护方面的投入支出情况具体如下：

单位：万元

类别	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
环保投资支出	0.08	198.97	17.31	253.79
环保费用支出	9.80	42.86	15.38	20.23
合计	9.88	241.84	32.69	274.02

### 3、发行人的环保守法情况

报告期内，公司及其子公司的生产经营活动符合有关环境保护的要求，未发生环保事故，亦不存在因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而受到主管部门处罚的情形。

#### （二）安全生产情况

公司高度重视安全生产管理工作，始终贯彻执行《中华人民共和国安全生产法》等相关法律法规，建立了覆盖全面、执行有效的安全生产管理体系，对消防安全管理、安全生产事故隐患排查与治理、设备安全使用等方面制定详细的制度，同时针对安全生产管理工作严格实行问责制，由生产经理、各部门负责人和部门兼职安全员对各级安全工作负责。此外，公司还建立了事故应急预案制度，防范突发事件。

报告期内，公司未发生过重大安全事故，不存在因安全生产问题受到相关行政处罚的情况。

### 十、发行人境外经营情况

报告期内，公司不存在境外经营情况。

### 十一、发行人业务发展过程和模式成熟度、经营稳定性和行业地位

#### （一）业务发展过程

自成立以来，公司始终致力于定制家居产品的研发、设计、生产和销售，报告期内，公司主营业务未发生重大变化。公司业务主要发展过程如下：

时间阶段	公司业务主要发展过程
2016-2018年	公司于2016年在佛山市设立顺德智造中心，利用管理团队深耕定制家居

时间阶段	公司业务主要发展过程
	的行业经验，精心打造定制衣柜产品，在市场中迅速打响公司品牌知名度和积累用户口碑，同时探索其他定制家居产品类型，拓宽公司产品矩阵，为“全屋定制”打下基础。
2019-2020 年	<p>公司发展迅速，经营规模快速增长，综合实力逐步壮大。</p> <p>在生产规模方面，公司六安生产基地于 2019 年正式投产，在提升产量规模的同时，引入智能化信息系统，利用信息化和工业化相结合的方式实现了柔性化规模生产，提升公司的非标制造能力。</p> <p>在销售方面，公司积极建设营销网络，在全国范围内逐步建立起高效运营的经销商网络体系，在消费者群体中确立了优质的品牌形象，行业影响力持续扩大。</p> <p>在公司产品方面，公司定制产品范围扩展至定制衣柜、定制厨柜等其他定制柜类、护墙板、室内门与配套成品家具搭配而成的整体空间产品体系，进一步为“全屋定制”打下坚实基础。</p>
2021 年至今	<p>公司形成“厂商+经销商”一体化服务体系的成熟业务模式，通过六安、顺德两大智造中心带来的柔性化规模生产优势，以及历经多年战略布局建立的覆盖广泛、运营高效的经销商营销服务网络，成为专业从事定制家居研发、设计、生产、销售的柜墙门一体化综合解决方案服务商，经营业绩及规模稳步增长。</p>

## （二）模式成熟度

公司主要以经销模式为全国各地有家装需求的消费者提供定制化家居产品，相关业务模式符合行业经营特点，模式成熟度情况如下：

### 1、经销网络覆盖广泛、运营高效

公司所处的定制家居行业具有终端消费者数量众多、分布分散，且定制产品的整体服务周期较长、服务频次较高的特点，因此经销网络成为定制家居行业中极具战略意义的一环，不仅承担着定制家居企业向终端客户提供产品个性化设计的服务工作，还需提供专业的上门安装及售后服务。

公司经过多年经销网络的战略布局和建设，营销渠道现已覆盖国内绝大部分省会城市及经济相对发达城市。截至 2022 年 6 月 30 日，公司在全国范围内拥有 930 家经销商及 970 家门店，在积极布局一二线城市经销网络的同时，深度渗透并下沉三四线市场。另一方面，公司拥有一支行业领先、经验丰富的运营支持培训团队，为经销商提供产品设计、营销策划、安装及售后服务等方面的培训，使得经销商网点的服务人员能够提升自身素质与技能，为客户提供质量过硬且周到的服务，为公司树立良好的口碑。

公司对经销网络的不断完善和持续赋能，逐渐搭建起覆盖全国、高效运营的经销商营销服务体系，使得公司能为各地终端消费者提供更优质、及时的服务，

提升整体服务质量和销售效率。

## 2、信息化程度高，拥有成熟的智能制造能力

定制家居行业通常采用订单驱动方式进行生产，但受到众多消费者不同个性化需求的影响，订单的多样性和产品的复杂性使得定制家居企业面临着非标准化订单大规模、高效率生产的难题。

为了保障公司的生产经营效益和增强市场竞争力，公司通过引进法国的 KD 拆单软件和德国豪迈等知名品牌的高端自动化生产设备，根据实际生产经营情况进行自主研发，加入定制化元素作二次优化，形成了一套以信息化系统为基础的智能柔性生产技术。公司的柔性生产能力能够实现自动拆单和智能揉单、自动完成开料、封边、打孔、铣槽等生产环节，从而达到多产品、多形态、多单元快速转换的目的，大幅提升了公司的非标制造能力。

公司充分利用信息技术在生产和服务各个环节的融合不断提高自动化、智能化水平，从而缩短生产周期，提高运营效率，逐步建立起定制家居产品的柔性化规模生产优势。

## 3、研发设计创新能力强，产品体系丰富环保

定制家居产品系根据消费者的个人喜好进行设计的个性化产品，具有样式、规格、颜色、内部结构等方面高度定制化的特性；同时，在充分考虑消费者需求和产品美观性的基础上，优秀的定制家居企业还需根据消费者的房型和其他家居的摆放形式，结合空间利用率进行定制化产品设计。

作为国内知名的定制家居品牌企业，公司一直将研发和设计创新作为核心竞争力之一，注重产品的美观度与个性化表达，通过自主创新持续不断地推出创新产品，致力于将产品的功能属性与审美属性达到和谐统一，为消费者带来更好的使用体验。截至本招股说明书签署之日，公司及子公司共拥有 100 项专利，其中包括 9 项发明专利、74 项实用新型专利、17 项外观设计专利，体现了公司较强的研发、设计创新能力。

经过多年定制家居研发经验的积累，公司已打造和推出多种产品设计风格，拥有丰富完善的产品体系，产品使用场景包括入户空间、客厅空间、厨房空间、卧房空间、书房空间等，产品设计风格包括摩登东方、意式轻奢、现代极简、经

典欧美等，可满足各类消费群体的家居消费需求和居家审美需求。在产品的原材料选用、制作加工过程方面，公司亦注重绿色、安全和环保性，坚持遵循全球家居板材最高环保标准，为消费者提供真正安心可靠的高品质基材。

### （三）经营稳定性

#### 1、发行人经营环境稳定，行业前景广阔

近年来，我国定制家居行业市场规模高速增长，由 2015 年的 1,067 亿元增长至 2021 年的 2,307 亿元，年均复合增长率达到 13.71%，已成为我国家具制造业的支柱产业，在家具制造业整体增速放缓的情况下依旧维持中高速增长，体现了行业良好的发展态势。未来，随着我国城镇化进程加快和存量房翻新需求带来的定制家居市场增量，公司所在行业市场空间和发展前景将持续向好。

#### 2、发行人收入规模较大，经营业绩稳定

在良好的行业发展趋势下，公司实现了较好的经营成果，报告期内公司的主要经营情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	26,391.03	62,612.62	45,504.57	41,593.83
净利润	1,982.85	8,855.08	4,759.54	3,903.51
净利润（扣除非经常性损益后）	1,756.76	7,600.61	4,168.72	3,490.01

报告期内，公司营业收入分别为 41,593.83 万元、45,504.57 万元、62,612.62 万元和 26,391.03 万元，2019 年度至 2021 年度累计不低于 10 亿元，收入规模较大；净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为 3,490.01 万元、4,168.72 万元、7,600.61 万元和 1,756.76 万元，2019 年度至 2021 年度累计不低于 1.5 亿元，盈利能力较强，经营业绩稳定。

综上所述，在经营环境稳定、市场前景广阔的行业背景下，报告期内公司经营业绩稳定发展，规模较大。

### 3、发行人主营业务、控制权和管理团队稳定

#### （1）主营业务稳定性

公司主营业务为定制家居产品的研发、设计、生产和销售，生产经营的主要产品包括定制衣柜、其它定制家居（定制厨柜等其他定制柜类、护墙板、室内门等）以及成品家居。截至本招股说明书签署之日，公司主营业务稳定，且最近三年内主营业务未发生重大不利变化。

#### （2）控制权稳定性

公司控股股东科凡集团、共同实际控制人林涛及何倩芬夫妇所持公司的股份权属清晰，且最近三年公司实际控制人没有发生变更，公司控制权稳定，不存在可能导致控制权变更的权属纠纷。

#### （3）管理团队稳定性

公司于2021年6月股份改制设立时建立董事会及独立董事制度，新增聘任3名独立董事及3名非独立董事，其中新增聘任的3名独立董事系为完善公司治理结构、形成制衡机制而采取的合法措施，由此引起董事的变动具有合理性且有利于公司治理的良好运行；新增聘任的3名非独立董事均为公司员工，熟悉公司运营状况，具有相关的资格和管理经验，属于公司内部培养产生的董事。同期，公司新增聘任高级管理人员1名，新增的高级管理人员为公司员工，系内部培养产生，有利于提升公司经营管理水平和市场营销能力，不会对公司生产经营产生重大不利影响。

因此，公司管理团队稳定，最近三年内公司董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化。

### 4、发行人经营相关资产独立完整、权属清晰

截至本招股说明书签署之日，公司已取得与生产经营直接相关的主要土地使用权、房屋所有权，机器设备使用情况良好，商标和专利技术等知识产权的使用不存在障碍。公司用于正常生产经营并获取收益的主要资产不存在重大纠纷或诉讼，相关资产独立完整、权属清晰，能够确保公司生产经营的正常进行，也为公司进一步扩大生产经营规模奠定了基础。

综上所述，在经营环境稳定、市场前景广阔的行业背景下，报告期内公司经营业绩稳定发展，规模较大。在日常生产经营中，公司控制权及管理团队稳定，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。

#### （四）行业地位

经过多年发展，科凡家居已成为国内知名的定制家居品牌之一，在珠三角产业集群（国内定制家居行业发源地和产业高地）占有重要地位，系广东衣柜行业协会会长单位和广东省定制家居协会副会长单位。公司始终致力于为行业带来更多具备美观度、个性化表达和绿色环保的定制家居产品，并先后获中国家居产业家居领军品牌大雁奖、全屋定制十大品牌、中国衣柜十大品牌、橱柜十大品牌、定制家居十大品牌、整体衣柜十大品牌等国内行业荣誉。此外，公司拥有较强的研发设计实力，系广东省科学技术厅认证的高新技术企业、佛山市工业和信息化局认证的佛山市专精特新企业，子公司六安科凡系安徽省科学技术厅认证的高新技术企业、安徽省经济和信息化厅认证的安徽省专精特新企业。

我国定制家居行业整体呈现“大行业，小企业”特点，参与企业众多，而公司经营规模位居行业前列。报告期内，公司营业收入分别为 41,593.83 万元、45,504.57 万元、62,612.62 万元和 26,391.03 万元，收入规模较大；报告期各期末，公司经销商数量分别为 640 家、798 家、943 家和 930 家，经销网络遍布全国各地，系全国性的定制家居品牌。

综上所述，公司系国内知名的定制家居品牌，行业地位较高，经营规模较大，具有行业代表性。

## 第六节 财务会计信息与管理层讨论分析

本节披露或引用的财务会计信息，非经特别说明，均引自公司经华兴会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告。

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、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。公司将与财务会计信息相关的重要性水平确定为报告期平均利润总额的 5%，或金额虽未达到上述标准但公司认为较为重要的相关事项。

本节的财务会计数据及管理层分析说明反映了公司最近三年及一期经审计的会计报表及附注的主要内容，公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取更详尽的财务资料。

### 一、发行人报告期财务报表

#### （一）合并资产负债表

单位：元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
<b>流动资产：</b>				
货币资金	200,741,019.61	249,646,290.29	197,797,687.85	112,529,357.30
交易性金融资产	10,113,459.64	-	1,365,000.00	480,000.00
应收账款	1,514,069.45	757,766.32	1,657,875.95	2,575,115.32
应收款项融资	-	175,018.00	-	-
预付款项	3,952,432.77	6,107,489.49	2,671,253.00	1,612,227.36
其他应收款	3,695,722.53	2,736,537.46	2,275,825.91	2,554,405.65
存货	28,645,311.15	35,309,482.76	29,128,578.27	31,789,896.25
其他流动资产	2,069,087.45	43,986.00	15,314.48	15,034.48
<b>流动资产合计</b>	<b>250,731,102.60</b>	<b>294,776,570.32</b>	<b>234,911,535.46</b>	<b>151,556,036.36</b>
<b>非流动资产：</b>				
固定资产	103,319,303.27	107,885,942.58	108,685,249.08	113,443,071.83
在建工程	3,439,882.12	-	-	2,286,388.22
使用权资产	23,346,321.98	28,424,832.77	-	-

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
无形资产	51,677,398.34	18,463,277.09	20,291,778.73	19,164,719.12
长期待摊费用	3,229,199.14	3,431,443.20	6,213,062.89	7,381,452.97
递延所得税资产	9,700,920.54	8,706,438.87	5,952,024.89	3,165,462.41
其他非流动资产	18,875,573.74	20,619,280.00	-	910,330.00
<b>非流动资产合计</b>	<b>213,588,599.13</b>	<b>187,531,214.51</b>	<b>141,142,115.59</b>	<b>146,351,424.55</b>
<b>资产总计</b>	<b>464,319,701.73</b>	<b>482,307,784.83</b>	<b>376,053,651.05</b>	<b>297,907,460.91</b>
<b>流动负债：</b>				
短期借款	-	-	-	19,000,000.00
应付票据	8,364,593.03	8,750,570.29	14,083,655.00	3,602,933.00
应付账款	32,788,142.51	35,774,851.84	42,597,895.29	38,956,989.75
预收款项	-	-	-	47,441,644.81
合同负债	43,246,270.15	63,877,721.41	56,098,498.62	-
应付职工薪酬	13,662,869.28	21,410,860.41	17,573,563.63	14,645,540.62
应交税费	20,157,546.86	15,468,149.29	9,368,206.92	5,612,011.10
其他应付款	18,947,444.62	17,244,333.66	12,473,142.28	16,775,708.57
一年内到期的非流动负债	10,067,403.31	10,538,554.88	-	-
其他流动负债	5,622,015.09	8,304,103.80	7,292,804.66	-
<b>流动负债合计</b>	<b>152,856,284.85</b>	<b>181,369,145.58</b>	<b>159,487,766.40</b>	<b>146,034,827.85</b>
<b>非流动负债：</b>				
租赁负债	13,659,074.12	18,050,186.89	-	-
预计负债	406,673.19	-	-	-
递延收益	22,702,683.60	23,417,618.83	20,925,671.58	14,486,017.98
递延所得税负债	4,695,577.38	4,958,207.99	5,216,455.30	5,715,739.51
<b>非流动负债合计</b>	<b>41,464,008.29</b>	<b>46,426,013.71</b>	<b>26,142,126.88</b>	<b>20,201,757.49</b>
<b>负债合计</b>	<b>194,320,293.14</b>	<b>227,795,159.29</b>	<b>185,629,893.28</b>	<b>166,236,585.34</b>
<b>所有者权益：</b>				
股本（或实收资本）	50,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00	48,500,000.00
资本公积	120,629,182.98	114,970,877.28	10,237,305.97	579,805.00

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
盈余公积	4,555,942.37	4,555,942.37	12,509,944.72	6,213,273.22
未分配利润	94,814,283.24	84,985,805.90	117,676,507.08	76,377,797.35
归属于母公司所有者权益合计	<b>269,999,408.59</b>	<b>254,512,625.55</b>	<b>190,423,757.77</b>	<b>131,670,875.57</b>
少数所有者权益	-	-	-	-
所有者权益合计	<b>269,999,408.59</b>	<b>254,512,625.55</b>	<b>190,423,757.77</b>	<b>131,670,875.57</b>
负债和所有者权益总计	<b>464,319,701.73</b>	<b>482,307,784.83</b>	<b>376,053,651.05</b>	<b>297,907,460.91</b>

## （二）合并利润表

单位：元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业收入	<b>263,910,272.23</b>	<b>626,126,160.60</b>	<b>455,045,711.39</b>	<b>415,938,278.33</b>
减：营业成本	173,987,914.35	397,366,502.93	297,801,314.83	276,497,834.49
税金及附加	2,385,634.47	5,123,072.96	3,585,302.78	3,092,629.21
销售费用	32,542,593.05	62,432,348.01	41,251,632.91	43,602,285.43
管理费用	23,675,125.39	48,016,378.32	42,884,838.64	31,381,220.50
研发费用	11,170,974.84	24,691,347.13	24,322,339.33	17,736,156.35
财务费用	-484,599.64	-1,322,713.80	527,064.26	1,449,499.33
其中：利息费用	306,953.66	220,210.60	538,646.69	1,301,963.07
利息收入	823,022.90	1,597,218.27	75,797.22	16,657.15
加：其他收益	2,841,135.44	12,397,354.45	6,071,076.38	1,768,261.57
投资收益（损失以“-”号填列）	1,469,528.05	4,270,038.92	3,613,270.92	3,031,538.15
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
公允价值变动收益	113,459.64	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-246,612.16	-833,343.33	17,008.40	18,503.72
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-588,556.46	-425,425.76	618,242.10	-1,053,811.67
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	19,895.19	154,977.12	115,050.78
二、营业利润	<b>24,221,584.28</b>	<b>105,247,744.53</b>	<b>55,147,793.56</b>	<b>46,058,195.57</b>

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
加：营业外收入	56,629.25	127,425.77	391,874.13	1,059,704.98
减：营业外支出	1,735,553.02	1,034,483.06	1,437,154.47	995,644.50
<b>三、利润总额</b>	<b>22,542,660.51</b>	<b>104,340,687.24</b>	<b>54,102,513.22</b>	<b>46,122,256.05</b>
减：所得税费用	2,714,183.16	15,789,886.52	6,507,131.99	7,087,168.49
<b>四、净利润</b>	<b>19,828,477.35</b>	<b>88,550,800.72</b>	<b>47,595,381.23</b>	<b>39,035,087.56</b>
（一）按经营持续性分类				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	19,828,477.35	88,550,800.72	47,595,381.23	39,035,087.56
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类				
归属于母公司所有者的净利润	19,828,477.35	88,550,800.72	47,595,381.23	39,035,087.56
少数股东损益	-	-	-	-
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>19,828,477.35</b>	<b>88,550,800.72</b>	<b>47,595,381.23</b>	<b>39,035,087.56</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	19,828,477.35	88,550,800.72	47,595,381.23	39,035,087.56
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
<b>七、每股收益</b>				
（一）基本每股收益（元/股）	0.40	1.77	0.97	0.98
（二）稀释每股收益（元/股）	0.40	1.77	0.97	0.98

**（三）合并现金流量表**

单位：元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>				

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
销售商品、提供劳务收到的现金	274,573,389.44	717,327,069.46	528,937,365.26	473,978,880.98
收到的税费返还	2,312,371.62	1,457,472.30	1,452,367.40	3,971,332.46
收到其他与经营活动有关的现金	4,800,918.03	21,122,500.31	13,085,570.53	14,731,705.40
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>281,686,679.09</b>	<b>739,907,042.07</b>	<b>543,475,303.19</b>	<b>492,681,918.84</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	141,268,394.04	359,171,407.57	236,447,979.85	243,642,113.12
支付给职工以及为职工支付的现金	77,510,433.46	137,288,743.78	99,881,885.82	92,375,132.57
支付的各项税费	20,265,924.14	55,375,054.73	37,984,397.63	25,228,974.18
支付其他与经营活动有关的现金	25,398,397.18	55,139,882.59	48,535,038.57	40,808,133.17
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>264,443,148.82</b>	<b>606,975,088.67</b>	<b>422,849,301.87</b>	<b>402,054,353.04</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>17,243,530.27</b>	<b>132,931,953.40</b>	<b>120,626,001.32</b>	<b>90,627,565.80</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金	779,969,528.05	563,035,038.92	955,952,086.92	813,615,538.15
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	281,682.31	581,381.86	1,346,956.89
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>779,969,528.05</b>	<b>563,316,721.23</b>	<b>956,533,468.78</b>	<b>814,962,495.04</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	40,470,359.81	41,740,566.47	18,678,676.86	60,808,849.05
投资所支付的现金	788,500,000.00	557,400,000.00	953,223,816.00	740,439,000.00
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>828,970,359.81</b>	<b>599,140,566.47</b>	<b>971,902,492.86</b>	<b>801,247,849.05</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-49,000,831.76</b>	<b>-35,823,845.24</b>	<b>-15,369,024.08</b>	<b>13,714,645.99</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>				
吸收投资收到的现金	-	-	1,500,000.00	8,500,000.00
取得借款收到的现金	-	-	-	54,672,521.62
收到其他与筹资活动有关的现金	-	1,636,614.90	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>-</b>	<b>1,636,614.90</b>	<b>1,500,000.00</b>	<b>63,172,521.62</b>
偿还债务支付的现金	-	-	19,000,000.00	45,383,941.83
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	10,000,000.00	35,000,000.00	2,488,646.69	19,351,963.07

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
支付其他与筹资活动有关的现金	7,464,231.80	10,259,505.72	3,165,852.59	1,065,376.93
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>17,464,231.80</b>	<b>45,259,505.72</b>	<b>24,654,499.28</b>	<b>65,801,281.83</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-17,464,231.80</b>	<b>-43,622,890.82</b>	<b>-23,154,499.28</b>	<b>-2,628,760.21</b>
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-49,221,533.29</b>	<b>53,485,217.34</b>	<b>82,102,477.96</b>	<b>101,713,451.58</b>
加：期初现金及现金等价物余额	246,778,253.93	193,293,036.59	111,190,558.63	9,477,107.05
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>197,556,720.64</b>	<b>246,778,253.93</b>	<b>193,293,036.59</b>	<b>111,190,558.63</b>

## 二、注册会计师审计意见和关键审计事项

### （一）审计意见

华兴会计师接受委托，审计了公司的财务报表，包括 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注，并出具了华兴审字[2022]21009500140 号标准无保留意见审计报告。审计意见摘录如下：

“我们审计了科凡家居股份有限公司（以下简称‘科凡家居’或‘公司’）财务报表，包括 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日的合并及公司资产负债表，2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司股东权益变动表以及相关财务报表附注。

我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了科凡家居 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 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、2022 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。”

### （二）关键审计事项

关键审计事项是华兴会计师根据职业判断，认为对 2019 年度、2020 年度、

2021 年度及 2022 年 1-6 月财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，华兴会计师不对这些事项单独发表意见。

华兴会计师在审计中识别出的关键审计事项如下：

## **1、收入确认**

### **（1）事项描述**

科凡家居 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的合并营业收入分别为 4.16 亿元、4.55 亿元、6.26 亿元、2.64 亿元。

收入发生的确认和完整性对科凡家居的经营成果产生很大的影响，且科凡家居在业务开展过程中，面向的客户主要是以个体经营店为主的经销商，客户相对分散，客户数量大，使得收入确认存在可能被操控以达到目标或预期水平的固有风险。因此，华兴会计师将科凡家居的收入确认识别为关键审计事项。

### **（2）审计应对**

华兴会计师针对科凡家居的收入确认执行的审计程序包括但不限于：

1) 对公司收入确认相关的内部控制设计进行了解、评价，并测试内部控制运行的有效性；

2) 针对不同的销售模式，识别与商品控制权、所有权风险和报酬转移的相关合同条款与条件，评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求；

3) 结合家居行业及公司的发展情况，对公司不同产品类别、销售模式及区域销售情况进行分析性复核，判断销售收入和毛利率变动的合理性；

4) 检查与收入确认相关的支持性文件，包括经销商合同、销售订单、销售发票、销售出库单、物流单和与客户的对账情况等；

5) 实地走访或视频访谈主要客户，核实相关交易背景，核查交易的真实性和完整性；

6) 结合对应收账款的审计，选取主要客户实施函证程序，包括询证销售金额、期末余额等信息，以判断收入确认的真实性及准确性；

7) 对销售收入执行截止测试，确认收入是否计入正确会计期间。

## 2、长期资产的账面价值

### (1) 事项描述

2019年12月31日、2020年12月31日、2021年12月31日、2022年6月30日，科凡家居长期资产中的固定资产和无形资产账面价值合计分别为1.33亿元、1.29亿元、1.26亿元、1.55亿元，占资产总额的比例分别为44.51%、34.30%、26.20%、33.38%，主要是生产基地的土地、厂房、设备等，是科凡家居资产重要组成部分。由于确定固定资产和无形资产的账面价值涉及管理层判断，且其对财务报表影响重大，华兴会计师将科凡家居固定资产和无形资产的账面价值确定为关键审计事项。

### (2) 审计应对

针对固定资产和无形资产的账面价值，华兴会计师实施的主要审计程序包括但不限于：

1) 了解并测试与固定资产和无形资产的完整性、存在性和准确性相关的关键内部控制设计及运行的有效性；

2) 检查新增的固定资产和无形资产，核对合同、发票和验收单等支持性文件；

3) 实地查看固定资产和土地，并实施监盘程序，检查固定资产和无形资产的状况及使用情况等，了解固定资产和无形资产是否存在工艺技术落后、长期闲置等问题，关注固定资产负荷率等状况；

4) 评价管理层对固定资产的经济可使用年限及残值率的估计，重新计算固定资产累计折旧计提金额与账面记录进行核对，检查累计折旧金额计提的准确性；

5) 检查资本化支出与费用化支出的合理性和准确性，通过将资本化开支与相关支持性文件进行核对，检查报告期内发生的资本化开支，评价其是否符合资本化的相关条件。

### 三、财务报表的编制基础、合并范围及变化情况

#### （一）财务报表的编制基础

##### 1、编制基础

公司财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》编制。

##### 2、持续经营能力评价

公司自本报告期末起至少12个月内具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项。

#### （二）报告期内合并报表编制基础、范围及变化情况

##### 1、合并报表范围

截至2022年6月30日，公司合并报表范围内子公司情况如下：

序号	子公司名称	成立时间	注册资本（万元）	持股比例
1	六安科凡	2017年11月	2,500.00	100.00%
2	科凡智绘	2018年1月	100.00	100.00%

##### 2、报告期内合并报表范围的变化情况

报告期内，公司合并范围无新增子公司，无注销子公司。

### 四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

公司根据实际生产经营特点制定了具体会计政策和会计估计，主要体现在本小节中金融工具减值、固定资产折旧、无形资产摊销、收入确认等。

#### （一）遵循企业会计准则的声明

本申报财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司2019年12月31日、2020年12月31日、2021年12月31日、2022年6月30日的合并及公司财务状况以及2019年度、2020年度、2021年度、2022年1-6

月的合并及公司经营成果和合并及公司现金流量等有关信息。

## （二）会计期间

公司会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

## （三）营业周期

公司以 12 个月作为一个营业周期。

## （四）记账本位币

公司以人民币为记账本位币。

## （五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并：本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的资本溢价或股本溢价，资本公积中的资本溢价或股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并：本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，对合并中取得的资产、负债的公允价值、作为合并对价的非现金资产或发行的权益性证券等的公允价值进行复核，复核结果表明所确定的各项可辨认资产和负债的公允价值确定是恰当的，将企业合并成本低于取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额之间的差额，计入合并当期的营业外收入。

通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并，合并成本为购买日支付的对价与购买日之前已经持有的被购买方的股权在购买日的公允价值之和；对于购买日之前已经持有的被购买方的股权，按照购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值之间的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的长期股权投资在权益法核算下的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，除净损益、其他综合收益和利润分配外

的其他股东权益变动，转为购买日所属当期损益。对于购买日之前持有的被购买方的其他权益工具投资，该权益工具投资在购买日之前累计在其他综合收益的公允价值变动转入留存收益。

3、企业合并中相关费用的处理：为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

## **（六）合并财务报表的编制方法**

### **1、合并报表编制范围**

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似权利）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

### **2、合并程序**

合并财务报表以公司和其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。

公司统一子公司所采用的会计政策及会计期间，使子公司采用的会计政策、会计期间与公司保持一致。在编制合并财务报表时，遵循重要性原则，抵销母公司与子公司、子公司与子公司之间的内部往来、内部交易及权益性投资项目。

子公司少数股东应占的权益和损益分别在合并资产负债表中所有者权益项目下和合并利润表中净利润项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

#### **（1）增加子公司以及业务**

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，编制合并资产负债表时，调整合并资产负债表的期初数；编制利润表时，将该子公司以及业务合

并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；合并现金流量表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表；同时应当对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

在报告期内因非同一控制下企业合并或其他方式增加的子公司以及业务，编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。编制利润表时，将该子公司以及业务购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。编制现金流量表时，将该子公司购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

公司以子公司的个别财务报表反映为在购买日公允价值基础上确定的可辨认资产、负债及或有负债在本期资产负债表日的金额进行编制合并财务报表。对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的长期股权投资在权益法核算下的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，除净损益、其他综合收益和利润分配外的其他股东权益变动，转为购买日所属当期损益。对于购买日之前持有的被购买方的其他权益工具投资，该权益工具投资在购买日之前累计在其他综合收益的公允价值变动转入留存收益。

## **（2）处置子公司以及业务**

### **1）一般处理方法**

在报告期内，本公司处置子公司以及业务，则该子公司以及业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司以及业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

公司因处置部分股权投资等原因丧失了对原有子公司控制权的，在合并财务报表中，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置

股权取得的对价和剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，在丧失控制权时采用与子公司直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因原有子公司相关的除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他股东权益变动而确认的股东权益，在丧失控制权时转为当期损益。

## 2) 分步处置股权至丧失控制权

企业通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，如果处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，应当将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合下列一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- ①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- ②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- ③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- ④一项交易单独考虑时是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

## (3) 购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的可辨认净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的资本溢价或股本溢价，资本公积中的资本溢价或股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

## (4) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算

的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的资本溢价或股本溢价，资本公积中的资本溢价或股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

### **（七）现金及现金等价物的确定标准**

公司在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（一般指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资，确定为现金等价物。受到限制的银行存款，不作为现金流量表中的现金及现金等价物。

### **（八）金融工具**

当公司成为金融工具合同的一方时，确认与之相关的一项金融资产或金融负债。

#### **1、金融资产的分类、确认依据和计量方法**

公司根据所管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为三类：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、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。对于公司初始确认的应收账款未包含《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的重大融资成分或根据《企业会计准则第 14 号——收入》规定不考虑不超过一年的合同中的融资成分的，按照预期有权收取的对价的交易价格进行初始计量。

#### **（1）以摊余成本计量的金融资产**

公司管理此类金融资产的业务模式为以收取合同现金流量为目标，且在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。公司对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值产生的利得或损失，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**

公司管理此类金融资产的业务模式为既以收取合同现金流量为目标又以出

售为目标，且在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。此类金融资产按照公允价值计量且其变动计入其他综合收益，但减值损失或利得、汇兑损益和按照实际利率法计算的利息收入计入当期损益。

对于非交易性权益工具投资，公司可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。该指定在单项投资的基础上作出，相关投资从发行方的角度符合权益工具的定义。公司将该类金融资产的相关股利收入计入当期损益，公允价值变动计入其他综合收益。当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失将从其他综合收益转入留存收益，不计入当期损益。

### **（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产**

除上述以摊余成本计量的金融资产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，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。此外，在初始确认时，公司为了消除或显著减少会计错配，将部分金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。此类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。

## **2、金融负债的分类、确认依据和计量方法**

公司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、其他金融负债。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

### **（1）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（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具），按照公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，公允价值变动计入当期损益。

公司在金融负债初始确认时，被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，由公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益，且终止确认该负债时，计入其他综合收益的自身信用风险变动引起的其公允价值累计变动额转入留存收益。其他公允价值变动计入当期损益。若按上述方式对该等金融负债的自身信用风险变动的影响进行处理会造成或扩大损益中的会计错配的，公司将该金融负债的全部利得或损失（包括企业自身信用风险变动的影响金额）计入当期损益。

## （2）其他金融负债

除不符合终止确认条件的金融资产转移或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债、财务担保合同外的其他金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

## 3、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融工具，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。

## 4、金融资产转移的确认依据和计量方法

### 金融资产转移的确认

情形		确认结果
已转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬		终止确认该金融资产（确认新资产/负债）
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	放弃了对该金融资产的控制	
	未放弃对该金融资产的控制	按照继续涉入被转移金融资产的程度确认有关资产和负债
保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬		继续确认该金融资产,并将收到的对价确认为金融负债

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，应当将下列两项金额的差额计入当

期损益：被转移金融资产在终止确认日的账面价值；因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十八条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的情形）之和。

转移金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，应当将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分（在此种情形下，所保留的服务资产应当视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：终止确认部分在终止确认日的账面价值；终止确认部分收到的对价（包括获得的所有新资产减去承担的所有新负债），与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及部分转移的金融资产为《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十八条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，继续确认所转移的金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

## 5、金融负债的终止确认条件

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，应当终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。如存在下列情况：

公司将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，偿付债务的义务仍存在的，不应当终止确认该金融负债。

公司（借入方）与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债（或其一部分），且合同条款实质上是不同的，公司应当终止确认原金融负债（或其一部分），同时确认一项新金融负债。

金融负债（或其一部分）终止确认的，公司将其账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

## 6、金融资产减值

### （1）减值准备的确认方法

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

除购买或源生的已发生信用减值的金融资产外，公司在每个资产负债表日评估相关金融资产的信用风险自初始确认后是否已显著增加。如果信用风险自初始确认后并未显著增加，处于第一阶段，本公司按照相当于该金融资产未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照相当于该金融资产整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果金融资产自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照相当于该金融资产整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。本公司在评估预期信用损失时，考虑在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融资产的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融资产违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，选择按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融资产，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融资产，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

公司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应收款项和债权投资、合同资产和租赁应收款以预期信用损失为基础进行减值会计处理并确认损失准备。此外，对贷款承诺和财务担保合同，也按照本部

分所述会计政策计提减值准备和确认减值损失。公司具体情况如下：

对于应收票据、应收账款、合同资产，无论是否存在重大融资成分，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。当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征对其划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据：

#### ①应收票据

项 目	确定组合的依据
银行承兑汇票	承兑人为信用风险较小的银行
商业承兑汇票	以承兑人的信用风险划分

#### ②应收账款

本公司以共同风险特征为依据，按照客户类别等共同信用风险特征将应收账款分为不同组别：

项 目	确定组合的依据
经销商	以客户类别作为信用风险特征
工程客户	以客户类别作为信用风险特征
其他客户	以客户类别作为信用风险特征
并表内关联方	以客户类别作为信用风险特征

#### ③其他应收款

对其他应收款按历史经验数据和前瞻性信息，确定预期信用损失。本公司依据其他应收款信用风险自初始确认后是否已经显著增加，采用相当于未来 12 个月内、或整个存续期的预期信用损失的金额计量减值损失。

本公司以共同风险特征为依据，将其他应收款分为不同组别：

项 目	确定组合的依据
其他应收款组合1	应收利息
其他应收款组合2	应收股利
其他应收款组合3	应收押金及保证金
其他应收款组合4	应收员工往来款

项 目	确定组合的依据
其他应收款组合5	应收往来款及其他
其他应收款组合6	应收并表内关联方往来

## （2）已发生减值的金融资产

本公司对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

- 1) 发行方或债务人发生重大财务困难；
- 2) 债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；
- 3) 债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；
- 4) 债务人很可能破产或进行其他财务重组；
- 5) 发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；
- 6) 以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

金融资产发生信用减值，有可能是多个事件的共同作用所致，未必是可单独识别的事件所致。

## （3）购买或源生的已发生信用减值的金融资产

公司对购买或源生的已发生信用减值的金融资产，在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。在每个资产负债表日，将整个存续期内预期信用损失的变动金额作为减值损失或利得计入当期损益。即使该资产负债表日确定的整个存续期内预期信用损失小于初始确认时估计现金流量所反映的预期信用损失的金额，也将预期信用损失的有利变动确认为减值利得。

## （4）信用风险显著增加的判断标准

如果某项金融资产在资产负债表日确定的预计存续期内的违约概率显著高

于在初始确认时确定的预计存续期内的违约概率，则表明该项金融资产的信用风险显著增加。除特殊情况外，本公司采用未来 12 个月内发生的违约风险的变化作为整个存续期内发生违约风险变化的合理估计，以确定自初始确认后信用风险是否显著增加。

#### **（5）评估金融资产预期信用损失的方法**

本公司基于单项和组合评估金融资产的预期信用损失。对信用风险显著不同的金融资产单项评估信用风险，如：应收关联方款项；应收政府机关单位款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等。

除了单项评估信用风险的金融资产外，本公司基于共同风险特征将金融资产划分为不同的组别，在组合的基础上评估信用风险。

#### **（6）金融资产减值的会计处理方法**

公司在资产负债表日计算各类金融资产的预计信用损失，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。

公司实际发生信用损失，认定相关金融资产无法收回，经批准予以核销的，直接减记该金融资产的账面余额。已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

### **7、财务担保合同**

财务担保合同，是指债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。财务担保合同在初始确认时按照公允价值计量。不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，在初始确认后，按照资产负债表日确定的预期信用损失准备金额和初始确认金额扣除按照收入确认原则确定的累计摊销额后的余额，以两者之中的较高者进行后续计量。

### **8、金融资产和金融负债的抵销**

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

- （1）公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且该种法定权

利现在是可执行的；

（2）公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

## 9、权益工具

权益工具是指能证明拥有公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），作为利润分配，减少所有者权益。发放的股票股利不影响所有者权益总额。

### （九）存货

#### 1、存货的分类

公司存货是指在生产经营过程中持有以备销售，或者仍然处在生产过程，或者在生产或提供劳务过程中将消耗的材料或物资等，包括各类原材料、半成品、在产品、库存商品等。

#### 2、存货取得和发出的计价方法

存货按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。应计入存货成本的借款费用，按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》处理。投资者投入存货的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

发出存货的计价方法：采用加权平均法核算。

#### 3、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

#### 4、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法

期末存货按成本与可变现净值孰低计价，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备。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。

（1）存货可变现净值的确定依据：为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料应当按照可变现净值计量。

为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值应当以合同价格为基础计算。企业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。

（2）存货跌价准备的计提方法：按单个存货项目的成本与可变现净值孰低法计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货按存货类别计提存货跌价准备。

## （十）固定资产

### 1、固定资产的确认条件

固定资产系使用寿命超过一个会计年度，为生产商品、提供劳务、出租或经营管理所持有的有形资产。

### 2、折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限	残值率	年折旧率
房屋建筑物	年限平均法	20年	5.00%	4.75%
机器设备	年限平均法	3-10年	5.00%	9.5%-31.67%
运输设备	年限平均法	4-5年	5.00%	19.00%-23.75%
电子及其他设备	年限平均法	3-10年	5.00%	9.5%-31.67%

公司于每年年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

### 3、固定资产的减值测试方法、减值准备的计提方法

固定资产、在建工程、无形资产、使用权资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的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之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进

行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

## （十一）在建工程

在建工程以实际成本计价。其中为工程建设项目而发生的借款利息支出和外币折算差额按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》的有关规定资本化或计入当期损益。在建工程在达到预计使用状态之日起不论工程是否办理竣工决算均转入固定资产，对于未办理竣工决算手续的待办理完毕后再作调整。

## （十二）无形资产

### 1、无形资产的计价：

无形资产按实际成本计量。外购的无形资产，其成本包括购买价款、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。采用分期付款购买无形资产，购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实际上具有融资性质的，无形资产的成本为购买价款的现值。投资者投入的无形资产的成本，应当按照投资合同或协议约定的价值确定，在投资合同或协议约定价值不公允的情况下，应按无形资产的公允价值入账。通过非货币性资产交换取得的无形资产，其初始投资成本按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定。通过债务重组取得的无形资产，其初始投资成本按照《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定。以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

公司于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命有限的无形资产自无形资产可供使用时起，至不再作为无形资产确认时止，采用直线法分期平均摊销，计入损益。对于使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。

公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。如果无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，改变摊销期限和摊销方法。公司在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命，并按上

述规定处理。

无形资产于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的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之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

## 2、内部研究开发支出会计政策

研究开发项目研究阶段支出与开发阶段支出的划分标准：研究阶段支出指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查所发生的支出；开发阶段支出是指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、产品等所发生的支出。

公司内部自行开发的无形资产，在研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发项目开发阶段的支出，只有同时满足下列条件的，才能确认为无形资产：

- （1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- （2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- （3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；
- （4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售无形资产；
- （5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

对于以前期间已经费用化的开发阶段的支出不再调整。

## （十三）收入

### 1、适用于 2020 年 1 月 1 日之前

#### （1）销售商品的确认标准

销售商品的收入,在下列条件均能满足时予以确认：1) 已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；2) 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控制；3) 与交易相关的经济利益很可能流入公司；4) 相关的收入和已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

#### （2）提供劳务的确认标准

在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下,公司于资产负债表日按完工百分比法确认相关的劳务收入。如提供劳务交易结果不能够可靠估计的,应当分别处理：1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的,按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入,并按相同金额结转劳务成本；2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的,应当将已经发生的劳务成本计入当期损益,不确认提供劳务收入。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指：1) 收入金额能够可靠计量；2) 相关经济利益很可能流入公司；3) 交易的完工进度能够可靠地确定；4) 交易已发生和将发生的成本能够可靠计量。

#### （3）让渡资产使用权的确认标准

公司在与让渡资产使用权相关的经济利益能够流入和收入的金额能够可靠的计量时确认让渡资产使用权收入。

利息收入按使用货币资金的使用时间和适用利率计算确定。使用费收入金额,按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

#### （4）具体确认标准

公司销售模式包含经销商销售模式及其他零单销售模式,公司收入主要为定制柜类产品销售收入。收入确认的具体方式为:

1) 经销商销售模式: 公司通过经销商开设的专卖店进行销售。经销商开设的专卖店接收客户订单,将经客户确认的销售订单发送至公司,公司向经销商收

取全部或一定比例的货款后即开始根据订单组织生产。公司完成产品生产，在产品交付给经销商或为其承运的物流公司并且已经收款或取得索取货款依据时确认收入。

2) 工程及其他客户销售模式：公司通过直接向终端零散客户进行销售。在收取客户全部或一定比例的定金后即开始根据订单组织生产。公司完成产品生产，不承担安装义务的订单，将货物交付给工程客户及其他零散客户或为其承运的物流公司并且公司完成收款或取得索取货款依据时确认销售收入；承担安装义务的订单，在公司完成送货安装、通过客户验收并且完成收款或取得索取货款依据时确认销售收入。

## 2、自 2020 年 1 月 1 日起适用

### (1) 收入的确认和计量所采用的会计政策

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入。

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控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益，也包括有能力阻止其他方主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

交易价格是本公司因向客户转让商品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本公司预期将退还给客户的款项。在确定合同交易价格时，如果存在可变对价，本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，并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计入交易价格。合同中如果存在重大融资成分，本公司将根据客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销，对于客户取得商品控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，本公司不考虑其中的融资成分。因转让商品而有权向客户收取的对价是非现金形式时，本公司按照非现金对价在合同开始日的公允价值确定交易价格。非现金对价公允价值不能合理估计的，本公司参照其承诺向客户转让商品的单独售价间接确定交易价格。本公司预期将退还给客户的款项，

除了为自客户取得其他可明确区分商品外，将该应付对价冲减交易价格。应付客户对价超过自客户取得的可明确区分商品公允价值的，超过金额作为应付客户对价冲减交易价格。自客户取得的可明确区分商品公允价值不能合理估计的，本公司将应付客户对价全额冲减交易价格。在对应付客户对价冲减交易价格进行会计处理时，本公司在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。

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，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格发生后续变动的，本公司按照在合同开始日所采用的基础将该后续变动金额分摊至合同中的履约义务。对于因合同开始日之后单独售价的变动不再重新分摊交易价格。

满足下列条件之一的，本公司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间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。本公司按照投入法（或产出法）确定提供服务的履约进度。当履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，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控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，本公司会考虑下列迹象：

- 1) 本公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；

2) 本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有了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，即客户已占有该商品实物；

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。

## **(2) 与公司取得收入的主要活动相关的具体确认方法**

公司销售模式包含经销商销售模式及其他零单销售模式，主要销售定制柜类产品，属于在某一时刻履行履约义务，收入确认的具体方式为：

1) 经销商销售模式：公司通过经销商开设的专卖店进行销售。经销商开设的专卖店接收客户订单，将经客户确认的销售订单发送至公司，公司向经销商收取全部或一定比例的货款后即开始根据订单组织生产。公司完成产品生产，在产品交付给经销商或为其承运的物流公司并且已经收款或取得索取货款依据时确认收入。

2) 工程及其他客户销售模式：公司通过直接向终端零散客户进行销售。在收取客户全部或一定比例的定金后即开始根据订单组织生产。公司完成产品生产，不承担安装义务的订单，将货物交付给工程客户及其他零散客户或为其承运的物流公司并且公司完成收款或取得索取货款依据时确认销售收入；承担安装义务的订单，在公司完成送货安装、通过客户验收并且完成收款或取得索取货款依据时确认销售收入。

## **(十四) 合同成本**

合同成本包括取得合同发生的增量成本及合同履约成本。

为取得合同发生的增量成本是指本公司不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）。该成本预期能够收回的，本公司将其作为合同取得成本确认为一项资产。本公司为取得合同发生的、除预期能够收回的增量成本之外的其他支出于发生时计入当期损益。

为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围的，且同时满足下列条件的，本公司将其作为合同履约成本确认为一项资产：

1、该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

2、该成本增加了企业未来用于履行履约义务的资源；

3、该成本预期能够收回。

合同取得成本确认的资产和合同履约成本确认的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

1、企业因转让与该资产相关的商品预期能够取得的剩余对价；

2、为转让该相关商品估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得企业因转让与该资产相关的商品预期能够取得的剩余对价减为转让该相关商品估计将要发生的成本的差额高于该资产账面价值的，应当转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不应超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

## **（十五）重要会计政策、会计估计变更及会计差错更正**

### **1、重要会计政策变更及影响**

#### **（1）新金融工具准则的影响**

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》《企业会计准则第 24 号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（以下统称“新金融工具准则”）。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。

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，2018 年度的财务报表未作调

整。执行新金融工具准则的主要影响如下：

单位：万元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	对2019年1月1日余额的影响金额	
		合并	母公司
对“以摊余成本计量的金融资产”和“以公允价值变动计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）”计提预期信用损失准备。	交易性金融资产	7,061.00	7,061.00
	其他应收款	-2.44	-1.91
	递延所得税资产	0.42	0.29
	留存收益	-2.02	-1.62

以按照财会〔2019〕6号和财会〔2019〕16号的规定调整后的2018年12月31日余额为基础，各项金融资产和金融负债按照修订前后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

#### 1) 合并财务报表

单位：万元

原金融工具准则			新金融工具准则		
项目	类别	账面价值	项目	类别	账面价值
货币资金	摊余成本	975.05	货币资金	摊余成本	975.05
应收账款	摊余成本	382.23	应收账款	摊余成本	382.23
其他应收款	摊余成本	181.74	其他应收款	摊余成本	179.31
其他流动资产-理财产品	摊余成本	7,061.00	交易性金融资产-理财产品	以公允价值计量且其变动计入当期损益	7,061.00

#### 2) 母公司财务报表

单位：万元

原金融工具准则			新金融工具准则		
项目	类别	账面价值	项目	类别	账面价值
货币资金	摊余成本	918.34	货币资金	摊余成本	918.34
应收账款	摊余成本	384.09	应收账款	摊余成本	384.09
其他应收款	摊余成本	2,024.17	其他应收款	摊余成本	2,022.25
其他流动资产-理财产品	摊余成本	7,061.00	交易性金融资产-理财产品	以公允价值计量且其变动计入当期损益	7,061.00

## （2）新收入准则的影响

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》（以下简称“新收入准则”），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。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定，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。执行该准则的主要影响如下：

单位：万元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	对2020年1月1日余额的影响金额	
		合并	母公司
将收入相关的预收款项重分类至合同负债和其他流动负债。	预收款项	-4,744.16	-3,487.39
	合同负债	4,198.38	3,086.18
	其他流动负债	545.79	401.20

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下：

单位：万元

受影响的资产负债表项目	对 2020 年 12 月 31 日余额的影响金额	
	合并	母公司
预收款项	-6,339.13	-4,230.15
合同负债	5,609.85	3,743.50
其他流动负债	729.28	486.65
受影响的利润表项目	对 2020 年度发生额的影响金额	
	合并	母公司
营业成本	201.44	201.44
销售费用	-201.44	-201.44

新收入准则实施前后，公司收入确认会计政策无实质差异，实施新收入准则在业务模式、合同条款、收入确认等方面不会产生影响。实施新收入准则对首次执行日前各年财务报表主要财务指标无影响，即假定自申报财务报表期初开始全

面执行新收入准则，对首次执行日前各年（末）营业收入、净利润、资产总额、净资产等数据无影响。

### （3）新租赁准则的影响

财政部于 2018 年修订了《企业会计准则第 21 号——租赁》（简称“新租赁准则”）。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。执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

## 2、重要会计估计变更

本公司报告期内未发生重要的会计估计变更。

## 3、首次执行新收入准则、首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

### （1）首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

于 2019 年 1 月 1 日，执行新金融工具准则时金融工具分类和账面价值调节表如下：

单位：万元

项 目	调整前账面金额 (2018 年 12 月 31 日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2019 年 1 月 1 日)
<b>资产：</b>				
其他应收款	181.74		-2.44	179.31
递延所得税 资产	430.72		0.42	431.14
<b>股东权益：</b>				
盈余公积	403.51		-0.16	403.35
未分配利润	5,954.11		-1.86	5,952.25

### （2）首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

单位：万元

项目	调整前账面金额 (2019 年 12 月 31 日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2020 年 1 月 1 日)
<b>负债：</b>				

项目	调整前账面金额 (2019年12月31日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2020年1月1日)
预收款项	4,744.16	4,744.16		
合同负债		4,198.38		4,198.38
其他流动负债		545.79		545.79

### (3) 首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

单位：万元

项目	调整前账面金额 (2020年12月31日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2021年1月1日)
<b>资产：</b>				
使用权资产			3,863.84	3,863.84
<b>负债：</b>				
租赁负债			3,863.84	3,863.84

## 4、前期会计差错更正

根据公司 2022 年 8 月 20 日第一届董事会第十一次会议决议，公司对现金流量表进行了前期会计差错更正，具体如下：

单位：万元

会计差错更正事由	受影响的现金流量表项目	2020 年度
公司在编制合并现金流量表过程中，对关联方采购资金收支金额进行抵消的情况下，又将部分资金往来余额的变动进行了抵消，造成部分关联资金收付金额重复抵消。	销售商品、提供劳务收到的现金	702.21
	购买商品、接受劳务支付的现金	702.21
公司将购买的部分劳保用品及员工福利物资等计入“购买商品、接受劳务支付的现金”列报。	购买商品、接受劳务支付的现金	-230.86
	支付给职工以及为职工支付的现金	230.86

上述事项对现金流量表各项目累计影响金额如下（变更后减变更前）：

单位：万元

受影响的报表项目名称	2020 年度	
变更后金额	销售商品、提供劳务收到的现金	52,893.74
	购买商品、接受劳务支付的现金	23,644.80
	支付给职工以及为职工支付的现金	9,988.19

受影响的报表项目名称		2020 年度
变更前金额	销售商品、提供劳务收到的现金	52,191.53
	购买商品、接受劳务支付的现金	23,173.45
	支付给职工以及为职工支付的现金	9,757.33
差异金额	销售商品、提供劳务收到的现金	702.21
	购买商品、接受劳务支付的现金	471.35
	支付给职工以及为职工支付的现金	230.86
	经营活动产生的现金流量净额	-

## 五、分部信息

报告期内，公司主营业务为定制家居产品的研发、设计、生产、销售，不存在独立承担不同于其他组成部分风险和报酬、可区分的业务分部或区域分部，管理层将业务视作为一个整体实施管理、评估经营成果，因此，公司无需编制分部信息。

## 六、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》的有关规定，华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对公司报告期的非经常性损益情况进行了鉴证，并出具了《关于科凡家居股份有限公司非经常性损益的审核报告》（华兴专字[2022]21009500152 号）。公司报告期内非经常性损益明细情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益	-	1.99	15.50	11.51
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	284.11	1,239.74	607.11	176.83
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、衍生金融资产、交易性金融负债、	158.30	427.00	361.33	303.15

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
衍生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、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益				
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-21.91	-90.71	-104.53	6.41
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-109.64	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-145.98	-	-	-
<b>合计</b>	<b>274.52</b>	<b>1,578.02</b>	<b>769.77</b>	<b>497.89</b>
减: 所得税影响额	48.43	323.55	178.95	84.39
<b>归属于母公司股东的非经常性损益</b>	<b>226.09</b>	<b>1,254.47</b>	<b>590.82</b>	<b>413.50</b>
归属于母公司普通股股东的净利润	1,982.85	8,855.08	4,759.54	3,903.51
<b>扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润</b>	<b>1,756.76</b>	<b>7,600.61</b>	<b>4,168.72</b>	<b>3,490.01</b>

报告期内,公司的非经常性损益主要来源于政府补助和理财收益等,占同期归属于普通股股东净利润的比例分别为 10.59%、12.41%、14.17%和 11.40%,对于公司经营成果具有一定提升作用,但未对公司经营成果构成重大影响。

## 七、公司报告期内相关税收情况

### (一) 公司适用的主要税种及税率

项目	计税基础	税率			
		2022年1-6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	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、13%、16%
企业所得税	应纳税所得额	15%、20%、25%	15%、20%、25%	15%、20%、25%	15%、20%、25%

项目	计税基础	税率			
		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
城市维护建设税	应缴流转税额	5%、7%	5%、7%	5%、7%	5%、7%
教育费附加	应缴流转税额	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	应缴流转税额	2%	2%	2%	2%

## 1、增值税

根据财政部、税务总局、海关总署印发《关于深化增值税改革有关政策的公告》（2019年第39号文）规定，自2019年4月1日起，纳税人发生增值税应税销售行为或进口货物，原适用16%和10%的税率的，分别调整为13%、9%。

## 2、报告期内公司及各子公司所得税税率情况：

公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
科凡家居	15%	15%	15%	15%
六安科凡	25%	25%	25%	25%
科凡智绘	20%	20%	20%	20%

## （二）公司税收优惠情况及税收优惠政策的影响

### 1、公司税收优惠情况

（1）公司2018年11月28日被广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局联合认定为高新技术企业（证书编号为：GR201844001366），并于2021年12月20日被继续认定为高新技术企业（证书编号为：GR202144002949），根据《中华人民共和国企业所得税法》及《高新技术企业认定管理办法》的相关规定，公司报告期内享受国家重点扶持的高新技术企业所得税优惠政策，企业所得税减按15%征收。

（2）根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税[2019]13号）、《财政部税务总局关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财税[2021]12号）等相关规定，公司下属子公司科凡智绘在报告期内可享受税收优惠条件，所得减按50%或25%或12.5%计入应纳税所得额，并按20%的税率缴纳企业所得税。

## 2、税收优惠政策的影响与持续性分析

### （1）税收优惠政策对公司盈利能力的影响

报告期内，公司企业所得税优惠对公司利润总额影响情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
高新技术企业所得税优惠额	132.30	555.36	428.44	231.50
小微企业优惠税率企业所得税优惠额	-	-	-	-
<b>企业所得税优惠合计</b>	<b>132.30</b>	<b>555.36</b>	<b>428.44</b>	<b>231.50</b>
利润总额	2,254.27	10,434.07	5,410.25	4,612.23
<b>税收优惠金额占利润总额比例</b>	<b>5.87%</b>	<b>5.32%</b>	<b>7.92%</b>	<b>5.02%</b>

报告期内，公司享受的税收优惠金额分别为 231.50 万元、428.44 万元、555.36 万元和 132.30 万元，占当期利润总额的比例分别为 5.02%、7.92%、5.32% 和 5.87%。前述税收优惠均依据相关法律法规及规范性文件申请取得，对于公司经营成果具有一定提升作用，公司对税收优惠不存在重大依赖。

### （2）税收优惠持续性的相关分析

#### 1) 高新技术企业企业所得税优惠

该项税收优惠政策系普遍适用的长期性政策，公司及其子公司进行《高新技术企业证书》复审时，若高新技术企业认定相关法律法规未发生重大变化，且公司及其子公司生产经营情况未发生重大不利变化，则《高新技术企业证书》复审通过不存在重大障碍，享受的税收优惠政策具有可持续性。

#### 2) 小微企业优惠税率

该项税收优惠政策系普遍适用的长期性政策，综合考虑目前公司的生产经营情况及业务规划情况，子公司科凡智绘持续符合税收优惠条件的可能性较高，享受的税收优惠政策具有可持续性。

## 八、报告期内公司主要财务指标

### （一）主要财务指标

财务指标	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
流动比率（倍）	1.64	1.63	1.47	1.04
速动比率（倍）	1.45	1.43	1.29	0.82
资产负债率	41.85%	47.23%	49.36%	55.80%
利息保障倍数（倍）	74.44	474.82	101.44	36.43
应收账款周转率（次/年）	232.33	518.39	215.00	130.88
存货周转率（次/年）	5.44	12.33	9.78	8.35
息税折旧摊销前利润（万元）	3,703.52	13,461.20	7,474.67	6,432.81
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,982.85	8,855.08	4,759.54	3,903.51
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,756.76	7,600.61	4,168.72	3,490.01
研发投入占营业收入的比例	4.23%	3.94%	5.35%	4.26%
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.34	2.66	2.41	1.87
每股净现金流量（元/股）	-0.98	1.07	1.64	2.10
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	5.40	5.09	3.81	2.71

注 1：上述指标的计算均以公司合并财务报表的数据为基础；

注 2：上述财务指标计算公式如下：

流动比率=流动资产÷流动负债；

速动比率=（流动资产-存货）÷流动负债；

资产负债率=（公司报表负债总额÷公司报表资产总额）×100%；

利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/（利息支出+资本化利息支出）；

应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均账面价值；

存货周转率=营业成本÷存货平均账面价值；

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧+摊销；

归属于发行人股东的净利润=净利润-少数股东损益；

归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=归属于母公司股东的净利润-归属于母公司股东的非经常性损益；

研发投入占营业收入的比例=研发投入÷营业收入；

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末普通股股份总数；

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末普通股股份总数；

归属于发行人股东的每股净资产=归属于母公司所有者权益÷期末普通股股份总数。

### （二）净资产收益率和每股收益

根据《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股

收益的计算及披露》（2010年修订）计算的报告期内公司净资产收益率及每股收益如下表：

年度	财务指标	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2022年 1-6月	归属于公司普通股股东的净利润	7.66%	0.40	0.40
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	6.78%	0.35	0.35
2021年	归属于公司普通股股东的净利润	42.01%	1.77	1.77
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	36.06%	1.52	1.52
2020年	归属于公司普通股股东的净利润	29.60%	0.97	0.97
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	25.92%	0.85	0.85
2019年	归属于公司普通股股东的净利润	33.68%	0.98	0.98
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	30.10%	0.87	0.87

注：上表相关指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率 =  $P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E<sub>i</sub> 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E<sub>j</sub> 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；M<sub>i</sub> 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub> 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E<sub>k</sub> 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M<sub>k</sub> 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益 =  $P0 \div S$

$S = S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$

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；S<sub>i</sub> 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S<sub>j</sub> 为报告期因回购等减少股份数；S<sub>k</sub> 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub> 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益 =  $P1 / (S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

## 九、经营成果分析

报告期内，公司经营成果总体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	26,391.03	62,612.62	45,504.57	41,593.83
营业成本	17,398.79	39,736.65	29,780.13	27,649.78
营业利润	2,422.16	10,524.77	5,514.78	4,605.82
利润总额	2,254.27	10,434.07	5,410.25	4,612.23
净利润	1,982.85	8,855.08	4,759.54	3,903.51
归属于母公司所有者的净利润	1,982.85	8,855.08	4,759.54	3,903.51
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	1,756.76	7,600.61	4,168.72	3,490.01

报告期各期，公司实现的营业收入分别为 41,593.83 万元、45,504.57 万元、62,612.62 万元和 26,391.03 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 3,490.01 万元、4,168.72 万元、7,600.61 万元和 1,756.76 万元。2019 年度至 2021 年度，公司经营规模呈逐年增长趋势。

## （一）营业收入分析

### 1、公司营业收入基本情况

报告期各期，公司的营业收入分别为 41,593.83 万元、45,504.57 万元、62,612.62 万元和 26,391.03 万元。其中，2020 年度和 2021 年度，公司营业收入分别较上年同期增长 9.40%和 37.60%。

#### （1）公司营业收入金额具体构成情况

单位：万元

项目	2022年1-6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	26,210.53	99.32%	62,278.85	99.47%	45,216.60	99.37%	41,231.86	99.13%
其他业务收入	180.50	0.68%	333.77	0.53%	287.97	0.63%	361.96	0.87%
营业收入	<b>26,391.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>62,612.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>45,504.57</b>	<b>100.00%</b>	<b>41,593.83</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务收入占比均在 99%以上，主营业务收入系公司主要营业收入来源，公司其他业务收入主要系废料、边角料收入和经销商设计下单

软件授权费。

## （2）影响公司营业收入增长的主要因素

报告期内，影响公司营业收入增长的主要因素包括公司满足消费者需求变化和完善经销商体系。

1) 在满足消费者需求变化上，随着我国居民可支配收入水平的增长、生活质量的提高和消费观念的改变，消费者对家居产品的需求从实用为主逐渐变为实用、美观和服务相结合，更注重家居产品的整体设计感和家居厂商的服务质量。近年来，公司基于上述消费者需求变化趋势，制定了以引领、迭代用户体验为中心的产品设计和营销服务战略。目前，公司已形成了数十种花色、上百种款式的产品体系，为消费者提供更有细节、更有整体感的家居产品，上述经营策略的落地，是报告期内公司营业收入增长的主要原因。

2) 在完善经销商体系上，零售市场是定制家居行业的基石，公司自成立以来，以合作共赢为理念，依据经销商相关管理制度，通过优秀的营销队伍，建立了与公司紧密合作、共同成长、遍布全国的营销服务网络。报告期内，公司大力推进经销渠道下沉，不断扩大经销网络，从 2019 年初的 546 家经销商增加到 2022 年 6 月末的 930 家经销商，充分发挥经销模式的优势，实现销售规模的持续增长。

## （3）公司收入增长趋势与同行业公司对比情况

2019 年度至 2021 年度，公司收入增长趋势与同行业公司比较情况如下：

单位：万元

可比公司名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
索菲亚	1,040,709.49	24.59%	835,283.23	8.67%	768,607.68
皮阿诺	182,365.62	22.10%	149,362.24	1.51%	147,144.41
尚品宅配	730,960.95	12.22%	651,343.22	-10.29%	726,078.68
顶固集创	129,827.67	48.82%	87,239.20	-6.17%	92,972.88
金牌厨柜	344,777.31	30.61%	263,983.90	24.20%	212,544.48
我乐家居	172,544.26	8.92%	158,418.98	18.93%	133,203.42

可比公司名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
志邦家居	515,279.78	34.17%	384,044.46	29.65%	296,214.00
欧派家居	2,044,160.46	38.68%	1,473,969.02	8.91%	1,353,336.02
好莱客	337,096.05	54.40%	218,330.16	-1.88%	222,514.80
算术平均值	<b>610,857.96</b>	<b>30.50%</b>	<b>469,108.27</b>	<b>8.17%</b>	<b>439,179.60</b>
科凡家居	<b>62,612.62</b>	<b>37.60%</b>	<b>45,504.57</b>	<b>9.40%</b>	<b>41,593.83</b>

2021 年，公司收入增长趋势与同行业保持一致，收入增幅略高于同行业平均值，主要原因为：报告期内，公司抓住定制家居市场高速发展的有利机遇，根据消费者需求变化趋势调整产品策略，并大力推进经销渠道下沉，不断扩大经销网络，充分发挥经销模式的优势，实现销售规模的快速增长。

## 2、营业收入构成及比例分析

### （1）分产品主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入分产品的销售金额、构成和变动幅度如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率
定制衣柜	19,871.98	75.82%	-	44,045.14	70.72%	49.31%
其他定制家居产品	5,519.63	21.06%	-	16,256.19	26.10%	14.04%
成品家居	730.46	2.79%	-	1,780.72	2.86%	42.95%
其他	88.45	0.34%	-	196.80	0.32%	-9.61%
合计	<b>26,210.53</b>	<b>100.00%</b>	-	<b>62,278.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>37.73%</b>
项目	2020 年度			2019 年度		
	金额	占比	增长率	金额	占比	
定制衣柜	29,498.91	65.24%	15.52%	25,536.70	61.93%	
其他定制家居产品	14,254.27	31.52%	1.64%	14,024.57	34.01%	
成品家居	1,245.70	2.75%	-14.01%	1,448.59	3.51%	
其他	217.71	0.48%	-1.93%	222.00	0.54%	

合计	45,216.60	100.00%	9.66%	41,231.86	100.00%
----	-----------	---------	-------	-----------	---------

报告期内，公司主要产品包括定制衣柜和其他定制家居产品，上述定制产品的销售收入合计占当期主营业务收入的比例均在 95%以上。公司成品家居产品主要系沙发、床垫等家居软装配套产品，其他产品主要系销售给经销商店面展示用的小样板和饰品。

公司分类别的收入分析具体如下：

1) 定制衣柜产品是公司收入的最主要组成部分

报告期内，公司衣柜产品的销售收入、销量和单价情况如下：

单位：万元、万m<sup>2</sup>、元/m<sup>2</sup>

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入	19,871.98	-	44,045.14	49.31%	29,498.91	15.52%	25,536.70
销量	134.17	-	300.60	41.67%	212.19	15.53%	183.66
单价	148.11	1.08%	146.53	5.40%	139.02	-0.01%	139.04

报告期内，公司定制衣柜产品的销售收入分别为 25,536.70 万元、29,498.91 万元、44,045.14 万元和 19,871.98 万元，分别占主营业务收入的比例为 61.93%、65.24%、70.72%和 75.82%，2020 年度和 2021 年度同比增长 15.52%和 49.31%，呈快速增长的态势，是公司收入的最主要组成部分及主要增长来源。

2020 年度，公司定制衣柜产品销售收入增长率为 15.52%，增幅相对较低，主要原因系 2020 年上半年度，公司受到大环境影响带来的出行不便、施工不便、居民收入下降等多重因素抑制，销售规模较小；2020 年下半年度，随着国内经济开始有序复苏，当年被抑制的居民置业和家装需求得以释放，公司订单数量增长较快，使得全年达到 15.52%的增长率。

2021 年度，公司定制衣柜产品销售收入增长率为 49.31%，增幅较大，主要原因包括：①2021 年度，公司抓住家居装修需求复苏的有利市场机遇，不断完善经销商网络和产品战略，产品销量增加，使得公司定制衣柜产品销售收入增长；②公司产品结构不断升级，推出了多种受市场欢迎的定制衣柜产品，同时提高了五金产品配套率如衣柜内嵌照明系统，使得公司定制衣柜产品的销售收入进一步

提升。

未来随着公司整体品牌价值的持续提高，产品不断优化升级，经销商体系不断完善，定制衣柜收入预计将持续增长。

## 2) 其他定制家居产品是公司收入的重要构成

报告期内，公司其他定制家居产品的销售收入、销量和单价情况如下：

单位：万元、万m<sup>2</sup>、元/m<sup>2</sup>

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入	5,519.63	-	16,256.19	14.04%	14,254.27	1.64%	14,024.57
销量	33.47	-	104.30	8.72%	95.94	4.52%	91.79
单价	164.92	5.81%	155.86	4.90%	148.58	2.76%	152.80

公司其他定制家居产品主要为入户柜、厨柜、卧室小家具、餐厅柜和书柜等柜类以及室内门和护墙板等定制配套产品。报告期各期，公司其他定制家居产品的销售收入分别为 14,024.57 万元、14,254.27 万元、16,256.19 万元和 5,519.63 万元，占主营业务收入的比例分别为 34.01%、31.52%、26.10%和 21.06%，是公司收入的重要组成部分。

报告期内，公司其他定制柜类产品收入整体保持增长，主要原因系公司顺应家居定制一体化的市场趋势，产品由原先单一的定制衣柜扩展为入户柜、厨柜、卧室小家具、餐厅柜、书柜、室内门、护墙板整体搭配而成的柜墙门一体化产品体系，促进了其他定制柜类产品的收入增长。

## 3) 成品家居产品和其他产品是公司收入结构的有效补充

报告期内，公司成品家居产品的销售收入分别为 1,448.59 万元、1,245.70 万元、1,780.72 万元和 730.46 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.51%、2.75%、2.86%和 2.79%。是公司收入结构的有效补充。公司成品家居产品主要为床垫、沙发等成品软装配套产品，丰富的产品结构使得公司更能满足消费者的一站式整装需求。

报告期内，公司其他产品的销售收入分别为 222.00 万元、217.71 万元、196.80 万元和 88.45 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.54%、0.48%、0.32%

和 0.34%，占比较低。公司其他产品主要为提供给经销商门店展示用的饰品和小样板等产品。

## （2）分地区主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入分销售区域的销售金额和构成比例如下：

单位：万元

销售区域	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东地区	7,734.50	29.51%	20,287.16	32.57%	13,439.77	29.72%	11,363.01	27.56%
华南地区	5,079.67	19.38%	12,483.20	20.04%	10,789.25	23.86%	10,659.64	25.85%
西南地区	4,751.76	18.13%	10,304.95	16.55%	6,574.64	14.54%	5,443.78	13.20%
华北地区	3,428.25	13.08%	7,938.50	12.75%	6,201.03	13.71%	6,155.34	14.93%
华中地区	2,989.11	11.40%	6,445.84	10.35%	5,141.30	11.37%	4,832.60	11.72%
西北地区	1,237.97	4.72%	2,749.56	4.41%	2,007.35	4.44%	2,073.56	5.03%
东北地区	989.27	3.77%	2,069.64	3.32%	1,063.26	2.35%	703.93	1.71%
合计	<b>26,210.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>62,278.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>45,216.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>41,231.86</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司的主营业务收入均来源于境内市场。得益于公司经销商网络在全国范围内的全面布局，公司在各地区均占有一定的市场份额，公司对各地区的销售收入占比情况与该地区的经济发展水平和居民消费能力相匹配，华东、华南地区对公司的产品需求量最大，合计占比保持约 50%以上。主要原因系华东地区、华南地区为全国经济发展水平较为发达的地区，客户消费能力较强，对定制家居产品的设计感、产品质量等要求较高，产品销售情况较好；公司生产基地亦坐落在华南、华东地区，降低了公司在该区域的生产 and 物流成本，进一步提高了产品的竞争力。

## （3）分销售模式主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入分销售模式的销售金额和构成比例如下：

单位：万元

销售模式	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销商	26,079.16	99.50%	61,583.15	98.88%	44,800.18	99.08%	40,794.73	98.94%
工程业务	14.66	0.06%	518.94	0.83%	268.16	0.59%	357.14	0.87%
零散业务	116.71	0.45%	176.76	0.28%	148.26	0.33%	80.00	0.19%
合计	<b>26,210.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>62,278.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>45,216.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>41,231.86</b>	<b>100.00%</b>

## 1) 经销商模式

## ①基本情况介绍

经销商模式为公司最主要的销售模式。报告期内，公司通过经销商渠道实现的销售收入分别为40,794.73万元、44,800.18万元、61,583.15万元和26,079.16万元，占主营业务收入的比例分别为98.94%、99.08%、98.88%和99.50%。

报告期内，公司积极推进经销渠道建设，凭借良好的品牌形象和互惠互利的合作条件吸引了全国各目标区域具有一定市场渠道、资金实力和从业经验的个人或法人陆续合作。公司通过与经销商签订年度经销协议，将“科凡”品牌、商标等授予经销商使用，由经销商自行设立专卖店销售，根据终端客户个性化定制需求，向公司下单采购，并由其自行承担经营风险。

报告期内，公司经销商数量和单个经销商平均销售额如下表所示：

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	数量/金额	增长率	数量/金额	增长率	数量/金额	增长率	数量/金额
期初经销商数量(个)	943	18.17%	798	24.69%	640	17.22%	546
期末经销商数量(个)	930	-1.38%	943	18.17%	798	24.69%	640
单个经销商平均销售额(万元)	27.85	-	70.74	13.54%	62.31	-9.42%	68.79

注：单个经销商平均销售额=经销模式销售收入/（期初经销商数量+期末经销商数量）\*2

报告期各期，公司对单个经销商的平均销售额分别为68.79万元、62.31万元、70.74万元和27.85万元。2020年，公司单个经销商平均销售额下滑9.42%，主要原因系公司当年新增经销商较多，经销商平均规模较小，抗风险能力较低，

受经济环境影响较大所致。2021年，随着“科凡”品牌影响力和美誉度的逐渐提升以及公司经销商营销网络的不断优化和延伸，公司单个经销商平均销售额增长13.54%。

## ②前员工经销商数量及销售金额占比

### A、前员工经销商数量以及基本情况

报告期内，公司的前员工经销商数量为6家，基本情况如下：

序号	经销商名称	实际控制人/离职员工	经销区域	经销产品	离职人员曾担任职务	员工任职期间	加盟日期	退出日期
1	佛山市禅城区思凡建材店	陈佳婧	佛山市禅城区、顺德区、三水区	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等	科凡智绘执行董事	2018.1-2018.8	2018.9	持续经销
2	铜仁市碧江区科凡家居经营部	周小龙	贵州省铜仁市	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等	形象部设计师	2016.2-2016.10	2016.11	2021.7
3	佛山市南海区鼎臻承家居用品店	洗志强	佛山市南海区	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等	形象部设计师	2016.5-2017.7	2017.9	2020.3
4	李展图	李展图	东莞市石龙镇	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等	销售部销售	2016.5-2017.7	2020.3	2021.9
5	阳春市葵灼建材经营部	曾帅	阳江阳春市	定制衣柜、定制家居产品及成品家居等	销售部销售	2018.5-2020.2	2021.2	2022.6
6	金寨县罗保余建材经营部	罗保余	六安市金寨县	定制衣柜、定制家居产品等	技术部画单员	2018.5-2020.8	2020.10	持续经销

截至2022年6月末，铜仁市碧江区科凡家居经营部等4家前员工经销商出于自身业务经营因素或其他个人原因已经退出科凡家居经销业务。

### B、前员工经销商销售金额及占比情况

公司部分员工为谋求个人事业发展而离职创业，而公司考虑到该等员工拥有一定的行业工作经验，对公司产品及行业的熟悉和理解程度较高，因此在满足公司经销商加盟条件的前提下，公司愿意接纳其作为公司经销商。报告期内，公司向员工经销商销售实现的收入具体如下：

单位：万元

经销商名称	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
佛山市禅城区思凡建材店	315.42	1.20%	844.59	1.35%	768.69	1.69%	511.95	1.23%
铜仁市碧江区科凡家居经营部	-	-	10.57	0.02%	32.40	0.07%	44.99	0.11%
佛山市南海区鼎臻承家居用品店	-	-	-	-	2.22	0.00%	8.65	0.02%
李展图	0.01	0.00%	27.94	0.04%	32.00	0.07%	-	-
阳春市秦灼建材经营部	0.02	0.00%	36.24	0.06%	-	-	-	-
金寨县罗保余建材经营部	11.91	0.05%	49.47	0.08%	9.11	0.02%	-	-
<b>合计</b>	<b>327.36</b>	<b>1.24%</b>	<b>968.82</b>	<b>1.55%</b>	<b>844.42</b>	<b>1.86%</b>	<b>565.60</b>	<b>1.36%</b>

报告期内，公司向前员工经销商的销售金额分别为 565.60 万元、844.42 万元、968.82 万元和 327.36 万元，占营业收入比例分别为 1.36%、1.86%、1.55% 和 1.24%，总体占比较小。

### ③经销商折扣返利情况

报告期内，公司各类经销商折扣及返利政策的核算标准、返利金额、结算条款及兑付时间情况如下：

分类	主要返利政策	核算标准	结算条款及兑付时间	返利折扣金额（万元）			
				2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
折扣	样品折扣	经销商新店装修、老店翻新采购样品时，公司针对样品产品给予经销商一定折扣	下单时直接从货款抵扣	429.94	1,238.52	1,110.41	908.97
	日常经营折扣	在节假日促销、产品推广时，公司针对特定产品给予经销商一定折扣	下单时直接从货款抵扣	693.07	1,992.99	2,092.68	1,245.34
	小计	-	-	<b>1,123.01</b>	<b>3,231.51</b>	<b>3,203.09</b>	<b>2,154.31</b>
返利	装修补贴	根据装修补贴政策，根据经销商门店装修情况，给予经销商装修补贴的返利上限，在政策	在规定返利期限内，每月抵扣货款，并于资产负债表日计提应享受而	666.87	1,436.03	975.03	735.03

分类	主要返利政策	核算标准	结算条款及兑付时间	返利折扣金额（万元）			
				2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
		规定的返利期限内，以下单额为基础，给予一定比例的返利。返利金额不得超过返利上限	未享受的返利金额				
	广告宣传补贴	根据广告宣传补贴政策，根据经销商广告宣传情况，给予经销商广告宣传补贴的返利上限，在政策规定的返利期限内，以下单额为基础，给予一定比例的返利。返利金额不得超过返利上限	在规定返利期限内，每月抵扣货款，并于资产负债表日计提应享受而未享受的返利金额	-	27.10	151.57	394.08
	业绩PK返利	主要以经销商业绩目标完成情况给予一定比例返利。具体返利由目标超额完成率等因素决定	期末计提，于次年抵扣货款	-	-	14.16	293.33
	其他日常经营返利	对部分区域内经销商的促销活动费用等，经公司审核通过后，按具体政策计算经销商可享受的返利金额	活动后以抵扣货款形式进行返利	83.31	142.33	142.25	3.09
	小计	-	-	750.19	1,605.46	1,283.00	1,425.53
合计				1,873.20	4,836.97	4,486.09	3,579.84

报告期内，公司折扣及返利金额分别为 3,579.84 万元、4,486.09 万元、4,836.97 万元和 1,873.20 万元。公司会通过具体折扣及返利营销政策的实施效果进行分析评价，及时优化部分激励效果未能达到目标预期的折扣返利政策。报告期内，公司折扣返利政策存在相互间调整，公司总体的折扣返利力度未发生较大变化。

#### ④法人经销商与非法人经销商情况

报告期内，公司经销商客户中法人单位和非法人单位（自然人或个体工商户）数量、收入及占比如下表：

单位：家、万元

年度	客户类别	家数		收入	
		数量	占比	金额	占比
2022年 1-6月	法人单位	284	28.34%	8,323.38	31.92%
	自然人	62	6.19%	633.47	2.43%
	个体工商户	656	65.47%	17,122.31	65.66%
	合计	<b>1,002</b>	<b>100.00%</b>	<b>26,079.16</b>	<b>100.00%</b>
2021年度	法人单位	269	26.12%	18,623.03	30.24%
	自然人	99	9.61%	2,715.16	4.41%
	个体工商户	662	64.27%	40,244.95	65.35%
	合计	<b>1,030</b>	<b>100.00%</b>	<b>61,583.15</b>	<b>100.00%</b>
2020年度	法人单位	146	16.82%	7,718.54	17.23%
	自然人	244	28.11%	6,755.33	15.08%
	个体工商户	478	55.07%	30,326.32	67.69%
	合计	<b>868</b>	<b>100.00%</b>	<b>44,800.18</b>	<b>100.00%</b>
2019年度	法人单位	111	15.50%	7,293.00	17.88%
	自然人	199	27.79%	6,744.22	16.53%
	个体工商户	406	56.70%	26,757.50	65.59%
	合计	<b>716</b>	<b>100.00%</b>	<b>40,794.73</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司与自然人经销商交易金额分别为 6,744.22 万元、6,755.33 万元、2,715.16 万元及 633.47 万元，占各期经销模式收入的比例分别为 16.53%、15.08%、4.41%和 2.43%，与个体工商户经销商的交易金额分别为 26,757.50 万元、30,326.32 万元、40,244.95 万元和 17,122.31 万元，收入占比分别为 65.59%、67.69%、65.35%和 65.66%。报告期内，公司非法人单位经销商占比较大的原因系公司经销商主要采用家庭经营模式，经销商出于个人打款便利等原因采用非法人单位经营，与公司经销商平均采购规模不大的特点相符，存在合理性。

公司已要求新增经销商尽量以法人或个体工商户的形式与公司开展业务合作。报告期内，公司自然人经销商收入占比呈下降趋势。

## 2) 工程业务模式

报告期内，公司工程业务模式的销售收入分别为 357.14 万元、268.16 万元、518.94 万元和 14.66 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.87%、0.59%、0.83% 和 0.06%，收入占比较小。

## 3) 零散业务模式

公司的零散业务模式主要系零散客户直接向公司采购产品。报告期内，公司该模式的销售收入分别为 80.00 万元、148.26 万元、176.76 万元和 116.71 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.19%、0.33%、0.28% 和 0.45%，收入占比较小。

## (4) 分季节主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入分季节的情况如下：

单位：万元

季度	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	11,069.75	-	9,836.72	15.79%	4,502.87	9.96%	6,148.49	14.91%
第二季度	15,140.78	-	14,999.96	24.09%	10,168.18	22.49%	9,008.28	21.85%
第三季度	-	-	18,217.39	29.25%	14,624.76	32.34%	12,683.80	30.76%
第四季度	-	-	19,224.78	30.87%	15,920.78	35.21%	13,391.29	32.48%
合计	<b>26,210.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>62,278.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>45,216.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>41,231.86</b>	<b>100.00%</b>

2019 年度至 2021 年度，公司的主营业务收入存在明显的季节性特征，下半年的销售收入相对较高，占全年销售收入的比例分别为 63.24%、67.55% 和 60.12%。

定制家居行业的季节性主要与居民的商品住房购买和交房时间有关，也与居民存量房的一次或二次装修有关。同时，受消费者的消费习惯和消费意愿影响较大，每年“金九银十”商家优惠幅度大，是行业销售的高峰期。从每年的 9 月至次年 1 月，是国内消费者家庭装修的高峰期；另外，人们习惯于春节前安排装修事宜，而夏季由于气候原因一般为装修淡季。因此，自第二季度起，特别是在第四季度，家居产品的销售量逐步增大，呈现出一定的季节性。

报告期内，公司下半年收入占全年比重与同行业公司对比情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
索菲亚	58.68%	69.41%	59.12%
皮阿诺	53.69%	65.59%	62.30%
尚品宅配	56.54%	65.21%	56.79%
顶固集创	59.76%	64.71%	63.69%
金牌厨柜	61.51%	68.61%	63.05%
我乐家居	56.83%	66.02%	60.50%
志邦家居	62.97%	68.12%	61.21%
欧派家居	59.88%	66.31%	59.29%
好莱客	54.79%	66.08%	57.87%
<b>算术平均值</b>	<b>58.30%</b>	<b>66.67%</b>	<b>60.42%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>60.12%</b>	<b>67.55%</b>	<b>63.24%</b>

公司下半年收入金额占营业收入的比重与同行业公司的情况一致，销售收入均主要集中在下半年，符合行业特征。

公司根据多年的经营经验，合理安排销售、生产计划，降低季节性对销售收入及现金流量稳定性的影响。总体而言，公司主营业务收入的季节性特征对公司经营业绩和持续盈利能力不构成重大不利影响。

### 3、第三方回款情况

报告期各期，公司第三方回款金额及其占对应营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
第三方回款金额	30.11	0.11%	2,153.46	3.44%	2,351.85	5.17%	2,963.23	7.12%
其中：经销商实际控制人、合伙人及亲属回款	21.88	0.08%	1,942.11	3.10%	2,186.02	4.80%	2,540.74	6.11%
其他方回款	8.23	0.03%	211.35	0.34%	165.83	0.36%	422.49	1.02%
营业收入	26,391.03	100.00%	62,612.62	100.00%	45,504.57	100.00%	41,593.83	100.00%

报告期内，公司第三方回款金额分别为 2,963.23 万元、2,351.85 万元、2,153.46 万元和 30.11 万元，占营业收入的比例分别为 7.12%、5.17%、3.44%

和 0.11%。公司第三方回款形成的主要原因系公司经销商平均规模较小，存在部分经销商出于支付便利考虑，主要通过实际控制人、合伙人及其近亲属等银行账户进行付款的情形。此外，公司存在少数其他方回款的情况，主要原因包括部分已签订经销协议，但未在公司系统登记付款账号的新晋经销商需要支付门店样板货款，通过员工、朋友等其他个人账号进行回款。

报告期内，公司进一步规范了货款收款流程，对经销商打款账户名称与经销商签约名称进行匹配，对匹配不一致的账户直接进行退款操作，并提示经销商使用签约时指定的账户重新打款，保证经销商实际付款方与签约方的一致性。报告期内，第三方回款占比逐年下降，占比较低。

此外，公司报告期内不存在现金回款的情况。

#### 4、退换货情况

##### （1）退换货基本情况

由于公司生产的定制家居产品均系定制化产品，公司经销商销售模式为买断式销售，根据公司与经销商签署的《经销合同》，公司向经销商交付的定制家居商品符合公司质量标准及国家相关行业产品质量标准。若定制家居产品存在货损、尺寸错误、产品瑕疵等问题而需要补单时，考虑到物流成本和时间消耗，公司通常不会让客户将产品寄回，而是直接重新生产并发货，若产品存在生产质量问题时，相关补单费用由公司承担。

报告期内，公司因生产质量问题的补单情况如下：

单位：万元				
项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
质量问题的补单	59.13	113.18	68.12	57.03
营业收入	26,391.03	62,612.62	45,504.57	41,593.83
占营业收入比例	0.22%	0.18%	0.15%	0.14%

报告期内，公司不存在成套产品补单的情形，因生产质量问题补单金额占主营业务收入的比重较小，公司与经销商之间不存在质量纠纷和索赔情况。

此外，公司存在因质量问题发生的成品家居退换货，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
退换货金额	4.87	14.97	6.56	7.56
营业收入	26,391.03	62,612.62	45,504.57	41,593.83
占营业收入比例	0.02%	0.02%	0.01%	0.02%

报告期内，公司退换产品为偶发性的沙发、茶几等家居成品和门店展示用的饰品配件等产品，金额较小。

## （2）退换货处理流程

报告期内，公司退换货流程如下：当货物存在生产或包装导致货损时，由公司营销中心的客服部门负责对接经销商，根据经销商售后需求编制售后服务联络单，注明原订单信息，描述所出现的问题及原因。同时，客服部会结合公司品质部和智造部门的意见形成分析报告，提交售后服务联络单至客服部主管审核，依照公司规定的权限进行审批。审批完成后会根据实际情况划分责任，对需要补货的部件安排重新下单生产并发货。

## 5、公司产品售价与原材料采购价格的时滞长度分析

### （1）库存周期

公司的板材、五金配件、饰面纸、封边条、包装材料等主要原材料从采购入库到生产领用的周期一般在 20 天之内。

### （2）生产周期

公司定制柜类产品的生产工序包括木板开料、封边、清理分拣、开槽打孔、包装入库等流程，从材料领用到产品完工的生产周期一般在 7-10 天左右。

### （3）销售周期

公司通常会在定制柜类产品生产完工齐套后及时办理产品出库与交付。随着烤漆门等产品由 OEM 转为自产，公司的产品齐套效率进一步提高，产品销售周期一般在 7 天左右。

### （4）上下游议价能力

在上游方面，定制家居产业链发展较为成熟，各类原材料的市场竞争较为充

分。报告期内，公司与多家原材料供应商建立长期稳定的合作关系，结合原材料市场行情、合格率、准交率和服务水平等因素与供应商协定采购价格。

在下游方面，公司的终端客户主要为具有房屋装修需求的个人消费者，公司的直接客户主要为经销商。公司结合原材料价格行情、市场竞争情况、消费者需求变化情况、公司营销策略等因素确定产品销售价格，不会实时根据原材料采购价格波动而进行产品售价调整。

综上，公司从原材料采购到产品销售的时滞长度为 35 天左右，时滞较短，故库存周期、生产周期、销售周期对公司单位直接材料成本的影响较小。而公司的产品售价系结合原材料价格行情、市场竞争情况、消费者需求变化情况、公司营销策略等多种因素综合确定，因此产品售价和原材料采购价格的时滞长度与毛利率之间不存在明显的线性对应关系。

## （二）营业成本分析

### 1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	17,358.44	99.77%	39,708.50	99.93%	29,736.46	99.85%	27,601.65	99.83%
其他业务成本	40.35	0.23%	28.15	0.07%	43.67	0.15%	48.13	0.17%
<b>营业成本</b>	<b>17,398.79</b>	<b>100.00%</b>	<b>39,736.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,780.13</b>	<b>100.00%</b>	<b>27,649.78</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务成本占营业成本的比例均在 99%以上，公司主营业务成本与主营业务收入结构相匹配，与公司业务特征相符。报告期内，公司其他业务成本主要为设计软件的摊销费用等，占营业成本比例较低。

### 2、按成本类型列示主营业务成本分析

报告期内，公司主营业务成本的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	12,672.83	73.01%	29,539.08	74.39%	21,740.95	73.11%	20,257.56	73.39%
直接人工	1,568.28	9.03%	3,786.75	9.54%	2,840.65	9.55%	2,490.23	9.02%
制造费用	2,952.20	17.01%	5,955.14	15.00%	4,861.01	16.35%	4,853.86	17.59%
运输费用	165.13	0.95%	427.53	1.08%	293.85	0.99%	-	-
合计	<b>17,358.44</b>	<b>100.00%</b>	<b>39,708.50</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,736.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>27,601.65</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务成本结构较为稳定，其中直接材料成本分别为20,257.56万元、21,740.95万元、29,539.08万元和12,672.83万元，占主营业务成本的比例分别为73.39%、73.11%、74.39%和73.01%，是主营业务成本的最主要构成部分。

报告期内，公司主营业务成本中的直接人工成本分别为2,490.23万元、2,840.65万元、3,786.75万元和1,568.28万元，占主营业务成本的比例为9.02%、9.55%、9.54%和9.03%，随着公司生产规模的扩大，公司生产工人人数上升，因此生产人员工资持续上升，占主营业务成本的比例较为稳定。

报告期内，公司制造费用分别为4,853.86万元、4,861.01万元、5,955.14万元和2,952.20万元，占主营业务成本的比例分别为17.59%、16.35%、15.00%和17.01%，制造费用占主营业务成本比例逐年下降，主要原因系：随着公司销售规模的不断增加，规模效应不断凸显，公司新增的间接人工费用、折旧摊销费用等主要制造费用的增幅相对较低，使得制造费用占主营业务成本比例有所下降。

报告期内，公司制造费用明细构成如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
职工薪酬	1,437.77	-	2,891.62	35.33%	2,136.66	-0.46%	2,146.46
折旧摊销	485.35	-	989.65	3.50%	956.20	4.92%	911.40
厂房租金	444.66	-	878.82	6.04%	828.75	7.01%	774.44
水电费	413.82	-	918.58	30.58%	703.46	8.88%	646.07

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
修理修缮	89.44	-	166.62	14.74%	145.22	-47.59%	277.10
其他	81.15	-	109.84	21.09%	90.71	-7.81%	98.40
合计	<b>2,952.20</b>	-	<b>5,955.14</b>	<b>22.51%</b>	<b>4,861.01</b>	<b>0.15%</b>	<b>4,853.86</b>

报告期内，公司制造费用发生额持续增长，具体分析如下：

2020年度相比2019年度同比增长较小，制造费用明细变动原因如下：1、职工薪酬同比略有下降主要系受社保减免政策影响；2、修理修缮支出同比下降较多，主要系公司六安生产基地2号厂房于2019年建成投产，公司基于谨慎性考虑，将绿化费等厂房修缮相关零星支出进行费用化处理并计入生产成本，2019年度修理修缮支出相对较高，而2020年度公司生产配套设施稳定运行，较少大额修理修缮支出所致。

2021年度相比2020年度制造费用同比增长较大，主要原因包括：1、职工薪酬同比上升较多，主要原因系随着公司生产规模扩大，生产管理人员数量增加和人均薪酬待遇随之提高；2、水电费同比上升系随着公司生产规模扩大，生产能源耗用量上升所致；3、2021年度修理修缮和其他费用同比增加主要系公司设备修理等费用、与生产相关的低值易耗品耗用及办公费用等随公司业务规模增加而增加。

2020年1月1日起，公司执行财政部于2017年颁布的《企业会计准则第14号——收入（修订）》，将销售产品所产生的运费作为合同履约成本在营业成本中核算，故2020年度和2021年度，公司成本中新增运输费用293.85万元和427.53万元。报告期内，经销商主要通过第三方物流公司托运以及自提货的方式运输，并由经销商自行承担运费。公司的运输费用主要系搬运装卸费用以及从公司短途运输至厂区附近物流园所产生的运输费用。2021年度，公司运输费用增长133.69万元，主要原因系公司运输费用随着经营规模扩大而上升。

### 3、按产品类别列示主营业务成本分析

报告期内，公司主营业务成本分产品类别构成具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
定制衣柜	12,811.66	73.81%	27,129.26	68.32%	18,781.31	63.16%	16,759.65	60.72%
其他定制家居产品	3,862.03	22.25%	10,927.04	27.52%	9,710.88	32.66%	9,436.62	34.19%
成品家居	616.51	3.55%	1,478.94	3.72%	1,048.24	3.53%	1,206.25	4.37%
其他	68.24	0.39%	173.27	0.44%	196.03	0.66%	199.14	0.72%
合计	<b>17,358.44</b>	<b>100.00%</b>	<b>39,708.50</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,736.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>27,601.65</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司主营业务成本随着主营业务收入上升，各产品成本占主营业务成本的比重与其收入占主营业务收入的比重基本一致。

#### 4、各类产品成本构成明细

##### (1) 定制衣柜成本构成及配比情况

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度	
	金额	比例	金额	比例
直接材料	9,115.70	71.15%	19,677.62	72.53%
直接人工	1,198.59	9.36%	2,661.29	9.81%
制造费用	2,365.08	18.46%	4,469.47	16.47%
运输费用	132.29	1.03%	320.88	1.18%
合计	<b>12,811.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>27,129.26</b>	<b>100.00%</b>
项目	2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例
直接材料	13,395.27	71.32%	12,022.60	71.74%
直接人工	1,786.38	9.51%	1,512.75	9.03%
制造费用	3,394.46	18.07%	3,224.29	19.24%
运输费用	205.19	1.09%	-	-
合计	<b>18,781.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,759.65</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司定制衣柜产品成本构成较为稳定，其中制造费用占比呈先下降后上升趋势，主要原因系2019年至2021年度公司产销量上升，规模效应凸

显所致；2022年1-6月，主要受上半年为行业淡季、春节假期等季节性因素影响，公司制造费用占比上升。

### （2）其他定制家居产品成本构成及配比情况

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度	
	金额	比例	金额	比例
直接材料	2,872.38	74.37%	8,209.25	75.13%
直接人工	369.69	9.57%	1,125.46	10.30%
制造费用	587.12	15.20%	1,485.66	13.60%
运输费用	32.84	0.85%	106.66	0.98%
<b>合计</b>	<b>3,862.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,927.04</b>	<b>100.00%</b>
项目	2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例
直接材料	7,101.41	73.13%	6,829.57	72.37%
直接人工	1,054.26	10.86%	977.47	10.36%
制造费用	1,466.55	15.10%	1,629.57	17.27%
运输费用	88.65	0.91%	-	-
<b>合计</b>	<b>9,710.88</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,436.62</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司其他定制家居产品成本构成较为稳定，整体变动幅度较小。其中，直接材料占比整体呈上升趋势，主要原因系原材料价格上涨所致；制造费用呈先降后升趋势主要系受产销量变动带来的规模效应的影响。

### （3）成品家居与其他产品成本构成及配比情况

公司成品家居产品主要为公司外购的软床、沙发及床垫等产品，其他产品为公司外购的门店展示用品，上述两大类产品均为购买成品，无需进一步加工。因此，上述产品成本均为直接材料成本，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
成品家居	616.51	1,478.94	1,048.24	1,206.25
其他	68.23	173.27	196.03	199.14

## 5、主要原材料和能源采购数量及采购价格

报告期内，公司主要原材料和能源采购数量及采购价格详见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“五、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）主要能源供应情况”。

### （三）毛利率分析

#### 1、综合业务毛利率分析

报告期内，公司综合业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率
主营业务	8,852.09	33.77%	22,570.35	36.24%	15,480.14	34.24%	13,630.21	33.06%
其他业务	140.15	77.64%	305.62	91.57%	244.30	84.83%	313.84	86.70%
合计	<b>8,992.24</b>	<b>34.07%</b>	<b>22,875.97</b>	<b>36.54%</b>	<b>15,724.44</b>	<b>34.56%</b>	<b>13,944.04</b>	<b>33.52%</b>

报告期内，公司综合毛利主要由主营业务贡献，公司主营业务毛利额分别为13,630.21万元、15,480.14万元、22,570.35万元和8,852.09万元，主营业务毛利率分别为33.06%、34.24%、36.24%和33.77%。公司其他业务主要系废料、边角料收入和经销商设计下单软件授权费，对应成本相对较低，毛利率较高具有合理性。

报告期内，公司综合毛利率的平稳上升来源于公司产品销售价格的上升、产品结构的优化及规模效应的体现，具体如下：

#### （1）产品销售价格的上升

公司根据不同产品的种类、结构及部件组成确定其直接制造成本，并在此基础上按照一定的加成比例确定其销售价格。报告期内，公司根据原材料价格的波动、市场销售行情、市场竞争状况调整销售价格，产品销售价格总体呈上升趋势。

#### （2）产品结构的优化

报告期内，公司不断优化产品结构，在新产品开发方面逐步取得成效，烤漆工艺等新工艺产品、进口欧松板等新基材产品和增加附带五金灯槽等功能件等新设计产品的销售占比得到提高。随着高毛利率新产品收入占比提升，公司盈利能

力也不断增强。

### （3）规模效应的体现

报告期内，公司产销量规模快速上升，生产效率得到提升和释放，单位产品分摊的制造费用金额降低，规模效应显现，提高了公司的整体毛利率。

## 2、分产品类别的主营业务毛利构成及毛利率情况

报告期内，公司主营业务按产品类别的毛利率及毛利构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2022年1-6月			2021年度		
	销售毛利	占比	毛利率	销售毛利	占比	毛利率
定制衣柜	7,060.32	79.76%	35.53%	16,915.89	74.95%	38.41%
其他定制家居产品	1,657.60	18.73%	30.03%	5,329.15	23.61%	32.78%
成品家居	113.95	1.29%	15.60%	301.79	1.34%	16.95%
其他	20.22	0.23%	22.86%	23.53	0.10%	11.95%
<b>合计</b>	<b>8,852.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>33.77%</b>	<b>22,570.35</b>	<b>100.00%</b>	<b>36.24%</b>
产品类别	2020年度			2019年度		
	销售毛利	占比	毛利率	销售毛利	占比	毛利率
定制衣柜	10,717.60	69.23%	36.33%	8,777.05	64.39%	34.37%
其他定制家居产品	4,543.39	29.35%	31.87%	4,587.95	33.66%	32.71%
成品家居	197.46	1.28%	15.85%	242.34	1.78%	16.73%
其他	21.69	0.14%	9.96%	22.87	0.17%	10.30%
<b>合计</b>	<b>15,480.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>34.24%</b>	<b>13,630.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>33.06%</b>

报告期内，公司主营业务销售毛利主要由定制衣柜、其他定制家居产品组成。其中，定制衣柜产品是公司毛利贡献率最高的产品种类。报告期内，公司主营业务毛利率上升主要系定制衣柜产品毛利率提升以及定制衣柜产品销售占比提升所致。

## 3、各产品毛利率变动分析

### （1）定制衣柜产品毛利率变动情况分析

报告期各期，公司定制衣柜产品毛利率分别为 34.37%、36.33%、38.41%

和 35.53%，具体分析如下：

单位：元/m<sup>2</sup>

项目	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度
	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响（个百分点）	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响（个百分点）	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响（个百分点）	金额
单位产品价格	148.11	1.08%	0.66	146.53	5.40%	3.26	139.02	-0.01%	-0.01	139.04
单位产品成本	95.49	5.81%	-3.54	90.25	1.97%	-1.19	88.51	-3.00%	1.97	91.25
其中：直接材料	67.94	3.79%	-1.67	65.46	3.69%	-1.59	63.13	-3.56%	1.68	65.46
直接人工	8.93	0.90%	-0.05	8.85	5.11%	-0.30	8.42	2.18%	-0.13	8.24
制造费用	17.63	18.56%	-1.86	14.87	-7.05%	0.77	16.00	-8.88%	1.12	17.56
运输费用	0.99	-7.48%	0.05	1.07	10.39%	-0.07	0.97	-	-0.70	-

注 1：单位价格变动对毛利率变动的影响=（1-上期单位成本/本期单位价格）-（1-上期单位成本/上期单位价格）=上期单位成本/上期单位价格-上期单位成本/本期单位价格，下同

注 2：单位成本变动对毛利率变动的影响=（1-本期单位成本/本期单位价格）-（1-上期单位成本/本期单位价格）=上期单位成本/本期单位价格-本期单位成本/本期单位价格，下同

#### 1) 单位销售价格的变动

报告期内，公司定制衣柜产品的单位销售价格分别为 139.04 元/m<sup>2</sup>、139.02 元/m<sup>2</sup>、146.53 元/m<sup>2</sup>和 148.11 元/m<sup>2</sup>，具体分析如下：

2020 年度，公司衣柜产品的单位销售价格与上一年度相比基本保持稳定；2021 年度，公司定制衣柜产品的单位销售价格上升 5.40%，从而使得毛利率上升 3.26 个百分点，主要原因如下：

①公司产品价格普涨。2021 年度，在大宗商品市场价格上涨的背景下，公司向销售端传导原材料价格上涨带来的影响，于 2021 年 6 月对产品价格进行提价，使得定制衣柜产品单价提升。

②优惠折扣活动的减少。公司销售模式主要以经销商模式为主，产品最终销售主要依赖于经销商线下实体店运营。2020 年度，公司经销商因平均经营规模较小，抗风险能力相对较弱，受经济环境影响较严重，公司通过推出较多的特价套餐等优惠折扣活动，降低销售价格等举措，释放经销商销售热情，提高公司经销模式收入。2021 年度，随着社会经济活动常态化运行，家装需求持续增长，

公司适时调整经营战略，收回部分优惠折扣活动，由此带来了产品销售单价的提升。

③高单价产品的销售占比提升。2021年度，公司产品类型结构升级，根据公司自身产品定位并结合终端消费者需求，推出多种如烤漆板、进口板材符合市场审美的较高单价的定制衣柜产品，相关产品的销售占比上升；此外，定制衣柜产品的五金配套亦随之升级，如衣柜内嵌照明系统、抽屉采用进口五金等，上述措施亦提高了产品销售单价。

2022年1-6月，公司定制衣柜产品的单位销售价格同比上升1.08%，变动幅度较小，主要系高单价产品销售占比进一步提升的影响。

## 2) 单位材料成本的变动

报告期内，公司定制衣柜产品的单位材料成本分别为65.46元/m<sup>2</sup>、63.13元/m<sup>2</sup>、65.46元/m<sup>2</sup>和67.94元/m<sup>2</sup>，具体分析如下：

2020年度，公司生产衣柜产品的单位材料成本下降3.56%，从而使衣柜产品毛利率上升1.68个百分点，主要原因系：①公司主要原材料采购单价较上年度有所下降；②公司加大资本性投入，扩充产能，新建了烤漆和铝框门等产品生产线，相关产品由外购转为自产，降低了材料成本。

2021年度，公司定制衣柜产品的单位材料成本上涨3.69%，使定制衣柜产品毛利率下降1.59个百分点，主要原因系：①受大宗商品市场价格上升的影响，公司采购板材、五金等主要原材料的价格有所上涨；②随着公司产品升级，如进口欧松板等高单价产品销售占比提升，公司材料成本也随之上升。

2022年1-6月，公司定制衣柜产品的单位材料上涨3.79%，主要系受原材料采购价格同比上升较多所致。

## 3) 单位人工成本的变动

报告期内，公司定制衣柜产品的单位人工成本分别为8.24元/m<sup>2</sup>、8.42元/m<sup>2</sup>、8.85元/m<sup>2</sup>和8.93元/m<sup>2</sup>。

报告期内，公司单位人工成本逐年上升，主要原因系：①公司扩大产能，如烤漆门等产品由外购逐渐转为自产，增加了人工需求；②随着公司产品结构升级，

产品工序相应增加，如增加衣柜内嵌灯管需要增加开槽工序，使得公司人工成本增加。

#### 4) 单位制造费用和单位运输费用的变动

报告期内，随着公司六安生产基地逐渐投产及信息化改造的开展，公司生产效率得到提升，从而使得单位产品所耗用的制造费用有所下降；此外，2020年度及2021年度，公司产能规模及销售规模得到提升，规模效应逐渐体现，单位产品分摊的制造费用有所下降，2022年1-6月，公司受行业淡季、春节假期等季节性影响，产销量相对较低，单位分摊的制造费用上升。2020年起公司实施新收入准则，原通过销售费用核算的运输费改为计入营业成本，单位运输成本对毛利率的影响变动较小。

### (2) 其他定制家居产品毛利率变动情况分析

报告期各期，公司其他定制家居产品毛利率分别为32.71%、31.87%、32.78%和30.03%，具体分析如下：

单位：元/m<sup>2</sup>

项目	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度
	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响（个百分点）	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响（个百分点）	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响（个百分点）	金额
单位产品价格	164.92	5.81%	3.69	155.86	4.90%	3.18	148.58	-2.76%	-1.91	152.80
单位产品成本	115.40	10.15%	-7.18	104.77	3.51%	-2.27	101.22	-1.55%	1.07	102.81
其中：直接材料	85.83	9.05%	-4.81	78.71	6.34%	-3.01	74.02	-0.52%	0.26	74.41
直接人工	11.05	2.41%	-0.18	10.79	-1.82%	0.13	10.99	3.19%	-0.23	10.65
制造费用	17.54	23.17%	-2.23	14.24	-6.82%	0.67	15.29	-13.90%	1.66	17.75
运输费用	0.98	-3.92%	0.03	1.02	10.67%	-0.06	0.92	-	-0.62	-

#### 1) 单位销售价格的变动

报告期各期，公司其他定制家居产品的单位销售价格分别为152.80元/m<sup>2</sup>、148.58元/m<sup>2</sup>、155.86元/m<sup>2</sup>和164.92元/m<sup>2</sup>。

2020年度，公司其他定制家居产品的单位销售价格下降2.76%，使该类别产品的毛利率下降1.91个百分点，主要原因系公司2020年受经济环境影响，

推出了较多折扣让利政策所致。

2021 年度，公司其他定制家居产品的单位销售价格上升 4.90%，从而使得其他定制家居产品的销售毛利率上升 3.18 个百分点，主要原因为：①公司受原材料采购价格上涨的影响，对销售端进行提价；②公司高单价的厨柜、餐厅柜和门墙等产品销售占比提升，导致其他定制家居产品单价上升；③公司调整经营战略，收回部分折扣让利政策。

2022 年 1-6 月，公司其他定制家居产品的单位销售价格上升 5.81%，主要系高单价的高定系列产品、造型设计类产品销售占比提高所致。

## 2) 单位材料成本的变动

报告期各期，公司其他定制家居产品的单位材料成本分别为 74.41 元/m<sup>2</sup>、74.02 元/m<sup>2</sup>、78.71 元/m<sup>2</sup>和 85.83 元/m<sup>2</sup>。

2020 年度，受原材料采购价格下降的影响，公司其他定制家居产品的单位耗用材料成本下降 0.52%，从而使该类别产品毛利率上升 0.26 个百分点。

2021 年度，受大宗商品市场价格上升的影响，公司采购板材、五金等主要原材料的价格有所上涨，同时受产品升级的影响，公司其他定制家居产品五金配套率提升以及采购了更多如海蒂诗、百隆等知名厂家的五金件，导致公司其他定制家居产品的单位耗用材料成本上涨 6.34%，从而使该类别产品毛利率下降 3.01 个百分点。

2022 年 1-6 月，公司材料成本随原材料采购价格上升而上升，使该类别产品毛利率下降 4.81 个百分点。

## 3) 单位人工成本与单位制造费用和单位制造费用的变动

报告期内，公司其他定制家居产品的单位人工成本略有波动，主要原因系公司生产工人工资采取计件工资制度，生产的工件类别不同，计件单价亦不同。

2019 年度至 2021 年度，公司产能规模及销售规模得到提升，生产规模效应得到体现，单位分摊的制造费用有所下降，2022 年 1-6 月，公司受季节性因素影响，其他定制家居产品产销量规模相较于去年全年小，单位分摊的制造费用较多。

2020年起公司实施新收入准则，原通过销售费用核算的运输费改为计入营业成本，单位运输成本对毛利率的影响变动较小。

#### 4、剔除运费后主要产品在经销模式下毛利率波动原因

公司坚持“大众之上、高定之下”的产品定位，客户主要以全国分布的经销商为主，终端消费者基本系有家庭装修需求的个人消费者。公司针对终端消费者的差异化需求，推出不同档次、不同产品价位的定制衣柜及其他定制家居产品。报告期内，公司主要产品的细分结构下毛利率波动原因如下：

##### （1）定制衣柜产品

报告期内，公司经销模式下定制衣柜分系列产品毛利率情况如下：

单位：万元

产品类别	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
柜体板材	18,158.50	37.37%	40,260.54	40.75%	27,092.01	38.53%	23,174.65	35.58%
其中：冰泉系列	11,546.75	37.54%	24,792.63	41.90%	17,233.66	39.64%	15,745.68	37.26%
功能系列	3,825.97	36.54%	9,049.98	39.61%	5,383.59	37.19%	3,318.69	35.78%
造型设计系列	2,785.78	34.37%	6,417.94	37.90%	4,474.76	35.90%	4,110.28	28.96%
功能五金	1,628.10	23.02%	3,512.60	22.31%	2,292.76	21.52%	2,128.41	22.32%
合计	19,786.61	36.19%	43,773.14	39.27%	29,384.77	37.21%	25,303.06	34.46%

报告期内，公司经销模式下定制衣柜产品毛利率分别为 34.46%、37.21%、39.27%和 36.19%，各年度的毛利率变动原因如下：

##### 1) 2020年度定制衣柜经销毛利率变动的原因

项目	2020年度		2019年度		对综合毛利率影响比率 (个百分点)		
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率变动对综合毛利率影响比率	结构变动对综合毛利率影响比率	合计
	①	②	③	④	⑤ = (①-③) * ④ * 100	⑥ = ① * (②-④) * 100	① = ⑤ + ⑥
柜体板材	38.53%	92.20%	35.58%	91.59%	2.79	0.15	2.94
其中：冰泉系列	39.64%	58.65%	37.26%	62.23%	1.48	-1.42	0.06

项目	2020 年度		2019 年度		对综合毛利率影响比率 (个百分点)		
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率变动 对综合毛利 率影响比率	结构变动对 综合毛利率 影响比率	合计
	①	②	③	④	⑤= (①-③) *④*100	⑥=①* (②-④) *100	①=⑤+⑥
功能系列	37.19%	18.32%	35.78%	13.12%	0.19	1.94	2.12
造型设计系列	35.90%	15.23%	28.96%	16.24%	1.13	-0.36	0.76
功能五金	21.52%	7.80%	22.32%	8.41%	-0.07	-0.13	-0.20
合计	<b>37.21%</b>	<b>100.00%</b>	<b>34.46%</b>	<b>100.00%</b>	<b>2.72</b>	<b>0.02</b>	<b>2.75</b>

2020 年度，公司定制衣柜产品毛利率提升主要系功能系列和造型设计系列产品毛利率提升所致。其中，公司当年度推出较多新款花色、款式的功能系列产品，功能系列产品主要以环保标准较高的安芯板为基材，符合消费者更加注重家居产品环保性的需求，销售收入占比从 13.12% 提升至 18.32%，使得综合毛利率提升 2.12 个百分点；造型设计系列产品由于毛利率的提升，使得综合毛利率提升 0.76 个百分点。其中，造型设计系列产品毛利率提升的原因主要系公司自建烤漆、吸塑等生产线，使得产品自产比例提高、成本下降，从而使得毛利率上升。

## 2) 2021 年度定制衣柜经销毛利率变动的原因

项目	2021 年度		2020 年度		对综合毛利率影响比率 (个百分点)		
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率变动 对综合毛利 率影响比率	结构变动对 综合毛利率 影响比率	合计
	①	②	③	④	⑤= (①-③) *④*100	⑥=①* (②-④) *100	①=⑤+⑥
柜体板材	40.75%	91.98%	38.53%	92.20%	2.07	-0.12	1.95
其中：冰泉系列	41.90%	56.64%	39.64%	58.65%	1.33	-0.84	0.48
功能系列	39.61%	20.67%	37.19%	18.32%	0.44	0.93	1.37
造型设计系列	37.90%	14.66%	35.90%	15.23%	0.30	-0.21	0.09
功能五金	22.31%	8.02%	21.52%	7.80%	0.06	0.05	0.11
合计	<b>39.27%</b>	<b>100.00%</b>	<b>37.21%</b>	<b>100.00%</b>	<b>2.14</b>	<b>-0.07</b>	<b>2.06</b>

2021 年度，公司定制衣柜经销毛利率上升 2.06 个百分点，主要系冰泉系列产品毛利率提升和功能系列产品销售占比提升综合影响。公司 2021 年新推出多

款单价较高的、具有较强设计感的新花色新款式的高定冰泉系列产品，使得毛利率有所上升。此外，主打环保性的功能系列产品受到消费者欢迎，销售占比进一步提高亦推动了毛利率上升。

### 3) 2022年1-6月定制衣柜经销毛利率变动的原因

项目	2022年1-6月		2021年度		对综合毛利率影响比率 (个百分点)		
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率变动 对综合毛利 率影响比率	结构变动对 综合毛利率 影响比率	合计
	①	②	③	④	⑤ = (①-③) *④*100	⑥ = ①* (②-④) *100	①=⑤+⑥
柜体板材	37.37%	91.77%	39.61%	91.98%	-3.62	-0.04	-3.66
其中：冰泉系列	37.54%	58.36%	41.90%	56.64%	-2.47	0.64	-1.82
功能系列	36.54%	19.34%	39.61%	20.67%	-0.63	-0.49	-1.12
造型设计系列	34.37%	14.08%	37.90%	14.66%	-0.52	-0.20	-0.72
功能五金	23.02%	8.23%	22.31%	8.02%	0.06	0.05	0.10
合计	36.19%	100.00%	39.27%	100.00%	-3.56	0.00	-3.56

2022年1-6月，公司定制衣柜经销毛利率下降3.56个百分点，主要原因系冰泉系列、功能系列和造型设计系列产品毛利率下降。由于定制产品季节性特点，公司上半年产量占全年产销量比例较低，单位定制衣柜产品的制造费用较高；此外，随着板材、五金配件等原材料成本上涨，定制衣柜产品单位成本有所上升。

### (2) 其他定制家居产品

报告期内，公司经销模式下其他定制家居产品毛利率情况如下：

单位：万元

产品类别	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
柜体板材	4,601.14	32.08%	13,413.98	36.04%	12,184.95	34.16%	12,244.03	33.90%
其中：冰泉系列	3,321.36	32.01%	8,924.36	36.49%	8,725.04	33.99%	8,618.99	35.07%
功能系列	781.01	33.75%	2,961.09	36.91%	1,791.22	35.57%	1,351.01	36.95%
造型设计系列	498.76	29.90%	1,528.53	31.73%	1,668.68	28.25%	2,274.03	27.67%
功能五金	885.51	22.92%	2,446.31	22.93%	1,783.51	21.78%	1,602.32	22.01%

产品类别	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
合计	5,486.65	30.60%	15,860.29	34.02%	13,968.46	32.58%	13,846.35	32.53%

报告期内，经销模式下其他定制家居产品毛利率分别为 32.53%、32.58%、34.02%和 30.60%，总体变动较小，具体分析如下：

### 1) 2020 年度其他定制家居产品经销毛利率变动的原因

项目	2020 年度		2019 年度		对综合毛利率影响比率 (个百分点)		
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率变动 对综合毛利 率影响比率	结构变动对 综合毛利率 影响比率	合计
	①	②	③	④	$⑤ = \frac{(①-③)}{④} * 100$	$⑥ = ① * \frac{(②-④)}{100}$	$① = ⑤ + ⑥$
柜体板材	34.16%	87.23%	33.90%	88.43%	-0.71	-0.10	-0.81
其中：冰泉系列	33.99%	62.46%	35.07%	62.25%	-0.67	0.07	-0.60
功能系列	35.57%	12.82%	36.95%	9.76%	-0.13	1.09	0.96
造型设计系列	28.25%	11.95%	27.67%	16.42%	0.10	-1.26	-1.17
功能五金	21.78%	12.77%	22.01%	11.57%	-0.03	0.26	0.23
合计	32.58%	100.00%	32.53%	100.00%	-0.74	0.16	-0.58

2020 年度，其他定制家居产品经销毛利率变动较小，各系列产品毛利率变动和结构变动对毛利率的影响互相抵消，使得其他定制家居产品经销毛利率波动较小。

### 2) 2021 年度其他定制家居产品经销毛利率变动的原因

项目	2021 年度		2020 年度		对综合毛利率影响比率 (个百分点)		
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率变动 对综合毛利 率影响比率	结构变动对 综合毛利率 影响比率	合计
	①	②	③	④	$⑤ = \frac{(①-③)}{④} * 100$	$⑥ = ① * \frac{(②-④)}{100}$	$① = ⑤ + ⑥$
柜体板材	36.04%	84.58%	28.33%	87.23%	2.15	-0.83	1.32
其中：冰泉系列	36.49%	56.27%	33.99%	62.46%	1.56	-2.26	-0.70
功能系列	36.91%	18.67%	35.57%	12.82%	0.17	2.16	2.33
造型设计系列	31.73%	9.64%	28.25%	11.95%	0.42	-0.73	-0.32

项目	2021 年度		2020 年度		对综合毛利率影响比率 (个百分点)		
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率变动 对综合毛利 率影响比率	结构变动对 综合毛利率 影响比率	合计
	①	②	③	④	⑤= (①-③) *④*100	⑥=①* (②-④) *100	①=⑤+⑥
功能五金	22.93%	15.42%	21.78%	12.77%	0.15	0.61	0.76
合计	<b>34.02%</b>	<b>100.00%</b>	<b>32.58%</b>	<b>100.00%</b>	<b>2.30</b>	<b>-0.23</b>	<b>2.07</b>

2021 年度，公司其他定制家居产品经销毛利率同比提升 2.07 个百分点，主要系功能系列产品和功能五金销售占比提升所致。功能系列产品环保性较高，受到消费者欢迎，销售占比提升，使得其他定制家居产品综合毛利率提升了 2.33 个百分点。此外，其他定制家居产品包含厨柜产品，厨房五金配套率的提升使得功能五金销售占比提高，进而使得其他定制家居产品毛利率上升 0.76 个百分点。

### 3) 2022 年 1-6 月其他定制家居产品经销毛利率变动的原因

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		对综合毛利率影响比率 (个百分点)		
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率变动 对综合毛利 率影响比率	结构变动对 综合毛利率 影响比率	合计
	②	②	③	④	⑤= (①-③) *④*100	⑥=①* (②-④) *100	①=⑤+⑥
柜体板材	32.08%	83.86%	36.04%	84.58%	-3.29	-0.29	-3.58
其中：冰泉系列	32.01%	60.54%	36.49%	56.27%	-2.52	1.37	-1.15
功能系列	33.75%	14.23%	36.91%	18.67%	-0.59	-1.50	-2.09
造型设计系列	29.90%	9.09%	31.73%	9.64%	-0.18	-0.16	-0.34
功能五金	22.92%	16.14%	22.93%	15.42%	-0.00	0.16	0.16
合计	<b>30.60%</b>	<b>100.00%</b>	<b>34.02%</b>	<b>100.00%</b>	<b>-3.29</b>	<b>-0.13</b>	<b>-3.42</b>

2022 年 1-6 月，公司其他定制家居产品毛利率较 2021 年下降 3.42 个百分点，主要是上半年处于行业淡季，产销量较低，产品分摊的固定成本相对较高；此外，随着原材料采购价格上涨，其他定制家居产品成本上升，使得冰泉系列、功能系列和造型设计系列产品毛利率均有所下降。

## 5、同类产品在直销经销下的毛利率差异及原因分析

报告期内，公司未开设直营店开展直销业务。公司产品销售以经销业务模式

为主，且经销业务模式收入占公司主营业务收入的 98%以上；其他销售模式系大宗业务模式及零散销售模式，收入占比低于 2%，具有金额小、占收入比重低和偶发性特点。该部分业务销售价格多为双方单独协商确定，毛利率波动较大，与公司长期稳定的经销业务模式的毛利率可比性较低。

## 6、公司自身业务与同行业的可比性

### （1）产品定位及原材料构成

公司同行业可比上市公司为欧派家居、索菲亚、志邦家居、皮阿诺、顶固集创、金牌厨柜、我乐家居、好莱客和尚品宅配，与公司同属于定制家居行业，主要产品包括以定制衣柜和定制厨柜为代表的定制柜类产品和定制木门、窗帘沙发等配套大家居产品，其中定制柜类产品均以板材、五金配件、封边条、包装物料等作为原材料。

### （2）业务模式及销售渠道

报告期内，公司与同行业上市公司的业务模式和销售渠道存在差异。同行业上市公司主要以经销渠道为主，大宗业务和直销业务为辅的销售模式，其中大宗业务模式和直销业务模式合计收入占比在 30%左右；此外，同行业上市公司近年来在布局全品类大家居产品战略，木门、卫浴、地板、门窗、成品寝具等产品销售收入逐年提升。而公司坚持以经销模式为主的渠道策略和以定制柜类为核心的产品战略，对以房地产客户为主的大宗工程业务和定制柜类以外的大家居业务布局较少。

综上，公司自身业务与同行业公司整体具有可比性，但不同公司具体经营策略不同导致科凡家居和同行业公司存在业务模式、销售渠道、客户结构和产品定位有所差异。

## 7、公司主营业务毛利率变动趋势与同行业毛利率变动趋势对比情况

报告期各期，公司与同行业公司的主营业务毛利率指标比较情况如下：

单位：个百分点

公司名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率

公司名称	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
索菲亚	31.54%	-1.53	33.07%	-3.43	36.50%	-0.67	37.17%
皮阿诺	29.65%	-4.09	33.74%	-0.39	34.13%	-1.90	36.03%
尚品宅配	31.49%	-0.92	32.41%	-0.30	32.71%	-8.70	41.41%
顶固集创	31.14%	-1.19	32.33%	-1.84	34.17%	-3.81	37.98%
金牌厨柜	27.60%	-1.63	29.23%	-2.65	31.88%	-3.11	34.99%
我乐家居	42.96%	1.70	41.26%	-1.12	42.38%	-1.51	43.89%
志邦家居	37.50%	0.16	37.34%	-1.58	38.92%	-0.31	39.23%
欧派家居	31.27%	-0.10	31.37%	-3.33	34.70%	-1.12	35.82%
好莱客	36.45%	1.93	34.52%	-3.13	37.65%	-3.12	40.77%
<b>算术平均值</b>	<b>33.29%</b>	<b>-0.63</b>	<b>33.92%</b>	<b>-1.97</b>	<b>35.89%</b>	<b>-2.69</b>	<b>38.59%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>33.77%</b>	<b>-2.47</b>	<b>36.24%</b>	<b>2.00</b>	<b>34.24%</b>	<b>1.18</b>	<b>33.06%</b>

报告期内，公司与同行业公司毛利率变动趋势差异的原因主要受经营策略差异、业务模式差异和细分产品结构差异的影响，具体如下：

### （1）经营策略差异

报告期内，公司与同行业公司经营策略不同使得公司与同行业上市公司毛利率变动趋势不一致，具体分析如下：

定制家居产品属于非标准化的、购买频率较低的产品，终端消费者做出购买决策时一般综合考虑品牌、设计、服务、材质和价格等多方面因素。公司始终坚持以设计为先导、致力于提高经销商营销及服务能力，满足终端客户需求的经营策略，较少通过整体产品促销降价的方式吸引消费者。报告期内，公司通过推出毛利率相对较高的高定冰泉等系列产品并加大宣传推广等营销手段，使得高毛利率产品销售占比提升，从而使得公司整体毛利率呈上升趋势。

同行业上市公司较多通过销售折扣让利经销商的策略，来提高自身产品销量，使得毛利率下降。

### （2）同行业上市公司大宗业务收入占比的提升使得毛利率下降

报告期内，同行业上市公司依靠资金优势，通过给予大宗客户一定的信用，

积极拓展大宗业务渠道业务，使得大宗业务收入占营业收入的比例增加；由于大宗业务收入的毛利率低于总体毛利率，同行业上市公司毛利率呈下降趋势，具体如下：

可比公司	2022年1-6月			2021年		
	大宗业务毛利率	收入占比	主营业务毛利率	大宗业务毛利率	收入占比	主营业务毛利率
索菲亚	14.22%	14.71%	31.54%	20.47%	15.51%	33.07%
皮阿诺	未披露	未披露	29.65%	未披露	未披露	33.74%
尚品宅配	未披露	未披露	31.49%	未披露	未披露	32.41%
顶固集创	22.42%	32.45%	31.14%	22.50%	29.08%	32.33%
金牌厨柜	未披露	未披露	27.60%	13.33%	33.86%	29.23%
我乐家居	未披露	7.86%	42.96%	25.02%	18.92%	41.32%
志邦家居	未披露	未披露	37.50%	38.49%	33.95%	37.34%
欧派家居	未披露	未披露	31.27%	30.80%	18.23%	31.37%
好莱客	38.17%	24.58%	36.45%	34.36%	22.52%	34.52%
算数平均值	<b>24.94%</b>	<b>19.90%</b>	<b>33.29%</b>	<b>26.43%</b>	<b>24.58%</b>	<b>33.93%</b>
科凡家居	<b>18.04%</b>	<b>0.06%</b>	<b>33.77%</b>	<b>6.42%</b>	<b>0.83%</b>	<b>36.24%</b>
可比公司	2020年			2019年		
	大宗业务毛利率	收入占比	主营业务毛利率	大宗业务毛利率	收入占比	主营业务毛利率
索菲亚	未披露	未披露	36.50%	未披露	未披露	37.17%
皮阿诺	未披露	未披露	34.13%	未披露	未披露	36.03%
尚品宅配	未披露	未披露	32.71%	未披露	未披露	41.41%
顶固集创	未披露	未披露	34.17%	未披露	未披露	37.98%
金牌厨柜	18.54%	34.28%	31.88%	19.95%	24.10%	34.99%
我乐家居	26.65%	24.61%	42.44%	25.41%	18.09%	43.83%
志邦家居	41.54%	31.89%	38.92%	42.03%	22.21%	39.23%
欧派家居	32.70%	18.49%	34.70%	34.63%	16.18%	35.82%
好莱客	29.60%	5.78%	37.65%	28.99%	0.53%	40.77%
算数平均值	<b>29.80%</b>	<b>23.01%</b>	<b>35.90%</b>	<b>30.20%</b>	<b>16.22%</b>	<b>38.58%</b>
科凡家居	<b>27.32%</b>	<b>0.59%</b>	<b>34.24%</b>	<b>28.65%</b>	<b>0.87%</b>	<b>33.06%</b>

注：部分同行业上市公司未披露分模式毛利率或分模式收入占比

报告期内，同行业公司大宗业务收入占比分别为 16.22%、23.01%、24.58% 和 19.90%，大宗业务毛利率分别为 30.20%、29.80%、26.43% 和 24.94%，主营业务毛利率分别为 38.58%、35.90%、33.93% 和 33.29%。由于大宗业务毛利率偏低，随着大宗业务收入占比的提升，同行业公司毛利率呈下降趋势。公司的大宗业务收入占比在 1% 以内，大宗业务对公司整体毛利率影响较小。

### （3）同行业上市公司大家居业务收入占比提升使得毛利率下降

报告期内，同行业上市公司均开展了大家居业务，具体如下：

公司名称	大家居业务描述
索菲亚	出了 7 大品类、8+1 空间整体解决方案，包括全屋定制、整厨定制、整屋木门、整屋墙板、整屋家具、整屋地板以及整屋电器，以行业更全的品类生态，行业更高的产品标准，为消费者提供更加完整的家居空间解决方案。
皮阿诺	公司专业从事中高端定制橱柜、衣柜、门墙及其配套家居产品的研发、设计、生产、销售、安装与售后等服务，致力于通过独创设计为消费者提供个性化、定制化的大家居解决方案，为客户打造个性、时尚、完备，更舒适、更美好的居住环境。
尚品宅配	通过从前端所见即所得的设计，实现家装、家装主辅材、全屋定制家具及配套家居产品、装配式背景墙、软装配饰、电器等家居全品类的一站式配齐，致力于为消费者提供全屋整装、全屋定制、全屋配套等一体化服务
顶固集创	经过多年来的专注与发展，公司现有收纳系统（衣柜、玄关柜、阳台柜、浴室柜等）、厨柜系统、民用五金系统、商业五金系统、智能系统（智能锁、智能晾衣架、智能毛巾架、智能马桶等）、木门系统（木门、生态门）、门窗系统（吊滑门、门窗）等七大品类。
金牌厨柜	品类方面，厨柜是公司的核心成熟业务，衣柜、木门、工程作为成长型业务，厨电、智能家居、家品、整装等作为培育型业务，未来做大规模的同时，加强多品类协同。
我乐家居	公司主打原创设计、寻求极致美家，为客户提供全屋+厨柜+门墙+配套家居+软装商品的一站式定制解决方案。
志邦家居	公司主营业务品类包括定制厨柜、定制衣柜、木门墙板及厨用电器、软体家具、定制窗帘等全屋产品。
欧派家居	公司由定制橱柜起步，并从橱柜向全屋产品延伸，覆盖整体厨房、整体衣柜（全屋定制）、整体卫浴、定制木门系统、金属门窗、软装、家具配套等整体家居产品。
好莱客	公司自 2019 年提出大家居战略，产品品类从衣柜逐步拓展增加橱柜、木门、成品配套等，以满足消费者全品类一站式购齐需求。

同行业上市公司在定制柜类的基础上，逐步开展了木门、门窗、软装家具、地板、电器、家具配套、整装配套等多个品类的大家居产品，公司与同行业上市公司除定制柜类以外的大家居产品销售占比及毛利率对比情况如下：

公司	产品品类	2022年1-6月		2021年度	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
好莱客	木门、成品配套、门窗	34.12%	31.71%	30.83%	31.66%
欧派家居	卫浴、木门、其他	未披露	未披露	18.78%	12.13%
志邦家居	木门	未披露	未披露	13.04%	3.49%
我乐家居	-	未披露	未披露	未披露	未披露
金牌橱柜	木门、其他	未披露	未披露	5.34%	2.97%
顶固集创	精品五金、定制生态门	26.97%	45.26%	34.32%	6.43%
尚品宅配	配套家居产品、整装业务产品	23.19%	12.91%	24.97%	25.39%
皮阿诺	门墙	29.30%	1.92%	30.27%	1.01%
索菲亚	木门、家具家品、其他	14.93%	5.61%	14.46%	6.33%
<b>算术平均值</b>		<b>25.70%</b>	<b>19.48%</b>	<b>21.50%</b>	<b>11.18%</b>
科凡家居	成品家居及其他	<b>16.38%</b>	<b>3.12%</b>	<b>16.45%</b>	<b>3.18%</b>
公司	产品品类	2020年度		2019年度	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
好莱客	木门、成品配套、门窗	24.14%	11.55%	12.37%	8.00%
欧派家居	卫浴、木门、其他	20.04%	18.43%	22.85%	15.01%
志邦家居	木门	15.98%	1.18%	-3.62%	0.96%
我乐家居	-	未披露	未披露	未披露	未披露
金牌橱柜	木门、其他	3.66%	1.58%	11.28%	0.38%
顶固集创	精品五金、定制生态门	35.52%	6.22%	34.56%	4.66%
尚品宅配	配套家居产品、整装业务产品	21.93%	22.74%	26.42%	22.78%
皮阿诺	门墙	30.06%	0.53%	-	-
索菲亚	木门、家具家品、其他	12.66%	4.86%	15.93%	8.08%
<b>算术平均值</b>		<b>20.50%</b>	<b>8.39%</b>	<b>17.11%</b>	<b>8.55%</b>
科凡家居	成品家居及其他	<b>14.98%</b>	<b>3.24%</b>	<b>15.87%</b>	<b>4.05%</b>

报告期内，同行业上市公司大家居产品销售占比分别为 8.55%、8.39%、11.18%和 19.48%，大家居产品毛利率分别为 17.11%、20.50%、21.50%和 25.70%，大家居产品毛利率低于综合毛利率。由于同行业公司大家居产品销售占比提升，且大家居业务产品销售毛利率显著低于定制柜类产品毛利率，使得同

行业公司综合毛利率呈下降趋势。此外，部分同行业上市公司未将全部大家居产品单独列示，而是将成品配套等大家居产品收入归类至定制柜类产品中进行披露，成品配套家居等相对低毛利产品配套率的提升，使得其综合毛利率呈下降趋势。

由于公司大家居类产品销售占比较低，对公司整体毛利率影响较小，使得公司与同行业上市公司毛利率变动趋势不一致。

## 8、公司与同行业公司同类产品毛利率对比情况

报告期内，公司与同行业公司同类产品毛利率对比情况如下：

可比公司	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
索菲亚	33.98%	82.97%	35.71%	79.95%	40.44%	80.58%	40.49%	80.78%
皮阿诺	30.39%	41.04%	33.97%	33.02%	33.68%	28.20%	33.21%	27.08%
尚品宅配	32.64%	73.66%	34.58%	71.61%	35.12%	73.75%	44.80%	73.56%
顶固集创	34.59%	54.74%	34.73%	56.40%	32.98%	62.17%	38.84%	63.16%
金牌厨柜	未披露	未披露	28.90%	23.67%	29.65%	19.17%	26.83%	14.58%
我乐家居	未披露	未披露	46.20%	56.39%	47.26%	46.77%	47.49%	45.45%
志邦家居	未披露	未披露	34.43%	36.18%	33.40%	30.98%	31.62%	25.51%
欧派家居	未披露	未披露	32.19%	50.49%	39.95%	39.78%	39.91%	38.65%
好莱客	38.67%	60.55%	37.22%	61.96%	40.53%	82.02%	43.79%	88.81%
<b>算数平均值</b>	<b>34.05%</b>	<b>62.59%</b>	<b>35.33%</b>	<b>52.19%</b>	<b>37.00%</b>	<b>51.49%</b>	<b>38.55%</b>	<b>50.84%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>34.33%</b>	<b>96.88%</b>	<b>36.89%</b>	<b>96.82%</b>	<b>34.88%</b>	<b>96.76%</b>	<b>33.78%</b>	<b>95.95%</b>

公司主要产品为定制柜类产品，包括定制衣柜和其他定制家居产品，均以板材为最主要原材料。同行业上市公司一般将与公司相同类型的产品归类为衣柜产品。因此，公司将同行业上市公司衣柜类产品毛利率和公司定制柜类产品毛利率作为同类产品进行对比分析。

报告期内，公司定制柜类产品的毛利率分别为 33.78%、34.88%、36.89% 和 34.33%，同行业上市公司衣柜产品的平均毛利率分别为 38.55%、37.00%、35.33% 和 34.05%。公司毛利率水平与同行业上市公司平均毛利率水平不存在显著差异。在毛利率变动趋势上，除志邦家居外，公司与其他同行业上市公司存在

一定差异，主要原因系在经营模式和产品策略上存在差异。公司以经销模式为主，而同行业上市公司通常使用全渠道的渠道战略。此外，公司主要实施定制柜类产品为主的产品策略，而同行业公司采用全品类配套的产品策略，其衣柜产品一般还包含毛利较低的成品配套产品。

综上，公司毛利率水平与同行业上市公司同类产品毛利率水平不存在显著差异，毛利率变动趋势存在一定差异主要系经营策略不同所致，具有商业合理性。

#### （四）报告期内利润主要来源及可能影响发行人盈利能力持续性和稳定性的主要因素

##### 1、报告期内利润的主要来源

报告期内，公司利润的主要构成如下：

单位：万元

产品类别	2022年1-6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	<b>8,852.09</b>	<b>98.44%</b>	<b>22,570.35</b>	<b>98.66%</b>	<b>15,480.14</b>	<b>98.45%</b>	<b>13,630.21</b>	<b>97.75%</b>
定制衣柜	7,060.32	78.52%	16,915.89	73.95%	10,717.60	68.16%	8,777.05	62.94%
其他定制家居产品	1,657.60	18.43%	5,329.15	23.30%	4,543.39	28.89%	4,587.95	32.90%
成品家居	113.95	1.27%	301.79	1.32%	197.46	1.26%	242.34	1.74%
其他	20.22	0.22%	23.53	0.10%	21.69	0.14%	22.87	0.16%
其他业务毛利	<b>140.15</b>	<b>1.56%</b>	<b>305.62</b>	<b>1.34%</b>	<b>244.30</b>	<b>1.55%</b>	<b>313.84</b>	<b>2.25%</b>
综合毛利	<b>8,992.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>22,875.97</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,724.44</b>	<b>100.00%</b>	<b>13,944.04</b>	<b>100.00%</b>
营业利润	<b>2,422.16</b>	<b>107.45%</b>	<b>10,524.77</b>	<b>100.87%</b>	<b>5,514.78</b>	<b>101.93%</b>	<b>4,605.82</b>	<b>99.86%</b>
营业外收支净额	<b>-167.89</b>	<b>-7.45%</b>	<b>-90.71</b>	<b>-0.87%</b>	<b>-104.53</b>	<b>-1.93%</b>	<b>6.41</b>	<b>0.14%</b>
利润总额	<b>2,254.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,434.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,410.25</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,612.23</b>	<b>100.00%</b>

注：上表中“主营业务毛利”与“其他业务毛利”占比为其在“综合毛利”中占比，“营业利润”与“营业外收支净额”占比为其在利润总额中占比。

报告期内，公司实现的利润主要来自于营业利润，而营业利润主要来源于主营业务。报告期各期，公司主营业务毛利占综合毛利的比例分别为 97.75%、98.45%、98.66%和 98.44%，占比均达 97%以上。其中，定制衣柜产品和其他定制家居产品贡献了综合毛利的 95.85%、97.05%、97.24%和 96.95%，是公司

利润的主要来源。

## 2、可能影响发行人盈利能力持续性和稳定性的主要因素

根据目前的经营模式和生产、销售能力，公司在未来几年内可以保持盈利能力的持续性与稳定性，但下列因素对确保公司长远稳定发展将产生重要影响。

### （1）下游市场需求的稳定增长

近十年来，我国定制家居行业高速发展，未来定制家居行业随着我国城镇化进程加快、城镇居民消费水平提升和房地产市场的长期健康发展进一步增长，市场潜力巨大，具体分析如下：

1）根据国家统计局数据，2013年至2022年，我国常住人口城镇化率（城镇常住人口占总人口比重）从54.49%提高到65.22%，但相较于主要发达国家接近80%的城镇化率，我国城镇化水平仍存在一定的差距。未来，我国城乡融合发展、农业转移人口进城落户将刺激新房装修的需求，进而为定制家居行业提供更为广阔的市场空间；

2）根据国家统计局数据，2013年至2022年，我国城镇居民人均消费支出从18,488元增长到30,391元。在城镇居民可支配收入仍将逐年提高的宏观预期下，人民对美好生活的需要日益增长，具有个性化定制特征，能满足消费者个性化设计及个性化需求的定制家居产品更能受到消费者青睐，为定制家居行业的快速发展奠定基础；

3）2001年以来，我国商品房销售面积快速增长，即使在“房住不炒”的房地产调控政策下，房地产住宅新开工施工面积仍保持在较高水平，新房带来的装修需求依旧旺盛；此外，随着商品房市场的发展，我国存量商品房住宅面积迅速上升，存量房面积的增加带来的旧房装修需求未来有望成为家居需求的主要驱动力。

### （2）营销支持和市场开拓能力的不断提升

公司销售收入主要通过经销商实现，因此，提高经销商平均收入以及开拓新经销商是公司销售收入持续增长、盈利能力持续增强的关键。公司已拥有一支经验丰富的运营支持培训团队，持续为经销商赋能，为不同的经销商根据其所在地

的居民消费水平、文化习惯、竞争对手等地区特点制定针对性的帮扶策略，使得经销商门店的选址和营销策略等运营决策更为科学合理，进而使公司产品能更好地满足消费者的需求。报告期内，公司经销商数量从2020年初的640家增长到2022年6月末的930家，公司丰富的渠道建设经验和市场开拓能力为公司收入持续增长奠定了坚实的基础。

本次募集资金投资项目的实施中，将在全国多个重点城市进行城市展厅建设并针对各个区域的市场特点进行针对性的广告代言和媒介推广等活动，扩大品牌知名度，进一步巩固并加强公司的营销渠道，提升服务水平和质量，扩大销售规模 and 市场份额，提高公司的市场竞争力。

### （3）产品和服务的创新以及供应能力的提升

在购买定制家居的决策过程中，消费者会重点关注定制家居产品的整体美感、产品细节和交付速度。对此，公司在产品设计保持较高审美的基础上，坚持以人为本、注重细节的设计理念，把握终端消费者需求的趋势，持续开发、创新更具人性化的家居产品，不断提升消费者的使用体验。此外，公司通过信息化与工业化相结合的方式实现了柔性化规模生产，不断提高自动化、智能化水平，从而缩短生产周期，提高交付效率。

本次募集资金投资项目的实施拟新建生产基地，对定制衣柜及其他定制家居产品进行扩产，突破产能瓶颈，进一步提高交付效率；此外，公司将研发中心升级扩建，将有利于公司进一步提升研发设计实力和工艺创新能力。

### （五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	3,254.26	12.33%	6,243.23	9.97%	4,125.16	9.07%	4,360.23	10.48%
管理费用	2,367.51	8.97%	4,801.64	7.67%	4,288.48	9.42%	3,138.12	7.54%
研发费用	1,117.10	4.23%	2,469.13	3.94%	2,432.23	5.35%	1,773.62	4.26%
财务费用	-48.46	-0.18%	-132.27	-0.21%	52.71	0.12%	144.95	0.35%

期间费用合计	6,690.41	25.35%	13,381.73	21.37%	10,898.59	23.96%	9,416.92	22.64%
--------	----------	--------	-----------	--------	-----------	--------	----------	--------

报告期内，公司与同行业公司期间费用率比较情况如下：

可比公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	21.53%	20.15%	19.39%	20.39%
皮阿诺	20.94%	16.24%	15.89%	20.32%
尚品宅配	39.33%	32.15%	31.81%	33.61%
顶固集创	26.64%	24.99%	30.14%	28.55%
金牌厨柜	25.11%	21.38%	21.65%	24.55%
我乐家居	37.87%	32.13%	25.16%	29.64%
志邦家居	27.83%	24.49%	26.25%	25.55%
欧派家居	18.72%	16.19%	18.81%	20.85%
好莱客	22.56%	20.99%	22.90%	22.22%
算术平均值	26.73%	23.19%	23.56%	25.08%
科凡家居	25.35%	21.37%	23.96%	22.64%

报告期内，公司期间费用占营业收入的比例分别为 22.64%、23.96%、21.37% 和 25.35%，总体较为稳定。

2019 年度，公司期间费用率略低于同行业上市公司平均水平，主要原因系 2019 年度销售费用率较低所致。2020 年度和 2021 年度，期间费用率与已披露数据的同行业上市公司期间费用率较为接近。

公司期间费用的变化与外部经济环境及公司实际经营情况相符合，期间费用占营业收入比例处于较为合理的水平。

## 1、销售费用

### （1）销售费用构成与变动情况

报告期内，公司销售费用构成与变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6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	2,199.60	67.59%	4,086.69	65.46%	2,423.48	58.75%	2,367.79	54.30%

项目	2022年1-6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
宣传推广费	567.96	17.45%	911.85	14.61%	635.74	15.41%	958.50	21.98%
办公差旅费	271.47	8.34%	751.89	12.04%	641.37	15.55%	523.57	12.01%
运输费用	-	-	-	-	-	-	219.50	5.03%
租赁装修费	131.22	4.03%	339.32	5.44%	325.65	7.89%	183.65	4.21%
折旧与摊销费	36.10	1.11%	65.75	1.05%	61.79	1.50%	29.20	0.67%
其他费用	47.91	1.47%	87.74	1.41%	37.13	0.90%	78.03	1.79%
合计	<b>3,254.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,243.23</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,125.16</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,360.23</b>	<b>100.00%</b>
占营业收入的比例	<b>12.33%</b>		<b>9.97%</b>		<b>9.07%</b>		<b>10.48%</b>	

公司销售费用主要包括职工薪酬、宣传推广费和办公差旅费。报告期内，上述费用合计占当年销售费用的88.29%、89.71%、92.11%和93.39%。

报告期内，销售费用中职工薪酬分别为2,367.79万元、2,423.48万元、4,086.69万元和2,199.60万元，占销售费用的比例分别为54.30%、58.75%、65.46%和67.59%，销售人员职工薪酬逐年增加主要是随着公司规模不断扩大，销售人员数量增加及薪酬结构调整所致。

报告期内，公司宣传推广费主要为展会费、广告宣传费、网络推广费、市场活动费和物料支持费等。具体内容及业务背景情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	业务背景
展会费	94.09	293.71	170.38	414.45	公司定期或不定期参加家居展会活动，委托服务商提供展会预定、展会广告等服务
广告宣传费	311.98	251.44	71.31	106.58	公司委托服务商在高铁站、高速公路广告牌、车辆车身等线下场景提供广告投放等服务
网络推广费	56.07	211.19	214.33	292.66	公司通过互联网平台开展品牌推广、品牌招商等活动，由服务商提供线上解决方案及搜索推广等服务
市场活动费	68.87	70.06	92.26	119.35	公司通过举办线下品牌推介会、交流会等市场活动拓展潜在经销商和终端消费者
物料支持费	23.80	79.22	78.42	22.08	企业给予经销商的一些低值易耗品、小样品，用于产品展

项目	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	业务背景
					示及推广
其他	13.14	6.22	9.04	3.38	包括拍摄费、展示设计费等
<b>合计</b>	<b>567.96</b>	<b>911.85</b>	<b>635.74</b>	<b>958.50</b>	

2020年度，公司宣传推广费有所减少，主要系受经济环境影响，公司线下展会推广、线下广告宣传支出减少。

2021年度，公司宣传推广费有所增长，主要系公司为抓住家居装修需求复苏的有利市场机遇、扩大品牌影响力，加大了线下展会、线下品牌广告投入力度，包括在高铁站进行广告投放等，因此公司广告宣传费有所增加。

办公差旅费主要为公司营销人员进行经销商运营支持、客户拓展等工作产生的交通、住宿费用。报告期内，公司积极拓展国内市场，完善全国布局的经销商网络，营业收入逐年增长，办公差旅费变动趋势与营业收入变动趋势基本一致。

报告期内，公司销售费用中办公差旅费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
差旅交通费	231.45	606.02	522.11	383.44
培训会议费	23.91	117.23	96.12	115.28
办公费	16.11	28.65	23.14	24.85
<b>合计</b>	<b>271.47</b>	<b>751.89</b>	<b>641.37</b>	<b>523.57</b>

报告期内，随着公司营业收入的增长，销售费用中的办公差旅费呈逐年上升趋势。2022年 1-6月，公司办公差旅费数额较小，主要系公司存在季节性销售特点，业务活动通常集中于下半年，因此差旅交通费及培训会议费用主要在下半年产生。

公司建立了费用报销相关的内部控制制度。公司员工在报销费用时需通过相应权限的负责人及财务部门的审核，日常的差旅费、交通费、办公费等报销内容需符合实际业务情况，报销的发票需合法取得。报告期内，公司办公及差旅费等费用所列用途与实际使用情况一致，公司不存在通过该项费用向经销商提供补贴等经济资助的情形。

总体而言，公司的销售政策较为完善，销售费用支出控制合理，报告期内，公司销售费用使用效率较高。

## （2）与同行业公司销售费用率的比较

### 1) 整体销售费用率情况

报告期内，公司与同行业公司的销售费用率情况如下表所示：

可比公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	10.73%	9.70%	9.17%	9.96%
皮阿诺	12.15%	9.92%	8.59%	14.16%
尚品宅配	26.66%	24.13%	24.28%	27.16%
顶固集创	12.03%	12.47%	15.51%	13.64%
金牌厨柜	13.38%	11.76%	11.78%	15.91%
我乐家居	25.99%	22.29%	18.07%	22.22%
志邦家居	16.59%	14.66%	14.93%	15.62%
欧派家居	8.43%	6.78%	7.78%	9.68%
好莱客	10.65%	9.47%	10.89%	13.52%
算术平均值	<b>15.18%</b>	<b>13.46%</b>	<b>13.44%</b>	<b>15.76%</b>
科凡家居	<b>12.33%</b>	<b>9.97%</b>	<b>9.07%</b>	<b>10.48%</b>

报告期内，公司销售费用率低于同行业可比公司平均水平，主要原因系：公司销售收入主要通过经销模式实现，同行业上市公司主要采取经销、大宗业务和直营相结合的模式。如尚品宅配系以直营店为主的销售模式，其销售费用率相对较高，提高了同行业上市公司的平均销售费用率。此外，公司宣传推广费用率较低，使得整体销售费用率低于同行业可比公司。

### 2) 宣传推广费用率

报告期内，公司与同行业上市公司的宣传推广费用率情况如下表所示：

可比公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	3.29%	2.47%	3.08%	3.57%
皮阿诺	0.22%	1.59%	0.92%	0.97%

可比公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
尚品宅配	5.31%	6.11%	6.96%	6.87%
顶固集创	3.04%	4.09%	5.71%	2.82%
金牌厨柜	2.56%	2.36%	1.86%	3.97%
我乐家居	2.74%	3.32%	4.28%	6.54%
志邦家居	8.84%	8.57%	8.80%	8.13%
欧派家居	2.93%	2.48%	2.44%	3.00%
好莱客	2.38%	2.84%	4.26%	4.39%
<b>算术平均值</b>	<b>3.48%</b>	<b>3.76%</b>	<b>4.26%</b>	<b>4.47%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>2.15%</b>	<b>1.46%</b>	<b>1.40%</b>	<b>2.30%</b>

报告期内，公司宣传推广费率低于同行业上市公司平均水平，主要原因系公司在报告期内未进行大规模的品牌广告宣传，现阶段的品牌推广主要依靠公司的优质、稳定的产品带来的市场口碑和丰富行业经验的营销团队。

### 3) 销售人员薪酬率

报告期内，公司与同行业公司的销售人员薪酬率情况如下表所示：

可比公司名称	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	4.79%	3.62%	3.48%
皮阿诺	5.72%	5.44%	4.92%
尚品宅配	13.01%	12.40%	11.50%
顶固集创	5.59%	7.30%	6.76%
金牌厨柜	6.24%	6.44%	7.37%
我乐家居	10.71%	8.13%	8.95%
志邦家居	4.36%	4.30%	4.63%
欧派家居	3.00%	3.92%	4.23%
好莱客	3.74%	4.08%	3.91%
<b>算术平均值</b>	<b>6.35%</b>	<b>6.18%</b>	<b>6.20%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>6.53%</b>	<b>5.33%</b>	<b>5.69%</b>

2019年度和2020年度，公司销售人员薪酬率略低于同行业上市公司平均

水平。2021 年度，随着公司业务规模提高，公司销售人员数量增加，销售人员待遇亦有所提高，公司销售人员薪酬率略高于同行业上市公司平均值。

## 2、管理费用

### （1）管理费用构成与变动情况

报告期内，公司管理费用构成与变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
职工薪酬及福利费	1,214.28	51.29%	2,277.22	47.43%	1,774.22	41.37%	1,799.73	57.35%
股权激励费用	565.83	23.90%	1,053.81	21.95%	965.75	22.52%	57.98	1.85%
办公及差旅费	166.47	7.03%	379.44	7.90%	370.33	8.64%	326.82	10.41%
专业服务费	119.26	5.04%	425.49	8.86%	419.05	9.77%	297.17	9.47%
折旧与摊销费	165.60	6.99%	342.6	7.14%	373.66	8.71%	265.80	8.47%
租赁装修费	65.51	2.77%	198.92	4.14%	270.04	6.30%	299.75	9.55%
其他费用	70.56	2.98%	124.16	2.59%	115.45	2.69%	90.87	2.90%
合计	<b>2,367.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,801.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,288.48</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,138.12</b>	<b>100.00%</b>
占营业收入的比例	<b>8.97%</b>		<b>7.67%</b>		<b>9.42%</b>		<b>7.54%</b>	

报告期各期，公司管理费用分别为 3,138.12 万元、4,288.48 万元、4,801.64 万元和 2,367.51 万元，占营业收入的比例分别为 7.54%、9.42%、7.67%和 8.97%。公司管理费用主要为职工薪酬和股权激励费用。

报告期内，公司管理人員工资薪酬总额整体呈上涨趋势。2020 年度管理人員工资薪酬总额同比略有下降，主要系受经济环境影响，公司当年度未安排户外培训、素质拓展等团建活动，因此福利费支出减少；2021 年度，公司综合管理需求随着业务规模的扩大而增加，管理人員数量相应增加，公司亦适当提高了管理人員整体薪酬水平，使得管理人員工资薪酬总额保持增长趋势。

报告期内，公司股权激励费用分别为 57.98 万元、965.75 万元、1,053.81 万元和 565.83 万元，占管理费用比例分别为 1.85%、22.52%、21.95%和 23.90%，具体情况如下：

1) 2019年12月，公司为引进总经理王飏而对其进行股权激励，王飏以1元/股出资，直接和间接持有公司16.50%股权。

根据王飏签署的增资协议约定，王飏上述持股的锁定期为自直接或间接持有公司的股权之日起至公司上市后36个月。若王飏在锁定期内减持，公司实际控制人或其指定人员将按照原价赎回，且公司预计本次发行于2023年5月完成，故公司将其持有股权的公允价值与入股价格的差额4,522.48万元作为股份支付费用，自股权授予之日起至2026年5月进行分摊，计入管理费用。

报告期内，上述股权激励费用确认情况如下：

单位：万元

年度	王飏2019年12月被授予股权的激励费用
2019年度	57.98
2020年度	695.77
2021年度	695.77
2022年1-6月	347.88

2) 公司于2020年4月和10月分别授予给王飏0.96%和1.32%的股权，根据增资协议约定，王飏上述持股的锁定期为自直接或间接持有公司的股权之日起至公司上市后36个月。因此，公司将公允价值与入股价格的差额546.34万元作为股份支付费用，相关股权激励费用自授予之日起至2026年5月进行分摊并计入管理费用。

此外，公司2020年4月向何婉童等5名核心骨干授予合计3.40%股权。其中，公司对何婉童的股权激励未约定服务期，因此相关股份支付费用109.65万元于2020年度一次性确认；公司对其他4名核心骨干已约定5年服务期，公司将公允价值与入股价格的差额822.27万元作为股份支付费用，相关股权激励费用自授予之日起按5年进行分摊并计入管理费用。

报告期内，上述股权激励费用确认情况如下：

单位：万元

年度	王飏2020年度被授予股权的激励费用	何婉童等5人2020年度被授予股权的激励费用
2020年度	50.71	219.27

2021 年度	103.63	164.45
2022 年 1-6 月	46.68	82.23

注：王飏分别于 2021 年 6 月、2022 年 3 月将其持有的 23.3 万股、1 万股珠海泽惠财产份额转让给其他员工，故相应冲减其原拟在股权转让后的期间分摊计提的股份支付费用。

3) 2021 年 4 月，公司通过员工持股平台珠海泽惠向仇日初等 30 位核心骨干授予 2.41% 股权并约定服务期至公司上市后 3 年，公司将公允价值与入股价格的差额 899.52 万元作为股份支付费用，相关股权激励费用股权授予之日起至 2026 年 5 月进行分摊并计入管理费用。

报告期内，上述股权激励费用确认情况如下：

单位：万元

年度	仇日初等 30 人 2021 年度被授予股权的激励费用
2021 年度	89.95
2022 年 1-6 月	89.95

4) 2022 年 3 月，公司通过员工持股平台珠海泽惠向核心骨干夏建兵授予 0.10% 股权并约定服务期至公司上市后 3 年，公司将公允价值与入股价格的差额 63.41 万元作为股份支付费用，相关股权激励费用股权授予之日起至 2026 年 5 月进行分摊并计入管理费用。同月，被授予股权的员工李旭从公司离职并从珠海泽惠退伙，其原累计确认的股份支付费用予以转回。

## （2）办公及差旅费

报告期内，公司管理费用中办公及差旅费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
办公费	48.71	83.18	86.94	91.06
差旅交通费	48.50	121.01	151.30	121.88
会务活动费	61.66	131.94	82.97	70.22
其他	7.60	43.30	49.12	43.67
合计	166.47	379.44	370.33	326.82

2020 年度，公司管理费用中的差旅交通费有所增长，主要系在经济环境影响下，公司为保障员工健康安全及生产经营正常运行，鼓励员工采用非公共交通

工具出行办公，因此，差旅费用有所增加。2021年度，公司员工恢复常规出行方式，差旅费用有所回落。

2021年度，公司会务活动费有所增加，主要系公司全面启动上市筹备工作，相关尽职调查中发生的费用增加所致。

报告期内，管理费用中的办公及差旅费主要系公司管理层及行政管理人员进行商业活动洽谈、企业学习交流等活动而产生的车辆租赁费、交通费等，保持较为稳定的增长趋势。公司建立了费用报销相关的内部控制制度。公司员工在报销费用时需通过相应权限的负责人及财务部门的审核，日常的差旅费、交通费、办公费等报销内容需符合实际业务情况，报销的发票需合法取得。报告期内，公司办公及差旅费等费用所列用途与实际使用情况一致，公司不存在通过该项费用向经销商提供补贴等经济资助的情形。

### （3）与同行业公司管理费用率的比较

报告期各期，公司与同行业可比上市公司的管理费用率情况如下表所示：

可比公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	6.81%	7.01%	7.32%	7.69%
皮阿诺	4.55%	3.16%	3.73%	3.47%
尚品宅配	7.41%	5.07%	5.09%	4.62%
顶固集创	9.18%	8.46%	9.72%	10.71%
金牌厨柜	5.58%	4.65%	5.10%	3.87%
我乐家居	7.89%	5.62%	4.07%	4.29%
志邦家居	5.86%	4.50%	5.36%	5.67%
欧派家居	6.47%	5.54%	6.52%	6.94%
好莱客	5.90%	5.49%	6.20%	4.55%
<b>算术平均值</b>	<b>6.63%</b>	<b>5.50%</b>	<b>5.90%</b>	<b>5.76%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>8.97%</b>	<b>7.67%</b>	<b>9.42%</b>	<b>7.54%</b>
<b>科凡家居（剔除股份支付费用）</b>	<b>6.83%</b>	<b>5.98%</b>	<b>7.31%</b>	<b>7.41%</b>

报告期内，公司管理费用率高于同行业可比上市公司管理费用率平均值；公司剔除股份支付费用后的管理费用率处于同行业可比上市公司区间内，略高于同

行业可比上市公司的平均值，主要原因系：1）公司业务目前处于快速发展期，营业收入基数较低，规模效应较小；2）公司目前在佛山顺德的生产经营基地为租赁场所，租赁费用相对较高。

### 3、研发费用

#### （1）研发费用构成与变动情况

报告期内，公司研发费用构成与变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6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
物料消耗	547.27	48.99%	1,300.50	52.67%	1,287.62	52.94%	925.40	52.18%
职工薪酬	511.88	45.82%	1,057.58	42.83%	1,045.04	42.97%	759.89	42.84%
折旧及摊销费用	52.71	4.72%	104.30	4.22%	91.04	3.74%	60.07	3.39%
其他	5.24	0.47%	6.76	0.27%	8.54	0.35%	28.26	1.59%
<b>合计</b>	<b>1,117.10</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,469.13</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,432.23</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,773.62</b>	<b>100.00%</b>

公司研发费用主要为研发物料消耗和研发人员薪酬。报告期内，研发直接材料和研发人员薪酬合计金额占当年研发费用的比例分别为 95.02%、95.91%、95.50%和 94.81%。公司作为高新技术企业，拥有完整的技术开发体系，重视新产品、新技术、新工艺的持续创新和研发，研发投入逐年增加。

公司对研发相关支出按照相应的明细账科目进行归集和分配。针对研发材料支出，研发人员在领用时，需要注明材料用途及研发项目，财务部门依据审批的研发领料单中注明的项目，将材料归集至具体项目；研发人员薪酬依据研发立项人员进行分配，若存在同一人员参与多个研发项目或非专职研发人员从事研发项目时，公司会依据相应人员的工时进行分摊；折旧摊销费用依据相应资产的折旧政策计提折旧，折旧金额依据研发工时进行分摊，该部分金额占研发费用整体金额比重较低。

研发费用对应研发项目的整体预算、费用支出、实施进度等情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“八、发行人的技术及研发情况”之“四、各期具体的研发项目、研发投入及进展、研发产出情况。”

## （2）与同行业公司研发费用率的比较

报告期内，公司与同行业公司的研发费用率情况如下表所示：

可比公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	3.27%	2.79%	2.48%	2.41%
皮阿诺	3.88%	2.83%	3.07%	2.54%
尚品宅配	3.67%	2.54%	2.40%	1.87%
顶固集创	4.77%	3.60%	4.68%	4.04%
金牌厨柜	6.31%	5.13%	5.08%	4.89%
我乐家居	3.48%	3.62%	2.78%	3.09%
志邦家居	5.77%	5.46%	5.88%	4.54%
欧派家居	5.06%	4.44%	4.74%	4.74%
好莱客	4.73%	4.87%	4.73%	3.92%
<b>算术平均值</b>	<b>4.55%</b>	<b>3.92%</b>	<b>3.98%</b>	<b>3.56%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>4.23%</b>	<b>3.94%</b>	<b>5.35%</b>	<b>4.26%</b>

报告期内，公司研发费用率与同行业上市公司研发费用率较为接近，无显著差异。

## 4、财务费用

报告期内，公司财务费用构成如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
利息支出	30.70	22.02	53.86	130.20
减：利息收入	82.30	159.72	7.58	1.67
手续费及其他	3.15	5.43	6.42	16.42
<b>合计</b>	<b>-48.46</b>	<b>-132.27</b>	<b>52.71</b>	<b>144.95</b>

公司的财务费用主要包括利息支出、利息收入和银行手续费等。报告期内，公司财务费用分别为 144.95 万元、52.71 万元、-132.27 万元和-48.46 万元，占报告期各期营业收入的比例分别为 0.35%、0.12%、-0.21%和-0.18%，对公司经营业绩影响较小，2020 年度利息支出减少系因公司短期借款结清所致；2021

年利息支出主要系 2021 年 1 月 1 日起公司实施新租赁准则，租赁负债的未确认融资费用摊销所致。

## 5、管理人员、销售人员和研发人员薪酬及其变动情况

### （1）管理人员薪酬情况

报告期内，公司管理人员人数、职级分布、人均薪酬及其变动情况如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
管理人员薪酬（万元）		1,214.28	2,277.22	1,774.22	1,799.73
管理人员平均人数（人）		149	139	127	119
职级分布	高层（人）	6	5	4	4
	中层（人）	15	15	11	11
	普通（人）	128	119	112	104
管理人员平均年薪（万元）		8.15	16.38	13.97	15.12
职级分布	高层（万元）	73.86	176.68	158.40	181.33
	中层（万元）	13.26	28.74	30.92	27.50
	普通（万元）	4.47	8.09	7.15	7.42

注：上表中的平均人数为月度平均人数，下同。

2020 年，公司管理人员平均年薪略有下降，主要原因系：①受经济环境影响，公司业绩实现未及预期，高层管理人员提成和年终奖减少；②2020 年政府出台社保减免政策；③根据地方政策要求，公司取消了团建活动、体育比赛等集体活动，使得福利费下降。

2021 年，公司管理人员平均年薪有所增长，主要原因系：①当年公司经营业绩实现较快增长，公司高层管理人员的奖金有所增加；②为保障普通管理人员的用工稳定性，公司适当提高了普通管理人员的薪酬标准。

2019 年度至 2021 年度，公司管理人员薪酬与同行业可比上市公司的对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
索菲亚	30.89	20.99	18.59

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
皮阿诺	21.56	17.04	7.18
尚品宅配	12.70	11.91	12.42
顶固集创	16.72	12.25	13.72
金牌厨柜	26.89	22.84	20.79
我乐家居	46.97	25.10	23.90
志邦家居	16.81	8.97	12.74
欧派家居	30.84	19.38	21.15
好莱客	11.01	9.41	9.59
<b>算术平均值</b>	<b>23.82</b>	<b>16.43</b>	<b>15.56</b>
<b>公司管理人员平均工资</b>	<b>16.38</b>	<b>13.97</b>	<b>15.12</b>

注：1、上表中可比上市公司数据来源于各家上市公司公开披露的定期报告，下同；  
2、同行业可比上市公司的 2022 年半年度报告中未披露当期员工数量情况，故无法计算其 2022 年 1-6 月的员工平均工资，下同。

2019 年度至 2021 年度，公司管理人员平均薪酬低于同行业可比公司平均值，主要系同行业可比公司位于广州、厦门、南京和合肥等一线城市、新一线省会城市和经济特区城市，管理员工资水平相对较高，而公司生产经营场所位于佛山市北滘镇和六安市叶集区，当地工资水平相对较低所致。

## （2）销售人员薪酬情况

2019 年度至 2021 年度，公司销售人员人数、职级分布、人均薪酬及其变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
销售人员薪酬（万元）	2,199.60	4,086.69	2,423.48	2,367.79	
销售人员平均人数（人）	337	333	243	259	
职级分布	高层（人）	14	14	12	5
	中层（人）	39	31	27	29
	普通（人）	284	288	204	225
销售人员平均年薪（万元）	6.53	12.27	9.97	9.14	
职级分布	高层（万元）	26.84	58.05	41.16	47.99

项目		2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
	中层（万元）	11.73	27.82	19.69	20.19
	普通（万元）	4.81	8.37	6.85	6.86

2020年，公司销售人员平均年薪略有提升，主要原因系公司调整营销团队结构，新入职一批较有经验的高层销售人员，其薪酬水平相对较高，使得公司销售人员整体人均薪酬小幅上涨。

2021年，公司销售人员平均年薪增幅较大，主要原因系公司业绩完成情况较好，销售人员业绩提成上涨幅度较大，从而带动整体人均薪酬的上涨。

2019年度至2021年度，公司销售人员薪酬与同行业可比上市公司的对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	19.79	16.03	17.38
皮阿诺	17.29	14.64	19.21
尚品宅配	14.03	12.60	13.09
顶固集创	17.36	15.84	16.17
金牌厨柜	14.01	13.24	14.29
我乐家居	25.80	22.48	25.89
志邦家居	23.06	19.40	16.73
欧派家居	20.88	26.24	32.41
好莱客	17.54	13.16	13.86
<b>算术平均值</b>	<b>18.86</b>	<b>17.07</b>	<b>18.78</b>
<b>公司销售人员平均工资</b>	<b>12.27</b>	<b>9.97</b>	<b>9.14</b>

2019年度至2021年度，公司销售人员平均薪酬分别为9.14万元、9.97万元和12.27万元，呈逐年增长趋势，但仍低于同行业可比公司平均水平，主要原因系：①公司与同行业可比上市公司所处的发展阶段不同，在品牌影响力、资本实力等方面弱于同行业可比上市公司，可比上市公司的规模相对较大，上市后资金实力和员工待遇有所提高；②公司采取精细化的经销商运营支持策略，配备了较多的后台销售支持人员，该等人员的薪酬水平较低，从而拉低了整体销售人员

的人均薪酬水平。

### （3）研发人员薪酬情况

报告期内，公司研发人员人数、职级分布、人均薪酬及其变动情况如下：

项目		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
研发人员薪酬（万元）		511.88	1,057.58	1,045.04	759.89
研发人员平均人数（人）		130	136	152	121
职级分布	高层（人）	2	2	1	1
	中层（人）	23	22	18	9
	普通（人）	105	112	133	111
研发人员平均年薪（万元）		3.94	7.78	6.88	6.28
职级分布	高层（万元）	12.21	27.18	25.27	18.25
	中层（万元）	6.02	10.79	10.06	9.91
	普通（万元）	3.32	6.84	6.31	5.88

报告期内，公司研发人员平均年薪分别为6.28万元、6.88万元、7.78万元和3.94万元，呈逐年增长趋势，主要系公司为适应市场变化不断加大研发投入和研发队伍人才建设。随着公司业务规模不断扩大，公司重视自主创新技术研发，持续保持高水平的研发投入，主动提高研发人员的薪酬，研发人员的平均薪酬呈增长趋势。

2019年度至2021年度，公司研发人员薪酬与同行业可比上市公司的对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	10.91	11.08	9.46
皮阿诺	11.98	10.57	12.64
尚品宅配	8.91	7.31	6.18
顶固集创	10.65	11.24	6.43
金牌厨柜	11.38	11.06	11.37
我乐家居	27.42	14.53	12.29

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
志邦家居	24.79	16.00	15.48
欧派家居	16.37	13.28	15.64
好莱客	9.76	8.77	9.81
<b>算术平均值</b>	<b>14.69</b>	<b>11.54</b>	<b>11.03</b>
<b>公司研发人员平均工资</b>	<b>7.78</b>	<b>6.88</b>	<b>6.28</b>

2019 年度至 2021 年度，公司研发人员平均薪酬低于同行业可比公司，主要原因是：①公司研发人员包括部分辅助研发人员，除参与研发活动外，工作内容还包括其他具体项目，工作强度、技术难度低于一般全职研发人员，因此人均薪酬也相对较低；②与发展成熟、规模较大的同行业可比公司相比，公司仍处于前期成长阶段，公司制定了与企业发展阶段相匹配的薪酬分配机制，人均薪酬水平相对较低。

#### （4）公司人均薪酬与同地区公司对比情况

2019 年度至 2021 年度，公司员工人均薪酬与所在地的制造业上市公司的对比情况如下：

单位：万元

公司	2021 年度	2020 年度	2019 年度
顺威股份	9.25	7.80	8.03
新宝股份	9.29	7.98	9.13
小熊电器	10.80	8.38	8.11
佛山照明	9.02	8.73	8.04
粤照明 B	9.02	8.73	8.04
德力股份	8.93	6.81	7.72
龙利得	9.88	8.23	8.80
<b>算术平均值</b>	<b>9.46</b>	<b>8.09</b>	<b>8.27</b>
佛山市城镇私营单位就业人员平均工资	<b>7.06</b>	<b>6.44</b>	<b>5.90</b>
安徽省城镇私营单位就业人员平均工资	<b>5.62</b>	<b>5.44</b>	<b>5.07</b>
<b>公司人员平均工资</b>	<b>9.77</b>	<b>7.95</b>	<b>7.20</b>

注：可比公司数据来源于定期报告、招股说明书、佛山市统计局等。

2019 年度至 2021 年度，公司人员平均工资与所在地广东省佛山市、安徽省的制造业企业的平均工资不存在显著差异，且高于所在地私营单位和全国私营单位平均工资水平。随着公司经营规模扩大，资金实力增强，员工待遇也随之上升，2021 年度，公司平均人员工资已高于当年度同地区制造业上市公司平均工资水平。

## （六）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益净额分别为 413.50 万元、590.82 万元、1,254.47 万元和 226.09 万元，占归属于公司普通股股东的净利润的比重分别为 10.59%、12.41%、14.17%和 11.40%。公司的非经常性损益主要由政府补助和购买理财产品的投资收益组成。公司报告期内非经常性损益的具体情况请参见“第六节 财务会计信息与管理层讨论分析”之“六、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表”。

## （七）所有者权益分析

报告期内，公司所有者权益情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
股本	5,000.00	18.52%	5,000.00	19.65%	5,000.00	26.26%	4,850.00	36.83%
资本公积	12,062.92	44.68%	11,497.09	45.17%	1,023.73	5.38%	57.98	0.44%
盈余公积	455.59	1.69%	455.59	1.79%	1,250.99	6.57%	621.33	4.72%
未分配利润	9,481.43	35.12%	8,498.58	33.39%	11,767.65	61.80%	7,637.78	58.01%
归属母公司所有者权益合计	26,999.94	100.00%	25,451.26	100.00%	19,042.38	100.00%	13,167.09	100.00%
少数股东权益	-	-	-	-	-	-	-	-
所有者权益合计	<b>26,999.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>25,451.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,042.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>13,167.09</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司业务规模不断扩大、盈利能力持续提升，所有者权益总额呈增长的态势。报告期各期末，公司盈余公积和未分配利润的变动系因按公司章程的规定计提盈余公积、按公司股东大会执行各期的利润分配政策、整体变更时未分配利润折股和当期的利润结转所致。

## （八）利润表其他相关科目分析

### 1、信用减值损失（损失以“-”号填列）

报告期内，公司信用减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款坏账损失	-13.36	-24.82	-0.22	6.35
其他应收款坏账损失	-11.30	-58.52	1.93	-4.50
合计	<b>-24.66</b>	<b>-83.33</b>	<b>1.70</b>	<b>1.85</b>
占当年营业收入的比例	<b>-0.09%</b>	<b>-0.13%</b>	<b>0.004%</b>	<b>0.004%</b>

公司 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》，按预期信用损失模型对金融资产计提减值损失。报告期内，公司信用减值损失为计提应收账款、其他应收款的坏账损失，占当年营业收入的比例较小，不会对公司的盈利能力产生重大影响。

### 2、资产减值损失（损失以“-”号填列）

报告期各期，公司资产减值损失分别为-105.38 万元、61.82 万元、-42.54 万元和-58.86 万元，占营业收入的比例-0.25%、0.14%、-0.07%和-0.22%，占比较小。公司资产减值损失系计提存货跌价准备带来的变动，详细情况可参见本节“十、资产质量分析”之“（二）流动资产构成及变动分析”之“7、存货”。

### 3、其他收益

报告期内，公司其他收益主要为政府补助，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
与资产相关的政府补助	150.90	482.92	174.60	61.22
与收益相关的政府补助	124.76	753.23	430.19	108.40
代扣个人所得税手续费返还	8.45	3.59	2.32	7.20
合计	<b>284.11</b>	<b>1,239.74</b>	<b>607.11</b>	<b>176.83</b>

报告期各期，公司其他收益分别为 176.83 万元、607.11 万元、1,239.74 万

元和 284.11 万元，均为公司与日常活动有关的政府补助，公司主要政府补助情况如下：

### （1）与资产相关的政府补助

单位：万元

项目	计入当期损益的金额			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
板式家具定制智造技术改造项目	54.61	289.01	123.03	44.41
土地返还款	-	16.35	15.51	12.98
六安市科凡智造家居用品生产项目	44.43	76.39	15.79	-
工业强基技术改造设备补助	22.70	48.72	-	-
互联网定制家具扩产精进技术改造项目	11.47	20.01	11.53	1.27
六安市科凡智造家居用品项目（一期）	7.30	19.90	1.74	-
定制家居工业互联智造项目	3.00	9.33	6.14	2.56
区级工业设计中心	1.93	2.44	0.80	-
全屋定制家具自动化生产技术改造项目	0.74	0.77	0.05	-
六安市科凡智造家居用品有限公司技术改造设备补助	4.71	-	-	-
<b>合计</b>	<b>150.90</b>	<b>482.92</b>	<b>174.60</b>	<b>61.22</b>

### （2）与收益相关的政府补助

单位：万元

项目	计入当期损益的金额			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
招商引资奖励	-	592.46	153.78	-
2020 年高新技术企业研发费用补助	-	24.43	-	-
国家、省知识产权示范优势企业资助款	-	20.00	-	-
2020 年度顺德区广东省知识产权示范企业资助	-	20.00	-	-
2021 年度省工程技术研究中心资助经费	-	20.00	-	-

项目	计入当期损益的金额			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
岗前技能培训补贴	-	15.92	5.04	22.40
叶集区纳税超千万企业奖励资金	-	15.00	-	-
叶集区政府质量奖提名奖	-	10.00	-	-
失业保险费返还、失业保险稳岗返还、稳岗补贴	11.99	3.20	48.61	0.51
技改示范项目奖励	20.00	-	50.00	-
2019年佛山市高企研发费用后补助资金	-	-	31.10	-
2020年佛山市工业设计发展扶持专项资金	-	-	30.00	-
以工代训补贴	-	-	23.20	-
延迟复工补助	-	-	19.10	-
2019、2020年顺德区促进小微企业上规模扶持专项资金	-	-	12.00	-
市级绿色工厂认定奖励	-	-	10.00	-
市级工业设计中心认定奖励	-	-	10.00	-
2018年高新技术企业补助项目	-	-	-	20.00
2019年“四上”企业培育奖励扶持资金	-	-	-	10.00
2019年北滘镇加快高新技术企业培育扶持资金	-	-	-	10.00
2018年高新技术企业认定市级补助资金	-	-	-	10.00
专精特新入库奖补	30.00	-	-	-
工业产品质量提升扶持资金	20.00	-	-	-
顺德区高新技术企业认定补助资金	10.00	-	-	-
2021年规上企业R&D经费支出奖补款	18.40	-	-	-
其他政府补助（单项金额小于10万元）	14.37	32.22	37.36	35.49
<b>合计</b>	<b>124.76</b>	<b>753.23</b>	<b>430.19</b>	<b>108.40</b>

#### 4、投资收益

报告期内，公司投资收益分别为 303.15 万元、361.33 万元、427.00 万元

和 146.95 万元，主要系为提高资金使用效率购买的安全性高、流动性强的短期理财产品产生的收益。

## 5、营业外收入

报告期内，公司营业外收入分别为 105.97 万元、39.19 万元、12.74 万元和 5.66 万元，占比较小，主要为罚款、赔偿款，不会对公司的盈利能力产生重大不确定性影响。

## 6、营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动资产毁损报废损失	0.76	65.49	101.86	79.10
捐赠支出	1.64	7.00	4.00	4.50
其他	171.15	30.96	37.85	15.96
<b>合计</b>	<b>173.56</b>	<b>103.45</b>	<b>143.72</b>	<b>99.56</b>

报告期内，公司营业外支出分别为 143.72 万元、103.45 万元和 213.67 万元，2020 年度至 2021 年度的营业外支出主要为处置固定资产损毁报废损失，2022 年 1-6 月的营业外支出其他较高，主要系公司为维护品牌形象、提升消费者体验考虑，在谢泽商行案件中与相关涉事消费者签订协议并受让消费者对该经销商的债权，代谢泽商行向消费者履行交货义务，承担的支出和费用较多所致。

## （九）主要纳税情况

### 1、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
当期所得税费用	397.13	1,880.25	979.30	604.47
递延所得税费用	-125.71	-301.27	-328.58	104.25
<b>合计</b>	<b>271.42</b>	<b>1,578.99</b>	<b>650.71</b>	<b>708.72</b>

报告期内，公司所得税费用与利润总额的对比关系如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
利润总额	2,254.27	10,434.07	5,410.25	4,612.23
按法定/适用税率计算的所得税费用	338.14	1,565.11	811.54	691.83
子公司适用不同税率的影响	124.64	431.78	138.77	215.55
调整以前期间所得税的影响	0.28	-	0.00	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	22.02	50.67	37.83	47.60
加计扣除数的影响金额	-213.65	-468.57	-337.42	-246.26
<b>所得税费用</b>	<b>271.42</b>	<b>1,578.99</b>	<b>650.72</b>	<b>708.72</b>
<b>所得税费用占利润总额的比例</b>	<b>12.04%</b>	<b>15.13%</b>	<b>12.03%</b>	<b>15.37%</b>

报告期内，公司所得税费用占利润总额的比例分别为 15.37%、12.03%、15.13%和 12.04%，公司及各子公司的所得税费用占利润总额的比例较为稳定。

报告期内，税收政策变化和税收优惠对公司利润的影响参见本节之“七、公司报告期内相关税收情况”之“（二）公司税收优惠情况及税收优惠政策的影响”。

## 2、税金及附加与增值税费用

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
城市维护建设税	94.56	-	221.48	42.98%	154.90	16.14%	133.37
教育费附加	42.94	-	106.30	42.52%	74.59	26.85%	58.80
地方教育费	31.11	-	72.02	44.85%	49.72	26.85%	39.20
房产税	21.57	-	32.59	85.91%	17.53	9.09%	16.07
土地使用税	31.94	-	39.47	33.33%	29.60	-25.00%	39.47
印花税	9.24	-	21.13	10.88%	19.06	46.00%	13.06
其他	7.20	-	19.31	47.06%	13.13	41.22%	9.30
<b>合计</b>	<b>238.56</b>	<b>-</b>	<b>512.31</b>	<b>42.89%</b>	<b>358.53</b>	<b>15.93%</b>	<b>309.26</b>

2020年度和2021年度，公司税金及附加分别较上年增长 15.93%和 42.89%。

公司的税金及附加主要系城市维护建设税和教育费附加。报告期内，随着营业收入的增加，公司应缴纳的增值税金额逐年增长，计提的税金及附加相应增加。

报告期各期，公司增值税计缴情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
期初余额	595.54	411.36	211.77	156.05
本期应交税额	1,857.76	3,592.27	2,555.31	1,899.89
本期已交税额	1,222.80	3,408.09	2,355.72	1,844.18
期末余额	1,230.50	595.54	411.36	211.77

公司应交增值税额随着业务规模的增长而增长。

## 十、资产质量分析

### （一）资产构成情况

报告期各期末，公司资产构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		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
流动资产合计	25,073.11	54.00%	29,477.66	61.12%	23,491.15	62.47%	15,155.60	50.87%
非流动资产合计	21,358.86	46.00%	18,753.12	38.88%	14,114.21	37.53%	14,635.14	49.13%
资产合计	<b>46,431.97</b>	<b>100.00%</b>	<b>48,230.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,605.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,790.75</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司资产总额分别 29,790.75 万元、37,605.37 万元、48,230.78 万元和 46,431.97 万元，其中 2020 年末和 2021 年末，公司资产总额分别较上期末增加 26.23%和 28.26%。随着业务的不断发展，公司资产规模不断扩张，资产规模总体上与公司生产经营相适应，保证了公司正常发展的需要。2022 年 6 月末公司资产总额同比变动较小。

报告期各期末，公司流动资产金额分别为 15,155.60 万元、23,491.15 万元、29,477.66 万元和 25,073.11 万元，主要由货币资金和存货组成。2021 年末和 2020 年末流动资产金额增幅较大，主要系货币资金增加所致。2022 年 6 月末流动资产金额较 2021 年末减少 14.94%，主要系当期购买募投项目的土地使用权

支付货币资金所致。

报告期各期末，公司非流动资产金额分别为 14,635.14 万元、14,114.21 万元、18,753.12 万元和 21,358.86 万元。2021 年末非流动资产金额增幅较大，主要系公司实行新租赁准则，对租赁的厂房、宿舍等房产确认了 2,842.48 万元使用权资产所致。2022 年末非流动资产金额较 2021 年末增长 13.89%，主要系当期购买募投项目的土地使用权所致。

## （二）流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		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	20,074.10	80.06%	24,964.63	84.69%	19,779.77	84.20%	11,252.94	74.25%
交易性金融资产	1,011.35	4.03%	-	-	136.50	0.58%	48.00	0.32%
应收账款	151.41	0.60%	75.78	0.26%	165.79	0.71%	257.51	1.70%
应收款项融资	-	-	17.50	0.06%	-	-	-	-
预付款项	395.24	1.58%	610.75	2.07%	267.13	1.14%	161.22	1.06%
其他应收款	369.57	1.47%	273.65	0.93%	227.58	0.97%	255.44	1.69%
存货	2,864.53	11.43%	3,530.95	11.98%	2,912.86	12.40%	3,178.99	20.98%
其他流动资产	206.91	0.83%	4.40	0.01%	1.53	0.01%	1.50	0.01%
流动资产合计	<b>25,073.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,477.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,491.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,155.60</b>	<b>100.00%</b>

### 1、货币资金

#### （1）货币资金基本情况

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 11,252.94 万元、19,779.77 万元、24,964.63 万元和 20,074.10 万元，占流动资产比重分别为 74.25%、84.20%、84.69%和 80.06%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		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

项目	2022.6.30		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
现金	-	-	-	-	-	-	4.50	0.04%
银行存款	19,755.67	98.41%	24,677.83	98.85%	19,329.30	97.72%	11,114.56	98.77%
其他货币资金	318.43	1.59%	286.80	1.15%	450.47	2.28%	133.88	1.19%
其中：受限的其他货币资金	291.56	1.45%	241.49	0.97%	443.41	2.24%	128.99	1.15%
合计	<b>20,074.10</b>	<b>100.00%</b>	<b>24,964.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,779.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>11,252.94</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成，其他货币资金主要为公司银行承兑汇票保证金。2020年末和2021年末，公司货币资金分别增加8,526.83万元和5,184.86万元，主要原因系公司经营业绩持续向好，公司经营活动现金流量净额增加。2022年6月末，公司货币资金减少4,890.53万元，主要原因系当期购买募投项目的土地使用权支付货币资金所致。

报告期内，公司报告期末货币资金余额与报告期内日均货币资金余额情况如下表所示：

单位：万元

存款性质	2022年1-6月 /2022.6.30	2021年度 /2021.12.31	2020年度 /2020.12.31	2019年度 /2019.12.31
期末货币资金余额	20,074.10	24,964.63	19,779.77	11,252.94
日均货币资金余额	4,346.91	1,768.17	1,018.78	741.39

注：日均货币资金余额=报告期内每日现金、银行存款、其他货币资金累计额/报告期天数

公司报告期各期末货币资金余额与当期货币资金日均余额差异较大，主要系公司为提高资金使用效益，将部分暂时闲置资金用于购买流动性和安全性较好的理财产品所致，具体情况如下：

单位：万元

期间	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
期初	-	136.50	48.00	7,061.00
购买	78,850.00	55,740.00	95,322.38	74,043.90
赎回	77,850.00	55,876.50	95,233.88	81,056.90
结存	1,000.00	-	136.50	48.00

报告期内，公司在综合考虑风险和收益的基础上购买安全性较好且兼顾收益的理财产品。公司一般选择年底到期的理财产品，故期末资产负债表中理财产品金额较小。2022 年上半年货币资金日均余额较高，主要系 2022 年上半年公司主要材料价格自 2021 年第四季度普遍上涨后持续维持高位，公司保持较高的资金流动性以应对材料价格风险，同时本期公司新取得土地使用权，保持一定的货币资金用于相关长期资产建设。

## （2）货币资金受限情况

报告期内，公司各期末货币资金受限情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
银行承兑汇票保证金	209.38	219.08	422.51	108.09
电费保证金	22.44	22.41	20.90	20.90
保函保证金	59.75	-	-	-
合计	<b>291.56</b>	<b>241.49</b>	<b>443.41</b>	<b>128.99</b>

报告期内，公司受限的货币资金主要为银行承兑汇票保证金，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付票据期末余额	836.46	875.06	1,408.37	360.29
银行承兑汇票保证金期末余额	209.38	219.08	422.51	108.09
保证金比例	25.03%	25.04%	30.00%	30.00%

报告期各期末，公司银行承兑汇票保证金比例分别为 30.00%、30.00%、25.04%和 25.03%。各期末票据保证金余额与各期末应付票据余额具有匹配性。

电费保证金款项性质为用电备用金，公司与地方供电部门签订用电协议并约定公司开立专户存放一定金额备用金作为保证金。保函保证金受限系因新工厂开工建设，应当地政府要求开具的履约保函的保证金。

## 2、交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产账面价值分别为 48.00 万元、136.50 万元、0 万元和 1,011.35 万元，主要是公司短暂使用闲置营运资金购买短期银行

理财产品的资金管理行为，不属于长期性的财务投资。2022年6月末交易性金融资产增幅较大，主要系公司2019年末、2020年末、2021年末理财产品基本在年末赎回，2022年6月末部分理财产品尚未到期赎回所致。

### 3、应收账款

#### （1）应收账款规模及信用期

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款账面余额	203.37	114.37	179.57	271.06
应收账款坏账准备	51.96	38.60	13.78	13.55
应收账款账面价值	151.41	75.78	165.79	257.51
应收账款账面价值较上期末增幅	99.80%	-54.29%	-35.62%	-
应收账款账面价值占流动资产比例	0.60%	0.26%	0.71%	1.70%

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 257.51 万元、165.79 万元、75.78 万元和 151.41 万元，占流动资产比例分别为 1.70%、0.71%、0.26%和 0.60%，占比较低，主要原因系公司主要通过经销商模式进行销售，经销商模式下，公司采取“先款后货”的销售模式，但存在部分经销商根据自身经营以及资金周转情况向公司申请先货后款的情况，公司根据经销商运营情况综合评估后给予经销商一定期限的信用期，上述情况具有金额小、期限短和偶发性的特点。

#### （2）应收账款信用期及账龄情况

报告期内，公司的信用政策如下：

客户类型	信用政策	信用期
工程客户	采取按合同约定的时点进行货款结算，产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用付款期	一年以内
经销商	公司的经销商一般采用“先款后货”的交易方式，对极少数合作年限较长、销售业绩和资信较好的经销商会通过特殊审批的渠道给予一定授信额度	一年以内

公司存在应收账款余额的主要原因为：1）对少数合作年限较长、销售业绩和资信较好的经销商通过特殊审批的渠道给予一定授信额度；2）对于部分售后补单的售后行为，主要是运输过程中损坏或在安装过程出现问题等，为保障及时安装，实行“先出货后收款”政策；3）对工程业务客户，公司采取按合同约定

的时点进行货款结算，产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用付款期。

报告期各期末，公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
1年以内（含1年）	152.75	64.64	124.92	271.06
1-2年（含2年）	14.63	48.09	54.65	-
2年以上	35.99	1.65	-	-
合计	<b>203.37</b>	<b>114.37</b>	<b>179.57</b>	<b>271.06</b>

报告期各期末，公司应收账款账龄主要为1年以内，1年以上的应收账款主要系工程业务客户根据合同付款进度未结清账款所致，金额较小。报告期各期末，公司按信用风险组合计提坏账准备的应收账款管理较好，回款效率较高。

### （3）应收账款计提坏账准备情况

#### 1) 坏账准备计提情况

报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	
按单项评估计提坏账准备	31.36	15.42%	31.36	100.00%	-
按信用风险组合计提坏账准备	172.01	84.58%	20.60	11.98%	151.41
其中：经销商	161.33	79.33%	20.34	12.61%	140.99
工程客户	2.89	1.42%	0.06	2.02%	2.83
其他客户	7.79	3.83%	0.21	2.65%	7.59
合计	<b>203.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>51.96</b>	<b>25.55%</b>	<b>151.41</b>
项目	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	
按单项评估计提坏账准备	31.36	27.42%	31.36	100.00%	-
按信用风险组合计提坏账	83.02	72.58%	7.24	8.72%	75.78

准备					
其中：经销商	73.58	64.33%	6.79	9.23%	66.78
工程客户	1.82	1.59%	0.04	2.27%	1.78
其他客户	7.62	6.66%	0.40	5.30%	7.22
<b>合计</b>	<b>114.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>38.60</b>	<b>33.75%</b>	<b>75.78</b>
项目	<b>2020.12.31</b>				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	
按单项评估计提坏账准备	-	-	-	-	-
按信用风险组合计提坏账准备	179.57	100.00%	13.78	7.67%	165.79
其中：经销商	121.47	67.64%	9.21	7.58%	112.26
工程客户	19.08	10.63%	3.43	18.00%	15.65
其他客户	39.02	21.73%	1.14	2.92%	37.88
<b>合计</b>	<b>179.57</b>	<b>100.00%</b>	<b>13.78</b>	<b>7.67%</b>	<b>165.79</b>
项目	<b>2019.12.31</b>				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	
按单项评估计提坏账准备	-	-	-	-	-
按信用风险组合计提坏账准备	271.06	100.00%	13.55	5.00%	257.51
其中：经销商	98.20	36.23%	4.91	5.00%	93.29
工程客户	163.75	60.41%	8.19	5.00%	155.57
其他客户	9.11	3.36%	0.46	5.00%	8.65
<b>合计</b>	<b>271.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>13.55</b>	<b>5.00%</b>	<b>257.51</b>

2019年起公司执行新金融工具准则，对预期信用损失率采用迁徙模型计算。公司依据经济业务的实际情况、信用风险特征将应收账款划分为应收经销商、应收工程客户、应收其他客户组合。对于划分为组合的应收账款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，计算相应的预期信用损失率。

2021年度公司按单项评估计提坏账准备的原因系客户上海智谛智能科技有

公司于 2021 年被列为失信被执行人名单，预计款项无法收回，公司对该客户的应收账款单项全额计提坏账准备。

## 2) 可比上市公司应收账款坏账计提政策

报告期内，公司同行业可比上市公司组合计提应收账款坏账比例如下：

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
索菲亚	1.00%	5.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
皮阿诺	1.00%	5.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
尚品宅配	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
顶固集创	5.00%	30.00%	60.00%	80.00%	100.00%	100.00%
金牌厨柜	5.00%	20.00%	40.00%	60.00%	80.00%	100.00%
我乐家居	4.84%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
志邦家居	5.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%	100.00%
欧派家居	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
好莱客	2.00%	10.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
平均值	<b>3.41%</b>	<b>14.29%</b>	<b>45.71%</b>	<b>78.57%</b>	<b>90.00%</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司应收账款余额较小且账龄集中在两年以内，公司两年以内的应收账款坏账计提比例高于同行业可比公司，坏账计提谨慎。

## (4) 各期应收账款逾期情况、期后回款情况

报告期各期末，公司逾期应收账款及应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

时间	应收账款余额	逾期金额		期后回款金额	
		金额	占比	金额	占比
2022.6.30	203.37	33.46	16.45%	109.91	54.04%
2021.12.31	114.37	33.17	29.01%	41.11	35.95%
2020.12.31	179.57	50.14	27.92%	131.61	73.29%
2019.12.31	271.06	139.46	51.45%	269.52	99.43%

注：2019 年末、2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末回款金额统计截至 2022 年 6 月 30 日，2022 年 6 月末回款金额统计截止 2022 年 8 月 31 日。

报告期期末，应收账款逾期金额分别为 139.46 万元、50.14 万元、33.17

万元和 33.46 万元，逾期比例分别为 51.45%、27.92%、29.01%和 16.45%，逾期比例较高主要原因为：1）公司应收账款规模较小，主要系应收少数几个工程客户的货款和经销商的小额尾款；2）部分工程客户根据自身的资金安排延期支付货款造成临时性逾期；3）截至 2022 年 6 月 30 日，客户上海智谛应收账款余额为 31.36 万元，该客户自 2021 年起经营不善造成资金紧张，未能及时支付货款，导致逾期余额较高，公司已于 2021 年内对该客户的应收账款全额计提坏账准备。

报告期内，除单项计提坏账的应收上海智谛货款暂未回款外，公司各期末期后回款良好，2021 年度和 2022 年 6 月 30 日期后回款比例相比以前年度低，主要系期后回款统计截至时点较近所致，应收账款不存在回收风险。

综上所述，公司应收客户款项期末余额较小，除已全额计提坏账准备的上海智谛外，公司应收其他客户款项期后回款情况良好，不存在其他具有重大信用风险、经营风险的客户。

#### （5）应收账款前五名情况

单位：万元

年度	序号	客户名称	是否为公司关联方	期末应收账款余额	占应收账款余额的比例	坏账准备
2022.6.30	1	珠海宏实润达建设有限公司	否	55.13	27.11%	4.10
	2	上海智谛智能科技有限公司	否	31.36	15.42%	31.36
	3	杭州恒大国际建材家居博览中心超凡家居商行	否	10.59	5.21%	0.79
	4	玉山县大拇指全屋定制店	否	6.18	3.04%	0.46
	5	环县科凡全屋定制家居有限公司	否	4.83	2.37%	0.36
	合计			-	108.08	53.15%
2021.12.31	1	上海智谛智能科技有限公司	否	31.36	27.42%	31.36
	2	长安启浩家具商行	否	3.08	2.70%	0.11
	3	安徽卓亿建设工程有限公司	否	2.94	2.57%	0.10
	4	晋城市皓霖装饰有限公司	否	2.93	2.56%	0.10
	5	佛山其美装饰材料有限公司	否	2.80	2.45%	0.10
	合计			-	43.11	37.70%

年度	序号	客户名称	是否为公司关联方	期末应收账款余额	占应收账款余额的比例	坏账准备
2020.12.31	1	上海智谛智能科技有限公司	否	32.72	18.22%	0.95
	2	广东美的制冷设备有限公司	否	19.08	10.63%	0.55
	3	廖世全	是	6.23	3.47%	0.18
	4	阜阳简美家具销售有限公司	否	5.18	2.89%	0.13
	5	安吉递铺科凡家具商行	否	3.43	1.91%	0.09
	合计			-	<b>66.64</b>	<b>37.12%</b>
2019.12.31	1	广东美的制冷设备有限公司	否	133.55	49.27%	6.68
	2	广东顺北置业发展有限公司	否	30.21	11.14%	1.51
	3	淳安万诚家居生活广场九月家具店	否	4.60	1.70%	0.23
	4	渭南华洋工贸有限公司	否	3.94	1.45%	0.20
	5	中山市君成家具制造有限公司	否	3.65	1.35%	0.18
	合计			-	<b>175.95</b>	<b>64.91%</b>

报告期各期末，公司应收账款前五大客户合计占比分别为 64.91%、37.12%、37.70%、53.15%，公司已根据其信用风险充分计提了坏账准备。

#### （6）应收账款规模与同行业对比情况

报告期内，公司应收账款价值占当期营业收入规模与同行业可比公司对比情况如下：

可比公司	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
索菲亚	24.06%	9.88%	10.06%	9.02%
皮阿诺	54.05%	16.52%	7.70%	22.14%
尚品宅配	6.58%	2.28%	1.52%	0.76%
顶固集创	45.85%	16.67%	15.53%	15.85%
金牌厨柜	8.38%	2.60%	1.97%	1.79%
我乐家居	23.13%	9.32%	12.33%	15.04%
志邦家居	9.36%	2.86%	3.04%	11.41%
欧派家居	11.32%	4.95%	4.09%	3.64%

好莱客	22.08%	5.59%	7.07%	1.28%
平均值	<b>22.76%</b>	<b>7.85%</b>	<b>7.03%</b>	<b>8.99%</b>
科凡家居	<b>0.57%</b>	<b>0.12%</b>	<b>0.36%</b>	<b>0.62%</b>

公司应收账款余额占当期营业收入的比例低于同行业平均水平，主要原因系公司工程业务模式收入占比较低所致。

同行业公司工程业务模式收入占比逐年提升，且工程业务模式下，同行业公司会给予房地产客户一定信用期，使得应收账款余额占收入比例较高。由于公司工程业务模式收入占比极低，公司应收账款余额占收入比例较低具有合理性。

#### 4、应收款项融资

报告期各期末，公司应收款项融资余额分别为 0 万元、0 万元、17.50 万元和 0 万元，金额较小，主要系公司已收到的在资产负债表日尚未到期的银行承兑汇票。

#### 5、预付款项

##### （1）预付款项构成情况

公司预付款项主要为公司预付的原材料采购款和广告宣传费等款项。报告期各期末，公司预付款项分别为 161.22 万元、267.13 万元、610.75 万元和 395.24 万元，占流动资产的比例分别为 1.06%、1.14%、2.07%和 1.58%，占比较小。

2021 年末，公司预付款项余额较 2020 年末增加 343.62 万元，增幅较大，主要原因系公司为提升品牌知名度，加大了户外品牌广告的宣传投入，预付的广告费有所增加。

2022 年末，公司预付款项余额较 2021 年末减少 215.51 万元，降幅较大，主要系上述户外品牌广告推广相关费用于当年度持续摊销，预付广告费减少所致。

##### （2）预付款项账龄情况

报告期各期末，公司预付账款账龄情况如下：

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
1 年以内（含 1 年）	395.07	610.57	267.13	161.22

1-2年（含2年）	0.17	0.18	-	-
合计	<b>395.24</b>	<b>610.75</b>	<b>267.13</b>	<b>161.22</b>

报告期各期末，公司预付款项主要在一年以内，整体账龄结构良好，未对现金流产生重大不利影响。

### （3）预付款项前五名情况

报告期各期末，公司预付款项前五名具体情况如下：

单位：万元

时间	排名	单位名称	账面余额	占比	采购内容
2022.6.30	1	江苏永达高铁传媒有限公司	80.66	20.41%	广告宣传费
	2	江苏美畅数字户外传媒有限公司	54.25	13.72%	广告宣传费
	3	上海红星美凯龙商务咨询有限公司	37.25	9.42%	广告宣传费
	4	佛山市现代铜铝型材有限公司	36.02	9.11%	预付材料款
	5	中国对外贸易广州展览有限公司	35.13	8.89%	广告宣传费
	合计			<b>243.30</b>	<b>61.56%</b>
2021.12.31	1	江苏永达高铁传媒有限公司	241.98	39.62%	广告宣传费
	2	江苏美畅数字户外传媒有限公司	154.60	25.31%	广告宣传费
	3	中新瑞达（北京）科技发展有限公司	45.90	7.52%	预付材料款
	4	广州博骏家居科技有限公司	33.81	5.54%	广告宣传费
	5	佛山市现代铜铝型材有限公司	24.31	3.98%	预付材料款
	合计			<b>500.61</b>	<b>81.97%</b>
2020.12.31	1	浙江长兴北新林业有限公司	97.65	36.56%	预付材料款
	2	佛山市现代铜铝型材有限公司	40.49	15.16%	预付材料款
	3	深圳市生活一号科技有限公司	30.11	11.27%	预付材料款
	4	上海红星美凯龙商务咨询有限公司	19.65	7.36%	广告宣传费
	5	中国对外贸易广州展览有限公司	16.94	6.34%	广告宣传费
	合计			<b>204.85</b>	<b>76.69%</b>
2019.12.31	1	深圳市生活一号科技有限公司	31.79	19.72%	预付材料款
	2	佛山瑞为应用材料有限公司	20.97	13.01%	预付材料款

时间	排名	单位名称	账面余额	占比	采购内容
	3	上海中贸美凯龙经贸发展有限公司	11.34	7.03%	广告宣传费
	4	中国对外贸易广州展览有限公司	10.00	6.20%	广告宣传费
	5	佛山市博润管理软件有限公司	6.62	4.11%	软件服务费
		合计	<b>80.72</b>	<b>50.07%</b>	-

## 6、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款金额分别为 255.44 万元、227.58 万元、273.65 万元和 369.57 万元，占流动资产的比例分别为 1.69%、0.97%、0.93% 和 1.47%，主要为房产租赁押金及保证金、员工往来款等，占流动资产比例较低。

### （1）其他应收款构成情况

报告期各期末，公司其他应收款余额具体情况如下：

单位：万元

款项性质	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
押金保证金	308.01	192.57	185.04	160.25
员工往来款	86.97	95.20	50.60	71.66
其他往来款	66.87	66.87	14.42	47.93
<b>账面余额</b>	<b>461.86</b>	<b>354.64</b>	<b>250.06</b>	<b>279.84</b>
坏账准备	92.29	80.99	22.48	24.40
<b>账面价值</b>	<b>369.57</b>	<b>273.65</b>	<b>227.58</b>	<b>255.44</b>

2021 年末，公司其他应收款账面余额较上年末上升 104.59 万元，一方面系公司员工人数增加，公司预缴应由员工个人承担的部分社保金额增加所致；另一方面系供应商深圳市生活一号科技有限公司被列入失信被执行人名单，将其相关款项转入其他应收款所致。

2022 年 6 月末，公司其他应收款账面余额较上年末上升 107.22 万元，主要系公司业务规模扩大，押金保证金增加所致。

### （2）其他应收款账龄情况

报告期各期末，公司其他应收款账龄情况如下：

账龄	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	202.42	43.83%	120.64	34.02%	91.94	36.77%	108.77	38.87%
1至2年	24.11	5.22%	27.83	7.85%	5.72	2.29%	20.77	7.42%
2至3年	27.83	6.03%	2.00	0.56%	14.60	5.84%	150.30	53.71%
3年以上	207.50	44.92%	204.17	57.57%	137.79	55.10%	-	-
合计	<b>461.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>354.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>250.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>279.84</b>	<b>100.00%</b>

2021年末，公司3年以上的其他应收款主要为厂房租赁的保证金以及由预付款项重分类至其他应收款按单项计提坏账准备的深圳市生活一号科技有限公司的智能五金产品退货款。

### （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	2022.6.30				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	55.87	12.10%	55.87	100.00%	-
按组合计提坏账准备	405.99	87.90%	36.41	8.97%	369.57
其中：押金保证金	311.29	67.40%	31.13	10.00%	280.16
员工往来款	83.70	18.12%	4.18	5.00%	79.51
其他往来款	11.00	2.38%	1.10	10.00%	9.90
合计	<b>461.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>92.28</b>	<b>19.98%</b>	<b>369.57</b>
项目	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	
按单项计提坏账准备	55.87	15.76%	55.87	100.00%	-
按组合计提坏账准备	298.77	84.24%	25.12	8.41%	273.65
其中：押金保证金	192.57	54.30%	19.26	10.00%	173.31
员工往来款	95.20	26.84%	4.76	5.00%	90.44

其他往来款	11.00	3.10%	1.10	10.00%	9.90
<b>合计</b>	<b>354.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>80.99</b>	<b>22.84%</b>	<b>273.65</b>
项目	<b>2020.12.31</b>				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	250.06	100.00%	22.48	8.99%	227.58
其中：押金保证金	185.04	74.00%	18.50	10.00%	166.53
员工往来款	50.60	20.24%	2.53	5.00%	48.07
其他往来款	14.42	5.77%	1.44	10.00%	12.98
<b>合计</b>	<b>250.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>22.48</b>	<b>8.99%</b>	<b>227.58</b>
项目	<b>2019.12.31</b>				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	279.84	100.00%	24.40	8.72%	255.44
其中：押金保证金	160.25	57.26%	16.03	10.00%	144.23
员工往来款	71.66	25.61%	3.58	5.00%	68.07
其他往来款	47.93	17.13%	4.79	10.00%	43.14
<b>合计</b>	<b>279.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>24.40</b>	<b>8.72%</b>	<b>255.44</b>

报告期内，由于交易对手信用情况良好，款项无法收回的可能性极小，公司对其他应收款中的员工往来款按 5% 计提坏账准备，对押金保证金和其他往来款按 10% 计提坏账准备。

2021 年末，公司按单项计提坏账准备系对公司供应商深圳市生活一号科技有限公司计提的坏账，具体情况如下：

2019 年，公司向深圳市生活一号科技有限公司支付货款购买智能五金，深圳市生活一号科技有限公司于当年度交付部分货物，但相关货物未达到公司质量标准，公司要求退换货物并对已收到的货物计提存货跌价准备。经协商，2021 年公司退还上述货物并与深圳市生活一号科技有限公司签订《换货协议》，协议

约定 2022 年深圳市生活一号科技有限公司需提供符合公司质量标准的货物。但深圳市生活一号科技有限公司于 2021 年度被列入失信被执行人名单，公司出于谨慎性考虑，将支付的货款金额重分类至其他应收款并全额计提坏账。

#### （4）其他应收款前五名情况

报告期各期末，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	款项性质	账面余额	占其他应收款余额的比例	坏账准备
2022.6.30	1	洗润生	押金保证金	100.00	21.65%	10.00
	2	中新瑞达（北京）科技发展有限公司	押金保证金	80.00	17.32%	8.00
	3	深圳市生活一号科技有限公司	其他往来款	55.87	12.10%	55.87
	4	佛山市顺德区启德物业管理有限公司	押金保证金	30.00	6.50%	3.00
	5	广东珠江纺织博览中心有限公司	押金保证金	18.00	3.90%	1.80
	合计				<b>283.87</b>	<b>61.47%</b>
2021.12.31	1	洗润生	押金保证金	100.00	28.20%	10.00
	2	深圳市生活一号科技有限公司	其他往来款	55.87	15.76%	55.87
	3	佛山市顺德区启德物业管理有限公司	押金保证金	30.00	8.46%	3.00
	4	上海寻梦信息技术有限公司	押金保证金	14.01	3.95%	1.40
	5	太原市万柏林区木锦雅家居用品经销部	其他往来款	11.00	3.10%	1.10
	合计				<b>210.89</b>	<b>59.47%</b>
2020.12.31	1	洗润生	押金保证金	100.00	39.99%	10.00
	2	佛山市顺德区启德物业管理有限公司	押金保证金	30.00	12.00%	3.00
	3	上海寻梦信息技术有限公司	押金保证金	15.10	6.04%	1.51
	4	太原市万柏林区木锦雅家居用品经销部	其他往来款	14.00	5.60%	1.40
	5	佛山市金品居家具有限公司	押金保证金	5.00	2.00%	0.50
	合计				<b>164.10</b>	<b>65.63%</b>
2019.12.31	1	洗润生	押金保证金	100.00	35.73%	10.00

年度	序号	客户名称	款项性质	账面余额	占其他应收款余额的比例	坏账准备
	2	廖世全	员工往来款	34.63	12.38%	1.73
	3	佛山市顺德区启德物业管理有限公司	押金保证金	30.00	10.72%	3.00
	4	太原市万柏林区木锦雅居家居用品经销部	其他往来款	20.00	7.15%	2.00
	5	广州博骏家居科技有限公司	其他往来款	16.32	5.83%	1.63
	合计			<b>200.95</b>	<b>71.81%</b>	<b>18.36</b>

报告期内，公司前五大其他应收款占比分别为 71.81%、65.63%、59.47%、61.47%，占比较为稳定。

## 7、存货

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 3,178.99 万元、2,912.86 万元、3,530.95 万元和 2,864.53 万元，占流动资产比例分别为 20.98%、12.40%、11.98% 和 11.43%。

### （1）存货构成情况

报告期各期末，公司存货账面余额的具体构成情况如下：

单位：万元

类别	2022.6.30		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	1,589.70	52.17%	1,931.46	52.85%	1,360.25	45.43%	1,342.04	40.40%
在产品	640.37	21.02%	846.98	23.18%	753.94	25.18%	656.56	19.76%
半成品	199.58	6.55%	170.24	4.66%	195.69	6.54%	293.53	8.84%
库存商品	617.42	20.26%	705.96	19.32%	684.12	22.85%	1,029.83	31.00%
合计	<b>3,047.08</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,654.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,994.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,321.96</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司的存货包括原材料、在产品、半成品和库存商品。

公司生产经营主要有如下特点：1）订单式生产销售模式，公司生产的定制家居产品均为高度定制化产品，具有产品种类多、原材料采购量大、完工后销售周期短等特点；2）生产销售具有季节性，每年 9 月至 12 月为公司各个销售区

域的销售旺季。

报告期内，受上述因素的影响，公司年末存货结构表现出如下特点：

1) 原材料占比最大。为应对销售旺季的生产需求，公司提前采购原材料，以避免因集中紧急采购导致的成本增加，使得期末原材料库存金额较大。报告期内各期末，公司原材料占存货余额的比例分别为 40.40%、45.43%、52.85%和 52.17%。

2) 在产品 and 半成品是公司存货的重要组成部分。报告期各期末，公司在产品和半成品的金额合计分别为 950.09 万元、949.63 万元、1,017.22 万元和 839.95 万元，金额较为稳定，公司在产品主要系尚处于生产过程中的未完工产品，半成品主要系完成委外贴面待进一步加工的板材。

3) 库存商品为存货构成的另一主要部分。报告期各期末，库存商品金额分别为 1,029.83 万元、684.12 万元、705.96 万元和 617.42 万元，公司生产的定制家居产品均为高度定制化产品，均按照订单生产，产品完工后及时向经销商发货，期末余额相对较低。

## （2）存货的变动情况

报告期各期末，公司存货账面余额变动情况如下：

单位：万元

类别	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
原材料	1,589.70	-17.69%	1,931.46	41.99%	1,360.25	1.36%	1,342.04
在产品	640.37	-24.39%	846.98	12.34%	753.94	14.83%	656.56
半成品	199.58	17.24%	170.24	-13.00%	195.69	-33.33%	293.53
库存商品	617.42	-12.54%	705.96	3.19%	684.12	-33.57%	1,029.83
合计	<b>3,047.08</b>	<b>-16.62%</b>	<b>3,654.64</b>	<b>22.07%</b>	<b>2,994.00</b>	<b>-9.87%</b>	<b>3,321.96</b>

### 1) 原材料余额变动情况

公司产品所需的主要原材料为板材、五金配件、封边条和包装物料等。报告期各期末，公司原材料金额分别为 1,342.04 万元、1,360.25 万元、1,931.46 万元和 1,589.70 万元。

2020 年末和 2021 年末公司原材料余额逐年增加，主要原因系公司业务规模持续扩大，销售收入逐年增长使得采购的原材料增加。2022 年 6 月末原材料有所下降主要系每年 1 月至 8 月为公司各个销售区域的非销售旺季，公司为加强存货管理会相应减少原材料的采购所致。

#### 2) 在产品 and 半成品余额变动情况

公司在产品主要为尚处于生产过程中的未完工产品，公司半成品主要为完成委外贴面后待进一步加工的板材。报告期各期末，公司在产品和半成品合计金额分别为 950.09 万元、949.63 万元、1,017.22 万元和 839.95 万元，是公司存货的另一构成部分。2022 年 6 月末在产品 and 半成品有所下降主要系每年 1 月至 8 月为公司各个销售区域的非销售旺季，相应的在产品金额 and 半成品减少所致。

#### 3) 库存商品余额变动情况

库存商品主要为公司根据客户订单生产完成待发货的产品。报告期各期末，公司库存商品余额分别为 1,029.83 万元、684.12 万元、705.96 万元和 617.42 万元，是存货的重要组成部分。

公司库存商品 2020 年末较 2019 年末下降 345.71 万元，主要原因系公司通过倒推工期提高预排产能力等措施优化生产仓储流程，提高发货效率，因此库存商品余额减少；2021 年末，公司库存商品较 2020 年末略有增长，系公司业务规模扩大，使得期末库存商品余额增加所致。2022 年 6 月末，公司库存商品较 2021 年末略有下降，主要系每年 1 月至 8 月为公司各个销售区域的非销售旺季，相应的库存商品减少所致。

综上，报告期内公司存货余额 and 结构变动均有合理性，不存在异常的存货余额 or 结构变动情形。

#### 4) 各类存货的订单覆盖率

公司主要产品为定制家居，按照客户订单需求“以销定产”，期末库存中，原材料及半成品种类较多，适用范围较大，在产品均为执行客户订单需求正在生产的工单，库存商品除少量成品家居外其余均有已完工待发货的客户订单对应，各期末各类存货的订单覆盖率如下：

单位：万元

日期	存货类别	期末余额	在手订单金额	订单覆盖率
2022.6.30	原材料	1,589.70	2,740.64	89.94%
	在产品	640.37		
	半成品	199.58		
	库存商品	617.42		
2021.12.31	原材料	1,931.46	4,323.84	118.31%
	在产品	846.98		
	半成品	170.24		
	库存商品	705.96		
2020.12.31	原材料	1,360.25	3,437.36	114.81%
	在产品	753.94		
	半成品	195.69		
	库存商品	684.12		
2019.12.31	原材料	1,342.04	2,332.77	70.22%
	在产品	656.56		
	半成品	293.53		
	库存商品	1,029.83		

注：订单覆盖率=期末在手订单对应成本/期末存货账面金额。

报告期各期末，公司存货订单覆盖率分别为 70.22%、114.81%、118.31% 和 89.94%，2020 年及 2021 年公司采购周期、生产周期、销售周期均较短，存货流转速度快，公司期末各类存货整体订单覆盖率较高，其中 2022 年 6 月末，公司订单覆盖率有所回落，主要系公司销售受气候差异对装修效果的影响、居民商品房购置和交房时间等因素的影响，具有季节性特征，公司家居产品上半年通常非销售旺季，在手订单在 2022 年 1-6 月未显著增长所致。

##### 5) 报告期内各期存货期后结转情况：

单位：万元

日期	存货类别	期末余额	结转金额	结转比例
2022.06.30	原材料	1,589.70	1,303.16	81.97%
	在产品	640.37	640.37	100.00%

日期	存货类别	期末余额	结转金额	结转比例
	半成品	199.58	134.50	67.39%
	库存商品	617.42	466.67	75.58%
	<b>合计</b>	<b>3,047.08</b>	<b>2,544.69</b>	<b>83.51%</b>
2021.12.31	原材料	1,931.46	1,599.49	82.81%
	在产品	846.98	846.98	100.00%
	半成品	170.24	139.24	81.79%
	库存商品	705.96	679.47	96.25%
	<b>合计</b>	<b>3,654.64</b>	<b>3,265.17</b>	<b>89.34%</b>
2020.12.31	原材料	1,360.25	1,242.29	91.33%
	在产品	753.94	753.94	100.00%
	半成品	195.69	180.56	92.27%
	库存商品	684.12	674.24	98.56%
	<b>合计</b>	<b>2,994.00</b>	<b>2,851.03</b>	<b>95.22%</b>
2019.12.31	原材料	1,342.04	1,295.58	96.54%
	在产品	656.56	656.56	100.00%
	半成品	293.53	287.29	97.87%
	库存商品	1,029.83	1,025.31	99.56%
	<b>合计</b>	<b>3,321.96</b>	<b>3,264.75</b>	<b>98.28%</b>

注：2019年末、2020年末、2021年末结转金额统计截至2022年6月30日，2022年6月末结转金额统计截止2022年8月31日。

报告期各期末，公司存货期后结转比例分别为98.28%、95.22%、89.34%和83.51%，结转比例相对较高，公司对期末库龄较长的存货已充分计提跌价准备。

#### 6) 存货库龄情况

报告期各期末，公司存货的库龄分布情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
1年以内（含1年）	2,848.13	3,481.29	2,822.85	3,178.24
1-2年（含2年）	111.95	101.17	149.58	95.74

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
2年以上	87.00	72.17	21.57	47.98
合计	<b>3,047.08</b>	<b>3,654.64</b>	<b>2,994.00</b>	<b>3,321.96</b>

报告期各期末，公司存货库龄主要在1年以内，整体库龄较短，主要系公司按照客户订单需求“以销定产”，库存商品挤压较小，同时根据订单需求进行原材料采购，因此原材料备货规模较小，存货周转率较快、库龄较短。

报告期各期末库龄1年以上的存货具体内容如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
原材料	164.43	133.27	111.13	80.58
在产品	-	-	-	-
半成品	20.85	25.36	16.61	25.02
库存商品	13.67	14.71	43.41	38.12
合计	<b>198.95</b>	<b>173.34</b>	<b>171.15</b>	<b>143.72</b>

报告期内，公司库龄1年以上的原材料、半成品主要为厨柜配件、铝材、板材、五金配件、玻璃等，种类较为分散，库龄超过1年的主要原因系部分通用型原材料公司批量订货后未领用完毕以及部分物料由于市场更新迭代较快，后续销售订单适配度较低导致。

库龄1年以上的库存商品主要为备货的成品家居，系向供应商批量订货进行备货，当年销售订单未及时消化所致，金额较小。

#### 7) 存货跌价准备计提情况

公司建立了严格的存货管理制度，各期末对存货进行盘点，对盘点过程中发现存货的残、次品等情况，经审批后会进行报废等处理；仓库、财务部门和采购部门根据存货的性质，对存货进行可变现净值分析，确定是否需要计提存货跌价准备，对于可变现净值低于存货账面成本的，经审批后进行计提跌价准备的会计处理。

报告期各期末，公司存货跌价准备变动情况如下：

单位：万元

项 目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
原材料	1,589.70	135.47	1,931.46	95.86	1,360.25	37.41	1,342.04	65.08
在产品	640.37	-	846.98	-	753.94	-	656.56	-
半成品	199.58	39.87	170.24	22.33	195.69	9.56	293.53	20.49
库存商品	617.42	7.20	705.96	5.49	684.12	34.18	1,029.83	57.40
<b>合计</b>	<b>3,047.08</b>	<b>182.54</b>	<b>3,654.64</b>	<b>123.69</b>	<b>2,994.00</b>	<b>81.15</b>	<b>3,321.96</b>	<b>142.97</b>

报告期各期末，公司对存货均采用可变现净值与账面价值孰低的方法计提存货跌价准备。报告期内，公司按照会计政策对存货进行跌价测试，存货跌价准备计提情况与公司存货库龄、业务模式、存货周转率等情况匹配，存货跌价准备计提充分。

公司	存货跌价计提比例			
	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
索菲亚	7.10%	5.63%	2.48%	2.26%
皮阿诺	10.34%	19.92%	1.99%	2.05%
尚品宅配	0.06%	-	-	-
顶固集创	5.51%	5.15%	3.84%	3.27%
金牌厨柜	0.55%	0.54%	1.64%	1.92%
我乐家居	1.83%	1.74%	2.01%	1.92%
志邦家居	3.91%	3.42%	3.23%	4.25%
欧派家居	-	-	-	-
好莱客	6.82%	9.48%	0.25%	2.34%
<b>平均值</b>	<b>4.01%</b>	<b>5.10%</b>	<b>1.72%</b>	<b>2.00%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>5.99%</b>	<b>3.38%</b>	<b>2.71%</b>	<b>4.30%</b>

注 1：上表中同行业可比上市公司数据来源于各家上市公司公开披露的定期报告

注 2：欧派家居未计提存货跌价准备

报告期内，公司存货跌价计提比例与同行业不存在显著差异，其中 2021 年度低于同行业公司平均值主要系皮阿诺和好莱客因下游部分地产客户出现兑付危机，对相关存货计提跌价比例较高所致。

## 8、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产余额分别为 1.50 万元、1.53 万元、4.40 万元和 206.91 万元，2022 年 6 月末其他流动资产增长幅度较大主要系 2022 年新增预付 IPO 中介机构服务费所致。

### （三）非流动资产构成及其变动分析

报告期各期末，公司非流动资产规模及构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	10,331.93	48.37%	10,788.59	57.53%	10,868.52	77.00%	11,344.31	77.51%
在建工程	343.99	1.61%	-	-	-	-	228.64	1.56%
使用权资产	2,334.63	10.93%	2,842.48	15.16%	-	-	-	-
无形资产	5,167.74	24.19%	1,846.33	9.85%	2,029.18	14.38%	1,916.47	13.09%
长期待摊费用	322.92	1.51%	343.14	1.83%	621.31	4.40%	738.15	5.04%
递延所得税资产	970.09	4.54%	870.64	4.64%	595.20	4.22%	316.55	2.16%
其他非流动资产	1,887.56	8.84%	2,061.93	11.00%	-	-	91.03	0.62%
<b>非流动资产合计</b>	<b>21,358.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>18,753.12</b>	<b>100.00%</b>	<b>14,114.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>14,635.14</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司非流动资产总额分别为 14,635.14 万元、14,114.21 万元、18,753.12 万元和 21,358.86 万元，主要由固定资产、无形资产、使用权资产等资产构成。

## 1、固定资产

### （1）固定资产构成情况

报告期各期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	5,955.02	965.85	-	4,989.18	48.29%

机器设备	6,936.76	2,195.44	-	4,741.32	45.89%
运输工具	298.15	178.41	-	119.73	1.16%
电子及其他设备	1,989.63	1,507.93	-	481.70	4.66%
<b>合计</b>	<b>15,179.56</b>	<b>4,847.63</b>	<b>-</b>	<b>10,331.93</b>	<b>100.00%</b>
项目	<b>2021.12.31</b>				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	5,955.02	811.05	-	5,143.97	47.68%
机器设备	6,876.89	1,857.73	-	5,019.16	46.52%
运输工具	298.15	148.38	-	149.77	1.39%
电子及其他设备	1,875.43	1,399.74	-	475.69	4.41%
<b>合计</b>	<b>15,005.49</b>	<b>4,216.89</b>	<b>-</b>	<b>10,788.59</b>	<b>100.00%</b>
项目	<b>2020.12.31</b>				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	5,955.02	487.08	-	5,467.95	50.31%
机器设备	5,831.10	1,330.10	-	4,501.00	41.41%
运输工具	298.15	85.02	-	213.12	1.96%
电子及其他设备	1,746.06	1,059.61	-	686.45	6.32%
<b>合计</b>	<b>13,830.33</b>	<b>2,961.81</b>	<b>-</b>	<b>10,868.52</b>	<b>100.00%</b>
项目	<b>2019.12.31</b>				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	5,925.51	181.04	-	5,744.47	50.64%
机器设备	5,353.51	851.43	-	4,502.09	39.69%
运输工具	287.88	88.24	-	199.63	1.76%
电子及其他设备	1,574.90	676.79	-	898.11	7.92%
<b>合计</b>	<b>13,141.81</b>	<b>1,797.50</b>	<b>-</b>	<b>11,344.31</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 11,344.31 万元、10,868.52 万元、10,788.59 万元和 10,331.93 万元，占公司非流动资产的比例分别为 77.51%、77.00%、57.53%和 48.37%。公司主要固定资产为房屋及建筑物和机器设备。

报告期内，公司不存在固定资产可变现净值低于账面价值的情形，不存在减值迹象，未计提减值。

## （2）机器设备规模、成新率与产能匹配

报告期内，公司固定资产主要构成为房屋及建筑物和机器设备，其中房屋及建筑物原值未发生变化，机器设备规模、成新率与公司主要产品产能比对情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年度	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度
机器设备原值①	6,936.76	6,876.89	5,831.10	5,353.51
机器设备净值②	4,741.32	5,019.16	4,501.00	4,502.09
成新率③=②/①	68.35%	72.99%	77.19%	84.10%
定制家居产品产能（万m <sup>2</sup> ）	180.00	440.00	338.00	304.00

报告期内，公司机器设备规模、成新率与公司产能具有匹配性，其中 2021 年度，公司定制家居产品的产能增长幅度高于机器设备的增长幅度，主要系订单生产量较大的情况下，公司生产车间将平时一天一班工序调整为一天两班，使得产能提升较快。

## （3）固定资产的分布特征与变动原因

### 1) 固定资产的分布特征

报告期内，公司固定资产由房屋及建筑物、机器设备、运输工具和电子及其他设备构成，具体分布情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	原值	占比	原值	占比	原值	占比	原值	占比
房屋及建筑物	5,955.02	39.23%	5,955.02	39.69%	5,955.02	43.06%	5,925.51	45.09%
机器设备	6,936.76	45.70%	6,876.89	45.83%	5,831.10	42.16%	5,353.51	40.74%
运输工具	298.15	1.96%	298.15	1.99%	298.15	2.16%	287.88	2.19%
电子及其他设备	1,989.63	13.11%	1,875.43	12.50%	1,746.06	12.62%	1,574.90	11.98%
合计	15,179.56	100.00%	15,005.49	100.00%	13,830.33	100.00%	13,141.81	100.00%

其中房屋及建筑物和机器设备为公司最主要的固定资产构成，账面价值占固定资产的比例分别为 85.83%、85.22%、85.52%和 84.93%。报告期内，公司固定资产中房屋及建筑物、机器设备、运输工具和电子及其他设备的构成基本保持稳定。

## 2) 固定资产的变动原因

报告期内，公司固定资产的原值变动情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31
	原值	变动	原值	变动	原值	变动	原值
房屋及建筑物	5,955.02	-	5,955.02	-	5,955.02	-	5,925.51
机器设备	6,936.76	0.87%	6,876.89	17.93%	5,831.10	8.92%	5,353.51
运输工具	298.15	-	298.15	-	298.15	3.57%	287.88
电子及其他设备	1,989.63	6.09%	1,875.43	7.41%	1,746.06	10.87%	1,574.90
合计	<b>15,179.56</b>	<b>1.16%</b>	<b>15,005.49</b>	<b>8.50%</b>	<b>13,830.33</b>	<b>5.24%</b>	<b>13,141.81</b>

报告期内，公司固定资产整体呈上升趋势，主要系公司持续扩大生产规模，购置生产和经营使用的机器设备和电子及其他设备所致，公司固定设备原值变动与公司市场经营规模不断扩大趋势相匹配，变动具有合理性。

## （4）固定资产折旧政策分析

报告期内，公司的固定资产折旧方法为年限平均法，各类固定资产折旧年限和同行业可比公司的对比情况如下：

单位：年

公司简称	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子及其他设备
索菲亚	20	10	5	3-5
皮阿诺	20	10	4	3-5
尚品宅配	30	10	5-10	3-5
顶固集创	20	3-10	5	3-5
金牌厨柜	30	10	5	5
我乐家居	20	5-10	5	3-5
志邦家居	20-35	8-10	5	3-5

公司简称	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子及其他设备
欧派家居	20	10	5	5
好莱客	10-30	5-10	4-8	3-5
同行业区间范围	<b>10-35</b>	<b>3-10</b>	<b>4-10</b>	<b>3-5</b>
科凡家居	<b>20</b>	<b>3-10</b>	<b>4-5</b>	<b>3-10</b>

报告期内，公司主要固定资产的折旧年限总体处于同行业可比公司区间范围，与同行业可比公司折旧年限具有可比性。

## 2、在建工程

报告期各期末，在建工程的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
在建工程	343.99	-	-	228.64
合计	<b>343.99</b>	-	-	<b>228.64</b>

2019年末，公司在建工程余额为228.64万元，主要系公司六安生产基地建设工程中部分未完工的配套设施，该部分工程2020年已全部建设完成并转入固定资产，无需提减值准备，2022年6月末，公司在建工程余额为343.99万元，主要系公司佛山智造生产基地建设项目的前期规划费用。

## 3、无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30				
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	4,271.95	97.69	-	4,174.27	80.78%
软件使用权	1,737.53	744.06	-	993.47	19.22%
合计	<b>6,009.48</b>	<b>841.74</b>	-	<b>5,167.74</b>	<b>100.00%</b>
项目	2021.12.31				
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	837.60	68.40	-	769.20	41.66%

软件使用权	1,721.09	643.96	-	1,077.13	58.34%
合计	<b>2,558.69</b>	<b>712.37</b>	-	<b>1,846.33</b>	<b>100.00%</b>
项目	<b>2020.12.31</b>				
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	837.60	51.65	-	785.95	38.73%
软件使用权	1,683.77	440.54	-	1,243.23	61.27%
合计	<b>2,521.37</b>	<b>492.20</b>	-	<b>2,029.18</b>	<b>100.00%</b>
项目	<b>2019.12.31</b>				
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	837.60	34.90	-	802.70	41.88%
软件使用权	1,340.51	226.74	-	1,113.77	58.12%
合计	<b>2,178.11</b>	<b>261.64</b>	-	<b>1,916.47</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 1,916.47 万元、2,029.18 万元、1,846.33 万元和 5,167.74 万元，占非流动资产总额的比例分别为 13.09%、14.38%、9.85%和 24.19%，公司无形资产为土地使用权及软件使用权。其中，土地使用权为募投项目土地使用权和公司六安生产基地的土地使用权；软件使用权主要为公司购买的 ERP 管理系统、拆单排产软件和设计软件等软件使用权。2022 年 6 月末土地使用权金额大幅增长主要系 2022 年购买募投项目用地和六安二期生产基地的土地使用权所致。报告期内，公司不断加强公司信息化基础设施建设，提高公司信息化水平和运营效率，因此软件使用权金额持续增加。

#### 4、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
装修费	242.75	322.25	620.29	700.43
其他	80.17	20.89	1.01	37.72
合计	<b>322.92</b>	<b>343.14</b>	<b>621.31</b>	<b>738.15</b>

报告期各期末，公司长期待摊费用余额分别为 621.31 万元、343.14 万元和 228.43 万元，占非流动资产的比例分别为 4.40%、1.83%和 0.81%，占比较小，

主要系公司的工厂、办公楼及展厅装修费。

## 5、使用权资产

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，新增使用权资产科目，公司将租赁资产的权利计入使用权资产核算。2022 年 6 月末，公司的使用权资产净值为 2,334.63 万元，占公司非流动资产的 10.93%。

报告期内，公司使用权资产主要由租赁的房屋及建筑物使用权构成，具体情况详见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“六、发行人的主要固定资产和无形资产情况”之“（一）主要固定资产情况”之“3、租赁房产情况”。

## 6、递延所得税资产

报告期内，公司递延所得税资产形成的原因及金额如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		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
信用减值准备	144.23	22.18	119.57	18.12	36.23	5.54	37.88	5.75
资产减值准备	182.54	33.45	123.69	23.54	81.15	14.55	142.97	22.48
递延收益	2,270.27	504.49	2,341.76	515.19	2,092.57	421.55	1,448.60	279.61
股权激励费用	2,643.37	400.83	2,077.54	313.79	1,023.73	153.56	57.98	8.70
预计负债	40.67	9.14	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>5,281.08</b>	<b>970.09</b>	<b>4,662.56</b>	<b>870.64</b>	<b>3,233.68</b>	<b>595.20</b>	<b>1,687.43</b>	<b>316.55</b>

报告期内，公司递延所得税资产形成的原因是计提信用减值准备、资产减值准备、递延收益和股权激励费用所形成的可抵扣暂时性差异。报告期各期末，公司递延所得税资产期末余额分别为 316.55 万元、595.20 万元、870.64 万元和 970.09 万元，占非流动资产比例分别为 2.16%、4.22%、4.64%和 4.54%。

## 7、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产期末余额分别为 91.03 万元、0 万元、2,061.93 万元和 1,887.56 万元，占非流动资产比例分别为 0.62%、0.00%、11.00%和 8.84%，占非流动资产比例分别为 0.00%、11.00%和 9.41%。2021 年末其他

非流动资产金额较大，主要系公司预付的生产设备款。

#### （四）资产周转能力分析

##### 1、资产周转能力指标

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率的指标数据如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款周转率（次/年）	232.33	518.39	215.00	130.88
存货周转率（次/年）	5.44	12.33	9.78	8.35

注 1：应收账款周转率=营业收入/（期初应收账款账面价值+期末应收账款账面价值）×2；

注 2：存货周转率=营业成本/（期初存货账面价值+期末存货账面价值）×2；

##### （1）应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率较高，原因系公司主要采取“先款后货”的经销商模式，应收账款余额较低，应收账款周转率较高。

##### （2）存货周转率

报告期内，公司存货周转率整体呈上升趋势，主要原因为：一方面，公司高度重视存货管理，经过多年发展积累，生产管理水平不断提升，通过提高设备及人员的调配效率、对交货期的生产时间进行管理等措施，使得公司在保证正常生产和发货的同时有效控制库存规模；另一方面，公司根据原材料市场价格走势及时调整采购策略，合理确定采购数量，有效控制原材料采购成本和库存原材料规模，提高原材料周转效率。

##### 2、与同行业可比公司的比较

报告期内，同行业可比上市公司营运能力指标情况如下：

公司名称	应收账款周转率			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	4.39	11.14	10.89	13.97
皮阿诺	1.88	8.76	6.78	7.32
尚品宅配	14.49	55.07	84.28	184.82
顶固集创	2.20	7.38	6.17	7.58
金牌厨柜	13.65	48.58	58.51	66.64

我乐家居	4.37	9.69	8.01	9.02
志邦家居	12.06	39.07	16.89	12.42
欧派家居	9.19	25.33	26.93	35.12
好莱客	5.62	19.67	23.87	105.08
平均值	<b>7.54</b>	<b>24.96</b>	<b>26.93</b>	<b>49.11</b>
科凡家居	<b>232.33</b>	<b>518.39</b>	<b>215.00</b>	<b>130.88</b>
公司名称	存货周转率			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
索菲亚	4.62	11.27	12.74	15.01
皮阿诺	2.10	5.23	3.85	4.84
尚品宅配	1.72	5.34	4.95	6.15
顶固集创	1.61	4.72	3.68	3.93
金牌厨柜	2.05	6.22	6.55	6.64
我乐家居	3.54	9.80	9.20	8.08
志邦家居	3.55	9.17	8.74	9.85
欧派家居	4.52	12.31	11.58	11.65
好莱客	1.12	3.14	3.62	12.85
平均值	<b>2.76</b>	<b>7.47</b>	<b>7.21</b>	<b>8.78</b>
科凡家居	<b>5.44</b>	<b>12.33</b>	<b>9.78</b>	<b>8.35</b>

报告期内，公司应收账款周转率高于同行业平均值，主要原因系公司工程业务占比较低，期末应收账款余额较小所致。

2019年度，公司存货周转率低于同行业平均水平；2020年度和2021年度，随着公司存货管理水平的不断提高，公司存货周转率高于同行业可比公司的平均水平。

## 十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

### （一）负债构成情况

报告期内，公司负债总体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	15,285.63	78.66%	18,136.91	79.62%	15,948.78	85.92%	14,603.48	87.85%
非流动负债	4,146.40	21.34%	4,642.60	20.38%	2,614.21	14.08%	2,020.18	12.15%
负债合计	<b>19,432.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>22,779.52</b>	<b>100.00%</b>	<b>18,562.99</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,623.66</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司负债主要由流动负债构成，占负债总额的比例约为 80%。

## （二）流动负债构成及变动分析

报告期内，公司流动负债具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	-	-	-	-	-	-	1,900.00	13.01%
应付票据	836.46	5.47%	875.06	4.82%	1,408.37	8.83%	360.29	2.47%
应付账款	3,278.81	21.44%	3,577.49	19.72%	4,259.79	26.71%	3,895.70	26.68%
预收款项	-	-	-	-	-	-	4,744.16	32.49%
合同负债	4,324.63	28.28%	6,387.77	35.22%	5,609.85	35.17%	-	-
应付职工薪酬	1,366.29	8.93%	2,141.09	11.81%	1,757.36	11.02%	1,464.55	10.03%
应交税费	2,015.75	13.18%	1,546.81	8.53%	936.82	5.87%	561.20	3.84%
其他应付款	1,894.74	12.39%	1,724.43	9.51%	1,247.31	7.82%	1,677.57	11.49%
一年内到期的非流动负债	1,006.74	6.58%	1,053.86	5.81%	-	-	-	-
其他流动负债	562.20	3.68%	830.41	4.58%	729.28	4.57%	-	-
流动负债合计	<b>15,285.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>18,136.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,948.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>14,603.48</b>	<b>100.00%</b>

### 1、短期借款

报告期内，公司短期借款余额的构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
抵押借款	-	-	-	1,900.00

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
合计	-	-	-	1,900.00

2019年末，公司短期借款余额为1,900.00万元，占当年流动负债的比例为13.01%，主要系公司建设六安生产基地，资金需求较大所致。2020年末、2021年末和2022年6月末，公司无未结清的银行借款

## 2、应付票据

报告期内，公司应付票据的构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
银行承兑汇票	836.46	875.06	1,408.37	360.29
合计	836.46	875.06	1,408.37	360.29

报告期各期末，公司应付票据分别为360.29万元、1,408.37万元、875.06万元和836.46万元，占流动负债比例分别为2.47%、8.83%、4.82%和5.47%。

2020年末，公司应付票据占比相对较高，主要原因系在经济环境影响下，公司与供应商友好协商，提高了使用银行承兑汇票支付货款的比例。报告期各期末，公司无已到期未支付的应付票据。

## 3、应付账款

### （1）应付账款构成情况

报告期各期末，公司应付账款余额分别为3,895.70万元、4,259.79万元、3,577.49万元和3,278.81万元，占流动负债的比例分别为26.68%、26.71%、19.72%和21.44%，具体构成如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
材料及费用款	3,054.29	93.15%	3,305.75	92.40%	3,600.26	84.52%	2,801.07	71.90%
设备及工程款	224.53	6.85%	271.73	7.60%	659.53	15.48%	1,094.63	28.10%
合计	3,278.81	100.00%	3,577.49	100.00%	4,259.79	100.00%	3,895.70	100.00%

报告期内，公司应付账款主要为应付供应商材料及费用款余额，分别为2,801.07万元、3,600.26万元、3,305.75万元和3,054.29万元，应付材料及费用款余额主要受当年原材料采购金额及公司与供应商的结算周期影响，总体较为稳定。

## （2）应付账款的账龄

报告期各期末，公司应付账款账龄情况如下：

单位：万元

应付账款	2022.6.30		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	3,093.31	94.34%	3,439.60	96.15%	4,140.86	97.21%	3,800.47	97.56%
1年以上	185.50	5.66%	137.88	3.85%	118.93	2.79%	95.23	2.44%
合计	<b>3,278.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,577.49</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,259.79</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,895.70</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，账龄在1年以上的应付账款余额占应付账款比例分别为2.44%、2.79%、3.85%和5.66%，占比较低，主要是由工程质保金以及应付工程进度款形成。

## （3）应付账款前五大情况

报告期各期末，公司应付账款前五大余额情况如下：

单位：万元

时间	排名	名称	金额	占比	款项性质
2022.6.30	1	广西高峰桂山人造板有限公司	251.05	7.66%	材料采购款
	2	安徽省六安市叶集丽人木业有限公司	216.06	6.59%	材料采购款
	3	六安市伟杰板业有限公司	201.92	6.16%	材料、加工费采购款
	4	安徽省恒创建设工程有限公司	160.02	4.88%	工程建设款
	5	中新瑞达（北京）科技发展有限公司	153.26	4.67%	材料采购款
			合计	<b>982.31</b>	<b>29.96%</b>
2021.12.31	1	六安市伟杰板业有限公司	269.92	7.55%	材料、加工费采购款
	2	广东粤山新材料科技有限公司	183.88	5.14%	材料、加工费采购款
	3	安徽省恒创建设工程有限公司	164.60	4.60%	工程建设款

时间	排名	名称	金额	占比	款项性质
	4	六安轩赢木业有限公司	154.35	4.31%	材料、加工费采购款
	5	广西高峰桂山人造板有限公司	125.51	3.51%	材料采购款
	合计		<b>898.26</b>	<b>25.11%</b>	-
2020.12.31	1	安徽省恒创建设工程有限公司	531.57	12.48%	工程建设款
	2	六安市伟杰板业有限公司	261.75	6.14%	材料、加工费采购款
	3	六安轩赢木业有限公司	240.10	5.64%	材料、加工费采购款
	4	佛山市永茂板饰有限公司	121.50	2.85%	材料、加工费采购款
	5	六安市东盾木业有限公司	112.77	2.65%	材料采购款
	合计		<b>1,267.69</b>	<b>29.76%</b>	-
2019.12.31	1	安徽省恒创建设工程有限公司	944.41	24.24%	工程建设款
	2	六安轩赢木业有限公司	178.21	4.57%	材料、加工费采购款
	3	太和东盾木业有限公司	133.08	3.42%	材料采购款
	4	广西高峰桂山人造板有限公司	117.19	3.01%	材料采购款
	5	六安市伟杰板业有限公司	115.28	2.96%	材料、加工费采购款
	合计		<b>1,488.17</b>	<b>38.20%</b>	-

注：受同一实际控制人控制的公司已合并计算

报告期各期末，公司前五大供应商应付账款余额占比分别为 38.20%、29.76%、25.11%和 29.96%。报告期各期末，公司应付账款余额中无持有公司 5%（含 5%）以上股份的股东或其他关联方的款项。

#### 4、预收款项及合同负债

报告期各期末，公司预收款项及合同负债科目合计金额占流动负债比例分别为 32.49%、35.17%、35.22%和 28.28%，是公司流动负债的最主要组成部分。主要原因系公司主要采取经销商模式进行销售，由于产品均为个性化设计、定制化生产，通常采用“先款后货”的方式进行销售货款结算，预收经销商货款形成预收账款，并根据新收入准则于 2020 年 1 月 1 日起将原计入预收款项（不含税部分）的货款重分类至合同负债。

**(1) 预收款项、合同负债和经销模式收入情况**

报告期内，公司预收款项、合同负债和经销模式收入的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30/ 2022年1-6月		2021.12.31/ 2021年度		2020.12.31/ 2020年度		2019.12.31/ 2019年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
预收款项	-	-	-	-	-	-	4,744.16
合同负债	4,324.63	-	6,387.77	13.87%	5,609.85	-	-
合计	<b>4,324.63</b>	-	<b>6,387.77</b>	<b>13.87%</b>	<b>5,609.85</b>	<b>18.25%</b>	<b>4,744.16</b>
经销模式收入	26,079.16	-	61,583.15	37.46%	44,800.18	9.82%	40,794.73
占经销模式收入比例	<b>16.58%</b>	<b>6.21</b> 个百分点	<b>10.37%</b>	<b>-2.15</b> 个百分点	<b>12.52%</b>	<b>0.89</b> 个百分点	<b>11.63%</b>

报告期各期末，公司预收款项及合同负债的合计金额分别为 4,744.16 万元、5,609.85 万元、6,387.77 万元和 4,324.63 万元，占经销模式收入比例分别为 11.63%、12.52%、10.37%和 16.58%。2022 年末 6 月末，公司预收款项及合同负债的合计金额占经销收入比例相对较高，主要系公司营业收入具有季节性特征，上半年处于定制家居行业销售淡季，经销模式收入相对较低所致。

截至报告期末，公司合同负债余额中无持有公司 5%（含 5%）以上股份的股东或其他关联方的款项。

**(2) 预收款项/合同负债期后结转情况**

报告期各期末，公司预收款项/合同负债期后结转情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
期末余额	4,324.63	6,387.77	5,609.85	4,744.16
期后结转金额	4,215.09	6,153.59	5,571.87	4,729.28
期后结转金额占期末余额比例	97.47%	96.33%	99.32%	99.69%

注：2019 年末、2020 年末、2021 年末结转金额统计截至 2022 年 6 月 30 日，2022 年 6 月末结转金额统计截止 2022 年 8 月 31 日。

报告期各期末，公司预收款项/合同负债期后结转比例分别为 99.69%、99.32%、96.33%和 97.47%，各报告期末公司预收款项已基本于期后完成结转。

### （3）预收款项/合同负债的账龄分析

报告期各期末，公司预收款项/合同负债的账龄分析如下：

单位：万元

预收款项/ 合同负债	2022.6.30		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	4,257.64	98.45%	6,338.10	99.22%	5,589.23	99.63%	4,726.99	99.64%
1年以上	66.98	1.55%	49.67	0.78%	20.62	0.37%	17.18	0.36%
合计	<b>4,324.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,387.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,609.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,744.16</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司1年以上的预收款项/合同负债余额分别为20.62万元、49.67万元和65.38万元，主要系部分解除合作的经销商前期预付的零星款项尚未下达订单所致，公司预收的货款不存在客户退回的情形。

### 5、应付职工薪酬

公司应付职工薪酬余额为年末尚未实际发放给员工的工资、奖金、津贴和补贴等。报告期各期末，公司应付职工薪酬金额分别为1,464.55万元、1,757.36万元、2,141.09万元和1,366.29万元，占流动负债比例分别为10.03%、11.02%、11.81%和8.93%。

2020年末和2021年末，公司应付职工薪酬金额分别较上年末增加292.80万元和383.73万元，增幅分别为19.99%和21.84%。主要系随着公司经营规模扩大员工人数持续增长，公司员工薪酬及奖金整体增长所致。2022年6月末，公司应付职工薪酬金额较上年末减少774.80万元，降幅为36.19%，主要系年中6月末计提的工资奖金比年末计提的工资奖金减少所致。

报告期内，公司不存在拖欠员工薪酬福利的情况。

### 6、应交税费

报告期各期末，公司应交税费明细如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
增值税	1,230.50	595.54	411.36	211.77
企业所得税	605.60	824.91	441.69	251.48

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
个人所得税	24.19	34.55	18.94	48.97
其他	155.46	91.82	64.83	48.99
合计	<b>2,015.75</b>	<b>1,546.81</b>	<b>936.82</b>	<b>561.20</b>

报告期各期末，公司应交税费分别为 561.20 万元、936.82 万元、1,546.81 万元和 2,015.75 万元，占流动负债的比例分别为 3.84%、5.87%、8.53% 和 13.18%，公司应交税费主要为应交的增值税和企业所得税。

## 7、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付股利	-	-	-	195.00
其他应付款	1,894.74	1,724.43	1,247.31	1,482.57
合计	<b>1,894.74</b>	<b>1,724.43</b>	<b>1,247.31</b>	<b>1,677.57</b>

报告期各期末，公司其他应付款分别为 1,677.57 万元、1,247.31 万元、1,724.43 万元和 1,894.74 万元，占流动负债比例分别为 11.49%、7.82%、9.51% 和 12.39%。

### （1）应付股利

2019 年末，公司应付股利为应付珠海泽惠的股权分红款，相关款项在 2020 年已支付结清。

### （2）其他应付款

报告期内，公司按款项性质列示的其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
押金保证金	1,192.74	1,145.13	1,062.47	968.00
预提返利款	633.49	509.82	123.46	440.65
其他	68.52	69.49	61.39	73.92
合计	<b>1,894.74</b>	<b>1,724.43</b>	<b>1,247.31</b>	<b>1,482.57</b>

报告期内，公司其他应付款款项性质主要为押金保证金以及预提返利款。其中，押金保证金主要为收取经销商的保证金。随着公司业务规模扩大、经销商数量的增加，各期末押金保证金的金额逐年增加；

预提返利款主要是预提经销商的返利款，随着公司返利政策的变化，公司预提返利款余额存在波动，其中 2020 年末预提返利款金额较低主要原因系公司调整了运营策略，如收回了部分对经销商的销售业绩考核等返利政策所致。

## 8、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金额分别为 0 万元、0 万元、1,053.86 万元和 1,006.74 万元，2021 年末的一年内到期的非流动负债余额系公司执行新租赁准则后确认的一年内到期的租赁负债。

## 9、其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债金额分别为 0 万元、729.28 万元、830.41 万元和 562.20 万元。公司其他流动负债主要为待转销项税，2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务有关的预收账款不含税交易价款重分类至合同负债，相应的待转销项税额调整至其他流动负债。

### （三）非流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债构成明细如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁负债	1,365.91	32.94%	1,805.02	38.88%	-	-	-	-
递延收益	2,270.27	54.75%	2,341.76	50.44%	2,092.57	80.05%	1,448.60	71.71%
递延所得税负债	469.56	11.32%	495.82	10.68%	521.65	19.95%	571.57	28.29%
预计负债	40.67	0.98%	-	-	-	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>4,146.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,642.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,614.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,020.18</b>	<b>100.00%</b>

#### 1、租赁负债

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，新增租赁负债科目。公司将一

年以上尚未支付的租赁付款额现值确认为租赁负债。2021年末，公司的租赁负债金额为1,805.02万元，占公司非流动负债的比例为38.88%。2022年6月末，公司的租赁负债金额为1,365.91万元，占公司非流动负债的比例为32.94%。

## 2、递延收益

公司递延收益为与资产相关政府补助中尚未摊销的部分。报告期各期末，公司递延收益金额分别为1,448.60万元、2,092.57万元、2,341.76万元和2,270.27万元，占非流动负债的比例分别为71.71%、80.05%、50.44%和54.75%。

报告期内，公司递延收益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月				
	期初金额	本期新增金额	计入当期损益金额	期末金额	与资产/收益相关
板式家具定制智造技术改造项目	537.58	-	54.61	482.96	与资产相关
互联网定制家具扩产精进技术改造项目	104.73	-	11.47	93.26	与资产相关
区级工业设计中心	16.76	-	1.93	14.83	与资产相关
定制家居工业互联智造项目	31.04	-	3.00	28.04	与资产相关
全屋定制家具自动化生产技术改造项目	12.37	-	0.74	11.63	与资产相关
六安市科凡智造家居用品生产项目	1,351.04	-	44.43	1,306.61	与资产相关
六安市科凡智造家居用品项目（一期）	72.96	-	7.30	65.65	与资产相关
工业强基技术改造设备补助	215.28	-	22.70	192.58	与资产相关
技术改造设备补助	-	79.41	4.71	74.70	与资产相关
<b>合计</b>	<b>2,341.76</b>	<b>79.41</b>	<b>150.90</b>	<b>2,270.27</b>	<b>-</b>
项目	2021年度				
	期初金额	本期新增金额	计入当期损益金额	期末金额	与资产/收益相关
板式家具定制智造技术改造项目	826.58	-	289.01	537.58	与资产相关
互联网定制家具扩产精进技术改造项目	124.74	-	20.01	104.73	与资产相关
区级工业设计中心	19.20	-	2.44	16.76	与资产相关
定制家居工业互联智造项目	40.37	-	9.33	31.04	与资产相关

全屋定制家具自动化生产技术改造项目	5.03	8.11	0.77	12.37	与资产相关
六安市科凡智造家居用品生产项目	983.78	460.00	92.74	1,351.04	与资产相关
六安市科凡智造家居用品项目（一期）	92.86	-	19.90	72.96	与资产相关
工业强基技术改造设备补助	-	264.00	48.72	215.28	与资产相关
<b>合计</b>	<b>2,092.57</b>	<b>732.11</b>	<b>482.92</b>	<b>2,341.76</b>	
项目	<b>2020 年度</b>				
	期初金额	本期新增金额	计入当期损益金额	期末金额	与资产/收益相关
板式家具定制智造技术改造项目	740.20	209.42	123.03	826.58	与资产相关
互联网定制家具扩产精进技术改造项目	18.70	117.57	11.53	124.74	与资产相关
全屋定制家具自动化生产技术改造项目	-	5.07	0.05	5.03	与资产相关
定制家居工业互联网智造项目	46.51	-	6.14	40.37	与资产相关
区级工业设计中心	20.00	-	0.80	19.20	与资产相关
土地返还款	623.19	161.00	15.51	768.68	与资产相关
六安市科凡智造家居用品有限公司家具用品项目	-	230.90	15.79	215.11	与资产相关
六安市科凡智造家居用品项目（一期）	-	94.60	1.74	92.86	与资产相关
<b>合计</b>	<b>1,448.60</b>	<b>818.56</b>	<b>174.60</b>	<b>2,092.57</b>	
项目	<b>2019 年度</b>				
	期初金额	本期新增金额	计入当期损益金额	期末金额	与资产/收益相关
板式家具定制智造技术改造项目	116.76	667.84	44.41	740.20	与资产相关
互联网定制家具扩产精进技术改造项目	11.36	8.62	1.27	18.70	与资产相关
定制家居工业互联网智造项目	-	49.07	2.56	46.51	与资产相关
区级工业设计中心	-	20.00	-	20.00	与资产相关
土地返还款	636.17	-	12.98	623.19	与资产相关
<b>合计</b>	<b>764.29</b>	<b>745.53</b>	<b>61.22</b>	<b>1,448.60</b>	

### 3、递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债具体情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30		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
固定资产加速折旧	2,310.71	467.86	2,413.70	495.82	2,401.70	521.65	2,539.03	571.57
交易性金融资产公允价值变动	11.35	1.70	-	-	-	-	-	-
合计	<b>2,322.06</b>	<b>469.56</b>	<b>2,413.70</b>	<b>495.82</b>	<b>2,401.70</b>	<b>521.65</b>	<b>2,539.03</b>	<b>571.57</b>

报告期各期末，公司递延所得税负债分别为 571.57 万元、521.65 万元、495.82 万元和 469.56 万元，占非流动负债的比例分别为 28.29%、19.95%、10.68% 和 11.32%。

公司递延所得税负债为公司根据《财政部国家税务总局关于扩大固定资产加速折旧优惠政策适用范围的公告》（财税〔2019〕66号）等政策规定，对部分符合条件的固定资产进行加速计提折旧，形成应纳税暂时性差异所确认的递延所得税负债。

#### （四）偿债能力分析

##### 1、公司主要偿债能力指标

财务指标	2022.6.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年度	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度
流动比率（倍）	1.64	1.63	1.47	1.04
速动比率（倍）	1.45	1.43	1.29	0.82
资产负债率（合并）	41.85%	47.23%	49.36%	55.80%
息税折旧摊销前利润（万元）	3,703.52	13,461.20	7,474.67	6,432.81
利息保障倍数（倍）	74.44	474.82	101.44	36.43

注：上述财务指标计算公式如下：

流动比率=流动资产÷流动负债；

速动比率=速动资产÷流动负债；

资产负债率（合并）=（公司负债总额÷公司资产总额）×100%；

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧+摊销；

利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/（利息支出+资本化利息支出）；

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.04、1.47、1.63 和 1.64，速动比率分别为 0.82、1.29、1.43 和 1.45。报告期各期末，公司流动比率和速动比率整

体呈增长趋势，主要系随着公司经营规模的扩大和收益的积累，货币资金余额增长较快所致。总体来看，公司资产具有较高的流动性，营运资本良好，短期偿债风险较低。

报告期各期末，公司合并口径资产负债率分别为 55.80%、49.36%、47.23% 和 41.85%。随着公司经营规模扩大，货币资金余额增长较快，公司资产负债率呈逐年下降趋势。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 6,432.81 万元、7,474.67 万元、13,461.20 万元和 3,703.52 万元，利息保障倍数分别为 36.43、101.44、474.82 和 74.44。随着公司盈利规模增长，息税折旧摊销前利润和利息保障倍数提高，公司长期偿债能力较强。

## 2、与同行业可比公司的比较情况

报告期内，同行业可比公司偿债能力指标情况如下：

公司名称	流动比率			
	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
索菲亚	1.05	1.05	1.49	1.69
皮阿诺	1.50	1.51	2.48	2.13
尚品宅配	1.06	1.06	1.36	1.47
顶固集创	1.20	1.12	1.40	2.02
金牌厨柜	1.17	1.23	1.19	1.39
我乐家居	0.96	0.92	1.43	1.45
志邦家居	1.00	1.15	1.37	1.61
欧派家居	1.13	1.36	1.39	1.97
好莱客	1.23	1.36	1.36	3.17
平均值	1.15	1.19	1.50	1.88
科凡家居	1.64	1.63	1.47	1.04
公司名称	速动比率			
	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
索菲亚	0.91	0.91	1.37	1.55

皮阿诺	1.28	1.34	2.20	1.79
尚品宅配	0.79	0.81	0.99	1.15
顶固集创	0.87	0.87	1.12	1.63
金牌厨柜	0.88	0.99	1.00	1.17
我乐家居	0.83	0.82	1.30	1.24
志邦家居	0.85	0.99	1.19	1.42
欧派家居	0.99	1.18	1.26	1.71
好莱客	0.78	0.94	0.99	2.94
<b>平均值</b>	<b>0.91</b>	<b>0.98</b>	<b>1.27</b>	<b>1.62</b>
<b>科凡家居</b>	<b>1.45</b>	<b>1.43</b>	<b>1.29</b>	<b>0.82</b>
公司名称	合并资产负债率			
	<b>2022.6.30</b>	<b>2021.12.31</b>	<b>2020.12.31</b>	<b>2019.12.31</b>
索菲亚	51.92%	52.23%	39.07%	30.35%
皮阿诺	48.55%	51.87%	35.83%	37.98%
尚品宅配	55.53%	55.22%	43.82%	42.50%
顶固集创	51.55%	56.75%	44.90%	33.52%
金牌厨柜	44.72%	46.41%	47.39%	54.64%
我乐家居	57.29%	63.87%	43.44%	38.96%
志邦家居	52.60%	51.10%	46.03%	37.68%
欧派家居	44.30%	38.40%	36.71%	35.47%
好莱客	46.39%	48.61%	44.88%	30.62%
<b>平均值</b>	<b>50.32%</b>	<b>51.61%</b>	<b>42.45%</b>	<b>37.97%</b>
<b>科凡家居</b>	<b>41.85%</b>	<b>47.23%</b>	<b>49.36%</b>	<b>55.80%</b>

报告期内，公司流动比率及速动比率同比提高，同行业可比公司流动比率及速动比率同比下降。主要原因系公司经营业绩持续向好，公司经营活动现金流量净额增加且未进行大规模的资本性支出，货币资金余额显著增加，使得流动比率逐年增长。部分同行业公司受到近期房地产市场环境影响，工程业务模式的应收账款余额增幅较大，使得流动比率及速动比率逐年下降。

2019年末和2020年末，公司资产负债率高于同行业可比公司平均值，2021

年末公司资产负债率低于同行业公司平均水平，主要原因系同行业上市公司采取经销模式、大宗业务模式和直营模式相结合的销售模式，而公司收入主要以经销商模式为主，采取“先款后货”的结算方式，形成了相对较大的预收账款和合同负债规模，因此负债规模相对较大所致。随着公司盈利能力的提升，公司资产负债率下降，2021年末资产负债率已低于同行业可比公司平均值。

总体来看，公司整体财务状况稳定，盈利能力较强，具有较强的短期和长期偿债能力。

### （五）股利分配情况

公司报告期内股利分配情况具体如下：

2019年1月23日，科凡有限召开股东会会议，出席会议的全体股东一致同意进行利润分配，共派发现金红利700万元（含税），科凡有限已代扣代缴自然人股东个人所得税；2019年10月25日，科凡有限召开股东会会议，出席会议的全体股东一致同意进行利润分配，共派发现金红利1,300.00万元（含税），科凡有限已代扣代缴自然人股东个人所得税。

2021年1月4日，科凡有限召开股东会会议，出席会议的全体股东一致同意进行利润分配，共派发现金红利3,500.00万元（含税），科凡有限已代扣代缴自然人股东个人所得税；

2022年1月23日，科凡家居召开股东大会，出席会议的全体股东一致同意进行利润分配，共派发现金红利1,000.00万元（含税），科凡家居已代扣代缴自然人股东个人所得税；

2023年2月11日，第一届董事会第十三次会议审议通过2022年利润分配预案，同意对公司未分配利润中1,600万元进行现金股利分红，该预案尚需经股东大会审议通过。本次分红系基于公司经营业绩向好，货币资金较为充裕，财务状况较好，股东存在一定资金需求的前提下，公司为回报股东支持、与全体股东共享公司经营成果，决定向全体股东进行利润分配，具有必要性；本次拟分配利润1,600.00万元，占2022年末账面货币资金和未分配利润的比例分别为8.37%和10.16%，占比较低，具有恰当性，假设公司股东大会通过本次利润分配方案，公司仍将持有充裕的货币资金开展生产经营，同时仍将留存较高金额的未分配利

润由上市后新老股东共享。

## （六）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
经营活动产生的现金流量净额	1,724.35	13,293.20	12,062.60	9,062.76
投资活动产生的现金流量净额	-4,900.08	-3,582.38	-1,536.90	1,371.46
筹资活动产生的现金流量净额	-1,746.42	-4,362.29	-2,315.45	-262.88
现金及现金等价物净增加额	-4,922.15	5,348.52	8,210.25	10,171.35

报告期内，公司现金及现金等价物净增加额分别为10,171.35万元、8,210.25万元、5,348.52万元和-4,922.15万元，公司经营活动产生的现金流量净额分别为9,062.76万元、12,062.60万元、13,293.20万元和1,724.35万元，公司现金及现金等价物净增加额主要来源于公司的经营活动，具体分析如下：

### 1、经营活动产生的现金流量

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1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	27,457.34	71,732.71	52,893.74	47,397.89
收到的税费返还	231.24	145.75	145.24	397.13
收到其他与经营活动有关的现金	480.09	2,112.25	1,308.56	1,473.17
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>28,168.67</b>	<b>73,990.70</b>	<b>54,347.53</b>	<b>49,268.19</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	14,126.84	35,917.14	23,644.80	24,364.21
支付给职工以及为职工支付的现金	7,751.04	13,728.87	9,988.19	9,237.51
支付的各项税费	2,026.59	5,537.51	3,798.44	2,522.90
支付其他与经营活动有关的现金	2,539.84	5,513.99	4,853.50	4,080.81
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>26,444.31</b>	<b>60,697.51</b>	<b>42,284.93</b>	<b>40,205.44</b>

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
经营活动产生的现金流量净额	1,724.35	13,293.20	12,062.60	9,062.76

报告期内，公司经营活动现金流入分别为 49,268.19 万元、54,347.53 万元和 73,990.70 万元、28,168.67 万元，主要由销售商品、提供劳务收到的现金构成。报告期内，公司营业收入规模扩大带动销售商品、提供劳务收到的现金增加。

报告期内，公司经营活动现金流出分别为 40,205.44 万元、42,284.93 万元、60,697.51 万元、26,444.31 万元，主要由购买商品、接受劳务支付的现金和支付给职工以及为职工支付的现金构成。报告期内，随着经营规模的扩大，公司经营活动现金流出逐年上升。

公司营业收入、营业成本与经营活动现金流匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
销售商品、提供劳务收到的现金	27,457.34	71,732.71	52,893.74	47,397.89
营业收入	26,391.03	62,612.62	45,504.57	41,593.83
占营业收入比例	104.04%	114.57%	116.24%	113.95%
购买商品、接受劳务支付的现金	14,126.84	35,917.14	23,644.80	24,364.21
营业成本	17,398.79	39,736.65	29,780.13	27,649.78
占营业成本比例	81.19%	90.39%	79.40%	88.12%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例分别为 113.95%、116.24%、114.57%和 104.04%。报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比例整体保持稳定，与以经销模式为主的经营模式和以“先款后货”的销售信用政策相匹配，公司主营业务获取现金的能力较强。

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金占营业成本的比例分别为 88.12%、79.40%、90.39%和 81.19%，其中 2020 年度比例相对较低系在经济环境影响下，公司与供应商友好协商，提高了使用银行承兑汇票支付货款的比例，支付的现金有所减少所致。公司采购商品、接受劳务支付的现金与采购政策、信用政策相匹配。

公司经营性现金流量净额与净利润的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
净利润	1,982.85	8,855.08	4,759.54	3,903.51
加：信用减值损失	24.66	83.33	-1.70	-1.85
资产减值损失	58.86	42.54	-61.82	105.38
固定资产折旧	643.62	1,341.59	1,311.64	1,073.76
使用权资产折旧	512.18	1,021.36	-	-
无形资产摊销	129.38	220.17	230.56	144.84
长期待摊费用摊销	133.39	421.99	468.36	471.79
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）	-	-1.99	-15.50	-11.51
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0.76	65.49	101.86	79.05
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-11.35	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	30.70	22.02	53.86	130.20
投资损失（收益以“-”号填列）	-146.95	-427.00	-361.33	-303.15
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-99.45	-275.44	-278.66	114.59
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-26.26	-25.82	-49.93	-10.34
存货的减少（增加以“-”号填列）	607.56	-660.63	327.96	118.70
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	36.17	822.16	1,653.44	86.97
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-2,646.09	493.46	2,314.60	2,418.53
其他	494.34	1,294.89	1,609.72	742.29
经营活动产生的现金流量净额	1,724.35	13,293.20	12,062.60	9,062.76
经营活动产生现金流量净额-净利润	-258.50	4,438.12	7,303.06	5,159.25

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异分别为5,159.25万元、7,303.06万元、4,438.12万元和-258.50万元。2020年度，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异较大，主要系当期购买商品、接受劳务支付的现金相对较少，与公司对于供应商的结算周期延长的情况一致。

整体来看，公司经营活动产生的现金流量情况较好，与当期净利润及业务发展阶段和所处行业特点相匹配。

## 2、投资活动产生的现金流量

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
收回投资所收到的现金	77,996.95	56,303.50	95,595.21	81,361.55
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	28.17	58.14	134.70
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>77,996.95</b>	<b>56,331.67</b>	<b>95,653.35</b>	<b>81,496.25</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,047.04	4,174.06	1,867.87	6,080.88
投资支付的现金	78,850.00	55,740.00	95,322.38	74,043.90
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>82,897.04</b>	<b>59,914.06</b>	<b>97,190.25</b>	<b>80,124.78</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-4,900.08</b>	<b>-3,582.38</b>	<b>-1,536.90</b>	<b>1,371.46</b>

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为 1,371.46 万元、-1,536.90 万元、-3,582.38 万元和-4,900.08 万元，主要为公司为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金、收回投资所收到的现金和投资支付的现金等。

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 6,080.88 万元、1,867.87 万元、4,174.06 万元和 4,047.04 万元，主要系公司随着业务规模扩大，持续进行资本性投入所致。

报告期内，公司投资支付的现金和收回投资所收到的现金金额较大，主要原因系公司购买及赎回短期银行理财产品涉及的现金流入流出。

## 3、筹资活动产生的现金流

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
吸收投资收到的现金	-	-	150.00	850.00
取得借款收到的现金	-	-	-	5,467.25

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
收到其他与筹资活动有关的现金	-	163.66	-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>-</b>	<b>163.66</b>	<b>150.00</b>	<b>6,317.25</b>
偿还债务支付的现金	-	-	1,900.00	4,538.39
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,000.00	3,500.00	248.86	1,935.20
支付其他与筹资活动有关的现金	746.42	1,025.95	316.59	106.54
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>1,746.42</b>	<b>4,525.95</b>	<b>2,465.45</b>	<b>6,580.13</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,746.42</b>	<b>-4,362.29</b>	<b>-2,315.45</b>	<b>-262.88</b>

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-262.88万元、-2,315.45万元、-4,362.29万元和-1,746.42万元。公司筹资活动的现金流入主要为股权投资款和新增借款，现金流出主要是偿还银行债务和分配股利、偿付利息。

### （七）重大资本性支出及资金需求量

截至报告期末，公司可预见的重大资本性支出为本次发行募集资金投资项目与六安生产基地项目（二期）。其中，本次募投项目的预计投资总额为41,930.81万元，相关项目方案已经公司董事会、股东大会审议通过，项目正在实施规划中；六安生产基地项目（二期）的投资规模与开工时间尚需根据公司战略规划等因素确定。除上述项目外，公司无其他可预见的重大资本性支出。

本次发行募集资金到位前，公司可根据各项目的实际进度，以自有资金支付项目所需款项；本次发行募集资金到位后，公司将严格按照有关的制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自有资金以及支付项目剩余款项。

### （八）流动性风险分析

报告期各期末，公司流动比率、速动比率较高，短期偿债能力较好；公司的资本结构稳健，长期偿债能力较强。

截至本招股说明书签署日，公司在流动性方面不存在重大不利变化。

## （九）持续经营能力分析

公司管理层对可能影响公司持续盈利能力的各要素进行审慎评估，从目前的业务发展状况和市场环境方面看，在可预见的未来，公司能够保持良好的持续盈利能力。可能对公司持续盈利产生重大不利影响的因素包括行业政策不利变化、市场竞争加剧等，公司已在本招股说明书“第三节 风险因素”中进行了分析和披露。

## 十二、重大资本性支出与资产业务重组分析

### （一）重大投资或资本性支出

报告期内，除本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层讨论分析”中披露的固定资产、无形资产、在建工程、长期待摊费用等情形外，公司不存在其他需要披露的重大资本性支出。上述资本性支出系紧密围绕公司主营业务展开，有利于公司扩大经营规模，提高市场竞争力。

### （二）重大资产业务重组或股权收购合并

报告期内，公司不存在重大资产业务重组及股权收购合并事项。

## 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 2022 年 6 月 30 日，公司不存在需披露的资产负债表日后事项。

### （二）或有事项

宁波高新区谢泽建材商行曾为公司的经销商，其于 2021 年底至 2022 年初在明知缺乏实际履约能力的情况下仍与多名消费者订立了定制家居产品合同并收取相应货款，但实际未向发行人下单、付款，并最终因运营不善无力履约为由拒绝向消费者交货。截至 2022 年 6 月 30 日，公司基于维护品牌形象考虑，与所有向公司反映情况的涉事消费者签订了《债权转让协议》及订单，受让宁波高新区谢泽建材商行对消费者的合同义务及消费者对宁波高新区谢泽建材商行的债权；除少数涉案消费者的产品订单尚未完成交付安装外，其他产品订单均已履

行完毕。公司根据尚未完成安装的消费者订单预计相关产品成本、运输安装费用等计提损失。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在其他需披露的或有事项。

### **（三）其他重要事项**

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在需要披露的其他重要事项。

### **（四）重大担保、诉讼等事项**

截至本招股说明书签署之日，公司及公司控股股东、实际控制人、子公司，及公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在尚未了结的或可预见的对财务状况、盈利能力及持续经营产生重大影响的重大担保、诉讼等事项。

## **十四、发行人盈利预测报告披露情况**

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、募集资金运用概况

#### （一）募集资金运用方案

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不低于 1,667.00 万股（最终数量以中国证监会核准发行数量为准），且本次公开发行后的流通股股份占公司股份总数的比例不低于 25%。

本次募集资金投资项目经公司第一届董事会第六次会议审议，并经 2022 年第二次临时股东大会通过，由董事会根据项目的轻重缓急情况安排实施。本次公开发行募集资金扣除发行费用后拟用于智造生产基地扩产建设项目、信息化升级建设项目、营销网络建设项目、研发中心升级建设项目以及补充流动资金，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	预计投资规模	预计使用募集资金
1	智造生产基地扩产建设项目	26,854.96	26,000.00
2	信息化升级建设项目	6,037.60	6,000.00
3	营销网络建设项目	5,966.40	5,000.00
4	研发中心升级建设项目	3,071.85	3,000.00
合计		<b>41,930.81</b>	<b>40,000.00</b>

在完成本次公开发行股票并在深交所上市前，公司将根据实际生产经营需要，以自筹资金对上述项目进行前期投入，募集资金到位后，将使用募集资金置换该部分自筹资金。

募集资金到位后，公司将严格按照已经建立的《募集资金管理制度》使用募集资金。若本次发行的实际募集资金净额无法满足上述拟投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自筹方式解决；若实际募集资金净额超过上述拟投资项目的资金需求，则超出部分将用于补充流动资金。

#### （二）募集资金专户存储安排

2022 年 1 月 23 日，公司 2021 年年度股东大会审议通过了《关于制定〈募

集资金管理制度》的议案》，公司将严格按照深圳证券交易所关于募集资金管理的规定，将募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理。

公司上市后将在深圳证券交易所规定时间内与保荐人及募集资金存管银行签订《募集资金三方监管协议》，对募集资金专户存储、使用和监管等方面的三方权利、义务和责任进行约定。实际使用募集资金时，公司将严格遵守《募集资金管理制度》和相关法律法规的要求。

### （三）募集资金投资项目履行审批、备案及环评情况

#### 1、项目备案情况

公司本次募投项目已取得项目所在地发改部门出具的项目核准文件：

序号	项目名称	项目备案情况
1	智造生产基地扩产建设项目	2203-440606-04-01-816279
2	信息化升级建设项目	
3	营销网络建设项目	
4	研发中心升级建设项目	

#### 2、环评情况

根据《佛山市生态环境局顺德分局关于科凡家居股份有限公司上市募集资金投资项目所需履行环评手续咨询的复函》，智造生产基地扩产建设项目、研发中心升级建设项目涉及的生产工艺为木板开料、封边、清理分拣、开槽打孔、包装入库，根据《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》，项目涉及的生产工艺无需办理环评手续。

信息化升级建设项目系对公司现有的信息系统进行集中化升级，营销网络建设项目系通过城市展厅、广告营销活动等方式加强公司的营销渠道，提升销售和服务能力，该两个项目不涉及环境影响相关问题，无需履行环境影响评价手续。

综上，公司募集资金投资项目无需办理环评手续，符合环境保护相关法律法规。

### （四）募集资金投资项目确认依据

本次募集资金投资项目系在公司现有主营业务基础上，综合考虑公司生产经

营规模、财务状况、技术条件、管理能力、发展目标等因素而确定，具体分析如下：

从生产经营规模方面来看，公司目前生产基地产能利用较为充分，着眼未来公司发展规划，需要通过智造生产基地扩产建设项目、信息化升级建设项目、研发中心升级建设项目来提高定制家居产品的研发和生产能力。公司募投项目建设反映了公司业务发展的客观需求，与公司未来三年发展规划相匹配。

从财务状况方面来看，报告期内公司经营情况良好，报告期各期公司分别实现营业收入 41,593.83 万元、45,504.57 万元、62,612.62 万元和 26,391.03 万元，2019-2021 年年均复合增长率 22.69%。公司本次发行募集资金扣除发行费用后将用于智造生产基地扩产建设项目、信息化升级建设项目、营销网络建设项目及研发中心升级建设项目。募集资金投资项目规模与公司现有生产经营规模、财务状况、行业发展前景以及公司自身发展趋势相适应。

从技术条件和管理能力方面来看，公司已经建立了较为完善的技术、产品、应用开发体系，质量管理和供应链管理体系。本次募集资金投资项目系公司围绕现有主营业务进行的产能建设、研发及信息化建设、营销及品牌推广，项目实施以公司当前的研发体系、技术路线、生产管理、营销政策为依托，与公司现有的销售规模、技术条件和管理能力相适应。

从发展目标方面来看，本次募集资金投资项目的实施是实现公司业务发展目标的关键一环，将满足公司业务发展及项目建设需求，提高公司品牌知名度和行业竞争地位，促进公司经营管理水平、生产能力、人才队伍、技术研发实力、品牌形象等提升至一个新的台阶。

综上所述，本次募集资金投资项目与公司主营业务、生产经营规模、财务状况、技术条件、管理能力、发展目标相适应。

#### **（五）募集资金运用对同业竞争和独立性的影响**

本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，实施主体均为科凡家居。募集资金投资项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间产生同业竞争，也不会对公司的独立性构成不利影响。

## 二、募集资金投资项目的具体方案

### （一）智造生产基地扩产建设项目

#### 1、项目概况

本项目拟新建生产基地，对定制衣柜及其他定制柜类产品进行产能扩产，优化公司未来业务的规划布局，创造新的盈利增长点。本项目的投资内容主要体现在建筑工程、设备购置、项目实施人员配置等方面。本项目的实施将进一步巩固公司产品在定制家居行业的核心竞争力，大幅提升公司的运营能力，增强公司的持续盈利能力。

#### 2、项目经济效益

如本次募集资金投资项目顺利实施，主要效益指标如下：

项目	所得税前	所得税后
内部收益率	26.86%	24.03%
净现值（万元）	15,056.72	12,200.91
投资回收期（年）	6.57	7.19

### （二）信息化升级建设项目

#### 1、项目概况

本项目将对公司现有的信息系统进行集中化升级，建成以智能制造系统（含MES、WMS、设备管理等）、数字中台系统（含设计、拆单、数据处理等）、ERP管理软件、数字化运营看板、HR系统等专门的功能性系统，构建其内部管控和外部服务的信息化体系，利用大数据等先进技术，在公司的产品营销、供应链管理、项目管理、经营决策、业务支撑等方面构造信息化体系架构，达到合理建设、高效工作、精准管理、科学决策的目标。

本项目建成后将实现公司所有系统数据的互联互通，将多种数据源进行整合，为数据进一步开发提供基础条件；本项目将基于数据共通的信息系统，建设可实现数据抓取、分析的数据化中台系统，增强对市场反应的灵敏度，提升公司整体运营、营销和服务的效率和效益。

## 2、项目经济效益

本项目本身不直接产生经济效益，但通过打造先进的信息化管理平台，整合业务体系，优化业务流程，降低业务成本。

### （三）营销网络建设项目

#### 1、项目概况

随着定制家居行业的快速发展，优质的产品性能、良好的客户体验、快速的响应能力及个性化的定制设计已成为行业企业特别是技术水平较高的生产企业成功的关键因素。为适应快速发展的产品市场需求和竞争的需要，公司拟通过本项目来扩大公司营销与服务网络覆盖范围，最终构建完善的营销与服务体系。本项目的实施将显著加强公司销售及服务能力、售后服务支持能力，进一步巩固并加强公司的营销渠道，提升服务水平和质量，扩大销售规模 and 市场份额，提高公司在该领域的市场竞争力，推动公司持续、快速发展。

根据公司总体发展战略和经营目标，本项目的主要建设内容如下：

（1）在全国范围内按照市场拓展潜力进行布局，包括多个国内重点城市的城市展厅建设；

（2）按照各个区域的市场特点，进行有针对性的广告代言、媒介推广、活动策划、培训、展厅拓展等营销活动；

（3）在全国区域内配备一批城市经理，按照每个城市经理覆盖一个城市展厅的覆盖能力进行人员配置。

## 2、项目经济效益

项目本身不直接产生经济效益，但通过打造高效运营的营销网络，扩大业务规模，提升品牌影响力，进而增厚公司的经营业绩。

### （四）研发中心升级建设项目

#### 1、项目概况

本项目根据公司研发现状对研发中心进行升级扩建，公司目前研发体系、研发及检测设备不足以满足公司近年来业务规模快速增长的需求，同时研发中心技

术人才不足，制约了公司进一步发展。本项目旨在完善研发体系、招揽优秀的研发技术人员和引进先进的研发检测设备，开展行业前沿的技术课题研究，并同时对新产品试制，提高研发成果的转换效率。

本项目实施完成后将进一步提升公司的研发设计实力和工艺创新能力，攻坚前沿技术课题的同时完善公司产品线，满足客户日益增长的定制需求，以扩大公司定制家居产品的市场竞争优势，巩固公司行业地位。

## **2、项目经济效益**

本项目不直接产生经济效益，但通过打造更先进的研发中心，完善公司研发体系，吸引研发人才，提高公司研发设计能力，进而巩固并提升公司的产品竞争力，为公司经营业绩增长提供有效保障。

## **三、本次募集资金的必要性及可行性**

### **（一）募集资金投资项目的必要性**

#### **1、突破产能瓶颈，巩固市场份额**

公司专注于定制衣柜及其他定制柜类的研发、设计、生产、销售，经过多年发展，公司业务稳定增长，产品创新设计能力、质量管理能力、品牌影响力不断提升。随着市场规模的逐步扩大，公司营销渠道不断扩张，公司现有的生产线较难满足前端快速增长的市场需求。同时，近年来公司订单充足，场地受限、设备老化、人员素质参差不齐，导致现有产能尚不能满足既有订单需求。随着定制家居市场的扩张，预计公司未来几年的业务仍将以较快的速度增长，如现有产能增速无法与未来市场需求保持同步，将会造成公司的经销商、客户流失，从而面临着竞争对手趁机抢占市场份额的威胁，最终导致公司市场份额下降。因此，公司亟需新增定制衣柜及其他定制柜类生产线，同时配备先进设备和高素质人员，进一步扩大生产规模，提高产品供应能力。本次募集资金投资项目实施后，有利于快速扭转公司产能不足的局面；同时，随着行业和公司的进一步发展，具备规模化、自动化生产能力的生产线将为公司未来深入业务、扩大规模创造良好条件。

#### **2、提升公司信息化渗透率，提高生产运营效率**

由于定制家居行业小批量、多品类、生命周期长的特点，企业追求规模化发

展必须具备信息化思维，依靠信息化手段来管理整个定制流程。因此，定制家居行业对数据的要求比传统家具行业更高，企业需要依赖数据实现整体规划、协调生产要素，并通过大数据、信息化、智能化技术提升定制产业链中的物流效率、制造效率。

在日常业务流程中，订单信息从经销商传达到工厂端，从销售端的产品设计、订单形成，到生产端的物料准备、订单排产、物流安排等环节实现整个定制流程。信息流的通畅程度将影响公司库存及产品的周转效率。目前公司整体的周转效率仍存在提升空间，一方面原因在于经销商端的信息化程度不高，另一方面原因在于生产端及销售端信息共享不足。公司需对现有信息系统进行升级，提高信息化渗透率，降低经销商使用信息系统的难度，同时促进从销售端与生产端信息的流通和协同。

本次募集资金投资项目的实施将促进信息流的全面、通畅和高效，通过数字智能化管理，进行合理备货，降低库存，有序组织生产。项目建成后将有利于公司提高生产效率、缩短生产周期、提高库存周转率，完成自动化与信息化的融合，实现数据驱动制造，助力公司突破现有产能瓶颈，达成业务规模的扩张目标。

### **3、加强营销网络建设，扩大公司市场份额**

公司的营销网络覆盖了全国绝大部分省会城市，并已深入三四线城市，地级市覆盖率为 80%以上。目前国内定制家居市场正处于持续快速增长时期，公司市场份额有望进一步提升，现有的营销网络建设有待进一步加强。一方面，随着公司现有产品销售规模的快速扩大，公司对营销渠道规模有更大的扩张需求；另一方面，定制家居市场竞争日益激烈，国内品牌数量众多，集中度较低，要在激烈的市场竞争中保持并进一步提升市场份额，对营销渠道布局的广度和深度也提出了更高要求。

近年来，公司积极布局三四线下沉市场，对市场营销渠道进行了大力推广，未来需要进一步加强对一二线城市的营销拓展活动。因此，为了继续保持公司销售额的快速增长，公司必须加强营销网络建设，通过对城市展厅建设、聘请品牌代言人、媒介广告推广、经销商群体培训等活动的投入，进一步优化一二线城市的营销网络体系，从而扩大市场份额。

本次募集资金投资项目实施后，公司将进一步加强对经销商渠道的建设，扩大公司的营销网络覆盖范围，逐步提高市场营销水平，增强销售渠道管控能力，提升对市场动向的反应速度，使公司在定制家居行业快速发展的情况下，继续保持高速增长；同时，本次募集资金投资项目的实施将有助于公司进一步挖掘市场潜力，有利于公司扩大销售规模，提高市场份额。

#### **4、保持产品特色的需要，提高产品品牌竞争力**

产品开发与设计能力是决定企业产品附加值、产品特色、技术含量以及品牌竞争力的主要因素。在城镇化进程持续推进与居民可支配收入不断提高的背景下，定制概念深入人心，客户对家居装修的关注点从价格、功能实现逐渐转向安全健康、时尚美观、设计艺术等方面，对定制家居的选择标准也日益提高。定制家居企业需通过持续的自主设计和创新获得更多的自主知识产权，打造自有品牌与产品特色，满足客户日益变化的定制需求。

此外，我国定制家居行业内企业众多，产品同质化竞争严重。公司作为从事定制家居个性化研发、设计、生产、销售的柜墙门一体化综合解决方案服务商，需坚持创新的设计研发理念，以创新设计优势、技术优势形成核心竞争力，支撑打造产品特色，在激烈的品牌竞争中获胜。

本次募集资金投资项目拟利用公司研发中心已有的制度基础、研发成果、技术优势和经验，通过改善研发环境，配置先进的实验测试设备，引进专业技术人才，完善研发管理制度，建立与公司发展战略相适应的现代化研发平台，提升公司的整体技术研究与创新能力和创新能力。本次募集资金投资项目实施后，有利于公司进一步保持技术优势，提升公司产品开发能力，同时通过不断进行创新设计保持产品特色，从而增强公司在定制家居领域的品牌竞争力。

### **（二）募集资金投资项目的可行性**

#### **1、定制家居市场未来潜力巨大**

近年来，我国定制家居市场规模高速增长。根据国家统计局与中国产业信息网数据测算，我国定制家居行业的市场规模由 2015 年的 1,067 亿元增长至 2020 年的 2,047 亿元，年均复合增长率达到 13.92%。2020 年的经济波动影响，在生产端和需求端对定制家居行业造成了一定程度的冲击，市场规模增速有所下降，

但随着经济逐步复苏，定制家居行业有望重回稳定增长赛道。

在市场渗透率方面，2019年我国定制家居的市场渗透率仅为32%。分品类来看，随着不同细分家具类型的发展时间、市场接受度的不同，其渗透率有所差异：厨柜的起步较早，市场渗透率约为60%；近年来，随着定制衣柜的市场认可度不断提高，市场渗透率随之提升至30%左右，而其他柜体的市场渗透率不足10%。随着国内消费水平的提升与消费观念的改变，手工打制家具产品逐渐退出，定制家居的市场渗透率提升空间较大，我国定制家居行业仍有很大的增量发展空间。

未来，一、二线城市的定制家居行业发展趋于成熟，而随着城镇化进程的不断加快、区域经济的持续发展，我国三、四线城市正在进入一个快速发展的轨道。公司多年来积极对三四线城市进行营销渠道布局使其成为业务销售的主要区域，在未来的市场竞争中有望凭借该先发优势占据有利地位。

## 2、公司运营管理能力优秀

公司多年来致力于定制柜类产品的生产与研发，在发展的过程中不断总结和改进行，积累了丰富的运营管理经验。在生产经营方面，公司建设了佛山、六安两大生产基地，并在后续发展中积极响应市场需求调整生产布局，进行了多次改扩建及技术改造并取得了有效成果；在商业模式方面，公司坚持“大设计+智慧产业链”的商业模式，将数据运营和定制设计有效结合，为客户提供“大众之上、高定之下”的定制服务。

此外，公司拥有一支优秀的管理运营团队，领导层、主管级以上有多名员工在同行业从业逾10年，生产端拥有一批专业从事定制柜类生产制造的高级技术人员与生产操作人员，生产、研发、管理经验丰富。同时，公司注重运营管理，加强人才储备，通过产学研项目与高校建立合作，积极招揽与培养具有创新组织能力和体系思维的生产运营人才、具有丰富财务经验的财务管理人才、具有优秀销售运营能力的营销人才等，以满足公司的生产运营管理需要。

综上所述，公司在生产经营、商业模式、团队管理等方面具备丰富的经验积累，针对本次募投项目生产基地的智能化技术改造和产能扩建，能够提供充分的生产和运营支持，从而确保本次募集资金投资项目的顺利实施。

### 3、公司全产业链服务能力灵活

公司坚持在工业化的基础上追求个性化服务，致力于寻找工业化与定制化的平衡点，多年来凭借对全产业链的灵活服务能力在激烈的市场竞争中取得良好业绩与口碑。公司与上游材料供应商始终保持良好、稳定的合作关系，供应商的高配合程度、高物料质量、短交货期为公司的生产效率与产品质量提供了有效保障。在经销商招商过程中，公司设置了设计能力等经销商准入门槛，并对选拔出来的经销商定期进行培训、提供运营支持。为更贴近追求设计特色、追求整体效果等行业需求，公司提供多样化、非标化的产品形式、材料，为设计师和经销商创造更大的设计空间和利润空间。此外，面对直接终端消费者，公司坚持做到产品和服务的本地化，公司专业的设计团队可根据房屋的尺寸和客户诉求进行定制化设计，面对整家定制客户订单需求可向外采购成品家居产品，与公司自产的定制柜类产品进行配套销售。在生产端，公司依靠自动化生产线与科学的拆单系统为客户高效率地提供设计特色明显、高质量、高精度、交期快的全屋定制产品。

公司成熟的产品生产工艺与灵活的定制化服务能力得到了广大经销商与终端客户的认可，经销商已遍布全国大中小城市。截至 2022 年 6 月 30 日，在全国范围内拥有 930 家经销商及 970 家门店，覆盖全国主要城市。未来，公司经销体系将持续渗透各个城市，以满足不断增长的市场需求，为本次募投项目的产能消化提供良好保障。

### 4、公司技术研发体系完善

研究开发是企业在激烈的市场竞争中赖以生存和发展的命脉，对企业的发展方向、市场开拓、提高核心竞争力等起着决定性的作用。为了提高创新能力，加强新材料、新工艺、新产品的研究开发和管理，加快技术积累和产品升级，公司制定了《科凡制造工艺流程大纲》《研发人员绩效考核制度》《研发人员培训管理制度》《资产管理制度》等管理制度，对研发中心建设与运行、研发工作考核与绩效管理、研发项目申报管理、设计和开发流程等内容作出了明确的规范。研发体系高效运转，加快技术成果的产业转化速度，有利于公司研究开发项目的规范化、流程化、高效化，为募集资金投资项目的发展奠定了制度基础。

## 四、募集资金运用对公司生产经营和财务状况的影响

### （一）对公司经营情况的影响

公司本次募集资金投资项目是在现有主营业务的基础上，结合未来市场发展趋势和公司的战略规划对现有业务展开的，包括智造生产基地扩产建设项目、信息化升级建设项目、营销网络建设项目、研发中心升级建设项目。一方面，公司通过提升产能可以迅速抢占市场份额，充分利用现有的品牌优势和经销商管理优势，扩大产品的市场占有率，从而在激烈的市场竞争中稳固并提升公司的行业地位；另一方面，通过研发中心升级建设项目，公司将对现有的研发环境条件进行升级，包括增添研发软硬件设备，引进专业的人员和技术，提升公司研发效率和技术成果转化能力，增强市场竞争力；此外，通过营销网络建设项目，可以进一步完善公司的营销网络体系，提升品牌影响力。

预计募集资金的投入将使公司营业收入大幅增加，盈利能力迅速增强。募集资金投资项目的顺利实施将进一步提高公司的综合竞争力，对公司的长远发展产生积极影响。

### （二）对公司财务状况的影响

本次募集资金投资项目实施后，公司的资产规模将大幅增加，资产流动性将显著提升，盈利能力将进一步增强，从而有利于优化财务结构，增强公司的抗风险能力。

募投项目会导致公司的固定资产和无形资产较大幅度增加，进而导致相应的折旧、摊销费用增加，而在建设及运营的前期募投项目的经济效益无法立即展现，公司的净资产收益率将会降低。但随着项目正常运营，项目产生的效益逐步体现，公司将会获得持续、稳定的收入，净资产收益率将会显著改善。

## 五、公司战略规划及措施

### （一）发展战略和业务发展目标

#### 1、发展战略

公司将坚持“大众之上，高定之下”的产品定位，以“专注美感，围绕用户需求作出主动适应，不断驱动公司进行高效变革”为工作主题，通过综合运用公

司较强的研发设计能力和柔性化规模生产能力持续提高公司产品竞争力，同时以强有力的运营支持赋能经销商，不断巩固并提升公司的综合运营服务优势，从而逐步成为用户公认的家居工业化内装专家品牌，为行业树立标杆，为社会创造价值。

## **2、业务发展目标**

公司计划通过本次募集资金投资项目，进一步增强公司在研发设计、智能制造、经销网络运营等方面的竞争优势，持续扩充产能，扩大经销网络服务覆盖范围，不断提升公司的产品竞争力和品牌影响力，迅速扩大公司的业务规模。同时，以公司原先主打的柜类产品带动室内门、护墙板、成品家居产品，实现多品类产品的有机结合与协同发展，增加公司新的利润增长点，为公司未来可持续发展奠定基础。

### **（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果**

为实现上述发展战略规划，报告期内公司已采取的措施及实施效果如下：

#### **1、准确把握市场需求发展趋势，持续丰富产品体系**

报告期内，定制家居行业终端消费需求呈个性化、功能化的发展趋势。随着我国居民消费水平的稳步提升，越来越多的消费群体开始关注家居产品的整体个性化、功能化、空间利用需求，旧式的成品家居已不能满足消费者对个性化生活的追求，人们更喜欢在居家生活中加入更多自主的创意特色及创新功能，由过去的被动式选择向更具主动性的自主式设计转型，这使得定制家居行业渗透率得以不断提升。报告期内，公司持续进行研发投入，丰富产品矩阵。在保持高水平的质量与环保标准的基础上，公司产品能为客户提供数十种花色、上百种款式的丰富选择，满足了新一代消费群体对于设计感的审美追求，为公司收入增长提供了稳定的消费需求。

#### **2、持续优化经销商体系，扩大市场份额**

报告期内，公司贯彻实施全方位的帮扶政策以及科学高效的经销商管理机制，公司经销商网络体系实现数量与质量齐头并进的良好发展趋势。一方面，公司通过持续改进的招商策略广纳优质经销商，同时针对经营不善、资质欠佳的经销商进行优化调整，不断壮大公司经销商网络。另一方面，公司从门店选址、市场分

析、小区活动、开业活动、员工培训等方面对经销商予以全方位帮扶，提高了经销商的服务质量及营运能力，使得经销商业务规模得以逐步增长。持续完善的经

### **3、加强人才队伍建设，提升综合服务能力**

公司对于人才队伍建设给予高度重视，通过实施股权激励计划、组织业务培训、建立明确晋升渠道、营造良好的文化氛围等一系列措施，一方面吸引行业优秀人才，另一方面充分调动现有员工的积极性。报告期内，公司在管理、营销、生产、技术研发等岗位全方位引入具有丰富行业经验的人才，员工队伍不断壮大，员工结构持续优化，公司综合服务能力不断提升，助力公司实现高质量的可持续发展。

## **（三）未来规划采取的措施**

### **1、市场开发和业务扩张计划**

未来，公司将进一步加强对经销商渠道的建设和完善，扩大公司的营销网络覆盖范围，通过在各大省会级城市、地级市城市与经销商合作搭建城市展厅等方式，形成区域性的营销辐射效应，达到树立良好公众形象、提升品牌知名度和市场开发的目的。此外，公司持续增强销售渠道管控能力，进一步加大对经销商的支持和培养，提高经销商整体的服务能力，提升经销商对市场动向的反应速度，为业务规模持续壮大提供坚实保障。

### **2、产能提升与扩充计划**

随着公司业务规模的持续增长，公司的产能利用率一直保持在较高水平，亟需打破产能瓶颈，以充分满足业务增长的需求。公司将立足于自身在定制家居行业中的竞争优势，通过智能化生产基地扩产建设项目以实现产能扩充，提高生产系统的自动化、智能化水平，优化公司未来业务的规划布局，从而进一步巩固公司产品在定制家居行业的核心竞争力，大幅提升公司的运营能力，增强公司的持续盈利能力。

### **3、研发、设计创新计划**

作为行业内领先企业，公司一直将研发、设计创新作为核心竞争力之一，持续不断地提升研发、设计创新能力。公司将始终坚持自主创新的原则，通过研发

中心升级建设项目为公司研发设计能力的进一步提升打下坚实的基础。同时，公司将继续拓展研发、设计团队，并通过安排研发技术人员参加行业协会交流活动、产学研战略合作等方式，不断提高研发技术人员能力，掌握定制家居行业前沿技术及行业发展动态，为产品开发夯实技术基础。

#### **4、信息化体系建设计划**

信息化建设是公司向智能制造提升、提高职能部门与业务部门运营效率、实现诸多业务板块协调管理的重要一环。公司将在原有系统基础上，对财务管理、供应链管理、生产管理、客户关系管理、人事管理、物流管理、行政管理、经营管理等治理模块进行完善、升级和优化，实现人流、物流、资金流、信息流的有效衔接，实现“公司-经销商-客户”的多级协同，服务于公司全国范围内业务布局所带来的业务规模扩展，促进信息共享及工作协同。

#### **5、人力资源发展计划**

人力资源是公司最重要的战略资源，是公司的核心生产要素之一。公司将根据现有业务的年度目标，评判人力资源组织结构的合理性、人员的新需求，以改善绩效考核资金激励为主要手段，以优化内部流程、提高协调机制效率、提升人均产值为目标，制定短期的人力资源发展计划。

公司将围绕经营的可持续性，以打造人力资源核心竞争力为目标，制定长期人力资源发展计划。主要方式是结合公司发展战略，进行人员结构优化，提高整体人员素质；推动全员绩效制度的落地实施，以绩效为导向进行工作优化，降低人力成本；推进内部培训工作，提高中层干部的管理能力。

## 第八节 公司治理与独立性

### 一、发行人内部控制制度的情况

公司设立以来，按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，逐步制定并完善了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和经营管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。公司股东大会、董事会、监事会及高级管理人员均根据《公司法》《证券法》《公司章程》行使职权和履行义务。

根据相关法律、法规及《公司章程》，公司制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《对外担保管理制度》《关联交易管理制度》《对外投资管理制度》等一系列制度，为公司治理的规范化运行提供了完善的制度保证。

#### （一）公司管理层对内部控制制度的评估意见

根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

#### （二）注册会计师对内部控制制度的评价报告

2022年8月20日，华兴会计师为公司内部控制出具了《内部控制鉴证报告》（华兴专字[2022]21009500180号），鉴证意见为：“科凡家居于2022年6月30日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。”

### （三）报告期内公司内部控制存在的瑕疵及整改情况

#### 1、个人卡收支情况及原因

2019年至2021年6月，公司基于收付便捷、简化支付流程和缩短支付周期等因素的考虑，曾使用智造中心经理杨键谊的个人卡作为公司账户对外收付款项。其中，收款的主要事项包括经销商货款、营销服务及废料销售等收入、员工资金拆借、理财产品的购买与赎回等；支出的主要事项包括厂房租金、办公差旅费、业务招待费、员工奖金等。2021年6月末，公司已停止使用个人卡收付款，并将其注销处理，个人卡收支的总体情况如下：

单位：万元

收支情况	具体内容	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
收入	经销商货款	-	15.86	127.64	18.97
	营销服务及废料销售等收入	-	7.52	61.54	45.84
	活动赞助费	-	-	3.22	8.57
	员工资金拆借	-	-	46.29	-50.22
	备用金	-	-	4.50	1.50
	理财产品的购买与赎回	-	137.53	-86.57	78.58
	小计	-	160.91	156.62	103.25
支出	厂房租金、办公差旅费、业务招待费等	-	67.44	110.25	84.87
	员工奖金	-	40.56	47.50	20.50
	小计	-	108.00	157.75	105.38

除上述个人卡使用情形外，报告期内公司及子公司不存在其他个人卡及使用情形。

#### 2、整改措施

针对报告期内使用个人卡的情况，公司采取的整改措施如下：

（1）公司已于2021年6月停止通过个人卡收付公司款项的行为，并将涉及的个人卡账户余额转至公司银行账户，同时予以注销处理；

（2）根据个人卡收支款项性质完成公司账务的调整，同时对个人卡收付款

事项中涉及的增值税、企业所得税和个人所得税等税金调整做主动申报补缴处理，并取得了当地税务局出具的无违法违规证明；

（3）进一步完善了资金使用、费用报销等相关制度，并就个人卡收支问题与公司业务、财务人员召开专题会议宣讲落实公司资金使用相关制度，在经营过程中加强对费用报销及资金支出的流程控制和监督管理，以及对发票报销和现金收支的控制。

综上所述，截至本招股说明书签署之日，个人卡所涉及的交易事项已完成账务调整，且公司已就个人卡涉及的税务事项履行纳税义务，不存在税务风险。报告期内，公司通过个人卡支付厂房租金、销售废料收入、收取经销商货款、发放员工奖金和报销款等事项，并非以资金占用为目的，未构成重大违法违规。自2021年6月末开始，公司不再存在使用个人卡的情况，资金使用已严格按照《财务管理制度》《资金、网银管理制度》等规定执行，公司内部控制制度健全且能被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规性和财务报告的可靠性。

## 二、发行人最近三年违法违规情况

最近三年内，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营，不存在重大违法违规行为。

## 三、发行人最近三年资金占用及违规担保情况

最近三年内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情形。

## 四、发行人独立持续经营能力

公司自成立以来，坚持按照法律法规规范运作，建立健全法人治理结构，在业务、资产、人员、机构和财务等方面均与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及面向市场独立经营的能力。

### （一）资产完整

科凡家居系由科凡有限整体变更设立，依法承继了科凡有限的所有资产、负债与权益。公司拥有独立完整的资产，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相关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品的研发、销售系统。

## （二）人员独立

公司已按照国家有关法律建立了完整、独立的劳动人事管理制度。公司的董事、监事、高级管理人员均严格按照《公司法》和《公司章程》的规定选举或聘任，不存在股东超越股东大会和董事会作出人事任免决定的情况。公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员在公司专职工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，亦未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

## （三）财务独立

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

## （四）机构独立

公司建立健全与业务相适应的内部经营管理机构，独立行使经营管理权，依照《公司法》和《公司章程》规定建立了股东大会、董事会、监事会和经理层等组织机构，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合经营、合署办公或其他机构混同的情况。

## （五）业务独立

公司拥有独立完整的产品研发、原材料采购、产品生产和销售体系，不存在需要依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业开展生产经营活动的情况，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争和显失公平的关联交易。

## （六）主营业务、控制权、管理团队稳定

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，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；公司控股股东科凡集团、共同实际控制人林涛及何倩芬夫妇所持公司的股份权属清晰，且最近三年公司实际控制人没有发生变更，公司控制权稳定，不存在可能导致控制权变更的权属纠纷。

公司主营业务、控制权、管理团队稳定及控股股东和实际控制人股份权属详见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“十一、发行人业务发展过程和模式成熟度、经营稳定性和行业地位”之“（三）经营稳定性”。

## （七）不存在对持续经营有重大影响的事项

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

## 五、同业竞争

### （一）公司与控股股东、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，公司控股股东为科凡集团，实际控制人林涛控制的其他企业为珠海泽惠，科凡集团及珠海泽惠除投资公司外未从事其他经营活动，亦未持有其他公司股权，其业务范围与公司不存在相同或类似的情况。

公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

### （二）避免和消除同业竞争的承诺

为了避免未来与公司产生同业竞争的可能，维护公司全体股东的利益和保障公司长期可持续健康发展，公司控股股东科凡集团及实际控制人林涛及何倩芬夫妇已出具《关于避免和消除同业竞争的承诺函》，详见本招股说明书“第十二节 附件”之“四、与投资者保护相关的承诺”之“（九）控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺”。

## 六、关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》等相关法规的规定，截至本招股说明书

签署之日，公司关联方及关联关系情况如下：

### （一）控股股东及实际控制人

截至本招股说明书签署之日，科凡集团直接持有公司 2,600.00 万股股份，占公司股本总额的 52.00%，为公司的控股股东。

截至本招股说明书签署之日，林涛及何倩芬夫妇合计控制公司 78.50% 股份的表决权，享有公司最高比例的表决权，为公司实际控制人。

### （二）其他持有公司 5% 以上股份的股东

序号	关联方名称	关联关系
1	王飏	直接持股 16.50%，通过珠海泽惠间接持股 1.81%，合计持有公司 18.31% 股份
2	珠海泽惠	直接持股 15.00%

### （三）发行人控股和参股的公司

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 2 家全资子公司，具体如下：

序号	公司名称	关联关系
1	科凡智绘	公司持有其 100% 的股权
2	六安科凡	公司持有其 100% 的股权

### （四）控股股东和发行人的董事、监事和高级管理人员

#### 1、控股股东的董事、监事和高级管理人员

序号	姓名	担任职务
1	林涛	执行董事兼经理
2	何倩芬	监事

#### 2、发行人的董事、监事和高级管理人员

序号	姓名	担任职务
1	林涛	董事长
2	王飏	董事、总经理
3	陈剑清	董事
4	何婉童	董事、财务总监、董事会秘书

序号	姓名	担任职务
5	陈芸	独立董事
6	林健明	独立董事
7	杨小磊	独立董事
8	温艺坤	监事会主席
9	蔡梓楠	监事
10	杨贵铭	监事
11	刘晓彬	副总经理

**（五）直接或间接持有发行人 5%以上股份的自然人股东及发行人的董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员**

持有公司 5%以上股份的自然人股东及公司的董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员包括该等人员的配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母均为公司的关联方。

**（六）实际控制人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制或具有重大影响的，或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的其他法人（或其他组织）**

实际控制人林涛及何倩芬夫妇及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的其他法人（或其他组织）情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	佛山市顺德区顺之研新材料科技有限公司	实际控制人何倩芬的哥哥何志勇持股 50%并担任监事的企业
2	广东顺德智帆新材料科技有限公司	实际控制人何倩芬的哥哥何志勇持股 50%并担任监事的企业
3	佛山市顺德区尚弘工业材料有限公司	实际控制人何倩芬的嫂子何毅敏持股 60%并担任监事的企业
4	佛山市顺德区弘腾新材料有限公司	实际控制人何倩芬的嫂子何毅敏持股 60%并担任监事的企业
5	佛山市顺德区尚弘企业管理有限公司	实际控制人何倩芬的嫂子何毅敏持股 60%并担任监事的企业
6	佛山市顺德区南凯新材料实业有限公司	实际控制人何倩芬的哥哥何志强持股 40%并担任监事的企业

序号	关联方名称	关联关系
7	佛山市顺德区力新高机电有限公司	实际控制人何倩芬的哥哥何志强持股30%并担任监事的企业
8	佛山市厨堡德企业管理有限公司	实际控制人何倩芬的嫂子朱杏少持有100%的股权并担任法定代表人的企业
9	华龙家具有限公司（已吊销）	实际控制人何倩芬的父亲何享增担任董事长的企业
10	顺德区北滘永华家具公司（已吊销）	实际控制人何倩芬的父亲何享增担任负责人的企业
11	顺德市北滘永华装饰工程公司（已吊销）	实际控制人何倩芬的父亲何享增担任法定代表人的企业
12	顺德市华美装饰材料厂有限公司（已吊销）	实际控制人何倩芬的父亲何享增担任法定代表人的企业
13	西达企业有限公司（已清盘，为香港企业）	实际控制人何倩芬的父亲何享增、哥哥何志勇分别持股51%及49%，且两人担任董事的企业

**（七）其他直接或间接持有发行人5%以上股份的自然人股东、发行人的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制或具有重大影响的，或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的其他法人（或其他组织）**

序号	关联方名称	关联关系
1	博文环保科技（广州）有限公司	独立董事陈芸的弟弟陈钢持股99%的企业
2	佛山市大得企业管理有限公司	独立董事林健明持股60%并担任执行董事的企业
3	上会会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所	独立董事杨小磊担任负责人的企业
4	深圳市福田区华智信息咨询工作室	独立董事杨小磊配偶杨胜兰持股100%的企业
5	深圳市英智财务咨询有限公司	独立董事杨小磊配偶杨胜兰持股100%的企业
6	贵州宏途工程技术咨询有限公司	独立董事杨小磊配偶姐姐杨胜芬持股90%的企业
7	佛山市顺德区商道酬信企业管理有限公司	董事陈剑清的哥哥陈剑峰持股100%的企业
8	佛山市顺德区顺安驰汽车美容服务中心	董事陈剑清的女儿陈娆翀持股100%的企业
9	佛山市光普实业有限公司	董事、财务总监兼董事会秘书何婉童的姐姐何淑贤担任财务总监的企业

**（八）报告期内曾经存在的关联方**

序号	关联方名称	关联关系	注销原因
1	广东青禾田文化旅游发展有限公司	实际控制人、董事长林涛曾持股10.91%，已于2022年5月将所持股权	不适用

序号	关联方名称	关联关系	注销原因
		转让给无关联第三方	
2	芜湖尚弘商贸有限公司（已注销）	实际控制人何倩芬的嫂子何毅敏曾经持股 45%的企业，已于 2020 年 1 月 19 日注销	因业务开展未达到预期业绩，股东决定注销企业
3	佛山市顺德区北滘镇林头厨堡德厨柜厂（已注销）	实际控制人何倩芬的嫂子朱杏少曾持股 100%并担任负责人的企业，已于 2022 年 3 月 25 日注销	股东因个人投资规划，决定注销企业
4	佛山市顺德区富高达贸易有限公司（已注销）	实际控制人何倩芬的嫂子何毅敏曾持股 60%并担任监事的企业，该企业已于 2022 年 6 月 16 日注销	因业务开展未达到预期效果，股东决定注销企业
5	北京市恒信风华地板销售中心（已注销）	总经理王飏曾担任经营者的企业，该企业已于 2022 年 2 月 25 日注销	无实际业务经营，故经营者决定注销企业
6	北京风华柏高地板销售中心（已注销）	总经理王飏曾担任经营者的企业，该企业已于 2022 年 2 月 23 日注销	无实际业务经营，故经营者决定注销企业
7	汉予森（上海）家居有限公司	董事兼总经理王飏曾担任经理的企业，已于 2020 年 1 月辞去职务	不适用
8	韩森（中国）投资有限公司	董事兼总经理王飏曾担任经理的企业，已于 2020 年 1 月辞去职务	不适用
9	韩森（中国）家居有限公司	董事兼总经理王飏曾担任经理的企业，已于 2020 年 1 月辞去职务	不适用
10	揭阳市揭东区锡场镇家馨门业店（已注销）	副总经理刘晓彬配偶林少君之弟弟林少龙持股 100%的企业，该企业已于 2020 年 5 月 28 日注销	股东因个人投资安排决定注销企业
11	南阳市卧龙区特香包九中店（已注销）	独立董事杨小磊姐姐杨彦玲担任经营者的企业，该企业已于 2020 年 6 月 23 日注销	无实际业务经营，故股东决定注销企业
12	深圳市酷雪星光体育文化有限公司	独立董事杨小磊曾担任执行董事的企业，已于 2020 年 8 月辞去职务	不适用
13	贵州宏涂工程技术咨询有限公司（已注销）	独立董事杨小磊姐姐杨胜芬持有 100% 股权并担任执行董事兼总经理的企业，该企业已于 2020 年 12 月 21 日注销	无实际业务经营，故股东决定注销企业
14	郑州万智博网络科技有限公司（已注销）	独立董事杨小磊姐夫万改成曾持股 30%并担任监事的企业，该企业已于 2022 年 1 月 5 日注销	无实际业务经营，故股东决定注销企业
15	广东申菱环境系统股份有限公司	独立董事林健明曾经担任董秘兼副总经理的企业，已于 2020 年 2 月辞去董秘兼副总经理职务	不适用
16	佛山农村商业银行股份有限公司	独立董事林健明的哥哥林健翔担任副行长兼职工董事的企业，已于 2021 年 10 月辞去副行长、职工董事职务	不适用
17	广东云浮农村商业银行股份有限公司	独立董事林健明的哥哥林健翔曾任该企业副行长职务，已于 2022 年 12 月辞去职务。	不适用
18	乐昌市廊田镇秋兰食品酒店（已注销）	监事杨贵铭配偶曾秋兰持股 100%的企业，该企业已于 2021 年 7 月 28 日注销	无实际业务经营，故经营者决定注销企业

序号	关联方名称	关联关系	注销原因
19	佛山市设宴创意文化有限公司（已注销）	实际控制人何倩芬的嫂子何毅敏持股80%并担任执行董事的企业，该企业已于2021年8月23日注销	股东因个人投资安排决定注销企业
20	佛山市顺德区北滘镇合诚市场陈剑峰冻品档	董事陈剑清的哥哥陈剑峰担任经营者的企业，该企业已于2020年7月20日注销	股东因个人投资安排决定注销企业

### （九）根据实质重于形式的原则认定的其他与公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的自然人、法人或者其他组织

根据实质重于形式的原则认定的其他与公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的自然人、法人或者其他组织如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	广州博骏家居科技有限公司	实际控制人林涛及何倩芬的女儿林演晴持股10%的企业
2	廖世全	子公司六安科凡监事

## 七、关联交易

### （一）重大关联交易的判断标准

重大关联交易指对财务状况和经营成果产生重大影响的关联交易，结合实际经营情况，公司重大关联交易的判断标准如下：

1、公司与关联自然人发生的交易金额在人民币30万元以上的关联交易（公司提供担保、提供财务资助除外）；

2、公司与关联法人发生的交易金额在人民币300万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%上的关联交易（公司提供担保、提供财务资助除外）。

### （二）报告期内关联交易总体情况

报告期内，公司关联交易的总体情况如下：

单位：万元

关联交易性质	关联交易内容	关联交易金额			
		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>重大关联交易</b>					
经常性关联交易	关键管理人员薪酬	366.64	798.99	591.92	385.56
偶发性关联交易	销售货物	41.31	-	-	102.30
	关联担保	参见本节“（三）重大关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“（3）关联担保”			
<b>一般关联交易</b>					
经常性关联交易	购买商品、接受劳务	24.00	33.81	11.06	21.22
	关联租赁	12.30	21.89	20.94	20.94
偶发性关联交易	销售货物	-	-	11.89	-
	购买商品、接受劳务	-	-	-	0.13
	关联资金拆出	-	-	-	81.44
	关联资金归还	-	-	46.29	35.15

### （三）重大关联交易

#### 1、经常性关联交易

报告期内，公司向关键管理人员支付薪酬的情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
关键管理人员薪酬	366.64	798.99	591.82	385.56

公司向关键管理人员支付薪酬系公司生产经营所必需，对公司的财务状况无重大不利影响。

#### 2、偶发性关联交易

##### （1）销售货物

报告期内，公司向关联方销售货物的情况如下：

单位：万元

关联方	关联关系	关联交易内容及目的	2022年1-6月发生额	2021年度发生额	2020年度发生额	2019年度发生额
何倩芬	实际控制人	装修自用	41.31	-	-	-

2022年1-6月，何倩芬因装修自用所需，曾向公司采购定制家居产品，相关交易系基于公司产品定价体系确定，价格公允，不会对公司当期经营成果和主营业务产生重大影响。

## （2）购买商品及接受劳务

单位：万元

关联方	关联关系	关联交易内容及目的	2022年1-6月发生额	2021年度发生额	2020年度发生额	2019年度发生额
科凡集团	控股股东	购买软件用于公司经营	-	-	-	102.30

2019年8月，公司向科凡集团购买纬纶治木等设计软件，交易价格为102.30万元。该软件为科凡集团早期购买，用于定制家居生产运营，因战略规划调整，科凡集团不再运营定制家居业务，而公司在经营过程中需要使用该软件，因此公司向科凡集团购买了该软件。该等软件转让的价格系基于其于2019年7月末在科凡集团账面价值96.70万元并经双方协商定价，价格公允。

## （3）关联担保

报告期内，关联方为公司提供担保的情况如下：

担保方	被担保方	债权方	担保金额（万元）	担保时间	保证方式	担保是否已经履行完毕
林涛、何倩芬	发行人	工商银行佛山北滘支行	3,300.00	2017.10.01-2020.12.12	抵押担保	是
林涛、何倩芬	发行人	工商银行佛山北滘支行	1,600.00	2017.10.10-2020.12.12	抵押担保	是
六安科凡	发行人	工商银行佛山北滘支行	850.00	2018.02.01-2020.05.31	抵押担保	是
林涛、何倩芬、六安科凡、科凡集团	发行人	工商银行佛山北滘支行	5,000.00	2018.02.01-2020.05.31	连带责任担保	是
林涛、何倩芬、六安科凡	发行人	广发银行佛山分行	2,000.00	2018.12.10-2019.12.09	连带责任担保	是
林涛、何倩芬、六安科凡	发行人	工商银行佛山北滘支行	10,000.00	2019.01.01-2029.12.31	连带责任担保	否
科凡集团	发行人	工商银行佛山北滘支行	10,000.00	2019.01.01-2021.03.21	连带责任担保	是
林涛、何倩芬、六安科凡	发行人	招商银行佛山分行	1,000.00	2019.07.24-2020.07.23	连带责任担保	是
六安科凡	发行人	工商银行佛山北滘支行	8,100.00	2019.11.15-2029.11.30	抵押担保	否
林涛、何倩芬、六安科凡	发行人	广发银行佛山分行	2,000.00	2020.04.24-2021.04.23	连带责任担保	是

担保方	被担保方	债权方	担保金额 (万元)	担保时间	保证方式	担保是否 已经履行 完毕
林涛、何倩芬、 六安科凡	发行人	招商银行佛 山分行	1,000.00	2020.11.02- 2021.11.01	连带责任 担保	是
科凡集团	发行人	工商银行佛 山北滘支行	20,000.00	2021.03.22- 2031.03.21	连带责任 担保	否
林涛、何倩芬、 六安科凡	发行人	广发银行佛 山分行	2,000.00	2022.02.10- 2023.02.09	连带责任 担保	否

上述关联担保系公司向银行申请授信额度过程中，公司实际控制人、控股股东根据银行授信审批要求向公司提供的担保。

#### （四）一般关联交易

报告期内，公司发生的一般关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易类型	交易内容	2022年 1-6月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
广州博骏家居 科技有限公司	购买商品、接 受劳务	展会及直 播费用	24.00	33.81	11.06	21.22
杨靖宜	关联租赁	租赁宿舍	12.30	21.89	20.94	20.94
廖世全	销售货物	装修自用	-	-	5.51	-
	关联资金拆出	资金拆借	-	-	-	36.73
	关联资金归还	资金拆借	-	-	34.63	2.10
何毅敏	销售货物	装修自用	-	-	6.38	-
陈剑清	关联资金拆出	资金拆借	-	-	-	44.71
	关联资金归还	资金拆借	-	-	11.66	33.05
广东青禾田文 化旅游发展有 限公司	购买商品、接 受劳务	零星杂费	-	-	-	0.13

除上述一般关联交易外，报告期内科凡集团还将 3 项商标无偿转让给科凡有限，具体情况如下：

2019 年 4 月，科凡集团与科凡有限签署《商标转让协议》，约定科凡集团将 3 项境内商标无偿转让给科凡有限。相关商标已于 2019 年 10 月完成商标转让手续。

科凡集团系公司的控股股东，未实际开展其他经营业务。公司自设立以来即对上述科凡集团向其转让的商标进行使用，为增强公司资产独立性，科凡集团向

公司无偿转让其生产经营所需商标，具有合理性。

报告期内，公司从关联方受让商标的具体情况如下：

序号	注册商标	申请/注册人	申请/注册号	类号	注册公告日期	有效期至	转让前权利人
1	<b>科凡</b>	公司	25895271	42	2018.08.28	2028.08.27	科凡集团
2	<b>KEFAN</b>	公司	25890601	42	2018.09.07	2028.09.06	科凡集团
3	<b>KEFAN</b>	公司	21842126	37	2017.12.28	2027.12.27	科凡集团

### （五）关联担保、关联方资金拆借的整改措施

公司就上述关联交易中的关联担保、关联方资金拆借等事项，落实了以下整改措施：

#### 1、关联交易的清理情况

截至本招股说明书签署之日，公司与关联方的资金拆借已清理完毕，目前不存在与关联方存在资金拆借的情况。报告期内的关联担保系公司向银行申请授信额度过程中，公司实际控制人、控股股东根据银行授信审批要求向公司提供的担保，具备合理性。

#### 2、进一步完善了相关内控制度

公司召开了第一届董事会第五次会议和 2022 年第一次临时股东大会审议通过了《关于修订〈科凡家居股份有限公司关联交易管理制度〉的议案》，进一步完善了公司的相关内控制度，对关联交易决策权限和程序作出系统和具体的规定，其中包括明确关联人和关联关系的界定、关联交易的定义、审批程序及信息披露等方面。

公司发生的关联交易将严格按照《公司章程》《关联交易管理制度》等文件规定，履行必要的法律程序，依照合法有效的协议进行。

#### 3、公司相关人员进一步加强了规范意识

公司组织实际控制人及董事、监事、高级管理人员深入学习并严格执行《公司法》《证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规及公司相关的内部控制制度，进一步提高公司实际控制人及管理层规范治理、合规运作的意识。

#### 4、公司相关人员出具承诺函

公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上股东已出具《关于规范及减少关联交易的承诺函》，具体情况详见本招股说明书“第十二节 附件”之“四、与投资者保护相关的承诺”之“（十）其他承诺事项”之“1、关于减少和规范关联交易的承诺”。

#### （六）关联方应收应付款项

报告期各期末，公司对关联方的应收应付款项情况如下：

单位：万元

项目	关联方	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款	何倩芬	0.91	-	-	-
应收账款	廖世全	-	-	6.23	-
其他应收款	杨靖宜	3.40	3.40	3.40	3.40
其他应收款	廖世全	-	-	-	34.63
其他应收款	陈剑清	-	-	-	11.66
预付款项	广州博骏家居科技有限公司	9.81	33.81	-	-
其他应收款	广州博骏家居科技有限公司	-	-	-	16.32

### 八、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

#### （一）报告期内关联交易制度的执行情况

公司于 2022 年 1 月 23 日召开 2021 年年度股东大会，审议通过了《关于公司 2022 年度日常关联交易预计的议案》及《关于 2022 年度申请融资额度并接受关联方提供担保的议案》，于 2022 年 4 月 2 日召开 2022 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于审核确认公司 2019 年至 2021 年关联交易事项的议案》。

公司于 2022 年 4 月 26 日召开第一届董事会第九次会议，审议通过了《关于与关联方签订<定制产品采购合同>暨关联交易的议案》；于 2022 年 5 月 27 日和 2022 年 6 月 12 日分别召开第一届董事会第十次会议和 2022 年第四次临时股东大会，审议通过了《关于公司申请融资额度并接受关联方提供担保的议案》。

公司产供销系统独立、完整，生产经营上不存在依赖关联方的情形。报告期

内，公司的关联交易及决策过程均严格履行了《公司章程》等有关制度的规定，不存在损害中小股东利益的情形。

## （二）独立董事关于关联交易的意见

独立董事对公司报告期内关联交易进行了审查，就公司报告期内发生关联交易的公允性及合法性发表独立意见如下：

在报告期内发生的关联交易价格公允、合理，遵循了市场公正、公平、公开的原则，对公司的财务状况、经营业绩和生产经营独立性没有产生不利影响，不存在损害公司及中小股东利益的情形。

## 九、关于规范关联交易的制度安排

公司已在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》等制度中对关联交易决策权力与程序做出规定，以保护公司及其股东的权益不因关联交易受到损害。

### （一）《公司章程》的相关规定

《公司章程》第三十六条：“公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反本条规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东、实际控制人对公司和公司的其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。”

《公司章程》第三十九条：“股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：……（十七）审议批准以下重大关联交易事项：1、公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产、提供担保、提供财务资助除外）金额在 3000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；2、公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。……”。

《公司章程》第四十条：“公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：……（六）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；……股东大会在审

议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决须经出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。”

《公司章程》第七十九条：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以就该关联交易事项作适当陈述，但不得参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不得计入有效表决总数。关联股东未就关联事项按上述程序进行关联关系披露或回避的，有关该关联事项的决议无效；但公司全体股东均与审议的关联交易事项存在关联关系的，全体股东不予回避，股东大会照常进行，但所审议的事项应经全部股东所持表决权表决通过。公司制定关联交易管理制度，详细规定关联方和关联交易的定义，以及关联交易的决策程序等。关联交易管理制度由董事会另行拟订，并提请股东大会审议批准。”

《公司章程》第一百一十条：“独立董事除应履行本章程规定的董事职责外，还具有以下特别职权：（一）公司重大关联交易（指与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，由公司董事会审议批准；公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告作为其判断的依据；……”。

《公司章程》第一百二十条第二款：“董事会的经营决策权限为：……（三）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保、提供财务资助除外），应提交公司董事会审议；公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司提供担保、提供财务资助除外），应提交公司董事会审议。（四）未达到本章程规定的股东大会审议批准权限的对外担保事项由董事会审议批准。公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。”。

《公司章程》第一百二十三条第二款：“公司与关联人发生的关联交易应当提交董事会审议批准，按本章程规定须经股东大会审议批准的关联交易，董事会审议批准后应当提交股东大会审议批准。董事会在审议关联交易时，应当先审查独立董事是否已按本章程规定发表独立意见。董事会有权在权限范围内授权总经理审批部分关联交易。”

《公司章程》第一百三十条：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的,不得对该项决议行使表决权,也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行,董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三人的,应将该项提交股东大会审议。”

## （二）《股东大会议事规则》的相关规定

《股东大会议事规则》第七条：“股东大会是公司的最高权力机构，依法行使下列职权：……（十六）审议批准以下重大关联交易事项：1、公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产、提供担保、提供财务资助除外）金额在 3000 万元以上，且占上市公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；2、公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。关联交易达到上述第 1 项情形的，应参照深圳证券交易所的相关规定披露评估或者审计报告；与日常经营相关的关联交易可免于审计或者评估；……”。

《股东大会议事规则》第五十条：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东可以出席股东大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。”

## （三）《董事会议事规则》的相关规定

《董事会议事规则》第三十八条：“委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：（一）在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席，关联董事也不得接受非关联董事的委托；……”。

《董事会议事规则》第四十五条：“出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：（一）法律、行政法规规定董事应当回避的情形；（二）董事本人认为应当回避的情形；（三）《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行

表决，而应将该事项提交股东大会审议。”

#### **（四）《独立董事工作制度》的相关规定**

《独立董事工作制度》第十五条：“独立董事除履行法律、法规、公司章程等规范性文件赋予董事的职权外，还具有下列职权：（一）需要提交股东大会审议的关联交易应当由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具专项报告；……”。

《独立董事工作制度》第十七条：“独立董事应当就以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：……（五）需要披露的关联交易、提供担保（对合并报表范围内子公司提供担保除外）、委托理财、提供财务资助、募集资金使用有关事项、公司自主变更会计政策、股票及其衍生品种投资等重大事项；……”。

#### **（五）《关联交易管理制度》的相关规定**

公司制定的《关联交易管理制度》，对关联方及关联交易、关联交易的决策程序、关联交易的内部控制等做了明确的规定。

### **十、控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上股份股东关于关联交易的承诺**

为确保公司持续、健康、稳定的发展，避免关联方通过关联交易损害公司利益及其他股东的合法权益，公司控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员和公司其他持股 5%以上股份的股东珠海泽惠分别出具《关于规范和减少关联交易的承诺》，详见本招股说明书“第十二节 附件”之“四、与投资者保护相关的承诺”之“（十）其他承诺事项”之“1、关于减少和规范关联交易的承诺”。

## 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

根据公司于 2022 年 3 月 1 日召开的 2022 年第二次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票并上市前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由公司首次公开发行股票后的新老股东按照持股比例共同享有。

### 二、本次发行前后股利分配政策差异情况

为了切实维护股东权益，保持公司股利分配政策的持续性和稳定性，提高股东对公司经营和分配的监督，稳定投资者预期，同时依据《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37 号）及《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》等文件精神，公司在本次发行前股利分配政策的基础上，修改并完善了公司股利分配的原则、形式、发放条件、期间间隔、审议程序、政策调整、股东回报规划的制订、决策机制及监督约束机制等重要条款，进一步明确并细化了现金分红的条件和比例，以期兼顾投资者合理投资回报及公司长期稳定可持续发展，增强公司投资价值。除该等情形外，本次发行前后股利分配政策不存在重大差异。

### 三、现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制

#### （一）现金分红的股利分配政策

##### 1、现金分红条件

在符合现金分红的条件下，公司应当采取现金分红的方式进行利润分配。符合现金分红的条件为：

（1）公司当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）及累计未分配利润为正值；

（2）审计机构对公司当年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司预计未来十二个月内不存在重大资本性支出项目（募集资金投资项目除外）累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产 30%情形；

（4）进行现金分红不影响公司正常经营和可持续发展。

## 2、现金分红比例

在符合现金分红的条件下，公司当年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可供分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

### （二）现金分红的决策程序

董事会在审议利润分配预案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和比例、调整的条件等事宜，应充分听取监事会的意见；独立董事应发表明确意见。

利润分配预案经董事会审议通过后经股东大会审议通过。公司在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上审议通过。

公司年度报告期内盈利且累计未分配利润为正，未进行现金分红或拟分配的现金红利总额（包括中期已分配的现金红利）与当年归属于公司股东的净利润之比低于 30%的，公司应当在审议通过年度报告的董事会公告中详细披露以下事项：

1、结合所处行业特点、发展阶段和自身经营模式、盈利水平、资金需求等

因素，对于未进行现金分红或现金分红水平较低原因的说明；

- 2、留存未分配利润的确切用途以及预计收益情况；
- 3、董事会会议的审议和表决情况；
- 4、独立董事对未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表的独立意见。

### **（三）现金分红的监督机制**

监事会对董事会执行现金分红政策和股东回报规划以及是否履行相应决策程序和信息披露等情况进行监督，发现董事会存在以下情形之一的，应当发表明确意见，并督促其及时改正：

- 1、未严格执行现金分红政策和股东回报规划；
- 2、未严格履行现金分红相应决策程序；
- 3、未能真实、准确、完整披露现金分红政策及其执行情况。

## **四、特别表决权股份、协议控制架构和累计未弥补亏损情况**

公司不存在特别表决权股份、协议控制架构和累计未弥补亏损情形。

## 第十节 其他重要事项

### 一、重要合同

#### （一）经销商合同

公司与主要经销商采用“经销合同+订单”的合作模式：《经销合同》一般一年一签，内容就合同有效期、经销区域、经销范围及责任等方面做约定；而当经销商有具体需求时，会以订单方式发送予公司来确认产品的尺寸、产品系列、颜色及交付时间等。

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司与报告期各期前五大经销商已履行完毕、正在履行或将要履行的经销协议如下：

序号	经销商名称	主要销售内容	交易金额	合同期限	实际履行情况
1	周鹏	“KEFAN 科凡”品牌系列产品	合同约定有关经营指标，具体销售金额以实际发生为准	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
2	佛山市顺德区柜在安芯建材店	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
3		“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
4		“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
5		“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
6	佛山市禅城区思凡建材店	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
7	顺德区大良义合堂建材商行	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
8		“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
9	佛山市顺德区北滘镇筑鼎建材店	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
10	佛山市三水区柜在放芯建材店	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
11		“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
12	佛山市顺德区科凡新奢定制家具店	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
13		“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
14	佛山市禅城区艾玛新奢定制家居用品店	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
15	佛山市顺德区柜在用心建	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕

序号	经销商名称	主要销售内容	交易金额	合同期限	实际履行情况
	材店	牌系列产品			
16	佛山市顺德区梵柯新奢定制家具店	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
17	佛山市顺德区优窝家具有限公司	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
18	佛山市禅城区美作美家具有限公司	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
19	佛山市顺德区极简主义家具有限公司	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
20		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2019.1.1-2019.12.30	履行完毕
21		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
22	稀土开发区海睿家居经销部	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
23		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
24		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
25		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
26	高新技术产业开发区科凡家具经营部	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
27		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
28	昆明市盘龙区科信家居用品商店	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
29		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
30		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
31	易江	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
32		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
33	东莞市天易家居有限公司	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
34	东莞市天瑜家居有限公司	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
35	广州市润安装饰建材有限公司	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
36		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
37	西安迈骏国际家居有限公司	“KEFAN 科凡”牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
38		“KEFAN 科凡”牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行

序号	经销商名称	主要销售内容	交易金额	合同期限	实际履行情况
39	代国峰	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
40	九龙坡区简家家具经营部	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
41	晋江科凡建材有限公司（现名为：晋江默宸建材有限公司）	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
42		“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
43	湖北居煌空间建材有限公司	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
44		“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2023.1.1-2023.12.31	正在履行
45	珠海宏实润达建设有限公司	“KEFAN 科凡”品牌系列产品		2022.1.1-2022.12.31	履行完毕

注：报告期各期前五大经销商为合并计算同一控制下经销商的销售收入所得，而同一控制下各经销商（上表列示）均单独与公司签订框架合同。

报告期内，公司与经销商合作情况良好，上述合同均正常履行或履行完毕，不存在合同无法履行的情况或对公司生产经营产生不利影响的情形。

## （二）销售合同

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司已履行完毕、正在履行或将要履行的单笔交易金额在 500 万元以上的销售合同如下：

单位：万元

序号	销售对象	签署主体	主要销售内容	交易金额	合同期限	履行情况
1	广东珠江工程总承包有限公司	科凡家居	橱柜制作、安装和调试	597.01	2022.05.23 至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行

上述合同正常履行，不存在合同无法履行的情况或对公司生产经营产生不利影响的情形。

## （三）采购合同

公司与主要供应商采用“框架合同+材料订购确认单”的合作模式：《框架合同》一般一年一签，主要就合同期限、采购原材料种类、定价原则、货款结算方式等方面做约定，其中具体的采购数量及单价、型号、交付时间和交货地点等要求则由公司根据实际生产经营需要，向供应商通过签订《材料订购确认单》的方式进行采购。

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司与报告期各期前五大供应商已

履行完毕、正在履行或将要履行的采购框架协议，或单笔交易金额在 500 万元以上的采购合同如下：

单位：万元

序号	供应商名称	签署主体	主要采购内容	交易金额	合同期限	履行情况
1	广西高峰桂山人造板有限公司	科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
2		科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
3		科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2021.1.1-2021.12.31	履行完毕
4		科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
5		发行人	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
6	安徽省六安市叶集区丽人木业有限公司	六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2019.1.1-2019.3.19	履行完毕
7		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2020.3.20-2020.3.31	履行完毕
8		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2020.4.1-2021.3.31	履行完毕
9		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2021.4.1-2022.3.31	履行完毕
10		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2022.4.1-2023.3.31	正在履行
11	六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2023.4.1-2024.3.31	正在履行	
12	中新瑞达（北京）科技发展有限公司	科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
13		发行人	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
14		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2022.4.1-2023.3.31	正在履行
15	叶集合和人造板有限公司	六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2019.5.1-2020.4.30	履行完毕
16	六安市伟杰板业有限公司	六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2020.4.1-2021.3.31	履行完毕
17		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2021.4.1-2022.3.31	履行完毕
18		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2022.4.1-2023.3.31	正在履行
19		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2023.4.1-2024.3.31	正在履行
20	佛山市隽美新材料科技有限公司	科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2022.1.1-2022.12.31	履行完毕
21		发行人	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
22	六安轩赢木业有限公司	六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2019.5.1-2020.4.30	履行完毕

23		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2020.4.1-2021.3.31	履行完毕
24		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2021.4.1-2022.3.31	履行完毕
25		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2022.4.1-2023.3.31	正在履行
26		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2023.4.1-2024.3.31	正在履行
27	六安市东盾木业有限公司	六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2020.6.1-2021.5.31	履行完毕
28		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2021.4.1-2022.3.31	履行完毕
29		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2022.4.1-2023.3.31	正在履行
30		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
31	佛山市永茂板饰有限公司	科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2019.5.13-2020.5.12，合同期限届满前30日，未书面通知对方终止合同的，合同效力自动延续一年，并依次类推。	履行完毕
32		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2020.4.1-2021.3.31	履行完毕
33	广州天之湘装饰材料有限公司	科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2018.5.1-2019.5.1	履行完毕
34		科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
35		发行人	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2023.1.1-2023.12.31	履行完毕
36		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2018.6.1-2019.5.31	履行完毕
37		六安科凡	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2019.5.1-2020.4.30	正在履行
38	佛山市三水粤山装饰实业有限公司	科凡有限	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2019.1.3之日起一年，合同期限届满前30日，未书面通知对方终止合同的，合同效力自动延续一年，并依次类推。	履行完毕
39	广东粤山新材料科技有限公司	发行人	以《材料订购确认单》为准	以实际订单为准	2023.1.1-2023.12.31	正在履行
40	南京帝鼎数控科技有限公司	科凡有限	鼎力大板套裁一拖三（II）设备（DL-1328（II））	645.00	2022年4月30日至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行
41	豪马格（中国）机械有限公司	科凡有限	柔性定制封边连线	525.00	2021.12.27至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行

42		科凡有限	左式直线封边机	660.00	2021.12.27 至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行
43		科凡有限	全自动数控板材开料锯	702.00	2021.12.27 至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行
44		科凡有限	柔性定制封边连线	1,275.00	2021.12.27 至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行
45	北京高科物流仓储设备技术研究有限公司	发行人	智能化仓储装备集成系统	1,270.15	2022.3.11 至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行
46		发行人	成品智能化仓储装备集成系统	1,580.00	2022年6月15日至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行

报告期内，公司与供应商合作情况良好，上述合同均正常履行或履行完毕，不存在合同无法履行的情况或对公司生产经营产生不利影响的情形。

#### （四）银行合同

##### 1、授信合同

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司已履行完毕、正在履行或将要履行的授信金额在 500 万元以上的授信合同如下：

单位：万元

序号	借款方	合同名称及编号	授信银行	授信额度	授信期限	履行情况
1	科凡有限	《授信额度合同》（（2018）佛银综授额字第 000432 号）	广发银行佛山分行	授信额度最高限额 7,000 万元；授信额度敞口最高限额 2,000 万元	2018.12.10-2019.12.9	履行完毕
2	科凡有限	《授信协议》（757XY2019017631）	招商银行佛山分行	1,000.00	2019.7.24-2020.7.23	履行完毕
3	科凡有限	《授信额度合同》（（2020）佛银综授额字第 000103 号）	广发银行佛山分行	授信额度最高限额 7,000 万元；授信额度敞口最高限额 2,000 万元	2020.4.24-2021.4.23	履行完毕
4	科凡有限	《商业汇票贴现额度合同》（（2020）佛银授额字第 000098 号）	广发银行佛山分行	5,000.00	2020.4.24-2021.4.23	履行完毕
5	科凡有限	《授信协议》（757XY2020029067）	招商银行佛山分行	1,000.00	2020.11.2-2021.11.1	履行完毕
6	发行人	《授信额度合同》（（2021）佛银综授额字第 000133 号）	广发银行佛山分行	授信额度最高限额 7,000 万元；授信额度敞口最高限额 2,000 万元	2022.2.10-2023.2.9	履行完毕
7	发行人	《商业汇票贴现额度合同》（（2021）佛银授额字第 000102 号）	广发银行佛山分行	5,000.00	2022.2.10-2023.2.9	履行完毕

8	发行人	《授信协议》(757XY2022014188)	招商银行 佛山分行	10,000.00	2022.7.11- 2023.7.10	正在 履行
---	-----	-------------------------	--------------	-----------	-------------------------	----------

上述合同均正常履行或履行完毕，不存在合同无法履行的情况或对公司生产经营产生不利影响的情形。

## 2、借款合同

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司已履行完毕、正在履行或将要履行的借款金额在 500 万元以上的借款合同如下：

单位：万元

序号	借款方	合同名称及编号	借款银行	借款额度	借款期限
1	科凡有限	《网贷通循环借款合同》 (2018 年顺北循借字第 005 号)	工商银行佛山北滘支行	1,100.00	2018.12.28- 2020.1.1
2	科凡有限	《流动资金借款合同》(2019 年顺北借字第 003 号)	工商银行佛山北滘支行	900.00	自实际提款 日起 1 年
3	科凡有限	《流动资金借款合同》(2019 年顺北借字第 004 号)	工商银行佛山北滘支行	600.00	自实际提款 日起 1 年
4	科凡有限	《网贷通循环借款合同》 (2019 年顺北循借字第 003 号)	工商银行佛山北滘支行	950.00	2019.12.12- 2020.12.12
5	科凡有限	《网贷通循环借款合同》 (2019 年顺北循借字第 004 号)	工商银行佛山北滘支行	950.00	2019.12.12- 2020.12.12
6	发行人	《固定资产借款合同》(2022 年顺北固融字第 003-1 号)	工商银行佛山北滘支行	13,500.00	自首次提款 日起 10 年
7	发行人	《固定资产借款合同》(2022 年顺北固融字第 003-2 号)	工商银行佛山北滘支行	10,500.00	自首次提款 日起 10 年

注：序号 1-5 借款合同已履行完毕，序号 6-7 借款合同已签订但未实际借款。

上述借款合同均履行完毕或将要履行，不存在合同无法履行的情况或对公司生产经营产生不利影响的情形。

## 3、担保合同

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司已履行完毕、正在履行或将要履行的担保金额在 3,000 万元以上的担保合同如下：

单位：万元

序号	合同名称及编号	担保人	担保权人	被担保人	担保金额	担保方式	担保债权期间	履行情况
1	《最高额抵押合同》 (2018 年顺北高抵 字第 020 号)	林涛、 何倩芬	工商银行佛山北滘支行	科凡有限	3,300.00	抵押担保	2017.10.1- 2020.12.12	履行 完毕

2	《最高额保证合同》 (2018年顺北高保字第054号)	林涛、何倩芬	工商银行佛山北滘支行	科凡有限	5,000.00	连带责任保证担保	2018.2.1-2020.5.31	履行完毕
3	《最高额保证合同》 (2018年顺北高保字第055号)	六安科凡	工商银行佛山北滘支行	科凡有限	5,000.00	连带责任保证担保	2018.2.1-2020.5.31	履行完毕
4	《最高额保证合同》 (2018年顺北高保字第056号)	科凡集团	工商银行佛山北滘支行	科凡有限	5,000.00	连带责任保证担保	2018.2.1-2020.5.31	履行完毕
5	《最高额保证合同》 (2019年顺北高保字第045号)	林涛、何倩芬	工商银行佛山北滘支行	科凡有限	10,000.00	连带责任保证担保	2019.1.1-2029.12.31	正在履行
6	《最高额保证合同》 (2019年顺北高保字第044号)	六安科凡	工商银行佛山北滘支行	科凡有限	10,000.00	连带责任保证担保	2019.1.1-2029.12.31	正在履行
7	《最高额保证合同》 (2019年顺北高保字第043号)	科凡集团	工商银行佛山北滘支行	科凡有限	10,000.00	连带责任保证担保	2019.1.1-2021.3.21	履行完毕
8	《最高额抵押合同》 (2019年顺北高抵字第026号)	六安科凡	工商银行佛山北滘支行	科凡有限	8,100.00	抵押担保	2019.11.15-2029.11.30	正在履行
9	《最高额保证合同》 (2021年顺北高保字第006号)	科凡集团	工商银行佛山北滘支行	科凡有限	20,000.00	连带责任保证担保	2021.3.22-2031.3.21	正在履行
10	《最高额不可撤销担保书》 (757XY202201418801)	林涛、何倩芬、六安科凡	招商银行佛山分行	发行人	10,000.00	连带责任保证担保	2022.7.11-2023.7.10	正在履行
11	《最高额抵押合同》 (2022年顺北高抵字第126号)	发行人	工商银行佛山北滘支行	发行人	25,000.00	抵押担保	2022.11.22-2032.12.31	正在履行
12	《最高额保证合同》 (2022年佛北高保字第063号)	林涛、何倩芬	工商银行佛山北滘支行	发行人	25,000.00	连带责任保证担保	2022.11.22-2032.12.31	正在履行

上述合同均正常履行或履行完毕，不存在合同无法履行的情况或对公司生产经营产生不利影响的情形。

#### 4、承兑合同

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司已履行完毕、正在履行或将要履行的承兑金额在 500 万元以上承兑合同如下：

单位：万元

序号	出票方	合同名称及编号	承兑银行	票面金额	出票日	履行情况
1	科凡家居	《银行承兑协议》 (0201300139-2020	工商银行佛山北滘	667.52	2020.12.25	履行完毕

	(承兑协议)00123号)	支行			
--	---------------	----	--	--	--

上述合同已正常履行完毕，不存在对公司生产经营产生不利影响的情形。

### （五）在建工程合同

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司已履行完毕、正在履行或将要履行的金额在 500 万元以上的在建工程合同如下：

单位：万元

序号	发包方	承包方	工程名称	合同金额	合同期限	履行情况
1	六安科凡	安徽省恒创建设工程有限公司	六安市科凡智造家居用品有限公司一期工程	6,300.00	2018.2.8 至合同权利义务履行完毕之日止	履行完毕
2	发行人	广东碧越建筑工程有限公司	科凡家居总部楼总承包项目	12,802.57	2022年6月28日至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行
3	发行人	广东碧越建筑工程有限公司	科凡家居总部楼桩基础工程	733.35	2022年7月5日至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行
4	发行人	广东红源建设工程有限公司	科凡家居总部楼铝合金门窗、扣板、幕墙制作及安装	1,075.00	2022年9月23日至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行
5	发行人	广东华海建设集团有限公司	科凡家居总部楼消防工程承包项目	936.08	2022年9月26日至合同权利义务履行完毕之日止	正在履行

上述合同均正常履行，不存在合同无法履行的情况或对公司生产经营产生不利影响的情形。

## 二、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在任何对外担保事项。

## 三、重大诉讼、仲裁事项

### （一）发行人重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司存在可预见的诉讼情况如下：

#### 1、宁波谢泽商行事件

宁波高新区谢泽建材商行曾为公司的经销商，其于 2021 年底至 2022 年初在明知缺乏实际履约能力的情况下仍与多名消费者订立了定制家居产品合同并收取相应货款，但实际未向发行人下单、付款，并最终因运营不善无力履约为由

拒绝向消费者交货。事发后，公司已偕同受害消费者就该经销商所涉嫌的违法犯罪行为进行报案，并已于 2022 年 3 月 25 日取得宁波市公安局高新技术开发区分局出具的关于宁波高新区谢泽建材商行涉嫌合同诈骗罪一案符合刑事立案标准，已对该案件进行立案侦查的《立案告知书》。截至本招股说明书签署之日，该案件尚处于刑事侦查阶段。公司将视本案刑事案件的进展情况，适时对谢泽商行提起民事诉讼。

截至本招股说明书签署之日，公司已与所有向发行人反映情况的涉事消费者签订了《债权转让协议》及订单，受让宁波高新区谢泽建材商行对消费者的合同义务及消费者对宁波高新区谢泽建材商行的债权；除少数涉案消费者的产品订单尚未完成交付安装外，其他产品订单均已履行完毕，不存在纠纷情形。公司因向本案消费者提供及安装定制家居产品已支出成本、费用及计提预计负债合计 146 万元，金额较小。综上，该案件不会导致公司产生重大偿债风险。

## 2、内江德胜茂事件

内江经济技术开发区德胜茂建材经营部曾为公司的经销商。近期，德胜茂向消费者收取货款后挪作他用，未向发行人订货，亦未按约向涉案消费者交付及安装“科凡”定制家居产品，从而导致涉案消费者受到货款损失。事发后，涉案消费者就德胜茂上述行为涉嫌合同诈骗向公安机关报案，内江市公安局经济技术开发区分局已就本案立案侦查，并于 2022 年 7 月 21 日出具《立案告知书》。

为降低本案消费者所受经济损失，维护公司品牌形象及承担社会责任，公司及时主动与本案消费者沟通，参考公司向经销商销售产品的定价标准与消费者订立合同，向其提供及安装德胜茂未交付的定制家居产品。截至本招股说明书签署之日，公司已与部分涉案消费者基于上述解决方案达成协议，并开始向该等消费者交付及安装产品；少量未接受公司解决方案的涉事消费者存在将公司诉至法院请求赔偿损失的可能性。但由于公司并非德胜茂与消费者之间买卖合同的主体，公司不应对德胜茂的履约行为向消费者承担责任。即使届时法院判决公司向该等消费者交付及安装产品或对其所受经济损失承担连带责任，经初步评估，公司可能为此支付的成本或费用约在 40-110 万元之间，金额较小。

公司实际控制人林涛、何倩芬夫妇已出具《声明与承诺函》，承诺如司法机

关就本案裁决发行人向涉案消费者交付及安装产品及/或赔偿经济损失，其将承担公司因此支出的费用及所受损失。

上述可预见的诉讼纠纷不涉及公司供应产品的质量问题的，公司并非相关纠纷买卖合同的主体，且预计涉案金额较小，不会对公司生产经营造成重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在尚未了结的或可预见的对财务状况、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。

## **（二）涉及关联方的重大诉讼或仲裁事项**

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均未涉及任何作为一方当事人可能对公司产生影响的重大诉讼或仲裁事项。

## **（三）董事、监事和高级管理人员涉及刑事诉讼的情况**

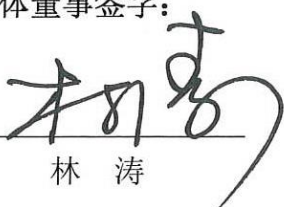
截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均未涉及任何刑事诉讼事项。

## 第十一节 声明

### 一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

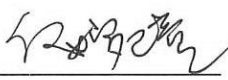
本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

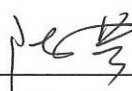
全体董事签字：

  
林涛

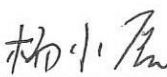
  
王飞

  
陈剑清

  
何婉童

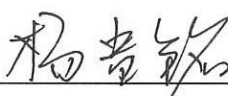
  
陈芸


  
林健明

  
杨小磊


全体监事签字：

  
温艺坤

  
杨贵铭

  
蔡梓楠

非董事高级管理人员签字：

  
刘晓彬



## 二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司/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：佛山科凡科技集团有限公司（盖章）

法定代表人：

林涛

实际控制人：

林涛

何倩芬

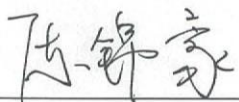
科凡家居股份有限公司

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：



陈锦豪

保荐代表人：



夏 祺



曾远辉

法定代表人：



贺 青

国泰君安证券股份有限公司

2023年2月28日



## 保荐人总经理声明

本人已认真阅读科凡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、误导性陈述或者重大遗漏，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。

保荐人总经理（总裁）：



王 松

国泰君安证券股份有限公司

2023年2月28日



## 保荐人董事长声明

本人已认真阅读科凡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、误导性陈述或者重大遗漏，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。

保荐人董事长：



贺 青

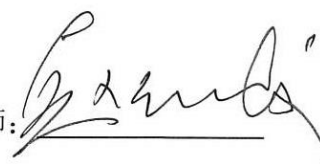


## 四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所

经办律师：



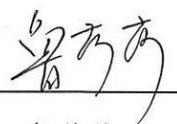
赵剑发

负责人：



顾功耘

经办律师：



鲁莎莎

上海市锦天城律师事务所

2023年2月28日

## 五、 审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，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鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：



林宝明

签字注册会计师：



冯 军



钟文珺

华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

2023年2月28日



## 六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：

  
胡东全

签字资产评估师：

  
徐萍萍 44190032

  
吴文鑫 44200040



中联国际评估咨询有限公司

2023年2月26日

## 七、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书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，并承担相应的法律责任。

验资机构负责人：



林宝明


签字注册会计师：



冯军



徐惠剑



钟文珺

华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

2023年2月28日



## 第十二节 附件

投资者可以在本公司和保荐人（主承销商）办公场所查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

### 一、备查文件目录

- （一）发行保荐书
- （二）上市保荐书
- （三）法律意见书
- （四）财务报表及审计报告
- （五）公司章程（草案）
- （六）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
- （七）与投资者保护相关的承诺
- （八）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）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报告及审阅报告
- （十）盈利预测报告及审核报告
- （十一）内部控制鉴证报告
- （十二）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表
- （十三）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
- （十四）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明
- （十五）募集资金具体运用情况
- （十六）子公司、参股公司简要情况

（十七）其他与本次发行有关的重要文件

## 二、文件查阅地址、时间

投资者可于本次发行期间到本公司及保荐人（主承销商）办公地查阅，该等文件也在指定网站披露。

### （一）查阅时间

每周一至周五 9:30-11:30, 13:30-17:00, 法定节假日除外。

### （二）查阅地点

发行人：科凡家居股份有限公司

地址：佛山市顺德区北滘镇三洪奇三乐路北侧工业区六仓（三洪奇工业区第一路尾）

电话：0757-26395136

联系人：何婉童

保荐人：国泰君安证券股份有限公司

地址：深圳市益田路 6009 号新世界中心 43 楼

电话：0755-23976200

联系人：夏祺

### （三）查阅网站

深圳证券交易所网站：<http://www.szse.cn/>

## 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）投资者关系管理的主要安排

为切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，促进公司诚信自律、规范运作，公司根据《公司法》《证券法》等相关法律法规建立健全了《公司章程（草案）》《股东大会议事规则》《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》等，对保障投资者依法获取公司信息、获取投资收益、参与重大决策和选择管理

者等权利做出了规定。

## **1、信息披露制度和流程**

### **（1）信息披露基本原则**

公司及相关信息披露义务人应当及时、公平地披露信息，并保证所披露的信息真实、准确、完整，简明清晰、通俗易懂，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

### **（2）信息披露相关职责**

董事长是公司信息披露的第一责任人；董事会秘书是信息披露的主要责任人、具体执行人和深交所指定联络人，负责管理公司信息披露事务，包括健全和完善信息披露制度，确保公司真实、准确、完整和及时地进行信息披露；证券事务代表协助董事会秘书工作。

公司董事和董事会、监事和监事会、总裁、副总裁、财务总监应当配合董事会秘书信息披露相关工作，并为董事会秘书和董事会办公室履行职责提供工作便利，董事会、监事会和公司经营层应当确保董事会秘书能够第一时间获悉公司重大信息，保证信息披露的及时性、准确性、公平性和完整性。

### **（3）信息披露程序**

公司信息发布应当遵循以下流程：

- 1) 董事会办公室制作信息披露文件；
- 2) 董事会秘书对信息披露文件进行合规性审核；
- 3) 董事会秘书将信息披露文件报送深交所审核登记；
- 4) 在中国证监会指定媒体上进行公告；
- 5) 董事会秘书将信息披露公告文稿和相关备查文件报送主管证券监管部门，并置备于公司住所供社会公众查阅；
- 6) 董事会办公室对信息披露文件及公告进行归档保存。

## **2、投资者沟通渠道的建立情况**

根据《公司法》《证券法》等法律法规及《公司章程（草案）》的有关规定，

结合公司实际情况，公司制定了《投资者关系管理制度》，明确董事会秘书为公司投资者关系管理负责人，并设置董事会办公室具体负责投资者关系管理工作。公司通过公告（包括定期报告和临时报告）、股东大会、分析师会议、说明会、一对一沟通、电话咨询、电子邮件沟通、现场参观、座谈沟通、路演、媒体等多样化方式开展与投资者沟通工作，加强与投资者之间的互动与交流。

### **3、未来开展投资者关系管理的规划**

公司注重与投资者的沟通与交流，未来将依照《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》等相关制度切实开展投资者关系构建、管理和维护，为投资者和公司搭建起畅通的沟通交流平台确保了投资者公平、及时地获取公司公开信息。

## **（二）股利分配决策程序**

公司于2022年3月1日召开的2022年第二次临时股东大会审议通过了《关于公司章程（草案）的议案》，本次发行后，公司股利分配决策程序的主要内容如下：

### **1、利润分配预案的拟定**

董事会根据公司经营情况拟定利润分配预案时，应充分听取独立董事、中小股东及监事会的意见。公司股东大会对现金分红具体方案进行审议前应该通过电话、互联网等方式主动与股东特别是机构投资者、中小股东进行沟通和交流，及时答复股东提出的相关问题。

### **2、决策程序**

董事会在审议利润分配预案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和比例、调整的条件等事宜，应充分听取监事会的意见；独立董事应发表明确意见。

利润分配预案经董事会审议通过后经股东大会审议通过。公司在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上审议通过。

公司年度报告期内盈利且累计未分配利润为正，未进行现金分红或拟分配的

现金红利总额（包括中期已分配的现金红利）与当年归属于公司股东的净利润之比低于 30%的，公司应当在审议通过年度报告的董事会公告中详细披露以下事项：

（1）结合所处行业特点、发展阶段和自身经营模式、盈利水平、资金需求等因素，对于未进行现金分红或现金分红水平较低原因的说明；

（2）留存未分配利润的确切用途以及预计收益情况；

（3）董事会会议的审议和表决情况；

（4）独立董事对未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表的独立意见。

### （三）股东投票机制建立情况

公司建立了完善的累积投票制、中小投资者单独计票机制、网络投票制等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策事项的权利。

#### 1、累积投票制

根据《公司章程（草案）》，股东大会就选举董事、监事进行表决时，应当实行累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

#### 2、中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》，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、网络投票方式的相关机制

根据《公司章程（草案）》，公司应当以网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式的一种。同意表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。股东大会现场会议结束时间不得早于网络或其他方式，会议主持人应当宣布每一提案的表决情况和结果，并根据表决结果宣布提案是否通过。

#### 4、征集投票权的相关安排

根据《公司章程（草案）》，公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

### 四、与投资者保护相关的承诺

#### （一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺

##### 1、关于股份锁定及减持的承诺

###### （1）发行人控股股东承诺

公司控股股东科凡集团关于股份锁定及减持的承诺如下：

1) 自公司的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

2) 本企业直接及/或间接所持公司的股份在上述承诺期限届满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本企业持有的公司公开发行股份前已发行的股份的锁定期限将自动延长六个月。若公司股票期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，前述相关价格将进行除权除息调整。

3) 因公司进行权益分派等导致本企业持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

4) 在前述锁定期届满后，本企业拟转让公司股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及深圳证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本企业已作出的承诺；减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或深圳证券交易所认可的其他合法方式。

5) 若本企业所取得股份的锁定及减持承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符的, 本企业将根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。

本企业将遵守上述股份锁定及减持承诺, 若本企业违反上述承诺的, 本企业转让直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有。

## **(2) 发行人实际控制人承诺**

公司实际控制人、董事长林涛关于股份锁定及减持的承诺如下:

1) 自公司的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内, 不转让或者委托他人管理本人直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份, 也不由公司回购该部分股份。

2) 本人直接及/或间接所持公司的股份在上述承诺期限届满后两年内减持的, 其减持价格不低于发行价; 公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价, 或者上市后六个月期末收盘价低于发行价, 本人持有的公司公开发行股票前已发行的股份的锁定期限将自动延长六个月。若公司股票期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的, 前述相关价格将进行除权除息调整。

3) 上述承诺的股份锁定期限届满后, 本人在任职公司董事、监事、高级管理人员期间内或任期届满前离职的, 在就任时确定的任期内每年转让的公司股份不超过本人直接及/或间接持有公司的股份总数的百分之二十五; 离任后, 半年内不转让本人直接及/或间接持有的公司股份。

4) 因公司进行权益分派等导致本人持有公司股份发生变化的, 仍应遵守上述规定。

5) 在前述锁定期届满后, 本人拟转让公司股份的, 应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及深圳证券交易所的相关规定进行减持, 且不违背本人已作出的承诺; 减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或深圳证券交易所认可的其他合法方式。

6) 若本人所取得股份的锁定及减持承诺与证券监管机构的最新监管意见不

相符的，本人将根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。

7) 本承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行。

本人将遵守上述股份锁定及减持承诺，若本人违反上述承诺的，本人转让直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有。

公司实际控制人何倩芬关于股份锁定及减持的承诺如下：

1) 自公司的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

2) 本人直接及/或间接所持公司的股份在上述承诺期限届满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人持有的公司公开发行股票前已发行的股份的锁定期将自动延长六个月。若公司股票期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，前述相关价格将进行除权除息调整。

3) 因公司进行权益分派等导致本人持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

4) 在前述锁定期届满后，本人拟转让公司股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及深圳证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出的承诺；减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或深圳证券交易所认可的其他合法方式。

5) 若本人所取得股份的锁定及减持承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符的，本人将根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。

本人将遵守上述股份锁定及减持承诺，若本人违反上述承诺的，本人转让直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有。

### **(3) 发行人实际控制人近亲属承诺**

公司股东何志勇关于股份锁定及减持的承诺如下：

1) 自公司的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托

他人管理本人直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

2) 因公司进行权益分派等导致本人持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

3) 在前述锁定期届满后，本人拟转让公司股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及深圳证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出的承诺；减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或深圳证券交易所认可的其他合法方式。

4) 若本人所取得股份的锁定及减持承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符的，本人将根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。

本人将遵守上述股份锁定及减持承诺，若本人违反上述承诺的，本人转让直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有。

#### **(4) 发行人实际控制人持股的其他企业承诺**

珠海泽惠关于股份锁定及减持的承诺如下：

1) 自公司的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

2) 本企业直接及/或间接所持公司的股份在上述承诺期限届满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本企业持有的公司公开发行股份前已发行的股份的锁定期限将自动延长六个月。若公司股票期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，前述相关价格将进行除权除息调整。

3) 因公司进行权益分派等导致本企业持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

4) 在前述锁定期届满后，本企业拟转让公司股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及深圳证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本企业

已作出的承诺；减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或深圳证券交易所认可的其他合法方式。

5) 若本企业所取得股份的锁定及减持承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符的，本企业将根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。

本企业将遵守上述股份锁定及减持承诺，若本企业违反上述承诺的，本企业转让直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有。

#### **(5) 直接持有发行人股份的董事、监事和高级管理人员承诺**

公司董事兼总经理王飏关于股份锁定及减持的承诺如下：

1) 自公司的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

2) 本人直接及/或间接所持公司的股份在上述承诺期限届满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人持有的公司公开发行股份前已发行的股份的锁定期限将自动延长六个月。若公司股票期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，前述相关价格将进行除权除息调整。

3) 上述承诺的股份锁定期限届满后，本人在任职公司董事、监事、高级管理人员期间内或任期届满前离职的，在就任时确定的任期内每年转让的公司股份不超过本人直接及/或间接持有公司的股份总数的百分之二十五；离任后，半年内不转让本人直接及/或间接持有的公司股份。

4) 因公司进行权益分派等导致本人持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

5) 在前述锁定期届满后，本人拟转让公司股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及深圳证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出的承诺；减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或深圳证券交易所认可

的其他合法方式。

6) 若本人所取得股份的锁定及减持承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符的，本人将根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。

7) 本承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行。

本人将遵守上述股份锁定及减持承诺，若本人违反上述承诺的，本人转让直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有。

### **(6) 间接持有发行人股份的董事、监事和高级管理人员承诺**

陈剑清、何婉童、刘晓彬作为公司的董事/高级管理人员，温艺坤、杨贵铭、蔡梓楠作为公司的监事，通过公司员工持股平台珠海泽惠间接持有公司股份，其关于股份锁定及减持的承诺如下：

1) 自公司的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

2) 本人直接及/或间接所持公司的股份在上述承诺期限届满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人持有的公司公开发行股票前已发行的股份的锁定期限将自动延长六个月。若公司股票期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，前述相关价格将进行除权除息调整。

3) 上述承诺的股份锁定期限届满后，本人在任职公司董事、监事、高级管理人员期间内或任期届满前离职的，在就任时确定的任期内每年转让的公司股份不超过本人直接及/或间接持有公司的股份总数的百分之二十五；离任后，半年内不转让本人直接及/或间接持有的公司股份。

4) 因公司进行权益分派等导致本人持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

5) 在前述锁定期届满后，本人拟转让公司股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及深圳证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出

的承诺；减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或深圳证券交易所认可的其他合法方式。

6) 若本人所取得股份的锁定及减持承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符的，本人将根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。

7) 本承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行。

本人将遵守上述股份锁定及减持承诺，若本人违反上述承诺的，本人转让直接及/或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有。

### **(7) 发行人其他股东承诺**

张蓓关于股份锁定及减持的承诺如下：

1) 自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在公司首次公开发行股票前持有的公司股份，也不由公司回购本人所持有的该等股份。

2) 因公司进行权益分派等导致本人持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

3) 在前述锁定期届满后，本人拟减持公司股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及深圳证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出的承诺；减持方式包括二级市场集中竞价交易、大宗交易或深圳证券交易所认可的其他合法方式。

4) 若本人所取得股份的锁定及减持承诺与证券监管机构的最新监管意见不相符的，本人将根据相关证券监管机构的监管意见进行相应调整。

本人将遵守上述股份锁定及减持承诺，若本人违反上述承诺的，本人减持所持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有。

## **2、关于持股意向及减持意向的承诺**

### **(1) 发行人控股股东承诺**

公司控股股东科凡集团关于持股意向及减持意向的承诺如下：

1) 对于本次发行上市前持有的公司股份，本企业将严格遵守已作出的关于

所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次发行上市前持有的公司股份。

2) 如果在锁定期满后，本企业拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。减持需满足的条件为：在锁定期内，本企业能够及时有效地履行首次公开发行股票时公开承诺的各项义务；如发生本企业需向投资者进行赔偿的情形，本企业已经全额承担赔偿责任。

3) 本企业减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

4) 本企业所持有的公司公开发行股票前已发行的股份在锁定期届满后 2 年内减持的，减持价格不低于本次发行上市时公司股票的发行价格（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价）。

5) 本企业在锁定期满后两年内拟进行股份减持的，减持股份总量不超过法律、法规及规范性文件的规定；本企业采取集中竞价交易方式减持公司股份的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的百分之一；本企业采取大宗交易方式减持公司股份的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的百分之二。

6) 本企业在锁定期届满后减持公司首发前股份的，若本企业拟通过证券交易所集中竞价交易系统进行减持，将配合发行人在本企业减持前提前至少 15 个交易日公告减持计划；若本企业拟通过其他方式进行减持，将配合发行人在本企业减持前提前至少 3 个交易日公告减持计划。

7) 本企业将遵守上述持股意向及减持意向承诺，若本企业违反上述承诺的，本企业转让所持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有；若因本企业未履行上述承诺造成投资者和公司损失的，本企业将依法赔偿损失。

## （2）发行人实际控制人承诺

公司实际控制人林涛、何倩芬关于持股意向及减持意向出具的承诺如下：

1) 对于本次发行上市前持有的公司股份，本人将严格遵守已作出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次发行上市前持有的公司股份。

2) 如果在锁定期满后，本人拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。减持需满足的条件为：在锁定期内，本人能够及时有效地履行首次公开发行股票时公开承诺的各项义务；如发生本人需向投资者进行赔偿的情形，本人已经全额承担赔偿责任。

3) 本人减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

4) 本人所持有的公司公开发行股票前已发行的股份在锁定期届满后 2 年内减持的，减持价格不低于本次发行上市时公司股票的发行价格（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价）。

5) 本人在锁定期满后两年内拟进行股份减持的，减持股份总量不超过法律、法规及规范性文件的规定；本人采取集中竞价交易方式减持公司股份的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的百分之一；本人采取大宗交易方式减持公司股份的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的百分之二。

6) 本人在锁定期届满后减持公司首发前股份的，若本人拟通过证券交易所集中竞价交易系统进行减持，将配合发行人在本人减持前提前至少 15 个交易日公告减持计划；若本人拟通过其他方式进行减持，将配合发行人在本人减持前提前至少 3 个交易日公告减持计划。

7) 本人将遵守上述持股意向及减持意向承诺，若本人违反上述承诺的，本人转让所持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有；若因本人未履行上述承诺造成投资者和公司损失的，本人将依法赔偿损失。

### （3）持有发行人 5%以上股份股东承诺

公司董事兼总经理王飏关于持股意向及减持意向出具的承诺如下：

1) 对于本次发行上市前持有的公司股份，本人将严格遵守已作出的关于所持公司股份流通限制及锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次发行上市前持有的公司股份。

2) 如果在锁定期满后，本人拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

3) 本人减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

4) 本人所持有的公司公开发行股票前已发行的股份在锁定期届满后 2 年内减持的，减持价格不低于本次发行并上市时公司股票的发行价格（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价）。

5) 本人在锁定期满后两年内拟进行股份减持的，减持股份总量不超过法律、法规及规范性文件的规定；本人采取集中竞价交易方式减持公司股份的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的百分之一；本人采取大宗交易方式减持公司股份的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的百分之二。

6) 本人在锁定期届满后减持公司首发前股份的，若本人拟通过证券交易所集中竞价交易系统进行减持，将配合发行人在本人减持前提前至少 15 个交易日公告减持计划；若本人拟通过其他方式进行减持，将配合发行人在本人减持前提前至少 3 个交易日公告减持计划。

7) 本人将遵守上述持股意向及减持意向承诺，若本人违反上述承诺的，本人转让所持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有；若因本人未履行上述承诺造成投资者和公司损失的，本人将依法赔偿损失。

珠海泽惠关于持股意向及减持意向出具的承诺如下：

1) 对于本次发行上市前持有的公司股份，本企业将严格遵守已作出的关于所持公司股份流通限制及锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次发行上市前持有的公司股份。

2) 如果在锁定期满后，本企业拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

3) 本企业减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

4) 本企业所持有的公司公开发行股票前已发行的股份在锁定期届满后 2 年内减持的，减持价格不低于本次发行并上市时公司股票的发行价格（如公司发生分红、派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价）。

5) 本企业在锁定期满后两年内拟进行股份减持的，减持股份总量不超过法律、法规及规范性文件的规定；本企业采取集中竞价交易方式减持公司股份的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的百分之一；本企业采取大宗交易方式减持公司股份的，在任意连续九十个自然日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的百分之二。

6) 本企业在锁定期届满后减持公司首发前股份的，若本企业拟通过证券交易所集中竞价交易系统进行减持，将配合发行人在本企业减持前提前至少 15 个交易日公告减持计划；若本企业拟通过其他方式进行减持，将配合发行人在本企业减持前提前至少 3 个交易日公告减持计划。

7) 本企业将遵守上述持股意向及减持意向承诺，若本企业违反上述承诺的，本企业转让所持有的公司公开发行股票前已发行的股份的所获收益将归公司所有；若因本企业未履行上述承诺造成投资者和公司损失的，本企业将依法赔偿损失。

## **（二）稳定股价的措施和承诺**

为进一步保证投资者合法权益，稳定科凡家居股份有限公司（以下称“公司”或“发行人”）上市后股价，依照《中华人民共和国公司法》、《科凡家居股份有

限公司章程》（下称“《公司章程》”）和中国证券监督管理委员会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（证监会公告〔2013〕42号）等规定，发行人特制订了首次公开发行股票并上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价预案（下称“本预案”），发行人及其控股股东、实际控制人、非独立董事、高级管理人员做出了关于稳定公司股价的相关承诺。具体内容如下：

### 1、启动股价稳定预案的条件

自公司股票上市之日起 3 年内，非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素导致公司 A 股股票收盘价连续 20 个交易日低于最近一期经审计的每股净资产值（第 20 个交易日构成“触发稳定股价预案日”，公司如有派息、送股、资本公积转增股本、股份拆细、增发、配股或缩股等除权除息事项导致公司净资产或股份总数发生变化的，每股净资产需相应进行调整，下同），将依据法律、法规和《公司章程》的规定，在不影响公司上市条件的前提下启动稳定股价的相关措施。

公司实施股价稳定措施的目标为促使公司二级市场股价回升，但并不以公司股价达到或超过最近一期经审计的每股净资产为目标。

### 2、稳定股价的具体措施

公司及控股股东等相关主体应以定性或定量的方式区别分析资本市场系统性变化、行业周期系统性变化、公司业绩波动等不同因素对公司股价所产生的影响，并采取相关措施以稳定上市后的公司股价。

在启动稳定股价措施的条件被触发后，将依次采取公司回购 A 股股票、控股股东增持及董事、高级管理人员增持等措施以稳定公司股价，回购或增持价格不超过公司最近一期每股净资产。

#### （1）公司回购股份

1) 公司为稳定股价之目的回购股份，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：

- ①回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。
- ②单次用于回购的资金金额累计不超过上一年度经审计的归属于母公司所

有者净利润的 20%。

③单一会计年度累计用于回购的资金金额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者净利润的 40%。

④公司按上述条件实施回购后三个月内再次出现触发回购情形的，在该三个月内不再履行回购义务。

## 2) 公司回购股票的程序如下：

①公司应在上述启动稳定股价措施的条件触发后 5 个交易日内召开董事会，审议公司是否回购股份以稳定股价及具体的回购方案。

②董事会如决议不回购，需公告理由；如决议回购，需公告回购方案，并在 15 个交易日内召开股东大会审议相关回购股份议案。

③股东大会审议通过回购股份的相关议案后，公司将依法履行通知债权人和备案程序（如需）。公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

④公司应在股东大会关于回购股份的决议做出之日开始履行与回购相关法定手续，并应在履行相关法定手续后的 30 个交易日内实施完毕。回购方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

## (2) 公司控股股东、实际控制人增持股份

1) 下列任一条件发生时，公司控股股东、实际控制人应在符合相关法律、法规及规范性文件的前提下，对公司股票进行增持：

①公司回购股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产。

②公司回购股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动条件被再次触发。

2) 控股股东、实际控制人为稳定股价增持股票时，还应符合下列各项条件：

①单次用于增持的资金金额累计不低于公司上市后控股股东、实际控制人上一年度从公司所获得现金分红金额的 20%。

②累计用于增持的资金金额不超过公司上市后控股股东、实际控制人累计从公司所获得现金分红金额的 40%。

③控股股东、实际控制人按上述条件实施增持后三个月内再次出现触发增持情形的，在该三个月内不再履行增持义务。

**3) 控股股东、实际控制人增持股份的启动程序如下：**

①在应由控股股东、实际控制人增持股份稳定股价时，公司控股股东、实际控制人应在收到公司通知后 2 个交易日内，就其是否有增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告，公告应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额等信息。

②控股股东、实际控制人应在增持公告做出之日开始履行与增持相关法定手续，并在依法办理相关手续后 30 个交易日内实施完毕。

③增持方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

如果公司公告控股股东、实际控制人增持计划后 3 个交易日内其股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件，控股股东、实际控制人可不再实施上述增持公司股份的计划。

**(3) 公司非独立董事及高级管理人员增持股份**

1) 公司非独立董事及高级管理人员以增持股份方式稳定公司股价应以符合法律、法规的条件和要求为前提，并在满足以下条件的情形下履行增持义务：

①公司已采取回购公众股措施且控股股东、实际控制人已采取增持股份措施，但仍满足触发启动稳定股价措施的条件。

②单次用于增持的资金金额累计不超过公司董事、高级管理人员上一年度自公司领取税后薪酬或津贴总和的 20%。

③单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过上一年度自公司领取税后薪酬或津贴总和的 40%。

④公司董事、高级管理人员按上述条件实施增持后三个月内再次出现触发增持情形的，在该三个月内不再履行增持义务。

2) 上述董事、高级管理人员增持股份的启动程序如下：

①在应由董事、高级管理人员增持股份稳定股价时，有增持义务的公司董事、高级管理人员应在收到公司通知后 2 个交易日内，就其是否有增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告，公告应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额等信息。

②有增持义务的公司董事、高级管理人员应在增持公告做出之日开始履行与增持相关法定手续，并在依法办理相关手续后 30 个交易日内实施完毕。

③增持方案实施完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

如果公司公告增持计划后 3 个交易日内其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，公司董事、高级管理人员可不再实施上述增持公司股份的计划。

在公司任职的董事、高级管理人员应根据本预案的规定签署相关承诺。对于未来新聘的董事、高级管理人员，公司将敦促并确保该等董事、高级管理人员履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的关于稳定股价预案方面的相应承诺要求。

### 3、稳定股价方案的终止情形

自股价稳定方案公告之日起 90 个自然日内，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

(1) 公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产。

(2) 单一会计年度内，公司用以稳定股价的回购股份金额或控股股东用以稳定股价的增持股份金额累计已达到上述规定的上限要求。

(3) 继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

### 4、约束措施和相关承诺

(1) 公司及其控股股东、实际控制人、非独立董事、高级管理人员承诺以本预案内容采取稳定股价措施，并自愿接受有权主管机关的监督，并承担法律责任。

（2）公司承诺：1）在需要采取稳定股价措施的情形出现时，如公司未履行董事会根据本预案决定采取的稳定股价措施的，公司将在证监会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉，同时按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。2）对于自公司股票上市后3年内新聘的非独立董事、高级管理人员，将要求其根据本预案及其他相关规定作出相关承诺并履行。

（3）公司控股股东、实际控制人承诺：在需要采取稳定股价措施的情形出现时，如本人/本企业未履行本预案规定的稳定股价措施的，应在证监会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉，并按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。同时，公司有权采取以下措施：1）公司有权责令本人/本企业在证监会指定信息披露平台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；2）公司有权责令本人/本企业在限期内履行增持义务，仍不履行的，公司有权扣减应向本人/本企业支付的现金分红、薪酬，以作为前述现金补偿归公司所有。本人/本企业将依法遵守公司通过的稳定股价的其他与本人/本企业相关的义务。

（4）公司非独立董事、高级管理人员承诺：在启动股价稳定方案的条件满足时，如本人未履行本预案规定的稳定股价措施的，应在证监会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉，并按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。同时，公司有权采取以下措施：1）公司有权责令本人在证监会指定信息披露平台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；2）公司有权责令本人在限期内履行增持义务，仍不履行的，公司有权扣减应向本人支付的现金分红、薪酬，以作为前述现金补偿归公司所有。

本人将依法遵守公司通过的稳定股价的其他与本人相关的义务。本人在公司上市后三年内不因职务变更、离职等原因而放弃履行该承诺。

（5）任何对本预案的修订均应经股东大会审议通过。

## 5、信息披露义务

公司应当依照相关法律、行政法规和证券市场监管机关、证券交易所发布的

上市公司信息披露规则和制度，对稳定股价方案、具体措施、进展情况等内容进行信息披露。

### **（三）发行人因欺诈发行、虚假陈述或者其他重大违法行为给投资者造成损失的，发行人控股股东、实际控制人、相关证券公司自愿作出先行赔付投资者的承诺**

#### **1、发行人控股股东及实际控制人承诺**

公司控股股东科凡集团、实际控制人林涛及何倩芬夫妇关于先行赔付投资者的承诺如下：

（1）若因公司欺诈发行、虚假陈述或者其他重大违法行为给投资者造成损失的，本企业/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、委托投资者保护机构及设立投资者赔偿基金等方式就赔偿事宜与受到损失的投资者达成协议，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

（2）如本企业/本人未能履行上述承诺，本企业/本人将在股东大会及中国证监会指定信息披露平台上公开就未履行上述赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并自愿无条件的按照中国证监会等有权部门认定的实际损失向投资者进行赔偿。

#### **2、中介机构承诺**

##### **（1）保荐人（主承销商）国泰君安证券承诺**

本公司为科凡家居股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；若因本公司为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将先行赔偿投资者损失。

##### **（2）审计机构、验资机构华兴会计师承诺**

华兴为科凡家居股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；若因华兴为发行人首次公开发行股票

并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，华兴将先行赔偿投资者损失。

### **（3）发行人律师锦天城律师承诺**

如因本所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，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔偿主体之间的责任划分和免责事由等，按照《证券法》及《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》（法释〔2022〕2号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

### **（4）评估机构中联国际评估咨询有限公司承诺**

本公司为科凡家居股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；若因本公司为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将先行赔偿投资者损失。

## **（四）股份回购和股份买回的措施和承诺**

相关股份回购和股份买回的措施和承诺参见本节之“四、与投资者保护相关的承诺”之“（二）稳定股价的措施和承诺”和“（五）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺”。

### **（五）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺**

#### **1、发行人承诺**

公司关于对欺诈发行上市的股份回购和股份买回的承诺如下：

（1）本公司不存在任何欺诈发行的情形，《招股说明书》等证券发行文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

（2）若《招股说明书》等证券发行文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，经中国证监会或其他有权部门认定本公司存在欺诈发行情形的，本公司将按照《欺诈发行上市股票责令回购实施办法（试行）》的规定或责令回购决定书的要求回购本次发行至欺诈发行揭露日或者更正日期间买入欺诈发行的股票且在回购时仍然持有的股票，但回购股票范围不包括：1）对欺诈发行负有责任的公司的董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人持有的股票；2）对欺诈发行负有责任的证券公司因包销买入的股票；3）投资者知悉或者应当知悉发行人在证券发行文件中隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容后买入的股票。回购价格以基准价格（参照《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》确定）回购，投资者买入股票价格高于基准价格的，以买入股票价格作为回购价格，如在证券发行文件中承诺的回购价格高于前款规定的价格的，则以承诺的价格回购。

（3）若《招股说明书》被中国证券监督管理部门或司法机关认定为有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司将在收到相关认定文件后2个交易日内就该等事项进行公告，在责令回购决定书要求的期限内召开董事会及股东大会审议股份回购及买回的具体方案，实施股份回购及买回方案并履行相应信息披露义务。

（4）若违反本承诺，本公司将在符合国务院证券监督管理机构规定条件的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、发行人控股股东及实际控制人承诺**

公司控股股东科凡集团、实际控制人林涛及何倩芬夫妇关于对欺诈发行上市的股份回购和股份买回的承诺如下：

（1）公司不存在任何欺诈发行的情形，《招股说明书》等证券发行文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本企业/本人对其真实性、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》等证券发行文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，经中国证监会或其他有权部门认定公司存在欺诈发行情形，且本企业/本人对欺诈发行负有责任，本企业/本人将按照《欺诈发行上市股票责令回购实施办法（试行）》的规定或责令回购决定书的要求回购本次发行至欺诈发行揭露日或者更正日期间买入欺诈发行的股票且在回购时仍然持有的股票，但回购股票范围不包括：1）对欺诈发行负有责任的公司的董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人持有的股票；2）对欺诈发行负有责任的证券公司因包销买入的股票；3）投资者知悉或者应当知悉发行人在证券发行文件中隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容后买入的股票。回购价格以基准价格（参照《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》确定）回购，投资者买入股票价格高于基准价格的，以买入股票价格作为回购价格，如在证券发行文件中承诺的回购价格高于前款规定的价格的，则以承诺的价格回购。

（3）若《招股说明书》被中国证券监督管理部门或司法机关认定为有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本企业将配合公司在收到相关认定文件后 2 个交易日内就该等事项进行公告，在责令回购决定书要求的期限内召集召开董事会及股东大会审议股份回购及买回的具体方案，实施股份回购及买回方案并履行相应信息披露义务。

（4）若违反本承诺，本企业/本人将在符合国务院证券监督管理机构规定条件的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企业/本人履行承诺；同时因不履行承诺造成股东及社会公众投资者损失的，本企业/本人将依法进行赔偿。

## **（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺**

### **1、发行人承诺**

为贯彻执行《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发〔2014〕17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发〔2013〕110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证券监督管理委员会公告〔2015〕

31号）等相关规定和文件精神，为保护中小投资者的合法权益，本公司承诺拟通过以下措施降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，增强公司的持续回报能力，具体措施如下：

### **（1）加快募投项目投资进度，尽快实现项目预期效益**

公司董事会对募集资金投资项目进行了充分的论证，募集资金项目具有良好的市场前景和经济效益。随着项目逐步进入回收期后，公司的盈利能力和经营业绩将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。本次发行募集资金到位前，为尽快实现募投项目效益，公司将积极调配资源，提前实施募投项目的前期准备工作；本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益，增强以后年度的股东回报，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。

### **（2）加强募集资金的管理，提高资金使用效率，提升经营效率和盈利能力**

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《募集资金管理制度》。本次发行股票结束后，募集资金将按照制度要求存放于董事会指定的专项账户中，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。公司未来将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，提升资金使用效率，节省公司的各项费用支出，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。

### **（3）完善利润分配政策，强化投资者回报**

公司将建立持续、稳定、科学的投资者回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，以保护公众投资者的合法权益。公司将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

### **（4）进一步完善中小投资者保护制度**

公司已制定《投资者关系管理制度》《信息披露管理制度》《累积投票制实施细则》等一系列制度，以充分保护中小投资者的知情权和决策参与权，该等制度安排可为中小投资者获取公司信息、选择管理者、参与重大决策等权利提供保障。公司承诺将依据中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关实施细则或要求，

并参考同行业上市公司的通行惯例，进一步完善保护中小投资者的相关制度。

上述填补回报措施仅为保证此次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来回报能力之目的，不构成对公司未来利润做出的保证。

## **2、发行人控股股东及实际控制人承诺**

公司控股股东科凡集团、实际控制人林涛及何倩芬夫妇关于首次公开发行股票摊薄即期回报采取填补措施出具的承诺如下：

（1）作为公司控股股东/实际控制人，本企业/本人不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

（2）本企业/本人将根据中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使公司填补被摊薄即期回报的措施能够得到有效的实施；

（3）如本企业/本人未能履行上述承诺，本企业/本人将积极采取措施，使上述承诺能够重新得到履行并使公司填补被摊薄即期回报的措施能够得到有效的实施，并在中国证监会指定网站上公开说明未能履行上述承诺的具体原因，并向股东及公众投资者道歉。

上述填补回报措施仅为保证此次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来回报能力之目的，不构成对公司未来利润做出的保证。

## **3、发行人董事、高级管理人员承诺**

公司董事、高级管理人员关于首次公开发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺如下：

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

（2）同意公司对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（4）同意公司由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）若公司对董事、高级管理人员进行股权激励的，同意股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）本人将根据中国证监会、证券交易所等监管机构未来出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使公司填补回报措施能够得到有效的实施；

（7）如本人未能履行上述承诺，本人将积极采取措施，使上述承诺能够重新得到履行并使公司填补回报措施能够得到有效的实施，并在中国证监会指定网站上公开就未能履行上述承诺作出解释和道歉，违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担补偿责任。

（8）若本人违反上述承诺，公司有权调减或停发本人薪酬或津贴，本人将不得在公司领取薪酬。

上述填补回报措施仅为保证此次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来回报能力之目的，不构成对公司未来利润做出的保证。

## （七）利润分配政策的承诺

公司拟申请首次公开发行股票并上市，现就利润分配政策承诺如下：

根据《公司法》《证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（2022年修订）、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（中国证券监督管理委员会2012年5月9日）、《上市公司章程指引（2022年修订）》等法律、法规及文件的规定，公司制定并由公司股东大会审议通过了本次首次公开发行股票并上市后生效的《科凡家居股份有限公司章程（草案）》及《科凡家居股份有限公司股票上市后三年股东分红回报规划》，根据《科凡家居股份有限公司章程（草案）》及《科凡家居股份有限公司股票上市后三年股东分红回报规划》，公司股票上市后三年的股东分红回报规划具体内容如下：

### 1、利润分配原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

## 2、利润分配形式

公司可以采取现金方式、股票方式或者现金与股票相结合的方式分配股利。公司应当优先推行现金分红方式，董事会认为必要时可以提出并实施股票股利分红。

## 3、公司上市后三年股东分红回报具体规划

### （1）公司实施积极的利润分配政策，具体如下：

#### 1) 利润分配原则

公司重视对投资者的合理投资回报，根据自身的财务结构、盈利能力和未来的投资、融资发展规划实施积极的利润分配政策，保持利润分配政策的持续性和稳定性；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应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。公司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。

#### 2) 利润分配形式

公司可以采取现金方式、股票方式或者现金与股票相结合的方式分配股利。公司应当优先推行现金分红方式，董事会认为必要时可以提出并实施股票股利分红。

#### 3) 利润分配间隔

原则上每个会计年度进行一次利润分配，必要时也可实行中期现金分红或发放股票股利。

#### 4) 利润分配条件

##### ①现金分红条件

在符合现金分红的条件下，公司应当采取现金分红的方式进行利润分配。符合现金分红的条件为：

**A.**公司当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）及累计未分配利润为正值；

**B.**审计机构对公司当年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

C.公司预计未来十二个月内不存在重大资本性支出项目（募集资金投资项目除外）累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产 30%情形；

D.进行现金分红不影响公司正常经营和可持续发展。

## ②发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好，董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配，公司具有成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，且发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，同时在遵守上述现金分红的规定的前提下，可以提出股票股利分配预案。

## 5) 现金分红比例

在符合现金分红的条件下，公司当年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可供分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

④公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

## 6) 利润分配的执行

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

## （2）利润分配的决策程序和机制

### 1) 利润分配预案的拟定

董事会根据公司经营情况拟定利润分配预案时，应充分听取独立董事、中小股东及监事会的意见。公司股东大会对现金分红具体方案进行审议前应该通过电话、互联网等方式主动与股东特别是机构投资者、中小股东进行沟通和交流，及时答复股东提出的相关问题。

## 2) 决策程序

董事会在审议利润分配预案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和比例、调整的条件等事宜，应充分听取监事会的意见；独立董事应发表明确意见。

利润分配预案经董事会审议通过后经股东大会审议通过。公司在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在年度报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见。公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东所持表决权的  $2/3$  以上审议通过。

公司年度报告期内盈利且累计未分配利润为正，未进行现金分红或拟分配的现金红利总额（包括中期已分配的现金红利）与当年归属于公司股东的净利润之比低于  $30\%$  的，公司应当在审议通过年度报告的董事会公告中详细披露以下事项：

①结合所处行业特点、发展阶段和自身经营模式、盈利水平、资金需求等因素，对于未进行现金分红或现金分红水平较低原因的说明；

②留存未分配利润的确切用途以及预计收益情况；

③董事会会议的审议和表决情况；

④独立董事对未进行现金分红或现金分红水平较低的合理性发表的独立意见。

## 3) 利润分配的监督

监事会对董事会执行现金分红政策和股东回报规划以及是否履行相应决策程序和信息披露等情况进行监督，发现董事会存在以下情形之一的，应当发表明确意见，并督促其及时改正：

①未严格执行现金分红政策和股东回报规划；

②未严格履行现金分红相应决策程序；

③未能真实、准确、完整披露现金分红政策及其执行情况。

### **（3）利润分配政策的调整机制**

1) 公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

2) 有关调整利润分配政策的议案由董事会制定，并分别经监事会和 1/2 以上独立董事认可后方可提交董事会审议，独立董事应当对利润分配政策调整发表独立意见。

3) 调整利润分配政策的议案应分别提交董事会、股东大会审议，在董事会审议通过后提交股东大会批准，公司应安排证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。股东大会审议调整利润分配政策的议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司独立董事可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，独立董事行使上述职权应当取得全体董事的 1/2 以上同意。

为维护中小投资者的利益，公司承诺上市后将严格按照《科凡家居股份有限公司章程（草案）》及《科凡家居股份有限公司股票上市后三年股东分红回报规划》规定和确定的利润分配政策，履行利润分配决策程序，并实施利润分配。

### **（八）依法承担赔偿责任的承诺**

相关依法承担赔偿责任的承诺参见本节之“四、与投资者保护相关的承诺”之“（五）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺”。

### **（九）控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺**

#### **1、控股股东科凡集团关于避免和消除同业竞争的承诺**

公司控股股东科凡集团关于避免和消除同业竞争的承诺如下：

（1）在本企业作为公司的控股股东期间，不在任何地域以任何形式，从事法律、法规和中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所相关规则所规定的可能与公司构成同业竞争的活动。

（2）本企业不会为自己或者他人谋取属于公司的商业机会，如从任何第三方获得的任何商业机会与公司经营的业务有竞争或可能有竞争，本企业将立即通知公司，并将该商业机会让予公司。

（3）本企业不会以任何方式直接或间接从事或参与任何与公司相同、相似或在商业上构成任何竞争的业务及活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体的权益，或在该等经济实体中任职、参与管理、为其提供融资，或以担任该等经济实体的顾问等方式为其提供服务。

（4）本企业在作出上述承诺时，已充分了解并完全知悉所作上述承诺的一切法律责任。本企业承诺以上关于本企业的信息是真实、准确和完整的，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏。

本企业将严格履行上述承诺，如若违反上述承诺，本企业将立即停止违反承诺的相关行为，并承担由此给公司造成的全部损失，如本企业因违反上述承诺而受益的，所得收益均归属公司所有。

## **2、实际控制人林涛及何倩芬夫妇关于避免和消除同业竞争的承诺**

公司实际控制人林涛及何倩芬夫妇关于避免和消除同业竞争的承诺如下：

（1）在本人作为公司的实际控制人期间，不在任何地域以任何形式，从事法律、法规和中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所相关规则所规定的可能与公司构成同业竞争的活动。

（2）本人不会为自己或者他人谋取属于公司的商业机会，如从任何第三方获得的任何商业机会与公司经营的业务有竞争或可能有竞争，本人将立即通知公司，并将该商业机会让予公司。

（3）本人不会以任何方式直接或间接从事或参与任何与公司相同、相似或在商业上构成任何竞争的业务及活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体的权益，或在该等经济实体中任职、参与管理、为其提供融资，或以担任该等经济实体的顾问等方式为其提供服务。

（4）本人在作出上述承诺时，已充分了解并完全知悉所作上述承诺的一切法律责任。本人承诺以上关于本人的信息是真实、准确和完整的，不存在虚假记载

载、误导性陈述和重大遗漏。

本人将严格履行上述承诺，如若违反上述承诺，本人将立即停止违反承诺的相关行为，并承担由此给公司造成的全部损失，如本人因违反上述承诺而受益的，所得收益均归属公司所有。

## （十）其他承诺事项

### 1、关于规范及减少关联交易的承诺

为确保公司持续、健康、稳定的发展，避免关联方通过关联交易损害公司利益及其他股东的合法权益，公司控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员和公司其他持股5%以上股份的股东珠海泽惠分别出具关于规范和减少关联交易的承诺，具体内容如下：

（1）报告期内，本企业/本人、本人关系密切的家庭成员（包含配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、成年子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹及其配偶、子女配偶的父母）及前述主体所控制或担任董事、高级管理人员的其他任何企业或经济组织与公司发生的关联交易（如有）已经充分的披露，不存在虚假描述或者重大遗漏。

（2）本企业/本人及本人所控制或担任董事、高级管理人员的其他任何企业或经济组织将减少和避免与公司的关联交易。对于必要的关联交易，本企业/本人将督促公司严格依照法律、法规、《公司章程》及关联交易管理制度中关于关联交易管理的权限和程序进行决策，确保关联交易按照正常商业行为准则进行，不使公司的合法权益受到损害。

（3）本企业/本人承诺严格遵守法律、法规、《公司章程》及关联交易管理制度的规定，在董事会和股东大会进行关联交易决策时履行相应的回避程序，并及时对关联交易事项进行信息披露。

（4）本企业/本人及本人所控制或担任董事、高级管理人员的其他任何企业或经济组织承诺将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用公司的资金，且将严格遵守中国证监会及证券交易所关于上市公司法人治理的有关规定，避免与公司发生除正常业务外的一切资金往来。

（5）本企业/本人不利用自身对公司的主要股东地位及重大影响，谋求公司在业务合作等方面给予本企业/本人及本人控制或担任董事、高级管理人员的其他任何企业或经济组织优于市场第三方的权利；亦不会谋求与公司达成交易的优先权利。

（6）本人将督促本人关系密切的家庭成员（包含配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、成年子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹及其配偶、子女配偶的父母）以及本人所控制或担任董事、高级管理人员的其他任何企业或经济组织，同受本承诺函的约束。

（7）本企业/本人承诺在持有公司 5%以上股份，或作为公司控股股东、实际控制人，或担任董事、监事、高级管理人员期间，信守以上承诺。

（8）本企业/本人承诺以上关于本企业/本人的信息及承诺真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏；如若违反本承诺，本企业/本人将承担一切法律责任。

## **2、关于不存在对外担保及资金占用的承诺**

### **（1）发行人控股股东承诺**

公司控股股东科凡集团就公司不存在对外担保及资金占用的相关事宜承诺如下：

1）截止本承诺签署之日，本企业及本企业关联方（具体范围参照现行有效的《公司法》《深圳证券交易所股票上市规则》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》确定）不存在违规占用发行人及其子公司资金或资产的情况，发行人及其子公司也没有为本企业及其关联方提供担保。

2）本企业及本企业关联方将继续遵守《上市公司监管指引第 8 号——上市公司资金往来、对外担保的监管要求》（中国证券监督管理委员会公告〔2022〕26 号）的规定，规范发行人及其子公司对外担保行为，不违规占用发行人及其子公司的资金或资产。

本企业将促使本企业直接或间接控制或本企业担任董事或高级管理人员的其他经济实体遵守上述承诺。

本企业承诺以上关于本企业的信息及承诺真实、准确和完整；如本企业及本企业控制或担任董事或高级管理人员的其他经济实体违反上述承诺，导致发行人或其股东的权益受到损害，本企业将依法承担相应的赔偿责任。

## （2）发行人实际控制人承诺

公司实际控制人林涛及何倩芬夫妇就公司不存在对外担保及资金占用承诺如下：

1) 截止本承诺签署之日，本人及本人关联方（具体范围参照现行有效的《公司法》《深圳证券交易所股票上市规则》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》确定）不存在违规占用发行人及其子公司资金或资产的情况，发行人及其子公司也没有为本人及其关联方提供担保。

2) 本人及本人关联方将继续遵守《上市公司监管指引第 8 号——上市公司资金往来、对外担保的监管要求》（中国证券监督管理委员会公告〔2022〕26 号）的规定，规范发行人及其子公司对外担保行为，不违规占用发行人及其子公司的资金或资产。

本人将促使本人直接或间接控制或本人担任董事或高级管理人员的其他经济实体遵守上述承诺。

本人承诺以上关于本人的信息及承诺真实、准确和完整；如本人及本人控制或担任董事或高级管理人员的其他经济实体违反上述承诺，导致发行人或其股东的权益受到损害，本人将依法承担相应的赔偿责任。

## 3、关于未履行承诺的约束措施的承诺

### （1）发行人承诺

公司关于未履行承诺的约束措施出具的承诺如下：

如公司因政策变化、自然灾害等不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因；

2) 尽快提出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，尽可能保护公司投资者利益。

如公司非因不可抗力原因违反任何一项承诺的，公司将采取或接受如下措施：

1) 如公司未履行相关承诺事项，公司应当及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因及解决措施并向公司的股东和社会公众投资者道歉；

2) 公司将按照有关法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任，并在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺；

3) 如因公司未履行相关承诺事项，致使公司投资者遭受损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任；

4) 对公司该等未履行承诺的行为的股东，可以根据其公开承诺停止发放红利；对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴。

## **(2) 发行人控股股东及实际控制人承诺**

公司控股股东科凡集团、实际控制人林涛及何倩芬夫妇关于未履行承诺的约束措施出具的承诺如下：

如本企业/本人因政策变化、自然灾害等不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因。

2) 尽快提出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，尽可能保护公司投资者利益。

如本企业/本人非因不可抗力原因违反上述任何一项承诺的，本企业/本人将采取或接受如下措施：

1) 本企业/本人将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。

如本企业/本人未履行在首次公开发行股票并上市中做出的各项公开承诺事项，将公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2) 若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁决、决定，本企业/本人将严格依法执行该等裁决、决定。

3) 如本企业/本人未履行在首次公开发行股票并上市中做出的各项公开承诺事项，在违反相关承诺的情形发生之日起五个工作日内，停止在公司处获得股东分红，同时所持有的发行股份不得转让，直至按承诺采取相应购回或赔偿措施并实施完毕为止。如因未履行公开承诺事项致使投资者遭受损失的，本企业/本人将依法赔偿投资者损失。

### **(3) 发行人董事、监事、高级管理人员承诺**

公司董事、监事、高级管理人员关于未履行承诺的约束措施出具的承诺如下：

如本人因政策变化、自然灾害等不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因。

2) 尽快提出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，尽可能保护公司投资者利益。

如本人非因不可抗力原因违反上述任何一项承诺的，本人将采取或接受如下措施：

1) 本人将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。本人不会因本人离职或职务变更等原因而放弃履行本人在公司首次公开发行股票并上市时所作出的一项或多项公开承诺。

如本人未履行在首次公开发行股票并上市中做出的各项公开承诺事项，将公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2) 若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁决、决定，本

人将严格依法执行该等裁决、决定。

3) 如本人未履行在首次公开发行股票并上市中做出的各项公开承诺事项，在违反相关承诺的情形发生之日起五个工作日内，停止在公司处领取薪酬或津贴，直至按承诺采取相应购回或赔偿措施并实施完毕为止。如因未履行公开承诺事项致使投资者遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

## **五、与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项**

### **（一）关于社会保险及住房公积金缴纳的承诺**

公司实际控制人林涛及何倩芬夫妇就公司及其子公司为员工缴纳社会保险和住房公积金相关事宜出具的承诺如下：

若应有权部门的要求或决定，公司需为其员工补缴社会保险、住房公积金，或公司因未为员工缴纳足额社会保险、住房公积金而承担任何罚款或损失的，本人愿意承担所有补缴金额和相关费用及/或相关的经济赔偿责任，保证公司不会因此遭受损失。

### **（二）关于公司承租物业相关事宜的承诺**

公司实际控制人林涛及何倩芬夫妇就公司租赁瑕疵房产相关事宜作出如下承诺：

1、若公司因租赁无证房产或未就租赁房产办理租赁备案等事宜导致公司被处于任何行政处罚的，本人将承担因此造成公司的全部损失。

2、公司已就租赁无证房产事宜制定搬迁计划，若公司因租赁房产存在瑕疵而导致公司于搬迁计划实施完毕之前无法正常使用租赁房产的，本人将无条件承担发行人因此而产生的全部损失、成本及费用，保证公司不会因此遭受损失。

本人在作出上述承诺时，已充分了解并完全知悉所作上述承诺的一切法律责任。如若违反本承诺，本人将承担相应法律责任。

## **六、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及运行情况**

公司根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律法规的要求，

逐步建立健全了由股东大会、董事会、监事会、独立董事和高级管理人员组成的治理结构。

自公司整体变更设立股份公司以来，公司股东大会、董事会、监事会按照相关法律、法规、规范性文件、《公司章程》及相关议事规则的规定规范运行，各股东、董事、监事和高级管理人员均尽职尽责，按制度规定切实地行使权利、履行义务，形成了相互独立、权责明确、监督有效的公司治理结构。

### **（一）股东大会制度的建立健全及运行情况**

2021年6月23日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了佛山市科凡智造家居用品有限公司整体变更为科凡家居股份有限公司的方案，并审议通过了《公司章程》及《股东大会议事规则》。现行《公司章程》由公司2022年第一次临时股东大会审议通过。

自股份公司设立以来，股东大会一直根据《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定规范运作。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开了10次股东大会。

### **（二）董事会制度的建立健全及运行情况**

2021年6月23日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过《董事会议事规则》《独立董事工作制度》。自股份公司设立以来，公司董事会严格按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》及《独立董事工作制度》的规定行使义务和权利。

自股份公司设立以来，董事会一直根据《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》及《独立董事工作制度》的规定规范运作，并严格履行相关召集程序及其他义务。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开14次董事会。

### **（三）监事会制度的建立健全及运行情况**

2021年6月23日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过《监事会议事规则》。自股份公司设立以来，公司监事会严格按照《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》的规定行使义务和权利。

自股份公司设立以来，监事会一直根据《公司法》《公司章程》和《监事会

议事规则》的规定规范运作。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开了 11 次监事会。

#### （四）独立董事制度的建立健全及运行情况

为进一步完善公司治理结构，促进公司规范运作，根据《公司法》《上市公司治理准则》等相关法律法规和《公司章程》的有关规定，公司于 2021 年 6 月 23 日召开了创立大会，并制订了《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、选聘、职责、工作条件等做了详细规定，建立健全了独立董事制度。

2021 年 6 月 23 日，公司召开创立大会选举陈芸、林健明、杨小磊为公司第一届董事会独立董事。其中，陈芸、杨小磊为会计专业人士。

#### （五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2021 年 6 月 23 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过聘任何婉童为公司董事会秘书的议案。

公司董事会秘书依法筹备了历次董事会会议及股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会的顺利召开，在改善公司治理上发挥了重要作用，促进了公司的规范运作。

### 七、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

#### （一）设立及人员构成

2021 年 6 月 23 日，经第一届董事会第一次会议审议，公司设立了审计委员会、提名委员会、战略与投资管理委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，制定了《审计委员会工作细则》《提名委员会工作细则》《战略与投资管理委员会工作细则》《薪酬与考核委员会工作细则》。

截至本招股说明书签署之日，公司董事会专门委员会成员构成如下：

专门委员会名称	主任委员	委员
审计委员会	杨小磊	陈芸、陈剑清
提名委员会	林健明	杨小磊、林涛
战略与投资管理委员会	林涛	王飏、杨小磊
薪酬与考核委员会	陈芸	林健明、何婉童

## （二）主要职责

### 1、审计委员会

审计委员会由三名董事组成，其中独立董事占多数并担任召集人（主任委员），审计委员会的召集人为会计专业人士。审计委员会的主要职责包括：

- （1）检查公司的会计政策及实务、财务状况和财务报告程序；
- （2）监督及评估外部审计工作；
- （3）提议聘请或更换外部审计机构；
- （4）监督及评估内部审计制度及其实施；
- （5）负责内部审计与外部审计之间的沟通和衔接；
- （6）审核公司的财务信息及其披露；
- （7）审查公司重大关联交易和收购、兼并等重大投资活动；
- （8）检查、监督公司存在或潜在的各种风险，并提出建议；
- （9）董事会授权的其他事宜。

### 2、提名委员会

提名委员会成员由三名董事组成，独立董事应占二分之一以上。提名委员会成员的主要职责包括：

- （1）根据公司经营活动、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；
- （2）研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；
- （3）广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；
- （4）对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议；
- （5）在董事会换届选举时，向本届董事会提出下一届董事会候选人的建议；
- （6）董事会授权的其他事宜。

### 3、战略与投资管理委员会

战略与投资管理委员会成员由三名董事组成。战略与投资管理委员会的主要职责包括：

- （1）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；
- （2）检查战略规划落实情况；
- （3）跟踪研究国家产业政策的变化趋势和国内外市场发展趋势；
- （4）关注公司重要客户、重点供应商、主要竞争对手的发展状况；
- （5）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资议案进行研究并提出建议；
- （6）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；
- （7）对公司发行新股、公司债券的可行性方案进行审查，并向董事会提交审查报告；
- （8）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；
- （9）对以上事项的实施进行检查、评估，并对检查、评估结果提出书面意见；
- （10）董事会授权的其他事宜。

### 4、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会成员由三名董事组成，独立董事应占二分之一以上。薪酬与考核委员会的主要职责包括：

- （1）根据董事及高级管理人员岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平研究和制定薪酬计划或方案。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，奖励和惩罚的主要方案和制度等；
- （2）研究董事与高级管理人员考核的标准，审查公司董事及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评并提出建议；
- （3）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；

（4）董事会授权的其他事宜。

### （三）运行情况

各专门委员会自设立以来，均按照《公司章程》和各专门委员会工作制度运作，就专业性事项进行研究，提出意见及建议，供董事会决策参考，对完善公司的治理结构起到良好的促进作用。

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 2 家全资子公司，不存在参股企业。

## 八、子公司、参股公司简要情况

### （一）子公司基本情况

#### 1、六安科凡

企业名称	六安市科凡智造家居用品有限公司		
成立日期	2017 年 11 月 6 日		
注册资本	2,500 万元		
实收资本	2,500 万元		
注册地和主要生产经营地	六安市叶集经济开发区金叶大道与纬三路交口		
股东构成及控制情况	科凡家居持股 100.00%		
主营业务	主要从事科凡家居的定制家居产品研发、设计、制造		
在公司业务板块的定位	六安科凡是公司位于华东地区的子公司，系公司两大生产基地之一		
主要财务数据（万元）	项目	2022 年 6 月 30 日 /2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度
	总资产	15,306.21	15,312.13
	净资产	7,741.69	6,666.04
	营业收入	12,681.49	31,007.30
	净利润	1,054.03	3,494.21
	审计情况	经华兴会计师审计	

#### 2、科凡智绘

企业名称	佛山市科凡智绘家居用品有限公司
成立日期	2018 年 1 月 22 日

注册资本	100 万元		
实收资本	100 万元		
注册地和主要生产经营地	广东省佛山市顺德区北滘镇设计城社区三乐路北 1 号广东工业设计城二期西座 L 栋 2 楼 A 室		
股东构成及控制情况	科凡家居持股 100.00%		
主营业务	未实际开展经营业务		
在发行人业务板块的定位	科凡智绘目前未实际开展业务		
主要财务数据（万元）	项目	2022 年 6 月 30 日 /2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度
	总资产	3.12	2.56
	净资产	-51.38	-50.44
	营业收入	-	-
	净利润	-0.93	-3.58
	审计情况	经华兴会计师审计	

## （二）报告期内转让或注销的子公司

报告期内，公司不存在转让或注销的子公司。