



浙江升华云峰新材股份有限公司

Zhejiang Shenghua Yunfeng Greeneo Co.,Ltd

(住所：浙江省德清县钟管镇横塘桥工业区)



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上海证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



(北京市西城区金融大街5号（新盛大厦）12、15层)

声 明

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

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

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

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

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

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

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

致投资者的声明

一、公司上市的目的

（一）提升品牌影响力和市场占有率

公司自成立以来一直专注于装饰材料和家居产品的绿色制造和智能制造。经过二十多年的发展沉淀，形成了以“人造板、木地板、科技木、全屋定制”四大板块为核心主业的创新型企业，公司“莫干山”品牌在室内装饰材料行业具有较高的知名度，“莫干山”品牌胶合板销量行业排名第二。多年来，公司坚定不移地推动品牌强企战略，始终围绕绿色、环保、健康的品牌理念，全面推进自有品牌“莫干山”的建设，成为了国内具有较强品牌影响力的装饰材料企业。

公司装饰板材等传统优势产品具有较强的行业和市场地位，但板材行业市场空间巨大，市场集中度较为分散，头部品牌企业市场占有率较低。公司首次公开发行股票并上市之后，可以利用资本市场的宣传媒介作用持续加强品牌宣传，提升品牌影响力，除现有优势区域之外，在全国其他区域持续加大品牌推广和业务开拓力度，逐步提高公司板材产品市场占有率。

（二）整合产业链，带动供应链合作伙伴共同发展

公司拥有完善的供应链管理体系，形成了全国协同、立体覆盖的经销商网络、供应商网络。随着装饰材料及定制家居行业的不断发展，行业集中度将逐步提高，公司具备研发、品牌、渠道优势，可以利用这些优势和上市公司的品牌效应持续整合产业链，带动供应链合作伙伴共同发展。一方面，公司通过向产业链上游整合，在原材料环保、健康、及时稳定供应等方面提供保障；另一方面，公司通过大规模的研发投入和健全的产品质量控制体系，在技术创新和产品质量等方面有保障；此外，公司通过持续加强经销商网络和售后服务体系建设，能够把优质的产品快速推向市场。

（三）扩充产能，补强产品线，为消费者提供更优质的产品

随着中国经济持续稳定发展和消费升级，使得全屋定制具备较高的市场消费意愿，未来有望迎来较大的市场机遇。为了能够向消费者提供更优质的产品，公

公司将发挥上市公司资源配置功能，通过适当融资扩充定制家居产品产能，同时在定向刨花板等可以实现规模化生产的产品上进行相应投入。公司将充分发挥基材优势，以“大家居战略”和“产品力战略”为支撑，融合板材、家居、科技木、地板等多个品类，真正实现从“一张板”到“一个家”的飞跃，从单品类到全屋定制，向消费者提供多维度、全品类、高质量的一站式家居产品，满足消费者的多样化、个性化的需求。

二、公司现代企业制度的建立健全情况

公司已建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事及董事会秘书等制度，并设置了战略与发展、审计、提名、薪酬与考核等四个专门委员会，公司独立董事根据其各自专长，分别担任董事会下属各专门委员会委员，结合公司实际情况，在完善公司法人治理结构、提高公司决策水平等方面提出了积极的建议，发挥了良好的作用，有效维护了公司及股东合法权益。公司将严格执行法律法规和规则制度，保障公司规范运作，并将切实采取相关措施保障公司及中小股东的利益。

三、公司本次融资的必要性及募集资金使用规划

（一）公司本次融资的必要性

1、有利于完善品类布局，构建家居产业链

公司经过二十多年的经营发展，在室内装饰材料中的人造板领域精耕细作，形成了众多的核心竞争优势。但随着中国经济持续稳定发展，使得全屋定制具备较高的市场消费意愿，未来有望迎来较大的市场机遇。目前多数家居类企业基本处于单品类发展阶段，由于企业自身产品丰富度的限制，无法满足消费者一站式装修需求。在此趋势下，公司计划依托在基础板材领域形成的产品优势、渠道优势、品牌优势等，优化传统专卖模式，坚持多渠道营销策略，做大做强基础板材的同时，全面布局“大家居”战略，构建从基础板材到定制家居的全产业链。

2、定制家居行业发展空间较大，公司具有扩充产能需求

随着人们收入水平和生活水平的提高，家居行业“整装”“大家居”概念的流行，人们越来越倾向于“拎包入住”的家居家装体验，使得精装房逐渐成为发展趋势。推行住宅全装修工作也成为国家行业主管部门对于建筑业的新要求，在国家政策的指导下，国内精装修渗透率提升迅速，根据奥维云网数据显示，2024年1-6月，全国新开盘项目1,498个，精装修新开盘项目526个，精装项目渗透率为35.1%；预计到2029年，精装修渗透率有望达到80%，为定制家居行业带来了良好的发展空间。2023年，《商务部等13部门关于促进家居消费若干措施的通知》指出，要打好政策组合拳，促进家居消费的政策要与老旧小区改造、住宅适老化改造等衔接配合、协同发力。随着旧房改造、审美变化、扩大收纳需求等存量房家装需求的变化，存量房改造将会逐步成为定制家居市场需求的主力。面对广阔的市场空间，为抢占更多市场份额，公司有必要新建生产基地扩大产能，以满足快速增长的市场需求，释放定制家居的市场盈利空间。

3、定制家居业务具有智能制造持续升级需求

对于定制家居行业巨大的市场规模和消费者的个性化需求，公司有必要在现有产能基础上扩大生产规模，通过引进国内外先进的柔性生产线，并利用5G、大数据等新一代智能制造技术，打造智能化工厂，从而实现定制家居产品的大规模“柔性化生产”，满足消费者的个性化需求。

4、提升研发能力以及加强渠道建设

通过研发中心及信息化提升改造项目，公司将升级研发基础设施，设计研发实力及管理水平将进一步提升；同时，公司计划构建信息系统生产和营销管理平台，优化生产流程，提升营销管理效率，以在激烈的市场竞争中巩固行业地位。通过品牌渠道建设项目，公司将通过加强电视、互联网以及户外广告等媒介渠道的广告投入，完善公司品牌建设，进一步提升公司品牌知名度。

（二）公司募集资金使用规划

本次发行募集资金将用于“智能化全屋定制家居建设项目”“研发中心及信息化提升改造项目”和“品牌渠道建设项目”，是在目前主营业务基础上进行产能扩充、研发升级和品牌推广，符合公司整体的发展战略。

四、公司持续经营能力及未来发展规划

（一）公司具备持续经营能力

1、公司所处行业市场空间较大

公司主要产品为装饰板材和定制家居，根据《中国人造板产业报告 2024》数据显示，2023 年我国人造板年产值达 **7,640 亿元**，**同比增长 14.9%**；过去 10 年我国人造板产品产值年均增速为 4.2%；根据申万宏源研究数据显示，2023 年我国定制家居市场（包括定制衣柜、定制橱柜和木门）规模为 **2,833 亿元**。由此可见，公司所处行业市场空间较大，随着公司品牌效应的提升、供应链及经销体系的完善，公司持续经营能力将进一步加强。

2、公司已具备良好的发展基础

经过二十多年的发展沉淀，公司形成了以“人造板、木地板、科技木、全屋定制”四大板块为核心主业的创新型企业，公司“莫干山”品牌在室内装饰材料行业内具有较高知名度；公司在全国范围内已建立了较为完善的经销商、供应商体系，拥有稳定的经销和供应渠道；此外，公司拥有国家级“博士后科研工作站”及省级企业研究院、省级企业技术中心、省院士专家工作站、省级工业设计中心等多个技术创新平台，为公司的可持续发展奠定了扎实的科研基础。上述良好的发展基础，能够为公司持续经营提供坚实的保障。

3、公司经营状况良好

报告期内，公司实现的营业收入分别为 236,182.24 万元、266,880.91 万元、342,929.19 万元和 **163,434.79 万元**，归属于母公司净利润（净利润以扣除非经常性损益前后孰低为计算依据）分别为 21,193.34 万元、22,703.92 万元、30,496.53 万元和 **13,617.62 万元**，经营活动产生的现金流量净额分别为 24,131.58 万元、32,833.55 万元、56,091.66 万元和 **22,960.06 万元**。报告期内，公司营业收入、净利润和经营性现金流均呈稳定增长的趋势，具备良好的持续经营能力。

（二）公司未来发展规划

公司始终秉承“绿色环保，关爱人类健康”的发展理念，推行精益化管理，以“打造最懂科技的绿色家居领军企业”为战略目标，深耕于室内装饰材料及定制家居成品领域。未来，公司将不断加大研发投入，加强品牌营销力度，扩大“莫干山”品牌效应；引进国内外先进的自动化生产设备，与信息化技术相结合，提高生产效率；不断提升市场知名度和核心竞争力，巩固在室内装饰材料领域的优势地位，同时加大在定制家居领域的投入，提升市场占有率；以优质产品回报社会，与投资者共谋发展、共享经营成果。

董事长：



周鑫林

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	不超过 3,166.67 万股，本次发行不涉及公司股东公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	上海证券交易所主板
发行后总股本	不超过 12,666.67 万股
保荐机构（主承销商）	东兴证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

目 录

致投资者的声明	3
目 录	9
第一节 释义	15
第二节 概览	18
一、重大事项提示.....	18
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	20
三、本次发行概况.....	21
四、主营业务经营情况.....	23
五、板块定位情况.....	25
六、主要财务数据和财务指标.....	26
七、发行人财务报告审计截止日后主要经营状况.....	26
八、发行人选择的具体上市标准.....	26
九、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....	27
十、募集资金运用与未来发展规划.....	27
十一、其他对发行人有重大影响的事项.....	28
第三节 风险因素	29
一、与行业相关的风险.....	29
二、与发行人相关的风险.....	30
第四节 发行人基本情况	38
一、发行人概况.....	38

二、公司设立情况和股本、股东变化情况.....	38
三、发行人的股权结构.....	86
四、发行人子公司情况.....	86
五、控股股东、实际控制人及其他持股 5%以上的主要股东	93
六、发行人特别表决权股份或类似安排的情况.....	97
七、发行人协议控制架构的情况.....	97
八、发行人股本情况.....	98
九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员情况.....	104
十、发行人员工情况.....	115
第五节 业务与技术	120
一、公司主营业务.....	120
二、公司主要经营模式.....	128
三、公司所处行业基本情况.....	149
四、公司在行业中的竞争地位.....	173
五、公司销售及主要客户情况.....	181
六、公司采购及主要供应商情况.....	198
七、公司主要固定资产及无形资产等资源要素.....	207
八、公司研发与技术情况.....	231
九、公司安全生产、环境保护情况.....	240
十、公司境外经营情况.....	243
第六节 财务会计信息与管理层分析	244

一、财务报表.....	244
二、审计意见、关键审计事项及重要性水平判断标准.....	250
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	253
四、发行人报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	253
五、重大会计政策或会计估计与同行业可比公司的差异分析.....	277
六、主要会计政策、会计估计的变更及其影响.....	277
七、分部信息.....	277
八、非经常性损益明细表.....	277
九、公司适用的税种、税率及享受的税收优惠政策.....	278
十、主要财务指标.....	282
十一、对公司经营成果、资产质量等有重大影响的关键因素及可能对公司未来财务状况和盈利能力的影响.....	284
十二、经营成果分析.....	286
十三、资产质量分析.....	334
十四、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	367
十五、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.....	386
十六、盈利预测情况.....	388
第七节 募集资金运用与未来发展规划	389
一、募集资金运用概况.....	389
二、募集资金投资项目的运用情况.....	393
三、公司发展战略规划及采取的措施.....	406

第八节 公司治理与独立性	410
一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况.....	410
二、发行人内部控制制度情况.....	410
三、发行人报告期内的违法违规情况.....	410
四、发行人报告期内的资金占用和对外担保情况.....	411
五、公司独立运行情况.....	411
六、同业竞争情况.....	413
七、关联方及关联关系.....	413
八、关联交易.....	423
九、关于规范关联交易的制度安排.....	429
十、报告期关联交易的履行程序情况及独立董事意见.....	432
十一、比照关联交易要求披露的交易.....	432
第九节 投资者保护	435
一、本次发行完成前滚存利润的分配安排和决策程序.....	435
二、公司章程中利润分配相关规定.....	435
三、董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况及安排理由，以及公司上市后三年内现金分红等利润分配计划、长期回报规划.....	439
四、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施.....	442
第十节 其他重要事项	447
一、重大合同.....	447
二、对外担保情况.....	451
三、发行人诉讼或仲裁事项.....	451

四、发行人控股股东及实际控制人、控股子公司，董事、监事、高级管理人员和核心技术人员重大诉讼或仲裁事项.....	452
五、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况	452
第十一节 声明	454
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明.....	454
二、控股股东、实际控制人声明.....	455
三、保荐人（主承销商）声明.....	456
四、发行人律师声明.....	459
五、审计机构声明.....	460
六、资产评估机构声明.....	461
七、验资机构声明.....	462
第十二节 附件	463
一、备查文件.....	463
二、查阅时间.....	463
三、查阅地点.....	463
四、信息披露网站.....	463
五、招股说明书其他附件.....	463
附件一 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	465
附件二 与投资者保护相关的承诺	472
附件三 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	502

附件四 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	504
附件五 审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明	506
附件六 募集资金具体运用情况	508
附件七 子公司简要情况	513

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

一般名词释义		
发行人、公司、本公司、股份公司、云峰新材	指	浙江升华云峰新材股份有限公司，曾用名浙江云峰绿色新材股份有限公司
升华控股、控股股东	指	浙江升华控股集团有限公司，曾用名浙江升华控股有限公司
云峰有限	指	湖州云峰装饰材料有限公司，曾用名“浙江德清升华装饰材料有限公司”，系发行人的前身
云峰装饰	指	浙江湖州云峰装饰材料有限公司，系云峰有限设立时的股东
升华集团	指	升华集团控股有限公司，系由集体所有制企业升华（集团）公司改制而来，改制前的曾用名为“德清县第二生物化学厂”“德清县生物化学总公司”“浙江升华（集团）公司”“升华（集团）公司”，系发行人曾经的股东
富民资产	指	德清县钟管镇富民资产经营有限公司，系升华集团曾经的股东
科欣中心	指	浙江农林大学科欣科技有限公司，曾用名浙江林学院工贸公司、浙江林学院科欣科技中心，系发行人曾经的股东
纸业公司	指	升华集团湖州新天纸业有限公司，曾用名升华集团德清纸业有限公司，系发行人曾经的股东
欣峰投资	指	湖州欣峰投资有限公司，系发行人股东
润峰投资	指	德清润峰投资合伙企业（有限合伙），系发行人股东
汇升投资	指	德清汇升投资有限公司，系发行人控股股东升华控股的股东
升盈投资	指	德清升盈投资合伙企业（有限合伙），系发行人控股股东升华控股的股东
莫干山家居	指	浙江云峰莫干山家居用品有限公司，系发行人全资子公司
莫干山营销	指	浙江云峰莫干山营销有限公司，曾用名浙江升华云峰新材营销有限公司，系发行人全资子公司
莫干山地板	指	浙江云峰莫干山地板有限公司，曾用名德清县升强木业有限公司，系发行人全资子公司
莫干山建材	指	浙江云峰莫干山装饰建材有限公司，曾用名德清县升艺装饰建材有限公司、德清县升艺轻纺有限公司，系发行人全资子公司
费县云峰	指	费县云峰莫干山装饰材料有限公司，系发行人全资子公司
山东云峰	指	山东云峰莫干山家居有限公司，系发行人全资子公司
莫干山进出口	指	浙江云峰莫干山进出口有限公司，曾用名浙江升华云峰进出口有限公司，系发行人全资子公司
莫干山商贸	指	浙江云峰莫干山地板商贸有限公司，曾用名“浙江云峰莫干山装饰工程有限公司”“湖州升华云峰装饰工程有限公司”，系发行人全资子公司

云佳新材	指	临沂云佳新材料科技有限公司，系发行人参股公司
资溪新云峰	指	资溪新云峰木业有限公司，系发行人曾经的子公司
升华持股联合会	指	升华集团职工持股联合会
云峰持股会	指	升华集团职工持股联合会（云峰升艺）分会，系发行人曾经的股东，其持有的云峰新材股权曾由升华集团代持
改革领导小组	指	德清县企业改革领导小组、德清县企业深化改革领导小组
保荐机构、保荐人、主承销商、东兴证券	指	东兴证券股份有限公司
天健会计师、申报会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
国浩律师、发行人律师	指	国浩律师（杭州）事务所
《公司章程》	指	《浙江升华云峰新材股份有限公司章程》
元、万元	指	人民币元、万元
报告期、最近三年一期	指	2021年度、2022年度、2023年度、 2024年1-6月
报告期期末、报告期末	指	2024年6月30日
专业术语释义		
人造板	指	以木材或非木材植物纤维为主要原料，加工成各种材料单元，施加（或不施加）胶粘剂和其他添加剂，组坯胶合而成的板材或成型制品。主要包括胶合板、刨花板、纤维板及其表面装饰板等产品
胶合板	指	一组单板按相邻层纵向木纹互相垂直组坯胶合而成的板材。由于强度和韧性较好的纵向木纹在胶合板的长、宽方向均有分布，因此胶合板的长、宽方向均具有较好的强度和韧性，且强度和韧性基本一致
刨花板	指	将木材或非木材植物纤维原料加工成刨花（或碎料），施加胶粘剂（和其他添加剂），组坯成型并经热压而成的一种人造板材
纤维板	指	将木材或其他植物纤维原料分离成纤维，利用纤维之间的交织及其自身固有的粘接物质，或者施加胶粘接，在加热和（或）加压条件下制成的板材
装饰板材	指	表面用装饰单板、PVC薄膜、金属箔、装饰纸、合成树脂浸渍纸等材料贴面，具有装饰效果的板材
生态板	指	即浸渍胶膜纸饰面胶合板和细木工板，以浸渍氨基树脂的胶膜纸铺装于胶合板或细木工板基材上，经热压而成的装饰板材
阻燃板	指	经过阻燃处理，燃烧性能达到难燃等级的胶合板
细木工板	指	由木条沿顺纹方向组成板芯，两面与单板或胶合板组坯胶合而成的一种人造板
定向刨花板（OSB）	指	由规定形状和厚度的木质大片刨花施胶后定向铺装，再经热压制成的多层结构板材，其表面刨花沿板材的长度或宽度方向定向排列

普通胶合板	指	普通用途的胶合板，由单板构成的多层材料，通常按相邻层的纹理方向大致垂直胶合而成的板材
石膏板	指	以建筑石膏为主要原料，掺入适量纤维增强材料 and 外加剂等，在与水搅拌后，浇注于护面纸的面纸与背纸之间，并与护面纸牢固地粘结在一起的建筑板材
科技木	指	即重组装饰材，以普通树种木材的单板为主要原材料，采用单板调色、层积、模压胶合成型等技术制造而成的一种具有天然珍贵树种木材的质感、花纹、颜色等特性或其他艺术图案的新型木质装饰板材
刨切	指	利用刨切机将木方刨切成单板的过程
旋切	指	木段作定轴回转，旋刀刀刃平行于卡轴中心线从木段外周向木段中心作直线进给运动，将木段切成连续单板带的过程
砂光	指	采用磨削方法使人造板达到规定的厚度及厚度公差，并使其表面光洁的加工过程
养生	指	将人造板及其制品码放在室内通风环境中，以适应当地干湿湿度，从而提高产品稳定性的过程
E ₁ 级、E ₀ 级、E _{NF} 级	指	根据国家标准 GB/T 39600-2021《人造板及其制品甲醛释放量分级》，该标准将室内用人造板及其制品的甲醛释放量按照限量值分为3个等级：E ₁ 级≤0.124mg/m ³ 、E ₀ 级≤0.05mg/m ³ 、E _{NF} 级≤0.025mg/m ³

注：1、本招股说明书除特别说明外所有数值均保留2位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

2、本招股说明书引用的第三方数据均为公开数据，不是专门为本次发行准备，发行人未支付费用或提供帮助。

第二节 概览

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

一、重大事项提示

（一）与投资者保护相关的承诺

本次发行与投资者保护相关的承诺，包括发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施等，具体内容详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件二、与投资者保护相关的承诺”。

（二）本次发行前滚存利润分配方案

根据公司召开的 2021 年第三次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股股票前滚存未分配利润之分配政策的议案》，公司在发行上市前滚存未分配利润，将由发行后的新老股东按照所持公司的股份比例共同享有。

（三）本次发行上市后的股利分配政策

本公司提醒投资者关注公司上市后的利润分配政策、现金分红的最低比例、上市后三年内利润分配计划和长期回报规划，具体内容详见本招股说明书“第九节 投资者保护”之“二、公司章程中利润分配相关规定”和“三、董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况及安排理由”，以及公司上市后三年内现金分红等利润分配计划、长期回报规划”。

（四）特别风险提示

公司提醒投资者关注本招股说明书“第三节 风险因素”部分，并特别关注下列风险：

1、宏观经济政策调控风险

近年来，房地产行业受到了较多宏观经济政策调控，中央及各级地方政府相继出台了一系列调控政策，保障房地产行业有序发展；同时，中央及地方政府陆续出台政策，明确要求扩大全装修成品住宅交付比例，政策推动使得新建商品住宅的“全装修”比例越来越高。公司主要产品包括人造板、木地板、科技木以及衣柜、橱柜、木门等定制家居成品，均与房地产行业密切相关。

人造板、木地板、科技木以及定制家居的产品市场不局限于新建商品住宅全装修交付的需求范围，还包括部分新建商用建筑的一次装修、存量住宅和商用建筑的二次装修等，目前处于正常发展状态。如果未来宏观经济政策调控导致经济环境变化，经济增长可能出现持续放缓、停滞或较大下滑，使得刚性和改善性需求者持观望态度，不利于房地产行业的发展，将会对室内装饰材料及定制家居行业的发展及公司的经营产生一定的不利影响。公司如未能采取有效方法应对，公司业绩将面临下滑的风险。

2、市场竞争加剧风险

公司主要产品包括人造板、木地板及定制家居成品等。国内人造板的生产企业数量较多，市场竞争比较激烈，公司虽然在人造板企业中排名相对靠前，但市场占有率仍较低；在木地板行业，相对于行业内大型企业，公司处于中游水平，存在一定的差距；对于定制家居业务而言，由于定制家居行业市场前景广阔，越来越多的传统家具制造企业通过转型，纷纷涉足该领域，竞争者的增加导致行业竞争逐步加剧。

由此可见，公司的人造板、木地板以及定制家居等业务均面临着较大的市场竞争风险，市场竞争的加剧将导致行业平均利润率下降。若公司在未来的市场竞争中不能持续提升品牌效应和竞争能力，未能采取有效措施提高产品附加值，满足消费者需求，公司将面临目标客户群体流失、主营业务收入和盈利能力下滑的风险。

3、经销商管理风险

公司多年以来一直坚持与经销商共同发展的合作理念，在全国拥有近千家主要经销商，其对公司不断扩大销售规模、提高市场占有率和品牌影响力发挥了重要作用。报告期内，公司通过经销商渠道实现的收入占公司主营业务收入比例为90%以上。经销商在公司销售方面发挥了重要作用，如果公司的重要经销商发生变动或流失，将会对公司的经营业绩造成不利影响。

目前，公司建立了较为严格的经销商的准入与开发、考核与管理等制度，但经销商人、财、物均独立于公司，同时，由于经销商数量较多、地域分布广、各地经济发展水平不均衡、经销商自身经营管理水平有所差异等因素，使得经销商管理难度加大。经销商在日常经营中，若经营方式或服务质量有悖于公司品牌运营宗旨，将会对公司经营效益、品牌形象和未来发展造成不利影响。

4、品牌管理风险

经过二十余年的品牌经营和塑造，公司“莫干山”品牌在室内装饰材料行业内具有较高知名度，“莫干山”商标2007年被认定为驰名商标；同时，“莫干山”品牌在木地板、定制家居行业也建立了一定的市场知名度。品牌形象的稳定和提升能对公司提升产品附加值、提高市场占有率、开拓销售渠道等方面提供支持。

品牌是消费者选择装饰板材、木地板和定制家居等产品的重要影响因素，若公司在经营过程中出现因产品和服务质量、售后服务等问题引起消费者不满或投诉，将有损公司的品牌形象；此外，公司通过聘请代言人、多渠道发布广告等方式进行宣传，在提升品牌形象同时，也存在因广告设计不当、代言人突发事件等引发品牌危机的风险。若上述对公司品牌不利的事件发生，公司未能及时妥善处理，有效挽回品牌形象，将直接或间接地对公司经营带来不利影响。

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	浙江升华云峰新材股份有限公司	成立日期	1995年12月11日

注册资本	9,500.00万元	法定代表人	周鑫林
注册地址	浙江省德清县钟管镇横塘桥工业区	主要经营地址	浙江省德清县阜溪街道长虹东街898号
控股股东	浙江升华控股集团有限公司	实际控制人	夏士林
行业分类	C20木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业 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	东兴证券股份有限公司	主承销商	东兴证券股份有限公司
发行人律师	国浩律师（杭州）事务所	其他承销机构	无
审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	坤元资产评估有限公司
发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		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上海分公司	收款银行	中国民生银行股份有限公司北京复兴门支行
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	人民币1.00元		
发行股数	不超过3,166.67万股	占发行后总股本比例	25%
其中：发行新股数量	不超过3,166.67万股	占发行后总股本比例	25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过12,666.67万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（每股收益按【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元/股（以截至【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）		

发行后每股净资产	【】元/股（以截至【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次募集资金净额除以本次发行后总股本计算）
发行前每股收益	【】元/股（以【】年经审计扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以发行前总股本计算）
发行后每股收益	【】元/股（以【】经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按本次每股发行价格除以发行前每股净资产计算）
	【】倍（按本次每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采取网下向询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式或证券监管机构认可的其他发行方式，最终的发行方式由董事会按照股东大会的授权，根据证券监管机构的相关规定确定
发行对象	符合国家法律法规和证券监管机构规定的询价对象和已开立上海证券交易所股票账户的境内自然人、法人以及符合证券监管机构规定的其他投资者（国家法律、行政法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	智能化全屋定制家居建设项目
	研发中心及信息化提升改造项目
	品牌渠道建设项目
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：保荐承销费【】万元，审计及验资费用【】万元，评估费用【】万元，律师费用【】万元，信息披露费用【】万元，股份登记费用【】万元，发行手续费用【】万元；其他费用【】万元
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	无
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	无
拟公开发售股份股东名称、持股数量及拟公开发售股份数量、发行费用的分摊原则	不适用
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

四、主营业务经营情况

（一）主营业务及产品

公司主要从事室内装饰材料及定制家居成品的设计、研发、生产和销售，主要产品包括人造板、木地板、科技木以及衣柜、橱柜、木门等定制家居成品。

（二）主要经营模式

1、采购模式

公司的采购包括自主生产原材料采购与 OEM 代工生产成品采购。

（1）自主生产原材料采购

公司自主生产需要的原辅材料主要包括木质原料、三聚氰胺纸、封边带、胶粘剂、五金配件及包装辅材等。采购部门依据生产所需物料的规格、数量、质量、交期和价格等因素，选择合格供应商进行采购。

（2）OEM 代工生产成品采购

由于板材等产品具有一定的经济运输半径，公司将板材等产品主要通过 OEM 代工生产的形式进行采购，并直发至区域内的经销商。

2、生产模式

公司及各子公司主要采取以销定产的生产模式，根据客户的销售订单，由生产计划部门基于订单组织生产，公司根据生产经营实际需要，采用自主生产和 OEM 生产相结合的方式安排生产。公司主要产品中，科技木和定制家居主要为自主生产，人造板和木地板主要为 OEM 生产。

3、销售模式

公司采取以经销为主、直销为辅的销售方式，经销方式主要包括经销商模式和商标授权模式，直销方式主要包括大宗业务模式等。

（1）经销商模式

通过经销商门店销售是公司最主要的销售渠道，公司通过对经销商背景、信

誉、行业经验等多方面进行考察，筛选出符合条件的经销商，并与其签订《经销合同书》，授权其在特定区域内销售公司产品。

（2）商标授权模式

商标授权模式是指公司作为品牌授权方，通过与被授权方签订《注册商标使用许可合同》，由公司许可被授权方使用公司“莫干山”等品牌的商标并向其收取商标授权费的销售模式。

（3）大宗业务模式

大宗业务模式指公司通过直接与房地产企业或装饰装修等企业签订销售合同，按照合同约定完成发货、安装及验收等工作并收取货款。近年来，随着住宅精装修比例的不断提升，住宅精装修逐渐成为整体家居行业重要的利润增长点。公司亦正在发展整体家居产品的大宗业务，并鼓励各区域经销商在所在地开展大宗业务。

（三）行业竞争情况及发行人在行业中的竞争地位

室内装饰材料行业内企业众多，竞争较为激烈，行业集中度不高，整体呈现大行业、小企业格局。近年来，随着人造板产业供给侧结构性改革的持续推进，行业加速淘汰落后产能，向高质量方向发展。大型人造板骨干企业或企业集团数量不断增加，在行业内的影响力持续提升，引领行业的创新发展方向，推动了行业的发展和进步，行业的集中度呈上升趋势。此外，由于国家对房地产行业的宏观调控和人口红利逐渐减弱，家居市场由增量市场逐渐转为存量竞争，随着人民生活水平的提高，对定制家居产品要求也逐渐提高，未来，拥有质量可靠、设计精妙产品的龙头企业会逐渐主导市场，市场占有率将不断提升。

公司系国家林业重点龙头企业、中国林产工业协会副会长单位，是全国胶合板行业的领军企业，“莫干山”品牌胶合板销量行业排名第二。自成立以来，公司秉持“绿色环保、关爱人类健康”的发展理念，始终走绿色、创新之路，以“打造最懂科技的绿色家居领军企业”为战略目标，深耕于室内装饰材料及定制家居成品领域。经过二十多年的发展，公司形成了以“人造板、木地板、科技木、全屋定制”四大板块为核心主业的创新型企业。

五、板块定位情况

公司专注环保、绿色和健康板材，产品类别丰富、设计研发实力雄厚，品牌知名度较高。经过二十多年的发展沉淀，在行业内具备较强的综合竞争力。公司于1997年创立“莫干山”品牌，2007年公司“莫干山”商标被认定为驰名商标、细木工板被认定为中国名牌产品。多年来，公司坚定不移地推动品牌强企战略，始终围绕绿色、环保、健康的品牌理念，全面推进自有品牌“莫干山”的建设，成为了国内具有较强品牌影响力的装饰材料企业。

公司坚持生产绿色、健康、环保型产品，产品被国家环保部、国家财政部批准列入“环境标志产品政府采购清单”，并被装修运用在杭州G20场馆、国家网球中心、工人体育场、中央电视台等国家重点工程建设项目，为绿色环保产品推向全国和国际市场提供了更广阔的市场空间。此外，公司莫干山板材和地板多次获得“中国板材/地板国家品牌”“中国板材/地板十大环保品牌”“中国板材/地板十大影响力品牌”等荣誉，“健康装修好板材”的品牌形象深入人心。凭借着质量可靠、安全环保的产品以及完善的服务，在消费者中拥有良好的口碑以及广泛的知名度和认可度。

公司自成立以来，一直高度重视营销网络体系建设，在全国拥有近千家主要经销商，形成了覆盖全国的营销网络和高效的服务体系；此外，公司不断完善供应链体系，形成了全国协同、立体覆盖的供应网络，与全国各地原材料供应商和OEM供应商建立了良好的合作关系，能够高效整合产业链上游资源，快速响应客户和终端消费者的订单需求。通过多年经营积累的品牌优势、研发优势和质量控制优势，公司采取以经销为主、直销为辅的销售模式，以及自主生产原材料采购与OEM代工生产成品采购相结合的采购与生产模式；形成了基本覆盖全国市场的销售体系、供应体系，上述业务模式已运行多年，业务模式成熟。

报告期内，公司营业收入分别为236,182.24万元、266,880.91万元、342,929.19万元和**163,434.79万元**，归属于母公司净利润（净利润以扣除非经常性损益前后孰低为计算依据）分别为21,193.34万元、22,703.92万元、30,496.53万元和**13,617.62万元**，经营活动产生的现金流量净额分别为24,131.58万元、32,833.55万元、56,091.66万元和**22,960.06万元**。报告期内，公司经营情况稳定，营业

收入和净利润均呈稳定增长的趋势。

综上，公司业务模式成熟，经营业绩稳定，业务规模较大，具有较强的品牌优势和行业地位，系行业具有代表性的优质企业，符合《首次公开发行股票注册管理办法》《上海证券交易所股票发行上市审核规则》关于主板定位的相关要求。

六、主要财务数据和财务指标

项目	2024.6.30/ 2024年1-6月	2023.12.31 /2023年度	2022.12.31 /2022年度	2021.12.31 /2021年度
资产总额（万元）	246,850.80	201,879.06	152,354.10	104,991.80
归属于母公司所有者权益（万元）	128,927.68	113,998.03	81,441.79	56,020.09
资产负债率（母公司）	55.90%	35.20%	37.50%	12.55%
营业收入（万元）	163,434.79	342,929.19	266,880.91	236,182.24
净利润（万元）	14,856.21	31,968.69	24,540.39	22,389.71
归属于母公司所有者的净利润（万元）	14,856.21	31,968.69	24,540.39	22,389.71
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	13,617.62	30,496.53	22,703.92	21,193.34
基本每股收益（元）	1.56	3.37	2.58	2.36
稀释每股收益（元）	1.56	3.37	2.58	2.36
加权平均净资产收益率	12.23%	32.71%	35.71%	43.62%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	22,960.06	56,091.66	32,833.55	24,131.58
现金分红（万元）	-	-	-	12,350.00
研发投入占营业收入的比例	1.09%	1.23%	1.36%	1.54%

七、发行人财务报告审计截止日后主要经营状况

财务报告审计截止日后，公司经营状况良好，公司经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的生产、销售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大不利变化。

八、发行人选择的具体上市标准

根据《上海证券交易所股票上市规则》规定的上市条件，公司选择的上市标准为：最近3年净利润均为正，且最近3年净利润累计不低于2亿元，最近一年

净利润不低于 1 亿元，最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 2 亿元或营业收入累计不低于 15 亿元。

根据天健会计师出具的《审计报告》，公司 2021 年、2022 年、2023 年和 2024 年 1-6 月归属母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 21,193.34 万元、22,703.92 万元、30,496.53 万元和 **13,617.62 万元**，2021 年、2022 年和 2023 年经营活动产生的现金流量净额分别为 24,131.58 万元、32,833.55 万元、56,091.66 万元和 **22,960.06 万元**，营业收入分别为 236,182.24 万元、266,880.91 万元、342,929.19 万元和 **163,434.79 万元**，满足其所选择的上市标准。

九、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人公司治理不存在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

公司本次拟公开发行不超过 3,166.67 万股股票，募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急顺序投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金	项目备案	环评备案
1	智能化全屋定制家居建设项目	110,319.54	110,319.54	2104-330521-07-02-495382 及 2104-371325-04-01-256693	湖德环建 [2021]111 号、费审批环境 [2021]127 号
2	研发中心及信息化提升改造项目	10,020.16	10,020.16	2105-330521-07-02-970862	湖德环建 [2021]120 号
3	品牌渠道建设项目	4,600.00	4,600.00	—	—
合计		124,939.70	124,939.70		

注：在项目实施过程中根据实际情况可能会对资金使用计划做必要调整。

若本次实际募集资金小于上述项目投资资金需求，缺口部分由发行人以自筹方式解决；若实际募集资金满足上述项目投资后尚有剩余，将用于补充流动资金。

本次发行的募集资金到位后，发行人将按项目的实施进度及轻重缓急安排使用。同时，为抢占市场先机，在本次发行募集资金到位之前，发行人将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照有关规定予以置换。

（二）未来发展规划

公司始终秉承“绿色环保，关爱人类健康”的发展理念，推行精益化管理，以“打造最懂科技的绿色家居领军企业”为战略目标，深耕于室内装饰材料及定制家居成品领域，已研发、设计和生产出一系列高品质产品，包括人造板、科技木、木地板等装饰性材料和衣柜、橱柜、木门等定制家居成品。未来，公司将进一步通过发挥在研发、生产、营销和人才等方面的综合优势，整合优化公司现有资源，巩固在室内装饰材料领域的优势地位，同时加大在定制家居领域的投入，提升市场占有率。未来公司将不断加大研发投入，加强品牌营销力度，扩大“莫干山”品牌效应，并引进国内外先进的自动化生产设备，与信息化技术相结合，提高工厂生产效率，提升公司市场竞争力。

公司募集资金运用与未来发展规划的具体内容详见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”部分。

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日，公司不存在重大诉讼等其他有重大影响的事项。

第三节 风险因素

投资者在考虑投资公司本次发行的股票时,除本招股说明书提供的各项资料外,应特别认真地考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对公司经营状况、财务状况和持续经营能力产生不利影响。公司提请投资者仔细阅读本节全文。

一、与行业相关的风险

(一) 宏观经济政策调控风险

近年来,房地产行业受到了较多宏观经济政策调控,中央及各级地方政府相继出台了一系列调控政策,保障房地产行业有序发展;同时,中央及地方政府陆续出台政策,明确要求扩大全装修成品住宅交付比例,政策推动使得新建商品住宅的“全装修”比例越来越高。公司主要产品包括人造板、木地板、科技木以及衣柜、橱柜、木门等定制家居成品,均与房地产行业密切相关。

人造板、木地板、科技木以及定制家居的产品市场不局限于新建商品住宅全装修交付的需求范围,还包括部分新建商用建筑的一次装修、存量住宅和商用建筑的二次装修等,目前处于正常发展状态。如果未来宏观经济政策调控导致经济环境变化,经济增长可能出现持续放缓、停滞或较大下滑,使得刚性和改善性需求者持观望态度,不利于房地产行业的发展,将会对室内装饰材料及定制家居行业的发展及公司的经营产生一定的不利影响。公司如未能采取有效方法应对,公司业绩将面临下滑的风险。

(二) 市场竞争加剧风险

公司主要产品包括人造板、木地板及定制家居成品等。国内人造板的生产企业数量较多,市场竞争比较激烈,公司虽然在人造板企业中排名相对靠前,但市场占有率仍较低;在木地板行业,相对于行业内大型企业,公司处于中游水平,存在一定的差距;对于定制家居业务而言,由于定制家居行业市场前景广阔,越来越多的传统家具制造企业通过转型,纷纷涉足该领域,竞争者的增加导致行业竞争逐步加剧。

由此可见，公司的人造板、木地板以及定制家居等业务均面临着较大的市场竞争风险，市场竞争的加剧将导致行业平均利润率下降。若公司在未来的市场竞争中不能持续提升品牌效应和竞争能力，未能采取有效措施提高产品附加值，满足消费者需求，公司将面临目标客户群体流失、主营业务收入和盈利能力下滑的风险。

(三) 采购价格波动风险

公司采购包括自主生产的原材料采购和 OEM 生产的成品采购。报告期内，公司生产经营所需的原材料主要包括板材类和三聚氰胺纸等，OEM 采购主要包括人造板、木地板等，主要原材料价格和 OEM 采购价格变动对公司主营业务成本的影响较大，从而影响公司主营业务收入的毛利。报告期内，公司主要原材料及 OEM 产品采购均价情况如下：

产品类别名称	计量单位	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
板材类	元/立方米	2,494.64	2,557.85	2,640.48	2,645.70
三聚氰胺纸	元/张	9.31	7.46	6.88	8.64
人造板	元/张	87.40	79.27	70.83	64.15
木地板	元/平方米	65.25	69.27	84.57	94.67

报告期内，公司生产所需的主要原材料及 OEM 产品采购价格存在一定波动，未来若原材料及 OEM 产品采购价格大幅波动，而公司不能采取有效措施将原材料及 OEM 产品价格上涨的压力转移，或者不能通过研发水平提升、技术工艺创新和品牌价值提升来抵消原材料及 OEM 产品成本上升的压力，或者在原材料及 OEM 产品价格持续下降过程中未能够做好存货管理，公司的经营业绩将受到不利影响。

二、与发行人相关的风险

(一) 品牌管理风险

经过二十余年的品牌经营和塑造，公司“莫干山”品牌在室内装饰材料行业内具有较高知名度，“莫干山”商标 2007 年被认定为驰名商标；同时，“莫干山”品牌在木地板、定制家居行业也建立了一定的市场知名度。品牌形象的稳定

和提升能对公司提升产品附加值、提高市场占有率、开拓销售渠道等方面提供支持。

品牌是消费者选择装饰板材、木地板和定制家居等产品的重要影响因素,若公司在经营过程中出现因产品和服务质量、售后服务等问题引起消费者不满或投诉,将有损公司的品牌形象;此外,公司通过聘请代言人、多渠道发布广告等方式进行宣传,在提升品牌形象同时,也存在因广告设计不当、代言人突发事件等引发品牌危机的风险。若上述对公司品牌不利的事件发生,公司未能及时妥善处理,有效挽回品牌形象,将直接或间接地对公司经营带来不利影响。

(二) 经销商管理风险

公司多年以来一直坚持与经销商共同发展的合作理念,在全国拥有近千家主要经销商,其对公司不断扩大销售规模、提高市场占有率和品牌影响力发挥了重要作用。报告期内,公司通过经销商渠道实现的收入占公司主营业务收入比例为90%以上。经销商在公司销售方面发挥了重要作用,如果公司的重要经销商发生变动或流失,将会对公司的经营业绩造成不利影响。

目前,公司建立了较为严格的经销商的准入与开发、考核与管理等制度,但经销商人、财、物均独立于公司,同时,由于经销商数量较多、地域分布广、各地经济发展水平不均衡、经销商自身经营管理水平有所差异等因素,使得经销商管理难度加大。经销商在日常经营中,若经营方式或服务质量有悖于公司品牌运营宗旨,将会对公司经营效益、品牌形象和未来发展造成不利影响。

(三) 产品创新风险

产品设计能力是室内装饰材料及定制家居行业企业发展的一项重要基础能力,直接决定了其产品的品质和市场定位。随着消费者需求越来越个性化、差异化,其对家居产品设计要求越来越高。针对消费者的消费升级需求,家居产品设计除了要考虑传统产品的设计、材质及功能之外,还需要通过技术研发、控制成本等措施,引入新技术推动产品功能升级,为消费者提供舒适、健康的用户体验。由于消费者对相关产品的创新需求较高且变化较快,需要公司在研发、技术和工艺方面持续创新。

若未来公司不能及时把握消费者的需求变化趋势,新品研发、创新和设计能力不能有效满足消费者的需求,或者新产品开发进度明显落后于竞争对手,可能导致客户流失、品牌形象受损、公司产品竞争力下降等,从而影响公司的营业收入。此外,如公司无法对新产品的工艺、成本进行有效管控,将会对公司的产品定价及毛利率产生不利影响,进而造成公司的业绩波动。

(四) 市场开拓不达预期风险

公司的主营业务产品中,装饰板材、科技木在行业内的市场占有率相对靠前,定制家居和木地板在行业内的市场占有率相对较低,发展空间较大;公司通过发展经销商队伍,加强定制家居和木地板的业务拓展;通过承接行业内的大宗业务客户,加强大宗业务市场的培育力度,推广公司品牌,扩大产品销售。

虽然公司在不同产品领域及不同销售渠道方面进行了布局,有效完善了公司的销售团队和销售布局,但受相关产品领域市场竞争激烈、消费偏好变化等不确定性因素的影响,不排除未来公司市场开拓不达预期的可能性,进而可能对公司整体业务发展和业绩增长带来不利影响。

(五) 环境保护风险

作为室内装饰材料及定制家居产品的生产和制造企业,公司在生产过程中会产生废水、废气、粉尘、固废、噪声等污染物,公司已经建立了相应的内控管理制度,加强了环保投入,能够保障日常生产经营符合环保要求。未来,公司如未能持续优化生产工艺、提升环保设施、严格落实各项环保措施,可能会造成污染、产品质量环保不达标及触犯环保相关的法律法规,并对公司的生产经营造成不利影响。同时,随着国家对环境保护问题的日益关注,各级政府有关环境保护的法律法规愈发严格,公司环境保护方面的投入可能会随着新政策的出台而加大,这在一定程度上会增加公司的经营成本。

(六) 人力资源风险

随着公司不断发展,在高素质人才方面的需求将不断上升,公司人才队伍建设进度如果不能及时与公司业务发展速度相匹配,或者不能采取有效措施引入新的核心人才,将可能会对公司的生产经营及未来发展带来一定的不利影响。同时,

随着企业生产技术的进步，对劳动力的技能要求也越来越高，导致生产人员、技能人才的薪资水平普遍提升。随着公司生产经营规模的扩大和劳动力成本的持续上升，如果公司未能通过持续提高生产自动化、智能化水平，提升生产效率，人力成本的上升亦将给公司生产经营和盈利能力带来一定的不利影响。

（七）公司业绩波动风险

报告期内，公司营业收入分别为 236,182.24 万元、266,880.91 万元、342,929.19 万元和 **163,434.79 万元**，归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 21,193.34 万元、22,703.92 万元、30,496.53 万元和 **13,617.62 万元**。公司发展过程中，如出现本招股说明书“第三节 风险因素”所述行业、市场及公司自身不利因素，以及公司未预料到的风险或因不可抗力导致的风险，上述不利因素或风险可能导致公司营业收入、毛利率等财务指标下滑，从而减少公司盈利；相关不利因素或风险在个别极端情况下或者多个风险叠加的情况下，有可能导致公司上市当年营业利润较上年下滑 50%以上，甚至出现亏损的风险。

（八）商标授权模式风险

报告期内，公司作为品牌方，许可授权供应商使用“莫干山”等品牌进行生产并收取相应的商标授权费。公司经销商可通过发行人分销系统直接从 OEM 供应商处采购货品，该业务模式符合市场惯例。但随着公司业务规模的不断扩大，如果公司无法有效的对 OEM 供应商实施产品质量管控，将导致公司品牌声誉受损。此外，如果公司的商标授权模式未来发展不及预期或者受市场变化影响，该等业务不适应未来市场的发展，则公司面临该等业务规模增长放缓乃至可能下降的风险。

（九）毛利率下降风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 22.73%、21.13%、20.82%和 **19.30%**，主营业务毛利率的波动主要系受产品销售结构以及主要产品毛利率波动的影响。未来随着行业竞争日趋激烈，如果公司不能持续提升技术水平、品牌溢价和控制成本，可能造成公司产品销售价格和产品成本发生不利变化，进而导致公司产品毛利率下滑，并削弱公司的盈利能力。

(十) 存货规模较大及存货跌价风险

报告期各期末,公司存货余额分别为 26,867.48 万元、34,353.07 万元、34,147.68 万元和 **37,608.40 万元**。公司根据订单和市场情况备料并组织生产,如果市场情况发生不利变化,产品价格可能出现一定幅度下降,公司存货将发生减值。报告期各期末,公司存货跌价准备余额分别为 578.05 万元、612.73 万元、550.03 万元和 **688.15 万元**。如果公司不能进一步加强存货管理,提高存货周转率,公司存在因存货跌价而遭受损失的风险。

(十一) 政府补助、税收优惠政策变动的风险

报告期内,公司享受的计入当期损益的政府补助分别为 631.15 万元、1,200.65 万元、571.05 万元和 **617.41 万元**,占当期利润总额的比例分别为 2.24%、3.88%、1.40%和 **3.27%**。如果政府补助优惠政策发生重大变动,将对公司经营业绩和利润水平产生一定程度的影响。

2020 年 12 月,公司及其全资子公司莫干山家居、莫干山地板分别通过高新技术企业认定,并取得《高新技术企业证书》,有效期为三年;2023 年 12 月,公司及其全资子公司莫干山家居、莫干山地板分别通过高新技术企业重新认定,并取得《高新技术企业证书》,有效期为三年;公司及莫干山家居、莫干山地板在 2021 年、2022 年、2023 年和 **2024 年 1-6 月**均享受了 15%的企业所得税优惠税率。此外,公司享受研发费用加计扣除的税收优惠政策。税收优惠政策期满后,如公司及莫干山家居、莫干山地板不能继续被认定为高新技术企业,以及如未来国家主管税务机关对上述税收优惠政策作出调整,对公司的经营业绩和利润水平将产生一定程度的不利影响。

(十二) 规模扩张引发的管理风险

本次发行成功并募足资金后,公司资产规模将进一步扩张,经营规模进一步扩大,有助于进一步提升公司在主营业务领域的竞争能力。与此同时,公司生产和管理将更加复杂,技术创新要求持续加快,公司经营决策和风险控制难度增加,这在资源整合、市场开拓、产品研发、质量管理、财务管理以及内部控制等方面对公司均提出了更高的要求,如果公司组织管理体系和人力资源等管理能力无法

与其资产规模相适应,不能有效管理和控制公司的业务和资产,将对公司的持续发展带来不利影响。

(十三) 对下属子公司的管理风险

公司目前拥有多家全资子公司,其中室内装饰板材的研发、生产、销售主要由发行人、莫干山营销实施;定制家居产品的研发、生产和销售主要由莫干山家居、山东云峰实施;科技木的研发、生产和销售由莫干山建材实施;木地板的研发、生产和销售由莫干山地板、莫干山商贸实施。虽然公司已建立了较为完善的内部管理和控制体系,并在生产流程、质量控制、品牌管理、安全生产、销售管理、财务会计管理等方面制定了相应的内部控制制度,但公司仍存在因对子公司管理不善而导致的经营风险。

(十四) 实际控制人控制不当风险

本次发行前,公司总股本为 9,500 万股,夏士林先生间接通过升华控股控制公司 63.50%的股份,是公司实际控制人;本次发行 3,166.67 万股后,公司总股本将增加至 12,666.67 万股,夏士林先生间接通过升华控股控制公司 47.63%的股份,仍为公司实际控制人。如果出现实际控制人通过行使表决权、管理权等方式对公司的生产经营和重大决策产生不当影响,可能影响公司及公司其他股东的利益。

(十五) 产品质量风险

公司致力于不断提升产品质量,自产产品出厂前需经过严格质量检验;OEM 产品也制定了严格的质量监督检查制度,安排专人驻厂负责产品质量的检查和验收。即使如此,仍不能排除产品售后发生质量问题的可能性。由于公司主要产品是直接面向大众消费者,一旦发生重大质量问题,可能引发消费者权益纠纷,进而引发客户索赔、消费者诉讼、主管部门检查和处罚,导致公司市场形象受损、订单减少、乃至失去客户,将不仅对公司的品牌形象造成严重损害,还会对相关产品的销售造成不利影响,并降低公司的盈利水平。

(十六) 知识产权风险

设计和创新对于室内装饰材料及定制家居行业企业来说,是公司发展的重要保障;持续的研发投入和知识产权积累能够提升产品竞争力和品牌价值,保障公司持续发展。经过多年积累,公司目前拥有了一系列的核心技术,截至**2024年6月30日**,公司拥有**181项**专利,其中包括**52项**发明专利。

虽然公司坚持自主创新,避免侵犯他人知识产权,但由于定制家居行业不同企业的产品功能、款式、颜色等方面可能存在相似或相近之处,不排除少数竞争对手利用诉讼手段作为商业策略,拖延或阻碍公司技术研发及市场开拓,如公司不能有效防范和应对,可能会给公司生产经营造成一定的影响。

(十七) 募投项目实施后短期内财务指标下滑风险

本次募集资金投资项目建设完工后,新增固定资产及相应折旧将有所增加。若在募集资金投资项目建成后不能尽快达产,或者不能通过产能消化增加营业收入等方式提高募投项目的盈利能力,则公司存在固定资产折旧增加而导致相关业务整体毛利率和净利润下降的风险;同时,本次发行后,公司总股本和净资产将大幅增加,但募集资金投资项目的实施和达产需要一定的时间,项目收益需逐步体现。因此,公司在发行当年及其后的一段时间内,每股收益及净资产收益率受股本摊薄影响出现下降,从而导致公司即期回报被摊薄。

(十八) 未来新增产能消化的风险

公司根据市场发展状况,计划扩大全屋定制产品的产能;同时,通过加强研发系统和信息化建设、品牌渠道建设,对公司定制家居、装饰材料、木地板等业务提供技术研发支持和销售管理支持。本次募集资金拟投入智能化全屋定制家居项目、研发中心及信息化提升改造项目和品牌渠道建设项目,项目建成达产后,预计新增年产80万套智能化全屋定制家居产品,但本项目需要一定的建设期和达产期,在项目实施过程中和项目实际建成后,如果市场环境、技术、相关政策等方面出现重大不利变化,公司将面临产能消化的市场风险。

(十九) 募投项目不能顺利实施的风险

本次募集资金投资项目的实施对公司人力资源管理、资源配置、市场开拓、经营管理及财务管理等各方面能力提出了更高要求。如果募集资金不能及时到位,

以及公司所处行业和市场环境变化、产业政策变动、产品技术变革及项目实施过程中由于管理不善或出现其他意外因素均可能对募集资金投资项目的按期实施及完全达产造成不利影响，从而导致募投项目无法实现预期收益的风险。

第四节 发行人基本情况

一、发行人概况

注册名称(中文)	浙江升华云峰新材股份有限公司
注册名称(英文)	Zhejiang Shenghua Yunfeng Greeneo Co.,Ltd
注册资本	9,500 万元
法定代表人	周鑫林
成立日期	1995 年 12 月 11 日
住所	浙江省德清县钟管镇横塘桥工业区
邮政编码	313200
电话号码	0572-8215273
传真号码	0572-8215273
互联网网址	www.yunfeng.com
电子信箱	zhengquanbu@yunfeng.com
负责信息披露和投资者关系的部门、负责人和联系方式	负责信息披露和投资者关系的部门: 证券事务部 负责人: 陈剑 联系方式: 0572-8215273

二、公司设立情况和股本、股东变化情况

(一) 公司的股本形成及其变化情况



1、1995年12月，云峰有限设立

1995年11月18日，云峰装饰与蔡慧珍（中国台湾）签订《意向书》，就建办合资经营企业达成意向，合营公司注册资本80万美元，其中云峰装饰以人民币出资，折60万美元，蔡慧珍出资20万美元，以进口设备折价投入。

1995年12月1日，云峰装饰编制《合资经营浙江德清升华装饰材料有限公司项目建议书》，并上报德清县对外经济贸易工作委员会。

1995年12月4日，德清县对外经济贸易工作委员会出具德外经贸（95）第108号的《关于“浙江德清升华装饰材料有限公司”项目建议书的批复》，批准此项目建议书。

1995年12月5日，湖州市工商行政管理局出具（95）浙湖工商外字第68号的《外商投资企业名称登记核准通知书》，核准合资企业的名称：浙江德清升华

装饰材料有限公司、ZHEJIANG DEQING SHENGHUA DECORATIVE MATERIAL CO.,LTD.。

1995年12月6日,德清县外经贸委出具德外经贸(95)第111号的《关于“浙江德清升华装饰材料有限公司”可行性研究报告的批复》,批准合资企业的可行性研究报告。

1995年12月7日,德清县外经贸委出具德外经贸(95)第112号的《关于“浙江德清升华装饰材料有限公司”合同、章程的批复》,批准合资企业的合同和章程。同日,合资企业取得浙江省人民政府核发的外经贸资浙府字(1995)00101号的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。

1995年12月11日,合资企业取得国家工商行政管理局核发的企合浙湖总字第000506号《中华人民共和国企业法人营业执照》。

1996年6月18日,振企会计师事务所对合资企业截至1996年6月17日止的实收资本及相关资产和负债进行了审验,并出具振会(96)47号的《验资报告》,云峰有限已收到股东投入的资本80万美元,折合人民币6,651,040元。其中,云峰装饰合计投入人民币现金4,988,279.97元,折合60万美元;蔡慧珍以进口机器设备投入20万美元,设备已经浙江进出口商品检验局330500/600009号商检确认,安装调试并运转正常。

根据当时有效之《中华人民共和国中外合资经营企业法》第5条规定,“合营企业各方可以现金、实物、工业产权等进行投资……上述各项投资应在合营企业的合同和章程中加以规定,其价格(场地除外)由合营各方评议商定”。云峰有限设立时蔡慧珍的非货币出资虽未履行财产评估程序,但蔡慧珍作为非货币出资机器设备的价格已由中华人民共和国浙江进出口商品检验局出具的《数量/品质/价值鉴定证书》予以确认,并经云峰有限设立时的合营双方协商确定,符合当时有效的《中外合资经营企业法》相关规定。

依据当时有效的《中华人民共和国中外合资经营企业法》《中华人民共和国中外合资经营企业法实施条例》的相关规定,设备出资应在合营企业的合同和章程中加以规定,其价格可由合营各方评议商定;云峰有限设立时的股东用于出资

的机器设备实际到位并已投入使用，设备价值已经浙江进出口商品检验局鉴定确认，且经双方协商确定，未履行资产评估程序不影响该项出资的有效性，不存在出资不实的情形。

云峰有限设立时蔡慧珍用于出资的机器设备购买资金实际来源于升华集团，因此，蔡慧珍系代升华集团持有云峰有限之股权。

升华集团委托蔡慧珍代持股权，主要系为了便于从境外采购机器设备、原材料，同时开拓国外市场；蔡慧珍代持股权期间，依据当时有效的法律法规获得相关税收优惠，未违反当时法律法规的强制性规定；发行人在变更为内资企业时已依法缴纳了相关税款，不会因此受到行政处罚。

云峰有限设立时，其工商登记的股权结构和实际股权结构如下：

序号	工商登记的股权结构			实际股权结构		
	股东名称	出资额 (万美元)	出资比例 (%)	股东名称	出资额 (万美元)	出资比例 (%)
1	云峰装饰	60.00	75.00	云峰装饰	60.00	75.00
2	蔡慧珍	20.00	25.00	升华集团	20.00	25.00
	合计	80.00	100.00	合计	80.00	100.00

2、1998年4月，云峰有限第一次股权转让

1998年4月20日，云峰有限召开董事会，审议同意云峰装饰将其所持云峰有限75%的股权（合计出资额60万美元）转让给升华集团，蔡慧珍放弃优先受让权；同意修改中外合资经营企业和章程；同意变更公司名称为“湖州云峰装饰材料有限公司”。

1998年4月20日，云峰装饰、升华集团签署《股份转让协议》，约定云峰装饰将其所持云峰有限75%的股权（合计出资额60万美元）转让给升华集团，抵偿云峰装饰对升华集团的其他应付款4,988,279.97元。

1998年4月27日，德清县对外经济贸易工作委员会核发德外经贸（98）第18号《关于同意浙江德清升华装饰材料有限公司转让股份、更名并调整董事会成员的批复》，同意云峰有限变更公司名称为湖州云峰装饰材料有限公司，同意上述股权转让，同意修改中外合资经营企业和章程，同意调整中外合资经营

企业董事会成员。

1998年4月28日,云峰有限取得浙江省人民政府核发的外经贸资浙府字(1995)00101号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。云峰有限已办理了本次股权转让的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后,云峰有限工商登记的股权结构和实际股权结构如下:

序号	工商登记的股权结构			实际股权结构		
	股东名称	出资额 (万美元)	出资比例 (%)	股东名称	出资额 (万美元)	出资比例 (%)
1	升华集团	60.00	75.00	升华集团	80.00	100.00
2	蔡慧珍	20.00	25.00			
	合计	80.00	100.00	合计	80.00	100.00

3、2000年7月,云峰有限第二次股权转让

2000年7月4日,升华集团分别与纸业公司、科欣中心签订《股权转让协议书》,其中,纸业公司以450万元的价格受让15%的股权(对应12万美元的出资额),科欣中心以150万元的价格受让5%的股权(对应4万美元的出资额);蔡慧珍分别与张齐生、王嵩明、李伟立、顾水祥、钱小妹签订《股权转让协议书》,其中张齐生以60万元的价格受让2%的股权(对应1.6万美元的出资额),王嵩明以150万元的价格受让5%的股权(对应4万美元的出资额),李伟立以150万元的价格受让5%的股权(对应4万美元的出资额),顾水祥以180万元的价格受让6%的股权(对应4.8万美元的出资额),钱小妹以210万元的价格受让7%的股权(对应5.6万美元的出资额)。同日,升华集团与蔡慧珍分别签署放弃对方转让股权时自己所享有的优先受让权的承诺。

2000年7月4日,上述股权转让方和股权受让方分别签署了股权转让协议,股权转让的具体情况如下:

序号	转让方	受让方	出资额/持股比例	转让价格(万元)
1	升华集团	纸业公司	12万美元/15%	450
2	升华集团	科欣中心	4万美元/5%	150
3	蔡慧珍	钱小妹	5.6万美元/7%	210
4	蔡慧珍	顾水祥	4.8万美元/6%	180
5	蔡慧珍	李伟立	4万美元/5%	150
6	蔡慧珍	王嵩明	4万美元/5%	150

序号	转让方	受让方	出资额/持股比例	转让价格(万元)
7	蔡慧珍	张齐生	1.6 万美元/2%	60

注：云峰有限设立时蔡慧珍用于出资的机器设备资金实际来源于升华集团，因此，蔡慧珍系代升华集团持有云峰有限之股权。故本次股权转让，钱小妹、顾水祥、李伟立、王嵩明、张齐生实际将相关股权转让款存入升华集团控制的银行账户，转让完成后，升华集团和蔡慧珍之间的股权代持关系终止。

2000年7月4日，云峰有限经董事会决议，同意上述股权转让，同意提前终止合营公司合同，并通过修改后的公司章程草案。

2000年7月5日，湖州市外商投资管理局出具(2000)湖外投管字第55号的《关于同意湖州云峰装饰材料有限公司转让股权并注销批准证书的批复》，同意上述股权转让，同意终止云峰有限的合营期限并注销其《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。因云峰有限作为中外合资经营企业经营未满十年，需补缴其享受的税收优惠相关税款。云峰有限已根据相关法律法规的规定补缴了增值税243,586.88元、关税197,536.13元、企业所得税11,805,662.52元。

2000年7月14日，正立会计师事务所对云峰有限截至2000年6月30日止的注册资本、投入资本变更情况进行了审验，并出具湖正会验(2000)286号的《验资报告》，确认云峰有限投入资本总额不变，折合人民币665.1万元。

2000年7月18日，云峰有限办理完成本次工商变更登记手续。此次变更后，云峰有限股东为升华集团、纸业公司、科欣中心、钱小妹、顾水祥、张齐生、李伟立、王嵩明，云峰有限由中外合资企业变更为内资的有限责任公司。

本次转让后，云峰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	升华集团	365.51	55.00
2	纸业公司	99.76	15.00
3	科欣中心	33.26	5.00
4	钱小妹	46.55	7.00
5	顾水祥	39.90	6.00
6	李伟立	33.26	5.00
7	王嵩明	33.26	5.00
8	张齐生	13.30	2.00
合计		665.10	100.00

4、2000年10月，股份公司设立

2000年9月25日,云峰有限经股东会决议,同意云峰有限以截至2000年8月31日经审计的净资产为依据,整体变更为股份有限公司,股份公司名称变更为浙江云峰绿色新材股份有限公司,云峰有限全体股东按原出资比例持有股份公司的股份。

2000年9月23日,浙江天健会计师事务所出具《审计报告》(浙天会审[2000]第663号)审验确认,截至2000年8月31日,云峰有限经审计的账面净资产为3,200万元。2000年9月25日,浙江天健资产评估有限公司出具《湖州云峰装饰材料有限公司资产评估项目资产评估报告书》(浙天评报字[2000]第116号)评估确认,截至2000年8月31日,云峰有限净资产评估值为3,755.36万元。

2000年9月26日,浙江省工商行政管理局核发(浙省)名称预核内字(2000)第856号《企业名称预先核准通知书》,核准有限公司拟变更设立的股份公司名称为“浙江云峰绿色新材股份有限公司”。

2000年9月26日,浙江天健会计师事务所对股份公司的实收资本及相关的资产、负债的真实性和合法性进行了审验,并出具了浙天会验(2000)第152号的《验资报告》确认:股份公司已于2000年9月26日止,根据《公司法》的规定,将截至2000年8月31日云峰有限净资产3,200万元以1:1的比例折合股份总额3,200万股。

2000年9月30日,浙江省人民政府企业上市工作领导小组出具浙上市(2000)18号《关于同意变更设立浙江云峰绿色新材股份有限公司的批复》,同意云峰有限变更为股份公司,股份公司的注册资本为3,200万元,股票每股面值1元人民币,折合3,200万股。其中升华集团1,760万股,占比55%;纸业公司480万股,占比15%;科欣中心160万股,占比5%;钱小妹等5位自然人800万股,占比25%。

2000年10月6日,股份公司召开创立大会,到会股东及股东代表8人,代表公司有表决权的股份数3,200万股,占公司总股数的100%。本次创立大会审议通过了《关于浙江云峰绿色新材股份有限公司筹建工作的报告》《关于设立浙江云峰绿色新材股份有限公司的议案》《浙江云峰绿色新材股份有限公司章程》,

并选举产生第一届董事会和监事会。

股份公司于 2000 年 10 月 8 日办理工商登记事宜，并取得注册号为 3300001007259 的《企业法人营业执照》。

股份公司设立后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	升华集团	1,760.00	55.00
2	纸业公司	480.00	15.00
3	科欣中心	160.00	5.00
4	钱小妹	224.00	7.00
5	顾水祥	192.00	6.00
6	李伟立	160.00	5.00
7	王嵩明	160.00	5.00
8	张齐生	64.00	2.00
合计		3,200.00	100.00

5、2001 年 11 月，云峰新材参与升华集团的集体企业改制

（1）升华（集团）公司母子公司的整体改制情况

①清产核资、资产评估

2001 年 1 月 19 日，德清县乡镇企业局核发德乡镇企（2001）6 号《关于升华（集团）公司资产评估立项的批复》，同意对升华（集团）公司及控股公司的全部资产和负债进行评估；2001 年 3 月 16 日，湖州恒生资产评估有限公司出具湖恒评报字[2001]18 号《升华（集团）公司整体资产评估报告书》，确定升华（集团）公司的评估净资产为 252,486,031.64 元。

②关于升华（集团）公司改制净资产的界定、处置

2001 年 6 月 12 日，改革领导小组核发德企改组[2001]1 号《关于升华集团公司产权制度改革的批复》（以下简称“德企改组[2001]1 号批复”），2001 年 9 月 6 日，改革领导小组核发德企改组[2001]3 号《关于升华集团公司改制方案的批复》（以下简称“德企改组[2001]3 号批复”）。根据上述改制批复，升华（集团）公司改制净资产的界定情况如下：

以经评估确认的升华（集团）公司净资产为基础，剥离企业呆账 11,010.07 万元和提取养老保险基金 875 万元后作为改制净资产，改制净资产总额为 13,374.31

万元；改制净资产中，钟管镇人民政府（以下简称“镇政府”）和企业各拥有 50% 产权；镇政府和企业在改制净资产总额中各切出 10%，合计 20%（即 2,674.8 万元）净资产对升华（集团）公司的经营者和作出重要贡献的科技工作者进行奖励，作为奖励股。

归属于镇政府的剩余净资产为 5,349.73 万元，其中，升华（集团）公司员工新股东出资 4,000 万元收购 4,000 万元净资产，由集团持股分会、云峰持股会等 7 个持股分会参股会员和集体预留股出资购买，作为投入股；镇政府保留在企业的净资产为 1,349.72 万元，委托富民公司在升华集团本级持股，享有固定回报收益权，不增值，每年定额回报的基础为 450 万元，年递增率为 8%（允许适时调整），时间从 2001 年开始计算。

归属于企业集体的剩余净资产为 5,349.73 万元，作为集团持股分会、云峰持股会等 7 个持股分会参股会员和集体预留股的配股；每个参股会员持有的配股在取得时只有分红权，没有所有权，如连续任职 5 年（从改制日算起），其中 1/2 所有权奖给个人，如未达 5 年就辞职或免职，则持股会收回相应配股，如对公司作出重大贡献或其他因素，经升华持股联合会理事会同意，可提前奖给个人，但最短不得少于 3 年。

③本次改制的企业范围、人员范围和投入股、奖励股和配股的安排原则

根据上述改制批复，本次升华（集团）公司母子公司内部改制的范围包括升华（集团）公司本级以及云峰新材等 7 个升华（集团）公司子公司；设立升华持股联合会，通过其下设的各公司持股会包括集团持股分会、云峰持股会等 7 个持股分会对应持有升华集团、云峰新材（含升艺轻纺）等母子公司的改制净资产；本次参与改制的人员范围为升华（集团）公司及其上述改制子公司中层以上的经营管理骨干和技术骨干。

为了用于引进人才预留相应的投入股、奖励股和配股，并保证升华（集团）公司母子公司股权的有序流动，集团持股分会、云峰持股会等 7 个持股分会预留 10% 左右作为集体预留股（包含投入股、奖励股和配股），将企业改制净资产的 90% 左右量化到参与改制的人员；升华（集团）公司及其下属子公司根据参与改制人员的贡献、职务、任职时间等因素决定其具体的投奖配股；集团持股分会、云峰持股会等持股分会的全体参股会员和集体预留股所分配的投入股、奖励股和

配股的比例按照 2.991:2:4 执行。

④升华(集团)公司母子公司改制净资产的切分

在改制净资产总额 13,374.31 万元扣除镇集体保留的 1,349.72 万元后升华(集团)公司母子公司改制净资产为 12,024.59 万元,其中升华(集团)公司本级保留的改制净资产为 6,704.57 万元,剩余净资产根据各改制子公司的净资产大小和投资回报率,对于各子公司应取得的改制净资产进行了切分,其中云峰新材(含升艺轻纺)确定的改制净资产为 1,504.7888 万元;同时,为了保障镇政府 4,000 万元净资产转让款以及后续年度固定回报款的收取,经镇政府决定,改制完成后的升华集团在办理有限公司的设立登记时,富民公司在工商登记层面持有升华集团 50%的股权。

⑤镇政府的净资产转让款和固定回报款的收取情况

根据改制批复,升华持股联合会应向镇政府支付的 4,000 万元净资产转让款分 8 年支付;至 2007 年 6 月,升华持股联合会支付完毕镇政府净资产转让款 4,000 万元。

2010 年 1 月 21 日,改革领导小组核发德深化[2010]1 号《关于钟管镇政府持有的升华集团控股有限公司股份转让事宜的批复》,同意升华集团在继续向镇政府支付定额回报的前提下,将镇政府所持保留部分 1,349.72 万元净资产以 1,349.72 万元转让给集团持股分会;至 2011 年 7 月,集团持股分会支付完毕转让款项。上述转让协议达成之后,富民公司在工商登记层面仍持有升华集团 50%的股权,其原因系为了继续保障镇政府 1,349.72 万元净资产转让款以及后续年度固定回报款的收取。

根据改制批复,镇集体保留在升华集团的净资产对应的股权享有定额回报,自 2001 年开始计算;2008 年之后,双方陆续就镇政府享有的定额回报金额进行了相应的补充约定,镇政府享有的该项固定回报权一直持续到 2020 年并于 2020 年底终止;至 2021 年 2 月,升华集团已向镇政府支付完毕全部 20 年的固定回报款。

2020 年 7 月,除 2020 年度应支付的部分固定回报款应在 2021 年 2 月支付外,升华集团已支付完毕全部净资产转让款和其他固定回报款,经富民公司和升华集团股东协商,办理了工商变更登记手续。在富民公司将其所持升华集团股权

于 2020 年 7 月办理工商登记变更前，其一直持有改制完成后升华集团 50%的股权并享有对应的表决权和固定回报收益权，其他财产性收益权归属于集团持股分会及其参股会员、集体预留股。

根据钟管镇政府出具的批复文件，确认镇政府已及时、足额收到升华持股联合会支付的净资产转让款和升华集团支付的固定回报款，对该等事项不存在异议。湖州市人民政府出具湖政函[2021]34 号《湖州市人民政府关于确认浙江升华云峰新材股份有限公司改制相关事项的批复》，确认“镇集体在足额收到相关固定回报款和净资产转让款之后，2020 年 7 月，富民公司将持有的 50%股权转让给升华集团股东，转让后富民公司在升华集团不再享有收益权和表决权”。

⑥升华（集团）公司整体改制方案和实施的确认情况

2021 年 8 月 4 日，湖州市人民政府收到镇政府和德清县人民政府逐级上报的请示文件后，出具了湖政函[2021]34 号《湖州市人民政府关于确认浙江升华云峰新材股份有限公司改制相关事项的批复》，确认“升华集团的改制，履行了相应的评估和审批手续，改制过程符合集体企业改制有关法律、法规及政策性文件的规定和集体改制法律法规的精神，没有损害镇集体利益和职工利益的情形，亦未造成镇集体资产的流失。归属于镇集体净资产处置中，为了保障镇政府净资产转让款以及后续年度固定回报款的收取，富民公司持有改制完成后升华集团 50%的股权并享有对应的表决权和固定回报收益权，其他财产性收益权归属于集团持股分会及其参股会员、集体预留股。镇集体在足额收到相关固定回报款和净资产转让款之后，2020 年 7 月，富民公司将持有的 50%股权转让给升华集团股东，转让后富民公司在升华集团不再享有收益权和表决权；归属于企业集体净资产的处置、涉及集团持股分会的配股量化以及集体预留股归属等事项均不存在违反法律强制性规定、损害镇集体利益和职工利益的情形，亦未造成镇集体资产的流失”。

（2）云峰新材的集体企业改制情况

①云峰新材的改制方案

云峰新材系升华集团的控股子公司，升华集团产权制度改革前的企业性质为集体所有制企业，2001 年 3 月至 12 月期间，升华集团进行产权制度改革。德清县企业改革领导小组先后作出了《关于升华集团公司产权制度改革的批复》（德

企改组[2001]1号)、《关于升华集团公司改制方案的批复》(德企改组[2001]03号)等批复,同意升华集团的改制方案,并要求各子公司的改制方案报镇政府批准实施;同时,中国共产党德清县钟管镇委员会、钟管镇政府针对升华集团及其子公司的改制方案进行了相应的批复。云峰新材作为升华集团的子公司,参与了升华集团的集体企业改制。

根据上述改制批复,由于升艺轻纺也是升华集团的子公司,并受云峰新材管理,云峰新材和升艺轻纺合在一起改制,建立一个持股分会,两家公司的持股会员均通过云峰持股会持有发行人的股权,不持有升艺轻纺的股权。云峰持股会设立时的净资产为1,504.7888万元,持有云峰新材的股权比例为45%,由升华集团代为持有,其中配股部分在量化之前仅享有分红权。与升华集团改制批复一致,云峰新材(含升艺轻纺)参与改制的人员范围为两家改制子公司的中层以上经营管理骨干和技术骨干,沈卫文等部分人员作为当时升艺轻纺的副总经理、部门负责人等入股云峰持股会;云峰持股会的全体参股会员和集体预留股所分配的投入股、奖励股和配股的比例按照2.991:2:4执行。云峰职工持股会的设立、会员的进入和退出、持有云峰新材的股权变动、配股量化、升华集团代持股权还原等事项详见本节“二、公司设立情况和股本、股东变化情况”之“(二)云峰持股会的设立及其变动情况、持有云峰新材股权的变动情况”。

2001年11月,云峰新材参与升华(集团)公司改制完成,本次改制完成后,云峰新材的股权结构如下:

序号	股东名称	持股数(万股)	持股比例(%)
1	升华集团	1,760.00	55.00(注)
2	纸业公司	480.00	15.00
3	科欣中心	160.00	5.00
4	钱小妹	224.00	7.00
5	顾水祥	192.00	6.00
6	李伟立	160.00	5.00
7	王嵩明	160.00	5.00
8	张齐生	64.00	2.00
合计		3,200.00	100.00

注:升华集团代云峰持股会持有云峰新材45%的股权(分红权),其中云峰持股会的集体预留股及各参股会员所持配股尚未量化,仅拥有分红权,不享有所有权。

②云峰新材(含升艺轻纺)改制方案和实施的确认情况

2021年8月4日,湖州市人民政府收到镇政府和德清县人民政府逐级上报的请示文件后,出具了湖政函[2021]34号《湖州市人民政府关于确认浙江升华云峰新材股份有限公司改制相关事项的批复》,确认“云峰新材(含升艺轻纺)的改制,履行了相应的审批手续,符合集体企业改制有关法律、法规及政策性文件的规定和集体改制法律法规的精神;归属于企业集体净资产的处置、涉及云峰持股会配股量化以及集体预留股归属等事项均不存在违反法律强制性规定、损害镇集体利益和职工利益的情形,亦未造成镇集体资产的流失”。

6、2005年6月,云峰新材第一次股份转让

2001年10月至2004年1月之间,经公司部分股东协商,就股权转让事项达成一致,协议各方签署了股权转让协议,支付了相应的股权转让价款;并于2005年6月统一办理修改章程的工商备案手续。相关股份转让的具体情况如下:

(1) 2001年11月,顾水祥、钱小妹将其所持发行人全部股份转让给升华集团

2001年11月22日,顾水祥、钱小妹与升华集团就股份转让事项达成一致,约定升华集团以2,082,120元和2,429,140元的价格受让顾水祥、钱小妹所持发行人6%(合计192万股股份)和7%的股份(合计224万股股份)。

(2) 2002年2月,李伟立、王嵩明将其所持发行人全部股份转让给升华集团

2002年2月,李伟立、王嵩明与升华集团就股份转让事项达成一致,李伟立、王嵩明分别同意将其各自所持发行人5%股份(合计160万股)转让给升华集团,转让价格分别为150万元。

(3) 2003年1月-10月,纸业公司将其所持发行人15%股份、张齐生将其所持1%的股份转让给升华集团

纸业公司当时系升华集团的子公司,因经营不善升华集团拟将其剥离,剥离前其所持的发行人股权拟由升华集团收购。同时,发行人拟对云峰持股会设立后的引进人才以及部分对发行人贡献较大的原云峰持股会股东再次进行集中奖配;另外,为减少个人直接持股比例,张齐生作为发行人技术顾问,所持发行人2%

股权中的 1%拟转至云峰持股会间接持有。

2003 年 4 月，纸业公司与升华集团就股份转让事项达成一致，同意将其持有的发行人 15%股份（合计 480 万股）转让给升华集团，转让价格为 435 万元，经升华集团同意，将其中的 7.939%股权以商定价格 285 万元转让给云峰持股会，用于所激励参股会员的集中奖配，从张齐生受让的 1%股权转让给云峰持股会，云峰持股会再分配给张齐生相应的股权（对应的股份形式为奖励股和配股），由张齐生通过云峰持股会间接持有发行人股份；云峰持股会会员增加的投入股、奖励股和配股以及张齐生通过云峰持股会持股的事项于 2004 年 1 月实施完毕。

本次张齐生将其所持发行人股份转让给升华集团以及通过云峰持股会间接持有发行人等值股份属于持股方式调整，故张齐生将其所持发行人 1%的股份转让给升华集团和张齐生入股云峰持股会均无需另行支付对价。

本次股份转让完成后，云峰持股会实际持有云峰新材 53.939%的股权，由升华集团代为持有。云峰持股会本次投入及变动情况详见本节“二、公司设立情况和股本、股东变化情况”之“（二）云峰持股会的设立及其变动情况、持有云峰新材股权的变动情况”。

根据当时有效之公司法第 147 条之规定，顾水祥等股东作为发起人，其持有的公司股份自公司成立之日起三年内不得转让。前述股权转让实际于 2003 年 10 月生效。

（4）上述股份转让完成后的股权结构及公司章程修改备案情况

上述股份转让完成后，钱小妹、顾水祥实际上已不再直接持有云峰新材股份，但考虑到钱小妹、顾水祥作为云峰持股会参股会员，持有云峰持股会投入股和奖励股折合云峰新材的股权比例分别为 0.503%和 9.35%。同时，云峰持股会所持云峰新材股权当时由升华集团代为持有，升华集团未来会择机将该等参股会员所持云峰持股会投奖配股还原。因此，在公司章程修改时，钱小妹、顾水祥仍保留直接持有部分云峰新材股权，在钱小妹、顾水祥所持云峰持股会投奖配股正式还原前，其所持云峰新材股权系代升华集团持有。

发行人于 2005 年 6 月履行了上述升华集团（包含云峰持股会）与李伟立、王嵩明、张齐生、纸业公司股份转让涉及的公司章程修改备案手续；发行人工商

登记的股权结构以及实际股权结构如下：

序号	工商登记的股权结构			实际股权结构		
	股东名称	持股数 (万股)	持股比例 (%)	股东名称	持股数 (万股)	持股比例 (%)
1	升华集团	2799.904	87.497	升华集团	1,281.95	40.061
2	云峰持股会	--	--	云峰持股会	1,726.05	53.939
3	科欣中心	160.00	5.00	科欣中心	160.00	5.00
4	钱小妹	16.096	0.503	--	--	--
5	顾水祥	192.00	6.00	--	--	--
6	张齐生	32.00	1.00	张齐生	32.00	1.00
	合计	3,200.00	100.00	--	3,200.00	100.00

7、2008年3月，云峰新材第二次股份转让及第一次增资，云峰持股会会员持有的投入股、奖励股对应的云峰新材股份还原，配股量化至会员个人

(1) 科欣中心将其持有的云峰新材5%股份转让给杨金毛

2007年12月12日，浙江林学院召开党委会，会议讨论同意转让科欣中心在云峰新材的股份，并形成浙林院纪要(2007)50号的《浙江林学院党委会会议纪要》。

2008年1月1日，科欣中心与浙江联合拍卖有限公司签订《委托拍卖合同》，委托浙江联合拍卖有限公司拍卖科欣中心持有的云峰新材160万股股份，起拍价265.5万元。

2008年1月30日，杨金毛与浙江联合拍卖有限公司签订《拍卖成交确认书》，杨金毛通过竞价，以266万元的价格拍得科欣中心所持有的云峰新材160万股股份。

2008年1月30日，科欣中心与杨金毛签订《股份转让协议》，杨金毛以266万元的价格受让云峰新材160万股股份。

2008年7月3日，浙江林学院核发浙林院[2008]114号《浙江林学院关于同意科欣科技中心股权转让的批复》，同意科欣中心按国有资产管理的相关规定转让所持的发行人股份。

2008年12月25日，浙江省人民政府办公厅以浙政办函[2008]77号《浙江

省人民政府办公厅关于浙江升华云峰新材股份有限公司国有股权转让确认的函》，确认科欣中心所持发行人 5% 的国有股权转让公开、公平、公正，依法合规，真实有效，符合国有资产管理有关规定，不存在侵害国有资产的行为。

本次股份转让受让人支付给科欣中心的款项系从升华集团取得，经杨金毛、升华集团双方确认，本次股份转让完成后，杨金毛持有的云峰新材股份系代升华集团持有。

(2) 升华集团将持有的部分股权转让给欣峰投资、顾水祥，云峰持股会投入股、奖励股还原；配股量化至会员个人

2008 年 1 月 23 日，升华集团分别与欣峰投资、顾水祥签订《股权转让协议》，升华集团将其持有云峰新材股份中的 516.8 万股（占 16.15%）以 8,578,880 元的价格转让给欣峰投资，欣峰投资系云峰持股会参股会员（顾水祥、钱小妹除外）共同设立的持股平台，用于还原该等参股会员所持云峰持股会的投入股、奖励股和配股；将 107.2 万股（占 3.35%）以 1,779,520 元的价格转让给顾水祥。

钱小妹、顾水祥持有的云峰持股会投入股、奖励股对应的云峰新材股份比例为 0.503%、9.35%，由于 2005 年 6 月股份转让工商登记变更之后，钱小妹、顾水祥分别持有的云峰新材 0.503%、6% 的股份系代升华集团持有，故本次投入股、奖励股还原时，升华集团无需向钱小妹转让相应的股份，向顾水祥仅需转让 3.35% 的股份。

云峰持股会 2001 年 11 月设立，截至 2007 年底，云峰持股会存续期限已超过 5 年，各会员在云峰新材（含升艺轻纺）的任职期限亦已超过 5 年，经升华集团决定，云峰持股会在本次将会员投入股、奖励股还原至个人同时，将配股全部量化至会员个人；同时，云峰持股会集体预留股在实际运作过程中承担了股权池功能，持股会设立时未分配至个人名下的集体预留股由投入股、奖励股和配股三部分组成，之后历次持股会员的入股、退股的投奖配股均从集体预留股份额中转让、受让并相应增减集体预留股，相关入股、退股款由升华持股联合会收取、支付。云峰持股会初始集体预留股和 2004 年新增集体预留股当时未有主体实际出资，最终相关出资款和历次会员退股款、入股款之间的差额部分（根据发行人当时的经营状况平价或溢价退股，合计退股款总额远大于入股款）实际系由夏士林

承担，故 2008 年集体预留股量化时，历次退股、入股后剩余的集体预留股对应的权益经夏士林同意归属于升华集团。

2008 年初配股全部量化至个人及集体预留股的归属事项已得到云峰持股会当时持股的全体会员确认，并已取得湖州市人民政府的确认。2021 年 8 月 4 日，湖州市人民政府出具湖政函[2021]34 号《湖州市人民政府关于确认浙江升华云峰新材股份有限公司改制相关事项的批复》，确认归属于企业集体净资产的处置、涉及云峰持股会配股量化以及集体预留股归属等事项均不存在违反法律强制性规定、损害镇集体利益和职工利益的情形，亦未造成镇集体资产的流失。云峰持股会本次投入股、奖励股的还原情况、各会员配股的量化情况详见本节“二、公司设立情况和股本、股东变化情况”之“（二）云峰持股会的设立及其变动情况、持有云峰新材股权的变动情况”。

（3）2008 年 3 月，上述股份转让完成后，公司增资至 4,400 万元

2008 年 3 月 1 日，云峰新材经股东大会决议，上述股份转让完成后的全体股东同意实施同比例增资，将注册资本从 3,200 万元增加至 4,400 万元，以人民币每股 1.66 元投入。其中，升华集团增加 815.964 万股，欣峰投资增加 193.8 万股，顾水祥增加 112.2 万股，钱小妹增加 6.036 万股，杨金毛增加 60 万股（系受升华集团委托，同比例参与本次增资，继续为升华集团代持），张齐生增加 12 万股。本次增资时，云峰持股会参股会员持有量化后的股权由升华集团代持，参股会员通过升华集团认缴出资，按其持股比例参与了本次增资，故其所持配股数量亦进行了相应调整，具体调整情况详见本节“二、公司设立情况和股本、股东变化情况”之“（二）云峰持股会的设立及其变动情况、持有云峰新材股权的变动情况”。

2008 年 3 月 3 日，德清天勤会计师事务所有限责任公司对上述股权转让和增资进行了审验，确认截至 2008 年 3 月 3 日，云峰新材股份转让已处理完毕并已收到全体股东缴纳的新增注册资本 1,200 万元。

2008 年 3 月 17 日，公司在工商行政管理局办理变更登记手续。

本次股份转让和增资完成后，发行人工商登记的股权结构以及实际股权结构

如下:

序号	工商登记的股权结构			实际股权结构		
	股东名称	持股数 (万股)	持股比例 (%)	股东名称	持股数 (万股)	持股比例 (%)
1	升华集团	2,991.868	67.997	升华集团	1,982.684	45.061
2	云峰持股会	--	--	云峰持股会	1,229.184	27.936
3	欣峰投资	710.600	16.150	欣峰投资	710.600	16.150
4	杨金毛	220.000	5.000	--	--	--
5	钱小妹	22.132	0.503	钱小妹	22.132	0.503
6	顾水祥	411.400	9.350	顾水祥	411.400	9.350
7	张齐生	44.000	1.000	张齐生	44.000	1.000
	合计	4,400.00	100.00	--	4,400.00	100.00

8、2012年11月，云峰新材第三次股份转让，云峰持股会会员持有的配股对应的云峰新材股份还原

2012年，升华集团及下属子公司的持股会陆续解散，为了将云峰持股会会员持有的配股对应的云峰新材股份还原至会员个人，升华集团决定将由其代持的股份分别转让给相应的主体。截至2012年11月，云峰持股会中，顾水祥、张齐生持有的配股对应的云峰新材股份比例分别为7.15%、0.561%，通过直接转让给会员个人进行还原；会员钱小妹、姚文清、吴解康持有的配股由升华集团全额回购；同时，升华集团回购了钱小妹所持云峰新材0.503%的股权并支付相应款项，但升华集团和钱小妹未就本次收购0.503%的股权办理工商变更登记手续，钱小妹所持云峰新材的0.503%股权系代升华集团持有；除此之外，其他会员持有的配股对应的云峰新材股份比例合计为5.189%，均通过欣峰投资还原。

本次股份还原时，升华集团应向顾水祥直接转让7.15%的股份，因钱小妹、杨金毛持有的云峰新材股份系代升华集团持有，经升华集团、顾水祥协商确定，钱小妹、杨金毛分别代升华集团持有的0.503%、5%股份转为代顾水祥持有，升华集团仅需向顾水祥转让1.647%的股份；上述股权代持于2021年4月解除。

2012年11月5日，发行人召开股东大会，审议同意升华集团将其所持发行人5.189%的股份（合计228.316万股）、1.647%的股份（合计72.468万股）、0.561%的股份（合计24.684万股）分别以259.2301万元、82.2802万元和28.0262万元的价格分别转让给欣峰投资、顾水祥和张齐生并签署了相关股权转让协议。

2012年11月,发行人已办理了上述股份转让涉及的章程修订备案手续。本次量化后的配股还原以及相关股东退股后,发行人工商登记的股权结构以及实际股权结构如下:

序号	工商登记的股权结构			实际股权结构		
	股东名称	持股数 (万股)	持股比例 (%)	股东名称	持股数 (万股)	持股比例 (%)
1	升华集团	2,666.400	60.600	升华集团	2,666.400	60.600
2	欣峰投资	938.916	21.339	欣峰投资	938.916	21.339
3	杨金毛	220.000	5.000	--	--	--
4	钱小妹	22.132	0.503	--	--	--
5	顾水祥	483.868	10.997	顾水祥	726.000	16.500
6	张齐生	68.684	1.561	张齐生	68.684	1.561
	合计	4,400.00	100.00		4,400.00	100.00

至此,升华集团与云峰持股会之间的股份代持关系解除。

9、2016年12月,云峰新材第四次股份转让

2016年12月5日,发行人召开股东大会,审议同意升华集团将其所持云峰新材60.60%的股份(合计2,666.40万股)转让给升华控股。

2016年12月30日,升华集团与升华控股签署《股份转让协议》,约定升华集团将其所持发行人60.60%的股份(合计2,666.40万股)以14,611.7857万元转让给升华控股。股份转让价格以湖州天勤资产评估有限公司出具的湖天评报字[2016]第115号《浙江升华云峰新材股份有限公司拟进行股权转让涉及其股东全部权益价值资产评估报告书》中经评估的股东权益价值(241,118,575.93元)为参考经股份转让双方协商后确定。

本次股份转让时,升华集团向钟管镇镇有资产管理委员会上报了《升华集团控股有限公司关于转让浙江升华云峰新材股份有限公司股份的请示》,富民公司、钟管镇镇有资产管理委员会同意上述股权转让。

2021年7月12日,钟管镇政府出具钟政[2021]28号《关于要求对浙江升华云峰新材股份有限公司相关事项进行确认的批复》,其对富民公司持有升华集团股权期间,发行人历次股权变动事项不存在异议,确认发行人历次股权变动事项不存在损害镇集体利益和职工权益的情形,亦未造成镇集体资产的流失。

2016年12月,公司已在工商登记管理部门办理备案手续。本次股份转让完成后,发行人的股权结构如下:

序号	股东名称	持股数(万股)	持股比例(%)
1	升华控股	2,666.400	60.600
2	欣峰投资	938.916	21.339
3	顾水祥	483.868	10.997
4	杨金毛	220.000	5.000
5	张齐生	68.684	1.561
6	钱小妹	22.132	0.503
合计		4,400.000	100.000

注:杨金毛、钱小妹所持发行人的全部股份系代顾水祥持有。

10、2017年12月,云峰新材股东股份继承

2017年12月13日,江苏省南京市南京公证处出具(2017)宁南证民内字第48754号《公证书》,公证发行人股东张齐生于2017年9月25日因病逝世;张齐生所持发行人1.561%的股份(合计68.684万股)由其配偶王素珍继承;其他法定继承人放弃继承张齐生所持发行人股份。

2017年12月28日,发行人召开股东大会,审议同意张齐生所持发行人1.561%的股份(合计68.684万股)由其配偶王素珍继承。

本次股份继承完成后,发行人的股本结构如下:

序号	股东名称	持股数(万股)	持股比例(%)
1	升华控股	2,666.400	60.600
2	欣峰投资	938.916	21.339
3	顾水祥	483.868	10.997
4	杨金毛	220.000	5.000
5	王素珍	68.684	1.561
6	钱小妹	22.132	0.503
合计		4,400.000	100.000

注:杨金毛、钱小妹所持发行人的全部股份系代顾水祥持有。

11、2018年10月,发行人第二次增资

2018年10月12日,发行人召开股东大会,审议同意发行人以现有总股本4,400万股为基数,以资本公积向全体股东每10股转增2股,共计转增880万

股，以盈余公积向全体股东每 10 股转增 5 股，共计转增 2,200 万股，以未分配利润向全体股东每 10 股送红股 3 股，共计送红股 1,320 万股；同意发行人总股本由 4,400 万股增加至 8,800 万股。

2018 年 11 月 2 日，天健会计师出具天健验[2018]410 号《验资报告》，对本次资本公积、盈余公积和未分配利润转增股本予以验证。发行人已办理了本次增资的工商变更登记手续。本次增资完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	升华控股	5,332.800	60.600
2	欣峰投资	1,877.832	21.339
3	顾水祥	967.736	10.997
4	杨金毛	440.000	5.000
5	王素珍	137.368	1.561
6	钱小妹	44.264	0.503
合计		8,800.000	100.000

注：杨金毛、钱小妹所持发行人的全部股份系代顾水祥持有。

12、2018 年 11 月，发行人第三次增资

2018 年 11 月 19 日，发行人召开股东大会，审议同意实施股权激励，公司股本由 8,800 万股增加至 9,500 万股，由发行人控股股东与被激励对象共同设立的润峰投资以 3.6 元/股的价格认缴本次增资的全部新增注册资本。

2018 年 12 月 24 日，天健会计师出具天健验[2018]544 号《验资报告》，对本次增资予以验证。发行人已办理了本次增资的工商变更登记手续。本次增资完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	升华控股	5,332.800	56.135
2	欣峰投资	1,877.832	19.767
3	润峰投资	700.000	7.368
4	顾水祥	967.736	10.187
5	杨金毛	440.000	4.632
6	王素珍	137.368	1.446
7	钱小妹	44.264	0.466
合计		9,500.000	100.000

注：杨金毛、钱小妹所持发行人的全部股份系代顾水祥持有。

13、2021年4月，杨金毛、钱小妹代顾水祥所持发行人股份还原

根据顾水祥与杨金毛、钱小妹签署的《委托持股协议书》，杨金毛、钱小妹持有的云峰新材股份系代顾水祥持有。为将该股份代持还原，2021年4月，顾水祥与杨金毛、钱小妹签署了《股权转让协议》，杨金毛、钱小妹将协助顾水祥代持的股份均无偿转让给顾水祥，转为由顾水祥本人实际持有；因本次股权转让系解除代持，故无需实际支付股份转让款项。发行人办理了本次股份转让的工商变更登记手续。本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数(万股)	持股比例(%)
1	升华控股	5,332.800	56.135
2	欣峰投资	1,877.832	19.767
3	润峰投资	700.000	7.368
4	顾水祥	1,452.00	15.285
5	王素珍	137.368	1.446
	合计	9,500.000	100.000

(二) 云峰持股会的设立及其变动情况、持有云峰新材股权的变动情况

1、2001年云峰持股会设立时的股权结构

根据德清县企业改革领导小组核发的《关于升华集团公司改制方案的批复》(德企改组[2001]03号)，升华集团各子公司的具体改制方案，由升华集团改制领导小组拟定并报镇政府批准后实施。根据经镇政府批准实施的云峰新材改制方案，云峰新材和升艺轻纺合在一起改制，建立一个持股分会，云峰持股会持有的改制净资产为1,504.7888万元，对应持有云峰新材的股份比例为45%。同时，钟管镇政府批准了云峰持股会的股权设置方案，包含参股会员持股和集体预留股，集体预留股作为引进人才及会员流动进行调节量化的股权。

基于上述方案，根据《升华集团职工持股联合会章程》以及云峰持股会会员与升华集团职工持股联合会签署的《升华集团职工持股联合会认股协议》(以下简称“《认股协议》”)，顾水祥、沈卫文、吴解康等人通过投资入股成为云峰持股会会员，取得相应的投入股、奖励股和配股，其中，配股在量化至个人所有之前，会员仅享有分红权。

云峰持股会于2001年11月设立，设立时的会员和持股情况如下：

序号	股东姓名 (包括集体预留股)	合计金额 (元)	投入股金额 (元)	奖励股金额 (元)	配股金额 (元)
1	集体预留股	3,059,780.00	1,346,348.00	231,462.00	1,481,970.00
2	顾水祥	4,848,764.00	1,346,879.00	1,346,879.00	2,155,006.00
3	蒋雪根	834,656.00	245,487.00	220,938.00	368,231.00
4	姚玉良	834,656.00	245,487.00	220,938.00	368,231.00
5	沈卫文	834,656.00	245,487.00	220,938.00	368,231.00
6	吴解康	793,191.00	247,872.00	198,298.00	347,021.00
7	谈国方	751,057.00	234,706.00	187,764.00	328,587.00
8	房星明	751,057.00	234,706.00	187,764.00	328,587.00
9	赵黎明	575,498.00	179,843.00	143,875.00	251,780.00
10	钱小妹	300,958.00	88,517.00	79,665.00	132,776.00
11	沈掌法	119,380.00	42,636.00	29,845.00	46,899.00
12	李金荣	119,380.00	42,636.00	29,845.00	46,899.00
13	沈玉新	119,380.00	42,636.00	29,845.00	46,899.00
14	谈建荣	123,014.00	46,270.00	29,845.00	46,899.00
15	沈云芳	113,361.00	46,270.00	23,135.00	43,956.00
16	陆梓清	113,361.00	46,270.00	23,135.00	43,956.00
17	吕妙月	113,361.00	46,270.00	23,135.00	43,956.00
18	袁明金	113,361.00	46,270.00	23,135.00	43,956.00
19	顾永明	110,351.00	45,041.00	22,521.00	42,789.00
20	史学红	107,676.00	47,856.00	19,142.00	40,678.00
21	赵建忠	107,676.00	47,856.00	19,142.00	40,678.00
22	徐文昌	101,657.00	45,181.00	18,072.00	38,404.00
23	沈卫文(土)	101,657.00	45,181.00	18,072.00	38,404.00
合计		15,047,888.00	5,005,705.00	3,347,390.00	6,694,793.00

注：1、公司股东中两个股东姓名相同，为便于区分，沈卫文（身份证号码为330521196208*****）的姓名用沈卫文；沈卫文（身份证号码为330521196401*****）的姓名用沈卫文（土）。2、合计金额=投入股金额+奖励股金额+配股金额，下同。3、根据《认股协议》的约定，该等职工在《认股协议》签署后15日内向升华集团职工持股联合会支付50%的认股款，剩余50%认股款于2002年12月底前支付完毕，故上表投入股的金额为截至2001年12月31日各会员应投入的资金金额，实际投入金额为应投入金额的50%。

（1）云峰持股会设立的合法合规性

①发行人（含升艺轻纺）的改制过程以及改制方案

由于当时升艺轻纺由发行人代为管理，两公司的关联交易较多，升华集团改制领导小组决定将发行人和升艺轻纺合在一起改制，建立一个云峰持股会，两公司的持股员工均通过云峰持股会持有发行人股权，不持有升艺轻纺的股权。2001

年9月25日，升华集团改制领导小组向镇政府上报发行人（含升艺轻纺）的改制方案。

2001年10月10日，中国共产党德清县钟管镇委员会、镇政府作出钟委[2001]37号《关于升华集团各子公司改制方案的批复》（以下简称“钟委[2001]37号批复”），同意各子公司上报的改制方案，其中同意发行人和升艺轻纺合在一起改制，建立一个云峰持股会，改制净资产确定为1,504.7888万元，对应持有发行人的股份比例为45%；并确认同意由集体预留股和23个自然人组成的持股会股权设置方案。

②云峰持股会的设立，即发行人（含升艺轻纺）改制方案的实施

根据上述发行人（含升艺轻纺）的改制方案，2001年11月，顾水祥、蒋雪根等22名持股会员与集体预留股共同出资设立云峰持股会，具体股权设置详见本节“二、公司设立情况和股本、股东变化情况”之“（二）云峰持股会的设立及其变动情况、持有云峰新材股权的变动情况”之“1、2001年云峰持股会设立时的股权结构”。

云峰持股会设立时，拟参股会员王之华因个人原因离职未实际出资入股，其拟投奖配股统一纳入集体预留股，其他参股会员的持股结构与钟委[2001]37号批复的改制方案一致；集体预留股和各会员投入股、奖励股和配股的设置符合德企改组[2001]3号批复的规定。

2021年8月4日，湖州市人民政府出具了湖政函[2021]34号《湖州市人民政府关于确认浙江升华云峰新材股份有限公司改制相关事项的批复》，认定“云峰新材（含升艺轻纺）的改制，履行了相应的审批手续，符合集体企业改制有关法律、法规及政策性文件的规定和集体改制法律法规的精神；归属于企业集体净资产的处置、涉及云峰升艺持股分会配股量化以及集体预留股归属等事项均不存在违反法律强制性规定、损害镇集体利益和职工利益的情形，亦未造成镇集体资产的流失”。

综上，云峰持股会设立时的持股结构，集体预留股和各会员投入股、奖励股和配股的设置符合改制相关文件，合法有效。

(2) 云峰持股会会员入股资金来源

根据改制相关文件、参股会员的出资款支付凭证以及保荐机构和发行人律师对云峰持股会设立至其实际不再运作期间全部参股会员的访谈确认,云峰持股会会员所持云峰持股会股权分为投入股、奖励股和配股,其中投入股需要参股会员实际投入资金,奖励股和配股无需出资;投入股的资金来源系该等参股会员的自有资金。

2、2002 年云峰持股会的股权变动情况

如前所述,云峰持股会设立时的参股会员应在 2002 年 12 月底前支付剩余 50%的入股款,否则视作放弃认购同比股权。截至 2002 年底,云峰持股会 2002 年内的股权变动情况如下:

蒋雪根、袁明金放弃认购剩余投入股;谈建荣放弃认购剩余投入股同时退股;其他会员均按照《认股协议》的约定投入剩余 50%资金;顾永明、赵建忠作为原有会员进行了追加投入,姚文清、田伟作为新会员依据《认股协议》的约定进行了投入。

上述会员 2002 年内的投入金额、退出金额具体情况如下:

序号	股东姓名	认股/退股类型	合计金额 (元)	投入金额 (元)	奖励金额 (元)	配股金额 (元)
1	蒋雪根	放弃认购剩余投入股	-233,213.00	-122,744.00	-110,469.00	-
2	袁明金	放弃认购剩余投入股	-34,702.50	-23,135.00	-11,567.50	-
3	谈建荣	放弃认购剩余投入股 同时退股	-98,062.00	-21,318.00	-29,845.00	-46,899.00
4	顾永明	追加认股	190,607.00	68,074.00	47,652.00	74,881.00
5	赵建忠	追加认股	268,520.00	95,900.00	67,130.00	105,490.00
6	姚文清	新会员	225,719.00	80,614.00	56,430.00	88,675.00
7	田伟	新会员	113,361.00	40,486.00	28,340.00	44,535.00

上述人员的认股协议、退股协议虽然是在 2003 年 1 月签署,但入股款缴纳时间、退股款的取得时间均在 2002 年,故该等会员的股权变动时间计入在 2002 年内。

据此,截至 2002 年 12 月 31 日,云峰持股会会员的持股金额以及通过云峰持股会持有的云峰新材所有权比例如下:

序号	股东姓名 (包括集体预留股)	投奖金额 (元)	配股金额 (元)	持有云峰新材 的所有权
1	集体预留股	1,437,213.50	1,215,288.00	7.93%
2	顾水祥	2,693,758.00	2,155,006.00	14.50%
3	蒋雪根	233,213.00	368,231.00	1.80%
4	姚玉良	466,425.00	368,231.00	2.50%
5	沈卫文	466,425.00	368,231.00	2.50%
6	吴解康	446,170.00	347,021.00	2.37%
7	谈国方	422,470.00	328,587.00	2.25%
8	房星明	422,470.00	328,587.00	2.25%
9	赵黎明	323,718.00	251,780.00	1.72%
10	钱小妹	168,182.00	132,776.00	0.90%
11	沈掌法	72,481.00	46,899.00	0.36%
12	李金荣	72,481.00	46,899.00	0.36%
13	沈玉新	72,481.00	46,899.00	0.36%
14	沈云芳	69,405.00	43,956.00	0.34%
15	陆梓清	69,405.00	43,956.00	0.34%
16	吕妙月	69,405.00	43,956.00	0.34%
17	袁明金	34,702.50	43,956.00	0.24%
18	顾永明	183,288.00	117,670.00	0.90%
19	史学红	66,998.00	40,678.00	0.32%
20	赵建忠	230,028.00	146,168.00	1.13%
21	徐文昌	63,253.00	38,404.00	0.30%
22	沈卫文(土)	63,253.00	38,404.00	0.30%
23	姚文清	137,044.00	88,675.00	0.68%
24	田伟	68,826.00	44,535.00	0.34%
小计		8,353,095.00	6,694,793.00	45.00%
合计净资产		15,047,888.00		

注：表格中的所有权包含投奖配股，根据改制政策，配股在量化至个人之前仅享有分红权，截至 2007 年底之前，参股会员持有的配股享有分红权，2008 年量化之后享有所有权。

3、2003 年至 2004 云峰持股会的股权变动情况

2003 年至 2004 年，云峰持股会的会员存在进入和退出情形。2003 年 1 月，周晓来作为新会员入股，并于 2004 年 3 月退股；顾水祥等原有会员于 2004 年初追加入股，同时，姚中华、戚金松等新会员投资入股，并取得了一定金额的奖励股、配股；陆梓清、蒋雪根、袁明金、沈掌法、田伟、曾鹏、房明星等会员分别于 2003 年-2004 年因离职等原因退股。

根据升华持股联合会与相关会员签署的《认股协议》《退股协议》，上述会员 2003-2004 年的投入金额、退出金额具体情况如下：

序号	股东姓名	认股/退股类型	合计金额 (元)	投入金额 (元)	奖励金额 (元)	配股金额 (元)
1	顾水祥	追加认股	683,913.00	402,302.00	40,230.00	241,381.00
2	姚玉良	追加认股	172,346.00	133,602.00	5,344.00	33,400.00
3	沈卫文	追加认股	172,346.00	133,602.00	5,344.00	33,400.00
4	吴解康	追加认股	9,575.00	8,046.00	241.00	1,288.00
5	谈国方	追加认股	52,661.00	44,253.00	1,328.00	7,080.00
6	赵黎明	追加认股	95,406.00	73,958.00	2,958.00	18,490.00
7	沈玉新	追加认股	134,389.00	112,932.00	3,388.00	18,069.00
8	沈云芳	追加认股	294,424.00	247,415.00	7,422.00	39,587.00
9	吕妙月	追加认股	89,251.00	75,001.00	2,250.00	12,000.00
10	顾永明	追加认股	205,174.00	172,415.00	5,172.00	27,587.00
11	史学红	追加认股	17,098.00	14,368.00	431.00	2,299.00
12	赵建忠	追加认股	299,212.00	231,947.00	9,278.00	57,987.00
13	徐文昌	追加认股	34,196.00	28,736.00	862.00	4,598.00
14	姚文清	追加认股	247,918.00	208,334.00	6,250.00	33,334.00
15	沈掌法	追加认股	83,095.00	69,828.00	2,095.00	11,172.00
16	田伟	追加认股	123,446.00	103,736.00	3,112.00	16,598.00
17	姚中华	新会员	341,956.00	191,037.00	17,193.00	133,726.00
18	戚金松	新会员	341,956.00	191,037.00	17,193.00	133,726.00
19	顾卫民	新会员	307,761.00	172,899.00	13,832.00	121,030.00
20	吕荣金	新会员	102,587.00	69,316.00	5,545.00	27,726.00
21	余忠文	新会员	102,587.00	69,316.00	5,545.00	27,726.00
22	唐远明	新会员	102,587.00	69,316.00	5,545.00	27,726.00
23	杨土山	新会员	102,587.00	69,316.00	5,545.00	27,726.00
24	姚文龙	新会员	102,587.00	69,316.00	5,545.00	27,726.00
25	姚悦伟	新会员	102,587.00	69,316.00	5,545.00	27,726.00
26	沈惠强	新会员	102,587.00	69,316.00	5,545.00	27,726.00
27	张齐生	新会员	341,956.00	--	150,000.00	191,956.00
28	曾鹏	新会员	102,587.00	69,316.00	5,545.00	27,726.00
29	周晓来	新会员	214,780.00	76,707.00	53,695.00	84,378.00
30	沈掌法	退股	-202,475.00	-112,464.00	-31,940.00	-58,071.00
31	田伟	退股	-236,807.00	-144,222.00	-31,452.00	-61,133.00
32	曾鹏	退股	-102,587.00	-69,316.00	-5,545.00	-27,726.00
33	周晓来	退股	-214,780.00	-76,707.00	-53,695.00	-84,378.00
34	房明星	退股	-751,057.00	-234,706.00	-187,764.00	-328,587.00
35	袁明金	退股	-78,658.50	-23,135.00	-11,567.50	-43,956.00

序号	股东姓名	认股/退股类型	合计金额 (元)	投入金额 (元)	奖励金额 (元)	配股金额 (元)
36	陆梓清	退股	-113,361.00	-46,270.00	-23,135.00	-43,956.00
37	蒋雪根	退股	-601,443.00	-122,743.00	-110,469.00	-368,231.00

据此，截至 2004 年 12 月 31 日，云峰持股会会员的持股金额以及通过云峰持股会持有的云峰新材所有权比例如下：

序号	股东姓名 (包括集体预留股)	投奖金额 (元)	配股金额 (元)	持有的云峰新材所有权
1	集体预留股	4,300,286.00	2,699,072.00	8.85%
2	顾水祥	3,136,290.00	2,396,387.00	16.50%
3	姚玉良	605,371.00	401,631.00	3.00%
4	沈卫文	605,371.00	401,631.00	3.00%
5	吴解康	454,457.00	348,309.00	2.40%
6	谈国方	468,051.00	335,667.00	2.40%
7	赵黎明	400,634.00	270,270.00	2.00%
8	钱小妹	168,182.00	132,776.00	0.90%
9	李金荣	72,481.00	46,899.00	0.36%
10	沈玉新	188,801.00	64,968.00	0.75%
11	沈云芳	324,242.00	83,543.00	1.20%
12	吕妙月	146,656.00	55,956.00	0.60%
13	顾永明	360,875.00	145,257.00	1.50%
14	史学红	81,797.00	42,977.00	0.37%
15	赵建忠	471,253.00	204,155.00	2.00%
16	徐文昌	92,851.00	43,002.00	0.40%
17	沈卫文(土)	63,253.00	38,404.00	0.30%
18	姚文清	351,628.00	122,009.00	1.40%
19	姚中华	208,230.00	133,726.00	1.00%
20	戚金松	208,230.00	133,726.00	1.00%
21	顾卫民	186,731.00	121,030.00	0.90%
22	吕荣金	74,861.00	27,726.00	0.30%
23	余忠文	74,861.00	27,726.00	0.30%
24	唐远明	74,861.00	27,726.00	0.30%
25	杨土山	74,861.00	27,726.00	0.30%
26	姚文龙	74,861.00	27,726.00	0.30%
27	姚悦伟	74,861.00	27,726.00	0.30%
28	沈惠强	74,861.00	27,726.00	0.30%
29	张齐生	150,000.00	191,956.00	1.00%

序号	股东姓名 (包括集体预留股)	投奖金额 (元)	配股金额 (元)	持有的云峰新材所有权
	小计	13,569,697.00	8,607,433.00	53.939%
	合计	22,177,130.00		

注：因赵黎明去世，其在云峰持股会的股权由其母亲赵阿美继承。

4、2005年至2007年云峰持股会的股权变动情况

2005年至2007年，云峰持股会的会员存在进入和退出情形。2007年11月，曹建中作为新会员入股，并取得了一定金额的投入股、配股；谈国方、姚文龙、余忠文等会员分别于2005年-2007年退股。

根据升华持股联合会与相关会员签署的《认股协议》《退股协议》，上述会员2005-2007年的投入金额、退出金额具体情况如下：

序号	股东姓名	认股/退股类型	合计金额 (元)	投入金额 (元)	奖励金额 (元)	配股金额 (元)
1	曹建中	新会员	205,173.00	114,622.00	-	90,551.00
2	谈国方	退股	-803,718.00	-278,959.00	-189,092.00	-335,667.00
3	姚文龙	退股	-102,587.00	-69,316.00	-5,545.00	-27,726.00
4	余忠文	退股	-102,587.00	-69,316.00	-5,545.00	-27,726.00

据此，截至2007年12月31日，云峰持股会会员的持股金额以及通过云峰持股会持有的云峰新材所有权比例如下：

序号	股东姓名 (包括集体预留股)	投奖金额 (元)	配股金额 (元)	持有的云峰新材所有权
1	集体预留股	4,803,437.00	2,999,640.00	11.27%
2	顾水祥	3,136,290.00	2,396,387.00	16.50%
3	姚玉良	605,371.00	401,631.00	3.00%
4	沈卫文	605,371.00	401,631.00	3.00%
5	吴解康	454,457.00	348,309.00	2.40%
6	赵阿美	400,634.00	270,270.00	2.00%
7	钱小妹	168,182.00	132,776.00	0.90%
8	李金荣	72,481.00	46,899.00	0.36%
9	沈玉新	188,801.00	64,968.00	0.75%
10	沈云芳	324,242.00	83,543.00	1.20%
11	吕妙月	146,656.00	55,956.00	0.60%
12	顾永明	360,875.00	145,257.00	1.50%
13	史学红	81,797.00	42,977.00	0.37%

序号	股东姓名 (包括集体预留股)	投奖金额 (元)	配股金额 (元)	持有的云峰新材所有权
14	赵建忠	471,253.00	204,155.00	2.00%
15	徐文昌	92,851.00	43,002.00	0.40%
16	沈卫文(土)	63,253.00	38,404.00	0.30%
17	姚文清	351,628.00	122,009.00	1.40%
18	姚中华	208,230.00	133,726.00	1.00%
19	戚金松	208,230.00	133,726.00	1.00%
20	顾卫民	186,731.00	121,030.00	0.90%
21	吕荣金	74,861.00	27,726.00	0.30%
22	唐远明	74,861.00	27,726.00	0.30%
23	杨土山	74,861.00	27,726.00	0.30%
24	姚悦伟	74,861.00	27,726.00	0.30%
25	沈惠强	74,861.00	27,726.00	0.30%
26	张齐生	150,000.00	191,956.00	1.00%
27	曹建中	114,622.00	90,551.00	0.59%
	小计	13,569,697.00	8,607,433.00	53.939%
	合计	22,177,130.00		

5、2008年，云峰持股会会员持有的投入股、奖励股代持解除，配股量化至会员个人

2008年1月，升华集团决定将其代为持有的云峰持股会会员投入股、奖励股对应的云峰新材股份还原至会员个人，除钱小妹、顾水祥之外，其他会员协商一致共同设立了欣峰投资，欣峰投资从升华集团受让相应的股份，该等会员通过欣峰投资间接持有云峰新材股份。

钱小妹、顾水祥持有的云峰持股会投入股、奖励股对应的云峰新材股份比例分别为0.503%、9.35%，由于2005年6月股份转让工商登记变更之后，钱小妹、顾水祥分别持有的云峰新材0.503%、6%的股份系代升华集团持有，故本次投入股、奖励股还原时，钱小妹、顾水祥代升华集团持有的股份转为其个人实际持有，升华集团无需向钱小妹转让相应的股份，向顾水祥仅需转让3.35%的股份。截至2007年底，除钱小妹、顾水祥之外，其他会员持有的投入股、奖励股对应的云峰新材股份比例合计为16.15%。

2008年1月23日，升华集团分别与欣峰投资、顾水祥签订《股权转让协议》，升华集团将其持有云峰新材股份中的516.8万股（占16.15%）以8,578,880

元的价格转让给欣峰投资,将 107.2 万股(占 3.35%)以 1,779,520 元的价格转让给顾水祥。本次转让完成后,各会员持有的云峰持股会投入股、奖励股对应的云峰新材股份全部还原至会员个人,升华集团代为持有的该部分股权解除代持。

各会员在欣峰投资的出资金额、出资比例及通过欣峰投资持有云峰新材的股份比例情况如下:

序号	股东姓名	出资额(万元)	出资比例	间接持有云峰新材股份比例
1	姚玉良	111.8781	11.15%	1.80%
2	沈卫文	111.8781	11.15%	1.80%
3	吴解康	84.359	8.41%	1.36%
4	赵阿美	74.1092	7.39%	1.19%
5	赵建忠	86.471	8.62%	1.39%
6	顾永明	66.282	6.61%	1.07%
7	戚金松	37.8381	3.77%	0.61%
8	沈云芳	59.1382	5.89%	0.95%
9	姚中华	37.8381	3.77%	0.61%
10	姚文清	64.4806	6.43%	1.04%
11	张齐生	27.2707	2.72%	0.44%
12	顾卫民	33.9175	3.38%	0.55%
13	沈玉新	34.6008	3.45%	0.56%
14	吕妙月	26.8979	2.68%	0.43%
15	李金荣	13.48	1.34%	0.22%
16	史学红	15.0952	1.50%	0.24%
17	徐文昌	17.1451	1.71%	0.28%
18	沈卫文(土)	11.7407	1.17%	0.19%
19	吕荣金	13.6043	1.36%	0.22%
20	唐远明	13.6043	1.36%	0.22%
21	杨土山	13.6043	1.36%	0.22%
22	姚悦伟	13.6043	1.36%	0.22%
23	沈惠强	13.6043	1.36%	0.22%
24	曹建中	20.8102	2.07%	0.33%
合计		1,003.24	100%	16.15%

云峰持股会 2001 年 11 月设立,截至 2007 年底,云峰持股会存续期限已超过 5 年,各会员在云峰新材(含升艺轻纺)的任职期限亦已超过 5 年,为明晰产权,经升华集团决定,云峰持股会在本次将会员投入股、奖励股还原至个人同时,

将配股全部量化至会员个人；自 2008 年初起，会员持有的投入股和奖励股已还原至其个人名下，会员在云峰持股会内部仅继续持有配股，集体预留股归属升华集团。在会员所持配股 2012 年 11 月还原前，其若从发行人离职，应将相关股权转让给升华集团，由升华集团向该等会员支付退股款项，再由升华集团将回购后的股权进行分配。2008 年初配股量化至个人以及转让权利受到限制的事项已得到云峰持股会全体会员的确认，配股全部量化至会员个人的事项已取得湖州市人民政府的事后确认。

2008 年 3 月，经云峰新材股东大会决议，全体股东同意实施同比例增资，将注册资本从 3,200 万元增加至 4,400 万元。本次增资完成后，云峰持股会各会员持有配股对应的云峰新材股份比例未发生变化，持有股份数量相应有所增加。

2008 年 3 月增资完成后，各参股会员持有的云峰持股会配股对应的云峰新材持股比例和股份数量如下：

序号	股东姓名	持有的配股对应云峰新材股份比例	2008 年 3 月增资前持有的配股对应云峰新材股份数量(股)	2008 年 3 月增资后持有的配股对应云峰新材股份数量(股)
1	顾水祥	7.15%	2,288,000	3,146,000
2	姚玉良	1.20%	384,000	527,560
3	沈卫文	1.20%	384,000	527,560
4	吴解康	1.04%	332,800	458,480
5	赵阿美	0.81%	259,200	355,080
6	钱小妹	0.40%	128,000	174,680
7	李金荣	0.14%	44,800	61,600
8	沈玉新	0.19%	60,800	84,920
9	沈云芳	0.25%	80,000	109,120
10	吕妙月	0.17%	54,400	73,480
11	顾永明	0.43%	137,600	190,520
12	史学红	0.13%	41,600	56,760
13	赵建忠	0.61%	195,200	267,520
14	徐文昌	0.12%	38,400	52,756
15	沈卫文(土)	0.11%	35,200	50,600
16	姚文清	0.36%	115,200	159,280
17	姚中华	0.39%	124,800	172,040
18	戚金松	0.39%	124,800	171,600
19	顾卫民	0.35%	112,000	155,760

序号	股东姓名	持有的配股对应云峰新材股份比例	2008年3月增资前持有的配股对应云峰新材股份数量(股)	2008年3月增资后持有的配股对应云峰新材股份数量(股)
20	吕荣金	0.08%	25,600	35,640
21	唐远明	0.08%	25,600	35,640
22	杨土山	0.08%	25,600	35,640
23	姚悦伟	0.08%	25,600	35,640
24	沈惠强	0.08%	25,600	35,640
25	张齐生	0.56%	179,200	246,840
26	曹建中	0.26%	83,200	114,400

6、2009年至2011年，云峰持股会的股权变动情况

云峰持股会2012年还原至个人之前处于运作之中，会员(含欣峰投资股东)的进入、退出均通过持股会实施。2009年至2011年，云峰持股会的会员存在进入和退出情形，基本情况如下：

(1) 2009年4月-6月，嵇小璋作为新会员入股，通过受让曹莅宸(系曹建中之子)、余爱如、徐文昌转让的欣峰投资股权，间接持有云峰新材股份；同时，升华集团收回曹建中、徐文昌持有的配股，并将对应云峰新材股权0.393%的股权转让给嵇小璋，由升华集团代为持有，具体情况如下：

①因曹建中去世，其股权由其子曹莅宸继承。2009年4月，曹莅宸因个人意愿拟退出发行人，升华集团向曹莅宸分别支付231,000元和251,397元款项用以回购曹莅宸所持欣峰投资股权(对应还原前云峰持股会投入股114,622元、奖励股0元)以及所持云峰持股会经调整后的配股。其中曹莅宸所持欣峰投资股权(计欣峰投资出资额20.8102万元，占欣峰投资注册资本的2.0743%)经升华集团指示直接转让给了嵇小璋。

②2009年6月，徐文昌离职，升华集团向徐文昌分别支付190,385元和73,917元款项用以回购徐文昌所持欣峰投资股权(对应还原前云峰持股会投入股73,917元、奖励股18,934元)以及所持云峰持股会经调整后的配股。其中徐文昌所持欣峰投资股权(计欣峰投资出资额17.1457万元，占欣峰投资注册资本的1.709%)经升华集团指示直接转让给了嵇小璋。

③2009年6月18日，嵇小璋与升华集团签署《代持股协议》，约定嵇小璋

作为当时发行人副总经理，出资 97 万元取得折合发行人 1.004%的股份。其中 421,385 元款项支付给升华集团后，由升华集团支付给徐文昌 190,385 元，支付给曹莅宸 231,000 元，以分别受让徐文昌、曹莅宸所持欣峰投资 1.709%和 2.0743%的股权（折合发行人的股份比例合计为 0.611%），剩余款项 548,615 元支付给升华集团，受让对应发行人 0.393%的股权，并由升华集团代为持有。

2010 年 10 月，嵇小璋与顾水祥签署股权转让协议，同意将其持有的欣峰投资 3.7833%股权（折合发行人的股份比例为 0.611%）转让给顾水祥，转让价格为 69.93 万元；同时，嵇小璋与升华集团职工持股联合会签署《退股协议》，约定升华集团以 449,800 元回购嵇小璋所持的对应云峰新材 0.393%的股权。

(2) 2009 年 6 月，升华集团与陈卫杰签署协议，陈卫杰系时任莫干山建材负责人，双方约定由陈卫杰出资 58 万元从升华集团处受让发行人 0.6%股权，该部分股权由升华集团代为持有。2012 年 11 月，陈卫杰将该部分股权转让回给升华集团，股权转让价款为 101.18 万元。

(3) 2010 年 7 月，姚玉良将其持有的欣峰投资股权分别转让给屠荣华、沈卫民、吴向勇等人，具体转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让欣峰投资 出资额/出资比例	转让价格 (万元)	每股转让价格
1	姚玉良	屠荣华	62.12 万元/6.1919%	103.7	每一元出资额 1.67 元
2	姚玉良	沈卫民	24.9101 万元/2.483%	41.58	每一元出资额 1.67 元
3	姚玉良	吴向勇	24.8480 万元/2.4768%	41.48	每一元出资额 1.67 元

同时，姚玉良与升华集团职工持股联合会签署《退股协议》，约定升华集团以 1,243,400 元的价格回购姚玉良持有的全部配股。

(4) 2011 年 5 月，戚金松将其持有的欣峰投资股权分别转让给倪利忠、施红良，具体转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让欣峰投资 出资额/出资比例	转让价格 (万元)	每股转让价格
1	戚金松	倪利忠	19.1951 万元/1.9133%	45.54	每一元出资额 2.37 元
2	戚金松	施红良	18.6360 万元/1.8576%	44.21	每一元出资额 2.37 元

同时，戚金松与升华集团签署《退股协议》，约定升华集团以 576,200 元的

价格回购戚金松持有的全部配股。

截至 2011 年底，各会员持有的云峰持股会配股对应的云峰新材持股比例和股份数量如下：

序号	股东姓名 (包括集体预留股)	持有的云峰 新材分红权	持有的云峰 新材所有权	2011 年底持 有的配股对 应云峰新材 股份比例	2011 年底持有 的配股对应云 峰新材股份数 量(股)
1	集体预留股	11.27%	7.93%	-	-
2	顾水祥	16.50%	9.35%	7.15%	3,146,000
3	沈卫文	3.00%	1.80%	1.20%	527,560
4	吴解康	2.40%	1.36%	1.04%	458,480
5	赵阿美	2.00%	1.19%	0.81%	355,080
6	钱小妹	0.90%	0.50%	0.40%	174,680
7	李金荣	0.36%	0.22%	0.14%	61,600
8	沈玉新	0.75%	0.56%	0.19%	84,920
9	沈云芳	1.20%	0.95%	0.25%	109,120
10	吕妙月	0.60%	0.43%	0.17%	73,480
11	顾永明	1.50%	1.07%	0.43%	190,520
12	史学红	0.37%	0.24%	0.13%	56,760
13	赵建忠	2.00%	1.39%	0.61%	267,520
14	沈卫文(土)	0.30%	0.19%	0.11%	50,600
15	姚文清	1.40%	1.04%	0.36%	159,280
16	姚中华	1.00%	0.61%	0.39%	172,040
17	顾卫民	0.90%	0.55%	0.35%	155,760
18	吕荣金	0.30%	0.22%	0.08%	35,640
19	唐远明	0.30%	0.22%	0.08%	35,640
20	杨土山	0.30%	0.22%	0.08%	35,640
21	姚悦伟	0.30%	0.22%	0.08%	35,640
22	沈惠强	0.30%	0.22%	0.08%	35,640
23	张齐生	1.00%	0.44%	0.56%	246,840

7、2012 年，云峰持股会会员持有的配股代持解除，云峰持股会解散

2012 年 11 月，升华集团决定将其代为持有的云峰持股会会员配股对应的云峰新材股份还原至会员个人。本次配股还原前，相关股东持有的量化后的配股数如下：

配股还原类型	序号	姓名	量化后的配股数(股)
还原至直接持股发行人	1	顾水祥	3,146,000
	2	张齐生	246,840
还原至通过欣峰投资持股	1	沈卫文	527,560
	2	赵阿美	355,080
	3	李金荣	61,600
	4	沈玉新	84,920
	5	沈云芳	109,120
	6	吕妙月	73,480
	7	顾永明	190,520
	8	史学红	56,760
	9	赵建忠	267,520
	10	沈卫文(土)	50,600
	11	姚中华	172,040
	12	顾卫民	155,760
	13	吕荣金	35,640
	14	唐远明	35,640
	15	杨土山	35,640
	16	姚悦伟	35,640
	17	沈惠强	35,640
合计			2,283,160
由升华集团回购配股	1	吴解康	458,480
	2	姚文清	159,280
	3	钱小妹	174,680

如上所述,当时在会的云峰持股会会员中,钱小妹、吴解康、姚文清持有的配股由升华集团全额现金回购,同时,钱小妹将其持有的 0.503%股权也转让给升华集团,回购价格和转让价格参照云峰新材截至 2012 年 10 月底的净资产(未经审计)作为定价依据,升华集团已向该等会员全额支付配股回购款项和股权转让款项;顾水祥、张齐生持有的配股对应的云峰新材股份比例分别为 7.15%、0.561%,由于顾水祥、张齐生在本次还原前直接持股,故本次配股还原时,顾水祥、张齐生继续还原至其个人直接持股;除此之外,其他会员持有的配股对应的云峰新材股份比例合计为 5.189%,均通过欣峰投资还原。

本次股份还原时,升华集团应向顾水祥转让 7.15%的股份,因钱小妹、杨金毛持有的云峰新材股份系代升华集团持有,经升华集团、顾水祥协商确定,钱小妹、杨金毛分别代升华集团持有的 0.503%、5%股份转为代顾水祥持有,升华集

团仅需向顾水祥转让 1.647%的股份。

2012 年 11 月 5 日，发行人召开股东大会，审议同意升华集团将其所持发行人 5.189%的股份（合计 228.316 万股）、1.647%的股份（合计 72.468 万股）、0.561%的股份（合计 24.684 万股）分别以 259.2301 万元、82.2802 万元和 28.0262 万元的价格分别转让给欣峰投资、顾水祥和张齐生并签署了相关股权转让协议。2012 年 11 月，发行人已办理了上述股份转让涉及的工商登记变更手续。

本次转让完成后，各会员持有的云峰持股会配股对应的云峰新材股份全部还原至会员个人，或由升华集团全额现金回购，升华集团代为持有的配股解除代持。截至 2012 年 11 月，云峰持股会参股会员所持投入股、奖励股和配股全部还原或者回购完毕，云峰持股会实际解散，不再进行运作。由于云峰持股会初始集体预留股和 2004 年新增集体预留股当时未有主体实际出资，最终相关出资款和历次会员退股款、入股款之间的差额部分实际系由夏士林承担，故 2008 年集体预留股量化时，历次退股、入股后剩余的集体预留股对应的权益经夏士林同意归属于升华集团。集体预留股的处置和归属已取得了云峰持股会实际解散时全部参股会员和湖州市人民政府的确认。

截至 2012 年底，各会员在欣峰投资的出资金额、出资比例及通过欣峰投资持有云峰新材的股份比例情况如下：

序号	股东姓名	欣峰投资出资额 (万元)	持有欣峰投资的 出资比例	间接持有云峰 新材股份比例
1	沈卫文	171.7773	13.61%	2.90%
2	赵阿美	114.425	9.06%	1.93%
3	赵建忠	116.8452	9.26%	1.97%
4	顾永明	100.3376	7.95%	1.70%
5	沈云芳	90.1638	7.14%	1.52%
6	姚中华	57.3645	4.54%	0.97%
7	张齐生	27.2707	2.16%	0.44%
8	顾卫民	70.2386	5.56%	1.19%
9	沈玉新	44.2426	3.50%	0.75%
10	吕妙月	67.4191	5.34%	1.14%
11	李金荣	20.4741	1.62%	0.35%
12	史学红	21.5397	1.71%	0.36%
13	顾水祥	37.9553	3.01%	0.64%

序号	股东姓名	欣峰投资出资额 (万元)	持有欣峰投资的 出资比例	间接持有云峰 新材股份比例
14	沈卫文(土)	17.4858	1.39%	0.30%
15	吕荣金	17.6509	1.40%	0.30%
16	唐远明	52.3137	4.14%	0.88%
17	杨土山	17.6509	1.40%	0.30%
18	姚悦伟	49.9532	3.96%	0.84%
19	沈惠强	17.6509	1.40%	0.30%
20	沈卫民	43.5462	3.45%	0.74%
21	吴向勇	24.848	1.97%	0.42%
22	施红良	43.4838	3.44%	0.73%
23	倪利忠	37.8312	3.00%	0.64%
合计		1,262.47	100%	21.339%

至此,云峰持股会的股份代持情形已全部解除。经云峰持股会设立至实际解散期间的全部股东确认,该等股东的股权变动真实、履行程序合法,目前不存在委托持股或信托持股情形,不存在争议或纠纷。

由于量化后的配股在 2012 年还原至会员个人时因工作人员疏忽存在计算错误,导致欣峰投资各股东 2012 年 11 月增资后的出资金额和出资比例不准确,从而使得各股东本次配股还原前后通过欣峰投资间接持有的发行人股份比例与其实际应持有的发行人股份比例存在不一致。2013 年,经欣峰投资各股东协商一致,同意对相关股东持有欣峰投资的出资额通过形式上的股权转让方式进行调整,调整完成后,本次配股还原前后该等股东折合发行人的股权比例一致。经欣峰投资各股东书面确认,其对本次量化配股还原的过程、欣峰投资内部出资额的调整以及调整前后其折合发行人的股权比例差异、发行人的分红情况均不存在异议。

2018 年,欣峰投资办理了上述出资额调整的工商登记变更手续。调整前后的各股东出资额、持有云峰新材股权比例的具体情况如下:

序号	股东姓名	调整前持有的欣峰投资 出资比例	实际应持有的 云峰新材 股权比例	2018 年调 整的欣峰投 资出资金额 (元)	调整后持 有的欣峰 投资出资 比例	调整后持有 云峰新材股 权比例
1	沈卫文	13.61%	3.000%	57,101.00	14.06%	3.000%
2	赵阿美	9.06%	2.000%	39,000.00	9.37%	2.000%
3	赵建忠	9.26%	2.000%	14,798.00	9.37%	2.000%

序号	股东姓名	调整前持有的欣峰投资出资比例	实际应持有的云峰新材股权比例	2018年调整的欣峰投资出资金额(元)	调整后持有的欣峰投资出资比例	调整后持有云峰新材股权比例
4	顾永明	7.95%	1.700%	2,386.00	7.97%	1.700%
5	沈云芳	7.14%	1.500%	-14,201.00	7.03%	1.500%
6	姚中华	4.54%	1.000%	17,980.00	4.69%	1.000%
7	张齐生	2.16%	0.439%	-12,984.00	2.06%	0.439%
8	顾卫民	5.56%	1.200%	7,564.00	5.62%	1.200%
9	沈玉新	3.50%	0.750%	1,294.00	3.51%	0.750%
10	吕妙月	5.34%	1.118%	-12,755.00	5.24%	1.118%
11	李金荣	1.62%	0.357%	6,469.00	1.67%	0.357%
12	史学红	1.71%	0.372%	4,687.00	1.74%	0.372%
13	顾水祥	3.01%	0.611%	-18,070.00	2.86%	0.611%
14	沈卫文(土)	1.39%	0.304%	4,996.00	1.42%	0.304%
15	吕荣金	1.40%	0.300%	978.00	1.41%	0.300%
16	唐远明	4.14%	0.858%	-15,523.00	4.02%	0.858%
17	杨土山	1.40%	0.300%	978.00	1.41%	0.300%
18	姚悦伟	3.96%	0.820%	-14,400.00	3.84%	0.820%
19	沈惠强	1.40%	0.300%	978.00	1.41%	0.300%
20	沈卫民	3.45%	0.701%	-20,733.00	3.29%	0.701%
21	吴向勇	1.97%	0.400%	-11,830.00	1.87%	0.400%
22	施红良	3.44%	0.700%	-20,701.00	3.28%	0.700%
23	倪利忠	3.00%	0.609%	-18,012.00	2.85%	0.609%
	合计	100.00%	21.339%		100.00%	21.339%

注：1、由于工作人员疏忽存在计算错误，经上述调整，欣峰投资各股东 2012 年配股还原前后通过欣峰投资间接持有的发行人股份比例与其实际应持有的发行人股份比例保持一致。2、吴向勇 2014 年 9 月从公司离职，经协商一致，将其持有的股权转让给夏士林，夏士林委托沈卫文代为持有；2019 年初，夏士林决定将由沈卫文代持的该部分股权转让给赵建忠，本次转让已做股份支付处理。

8、投入股、奖励股的还原和集体预留股处置的合法合规性

(1) 2008 年云峰持股会投入股、奖励股还原

升华集团的改制相关文件未就投入股、奖励股具体的还原方式进行约定。本次还原前相关会员各自所持持股会投入股和奖励股折合发行人的股份比例与本次还原后该等会员各自通过欣峰投资间接持有或直接持有发行人的股份比例一致，会员对本次还原不存在异议。

2021年8月4日,湖州市人民政府出具了湖政函[2021]34号《湖州市人民政府关于确认浙江升华云峰新材股份有限公司改制相关事项的批复》,认定“归属于企业集体净资产的处置、涉及云峰升艺持股分会配股量化以及集体预留股归属等事项均不存在违反法律强制性规定、损害镇集体利益和职工利益的情形,亦未造成镇集体资产的流失”。

综上,2008年云峰持股会投入股、奖励股还原系代持股权的还原,符合改制方案的规定,不存在与改制方案不一致的情形,未造成集体资产流失或损害持股会会员合法权益。

(2) 2012年云峰持股会配股还原

升华集团的改制相关文件未就配股具体的还原方式进行约定,但就配股的量化进行了约定,具体内容为:每名会员的配股取得后仅享有分红权,如自改制日算起连续任职5年,其中1/2所有权奖给个人,如未达5年就辞职或免职,则持股会收回相应配股;改制相关文件对剩余1/2配股的量化未作出明确规定。

2008年初,在当时的全部会员投入股和奖励股还原时,该等会员连续任职均超过5年,为了明晰产权、调动会员积极性,故升华集团和云峰持股会决定将该等会员和集体预留股所持配股全额量化,由其享有包括分红权在内的所有权;2008年初系云峰持股会将参股会员所持配股全额量化,因此本次参股会员所持配股全额量化后,并未实际还原至其个人名下,直至2012年末配股才还原至会员个人名下,此时,全部参股会员自改制日起在发行人任职均已超过10年。

针对云峰持股会配股量化事项,保荐机构和发行人律师对配股量化时的全部会员进行了访谈,该等会员对上述配股量化方案均进行了确认,不存在异议;同时,就云峰持股会配股量化事项,湖州市人民政府出具了湖政函[2021]34号《湖州市人民政府关于确认浙江升华云峰新材股份有限公司改制相关事项的批复》,认定云峰持股会配股量化事项不存在违反法律强制性规定、损害镇集体利益和职工利益的情形,亦未造成镇集体资产的流失。

综上,虽然改制文件对剩余1/2配股的量化未作出明确规定,但该等配股量化后实际还原至会员个人名下的时间自改制日起已超过10年,且配股量化

和还原方案已取得了量化和还原时的全体参股会员的确认，配股量化事项亦取得了湖州市人民政府的确认，不存在造成集体资产流失或损害持股会会员合法权益的情形。

(3) 云峰持股会集体预留股的处置

升华集团的改制相关文件未就集体预留股的处置进行约定。2008年初，云峰持股会参股员工配股量化时，预留集体股亦同时量化。因云峰持股会初始集体预留股和2004年新增集体预留股应收的出资款项以及最终会员退股款和入股款之间的差额部分款项实际系由夏士林承担，故2008年集体预留股量化时，经历次退股、入股后剩余的集体预留股对应的权益经夏士林同意归属于升华集团。

针对云峰持股会集体预留股的处置事项，保荐机构和发行人律师对配股量化时的全部会员进行了访谈，会员对集体预留股归属于升华集团不存在异议；2021年8月4日，湖州市人民政府出具了湖政函[2021]34号《湖州市人民政府关于确认浙江升华云峰新材股份有限公司改制相关事项的批复》，认定云峰持股会配股量化以及集体预留股归属等事项不存在违反法律强制性规定、损害镇集体利益和职工利益的情形，亦未造成镇集体资产的流失。

2012年，云峰持股会经上述配股还原和回购后已实际解散，如前所述，集体预留股已于2008年初量化并归属于升华集团，故本次配股还原及回购后，集体预留股归属升华集团。至此，升华集团与云峰持股会之间股份代持关系终止。

综上，云峰持股会集体预留股的处置未违反改制相关文件的规定，该事项已取得了配股量化时的全体参股会员以及湖州市人民政府的确认，不存在造成集体资产流失或损害持股会会员合法权益的情形。

(三) 发行人自设立以来的重大资产重组情况

发行人自设立以来，未发生重大资产重组情况。

(四) 发行人历史沿革中股权代持事项的具体情况

1、发行人历史沿革中股份代持的基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其前身云峰有限历史沿革中存在股份/股权代持情形及其终止情况，具体如下：

序号	股权代持情况及形成原因	股权代持形成的协议、资金流水等证据资料	股权代持终止情况	股权代持终止的协议、资金流水等证据资料
1	<p>为了便于从境外采购机器设备、原材料，升华集团决定设立中外合资企业云峰有限，故通过中国台湾地区居民蔡慧珍代为购买设备并作为机器设备出资投入云峰有限。1995年12月，云峰有限设立，蔡慧珍以进口设备投资折价20万美元出资，占云峰有限注册资本的25.00%；蔡慧珍用于出资的机器设备购买资金实际来源于升华集团，蔡慧珍系代升华集团持有云峰有限之股权。</p>	<p>本次股权代持形成时有相应的出资设备购买凭证、设备款项支付凭证、浙江进出口商品检验局的商检鉴定书证明；双方未签署股份代持协议，云峰有限设立时的总经理、被代持方升华集团的法定代表人、销售该项出资设备的台湾地区设备供应商的实际控制人（也系介绍蔡慧珍为升华集团代持的中间人，系中国台湾地区居民）对本次股份代持事项进行了确认。</p>	<p>2000年7月，云峰有限拟整体变更为股份有限公司，为优化变更后股份有限公司的股本结构，云峰有限决定引进部分新股东，实际出资人升华集团决定将由蔡慧珍所代持的云峰有限股权转让给张齐生、王嵩明、李伟立、顾水祥、钱小妹，其中张齐生以60万元的价格受让2%的股权，王嵩明以150万元的价格受让5%的股权，李伟立以150万元的价格受让5%的股权，顾水祥以180万元的价格受让6%的股权，钱小妹以210万元的价格受让7%的股权。本次股权转让完成后，升华集团与蔡慧珍之间的股权代持关系终止。</p>	<p>本次股权代持终止时，蔡慧珍将代升华集团持有的股权转让给张齐生、王嵩明、李伟立、顾水祥、钱小妹，该等股权转让款均由升华集团实际收取；有升华集团用于收取股权转让款账户的银行流水作为证据证明；双方未签署股份代持解除协议；蔡慧珍系中国台湾地区的报关代理人员，经设备供应商介绍，升华集团通过蔡慧珍代持股权；发行人、升华集团、设备供应商目前均无法与蔡慧珍取得联系，云峰有限设立时的总经理、升华集团法定代表人对本次股份代持终止事项进行了确认。</p>
2	<p>2001年底，发行人参与升华集团集体企业改制，改制完成后，云峰持股会持有云峰新材45%股份；由于职工持股会在工商登记上注册为公司股东的程序较为</p>	<p>本次股份代持形成，云峰持股会或者相关参股会员和升华集团未签署股权代持协议，但相关参股会员与升华持股联合会签署了入股协议，并按照入股协议之约定以自有资金</p>	<p>（1）2008年3月，升华集团将其所代持发行人股份分别转让给欣峰投资（云峰持股会会员出资设立的持股平台公司）和顾水祥，云峰持股会</p>	<p>（1）2008年3月股份还原时，升华集团将代顾水祥、钱小妹持有的投入股、奖励股对应的发行人股份转为由其个人直接持有；将除顾水祥、钱小妹之外的其他参股会员持有的投入股、奖励股对应的发行人股份转为通过欣峰投资间</p>

序号	股权代持情况及形成原因	股权代持形成的协议、资金流水等证据资料	股权代持终止情况	股权代持终止的协议、资金流水等证据资料
	复杂，操作难度较大，故由升华集团代持。	支付了入股款项，有相应的资金支付凭证作为证据，并根据改制相关文件的约定享有奖励股和配股；同时，云峰持股会设立至其实际不再运作期间的全部参股会员、升华集团法定代表人对股份代持事项进行了确认。	<p>员之投入股、奖励股还原至会员个人名下直接持有或通过欣峰投资间接持有；同时，集体预留股归属于升华集团。</p> <p>（2）2012年11月，升华集团将其所代持发行人股份分别转让给欣峰投资、顾水祥和张齐生，云峰持股会会员之配股还原至会员个人名下直接持有或通过欣峰投资间接持有，集体预留股所持投入股、奖励股和配股已归属于升华集团，故云峰持股会实际亦同时解散。升华集团与云峰持股会之间的股份代持关系终止。</p>	<p>接持有；本次股份代持终止系参股会员的投入股、奖励股还原，还原过程中的股份转让不涉及实质上的资金流水和款项支付，欣峰投资股东的出资款项、顾水祥的股权转让款由升华集团提供，通过股权转让款支付回给升华集团。各方未签署股份代持终止协议，但取得了升华集团法定代表人、财务负责人、顾水祥、钱小妹、2008年股份还原时其他全部参股会员的书面确认；</p> <p>（2）2012年配股还原时，股份代持终止亦通过股权转让的方式进行还原，还原过程中，先由升华集团向云峰持股会会员支付配股对应的回购款，再由该等会员取得回购款后通过欣峰投资或者直接向升华集团支付等额股权转让款，受让升华集团代持的发行人相应股权；部分参股会员（钱小妹、吴解康、姚文清）所持云峰持股会的全部配股由升华集团全额回购，升华集团均向该等会员支付了股权回购款。本次股份代持终止有股权转让的相关协议、工商登记资料、持股会退股协议和体现款项支付方式的凭证资料、资金流水证明等作为证据；同时，云峰持股会设立至其实际不再运作期间的全部参股会员、升华集团法定代表人、财务负责人</p>

序号	股权代持情况及形成原因	股权代持形成的协议、资金流水等证据资料	股权代持终止情况	股权代持终止的协议、资金流水等证据资料
				对股份代持终止事项进行了确认。
3	<p>2001年11月，顾水祥、钱小妹将其所持发行人6%、7%股份转让给升华集团，因股份公司设立后未满足3年，根据当时有效的公司法规定，未能及时办理工商变更登记，由转让方代持。至2005年8月，钱小妹代持的已转让给升华集团的6.497%股份办理了工商变更登记还原至升华集团名下，剩余的0.503%仍由钱小妹代升华集团持有；顾水祥转让的6%股权暂未办理工商变更登记，由顾水祥继续代升华集团持有。上述代持系考虑顾水祥、钱小妹在云峰持股会持有的发行人股权未来还原所做的统筹安排。</p>	<p>本次股份代持形成，各方未签署股份代持协议，但本次股份转让及代持有股权转让协议、升华集团支付顾水祥、钱小妹股权转让款的支付凭证、资金流水证明作为证据；同时升华集团法定代表人、财务负责人、顾水祥、钱小妹对本次股份转让及代持事项进行了确认。</p>	<p>2008年3月，升华集团拟将云峰持股会会员所持投入股、奖励股还原。还原前，顾水祥、钱小妹所持投入股和奖励股折合发行人的股份比例分别为9.35%、0.503%，同时鉴于还原前顾水祥、钱小妹分别为升华集团代持发行人6%、0.503%的股份，还原时，升华集团将上述代持股权转让给了顾水祥、钱小妹，并向顾水祥转让了其名下所持发行人3.35%的股份。上述股权转让完成后，顾水祥、钱小妹与升华集团之间的代持终止；本次股份代持终止后，顾水祥、钱小妹分别实际持有发行人9.35%、0.503%的股权。</p>	<p>本次股份代持终止，各方未签署相关代持解除协议；顾水祥、钱小妹在云峰持股会持有的股权系通过升华集团代持，升华集团在将代顾水祥、钱小妹持有的投入股、奖励股对应的发行人股份还原时，与本次股份代持终止一并处理；有相应的股权转让协议、转账凭证、资金流水证明作为证据；同时，升华集团法定代表人、财务负责人、顾水祥、钱小妹对本次股份代持终止事项进行了确认。</p>
4	<p>2007年12月，科欣中心拟将其所持发行人股份以公开竞拍出售的方式从发行人退股。为便于参与竞拍，升华集团出资委托杨</p>	<p>本次股份代持形成，双方未签署股份代持协议；本次股份代持有升华集团向杨金毛支付5%股份竞买款的转账凭证和升华集团财务负责人</p>	<p>2012年，云峰持股会会员所持配股还原时，经升华集团、顾水祥、杨金毛协商，作为代持还原的一部分，升华集团将其</p>	<p>本次代持终止，升华集团、杨金毛未签署相关代持解除协议；升华集团法定代表人、财务负责人、杨金毛对股份代持终止事项进行了确认。</p>

序号	股权代持情况及形成原因	股权代持形成的协议、资金流水等证据资料	股权代持终止情况	股权代持终止的协议、资金流水等证据资料
	金毛参与竞买。杨金毛以 266 万元的价格竞得科欣中心转让的发行人 5%的股份并为升华集团代持该等股权；之后，发行人 2008 年增资，杨金毛参与同比例增资的资金来源于升华集团，增资形成的股权亦系代升华集团持有。	的确认作为证据；升华集团法定代表人、杨金毛对本次股份代持事项进行了确认。	由杨金毛所代持的发行人 5% 股份转为顾水祥实际持有，并由杨金毛继续为顾水祥代持。至此，杨金毛与升华集团之间的股份代持终止。	
5	如前所述，2012 年，杨金毛将其代升华集团所持发行人 5%股份转为代顾水祥持有，通过该方式作为还原顾水祥所持云峰持股会一部分配股至顾水祥个人名下。同时， 因升华集团内部进行股权梳理和调整，当时不在相应子公司任职的人员建议按退股处理，故钱小妹同意由升华集团回购其所持发行人 0.503%的股份，并将该股份转让给顾水祥，用以还原顾水祥所持云峰持股会一部分配股至顾水祥个人名下；为简化股权转让和股权还原手续，经	本次股份代持形成，顾水祥分别与钱小妹、杨金毛签署了相关代持协议。本次股份代持系升华集团将其代顾水祥持有云峰持股会的配股对应的发行人股份还原所作的处理，无需支付相应资金，不涉及资金收付；升华集团法定代表人、顾水祥、钱小妹、杨金毛对本次股份代持事项进行了确认。	2021 年 4 月，钱小妹、杨金毛分别将其为顾水祥所代持的发行人全部股份转让给顾水祥。至此，杨金毛、钱小妹与顾水祥之间的股份代持终止。	本次股份代持终止，顾水祥分别与钱小妹、杨金毛签署了股权转让协议，并办理了工商变更登记；代持形成时不涉及资金收付，故代持解除时亦不涉及资金收付；升华集团法定代表人、顾水祥、钱小妹、杨金毛对本次股份代持终止事项进行了确认。

序号	股权代持情况及形成原因	股权代持形成的协议、资金流水等证据资料	股权代持终止情况	股权代持终止的协议、资金流水等证据资料
	各方同意 ，该股份转让 暂不 办理工商变更登记手续，由钱小妹作为 升华集团的持股代表 ，代顾水祥持有相关股份。			

2、被代持人不存在身份限制、竞业禁止情形

发行人历史沿革中股权代持的被代持人为升华集团、云峰持股会、顾水祥；其中，升华集团为发行人曾经的控股股东，顾水祥为发行人原董事长，现担任公司顾问，其所持发行人股份除被代持外，该等主体目前或者曾经亦通过直接持股或者间接持股的方式持有发行人股份，不存在身份限制、竞业禁止情形。

云峰持股会系升华集团及其下属子公司集体所有制企业产权制度改革后参股会员的持股主体，当时其所持发行人股份由升华集团代为持有，系因职工持股会在工商登记上注册为公司股东的程序较为复杂，操作难度较大所致，亦不存在身份限制、竞业禁止情形。

3、解除代持符合被代持人意愿，不存在纠纷或潜在纠纷

就发行人历史沿革中股权代持事项，除蔡慧珍代升华集团持有发行人股权事项外，保荐机构和发行人律师对股权代持双方均进行了访谈确认或者查阅了相关主体出具的确认文件；同时，保荐机构和发行人律师还就发行人历史沿革中股权代持事项代持形成以及终止涉及的资金流水、协议等书面证明材料进行了核查。

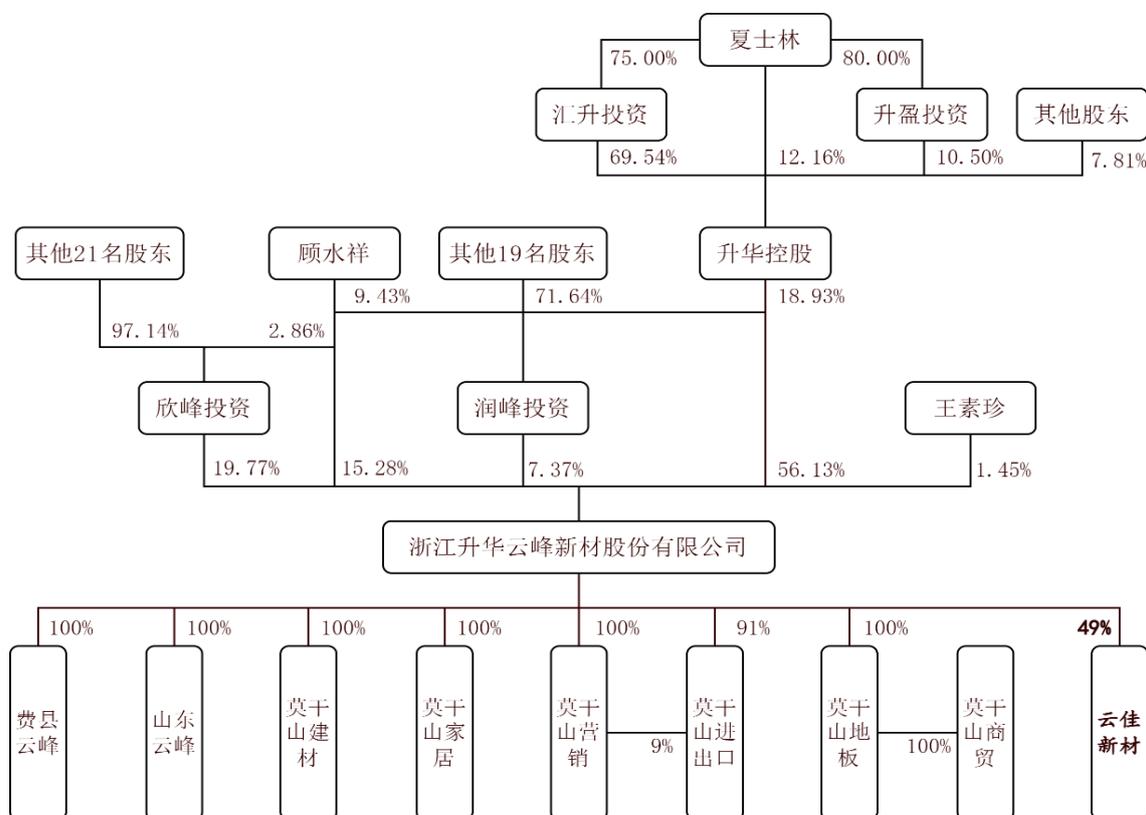
就蔡慧珍代升华集团持有云峰有限股权事项，因升华集团以及发行人已无法与蔡慧珍取得联系；但蔡慧珍系以机器设备向云峰有限出资，该等机器设备的购买资金实际由升华集团提供，且蔡慧珍系经该机器设备的代理商介绍为升华集团代持股。据此，保荐机构和发行人律师核查了云峰有限设立时相应的出资设备购买凭证、设备款项支付凭证、浙江进出口商品检验局的商检鉴定书证明，对云峰有限设立时的总经理、该机器设备代理商的实际控制人和升华集团的法定代表人、财务负责人就前述相关事项包括蔡慧珍为升华集团代持是否存在纠纷事项、截至目前蔡慧珍是否提出过任何相关权益要求等事项进行了访谈确认。同时，保荐机构和发行人律师还就蔡慧珍、升华集团之间是否存在股权代持纠纷访谈了发行人的法务负责人、取得了升华集团和发行人出具的确认函、查阅了升华集团所在地人民法院出具的证明文件并就涉及升华集团、蔡慧珍的诉讼情况进行了互联网查询，确认不存在相关的诉讼、仲裁等纠纷事项。

截至本招股说明书签署日，发行人历史沿革中涉及股权代持的终止事项，均取得了被代持人的确认，解除代持事项符合该等被代持人的意愿，发行人股权代持已清理完毕；发行人股东持有的发行人股份权属清晰，不存在代持等未披露的

股份安排，不存在权属纠纷及潜在纠纷。

三、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：



四、发行人子公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有莫干山营销、莫干山家居、莫干山地板、莫干山建材、费县云峰、山东云峰、莫干山进出口等7家控股子公司，子公司莫干山地板拥有莫干山商贸1家全资子公司，此外发行人还有1家参股公司云佳新材。同时，2019年发行人存在已转让的控股子公司资溪新云峰。其中，重要子公司具体情况如下：

（一）浙江云峰莫干山营销有限公司

莫干山营销基本情况如下：

单位名称	浙江云峰莫干山营销有限公司
统一社会信用代码	91330521672560975F
法定代表人	姚国良
成立时间	2008年3月6日

注册资本/实收资本	3,000 万元				
注册地和主要生产 经营地	浙江省湖州市德清县舞阳街道科源路 11 号 9 幢 8-11 层				
主营业务及在发行 人业务板块中的定 位	人造板等产品的销售，发行人主营业务之一				
股权结构	发行人持有 100% 股权				
最近一年及一期财 务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）			
	项目	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2024. 6. 30/2024 年 1-6 月	114, 660. 87	50, 459. 41	103, 428. 12	8, 032. 87
	2023.12.31/2023 年度	78,611.41	42,409.95	207,099.86	15,969.56

（二）浙江云峰莫干山家居用品有限公司

莫干山家居基本情况如下：

单位名称	浙江云峰莫干山家居用品有限公司				
统一社会信用代码	91330521322983388T				
法定代表人	唐远明				
成立时间	2014 年 11 月 7 日				
注册资本/实收资本	6,000 万元				
注册地和主要生产 经营地	浙江省湖州市德清县阜溪街道长虹东街 898 号				
主营业务及在发行人 业务板块中的定位	整体家居的研发、生产和销售，发行人主营业务之一				
股权结构	发行人持有 100% 股权				
最近一年及一期财务 数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）			
	项目	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2024. 6. 30/2024 年 1-6 月	32, 593. 68	11, 621. 56	18, 548. 53	79. 13
	2023.12.31/2023 年度	31,678.10	11,536.47	39,893.21	-311.54

（三）浙江云峰莫干山地板有限公司

莫干山地板基本情况如下：

单位名称	浙江云峰莫干山地板有限公司
统一社会信用代码	913305007309002382
法定代表人	陈剑
成立时间	2001 年 7 月 23 日
注册资本	10,000 万元
实收资本	6,000 万元

注册地和主要生产经营地	德清县钟管镇工业区				
主营业务及在发行人业务板块中的定位	木地板的研发、生产和销售，发行人主营业务之一				
股权结构	发行人持有 100%股权				
最近一年及一期财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）			
	项目	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2024. 6. 30/2024 年 1-6 月	24, 294. 78	9, 512. 98	4, 573. 34	72. 72
	2023.12.31/2023 年度	21,636.39	9,424.93	16,844.85	167.37

（四）浙江云峰莫干山装饰建材有限公司

莫干山建材基本情况如下：

单位名称	浙江云峰莫干山装饰建材有限公司				
统一社会信用代码	9133052170445692XY				
法定代表人	赵忠庆				
成立时间	1998 年 12 月 1 日				
注册资本/实收资本	3,000 万元				
注册地和主要生产经营地	德清县钟管镇工业区				
主营业务及在发行人业务板块中的定位	重组装饰材、重组装饰单板的研发、生产和销售，发行人主营业务之一				
股权结构	发行人持有 100%股权				
最近一年及一期财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）			
	项目	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2024. 6. 30/2024 年 1-6 月	10, 494. 71	7, 987. 83	6, 417. 01	220. 88
	2023.12.31/2023 年度	9,805.04	7,757.44	12,819.34	424.91

（五）费县云峰莫干山装饰材料有限公司

费县云峰基本情况如下：

单位名称	费县云峰莫干山装饰材料有限公司				
统一社会信用代码	91371325079679617D				
法定代表人	梁琦				
成立时间	2013 年 10 月 10 日				
注册资本/实收资本	1,000 万元				
注册地和主要生产经营地	山东省临沂市费县探沂镇工业园（327 国道北侧）				
主营业务及在发行人业务板块中的定位	人造板和整体家居的研发、生产和销售，发行人北方生产基地之一				

股权结构	发行人持有 100%股权				
最近一年及一期财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）			
	项目	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2024. 6. 30/2024 年 1-6 月	21, 618. 42	15, 493. 35	25, 672. 27	1, 774. 81
	2023.12.31/2023 年度	19,523.46	13,716.16	58,574.74	4,430.50

（六）山东云峰莫干山家居有限公司

山东云峰基本情况如下：

单位名称	山东云峰莫干山家居有限公司				
统一社会信用代码	91371325MA3UJ6HT5L				
法定代表人	梁琦				
成立时间	2020 年 12 月 8 日				
注册资本	6,000 万元				
实收资本	3,600 万元				
注册地和主要生产经营地	山东省临沂市费县探沂镇工业园石行村（朝阳路与兴业路交叉口往北 100 米）				
主营业务及在发行人业务板块中的定位	整体家居的研发、生产和销售，发行人拟建设的北方生产基地之一				
股权结构	发行人持有 100%股权				
最近一年及一期财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）			
	项目	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2024. 6. 30/2024 年 1-6 月	24, 733. 73	2, 396. 12	2, 236. 48	-180. 42
	2023.12.31/2023 年度	25,657.80	2,576.53	3,668.23	-713.26

（七）浙江云峰莫干山地板商贸有限公司

莫干山商贸基本情况如下：

单位名称	浙江云峰莫干山地板商贸有限公司 ^注				
统一社会信用代码	913305210775507568				
法定代表人	唐远明				
成立时间	2013 年 8 月 26 日				
注册资本	10,000 万元				
实收资本	1,000 万元				
注册地和主要生产经营地	德清县钟管镇工业区				
主营业务及在发行人业务板块中的定位	木地板的销售、安装等，发行人主营业务之一				
股权结构	莫干山地板持有 100%股权				

最近一年及一期财务数据（万元）	审计机构	天健会计师事务所（特殊普通合伙）			
	项目	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2024.6.30/2024年1-6月	5,651.93	1,938.00	5,280.83	175.45
	2023.12.31/2023年度	5,241.61	1,762.55	9,411.89	172.90

注：莫干山商贸原名为浙江云峰莫干山装饰工程有限公司，原系莫干山营销的全资子公司。2021年10月，莫干山营销将其持有的该公司全部股权转让给莫干山地板，该公司变更为莫干山地板的全资子公司；2021年11月，该公司名称变更为浙江云峰莫干山地板商贸有限公司。

（八）已转让的控股子公司—资溪新云峰

1、资溪新云峰基本情况

资溪新云峰成立于2007年2月8日，主营业务为指接板、细木工板、胶合板、生态板及木制品加工、销售（国家规定的限制类、禁止类除外），截至本招股说明书签署日，资溪新云峰基本情况如下：

公司名称	资溪新云峰木业有限公司
统一社会信用代码	91361000796990053F
法定代表人	元志明
成立时间	2007年2月8日
注册资本	1,000万元
注册地和主要生产经营地	江西省资溪县
主营业务及在发行人业务板块中的定位	指接板、细木工板、胶合板、生态板及木制品的生产和加工，发行人原生产基地之一，已对外转让

2、资溪新云峰历史沿革

资溪新云峰自设立以来至2019年5月发行人转让其股权期间的股权变动情况如下：

（1）资溪新云峰设立

资溪新云峰系经资溪县对外经济贸易局核发资外经贸外经项字（2007）02号《关于中外合资企业“资溪新云峰木业有限公司”章程、可行性报告的批复》批准，由发行人与江西汇森实业发展有限公司、庆丰香港有限公司于2007年2月8日共同投资设立，设立时的公司性质为合资经营（港资）企业。

资溪新云峰设立时投资总额为3,000万元，注册资本为2,000万元，其中发行人认缴现金人民币出资1,300万元，占注册资本的65%；江西汇森实业发展有

限公司认缴现金人民币出资 200 万元，占注册资本的 10%；庆丰香港有限公司认缴现汇折人民币出资 500 万元，占注册资本的 25%。资溪新云峰设立时的注册资本经江西安石会计师事务所以赣安石（外）验字[2007]第 06 号《验资报告》验证全部按时缴纳到位。

资溪新云峰设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	发行人	1,300	65
2	江西汇森实业发展有限公司	200	10
3	庆丰香港有限公司	500	25
合计		2,000	100

（2）2012 年 9 月股权转让

2012 年 9 月，经资溪新云峰股东会决议，江西汇森实业发展有限公司将其持有的资溪新云峰 10%股权转让给发行人，转让价格为 210 万元。本次转让完成后，资溪新云峰的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	发行人	1,500	75
2	庆丰香港有限公司	500	25
合计		2,000	100

（3）2018 年 7 月注册资金减少至 850 万元

2018 年 7 月，经资溪新云峰股东会决议，资溪新云峰将注册资金从 2,000 万元减少至 850 万元，原股东按其持股比例相应减少。本次减资完成后，资溪新云峰的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	发行人	637.5	75
2	庆丰香港有限公司	212.5	25
合计		850	100

（4）2019 年 5 月股权转让

2019 年 2 月 13 日，发行人与自然人元志明签订《股权转让协议》，发行人以 642.46 万元的价格将所持有的资溪新云峰 75%的股权转让给自然人元志明；同时，庆丰香港有限公司将其持有的资溪新云峰 25%的股权也转让给元志明。发

行人已收到该项股权转让款，资溪新云峰于 2019 年 5 月 30 日办理完毕工商变更登记手续。

本次转让完成后，资溪新云峰的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	元志明	850	100
合计		850	100

资溪新云峰的控股股东、实际控制人元志明与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

鉴于资溪新云峰当地林业市场竞争日趋激烈，且由于其经营规模较小、管理成本较高，不符合公司的发展定位，发行人因此将其对外转让。转让后，发行人不再对其实施控制，且发行人相关管理人员已退出资溪新云峰不再对其实施管理；因此，2019 年 5 月的股权转让系真实转让。

转让方系发行人，受让方系自然人元志明，其最近五年的简历情况如下：

元志明，1978 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，近五年先后任资溪县林业局工作人员、资溪新云峰木业有限公司董事长。

根据发行人与元志明签署的股权转让协议，本次股权转让价格以坤元资产评估有限公司出具的“坤元评报（2018）451 号”评估报告为参考并基于资溪新云峰主要资产、负债及经营与发展状况，经协商，发行人以 642.46 万元的价格将所持有的资溪新云峰 75%的股权转让给自然人元志明，股权转让定价公允。

3、转让资溪新云峰后向其采购生态板的原因、合理性

为缩短运输半径，服务于公司江西及周边地区经销商，公司延续了向资溪新云峰采购生态板，具有合理性。

4、资溪新云峰不存在为发行人承担成本、费用的情形

资溪新云峰原系发行人控股子公司，公司已将持有的该公司 75%的股权对外转让，自 2019 年 6 月起不再对其实施控制，资溪新云峰作为公司 OEM 供应商，自 2019 年 6 月以来，公司向资溪新云峰的采购价格与向无关联的第三方采购价格比较如下：

单位：元/张

期间	产品规格型号	向资溪新云峰采购价格	向无关联第三方采购价格	价格差异率
2024年1-6月	浸渍胶膜纸饰面细木工板（17mm）	148.50	148.84	-0.23%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm）	65.78	67.50	-2.55%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm双贴）	82.25	79.61	3.32%
2023年度	浸渍胶膜纸饰面细木工板（17mm）	150.22	149.00	0.82%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm）	65.85	67.26	-2.10%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm双贴）	81.42	77.49	5.07%
2022年度	浸渍胶膜纸饰面细木工板（17mm）	160.55	159.38	0.73%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm）	65.93	67.29	-2.07%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm双贴）	81.42	82.35	-1.14%
2021年度	浸渍胶膜纸饰面细木工板（17mm）	157.97	157.81	0.10%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm）	64.06	63.60	0.72%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm双贴）	75.94	79.33	-4.26%
2020年度	浸渍胶膜纸饰面细木工板（17mm）	156.41	156.54	-0.09%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm）	60.78	62.90	-3.48%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm双贴）	73.18	75.32	-2.92%
2019年6-12月	浸渍胶膜纸饰面细木工板（17mm）	156.64	159.03	-1.53%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm）	60.62	58.96	2.74%
	浸渍胶膜纸饰面胶合板（7mm双贴）	72.57	74.29	-2.37%

经对比，发行人向资溪新云峰的采购价格与向其他无关联第三方的采购价格差异微小，发行人与资溪新云峰的采购交易按市场化定价，交易价格公允。除上述正常的采购交易及相应的资金往来外，发行人与资溪新云峰不存在其他业务和异常的资金往来，不存在为发行人承担成本、费用的情形。

五、控股股东、实际控制人及其他持股5%以上的主要股东

（一）控股股东

截至本招股说明书签署日，升华控股直接持有公司56.13%的股份，并通过润峰投资控制发行人7.37%的股份。因此，升华控股合计控制发行人63.50%的股份，系公司的控股股东，其基本情况如下：

公司名称	浙江升华控股集团有限公司
统一社会信用代码	91330521344139671M
法定代表人	夏士林
成立时间	2015年7月8日
注册资本/实收资本	200,000万元

注册地和主要生产经营地	浙江省湖州市德清县下渚湖街道下仁公路 99 号
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资，与发行人业务无相关性

截至本招股说明书签署日，升华控股的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	汇升投资	139,070.00	69.54
2	夏士林	24,324.00	12.16
3	升盈投资	21,000.00	10.50
4	钱海平	13,176.00	6.59
5	王锋	1,830.00	0.92
6	朱根法	600.00	0.30
合计		200,000.00	100.00

升华控股简要财务数据如下：

单位：万元

项目	2024 年 6 月末/2024 年 1-6 月	2023 年末/2023 年度
总资产	566,563.18	542,847.16
净资产	287,366.62	283,384.95
营业收入	246,952.06	667,274.00
净利润	3,981.67	21,375.72

注：升华控股 2023 年及 2024 年 1-6 月的财务数据经湖州冠民会计师事务所（普通合伙）审计。

（二）实际控制人

夏士林先生直接持有升华控股 12.16%的股权，同时通过汇升投资、升盈投资分别控制升华控股 69.54%和 10.50%的股权。升华控股持有公司 56.13%的股份，并通过润峰投资控制公司 7.37%的股份。因此，升华控股合计控制公司 63.50%的股份，夏士林先生间接通过升华控股控制公司 63.50%的股份，为公司的实际控制人。

夏士林先生：1953 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：330521195307*****，高级经济师。历任德清县钟管乡农技站农技员，德清县钟管乡审塘村电镀厂厂长，德清县第二生物化学厂（升华集团前身）厂长，升华集团董事长，升华控股董事长。现任升华集团董事长、升华控股董事长、汇升投资执行董事兼总经理、升盈投资执行事务合伙人和升腾投资执行事务合伙人。

公司的实际控制人为夏士林先生，近三年未发生变化。

（三）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

（四）其他持股 5%以上的股东

截至本招股说明书签署日，欣峰投资直接持有发行人 19.77%的股份，润峰投资直接持有发行人 7.37%的股份；顾水祥直接持有发行人 15.28%的股份，并通过欣峰投资、润峰投资分别间接持有发行人 0.57%、0.69%的股份，顾水祥合计持有发行人 16.54%的股份。其他持股 5%以上的股东基本情况如下：

1、欣峰投资

公司名称	湖州欣峰投资有限公司
统一社会信用代码	9133052166917298X0
法定代表人	沈云芳
成立时间	2007年11月22日
注册资本/实收资本	1,262.4681万元
注册地和主要生产经营地	德清县钟管镇工业区
主营业务及其与发行人主营业务的关系	除持有发行人股权外，无其他实际经营业务及对外投资，与发行人业务无相关性

截至本招股说明书签署日，欣峰投资的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	沈卫文	177.4874	14.06
2	赵建忠	141.99	11.25
3	赵阿美	118.325	9.37
4	顾永明	100.5762	7.97
5	沈云芳	88.7437	7.03
6	顾卫民	70.995	5.62
7	吕妙月	66.1436	5.24
8	姚中华	59.1625	4.69
9	唐远明	50.7614	4.02
10	姚悦伟	48.5132	3.84
11	沈玉新	44.372	3.51
12	沈卫民	41.4729	3.29
13	施红良	41.4137	3.28

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
14	顾水祥	36.1483	2.86
15	倪利忠	36.03	2.85
16	王素珍	25.9723	2.06
17	史学红	22.0084	1.74
18	李金荣	21.121	1.67
19	沈卫文（土）	17.9854	1.42
20	杨土山	17.7487	1.41
21	沈惠强	17.7487	1.41
22	吕荣金	17.7487	1.41
合计		1,262.4681	100.00

2、润峰投资

公司名称	德清润峰投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330521MA2B5PUA9K
执行事务合伙人	浙江升华控股集团有限公司
成立时间	2018年12月13日
出资额	2,520万元
注册地和主要生产经营地	浙江省湖州市德清县舞阳街道科源路10号4幢1-74号（莫干山国家高新区）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	除持有发行人股权外，无其他实际经营业务及对外投资，与发行人业务无相关性

截至本招股说明书签署日，润峰投资的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	升华控股	477.00	18.93
2	顾水祥	237.60	9.43
3	姜全建	237.60	9.43
4	赵忠庆	205.20	8.14
5	陈剑	205.20	8.14
6	高水昌	169.20	6.71
7	沈敏华	169.20	6.71
8	赵建忠	169.20	6.71
9	梁琦	68.40	2.71
10	邱建明	68.40	2.71
11	嵇洪水	68.40	2.71
12	房金秋	68.40	2.71
13	沈少力	68.40	2.71
14	俞永兴	68.40	2.71

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
15	叶斌	34.20	1.36
16	付珏杰	34.20	1.36
17	庞小仁	34.20	1.36
18	张江	34.20	1.36
19	陈国荣	34.20	1.36
20	姚玉良	34.20	1.36
21	宋满华	34.20	1.36
合计		2,520.00	100.00

3、顾水祥

姓名	国籍	是否拥有永久境外居留权	身份证号码	住所	在发行人任职情况
顾水祥	中国	无	330521196407* *****	浙江省德清县武康街道隐龙山庄**	原董事长、现任公司顾问

顾水祥先生：1964年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，高级经济师、正高级工程师，荣获梁希林业科学技术奖一等奖、中国林业科技进步奖一等奖。1995年10月至1996年12月，任德清合成化工厂厂长；1996年12月至1997年1月，任德清塑料彩印厂厂长；1997年1月至1997年11月，任德清泉溪造纸总厂厂长；1997年11月至2000年6月，任湖州云峰装饰材料有限公司董事长、总经理；2000年7月至2024年8月，历任公司总经理、董事长；2024年8月至今任公司顾问。

（五）控股股东、实际控制人报告期内违法违规情况

报告期内，发行人控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

六、发行人特别表决权股份或类似安排的情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

七、发行人协议控制架构的情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在协议控制架构的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

公司本次发行前的股本为 9,500 万股，假设本次公开发行股数为 3,166.67 万股，不进行老股转让，发行后总股本为 12,666.67 万股，本次发行股份占公司发行后总股本的比例不低于 25.00%。公司发行前后股本结构如下：

单位：股

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	升华控股	53,328,000	56.13%	53,328,000	42.10%
2	欣峰投资	18,778,320	19.77%	18,778,320	14.82%
3	顾水祥	14,520,000	15.28%	14,520,000	11.46%
4	润峰投资	7,000,000	7.37%	7,000,000	5.53%
5	王素珍	1,373,680	1.45%	1,373,680	1.08%
6	本次向社会公众发行股份	-	-	31,666,700	25.00%
合计		95,000,000	100.00%	126,666,700	100.00%

（二）前十名股东持股情况

本次发行前，公司前十名股东及持股情况如下：

单位：股

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	升华控股	53,328,000	56.13%
2	欣峰投资	18,778,320	19.77%
3	顾水祥	14,520,000	15.28%
4	润峰投资	7,000,000	7.37%
5	王素珍	1,373,680	1.45%
合计		95,000,000	100.00%

（三）前十名自然人股东及其在发行人处任职情况

本次发行前，公司有 2 名自然人股东，其在本公司任职情况如下：

单位：股

序号	股东姓名	直接持股数量	直接持股比例	在公司担任的职务
1	顾水祥	14,520,000	15.28%	原董事长、现任公司顾问
2	王素珍	1,373,680	1.45%	-
合计		15,893,680	16.73%	

（四）国有股份和外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他国有股份或外资股份。

（五）战略投资者情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在战略投资者。

（六）申报前一年内发行人新增股东的持股数量及变化情况

公司不存在申报前一年内新增股东的情况。

（七）本次发行前股东间的关联关系及关联股东各自持股比例

序号	股东名称	直接持有公司股份的比例	间接持有公司股份的比例	关系
1	升华控股	56.13%	1.40%	升华控股持有润峰投资 18.93% 的合伙份额，且为润峰投资的执行事务合伙人
	润峰投资	7.37%	-	
2	夏士林	-	41.83%	发行人实际控制人
3	钱小妹	-	10.60%	发行人实际控制人的配偶
4	钱海平	-	4.39%	钱海平系实际控制人配偶钱小妹姐姐之子
5	顾水祥	15.28%	1.26%	持有发行人 5%以上股份的股东
	沈卫文	-	2.78%	
	沈卫民	-	0.65%	
6	叶斌	-	0.10%	叶斌系顾水祥姐姐女儿的配偶
7	赵建忠	-	2.72%	发行人董事、总经理
8	唐远明	-	0.80%	发行人董事、副总经理
9	姜全建	-	0.70%	发行人董事、 副总经理
10	姚悦伟	-	0.76%	发行人 监事会主席
11	陈剑	-	0.60%	发行人董事、财务总监、董事会秘书

除上述情形外，截至本招股说明书签署日，公司现有股东与公司其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、签字人员之间不存在其他亲属关系、关联关系、委托持股等特殊协议或安排。

（八）发行人股东公开发售股份情况

本次发行不存在公司股东公开发售股份的情况。

（九）发行人已实施的员工持股计划

1、员工持股计划的实施情况

公司员工持股计划通过员工持股平台润峰投资实施。公司于 2018 年 11 月 19 日召开 2018 年第五次临时股东大会审议通过了《关于公司实行股权激励的议案》，员工持股计划中持股对象的确定标准为：公司高级管理人员和核心管理层。

2018 年 12 月 21 日，公司在浙江省市场监督管理局办理了上述变更事项的登记备案。2018 年 12 月 24 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（天健验字[2018]544 号），审核验证发行人已收到润峰投资的全部出资。至此，公司员工持股计划已经实施完毕。

润峰投资系由升华控股作为执行事务合伙人、发行人持股员工作为有限合伙人的有限合伙企业，有限合伙人全部为发行人员工。

公司员工持股计划的设立及运行符合《证券期货法律适用意见第 17 号》要求。

2、员工持股计划的相关安排

2018 年 12 月，发行人、升华控股、润峰投资分别与员工持股计划持股员工签署《关于浙江升华云峰新材股份有限公司之员工股权激励协议》。根据该协议，员工持股平台的人员离职后的股份处理、锁定期等情况如下：

（1）发行人上市前，持股员工从发行人或下属子公司离职的，需将持股平台出资额无条件全部转让给执行事务合伙人或其指定的其他方，转让价格为发行人最近一期审计报告或财务报表每股净资产。

（2）持股员工在劳动合同存续期间（包括发行人上市后），如出现：不能胜任工作，经培训或调整工作岗位后，仍不能胜任工作；故意或重大过失行为，造成重大损失；未经发行人同意，与其他用人单位建立劳动关系；泄露发行人商业秘密或利用职务便利为自己或他人谋取商业机会；违反竞业禁止约定；出现不正当竞争行为或故意诋毁发行人声誉的行为；被依法追究刑事责任；其他触犯法律、严重违反职业道德、严重失职或渎职。需要将持股平台出资份额无条件转让给执行事务合伙人或其指定的其他方，同时持股平台有权收回因员工持股而已获得的收益。

（3）持股员工依法退休或因伤残导致丧失劳动能力或民事行为能力及死亡的，执行事务合伙人或其指定的其他方**有权**执行回购。

（4）润峰投资如承诺其持有的发行人股份自上市之日起 36 个月不转让，在承诺期内，持股员工不转让其持有的持股平台出资份额也不要求持股平台转让其持有的发行人份额。

3、持股平台合伙人的基本情况

截至本招股说明书签署日，除普通合伙人升华控股外，润峰投资有限合伙人在发行人的任职情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	任职情况
1	顾水祥	237.60	9.429	原董事长，现任公司顾问
2	赵建忠	169.20	6.715	董事、总经理
3	陈剑	205.20	8.143	董事、财务总监、董事会秘书
4	姜全建	237.60	9.429	董事、副总经理
5	赵忠庆	205.20	8.143	莫干山建材执行董事兼总经理
6	高水昌	169.20	6.715	板材事业部总经理
7	沈敏华	169.20	6.715	莫干山营销副总经理
8	房金秋	68.40	2.714	供应链管理中心二部负责人
9	嵇洪水	68.40	2.714	莫干山建材副总经理
10	邱建明	68.40	2.714	监察管理部高级监察专员
11	梁琦	68.40	2.714	费县云峰执行董事兼总经理、 山东家居执行董事兼总经理
12	俞永兴	68.40	2.714	设备工程部经理
13	沈少力	68.40	2.714	莫干山地板采购部负责人
14	陈国荣	34.20	1.357	供应链管理中心采购专员
15	叶斌	34.20	1.357	莫干山营销总经理助理
16	宋满华	34.20	1.357	莫干山建材总经理助理
17	付珏杰	34.20	1.357	供应链管理中心负责人
18	姚玉良	34.20	1.357	莫干山家居副总经理
19	张江	34.20	1.357	莫干山家居副总经理
20	庞小仁	34.20	1.357	莫干山研究院顾问

润峰投资普通合伙人系升华控股，有限合伙人均系在发行人任职的员工，不存在外部投资者。

润峰投资有限合伙人与发行人主要股东、董监高、核心技术人员的关联关系如下：

序号	姓名	持股关系	任职关系	其他关联关系
1	顾水祥	系持有发行人 5%以上股份的股东	原董事长、现任公司顾问	--

序号	姓名	持股关系	任职关系	其他关联关系
2	赵建忠	系通过欣峰投资、润峰投资间接持有发行人股份的股东	董事、总经理	--
3	陈剑	系通过润峰投资间接持有发行人股份的股东	董事、财务总监、 董事会秘书	--
4	姜全建	系通过润峰投资间接持有发行人股份的股东	董事、 副总经理	--
5	宋满华	系通过润峰投资间接持有发行人股份的股东	核心技术人员	--
6	张江	系通过润峰投资间接持有发行人股份的股东	核心技术人员	--
7	叶斌	系通过润峰投资间接持有发行人股份的股东	--	系持有发行人 5%以上股份的股东 顾水祥姐姐女儿的配偶

除上述情形外，润峰投资有限合伙人与发行人主要股东、董监高、核心技术人员不存在其他亲属关系、关联关系；润峰投资全体合伙人与发行人主要股东、董监高、核心技术人员不存在委托持股关系。

4、润峰投资合伙人结构的变动情况

(1) 2018年12月，润峰投资设立

2018年12月13日，升华控股作为普通合伙人与顾水祥、赵建忠等21名有限合伙人共同设立润峰投资，润峰投资设立时的出资结构如下：

序号	合伙人姓名或者名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	升华控股	408.60	16.214
2	顾水祥	237.60	9.429
3	赵建忠	169.20	6.715
4	陈剑	205.20	8.143
5	姜全建	237.60	9.429
6	赵忠庆	205.20	8.143
7	高水昌	169.20	6.715
8	沈敏华	169.20	6.715
9	房金秋	68.40	2.714
10	嵇洪水	68.40	2.714
11	邱建明	68.40	2.714
12	俞伟	68.40	2.714
13	梁琦	68.40	2.714
14	俞永兴	68.40	2.714
15	沈少力	68.40	2.714

序号	合伙人姓名或者名称	出资额（万元）	出资比例（%）
16	陈国荣	34.20	1.357
17	叶斌	34.20	1.357
18	宋满华	34.20	1.357
19	付珏杰	34.20	1.357
20	姚玉良	34.20	1.357
21	张江	34.20	1.357
22	庞小仁	34.20	1.357
合计		2,520.00	100.000

（2）2019年10月，润峰投资合伙人转让合伙份额

2019年10月22日，润峰投资全体合伙人出具《德清润峰投资合伙企业（有限合伙）变更决定书》，同意有限合伙人俞伟将其所持润峰投资2.714%的财产份额（计68.4万元的出资额）以76.95万元的价格转让给普通合伙人升华控股。

俞伟曾系发行人审计部经理，因个人原因离职，根据其与升华控股、发行人、润峰投资共同签署的股权激励协议，由升华控股按照股权激励协议约定的价格回购其所持润峰投资全部股权。

本次财产份额转让完成后，即形成了润峰投资目前的合伙人出资结构。

（3）润峰投资的出资来源情况

润峰投资设立至今，全部合伙人对润峰投资的出资款均为其自有或自筹资金，该等合伙人对其出资持有润峰投资财产份额不存在异议，亦不存在纠纷或者潜在纠纷。

（十）公司对股东情况出具的承诺

发行人现有法人股东及合伙企业股东依法有效存续，现有自然人股东均为具有完全民事行为能力且完全民事行为能力中国公民，均具备法律、法规和规范性文件规定的作为股份有限公司股东的资格。发行人现有股东中，升华控股系发行人实际控制人控制的企业，欣峰投资系原云峰持股会会员设立的持股平台，润峰投资系发行人现有员工持股平台，直接或间接持有发行人股份的主体均不存在法律法规规定禁止持股的情形。

公司已经出具了专项承诺，具体内容如下：

1、本公司股东为浙江升华控股集团有限公司、湖州欣峰投资有限公司、德清润峰投资合伙企业（有限合伙）以及2名自然人股东顾水祥、王素珍。上述主体均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。

2、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形。

3、本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形。

九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况

1、董事会成员

根据《公司章程》，本公司第八届董事会由9名董事组成，其中独立董事3名。董事由股东大会选举或更换，任期3年。董事任期届满，可连选连任，但独立董事连任不得超过2届。

截至本招股说明书签署日，本公司现任董事基本情况如下：

姓名	职务	本届董事会任职期限	提名人
周鑫林	董事长	2024年8月15日至2027年8月14日	董事会
赵建忠	董事、总经理	2024年8月15日至2027年8月14日	董事会
卢伟锋	董事	2024年8月15日至2027年8月14日	董事会
唐远明	董事、副总经理	2024年8月15日至2027年8月14日	董事会
陈剑	董事、财务总监、董事会秘书	2024年8月15日至2027年8月14日	董事会
姜全建	董事、副总经理	2024年8月15日至2027年8月14日	董事会
高建荣	独立董事	2024年8月15日至2027年8月14日	董事会
蒋胤华	独立董事	2024年8月15日至2027年8月14日	董事会
鲁爱民	独立董事	2024年8月15日至2027年8月14日	董事会

周鑫林先生：1979年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2003年3月至2019年3月，历任升华集团控股有限公司职员、综合部副经理、综合部助理总经理；2019年4月至2024年1月，历任浙江升华控股集团有限公司综合部副总经理、总裁助理；2024年2月至2024年8月，任公司董事长助理；2024年8月至今，任公司董事长。

赵建忠先生：1976年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，荣获梁希林业科学技术奖二等奖。1997年1月至1998年8月，任升华集团工贸公司业务员；1998年8月至2002年5月，任湖州云峰装饰材料有限公司采购主管；2002年5月至2008年12月，任德清县云利装饰材料有限公司总经理；2009年1月至2009年10月，任公司板材事业部经理；2009年10月至2011年3月，任德清县升强木业有限公司董事长兼总经理；2011年3月至2014年11月，任浙江升华云峰进出口有限公司总经理；2014年11月至2017年12月，任公司董事、副总经理。2017年12月至今，任公司董事、总经理。

卢伟锋先生：1979年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，工程师。1999年7月至2019年5月，历任升华集团、升华控股战略投资部职员、战略投资部副总经理、战略投资部总经理；2019年5月至2021年5月，任升华集团总经理助理、升华控股总经理助理；2021年5月至2021年11月，任升华集团副总经理、升华控股副总经理。2021年12月至2022年4月，任公司副总经理。现任公司董事。

唐远明先生：1981年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，荣获梁希林业科学技术奖二等奖。2000年11月至2002年3月，任升艺轻纺企管科员；2002年3月至2003年12月，任湖州云峰装饰材料有限公司企管科员；2004年1月至2008年9月，历任公司企划部经理兼监察部经理、公司总经理助理；2008年9月至2016年3月，历任浙江升华云峰新材营销有限公司副总经理、总经理；2016年3月至2020年4月，任莫干山家居执行董事兼总经理。2020年4月至今，任公司副总经理。现任公司董事、副总经理。

陈剑先生：1983年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年7月至2006年5月，任升华集团财务专员；2006年5月至2012年9月，任浙江升华强磁材料有限公司财务经理；2012年9月至2017年12月，任升华集团审计监察部总经理。2018年1月至今，任公司财务总监。现任公司董事、财务总监兼董事会秘书。

姜全建先生：1984年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2006年1月至2006年12月，任蒙牛乳业南昌分公司区域销售经理；2007年1月至2009年2月，任安信伟光（上海）木业有限公司南昌区销售经理；2009年

3月至2011年12月，历任公司地板事业部区域经理、销售经理；2012年1月至2015年6月，任浙江升华云峰新材营销有限公司、招商经理、地板运营中心副总监；2015年6月至2016年4月，任德清县升强木业有限公司总经理助理；2016年4月至**2024年11月**，任莫干山营销总经理；**2019年8月至今**，任公司**董事**；**2024年8月至今**，任公司**副总经理**。现任公司**董事、副总经理**。

高建荣先生：1957年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，工学博士，教授。1985年7月至2017年11月，历任浙江工业大学化学工程系讲师、副教授、主任，化学工程与材料学院教授、博士生导师、党委书记、院长，工学一部执行主任、教授、博士生导师，2017年11月退休；2016年3月至2018年6月，任浙江工业大学上虞研究院有限公司董事长。2020年12月至今，任公司**独立董事**。

蒋胤华先生，1966年9月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1996年7月至2008年7月，任浙江九曜律师事务所律师、合伙人、主任；2008年7月至2017年11月，任北京大成律师事务所律师、高级合伙人、杭州分所执行主任；2017年11月至今，任北京尚公（杭州）律师事务所律师、高级合伙人、主任。2020年12月至今，任公司**独立董事**。

鲁爱民女士：1964年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，副教授。1993年6月至2019年6月，任浙江工业大学经贸管理学院讲师、副教授，2019年6月退休。2020年12月至今，任公司**独立董事**。

2、监事会成员

根据《公司章程》，本公司第八届监事会由3名监事组成，其中股东代表监事二人，职工代表监事一人，职工代表监事由公司职工代表大会、职工大会或其他方式民主选举产生。监事每届任期3年，任期届满，连选可以连任。

截至本招股说明书签署日，本公司现任监事基本情况如下：

姓名	职务	本届监事会任职期限	提名人
姚悦伟	监事会主席	2024年8月15日至2027年8月14日	监事会
张建军	监事	2024年8月15日至2027年8月14日	监事会
施本华	职工代表监事	2024年8月15日至2027年8月14日	职工代表大会

姚悦伟先生：1970年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1991年2月至2000年3月，任钟管印染总公司销售员；2000年4月至2005年6月，历任德清县升强木业有限公司采购员、采购经理；2005年7月至2007年1月，任公司招标采购员；2007年2月至2008年1月，任资溪县新云峰木业有限公司总经理；2008年2月至2008年8月，任德清县升艺装饰建材有限公司副总经理；2008年9月至2024年8月，历任公司综合部经理、总经理助理、副总经理、莫干山家居研究院副院长；2024年8月至今，任公司监事会主席；现任公司莫干山家居研究院副院长、监事会主席。

张建军先生：1987年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2010年9月至2011年4月，任德清县升艺装饰建材有限公司外贸业务员；2011年5月至2017年8月，历任浙江升华云峰进出口有限公司外贸业务员、出口二部副经理、出口部经理；2017年9月至今，任莫干山装饰外贸部经理。现任公司监事。

施本华先生：1983年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2006年8月至2008年1月，任德清县云利装饰材料有限公司企管部经理；2008年1月至今，历任公司监察部经理、综合部制度专员、企管经理、人力资源部经理。现任公司职工代表监事。

3、高级管理人员

截至本招股说明书签署日，本公司现任高级管理人员基本情况如下：

姓名	职务	任职期限
赵建忠	总经理	2024年8月15日至2027年8月14日
陈剑	财务总监、董事会秘书	2024年8月15日至2027年8月14日
唐远明	副总经理	2024年8月15日至2027年8月14日
姜全建	副总经理	2024年8月15日至2027年8月14日

赵建忠先生：董事、总经理，详见本节“九、（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“1、董事会成员”部分。

陈剑先生：董事、财务总监、董事会秘书，详见本节“九、（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“1、董事会成员”部分。

唐远明先生：董事、副总经理，详见本节“九、（一）董事、监事、高级管

理人员与其他核心人员简要情况”之“1、董事会成员”部分。

姜全建先生：董事、副总经理，详见本节“九、（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“1、董事会成员”部分。

4、其他核心人员

截至本招股说明书签署日，公司共有 4 名其他核心人员均为核心技术人员，具体情况如下：

桂成胜先生：1988 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生，毕业于中国科学院宁波材料技术与工程研究所高分子化学与物理专业，高级工程师。2014 年 9 月至 2018 年 3 月，任宁波中科朝露新材料有限公司研发中心主任、副总经理；2018 年 12 月至今，任莫干山家居研究院副院长。桂成胜先生还担任全国人造板标准化委员会委员、林业产业标准化国家创新联盟专家委员会副主任委员、中国林学会生物质材料科学分会委员、浙江省林学会林产工业专业委员会委员、《林产工业》杂志审稿人。申请发明专利二十余项。主持或参与国家木竹产业技术创新战略联盟课题 4 项、国家林草局创新联盟课题 2 项、企业横向产学研课题 3 项，参与国家林业局林业科学技术推广项目 1 项、宁波市工业攻关项目 1 项、宁波高新区重大科技攻关项目 1 项，“人造板用无醛脱脂豆粉胶黏剂的关键技术创新及产业化”技术获梁希科学技术奖二等奖、“人造板用无醛水性高分子复合胶黏剂的关键技术创新及应用”技术获黑龙江省科学技术奖二等奖、“抗菌抗病毒浸渍胶膜纸饰面人造板制造关键技术与应用”获中国木材与木制品流通协会科技进步特等奖。

张江先生：1984 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科，毕业于西安工业大学信息管理与信息系统专业，工程师。2007 年 9 月至 2011 年 10 月，任中山市新山川实业有限公司技术部工程师；2011 年 11 月至 2016 年 7 月，任全友家私有限公司信息技术部经理、研发中心定制衣柜部总监；2016 年 7 月至今，任莫干山家居副总经理，主要负责家居销售软件与生产软件的开发与应用、ERP 订单系统和 MES 生产管理系统的建设工作，并参与了国家重点研发计划 1 项。

宋满华先生：1977年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科，毕业于北京林业大学统计学专业，工程师，手工木工技师。2000年7月至2014年9月，历任维德木业（苏州）有限公司生产部员工、科长、经理；2014年10月至今，任莫干山装饰总经理助理、副总经理。宋满华先生主要负责公司科技木产品总体研发及生产技术策划、各工序技术改进与创新突破、新项目落实与标准撰写等工作。参与制定了科技木相关国家标准1项、浙江制造团体标准1项，并参与撰写行业及院校标准科技书籍《科技木》。

施晓宏女士：1987年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生，毕业于浙江工业大学应用化学专业，高级工程师。2012年7月至2012年12月，任浙江华宝油墨有限公司技术研究员；2013年2月至2016年2月，任杭州科望特种油墨有限公司研发部技术主管；2016年4月至今，任公司莫干山家居研究院研发中心研发工程师。施晓宏女士还担任浙江省林学会林产工业专业委员会委员，主要从事生物质胶黏剂、人造板及其制品的研究与开发，参与国家重点研发计划1项、国家林业和草原局重点研发项目2项、中央级公益性科研院所基本科研业务专项资金项目1项、国家木竹产业技术创新战略联盟课题1项、企业横向产学研课题2项，参与湖州市南太湖精英计划项目1项，“基于生态板增值与数字化制造的整体衣柜大规模定制技术及产业化创新团队”项目获中国木业科技进步奖一等奖。申请发明专利11项、发表学术论文12篇，主持制定团体标准1项、浙江制造标准1项，参与制定国家标准2项、行业标准及团体标准5项。

5、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员兼职情况

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

序号	姓名	职位	兼职单位名称	兼任职务	兼职单位与公司关系
1	周鑫林	董事长	浙江华源颜料股份有限公司	董事	其他关联方
			德清景程贸易有限公司	执行董事 兼总经理	其他关联方
2	卢伟锋	董事	升华集团	董事	其他关联方
			浙江华源颜料股份有限公司	董事	其他关联方
			湖州升华金融服务有限公司	董事	其他关联方
			百力达太阳能股份有限公司	董事	其他关联方

序号	姓名	职位	兼职单位名称	兼任职务	兼职单位与公司关系
3	鲁爱民	独立董事	杭州山科智能科技股份有限公司（300897.SZ）	独立董事	无
			琦星智能科技股份有限公司	独立董事	无
4	蒋胤华	独立董事	北京尚公（杭州）律师事务所	主任、律师	其他关联方
			浙江佳力科技股份有限公司（831074.NQ）	独立董事	无
			杭州新中大科技股份有限公司	独立董事	无
			浙江巍华新材料股份有限公司（603310.SH）	独立董事	无
5	高建荣	独立董事	浙江博澳新材料股份有限公司	独立董事	无
6	姚悦伟	监事会主席	欣峰投资	董事	持股 5% 以上股东

6、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

7、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的合法合规情况

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

（二）公司与董事、监事、高级管理人员与核心技术人员签订的协议

本公司与在公司任职并领取薪酬的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订了劳动合同或聘任协议。

（三）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况

1、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员未直接持有公司股份。上述人员间接持股情况如下：

姓名	职务	间接持股股东名称	间接持股数量（股）	间接持股比例
赵建忠	董事、总经理	欣峰投资	2,112,001	2.223%

姓名	职务	间接持股股东名称	间接持股数量（股）	间接持股比例
		润峰投资	470,000	0.495%
唐远明	董事、副总经理	欣峰投资	755,040	0.795%
姜全建	董事、副总经理	润峰投资	660,000	0.695%
姚悦伟	监事会主席	欣峰投资	721,600	0.760%
陈剑	董事、财务总监、董事会秘书	润峰投资	570,000	0.600%
宋满华	核心技术人员	润峰投资	95,000	0.100%
张江	核心技术人员	润峰投资	95,000	0.100%

2、董事、监事、高级管理人员与核心技术的近亲属持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术的近亲属（不含本身担任公司董事、监事、高级管理人员或核心技术人员的人员）未持有公司股份。

3、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属所持股份质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属所持有的本公司股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

（四）董事、监事与高级管理人员在最近三年内变动情况

1、董事变动情况

报告期内，发行人董事变动情况如下：

任职期间	董事会成员
2020年12月29日至2024年8月14日	顾水祥（董事长）、赵建忠、唐远明、陈剑、卢伟锋、姜全建、高建荣（独立董事）、蒋胤华（独立董事）、鲁爱民（独立董事）
2024年8月15日至今	周鑫林（董事长）、赵建忠、唐远明、陈剑、卢伟锋、姜全建、高建荣（独立董事）、蒋胤华（独立董事）、鲁爱民（独立董事）

2021年7月16日，公司召开2021年第二次临时股东大会，进行董事会换届选举，选举顾水祥、赵建忠、唐远明、陈剑、卢伟锋、姜全建、高建荣（独立董事）、蒋胤华（独立董事）、鲁爱民（独立董事）担任公司第八届董事会成员。2021年7月16日，公司召开第八届董事会第一次会议，选举顾水祥为董事长。

2024年8月15日，公司召开2024年第二次临时股东大会，进行董事会换届选举，选举周鑫林、赵建忠、唐远明、陈剑、卢伟锋、姜全建、高建荣（独立

董事）、蒋胤华（独立董事）、鲁爱民（独立董事）担任公司第九届董事会成员。公司原董事长顾水祥已达到退休年龄，不再担任公司董事长职务，退休后仍聘任为公司顾问，为公司的未来发展战略等提供咨询和建议。2024年8月15日，公司召开第九届董事会第一次会议，选举周鑫林为董事长。

2、监事变动情况

报告期内，发行人监事变动情况如下：

任职期间	监事会成员
2021年1月1日至2024年8月14日	吕荣金（监事会主席）、张建军、施本华
2024年8月15日至今	姚悦伟（监事会主席）、张建军、施本华

报告期初，本公司监事会成员为3名，分别为吕荣金、张建军、施本华，其中，施本华为职工代表监事，吕荣金为监事会主席。

2021年7月16日，公司召开2021年第二次临时股东大会，进行监事会换届选举，选举吕荣金、张建军担任公司第八届监事会成员；同日，公司职工代表大会选举施本华为发行人职工代表监事。2021年7月16日，公司召开第八届监事会第一次会议，选举吕荣金为监事会主席。

2024年8月15日，公司召开2024年第二次临时股东大会，进行监事会换届选举，选举姚悦伟、张建军担任公司第九届监事会成员；同日，公司职工代表大会选举施本华为发行人职工代表监事。公司原监事会主席吕荣金已达到退休年龄，不再担任公司监事会主席职务。2024年8月15日，公司召开第九届监事会第一次会议，选举姚悦伟为监事会主席。

3、高级管理人员变动情况

报告期内，发行人高级管理人员变动情况如下：

任职期间	高级管理人员
2020年3月27日至2021年12月15日	赵建忠（总经理）、姚悦伟（副总经理）、唐远明（副总经理）、陈剑（财务总监、董事会秘书）
2021年12月15日至2022年4月21日	赵建忠（总经理）、卢伟锋（副总经理）、姚悦伟（副总经理）、唐远明（副总经理）、陈剑（财务总监、董事会秘书）
2022年4月21日至2024年8月14日	赵建忠（总经理）、姚悦伟（副总经理）、唐远明（副总经理）、陈剑（财务总监、董事会秘书）
2024年8月15日至今	赵建忠（总经理）、姜全建（副总经理）、唐远明（副总经理）、陈剑（财务总监、董事会秘书）

报告期初，公司高级管理人员共 4 名，分别为总经理赵建忠、副总经理姚悦伟、副总经理唐远明、财务总监兼董事会秘书陈剑。

2021 年 7 月 16 日，公司召开第八届董事会第一次会议，决议聘任赵建忠为总经理，姚悦伟、唐远明为副总经理，陈剑为财务总监、董事会秘书。

2021 年 12 月 15 日，公司召开第八届董事会第三次会议，决议聘任卢伟锋为副总经理。2022 年 4 月 21 日，卢伟锋辞去副总经理职务。

2024 年 8 月 15 日，公司召开第九届董事会第一次会议，决议聘任赵建忠为总经理，姜全建、唐远明为副总经理，陈剑为财务总监、董事会秘书。因工作调整，姚悦伟不再担任副总经理职务。

综上，本公司近三年董事、监事、高级管理人员的变动均为正常的人事变动，且履行了相关的变动程序，未发生对公司的持续经营和本次发行上市构成不利影响的重大变动。

（五）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员对外投资情况

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

单位：万元

姓名	发行人担任职务	投资企业名称	出资金额	出资比例
周鑫林	董事长	德清景程贸易有限公司	50.00	100.00%
蒋胤华	独立董事	杭州力冠投资管理有限公司	350.00	70.00%
		杭州正旭投资合伙企业（有限合伙）	45.00	90.00%
		杭州金玺投资合伙企业（有限合伙）	200.00	3.22%
		杭州赛智汇企业管理有限公司	5.00	50.00%
		赛智汇（杭州）科技有限公司	4.90	49.00%
		赛智汇（杭州）国际企业发展有限公司	50.00	10.00%

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员除上述投资外不存在其他对外投资情况。公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的对外投资与公司不存在利益冲突。

（六）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员领取薪酬情况

1、薪酬的组成、确定依据、所履行的程序及其比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员薪酬由基本工资、绩效奖金及相关福利补贴构成，按各自所在岗位职务依据公司相关薪酬标准和制度领取，公司不再另行支付任期内担任董事、监事的报酬。未在公司担任职务的董事、监事任期内不在公司领取薪酬。公司独立董事领取固定津贴，津贴金额由公司股东大会批准确定。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员薪酬总额占利润总额的比重情况如下：

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
薪酬总额（万元）	418.21	805.48	753.98	739.45
利润总额（万元）	18,853.89	40,699.93	30,917.35	28,146.43
薪酬总额/利润总额	2.22%	1.98%	2.44%	2.63%

2、最近一年从发行人处领取薪酬的情况

公司现任董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 2023 年从公司领取薪酬情况如下：

单位：万元

姓名	职位	薪酬金额
周鑫林	董事长	-
赵建忠	董事、总经理	108.47
卢伟锋	董事	0.00
唐远明	董事、副总经理	88.47
陈剑	董事、财务总监、董事会秘书	64.47
姜全建	董事、副总经理	108.09
蒋胤华	独立董事	7.80
鲁爱民	独立董事	7.80
高建荣	独立董事	7.80
姚悦伟	监事会主席	56.47
张建军	监事	27.28
施本华	职工代表监事	20.65
桂成胜	核心技术人员	43.66
张江	核心技术人员	47.65

姓名	职位	薪酬金额
宋满华	核心技术人员	42.66
施晓宏	核心技术人员	17.72

注：卢伟锋系公司控股股东升华控股委派的董事，未在公司领取薪酬。周鑫林 2023 年度未在公司领取薪酬。

2023 年度，除独立董事高建荣、蒋胤华、鲁爱民和董事卢伟锋以外，其他公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员还享受公司提供给员工的社会保险和住房公积金等福利。

十、发行人员工情况

（一）员工人数及其构成情况

1、员工人数情况

报告期各期末，公司（含子公司）员工人数情况如下：

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
员工人数（人）	1,687	1,643	1,600	1,502

2、员工专业结构

截至 2024 年 6 月 30 日，公司员工专业结构情况如下：

岗位	人数（人）	占比
管理人员	187	11.08%
财务人员	82	4.86%
采购人员	66	3.91%
生产人员	822	48.73%
销售人员	271	16.06%
研发与技术人员	148	8.77%
行政后勤人员	111	6.58%
合计	1,687	100%

（二）劳务派遣用工情况

2021 年末、2022 年末、2023 年末和 2024 年 6 月末，公司及下属子公司劳务派遣用工人数分别为 30 人、0 人、0 人和 0 人，占公司用工总量的比例分别为 1.96%、0.00%、0.00%和 0.00%。公司劳务派遣用工是临时性和辅助性的工作岗位上使用被派遣劳动者，不存在违反《劳动法》《劳务派遣暂行规定》的情形。

（三）发行人执行社会保障制度、住房公积金制度情况

公司实行劳动合同制，根据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等国家及地方有关劳动法律、法规、规范性文件的规定聘用员工，与员工签订劳动合同。

截至**2024年6月30日**，公司为大部分员工缴纳了社会保险、住房公积金，缴纳情况如下：

1、公司及其子公司办理社保和缴纳住房公积金的起始日期

公司及其子公司办理社保和缴纳住房公积金的起始日期如下：

缴纳主体	社会保险缴纳起始时间	住房公积金缴纳起始时间
发行人	2000年5月	2004年9月
莫干山营销	2008年5月	2008年4月
莫干山家居	2014年12月	2015年3月
莫干山地板	2001年9月	2006年12月
莫干山建材	2000年5月	2006年12月
费县云峰	2019年4月	2021年5月
山东云峰	2021年4月	2021年5月
莫干山商贸	2015年1月	2015年1月
莫干山进出口	2011年5月	2011年5月

2、社会保险和住房公积金的缴纳情况

报告期各期末，公司及其子公司正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的人数情况如下：

时间	类型	员工人数	未缴纳人数	未缴纳原因及人数
2024年6月	养老、工伤、失业保险	1,687	94	退休返聘：84；新入职：7；其他未予缴纳：3
	医疗、生育保险	1,687	94	退休返聘：84；新入职：7；其他未予缴纳：3
	住房公积金	1,687	183	退休返聘：84；新入职：95；其他未予缴纳：4
2023年12月	养老、工伤、失业保险	1,643	76	退休返聘：75；新入职：1
	医疗、生育保险	1,643	76	退休返聘：75；新入职：1
	住房公积金	1,643	86	退休返聘：79；新入职：6；其他未予缴纳：1
2022年12月	养老、工伤、失业保险	1,600	94	退休返聘：89；新入职：2；其他未予缴纳：3
	医疗、生育保险	1,600	94	退休返聘：89；新入职：2；其他未予缴纳：3
	住房公积金	1,600	111	退休返聘：89；新入职：19；其他未予缴纳：3
	养老、工伤、失业保险	1,502	15	退休返聘：7；其他未予缴纳：8

2021 年 12 月	医疗、生育保险	1,502	15	退休返聘：7；其他未予缴纳：8
	住房公积金	1,502	21	退休返聘：7；新入职：6；其他未予缴纳：8

截至 2024 年 6 月 30 日，除退休返聘人员无需缴纳外，公司及各子公司未缴纳社会保险的员工人数占总员工数的比例约为 **0.59%**，剩余未缴纳社会保险的原因主要为新员工入职尚未办理完毕手续；除退休返聘人员无需缴纳外，公司及各子公司未缴纳住房公积金的员工人数占公司总员工数的比例为 **5.87%**，主要原因为新入职员工尚未办理完毕缴纳手续和个人原因自愿放弃。

3、足额缴纳对持续经营的影响

报告期内，公司存在未及时为部分员工缴纳全部险种社会保险及缴存住房公积金的情形，不符合社会保险、住房公积金管理相关法律法规的规定，如足额缴纳社会保险、住房公积金，对经营成果的影响测算如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
未缴纳社会保险金额	3.24	10.02	18.63	9.02
未缴纳住房公积金金额	5.23	16.06	26.17	80.39
合计	8.47	26.08	44.80	89.41
利润总额	18,853.89	40,699.93	30,917.35	28,146.43
占当期利润总额比例	0.04%	0.06%	0.14%	0.32%

公司各期末未缴纳的金额分别为 89.41 万元、44.80 万元、26.08 万元和 **8.47 万元**，占当期利润总额的比例分别为 0.32%、0.14%、0.06%和 **0.04%**，比例较小，不会对公司的持续经营造成不利影响。

根据公司及各子公司所在地的社会保险、住房公积金管理部门出具的证明，公司及各子公司报告期内未受到社会保险和住房公积金方面的行政处罚。

（四）员工薪酬情况

1、员工职级分布情况

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
高层员工人数	35	38	39	38
中层员工人数	233	219	175	154
普通员工人数	1,419	1,386	1,386	1,310
合计	1,687	1,643	1,600	1,502

注：高层员工为公司总监级以上人员；中层员工为公司经理级别的人员；普通员工为前两类人员以外的员工。

2、人均薪酬水平情况

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
用工总人数	10,547	21,098	19,696	18,721
员工工资总额（万元）	11,902.19	23,921.15	20,219.62	20,553.57
员工人均工资（元/人/月）	11,284.91	11,338.11	10,265.85	10,978.88

注：用工总人数系各期计入工资费用的各月合计人数。

报告期内，公司人均月薪分别为 10,978.88 元、10,265.85 元、11,338.11 元和 11,284.91 元，平均薪酬小幅变动，总体较为稳定。

3、当地平均薪酬水平情况

公司的员工主要分布于浙江省湖州市，对比公司员工的平均工资和湖州市企业员工的平均工资，具体情况如下：

单位：元/人/月

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
公司平均工资	11,284.91	11,338.11	10,265.85	10,978.88
湖州市平均工资	尚未发布	9,522.42	9,243.00	8,579.92

注：湖州市平均工资取自湖州市统计局。

由上表可知，公司员工的平均工资高于湖州市的平均工资。

4、管理人员薪酬及其变动的原因及合理性

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
管理人员人数	2,302	4,849	3,956	3,693
管理人员工资总额（万元）	3,431.75	7,108.42	5,551.37	5,367.40
管理人员人均工资（元/人/月）	14,907.71	14,659.55	14,032.77	14,533.97

注：管理人员人数系各期计入管理费用的各月合计人数。

报告期内，公司管理人员平均月薪分别为 14,533.97 元、14,032.77 元、14,659.55 元和 14,907.71 元，平均薪酬小幅变动，总体较为稳定。

5、销售人员薪酬及其变动的原因及合理性

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
销售人员人数	2,428	4,799	3,917	3,484
销售人员工资总额（万元）	3,302.92	6,883.95	5,459.10	5,484.85

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
销售人员人均工资(元/人/月)	13,603.47	14,344.55	13,936.94	15,742.96

注：销售人员人数系各期计入销售费用的各月合计人数。

报告期内，公司销售人员平均月薪分别为 15,742.96 元、13,936.94 元、14,344.55 元和 **13,603.47 元**。2021 年度销售人员平均月薪相对较高，主要系当年公司收入上升，完成考核目标，销售人员的工资上升所致。2022 年平均工资下降，系公司销售规模未达预计目标，相应绩效薪酬有所下降所致。

6、研发人员薪酬及其变动的原因及合理性

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
研发人员人数	555	1,236	1,044	961
研发人员工资总额(万元)	832.07	1,730.98	1,358.38	1,233.33
研发人员人均工资(元/人/月)	14,992.20	14,004.73	13,011.29	12,833.79

注：研发人员人数系各期计入研发费用的各月合计人数。

报告期内，公司研发人员平均月薪分别为 12,833.79 元、13,011.29 元、14,004.73 元和 **14,992.20 元**，2023 年度研发人员人均工资上升，主要系公司聘请高薪研发人员所致。

第五节 业务与技术

一、公司主营业务

（一）公司主营业务与主要产品

1、公司主营业务

公司主要从事室内装饰材料及定制家居成品的设计、研发、生产和销售，主要产品包括人造板、木地板、科技木以及衣柜、橱柜、木门等定制家居成品。

公司成立于 1995 年，秉持“绿色环保、关爱人类健康”的发展理念，始终走绿色、创新之路，以“打造最懂科技的绿色家居领军企业”为战略目标，深耕于室内装饰材料及定制家居成品领域。经过二十多年的发展，公司形成了以“人造板、木地板、科技木、全屋定制”四大板块为核心主业的创新型企业。

1997 年，公司创立“莫干山”品牌；2000 年，公司成功研制出环保型装饰贴面胶合板；2007 年，公司“莫干山”商标被认定为驰名商标，细木工板被认定为中国名牌产品；2011 年，公司通过中国环境标志产品认证和 FSC 国际森林认证；2017 年，公司设立“省级企业研究院”；2018 年，公司设立“浙江省博士后工作站”和“浙江省院士专家工作站”；2022 年，公司获批设立国家级“博士后科研工作站”；2019 年，公司入选“国家绿色供应链示范企业”，完成了“绿色产品”“绿色工厂”“绿色供应链”三大国家认证。

截至 2024 年 6 月末，公司参与制修订国际标准 5 项、国家标准 65 项、行业和团体标准 69 项，承担/参与国家重点研发计划项目或课题 4 项，完成省级以上科研项目 13 项，国家木竹产业技术创新战略联盟课题 8 项，技术成果达国际先进/领先水平 11 项，通过省级新产品/新技术鉴定 19 项，并于 2019 年获得浙江省科学技术进步奖（二等奖）、2020 年获得梁希林业科学技术奖（科技进步奖一等奖）、2021 年获得梁希林业科学技术奖（科技进步奖二等奖）、2022 年获得梁希林业科学技术奖（科技进步奖二等奖）及教育部高等学校科学研究优秀成果科学技术奖（二等奖）、2023 年获得梁希林业科学技术奖（技术发明奖一等奖）及广西科学技术进步奖（二等奖）等多项重要荣誉。

2、公司主要产品

公司主要产品为“莫干山”品牌系列的人造板、木地板、科技木和定制家居等产品。公司主要产品如下图所示：

产品大类	产品名称	产品图例	产品简介
人造板	生态板		<ol style="list-style-type: none"> 1.花纹图案丰富，能满足不同装饰风格需求，色泽鲜明，具有优良的装饰性能； 2.以多层胶合板或细木工板为基材，具有良好的物理力学性能； 3.表面具有耐磨、耐划痕、耐污染腐蚀等优良性能，能抵抗一般的酸、碱、油脂及酒精等溶剂的磨蚀； 4.甲醛含量低，绿色环保，易于加工，施工简便； 5.属于免漆装饰板材，其制品在加工时不需要贴面和油漆，具有良好的环保性能，可为消费者节约装修费用。 广泛适用于家庭装饰、板式家具、橱柜衣柜、浴室柜等装饰装修领域。
	阻燃板		<ol style="list-style-type: none"> 1.经济实惠、加工简单，利用率高，具有良好的物理力学功能和加工功能，可以制成不同厚度的板材； 2.在发生火灾时，阻燃胶合板起到按捺明火，削减热量，从而为逃生和消防争取时间。 广泛应用于公共场所或家庭等的装饰装修中作为防火的内衬板材。
	细木工板		<ol style="list-style-type: none"> 1.握螺钉力好，强度高，具有质坚、吸声、绝热等特点； 2.内部为实木条，对加工设备的要求不高，方便现场施工； 3.具有良好的尺寸稳定性； 4.使用胶黏剂量少，甲醛释放量低，绿色环保； 5.易于加工，施工简便。 主要用作家具、门扇窗框的龙骨框架、吊顶、隔断、地面和墙面装饰装修等。
	定向刨花板（OSB）		<ol style="list-style-type: none"> 1.具有独特的结构，表层刨片呈纵向排列，芯层刨片呈横向排列； 2.纵横交错的排列，重组了木质纹理结构，消除了木材内应力对加工的影响，具有良好的易加工性和防潮性； 3.内部为定向结构，无接头、无缝隙、裂痕，整体均匀性好，内部结合强度高，具有良好的握钉能力。 主要用于居室中的门框、暖气罩、窗帘盒、踢脚线等；亦可用作地板基材、木门骨材和门芯板以及木结构房屋的屋顶板、墙面板等。
	普通胶合板		<ol style="list-style-type: none"> 1.在制作过程中，能对原木资源进行合理有效的利用，提高了木材的利用率，是节约木材的一个重要途径； 2.普通胶合板的容重轻、抗弯性能好、纹理美观，弥补了一些木材自然生成的缺陷，具有很好的装饰性； 3.幅面大，不易变形，具有良好的力学性能及尺寸稳定性； 4.易于运输及加工，施工简便。 应用广泛，可在家居（家具、室内装修）、公共场所（展览馆、商场、酒店、会议室）等场合使用，主要用作内衬结构板材。

产品大类	产品名称	产品图例	产品简介
	石膏板		具有重量轻、强度较高、厚度较薄、加工方便以及保温、隔音绝热和防火、防虫、防蛀等性能特点。 主要用于公共场所、住宅等建筑的室内吊顶、墙面、隔断、内隔墙等装修。
木地板	实木地板		1.以整片木材直接加工而成,不存在粘接、复合等工序,是天然木材经烘干、加工后形成的地面装饰材料; 2.呈现出的天然原木纹理和色彩图案,给人以自然、柔和、富有亲和力的质感,具有绿色环保、脚感舒适的特点,且拥有冬暖夏凉、隔音隔热、调节湿度的功效。
	实木复合地板		1.以实木拼板或单板、浸渍纸、树脂薄膜为面层、单板或实木条为芯层制作而成;具有安全环保、尺寸稳定、不易变形的特点; 2.价格经济实惠,安装简单,易清洁打理,质量稳定,不易损坏; 3.浸渍纸饰面实木复合地板具有耐磨、耐刮擦、花色丰富的特点; 4.树脂薄膜饰面实木复合地板解决了地热环境地板表层开裂的问题,更适合用于地暖环境。
	强化地板		以一层或多层专用纸浸渍热固性氨基树脂,铺装在高密度纤维板等人造板基材表面,背面加平衡层、正面加耐磨层,经热压成型而成,是室内装饰装修中铺地材料。具有耐磨、耐刮擦、抗冲击、抗静电、耐污染、耐光照、耐香烟灼烧、花色丰富、安装方便、保养简单等特点。
科技木	科技木皮		具有色泽纹理丰富,厚度可随意刨切加工等特点,可仿天然珍贵材种产品及艺术、环保类产品。 广泛应用于木质品表面装饰、家具表面装饰,包括木饰面、地板面料、窗帘片、门等。
	科技木方		产品为长方体、尺寸方正,便于后续加工、利用率高,性质稳定,消除了木材应用难题。 用于刨切科技木皮或者实木类装修。
定制家居	衣柜		定制衣柜可以根据客户的需求任意设计,能实现空间的最大化利用,满足消费者个性化需求的同时,还能保证装修风格的整体协调性;依托大规模定制技术和信息化技术,打通销售端和制造端,能实现个性化产品的规模化柔性生产。 用于家庭收纳衣物、鞋、箱包等。

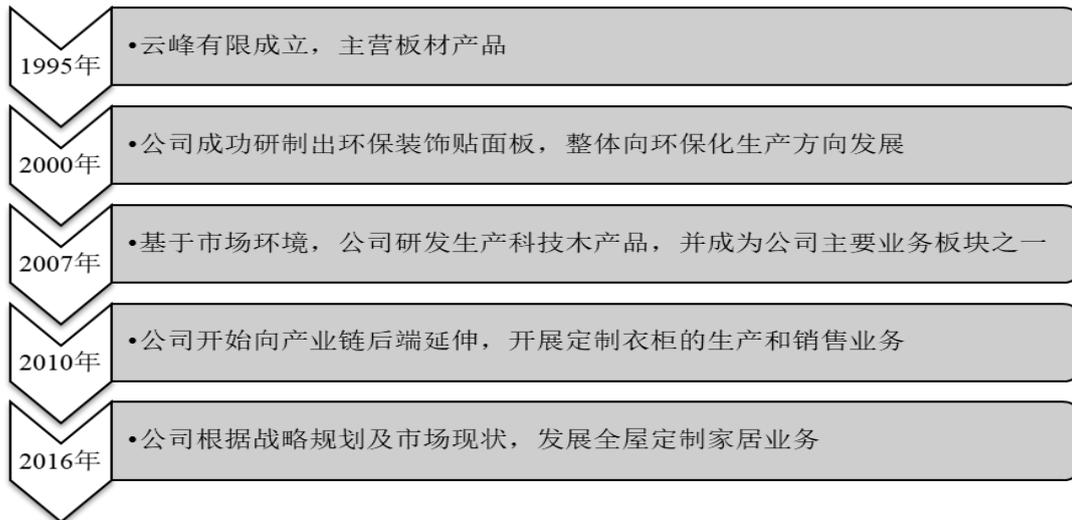
产品大类	产品名称	产品图例	产品简介
	橱柜		定制橱柜可以充分利用空间，且可根据客户的需求进行符合人体工程学的设计；通过对水槽区、烹饪区、备菜区、陈盘区等的合理布局，实现各类具备收纳、烹饪、洗涤功能的柜体、五金、电器等部件实现一体化，进而美观性和功能性兼备。用于家庭生活中的储物、烹饪、洗涤等。
	木门		<ol style="list-style-type: none"> 1.隔音降噪效果好，可改善居住环境； 2.装饰效果出色，可提升家居颜值； 3.具有保温、耐冲击等特性。

（二）公司设立以来主营业务、主要产品的演变情况

公司自成立以来，由室内装饰板材生产商逐步转型为室内装饰材料及全屋定制领域产品综合提供商。公司紧跟行业发展趋势，主营业务和主要产品经历多个演变过程，至今发展为多品类家居企业。

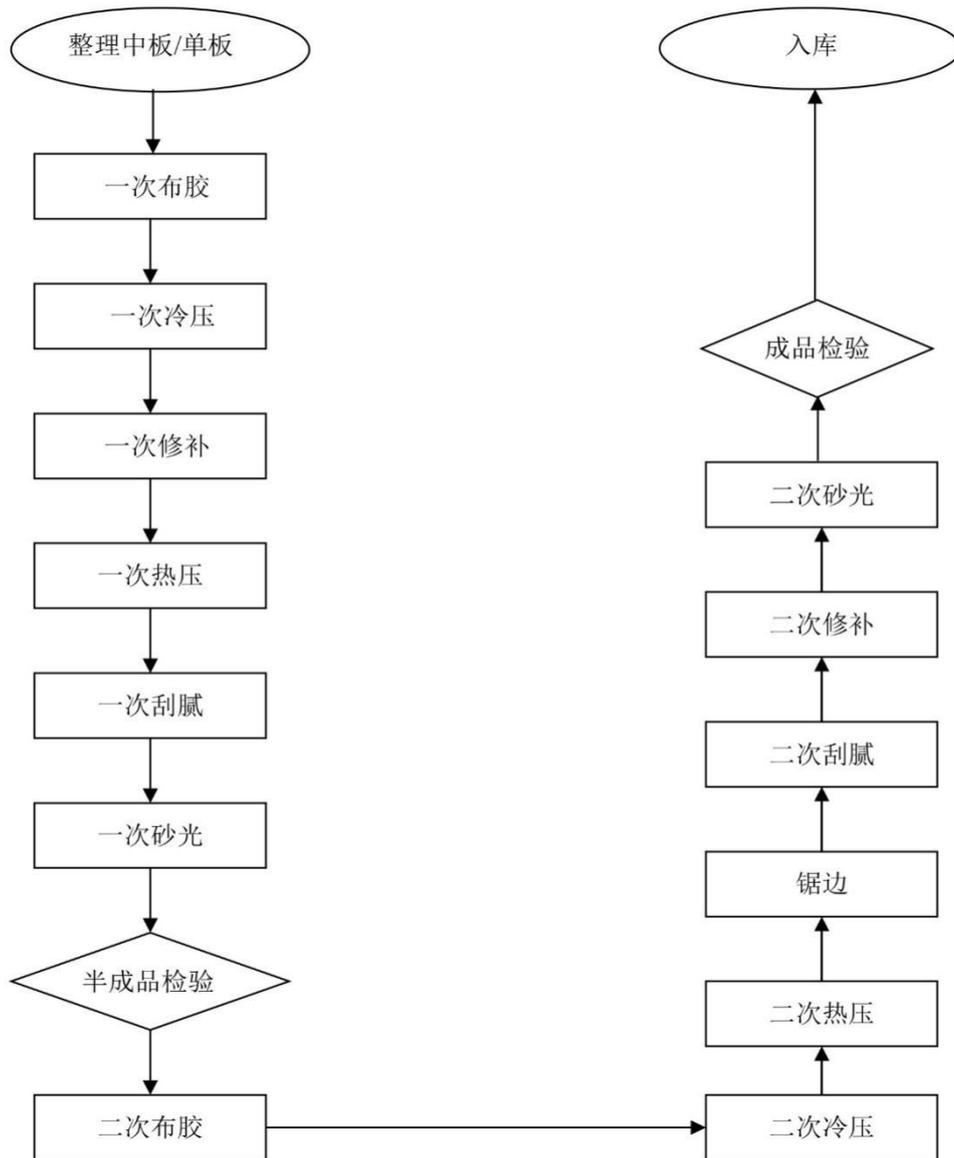
云峰有限成立于 1995 年，主要经营板材产品，生产规模较小；2000 年，公司成功研制出环保装饰贴面板，板材产品得到技术支撑，成为技术导向型产品，公司向环保化生产方向发展；2007 年，公司贯彻以科技为本的经营理念，并结合市场环境，公司开始发展科技木产品；2010 年，公司开展定制衣柜的生产和销售，通过对设计研发投入多项资源、对生产环节严格把控，定制衣柜业务得到较好发展；2016 年，鉴于公司产品种类的日趋丰富，开始发展全屋定制家居业务，标志着公司向多品类产品提供商方向迈进；目前，公司已形成以人造板、科技木、木地板等室内装饰材料及定制家居成品四大产品线业务。

未来，公司将持续提升生产工艺及研发设计水平，紧跟市场动向，为消费者提供品质优良、安全环保的家居产品。

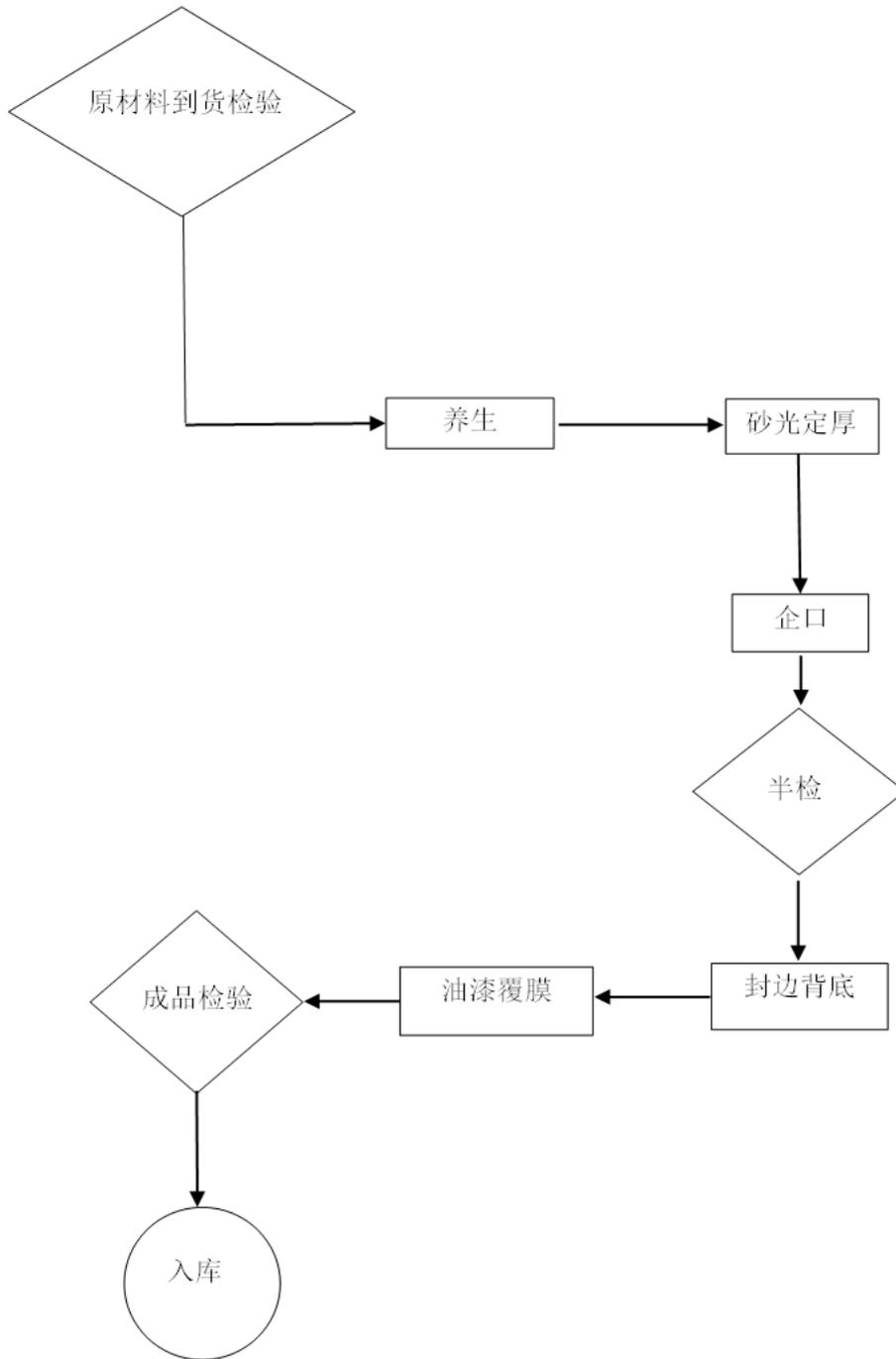


(三) 主要产品的生产工艺流程

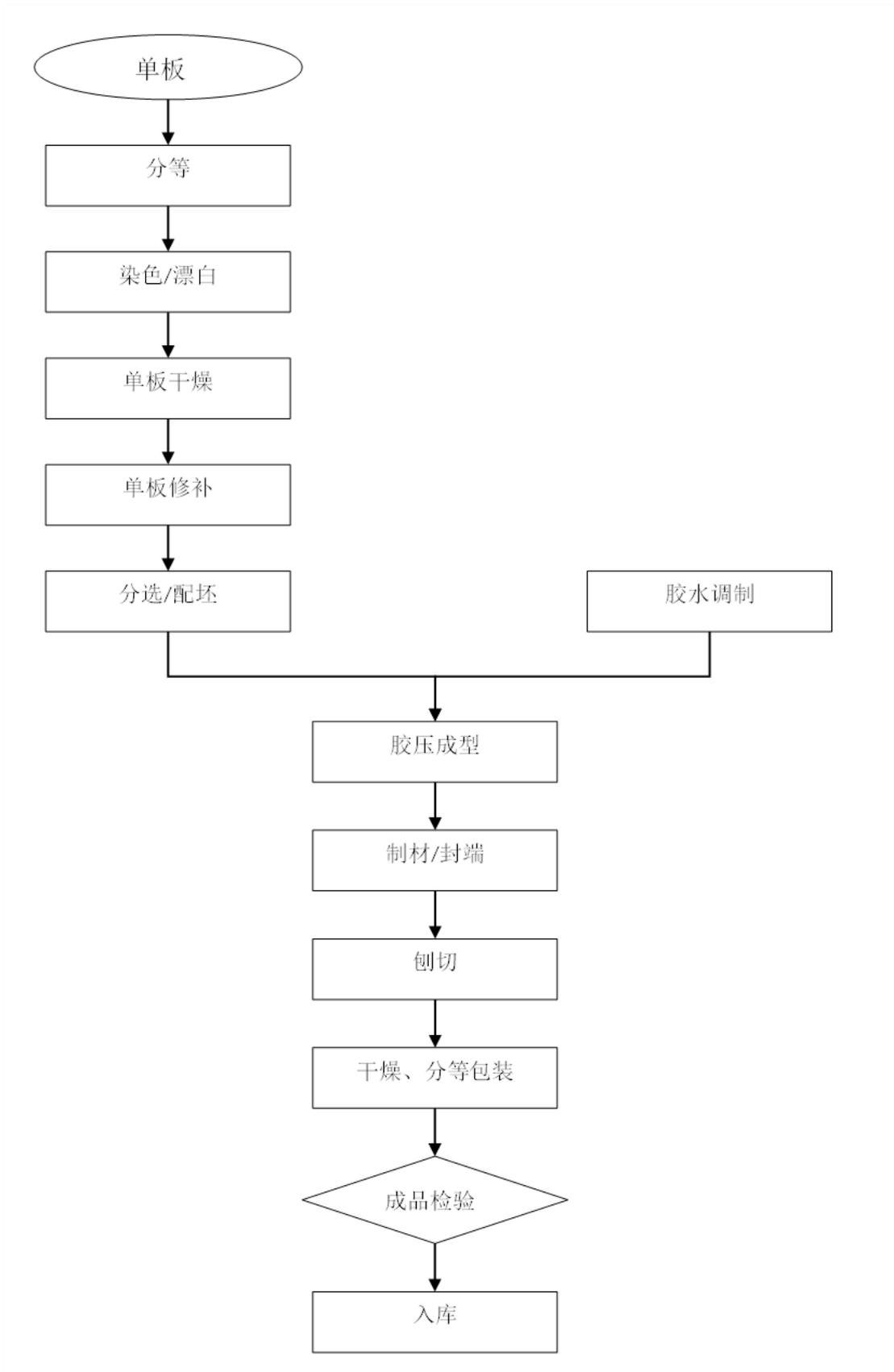
1、人造板—胶合板



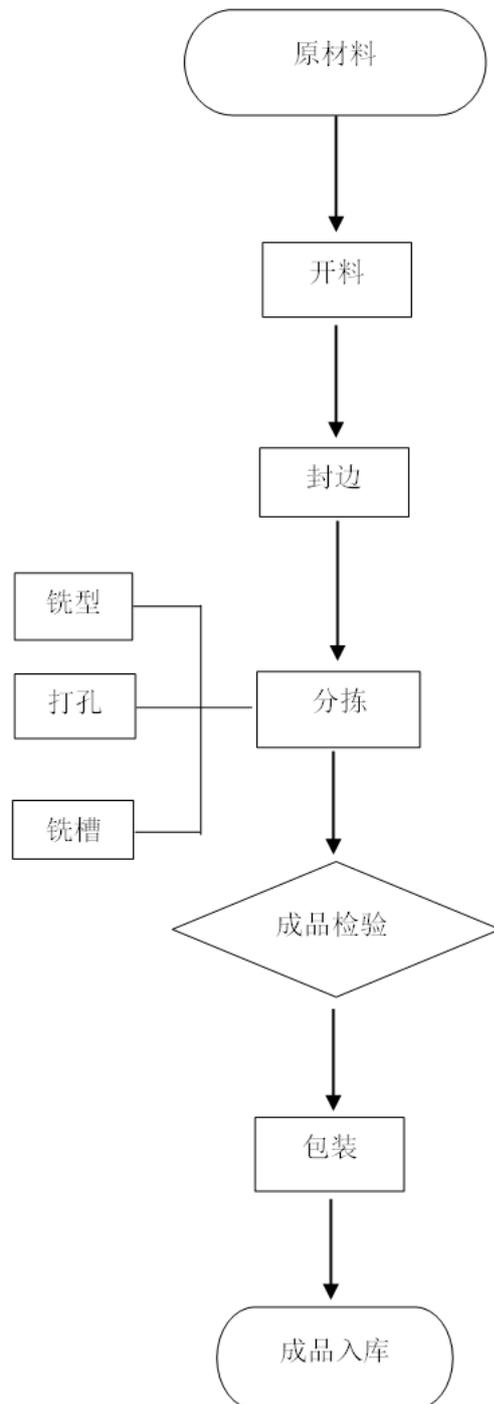
2、木地板—实木地板



3、科技木



4、定制家居



二、公司主要经营模式

(一) 采购模式

公司的采购包括自主生产原材料采购与 OEM 代工生产成品采购,具体如下:

（1）自主生产原材料采购

公司自主生产需要的原辅材料主要包括木质原料、三聚氰胺纸、封边带、胶粘剂、五金配件及包装辅材等。采购部门依据生产所需物料的规格、数量、质量、交期和价格等因素，选择合格供应商进行采购。

（2）OEM 代工生产成品采购

由于板材等产品具有一定的经济运输半径，公司将板材等产品主要通过 OEM 代工生产的形式进行采购，并直发至区域内的经销商。公司制定了《OEM 供应商管理制度》，对 OEM 供应商的准入与开发、维护与管理、评价与考核、质量与抽检等方面作出了详细规定。

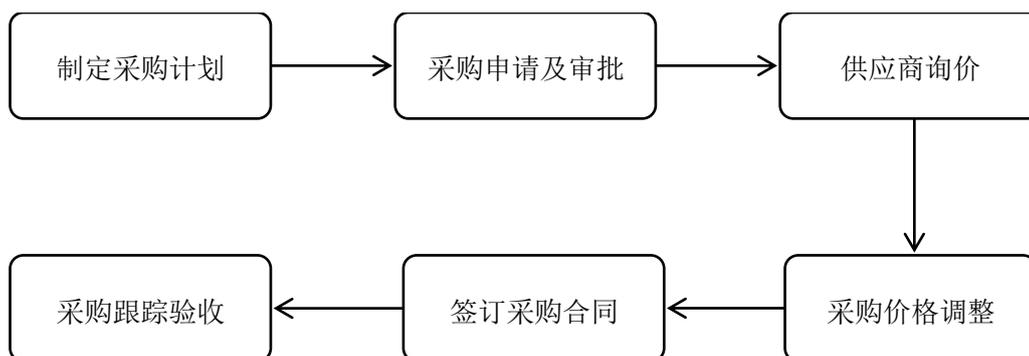
公司实行总部集中招标、子公司自行采购的采购模式，总部设有招标采购部，负责指导监督公司总部、子公司、事业部采购全流程工作；参与或审核采购归口管理部门的采购工作；制定、修订公司采购管理相关制度，督促总部各部门、子公司及事业部落实采购相关制度；以及公司招标、采购、询比价、供应商管理等采购相关工作。

子公司/事业部采购部门负责审核各需求部门年度采购计划、采购申请；对采购需求进行评估；参与总部组织的招标项目，负责子公司相关物资的询比价工作；管理采购订单、物资及服务的验收和入库；以及采购文档的汇总、整理和归档保管等工作。

公司建立了完整的供应链体系，从供应商选择、招标采购流程等各个方面做出严格规定，制定了《采购管理制度》《招标管理办法》《供应商管理制度》《OEM 供应商管理制度》等一系列制度以保证物资的采购符合公司需求。

1、采购流程

公司采购业务主要流程如下：



（1）制定采购计划

每年末，总部招标采购部组织各子公司及事业部制定年度采购计划；各子公司/事业部采购部门经理与所属子公司/事业部销售部门负责人结合上一年度采购情况及下一年度生产及销售目标，制定下一年度采购计划，报总部招标采购部；总部招标采购部汇总并进行平衡后，编制公司年度采购计划，包括采购物资种类、采购归口管理部门等详细内容，报总部采购分管领导审批。

（2）采购申请及审批

对于月度计划采购申请，各子公司/事业部生产经理及采购经理根据生产实际情况自行定义公司需进行月度计划采购的物资种类。原则上，常规类生产物资均需进行月度计划采购。

子公司/事业部生产部门根据库存情况及市场情况，提出月度采购申请，经生产部门经理、采购部门审核后，提交所属子公司/事业部负责人审批。审批通过后，归口管理部门提交总部招标采购部实施招标，子公司/事业部采购部按招标结果执行采购。

对于计划外采购申请，非月度计划采购的物资，子公司/事业部生产部门根据销售订单及生产安排，编制计划外采购申请，提交生产部门经理、采购部门经理审核，所属子公司/事业部负责人审批后，子公司/事业部采购部门填报《计划外采购流程审批表》，经审批后执行采购。

（3）供应商询价

采购部门选择有资质、有信誉、有经验的合格供应商二至三家或以上，将所购产品的名称、规格、品牌等相关信息发至供应商，由其提供报价；采购部门收

到供应商的报价后，对比各供应商的质量标准、规格型号、产品报价、付款方式等内容，进行初选供应商；采购部门整理供应商报价单，编制《询比价评估审批表》，提交所属采购主管、子公司/事业部负责人审批，审批通过后，采购归口管理部门执行采购。

（4）供应商价格调整

长期合作供应商如出现年度产品价格调整的情况，公司需事前获取相关信息提出调价申请，调价申请审批通过后执行新价格。总部/子公司/事业部采购部门获取供应商价格调整相关文件，填写调价申请表提交采购部经理审核，通过后提交所属子公司/事业部分管领导（如有）确认调整后价格，签署意见后提交所属总部采购分管领导审批。采购部门获取所属总部采购分管领导签署意见的调价申请表，按照签署意见执行，调价申请表同时抄送至总部招标采购部备案。

（5）签订采购合同

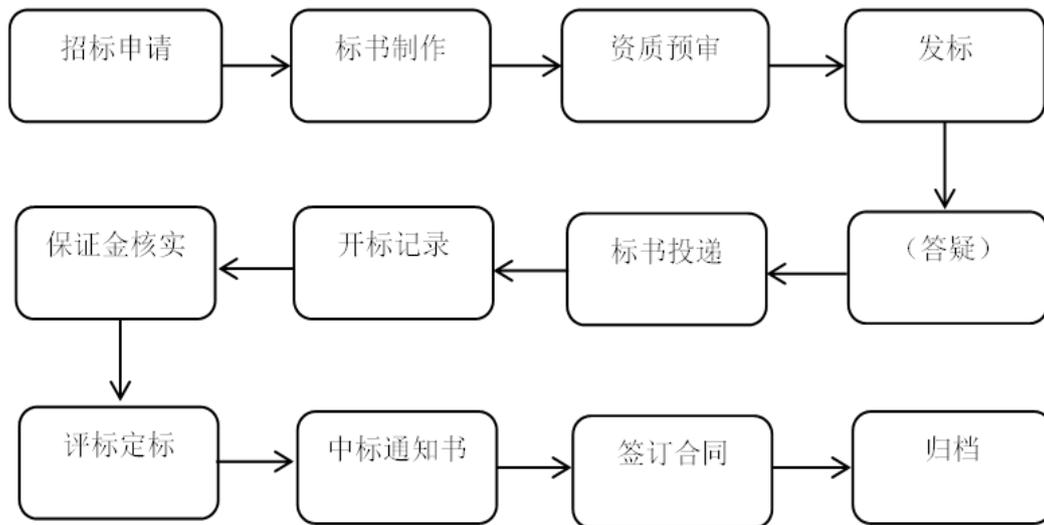
经常性采购事项可采用框架合同的方式，框架合同的期限一般为一年。框架合同签订审批参照《合同管理制度》。在框架协议到期时，归口管理部门需要进行市场调研对比，如原供应商各方面条件均符合公司采购需求同时价格公允，且在年度供应商评价中成绩合格以上，则可以选择沿用，但需重新进行合同签订。

（6）采购跟踪及验收

为确保交货准时，采购部门及时跟踪供应商发货情况；采购部门在日常工作中应做好采购记录，如供应商名称、数量、价格、订单交货日期、实际交货日期、总金额、跟催记录等，且根据不同维度归档相关资料；采购物资因故不能或可能无法按时采购到货时，采购部门应及时知会需求部门，并共同协商相应的对策。采购部门会同使用部门及质量管理部门在到货后对货物进行验收。验收不合格的，采购部门负责联系折让、退换货等，信息一并传送至相关部门。因物资质量不合格造成公司损失的，采购部门立即以书面形式反馈给供应商，向其提出索赔，同时上报所属子公司/事业部分管领导（如有）及负责人。

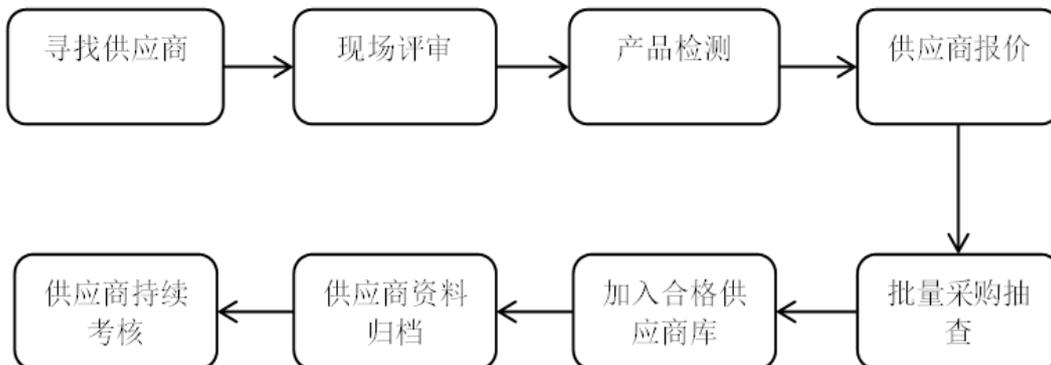
2、招标流程

公司制定了《招标管理办法》，对公司招标工作的基本程序和工作方法等进行了详细规定，公司招标程序主要包括以下流程。



3、供应商管理

公司制定了《供应商管理制度》和《OEM 供应商管理制度》，对供应商开发的操作流程、供应商评价及管理、供应商档案管理等进行了规定。公司对供应商的管理流程如下：



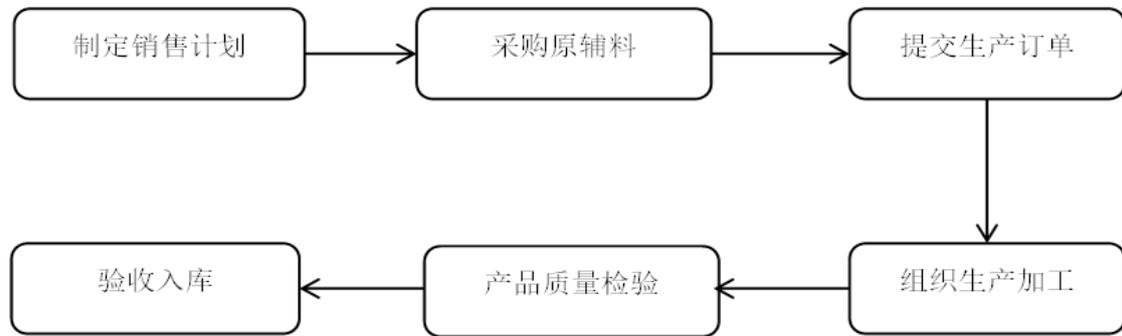
（二）生产模式

公司及各子公司主要采取以销定产的生产模式，根据客户的销售订单，由生产计划部门基于订单组织生产，公司根据生产经营实际需要，采用自主生产和OEM 生产相结合的方式安排生产。公司主要产品中，科技木和定制家居主要为自主生产，人造板和木地板主要为OEM 生产。

1、自主生产

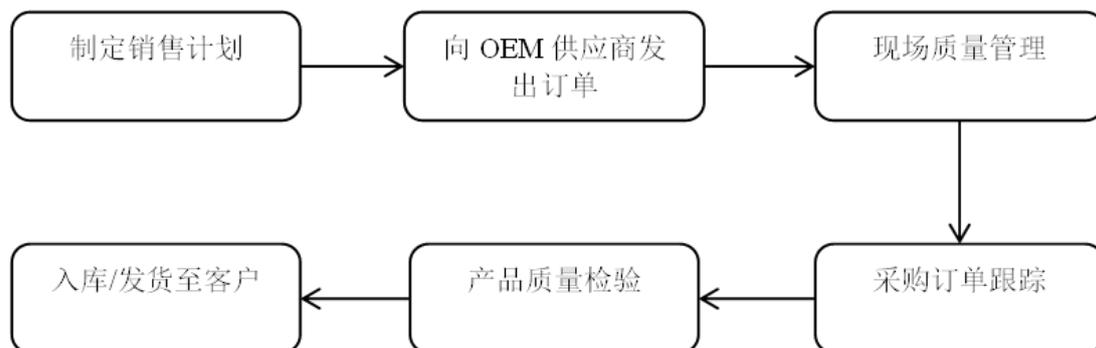
自主生产模式下，公司依靠自有场地、生产设备、技术和工人组织生产。公司及各子公司通过采购部门采购原材料、辅料和包装材料等，按照生产流程完成

整个产品的制造和包装，经检验合格后对外销售。在生产实施过程中，公司实施全面质量管理体系，通过对原辅材料供应商的资质评估、现场随机抽检、原辅材料到货检验以及生产过程各工段的产品检验，确保生产全过程的产品质量。公司自主生产主要流程如下：



2、OEM 生产

公司根据市场需求调研，对人造板等生产厂商进行资质、产能、质量等方面的考核，建立合格 OEM 供应商名录，并向 OEM 供应商派驻现场质量管理人员对产品生产进行监督抽检等。公司向合格名录中的 OEM 供应商提出产品的设计、规格、功能等方面的需求，由 OEM 供应商根据公司要求进行生产，检验后将商品发货至公司客户。公司 OEM 生产主要流程如下：



（三）销售模式

公司采取以经销为主、直销为辅的销售方式，经销方式主要包括经销商模式和商标授权模式，直销方式主要包括大宗业务模式等，各种销售模式具体如下：

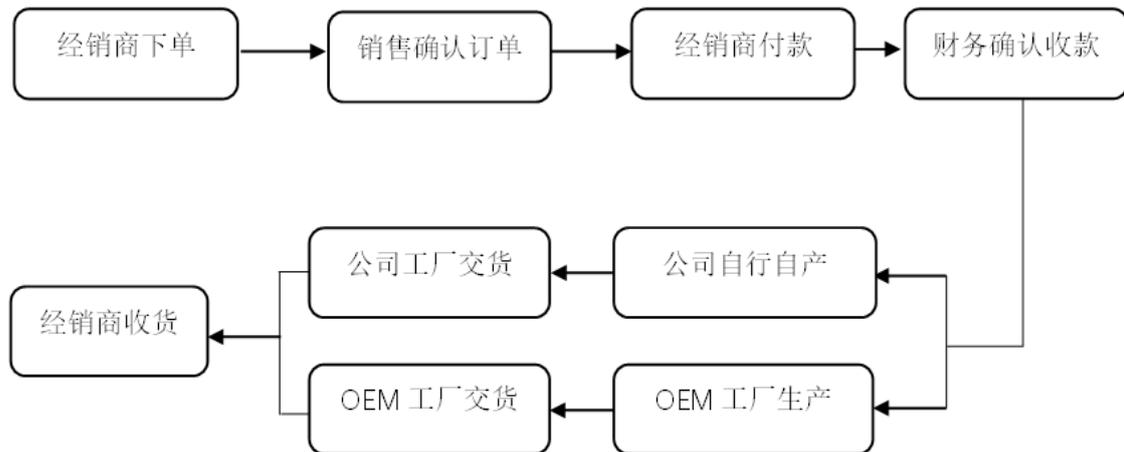
1、经销商模式

通过经销商门店销售是公司最主要的销售渠道，公司通过对经销商背景、信誉、行业经验等多方面进行考察，筛选出符合条件的经销商，并与其签订《经销

合同书》，授权其在特定区域内销售公司产品。

（1）销售业务流程

公司经销商销售模式主要业务流程如下：



①经销商在公司销售与供应链管理系统（简称“分销系统”）中下达订单。对于公司自行生产的产品，销售内勤部门接到订单后及时与仓库确认库存并由生产部门下达生产任务，对于委托 OEM 供应商代工生产的，经销商在公司供应商名录中选择就近的 OEM 供应商，由公司向 OEM 供应商下达采购订单；

②公司确认销售订单后，经销商付款并通知公司销售内勤部门，销售内勤部门与财务部确认收款信息；

③销售内勤确认款项已到账后，汇总客户需求，并编制交货单或 OEM 订单，发送至仓库进行备货或由 OEM 供应商代工生产；

④销售内勤跟踪发货情况。生产完工后，公司工厂交货或 OEM 供应商工厂交货，经销商提货并确认收货，财务进行收入确认。

（2）经销商管理

公司制定了《销售管理制度》《招商管理制度》《公司品牌广告投放管理制度》《广告物料基金管理制度》等一系列制度，对经销商的准入与开发、考核与管理等进行了详细规定。

①经销商准入

公司制定了《招商管理制度》，对经销商实行严格的准入管理，主要准入条

件包括：a、认同公司“莫干山”品牌的发展战略，愿意成为公司长期稳定的合作伙伴；b、有一定的资金实力，商业信誉良好以及完善的售后服务能力；c、维护莫干山品牌形象，接受公司的指导和监督，在合同约定的范围内合法经营；d、具有公司规定的营业面积；e、具备公司规定的电脑化网络订货系统的操作能力等。

②产品配送方式、运费承担方式

根据公司与经销商签订的《经销合同书》，产品交货地点为公司仓库或者OEM工厂，由经销商自行提货或由公司代办托运，运费及运输所产生的风险，均由经销商承担。

③信用政策

公司对经销商的货款采取款到发货的结算政策，对于部分优质、年度经销量大、信誉良好的经销商给予一定的信用期限和信用额度（月度、季度、年度），允许经销商在信用额度内的货款在信用期限到期时支付。

④产品定价政策

公司综合考虑产品的市场定位、所属品牌定位及影响力、同类产品过往价格和市场同类产品价格等因素确定价格指导体系，并根据产品竞争力评估、流通环节的合理利润等确定公司对经销商的供货价格。

⑤销售任务考核

经销商年度销售任务一般于签订年度经销合同时，根据经营规模、资金实力、营销能力、以前年度任务完成情况以及当地经济和人口状况等因素确定，并在经销合同中明确约定，按一定的时间周期完成合同约定销售任务。在合同期内，如经销商连续两个月未完成销售任务或者一个月未向公司进货的，公司依据评估结果，采取帮扶整改措施，整改后仍不能达标的经销商，公司可在经销商所在销售区域另行招商，并可取消合作。

⑥门店装修支持

新开店面、全新装修店面的样品以及局部整改、家装店、更换调整的样品等，统一按照公司结算价的规定折扣进行补贴支持，店面装修完毕验收合格后以抵扣货款的形式进行补贴。

⑦品牌运营费

品牌运营费系为扩大公司“莫干山”品牌知名度，提高产品销售的市场份额，鼓励经销商在经销区域内投放广告宣传，给予经销商广告支持的行为；由经销商向公司提出广告投入申请，公司结合经销商的销售状况、业务拓展情况以及所在区域市场竞争情况等因素收取，公司将收取的品牌运营费在经销商所在区域内一般按收取额度的双倍金额进行广告投放（即双方原则上按 1:1 的比例进行投入），具体比例由公司与经销商协商确定。

⑧经销商返利政策

为促进经销商完成全年销售任务，公司根据销售计划，结合各市场实际情况制定销售任务，并在经销合同中约定。公司按月对各经销商进行销售额统计和考核（结合少量的季度和年度平衡考核），针对各经销商任务达成情况，给予阶梯档次的销售折扣。

⑨退换货政策

公司与经销商采取买断式销售模式，如因公司工作失误造成货物错发（包括规格、品种、等级、外包标识与货物不符等），经协商经销商或用户无法接受的产品，以及因产品质量问题经修复、更换、协商，客户仍不能接受的产品，经销商可以予以退换货，其余情况公司不接受经销商的退换货。

⑩信息管理系统

公司建立了销售与供应链管理系统来管理经销商订单，经销商统一在系统内下单，公司接收到订单并审核无误后，向生产部门下达生产任务或向经销商指定的 OEM 供应商下达订单，OEM 供应商根据生产情况在系统内录入完工情况及发货情况。产品完成发货后，配送部门员工将系统内的订单同步导入 EAS 系统，EAS 系统生成相应的销售订单、发货通知单及销售出库单，财务部门根据经销商确认的销售单据完成收入入账。

为有效了解、监测经销商库存情况，报告期内，公司要求各经销体系的主要经销商按照公司要求定期盘点和报送库存数据，并鼓励经销商提高信息化水平以优化其财务核算和库存管理。

⑪经销商非专门销售发行人产品

报告期内，根据发行人与经销商签订的经销合同书，发行人未对经销商产品销售作出排他性限制，未强制要求经销商专门销售发行人产品。

⑫经销商中非法人单位情况

报告期内，发行人经销商中的非法人客户数量及占比情况如下：

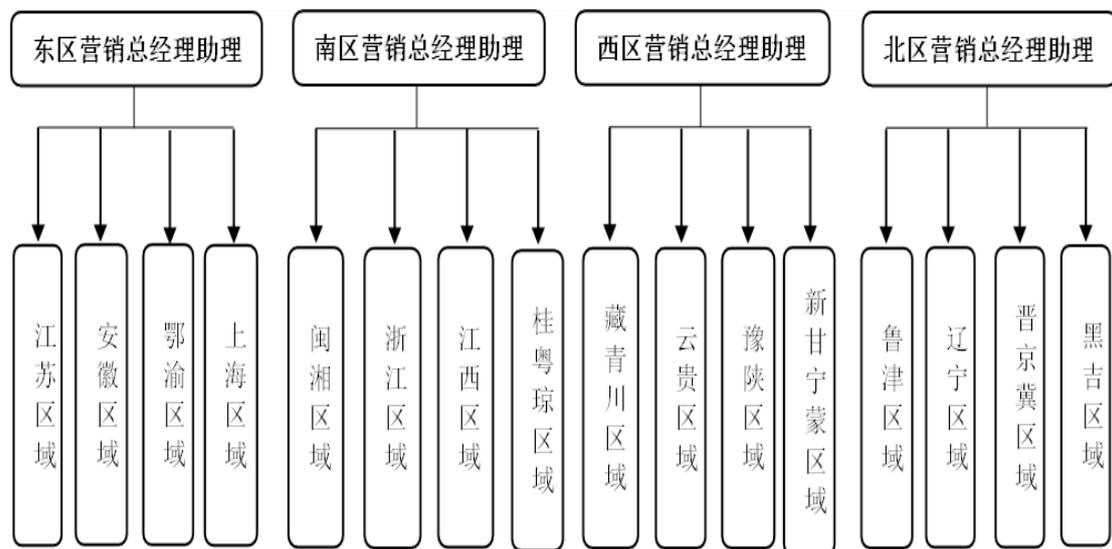
单位：万元

非法人经销商	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
家数	108	225	247	290
销售金额	9,681.55	24,128.61	24,382.31	26,525.23
占经销收入的比例	7.57%	8.89%	11.49%	13.48%

注：1、表中的“家数”系销售额在10万元以上的非法人家数，“销售金额”系所有非法人经销商的销售金额；2、表中经销收入系不含商标授权费的金额。

（3）经销商网络

报告期内，公司构建了遍布全国的近千家主要经销商营销网络，根据属地原则，将经销商按地理位置划分大区进行管理，如公司的人造板产品，各大区下面分别设有区域销售经理及销售员具体负责所在区域的相关销售工作。

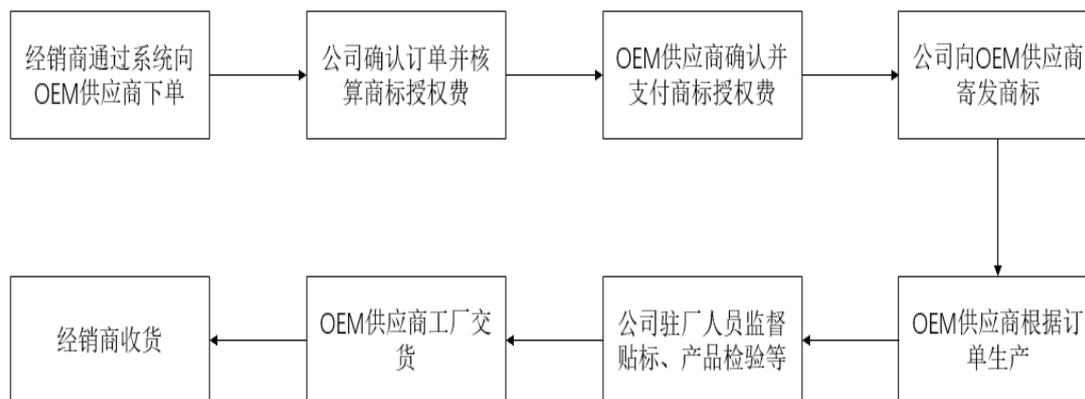


2、商标授权模式

商标授权销售模式是指公司作为品牌授权方，通过与被授权方签订《注册商标使用许可合同》，由公司许可被授权方使用公司“莫干山”等品牌的商标并向其收取商标授权费的销售模式。

（1）商标授权业务流程

公司商标授权销售模式主要业务流程如下：



（2）商标授权模式的收取标准

发行人商标授权模式的收取标准系根据人造板等授权产品的具体品种、销售区域以及市场竞争等情况确定，按人造板等授权产品的数量计算。

（3）商标授权模式的具体运作方式

发行人商标授权模式的具体运作方式如下：

①发行人作为品牌授权方，与被授权方（OEM 供应商）签订《注册商标使用许可合同》，以普通方式许可被授权方使用发行人“莫干山”等商标及图形进行授权产品的生产或销售；

②经销商通过发行人分销系统选择经授权的 OEM 供应商下达订单需求；

③经销商完成订单提交后，发行人分销系统根据经销商订单信息配比相应数量的商标标识，经发行人业务人员确认、营销人员审核后，形成 OEM 订单信息并同步至 EAS 订单；

④经销商订单确认后，发行人按照经销商提交的订单需求数量向被授权方收取商标授权费；

⑤OEM 供应商确认经销商下达的订单后，支付相应的商标授权费；发行人确认收到商标授权费款项后，商标专员填制商标领用单，经领用人、审批人签字后向仓库领取商标（标签物品），寄发至 OEM 供应商处，并由发行人驻场人员对商标进行核对；

⑥OEM 供应商根据经销商的订单需求安排生产，发行人驻场人员对 OEM

供应商进行产品生产和商标贴附的监督检查工作，确保产品质量和正品授权；生产完工并抽检合格后向经销商发货；

⑦OEM 供应商发货后，上传车辆信息、物流单、发货单，经销商对产品质量和数量无异议后，在分销系统中进行收货确认；

⑧发行人在分销系统中设定产品指导价格，OEM 供应商与经销商直接进行交易，双方在指导价格基础上经协商并确定最终成交价，收发货、收付款均是在 OEM 供应商与经销商之间完成。

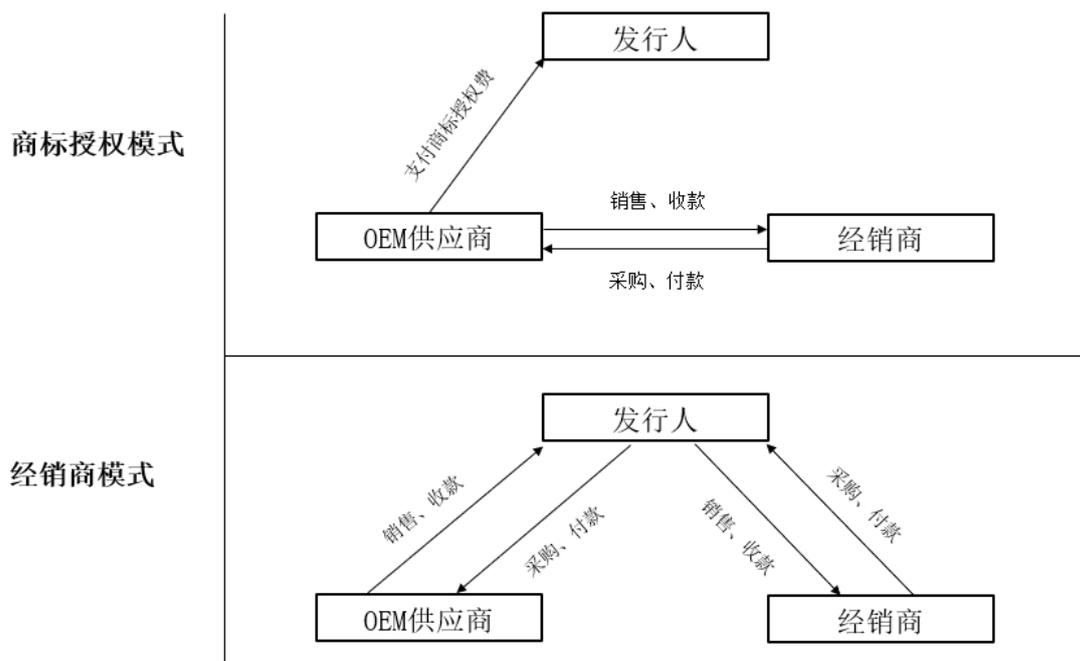
（4）商标授权模式的权利义务约定

根据发行人与被授权方签订的《注册商标使用许可合同》及相应的订单约定，发行人与被授权方的权利义务主要内容如下：

主体	权利	义务
发行人	①按许可合同和订单的约定收取商标许可使用费； ②抽查商品的质量；	保证所授权的商标标识为合法、有效的商标；
被授权方	按许可合同的约定使用被授权的商标	①保证使用许可商标的商品质量，维护商标信誉，自觉接受发行人的监督； ②未经发行人授权，被授权方除依许可合同的约定使用发行人商标外，不得以任何形式和理由将发行人注册商标许可第三方使用或以其他方式非法使用； ③在使用许可商标的商品上必须标明生产企业的名称和商品产地； ④不得在非许可的商品上使用许可的商标标识； ⑤使用许可的商标时，不得改变商标的文字、图形。

（5）商标授权模式与经销商模式的区别

OEM 代工生产情形下，公司销售存在商标授权模式和经销商模式，区别如下图所示：



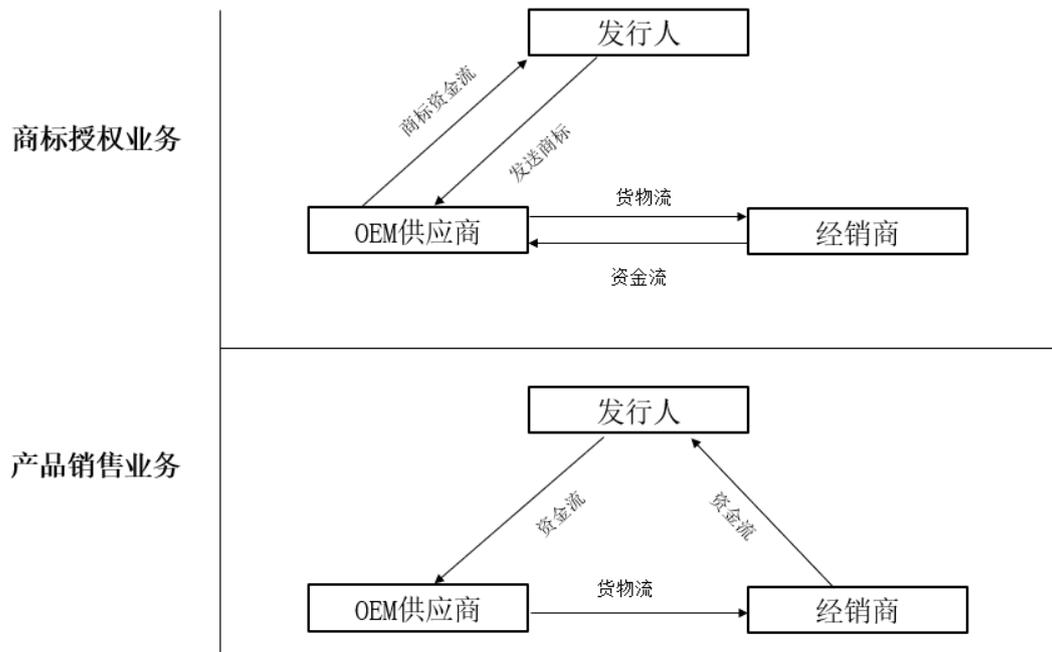
两种模式的具体区别如下：

序号	区别	商标授权模式	经销商模式
1	交易路径不同	发行人向 OEM 供应商只收取商标授权费，与 OEM 供应商/经销商不发生产品购销业务，由经销商向 OEM 供应商采购经发行人商标授权的产品	发行人向 OEM 供应商采购由其代工的产品，再向经销商销售
2	资金结算不同	发行人向 OEM 供应商按经授权产品的实际数量收取商标授权费款项	发行人向 OEM 供应商支付代工产品的采购货款后，再向经销商销售，收取产品的销售货款
3	存货风险不同	发行人未获得商品控制权，不承担存货在交付前的风险和向经销商交付存货的责任	发行人通过与 OEM 供应商签订采购合同，向 OEM 供应商采购代工产品并支付货款后，再向经销商进行销售，承担了在经销商签收确认前的相关存货风险
4	定价权不同	发行人向被授权方收取商标授权费，产品的购销由 OEM 供应商直接与经销商进行，发行人未控制 OEM 供应商与经销商之间的产品结算价格	根据发行人与经销商签订的经销合同书，产品的销售价格由发行人制定，且发行人可根据市场价格行情进行上下浮动，发行人具有产品的自主定价权
5	发票开具不同	发行人向 OEM 供应商开具商标授权费发票	OEM 供应商向发行人开具代工产品的销售发票，发行人向经销商销售并开具相应的产品销售发票
6	账务处理不同	发行人只需确认商标授权收入及相应的商标印刷成本，具体如下： 借：预收账款/应收账款-OEM 供应商 贷：主营业务收入-商标授权费	发行人需确认采购、销售等环节的产品成本和收入，具体如下： ①采购： 借：库存商品-代工产品 应交税费-应交增值税（进项税）

序号	区别	商标授权模式	经销商模式
		应交税费-应交增值税（销项税） 借：主营业务成本-商标制作费 贷：应付账款-商标制作商	贷：应付账款-OEM 供应商 ②销售： 借：预收账款/应收账款-经销商 贷：主营业务收入-代工产品 应交税费-应交增值税（销项税） ③结转成本： 借：主营业务成本-代工产品 贷：库存商品-代工产品

（6）商标授权业务及产品销售业务中，OEM 供应商供应的产品及相关资金流、货物流的具体差异

发行人商标授权业务和产品销售业务中，OEM 供应商供应的产品及相关资金流、货物流的差异如下图所示：



具体差异如下：

序号	差异项目	商标授权业务	产品销售业务
1	代工产品	主要为人造板，少量三聚氰胺纸和辅料	人造板、地板、科技木以及木门等家居成品
2	资金流	发行人根据与 OEM 供应商签订的《注册商标使用许可合同》，授权 OEM 供应商代工生产发行人产品，并向其收取商标授权费款项，产品完工后，OEM 供应商向经销商进行	发行人根据与 OEM 供应商签订的《采购合同》，向其采购代工产品并支付采购货款；采购后，发行人根据与经销商签订的《经销合同书》向其销售产品，并收取销售货款

序号	差异项目	商标授权业务	产品销售业务
		产品销售，相应的产品销售货款由经销商向 OEM 供应商支付	
3	货物流	经销商向经发行人授权的 OEM 供应商采购，货物从 OEM 供应商流向经销商	发行人向 OEM 供应商采购后再向经销商销售；由于人造板等产品体积大、重量重，具有一定的经济运输半径，且为更快捷的响应经销商订单需求，货物实物一般由 OEM 供应商生产基地直发至经销商

(7) 发行人参与 OEM 生产的具体环节及参与程度、对产品生产流程及质量的控制情况

发行人制定了《OEM 供应商管理制度》及《原辅材料及成品质量抽检管理制度》，OEM 供应商负责授权产品的生产，发行人外派驻场人员对 OEM 供应商生产的产品质量进行检验，并由发行人质量管理部门对 OEM 供应商提供的产品质量进行抽检。有关产品质量控制的具体内容如下：

①外派驻场人员质量检验

外派驻场人员必须坚持“公平、公正、公开”的原则，认真做好产品的外观、质量抽检工作，外观、质量抽检应依据现行有效的产品外观、质量验收标准实施抽样检验并做好记录；外派驻场人员对抽检中发现的问题应及时与 OEM 供应商进行沟通，杜绝类似缺陷的再次发生，同时做好产品理化性能检测的抽样、封样、送样等工作。

外派驻场人员按要求进行送检，应跟踪各批次理化性能检测结果，及时做好反馈工作，并结合公司的相关制度做好各批次产品的处置等工作，包括将检测结果（含不符合项的处理）及时反馈予相关部门及 OEM 供应商，为 OEM 供应商在生产过程中持续改进提供依据。

②发行人质量管理部门抽检

公司质量管理部门对 OEM 供应商提供的产品进行不定期抽查，具体以月度计划为准，如抽查合格率比较低的，需增加抽查次数或数量。具体抽检流程如下：

由质量管理部门抽检人员在现场确定抽检产品，对外观、质量进行抽检，形成外观、质量抽检单（抽检单必须有被抽检方及 OEM 驻场人员签字），同时在抽检过程中抽取理化性能检测样板，封存后邮寄至发行人家居研究院检测中心依

据相应产品标准进行理化测试。

发行人家居研究院检测中心理化测试完成后，通过 OA 系统将理化性能检验报告上传，各抽样送检人员对结果进行跟踪，对出现的异常情况应及时与相关部门、人员联系，反馈其结果。

各子公司/事业部应按月对送检的结果分批次进行汇总，并在次月 2 日前报于质量管理部门。质量管理部门每月将送检批次及抽检结果纳入相关单位质量管理人员的考核。

如抽检发现理化性能检测不合格，质量管理部门填写《检测不合格处理通报》或《整改通知》，报相关子公司/事业部的 OEM 管理部门及分管领导，由 OEM 管理部门备案后送达供应商，并在规定的时间内将结果以书面形式（包含处理图片和视频等）反馈质量管理部门。

③出现质量问题的处理措施

商标授权模式下，如产品出现质量问题，由 OEM 供应商向经销商进行补偿，公司协调认定和处理产品存在的质量缺陷并对 OEM 供应商扣除相应的保证金。公司作为莫干山品牌的拥有者，为了维护消费者的合法权益，维护自身的品牌价值，一直重视消费者权益保护，制定了《产品质量事故处理管理制度》，设置了 400 售后服务电话，并由专人对相关投诉进行记录，对消费者的投诉给予跟踪处理方案。

报告期内，发生 1 起因 OEM 供应商产品质量问题引致的纠纷，公司已与经销商及终端客户达成调解协议。2024 年 1 月，发行人已与该 OEM 供应商协商后达成赔偿协议，由该 OEM 供应商支付发行人 13 万元赔偿款项，该纠纷涉及金额较小，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响；除此之外，公司未接到经销商关于 OEM 供应商因产品质量问题对其拒不履行合同义务或者产品质量瑕疵担保义务的投诉或者反馈事件；也未发生消费者因产品质量问题与发行人之间发生重大纠纷、仲裁、诉讼等情形。

（8）商标授权业务风控制度和机制

对于商标授权业务，发行人主要在品牌、质量、合同履行等方面进行相应的风险控制，并建立了相应的机制，具体如下：

①品牌管理涉及的风险控制和机制

发行人制定了《商标管理制度》，详细规定了商标的使用和管理等内容；同时，根据发行人与 OEM 供应商签署的《注册商标使用许可合同》，被授权方应按许可合同的约定使用被授权的商标，具体包括：保证使用许可商标的商品质量，维护商标信誉，自觉接受发行人的监督；未经发行人授权，被授权方除依许可合同的约定使用发行人商标外，不得以任何形式和理由将发行人注册商标许可第三方使用或以其他方式非法使用；在使用许可商标的商品上必须标明生产企业的名称和商品产地；不得在非许可的商品上使用许可的商标标识；使用许可的商标时，不得改变商标的文字、图形。

②质量管理涉及的风险控制和机制

发行人制定了《OEM 供应商管理制度》《原辅材料及成品质量抽检管理制度》和《OEM 供应商手册》，详细规定了 OEM 供应商产品质量的相关内容；同时，根据发行人与 OEM 供应商签署的《注册商标使用许可合同》，对产品质量管理涉及的风险控制和机制进行了约定，具体内容如下：

A、OEM 供应商应当保证使用许可商标的商品质量，维护商标信誉，自觉接受公司的监督；具体措施为：OEM 供应商使用相关公司商标的产品，其质量不得低于订单中双方约定的标准。OEM 供应商应严格按不低于国家标准或公司企业标准的要求进行生产，公司有权不定期抽查商品质量。

B、OEM 供应商自愿接受并积极配合公司对其产品质量的监督检查及公司对不合格产品商品的处理要求。

C、公司可对 OEM 供应商生产的使用许可商标的产品进行不定期的检验或者抽查，对发现不合格的产品，有权要求 OEM 供应商作撤除相关商标的处理或者作销毁处理。公司检验或者抽查的质量标准按照相关授权产品的国家或行业（企业）标准执行。

D、OEM 供应商必须维护公司相关商标的声誉及品牌形象，保证产品质量，OEM 供应商在生产经营过程中的一切法律责任应由 OEM 供应商承担。

③合同履行涉及的风险控制和机制

商标授权业务开展过程中，发行人与 OEM 供应商签署了《注册商标使用许可合同》并制定了《OEM 供应商手册》，对产品质量、检测、保密等事项进行了约定，明确产品质量不合格的处理方式，并收取了相应的履约保证金。

发行人与经销商签署了《经销合同书》并制定了《经销商手册》，对质量问题处理、制假售假、窜货管理、售后服务管理等事项进行了约定。

OEM 供应商与经销商双方自行就交易价格、账期等达成协议并履行双方签订的供货合同，因发行人未获得产品控制权，不承担产品在交付前的风险和向经销商交付产品的责任。

（9）OEM 供应商和被授权商（即商标授权客户）的差异或共性

①截至目前，发行人不存在同一 OEM 供应商同时既是商标授权模式下的被授权商又是经销商模式下的 OEM 供应商的情形

为避免同一 OEM 供应商既是发行人经销商模式下的 OEM 供应商，又是发行人商标授权模式下的商标授权客户，发行人与 OEM 供应商协商确定其采取一种销售模式，即发行人根据 OEM 供应商的主营产品情况及区域内经销商的需求情况，协商确定其为发行人商标授权模式下的客户还是发行人经销商模式下的供应商。因此，一旦协商确定销售模式后，OEM 供应商不具有销售模式的选择权，同一 OEM 供应商不同时存在经销商模式和商标授权模式。

②两种模式下 OEM 供应商的盈利能力不存在较大差异

OEM 供应商的盈利情况主要取决于其自身的经营能力，与发行人的两种模式不存在直接关联。在考虑商标授权费的情况下，发行人向 OEM 供应商收取的商标授权费，OEM 供应商向经销商销售产品时会将相应的商标授权费增加至对经销商的销售价格中。因此，两种模式下，OEM 供应商向发行人销售或者向经销商销售的同类产品毛利基本一致，两种模式下 OEM 供应商盈利能力不存在较大差异。

③两种模式下的产品经营策略和产品设计情况

由于同一 OEM 供应商不同时存在经销商模式和商标授权模式，因此 OEM 供应商不存在需要安排被授权模式下的产品和 OEM 模式下的产品经营策略和

产品设计的情形，亦不存在平衡或选择 OEM 业务和被授权业务模式的情形。

两种业务模式下的 OEM 供应商的产品经营策略主要系根据其自身的制造能力、原材料情况、运输半径范围内的客户需求等情况进行确定，确定相应产品类别后，具体产品的设计、款式、质量均需符合发行人的技术要求、国家标准和企业标准、质量控制标准。两种业务模式在产品经营策略、产品设计、款式、质量、类别等方面不存在实质性差异。

④被授权商的销售价格不会对发行人经销产品构成冲击

两种模式下均主要是通过发行人的经销渠道实现最终销售，发行人在分销系统中根据生产成本情况、市场竞争情况等因素针对不同产品设定了指导价，指导价对两种业务模式均同样适用。商标授权模式下，OEM 供应商和经销商在统一的指导价范围内可以进行协商，最终交易价格可能会根据货款支付方式、账期而小幅调整，但由于市场竞争激烈、价格透明，调整的幅度通常较小，不存在被授权商的销售价格对发行人经销产品构成冲击的情形。

（10）前十大商标授权模式 OEM 供应商的经营情况

报告期各期，发行人对商标授权模式下的前十大 OEM 供应商销售金额如下：

单位：万元

序号	OEM 供应商	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	山东绿树源木业有限公司	897.59	6.03%	3,039.19	8.75%	2,543.16	9.76%	2,595.02	10.99%
2	费县千年森装饰板材厂	1,059.07	7.12%	2,055.18	5.92%	1,769.91	6.79%	1,762.11	7.46%
3	六安市叶集区瑞驰木业有限公司	483.60	3.25%	1,564.40	4.50%	953.42	3.66%	937.70	3.97%
4	霸州市胜芳镇久盛板厂	748.86	5.03%	1,557.45	4.48%	701.66	2.69%	763.18	3.23%
5	文安县保发木业有限公司	595.29	4.00%	1,409.09	4.06%	923.09	3.54%	788.65	3.34%
6	桃江县永利竹木制品有限责任公司	407.21	2.74%	1,031.69	2.97%	616.18	2.36%	796.04	3.37%
7	安徽省富士龙木业制品有限公司	373.84	2.51%	995.07	2.86%	748.40	2.87%	396.57	1.68%
8	沭阳县金鼎木业制品厂	85.50	0.57%	961.08	2.77%	852.82	3.27%	1,009.92	4.28%

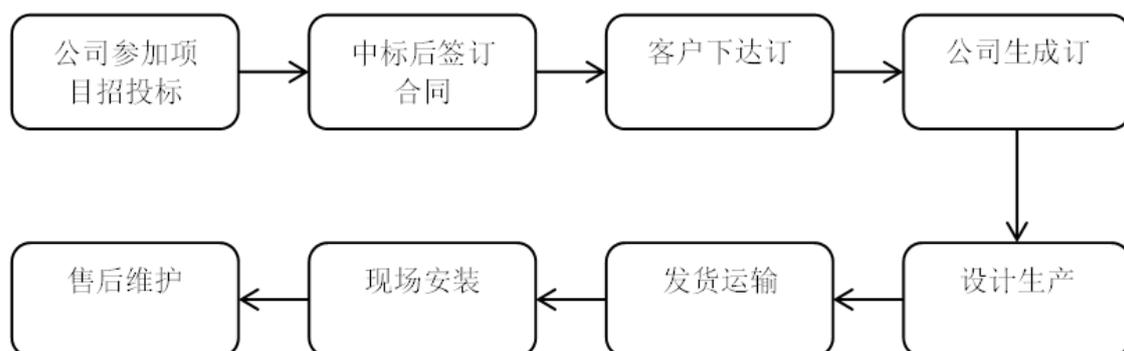
序号	OEM 供应商	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
9	德清县东旺木业有限公司	302.57	2.03%	911.10	2.62%	679.87	2.61%	1,068.25	4.52%
10	广西融水晨阳木业有限公司	349.33	2.35%	887.94	2.56%	1,084.23	4.16%	1,211.11	5.13%
11	嘉善万源家具有限公司	-	-	-	-	-	-	99.56	0.42%
	江山万园家具有限公司	381.49	2.56%	740.27	2.13%	585.58	2.25%	771.46	3.27%
12	山东隆饰木业有限公司	354.94	2.38%	640.10	1.84%	766.64	2.94%	1,155.99	4.89%
13	江苏蓝羊羊木业有限公司	272.82	1.83%	631.42	1.82%	584.93	2.24%	800.85	3.39%
14	嘉善福琳木业厂	-	-	-	-	-	-	38.71	0.16%
	江西鑫云木业有限公司	21.57	0.14%	525.97	1.51%	823.30	3.16%	627.87	2.66%
15	山东一是一木业有限公司	95.91	0.64%	368.86	1.06%	378.98	1.45%	830.95	3.52%
16	贵港市思扬木业有限公司	491.03	3.30%	661.16	1.90%	255.25	0.98%	192.38	0.81%
17	霸州市王庄子广泰木制品厂	446.20	3.00%	490.53	1.41%	185.91	0.71%	77.78	0.33%
18	贵港市唯雅木业有限公司	384.75	2.59%	720.10	2.07%	338.42	1.30%	112.51	0.48%
19	山东荣登堡家居有限公司	503.50	3.38%	765.93	2.20%	421.21	1.62%	245.38	1.04%
	广西荣登堡新材料有限公司	261.19	1.75%	165.56	0.48%	-	-	-	-
合计		8,516.28	57.22%	20,122.10	57.93%	15,212.95	58.37%	16,281.98	68.94%

注：上表占比系发行人对该 OEM 供应商商标授权收入/发行人商标授权总收入。

报告期内，发行人商标授权模式下的各期前十大 OEM 供应商共有 19 家，其营业收入、盈利水平与各自生产经营规模和经营管理水平相关。

3、大宗业务模式

大宗业务销售模式指公司通过直接与房地产企业或装饰装修等企业签订销售合同，按照合同约定完成发货、安装及验收等工作并收取货款。近年来，随着住宅精装修比例的不断提升，住宅精装修逐渐成为整体家居行业重要的利润增长点。公司亦正在发展整体家居产品的大宗业务，并鼓励各区域经销商在所在地开展大宗业务。



4、不同销售模式的定价策略

销售模式		定价策略
经销模式	经销商	公司综合考虑产品的市场定位、所属品牌定位及影响力、同类产品过往价格和市场同类产品价格等因素确定价格指导体系，并根据产品竞争力评估、流通环节的合理利润等确定公司对经销商的供货价格
	商标授权	公司商标授权模式主要运用在人造板产品上，商标授权费的定价系根据人造板的具体品种、销售区域以及市场竞争等情况确定
直销模式		发行人直销模式根据成本加成的方法，考虑同行业公司市场价、运费等因素综合确定。其中：大宗业务根据成本加成的方法进行报价，最终价格主要通过招投标方式确定

5、不同销售业务下客户验收程序等

报告期内，公司的销售业务类型包括经销商销售、商标授权业务、大宗业务以及出口业务等，不同销售业务下客户验收程序、运费承担、质量缺陷赔偿责任、款项结算条款、外销贸易条件、退货及销售折扣等情况如下：

销售业务类型	项目	具体内容
经销商	验收程序	经销商在公司仓库或者 OEM 仓库自行验收，验收确认后，在销售交货单/OEM 发货单上确认签字
	运费承担	经销商承担
	质量缺陷赔偿责任	产品质量缺陷经公司确认后，公司向经销商进行补偿；非产品质量或未按正常施工工艺及不配套使用公司产品所造成的产品质量损失，公司不负责补偿，但有义务向经销商提供有关处理问题的工艺方法，如系 OEM 供应商提供的产品，公司进一步向其追究产品质量责任
	款项结算条款	一般为款到发货，部分经销商存在一定额度的月度授信、季度授信或年度授信
	退换货	公司与经销商采取买断式销售模式，如因公司工作失误造成货物错发（包括规格、品种、等级、外包标识与货物不符等），经协商经销商或用户无法接受的产品，以及因产品质量问题经修复、更换、协商，客户仍不能接受的产品，经销商可以予以退换货，其余情况公司不接受经销商的退换货
	销售折扣	公司按月对各经销商进行销售额统计和考核（结合少量的季度和年度平衡考核），针对各经销商任务达成情况，给予阶梯档次的销售折扣

销售业务类型	项目	具体内容
商标授权	验收程序	商标授权涉及的产品由 OEM 供应商代工生产,经销商在 OEM 供应商仓库自行提货,产品验收确认后,在 OEM 发货单上确认签字
	运费承担	商标授权涉及的产品运输费用由经销商承担
	质量缺陷赔偿责任	商标授权涉及的产品质量缺陷由 OEM 供应商向经销商进行补偿,公司协调认定和处理产品存在的质量缺陷
	款项结算条款	经销商下单经公司确认后,OEM 供应商生产、发货前向被授权方收取商标授权费
	退换货	商标授权涉及的产品由经销商向 OEM 供应商退换货,经公司确认退货的,相应退回商标授权费
	销售折扣	不享受销售折扣
大宗业务	验收程序	多方(公司、客户、监理单位等)同时到场对产品进行验收,将验收情况记录并由各方签字确认
	运费承担	一般由公司承担
	质量缺陷赔偿责任	如果产品存在严重的缺陷(如施工平整度、色差、影响正常使用功能或不满足设计参数要求等问题),则退回给公司,给客户造成的损失由公司进行赔偿;如果产品存在一些轻微的缺陷,则公司给出纠正缺陷的措施,双方协商解决
	款项结算条款	分阶段收款,先由客户支付一定金额的定金或预付款,后续双方根据项目进度结算,约 2%-5%的尾款作为质保金待质保到期后收取
	退换货	质量不合格需按照客户的要求进行退换货
	销售折扣	不享受销售折扣
出口销售	验收程序	凭提单验货
	运费承担	公司承担货物到港口的运费
	外销贸易条件	FOB 或 CIF 方式
	质量缺陷赔偿责任	双方协商解决
	款项结算条款	预付款及结算款,其中:结算款授予一定信用期,不同客户不同支付比例及信用期
	退换货	不涉及退换货,存在产品质量问题的,进行相应的补偿
	销售折扣	不享受销售折扣

(四) 采用目前经营模式的原因、经营的稳定性及影响经营模式的关键因素

公司结合市场供需状况、上下游发展状况、产业政策、公司主营业务、主要产品、核心技术、自身发展阶段等因素,形成了目前的经营模式。公司上述经营模式已运行多年,经营稳定、模式成熟。公司经营模式及影响经营模式的关键因素在报告期内未发生重大变化,在可预见的未来也不会发生重大变化。

三、公司所处行业基本情况

公司主营业务为人造板、科技木、木地板等室内装饰材料及定制家居成品的设计、研发、生产和销售。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司人造板、科技木、木地板等室内装饰材料业务所处行业属于“C20 木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业”；衣柜、橱柜、木门等定制家居成品业务所处行业属于“C21 家具制造业”中“C2110 木制家具制造”。

（一）行业主管部门、行业监管体制及主要法律法规及政策

1、行业主管部门及监管体制

公司所属行业的行政主管部门是国家林业和草原局与国家工业和信息化部，行业市场监管部门是国家市场监督管理总局，行业自律组织为中国林产工业协会和中国家具协会。

（1）国家林业和草原局

国家林业和草原局负责林业和草原及其生态保护修复的监督管理。组织林业和草原生态保护修复和造林绿化工作；负责监督管理荒漠化防治工作；负责陆生野生动植物资源监督管理；负责监督管理各类自然保护地；负责推进林业和草原改革相关工作；拟订林业和草原资源优化配置及木材利用政策，拟订相关林业产业国家标准并监督实施，组织、指导林产品质量监督，指导生态扶贫相关工作。

（2）国家工业和信息化部

国家工业和信息化部负责提出新型工业化发展战略和政策，协调解决新型工业化进程中的重大问题，拟订并组织实施工业、通信业、信息化的发展规划，推进产业结构战略性调整和优化升级，推进信息化和工业化融合；制定并组织实施工业、通信业的行业规划、计划和产业政策，提出优化产业布局、结构的政策建议，起草相关法律法规草案，制定规章，拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作；监测分析工业、通信业运行态势，统计并发布相关信息，进行预测预警和信息引导，协调解决行业运行发展中的有关问题并提出政策建议，负责工业、通信业应急管理、产业安全和国防动员有关工作等。

（3）国家市场监督管理总局

国家市场监督管理总局负责市场综合监督管理；负责市场主体统一登记注册；

负责组织和指导市场监管综合执法工作；负责反垄断统一执法；负责监督管理市场秩序；负责宏观质量管理；负责产品质量安全监督管理；负责特种设备安全监督管理；负责食品安全监督管理综合协调；负责统一管理标准化工作；负责统一管理检验检测工作；负责统一管理、监督和综合协调全国认证认可工作。

（4）中国林产工业协会

中国林产工业协会负责组织企业制定本行业的《行规行约》，以建立行业自律机制，规范企业行为，促进企业平等竞争，提高行业整体素质，维护会员企业的合法权益；向会员企业宣传和贯彻国家政策，并向政府反映企业的意见和合理要求，为行业发展创造条件；协助政府有关部门进行本行业的管理工作，参与制定、修改本行业各类标准，组织行业标准的贯彻实施，推进行业质量管理工作；开展对全国林产工业行业调查研究，提出行业发展规划建议，为政府制定技术、经济政策和产业政策提供依据，为会员企业经营决策提供服务等。

（5）中国家具协会

中国家具协会负责提出行业发展规划和行业发展的方针政策；对行业产品结构、企业结构的调整，原材料基地的建设、投资指南和科技发展指南的制订提出建议，并接受政府或企业的委托对重大基建、计改项目参与或组织评估与咨询；协助制定行业标准，对行业检测、标准、信息等工作参与业务指导；参与行业重要产品的质量认证、质量监督；收集、分析国内外行业的技术经济信息，开展市场预测，及时反映行业重要情况，提出解决行业共性问题的建议等。

2、行业主要法律法规及政策

公司在生产经营过程中涉及的主要产业政策和法律法规如下表所示：

序号	文件名称	发文单位	发文时间	主要内容
1	《产业结构调整指导目录（2024年本）》	国家发展和改革委员会	2023年12月	“木、竹、草（包括秸秆、芦苇）人造板及其复合材料技术开发及应用”“木竹结构建筑和木（竹）质材料环保加工、循环节约利用、能源化技术开发与应用”属于鼓励类项目。
2	《中华人民共和国森林法》	全国人民代表大会常务委员会	2019年12月	把握国有林和集体林、公益林和商品林两条主线，建立和完善了森林资源保护管理制度，主要有森林权属制度、分类经营管理制度、森林资源保护制度、造林绿化制度、林木采伐制度和监督保障制度。
3	《国民经济和社会发展第十四个	国务院	2021年3月	促进先进制造业和现代服务业深度融合；改造提升传统产业，推动建材等原材料产业布局优

序号	文件名称	发文单位	发文时间	主要内容
	五年规划和 2035 年远景目标纲要》			化和结构调整，扩大轻工、纺织等优质产品供给，完善绿色制造体系；深化研发设计、生产制造、经营管理、市场服务等环节的数字化应用，培育发展个性定制、柔性制造等新模式。
4	《轻工业“十四五”高质量发展指导意见（2021-2025 年）》	中国轻工业联合会	2021 年 6 月	在绿色工厂、绿色产品、绿色园区、绿色供应链四个层面建立高效、清洁、低碳、循环的家具绿色制造体系。借助多种平台推动经贸合作，引领家具产业设计潮流和发展趋势，促进家具及上下游企业商贸对接和文化交流，建立协同创新、合作共赢的产业链协作关系。
5	《“十四五”林业草原保护发展规划纲要》	国家林业和草原局、国家发展和改革委员会	2021 年 7 月	推进木竹材精深加工，巩固提升人造板、木地板、木家具等传统优势产业。支持经济林、木竹材加工、林产化工、制浆造纸等产业绿色化数字化改造，推广节能环保和清洁生产技术，加快淘汰落后产能。加强产业品牌建设与保护，形成林草品牌体系。
6	《2030 年前碳达峰行动方案》	国务院	2021 年 10 月	推动建材行业碳达峰。加快推进绿色建材产品认证和应用推广，加强新型胶凝材料、低碳混凝土、木竹建材等低碳建材产品研发应用。
7	《“十四五”信息化和工业化深度融合发展规划》	工业和信息化部	2021 年 11 月	鼓励具有成熟经验和模式模式的个性化定制企业，基于自身个性化定制平台及模型库，培育形成一批集用户需求获取、研发设计、柔性生产、交付服务于一体的系统解决方案，加快大规模个性化定制模式的示范推广。
8	《“十四五”建筑业发展规划》	住房和城乡建设部	2022 年 1 月	推广绿色化、工业化、信息化、集约化、产业化建造方式，推动新一代信息技术与建筑业深度融合，积极培育新产品、新业态、新模式，减少材料和能源消耗，降低建造过程碳排放量，实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续发展。
9	《林草产业发展规划（2021-2025 年）》	国家林业和草原局	2022 年 2 月	推动木材加工产业全面绿色转型，鼓励企业实施环保设施和技术升级改造。完善人造板工业污染排放等环保标准。鼓励新型环保胶黏剂开发、应用和推广，逐步提高低醛和无醛木材加工产品的比例。巩固提升木地板、木家具、木门、木质乐器等传统优势产业，加快发展定制家居、木结构和木质建材、高性能木质重组材等新兴产业。积极发展循环经济，推广木材加工剩余物综合利用，探索建立废旧家具、木质包装等废弃木质材料回收利用体系。
10	《关于推动林产工业行业高质量发展的实施意见》	中国林产工业协会	2022 年 7 月	到 2025 年，我国林产工业创新能力明显增强，综合实力显著提升，行业主体处于全球价值链中高端，既能满足国内需求、又能适应国际市场变化的高质量持续发展格局基本形成。
11	《推进家居产业高质量发展行动方案》	工业和信息化部办公厅、住房和城乡建设部办公厅、商务部办公厅、市场监管总局办公厅	2022 年 8 月	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。开展个性化定制典型案例征集，推广集成场景化定制、智能家居定制、全屋定制等系统解决方案，推动企业由提供产品向提供“产品+服务”升级，培育一批服务型制造家居示范企业、平台等。
12	《关于印发建材行业碳达峰实施	工业和信息化部、国家发展	2022 年 11 月	构建绿色建材产品体系。将水泥、玻璃、陶瓷、石灰、墙体材料、木竹材等产品碳排放指标纳入

序号	文件名称	发文单位	发文时间	主要内容
	方案的通知》	和改革委员会、生态环境部、住房和城乡建设部		绿色建材标准体系，加快推进绿色建材产品认证，扩大绿色建材产品供给，提升绿色建材产品质量。大力提高建材产品深加工比例和产品附加值，加快向轻型化、集约化、制品化、高端化转型。
13	《商务部等13部门关于促进家居消费若干措施的通知》	商务部等13部门	2023年7月	鼓励有条件的地区出台针对性政策措施，引导企业提高家居消费供给质量和水平，提供更多高品质、个性化、定制化家居产品，加大优惠力度，支持居民更换或新购绿色智能家居产品、开展旧房装修。鼓励金融机构在依法合规、风险可控前提下，加强对家居消费的信贷支持。
14	《工业和信息化部等八部门关于加快传统制造业转型升级的指导意见》	工业和信息化部等八部门	2023年12月	着力增品种提品质创品牌。聚焦消费升级需求和薄弱环节，大力开发智能家居、绿色建材、工艺美术、老年用品、婴童用品等领域新产品。推动供给和需求良性互动，增加高端产品供给，加快产品迭代升级，分级打造中国消费名品方阵。实施卓越质量工程，推动企业健全完善先进质量管理体系，提高质量管理能力，全面提升产品质量。加快企业品牌、产业品牌、区域品牌建设，持续保护老字号，打造一批具有国际竞争力的“中国制造”高端品牌。推动传统制造业标准提档升级，完善企业技术改造标准，用先进标准体系倒逼质量提升、产品升级。
15	《绿色低碳转型产业指导目录（2024年版）》	国家发展改革委等十部门	2024年2月	明确了“农林废弃物综合利用装备制造”“农林废弃物综合利用”“木材高效加工及循环利用”等人造板相关的绿色低碳转型重点产业。
16	《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》	国务院	2024年3月	推动家装消费品换新。通过政府支持、企业让利等多种方式，支持居民开展旧房装修、厨卫等局部改造，持续推进居家适老化改造，积极培育智能家居等新型消费。推动家装样板间进商场、进社区、进平台，鼓励企业打造线上样板间，提供价格实惠的产品和服务，满足多样化消费需求。
17	《中共中央 国务院关于加快经济社会发展全面绿色转型的意见》	中共中央、国务院	2024年8月	推动传统产业绿色低碳改造升级。大力推动钢铁、有色、石化、化工、建材、造纸、印染等行业绿色低碳转型，推广节能低碳和清洁生产技术应用，推进工艺流程更新升级。推广绿色建造方式，优先选用绿色建材，深化扬尘污染综合治理。

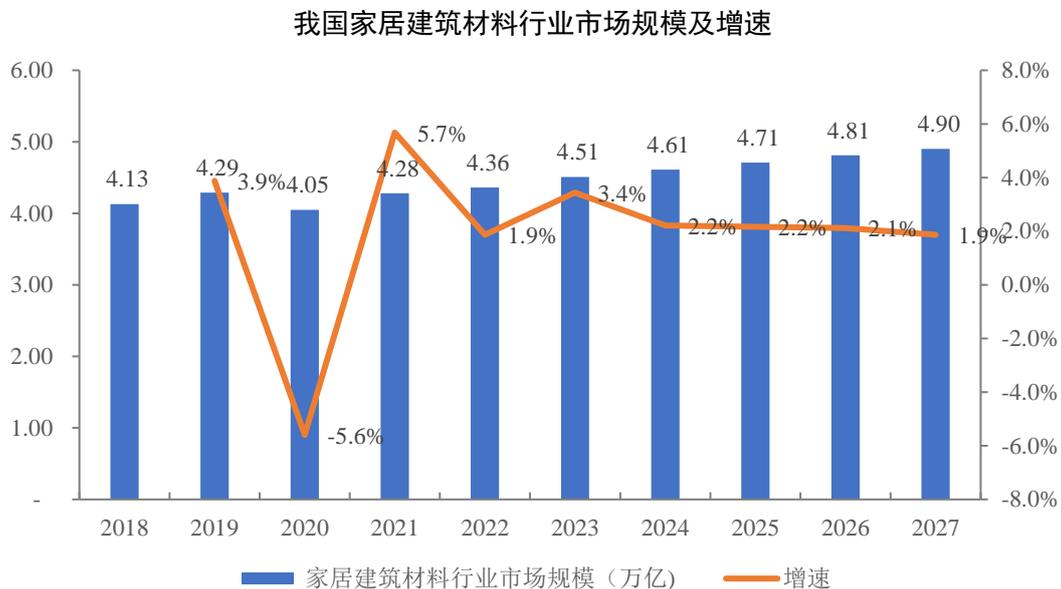
（二）公司所处行业的发展概况

1、我国装饰材料行业概况

装饰材料按用途主要分为两类：室内装饰材料与室外装饰材料，室内装饰材料有墙柜体装饰材料、地面装饰材料和吊顶装饰材料等，装饰材料位于建筑业整体产业链的后端，作用是进一步完善和美化建筑物、提高其质量及丰富其使用功能，行业发展跟房地产景气情况、家装市场行情息息相关，建筑物使用期内通常需要进行多次装修，因此装饰材料行业是一个需求持续的行业。

根据亿欧智库报告显示，随着我国居民人均可支配收入与消费支出水平的稳

步增长，家居家装领域消费投入也同步提高，推动我国家居建筑材料行业市场规模保持相对稳定的持续增长，预计到 2027 年，家居建筑材料市场规模将达到 4.90 万亿元。

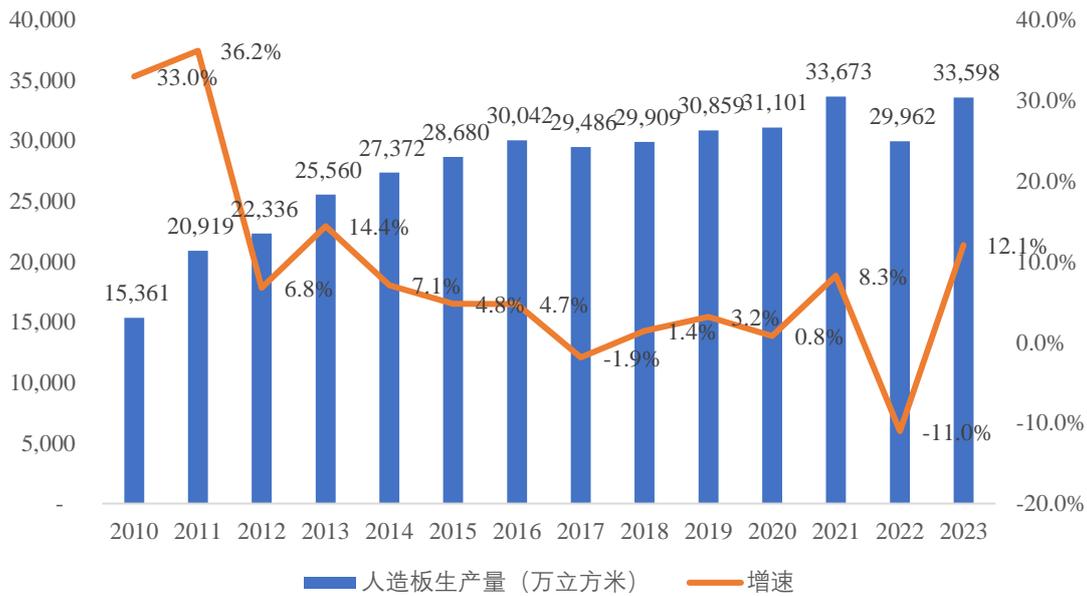


资料来源：国家统计局、亿欧智库

（1）人造板行业概况

人造板是以木材为原材料，经过一系列的机械加工分离成各种原材料，通过各种类别的胶粘剂或不添加胶粘剂合成或压制而成。由于纯木制产品对原材料要求过高、资源利用率低，人造板在加工时，充分利用了原材料的物理特性，对原材料要求较低，不但具备较高的资源利用率，而且物理性能较稳定，成为装饰板材中最主要的产品。根据中国林产工业协会、国家林业和草原局林产工业设计院发布的《中国人造板产业报告 2024》数据显示，2023 年我国人造板产量 33,598 万立方米，同比增长 12.1%，呈现恢复向好的发展态势，过去 10 年我国人造板产量年均增速接近 2.8%。

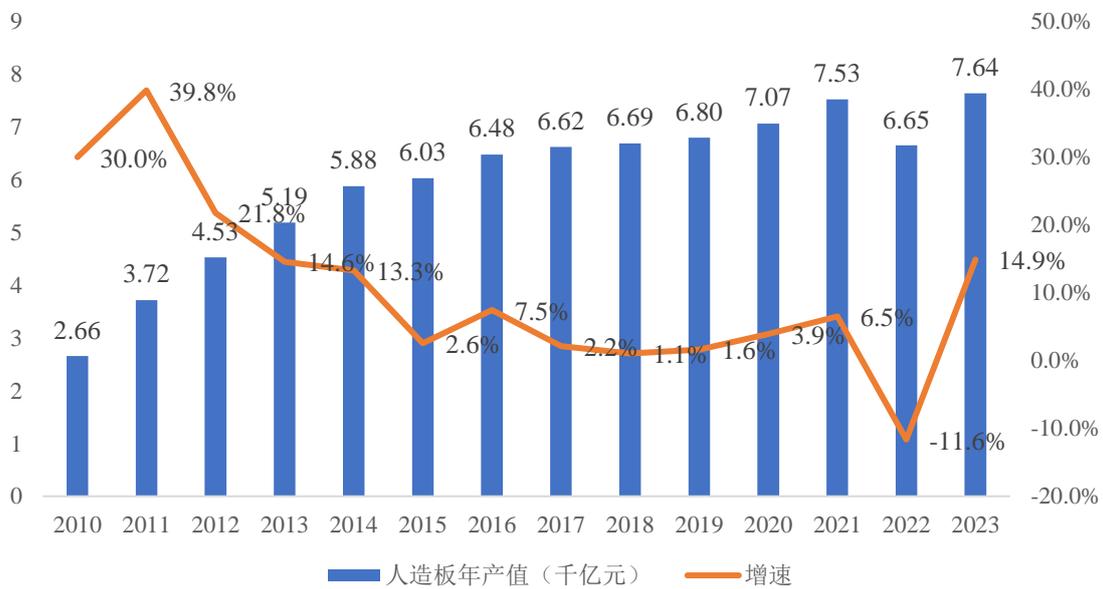
人造板生产量及增速



数据来源：《中国人造板产业报告 2024》

根据《中国人造板产业报告 2024》数据显示，2023 年我国人造板年产值达 7,640 亿元，同比增长 14.9%；过去 10 年我国人造板产品产值整体呈现递增的趋势，年均增速为 4.2%，与人造板产量发展趋势基本一致。

人造板年产值及增速



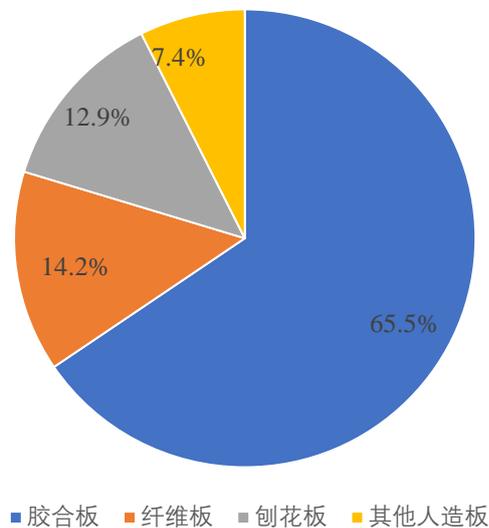
数据来源：《中国人造板产业报告 2024》

人造板根据成型方式分为胶合板、刨花板、纤维板、其他人造板四大类别，其延伸产品和深度加工产品种类众多，广泛应用于建筑装饰、家具生产、地板、产品包装等多个领域。胶合板是由速生林进行旋切成薄单板，通过干燥、胶粘剂

粘合，再经过加压等工序处理成型；刨花板是由刨花、木纤维料、木屑等原材料压制而成；纤维板是由刨花、树枝等废料通过破碎、研磨成木浆，再经干燥、加压等工序处理成型。

由于不同人造板的成型方式不同，其物理特性和应用领域也不同。胶合板的主要原材料是原木，结构的合理性和精密的加工过程使其物理特性很接近实木，但又克服了实木在实际使用当中易开裂变形的问题，由于胶合板有容重轻、强度高、施工方便、不翘曲、横纹抗拉力学性能好等优点，主要用于家具制造与建筑室内装修，其次是车箱制造以及包装等领域。刨花板结构均匀，各方向的性能基本相同，吸音和隔音性能好，表面平整，可进行各种贴面，主要用于制作定制家居及各类成品家具。纤维板表面光滑平整、材质细密、性能稳定、边缘牢固，而且表面装饰性好，易于二次成型，适合曲面及形状设计，主要用于强化木地板、门板、隔墙、家具等产品的制造上。胶合板是使用量最大的人造板品类，占总消费量的 **65.5%**，其次是纤维板，占总消费量的 **14.2%**，再次是刨花板，占总消费量的 **12.9%**。

2023 年人造板消费量占比



数据来源：《中国人造板产业报告 2024》

（2）木竹地板行业概况

21 世纪以来，受益于房地产行业的快速发展，我国木竹地板的消费量也在不断增长。近几年，由于房地产调控政策变化频繁，导致木竹地板行业销售有所波动。根据中国林产工业协会统计数据显示，**2023 年中国具有一定规模企业的**

木竹地板总销量约 32,220 万平方米，同比下降约 8.9%。

中国规模以上企业木竹地板销量及增速

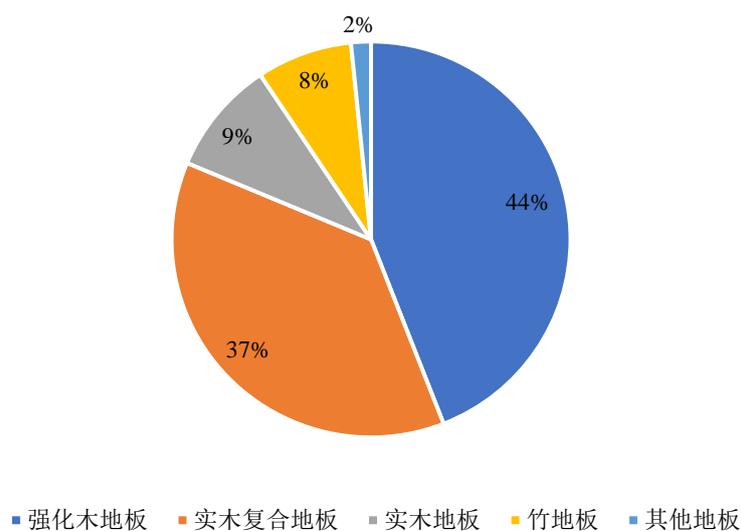


数据来源：中国林产工业协会

木竹地板产品按照结构和材料进行分类，主要分为强化复合地板、实木复合地板、实木地板、竹地板、其他地板五大类别。强化复合地板以刨花板或纤维板为基材，表层铺以一层或多层专用纸浸渍热固性氨基树脂，再加上耐磨层等热压而成；实木复合地板以实木拼板、单板或胶合板为基层，以实木拼板或单板为面板多层组合压制而成；实木地板是直接天然木材直接加工而成，分为涂饰和未涂饰两种；竹地板是以天然优质竹子为原料，经过特殊无害处理后高温高压制成。

强化复合地板因具有耐磨、耐腐蚀、耐冲击、防潮、易清理等多种优势，并且价格合理，能够满足广大消费者的生活需求，成为木地板行业最主要的产品种类，**2023**年强化复合地板占木地板市场总销量的**44%**；实木复合地板性能稳定，原材料相对于强化复合地板更环保、健康，能够实现大规模机械化生产，成为木地板行业市场占有率第二的产品种类，**2023**年实木复合地板占木地板市场总销量的**37%**；实木地板由于对木材资源依赖严重，此外国家对森林资源保护逐渐严格，并且实木地板的维护和保养较为繁琐，**2023**年实木地板的市场占有率仅为**9%**；竹地板有竹子的天然属性，不易生虫，耐用，但由于在国内的接受度并不高，**2023**年竹地板的市场占有率仅为**8%**。

不同木竹地板市场占比



数据来源：中国林产工业协会

（3）科技木行业概况

科技木学名重组装饰材，是以普通木材或速生木材为原材料，利用仿生学原理，采用电脑模拟设计对原材料进行各项技术改良生产出来的一种性能更加优越的全木质新型装饰材料，是木材加工领域前沿产品。科技木的纹理和色泽对标天然珍贵树木，通过调色、层积、模压等工艺，使速生木材仿真成天然木材，因此科技木既保留了天然木材的自然物理属性，又利用其工艺弥补了天然木材的缺陷。

科技木相比天然木材，具备诸多优势，第一，科技木是以普通木材或者速生木材作为原材料，这些原材料可再生、来源广、保有量大，取材更方便；第二，科技木利用仿生学原理，采用电脑模拟设计，并且运用美化技术，既能创造出高度仿真的木材，同时也能创造出其他艺术感的花纹，极大的满足了个性化装修的需求；第三，科技木是人为加工而成，克服了天然木材的虫孔、节疤、腐朽、色变、色差等自然缺陷，其纹理具备一定的规律性，可使制造出来的产品在拼接时更加美观、完美；第四，科技木的加工工艺十分完善，在天然木材的基础上进行了强化，使产品稳定性更高，在防潮防腐、翘曲变形等方面比天然木材更优越；第五，科技木在加工时，木材综合利用率较高，在天然木材加工过程中原料浪费较少。

科技木目前主要用来满足家装、工程等装修需求，使用范围大致分为家装用途、工装用途、商品用途三块，但由于其卓越的性能，几乎只要是木材涉及的领

域均有用武之地。科技木由于目前使用方式和市场普及度等原因，市场规模较小，但是行业增速较快，同行业可比公司兔宝宝科技木业务收入由 2016 年的 1.04 亿元增长至 2021 年的 1.83 亿元，随着生产技术的不断进步，科技木作为一种创新的饰面材料，在家装、工程、家具厂等多领域将会得到越来越多生产商或消费者的认可，市场规模也会不断扩大。

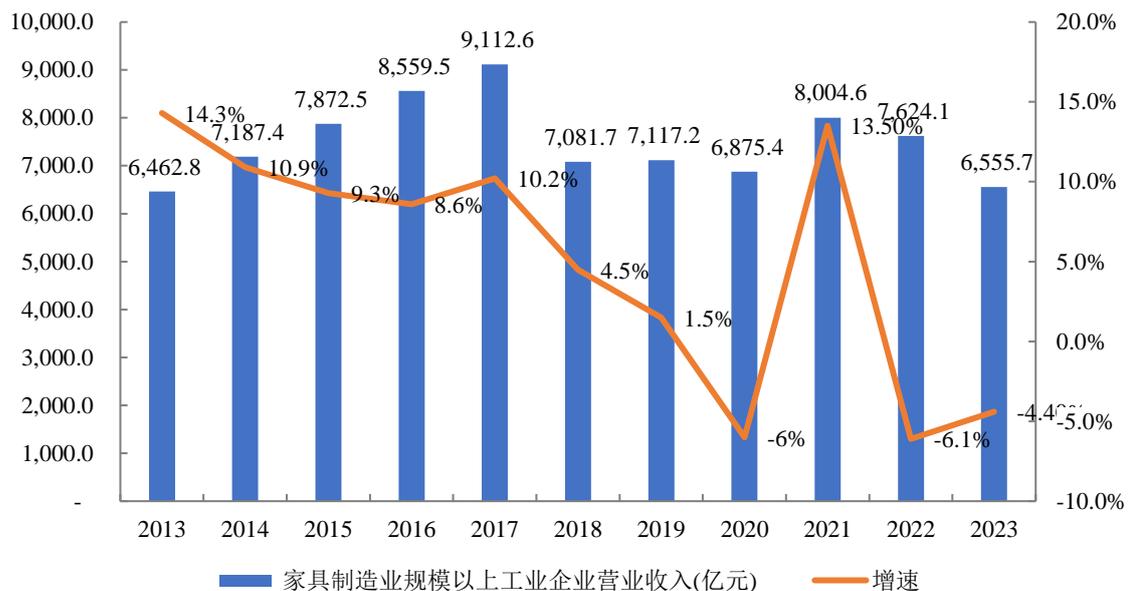
2、我国家具行业概况

（1）家具行业概况

随着我国经济的持续发展，国内生产总值的不断上升，居民可支配收入不断提高，城镇化率不断提升，居民的生活质量不断改善，我国家具行业发展迅速。目前，我国家具行业的产业规模已经较为庞大，业内企业的自动化程度随着行业成熟度的提高而提升，生产工艺流程更加完善，在国际市场中的竞争能力逐渐提高。

根据国家统计局的数据显示，我国规模以上家具制造业的营业收入增速在 2013 年至 2019 年均保持正增长；2020 年、2022 年及 2023 年受经济下行及房地产政策国家宏观调控等因素影响，家具制造业规模以上工业企业营业收入稍有下滑。近年来，由于消费主体年轻化和消费能力升级，家具市场呈现出新的需求，个性化和多元化成为市场的主流，导致行业产业链条延长，市场的竞争格局发生变化，企业纷纷在渠道创新、信息化建设、产品研发等方向上发力。由于房地产调控政策的出台，国内商品房的销售面积增长速度下滑，拖累了家具行业的增长，导致家具制造业规模以上企业营业收入增速下降。

家具制造业规模以上工业企业营业收入及增速



数据来源：国家统计局

但行业的长期健康发展并没有受到短期增速下滑的影响，根据国家统计局数据显示，2013-2023年家具制造业规模以上工业企业单位数每年均保持正增长。未来，随着经济的持续增长，居民生活水平的进一步提高，再加上我国具备较为丰富的原材料和劳动力资源，产业链的进一步完善，我国的家具产业将保持持续的健康发展。

家具制造业规模以上工业企业单位数及增速



数据来源：国家统计局

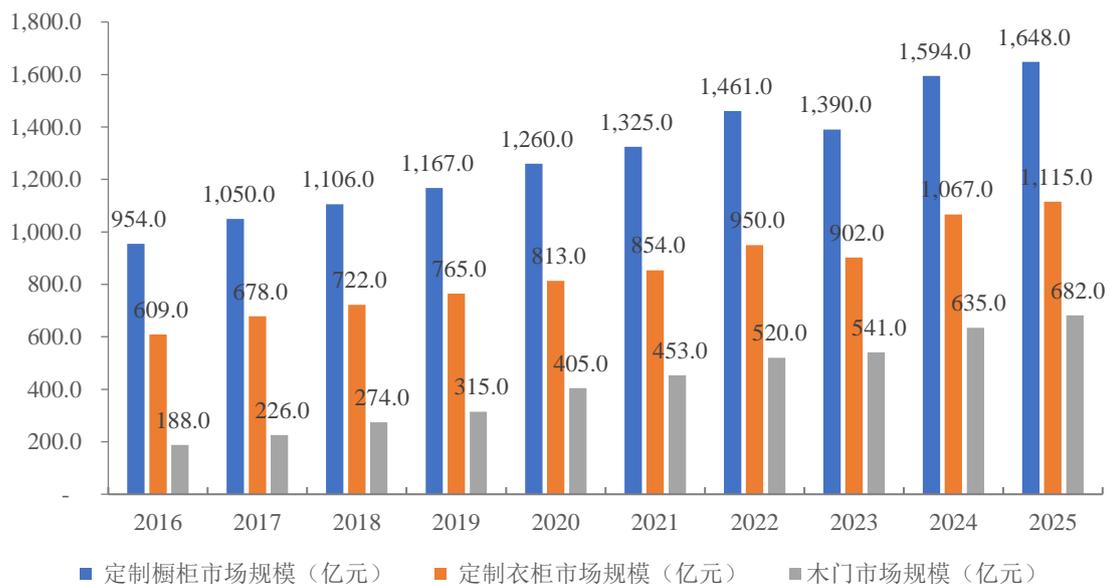
（2）定制家居行业概况

定制家居属于家具行业的细分行业,定制家居是指结合个人喜好、房间户型、空间布局等定做的个性化家具。定制家居相比于传统家具在家具风格、材料选择、尺寸大小等方面具备优势,家具风格方面,定制家居的风格与房屋的整体装饰风格相匹配,可以提高房屋装修的协调程度;材料选择方面,定制家居企业通过对原材料的严格把关,使家居更加健康、环保;尺寸大小方面,定制家居是按照消费者的户型进行个性化的定制,能够最大程度贴合消费者住所的尺寸,有效利用每一片空间,减少空间浪费。随着信息产业的发展,企业解决个性化产品的规模化生产能力逐步提高,定制家居的整体产品质量将更上一个台阶;同时,随着国内消费水平的提升与消费观念的改变,渗透率亦将进一步提高。

我国的定制家居目前主要集中于定制橱柜、定制衣柜等领域。定制橱柜是由柜体、门板、五金件、台面、功能配件等组成,其特点是将厨房所需要的各个部件通过定制化的设计,按照客户家中厨房结构、大小以及客户的实际需求进行整体设计、施工,使厨房变成一个整体。定制橱柜由于其设计优越、使用效果上佳,在定制家居行业中起步最早,2016年市场规模为954亿元,目前处于稳步增长的态势,是定制家居市场中最重要领域,预计2025年市场规模将达到1,648亿元。随着居民生活水平及个性化需求的提升,定制橱柜的市场渗透率将进一步提高。

在定制衣柜产品出现之前,家庭衣柜主要以手工打制衣柜及家具厂成品衣柜组成,手工打制衣柜的工艺参差不齐、原材料使用有好有坏,导致衣柜出品后品质无法保障;家具厂成品衣柜的设计标准化和大众化,很难契合客户整体的装修风格,尺寸大小也无法完美贴合客户的实际户型,导致不美观、空间浪费等问题。定制衣柜产品的出现弥补了手工打制衣柜的工艺、原材料问题的同时,完美贴合了客户对风格、尺寸的要求。定制衣柜市场相对于定制橱柜市场起步较晚,2016年定制衣柜市场规模609亿元,预计2025年市场规模将达到1,115亿元。木门及其他定制类柜体是目前各大定制家具企业依托定制化经验逐步推出的品类,2016年木门市场规模仅为188亿元,预计2025年市场规模将达到682亿元,市场规模增长速度较快。

定制橱柜、定制衣柜和木门市场规模及增速



数据来源：申万宏源研究

（3）全屋定制家居行业概况

随着定制家居供应链的完善，信息技术和设计理念不断成熟，全屋定制家居行业应运而生。全屋定制家居通过统一的风格设计、空间布局、功能选择、材料选定为客户提供全套的个性化家居定制。与传统的家具行业相比，全屋定制家居是以客户为中心，以全包服务作为产品概念，为客户提供一整套空间配置的解决方案。

全屋定制业务在我国刚刚兴起，受益于客户结构年轻化、互联网家装等因素推动，发展十分迅速。目前，全屋定制家居行业主要有互联网家装公司、传统家装公司、定制家居公司三类参与主体。互联网家装公司依托于互联网平台进行自营，打造一站式装修平台，但由于对线下产品和施工的把控能力较弱，目前主要以平台模式为主；传统家装公司依托于较强的家具制造能力推出整合模式，但是由于全屋定制的流程较为复杂，施工过程存在很大的不确定性，目前发展规模较小；定制家居企业依托于定制家居的完善产品线和定制经验，在全屋定制家居市场发展最为迅速，最有希望从众多市场参与者当中脱颖而出。

（三）行业发展趋势

1、室内装饰材料产品健康环保要求不断提高

随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，消费者对产品的要求更加全面

化,不仅需要家居产品美观耐用,还需要产品健康环保,绿色家居理念深入人心,中国家居行业未来朝着绿色发展与绿色消费的方向成为必然。装饰板材作为家居产品的主要原材料,受到消费者的持续关注,衡量装饰板材健康环保程度最重要的指标是甲醛释放量,同样也是家居产品最重要的环保指标之一,行业目前使用的环保标准为国家环保标准 E₁ 级,标准要求的甲醛释放量低于 0.124 mg/m³,部分企业通过研发优化生产过程,已经将产品朝着国家环保标准 E₀ 级甚至 E_{NF} 级目标发展,使产品的甲醛释放量分别低于 0.05 mg/m³和 0.025 mg/m³。2014 年 4 月,住房和城乡建设部批准发布了新版《绿色建筑评价标准》,新标准进一步规范绿色建筑行业的市场规则、竞争秩序,并带动整个产业链实现设计和技术创新。消费者在挑选家居产品时,健康环保逐渐成为首要标准,健康环保型材料决定了企业在市场中的竞争力,因此,越来越多的室内装饰材料企业加大了产品绿色环保方面的研发投入,已经成为行业的重要发展趋势。

2、装饰板材传统零售市场逐渐多元化

过去,家具制造靠手工打制或者购买家具厂成品,装修也以雇佣小施工队为主,导致零售市场是装饰板材企业的主要收入来源,装饰板材企业通过专卖店模式或经销商模式建立品牌、渠道。随着精装修和定制家居等模式的兴起,行业格局开始发生改变,精装修模式使部分零售市场转变为工程市场,装饰板材企业直接与房地产开发商签订采购合同;定制家居模式的兴起,使消费者可以直接与定制家居公司签订定制家居采购合同,再由定制家居公司向装饰板材企业采购原材料。因此,装饰板材市场逐渐由传统零售市场向房地产工程市场、定制家居市场拓展,行业进入多元化发展阶段。

3、定制家居市场普及度不断提高

随着我国城市化进程不断深入,中产阶级的数量不断增加,中高端消费群体逐渐涌现,居民的艺术审美能力也在不断提升。越来越多的居民开始关注居家的整体生活艺术,成品家具由于在款式上比较大众化,风格无法统一,无法满足居民越来越高的审美水平,因此,人们在家庭装修选择家具时也更加愿意选择风格统一的家居产品,同时加入更多的自主创意与特色,这使得人们对定制家居的需求呈现上升趋势。

随着 90 后逐渐步入适婚年龄，消费主力逐渐年轻化，对家居产品的选择也更加年轻化，定制家居在家具风格、材料选择、尺寸大小等方面具备极大的自由度，在保障房屋实用性和空间利用效率的情况下，充分迎合了消费者的个性和时尚需求，使定制家居的市场普及度不断提高。

4、全屋定制成为行业发展主流趋势

全屋定制家居通过统一的风格设计、空间布局、功能选择、材料选定为客户提供一整套空间配置的解决方案。相比于定制家居，全屋定制家居更强调一站式解决家庭装饰的所有问题，使家居消费更加便捷。随着城市居民的生活节奏越来越快，各行各业分工越来越细，人们没有过多时间对装修、家居等进行分门别类的采购，全屋定制家居很好地解决了这一问题，消费者只需选择自己喜欢的品牌和风格，其他流程将交给全屋定制家居企业实施；同时全屋定制家居行业实现了按需生产，消费者下单之后企业按照订单进行生产，有效避免行业产能过剩的问题，减少木材浪费、有利于环境保护，全屋定制逐渐成为行业发展的主流趋势。

5、优势品牌崛起，行业集中度提高

目前，我国装饰材料及家具生产企业众多，行业集中度较低。未来随着装饰材料及家具行业不断发展，行业集中度将逐步提高，优势品牌具备研发、品牌、渠道优势，将占据主导地位。首先，优势品牌通过向产业链上下游扩张，使原材料环保、健康等方面有保障，从而降低企业成本；其次，优势品牌通过大规模的研发投入，提高产品质量，确保企业市场竞争力；此外，优势品牌通过建立高效的营销网络，把优质的产品快速推向市场，以提高市场份额。因此，品牌企业将在产品、成本、营销等方面具备优势，同时，消费者在消费时也更倾向于选择具备一定知名度的品牌产品，这会导致更多的低端企业将被淘汰出局，优质资源将向少数大企业、大品牌集中，行业品牌集中度越来越高。随着中国供给侧结构性改革的持续推进、环保标准的不断提高和日益严格的督查监管，我国人造板行业顺应发展趋势，寻找内生增长动力，逐步由总量扩张转向结构优化的高质量发展。

6、数字化深度变革行业，信息化赋能向全链路延伸

在家装行业数字化转型持续深化的背景下，头部企业不再满足于加强客户精准触达和设计可视化的营销数字化，逐渐进化至施工算量一体化阶段，基于对

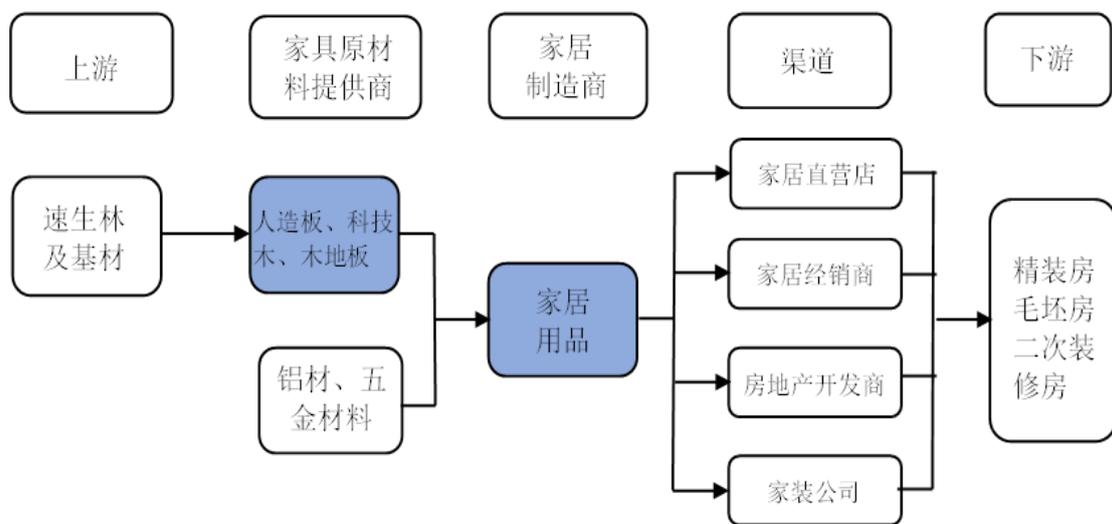
BIM、云计算、物联网等信息技术的融合优化内部流程，实现产业链协同发展和产业效率提升。数字化已然逐步覆盖家装企业从获客、设计，到施工、售后的经营全链条，数据+服务闭环的全流程数字化建设成为大势所趋。

（四）行业产业链分析

1、行业所处产业链分析

公司成立之初的主营业务为室内装饰材料的研发、生产和销售，在多年的经营发展过程中，取得了较强的市场地位，近年来公司开始向行业下游定制家居行业进行扩张，目前公司主营人造板、科技木、木地板等室内装饰材料及定制家居成品四大类产品。因此，公司在行业内横跨家具原材料提供商、家居制造商两个产业链条。上游行业主要包括速生林、基材、铝材、五金等材料提供商，下游行业主要为毛坯房购买者、二次装修消费者、精装修楼盘的房地产开发商等。

行业产业链结构图



资料来源：根据行业研究报告整理

2、上游行业与本行业的关联性分析及其对本行业的影响

上游行业主要包括速生林、基材、铝材、五金等材料提供商，我国森林资源较为紧缺、森林覆盖率较低的现状抑制了利用效率低下的实木家具制造行业，为木材利用效率高的装饰板材行业的持续发展奠定了坚实的基础。集体林权的改革又促进了室内装饰材料行业所需要的原材料速生林的大规模种植，提高集约化种植水平，为装饰板材产业的发展提供了可靠的资源保障，上游基材的价格近年来并未出现明显的上涨，对公司毛利率水平的影响较小；铝材、五金行业企业数量

众多，竞争激烈，生产工艺成熟，大型家居企业对上游供应商的议价能力较强，铝材、五金的价格波动对行业影响较小。

3、下游行业与本行业的关联性分析及其对本行业的影响

下游行业主要为毛坯房购买者、二次装修消费者、精装修楼盘的房地产开发商等。室内装饰材料和定制家居行业与房地产行业发展情况相关度较高，近年来国家和地方政府出台了房地产调控政策，商品房的销售面积有所下滑，但室内装饰材料行业由于旧房翻新、家具更替因素影响，在一定程度上抵消商品房销售面积下滑的影响。定制家居行业尚处于快速发展阶段，随着定制家居的市场普及度提升，市场容量会持续扩大；同时，我国的城镇化进程不断提高，居民的可支配收入也在稳步提升，从长期来看，改善型需求和首套房购置并没有减弱。因此，本行业现阶段受下游行业周期性的影响有限。

（五）行业的技术水平及特征

人造板、木地板等室内装饰材料行业经过多年发展，行业发展状况良好，但由于行业集中度低，行业内企业的技术水平差距较大；定制家居行业包括定制化设计、规模化生产、线下实地组合安装等环节，兼具制造业和服务业的特点。技术特点主要体现在如下方面：

1、绿色环保要求日渐提高

随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，消费者对产品的要求更加全面化，不仅需要家居产品美观耐用，更要求产品的健康环保。人造板的材料、板材的加工、家具的制作工艺等共同决定了产品的健康环保程度。人造板生产过程中所用的原木、胶粘剂等原材料决定了人造板的环保程度，定制家居行业主要采用E₁级环保标准的人造板，小部分企业具备技术优势，已经能够生产E₀级、E_{NR}级环保标准的人造板，确保消费者的居家健康。

2、信息化程度提高，贯穿整个业务流程

定制家居行业产品类别多样、订单结构复杂，企业必须具备高水平的信息化程度才能实现规模化生产。客户进行个性化设计生成订单之后，订单传输到工厂，工厂下单生产、出库、打包、物流并售后，每一个环节都需要实时更新信息以满足客户的及时性要求和订单信息跟踪的需求；工厂生产按照单一客户的订单进行

生产无法达到规模化生产，会降低工厂效率，工厂接到多个订单之后，需要通过信息化手段对订单进行拆解，将同类型部件进行统一生产，提高生产效率，生产完成后要按照单个客户的订单对产品进行分拣，分拣过程必须保证每个订单准确无误。这两点决定了个性化定制产品的规模化生产流程较为复杂，必须使用自动化生产设备进行生产和分拣，并通过信息系统对生产流程、产品品质和生产效率进行把控，才能实现精准生产及精细化管理。

3、研发设计要求日渐提高

随着居民生活水平的提升，消费者对家居用品的功能、美观、舒适、环保、设计等多个方面的要求日渐提高，定制家居企业不仅需要通过研发设计保障产品质量和功能齐全，同时需要提高产品的美观和品牌特色，提高产品的辨识度和品牌的普及度。

装饰材料方面，设计研发的重点在于提高工艺水平和进行功能性关键技术研究。通过提高产品生产各个环节的工艺水平，达到丰富产品线目标，提高产品各项耐受性指标，保障产品的质量；功能性关键技术能够开发出具备新功能的产品和提高原有产品的使用效果。通过提高工艺水平和进行功能性关键技术研究，使产品能够满足各种不同定制化生产的需求。

定制家居方面，由于产品涉及不同的户型、不同的使用要求、不同的装修风格，消费者对定制家居产品将更为挑剔。设计研发的第一个重点在于对不同户型的贴合，定制家居产品需要最大限度的开发不同户型的空间使用，增强房屋收纳功能，充分利用有限的房屋面积最大限度减小空间浪费等；设计研发的第二个重点在于适用不同的使用要求，随着生活水平的提高，消费者在装修时会对每一个房间的使用功能进行更为细分的定位，定制家居企业必须设计出与各种使用场景相适配的家居用品；设计研发的第三个重点要求企业必须拥有较高的艺术审美能力，从全局把控房屋的整体风格，拥有较高的美观性及艺术性，方能满足消费者对于定制家居的要求。我国定制家居行业发展时间尚短，行业内企业设计研发能力提升空间较大，随着人们生活水平的提高以及消费品位的不断提升，定制家居行业的设计研发能力将愈发重要，最终成为决定行业内企业发展状况的关键能力。

4、服务能力成为行业线下竞争要点

定制家居行业的服务包括了售前的家居设计及规划、售中的订单跟踪及线下安装、售后的客户产品维护等。2013年9月，商务部批准发布了《家居行业经营服务规范》，对家居行业的经营服务和相关管理活动进行了明确规定：家居销售组织应向顾客明示服务承诺，建立完善的配送安装和售后服务措施；家居用品制造商提供的有关商品的安装使用保养说明等文件应具有可操作性；对于定制家居用品，家居销售组织应提供测量、安装和使用规范，明确质保期，有关收费应明码标价；涉及到家居装饰装修工程的商品，应提供安装或协助顾客安装等服务。

定制家居兼具制造业和服务业的特点，不仅要求企业要对产品进行把关，同时要求企业在对整个销售流程的设计、对经销商的管理、对全面、及时的安装及售后服务等方面进行全方位把控，以在未来的竞争当中扩大市场份额，具备更强的竞争力。

（六）行业的周期性、区域性及季节性特征

1、周期性特征

装饰材料、家居行业与下游房地产行业发展情况相关度较高，近年来国家和地方政府出台了一系列房地产调控政策，商品房的销售面积有所下滑，导致行业的增速也稍有放缓。目前，支撑行业市场规模的有新房装修、家具更替以及存量房翻新，未来随着房地产红利的逐渐消退，存量房翻新和家具更替市场占比将进一步提高，行业与房地产发展情况的相关度将减弱，行业市场规模也将保持平稳增长，周期性将减弱。

2、区域性特征

人造板行业整体呈现东强西弱特征，《中国人造板产业报告 2024》显示：广西 2023 年人造板产量达到 7,433 万立方米，占全国人造板总量的 22.2%，超过山东省成为中国人造板产量第一大省，山东 2023 年人造板产量达到 7,096 万立方米，占全国人造板总量 21.2%，江苏 2023 年人造板产量达到 5,666 万立方米，占全国人造板总量的 16.9%。产量较高地区拥有较为丰富的劳动力资源，靠近主要的林木产区，人造板上游原材料丰富。

家居行业所用的木材，由于南北方气候差异较大，如果混用容易出现干燥变形等问题，因此呈现出了南北方区域性特征，部分业内企业采取南北方分别建厂

来解决这一问题。未来随着板材制造工艺及处理工艺的提升，生产出来的产品各项耐受性提高，该等区域性特征将逐渐减弱。

3、季节性特征

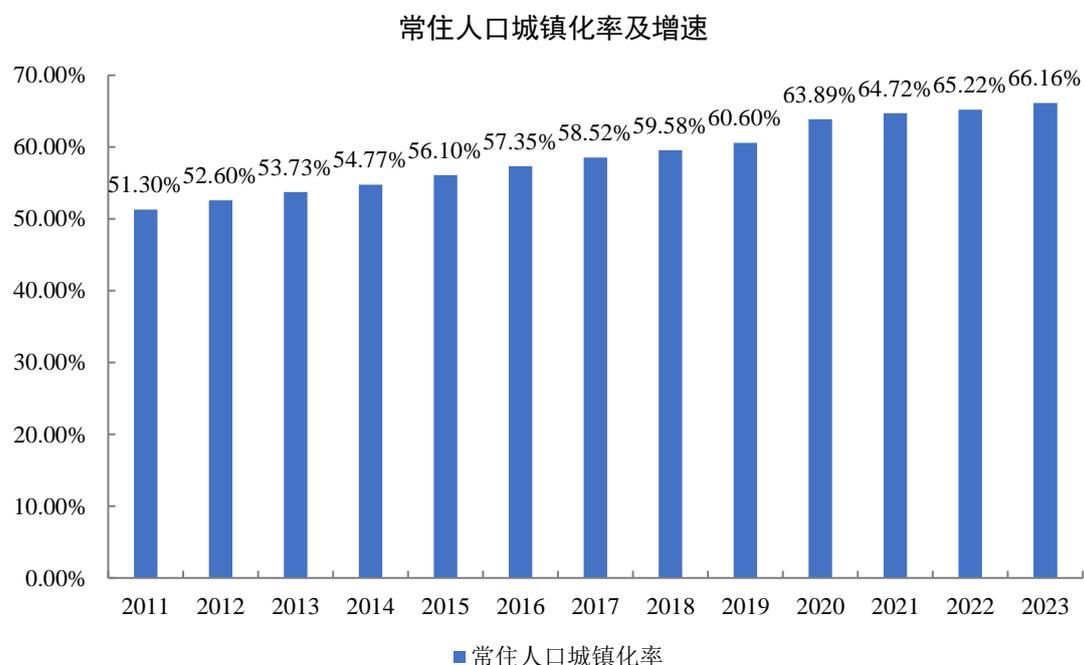
装饰材料、家居行业的季节性与城镇居民的商品住房购买和商品房的交房时间有关，也与城镇居民旧房二次装修需求有关，主要表现在我国的春节和南方的雨季，春节导致 1-2 月份销售较少，南方雨季使开工受到一定的影响，通常一季度为淡季，其他季度影响较小。

（七）影响行业发展的有利和不利因素

1、影响行业发展的有利因素

（1）城镇化进程加深为行业提供了更广阔的市场空间

行业的发展与我国城市化进程不断加深密不可分。城镇人口购置新房添置新家具的需求较为旺盛，对家具的质量、美观等方面更加讲究，促使家居行业迅速发展。近年来，我国常住人口城镇化率和户籍人口城镇化率不断提高，常住人口城镇化率由 2011 年的 51.30% 上升至 2023 年的 66.16%。城镇化的持续推进将带来大量的新增住房需求，为行业的发展提供了广阔的市场空间。

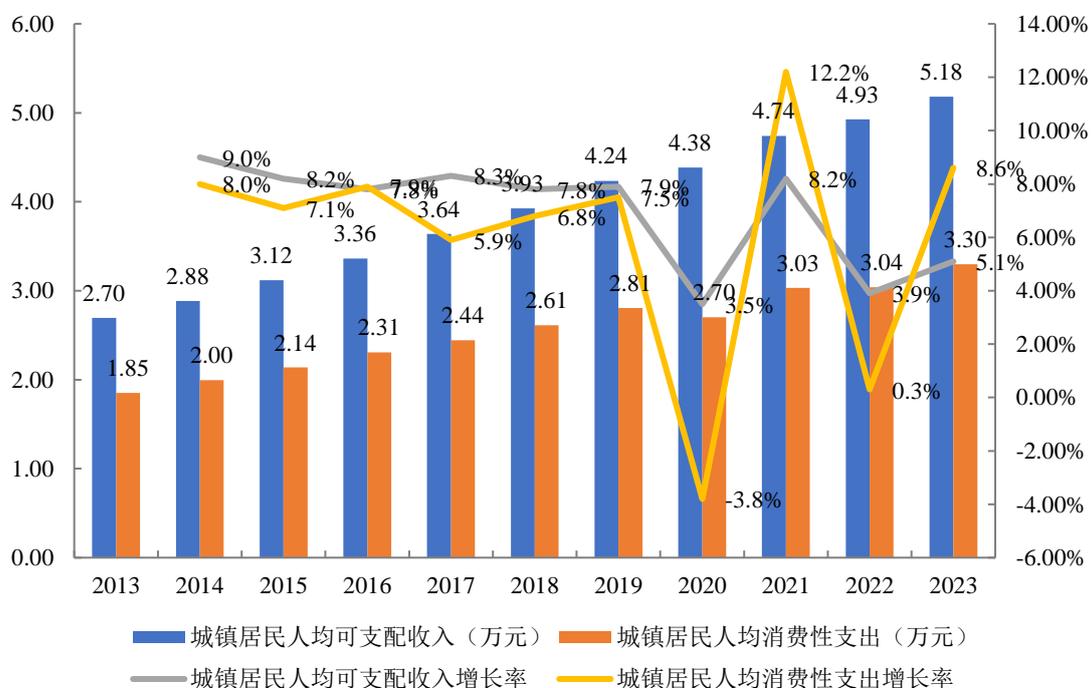


数据来源：国家统计局

（2）城镇居民收入的提高为行业发展提供了良好的基础

居民对家具的需求量和品质要求与居民可支配收入与消费支出息息相关，收入水平越高，消费支出越高，对居住环境的要求也就越高，对中高端家具的需求也越大。随着国民经济增长，我国城镇家庭人均可支配收入由 2013 年的 2.7 万元上升至 2023 年的 5.18 万元，2020 年受经济下行影响增速稍有下滑，但年复合增长率仍约为 6.75%，人均可支配收入的提高也使得消费能力不断提升，城镇居民人均消费支出从 2013 年的 1.85 万元增长至 2023 年的 3.30 万元，年复合增长约为 5.96%。随着收入连年增长，人们对生活质量的要求也越来越高，对中高端家具的需求也越来越大，因此居民可支配收入的提高，消费支出的提高带来消费观念的转变，为行业发展提供了良好的基础。

城镇居民人均可支配收入、消费支出及增速



数据来源：国家统计局

（3）存量房装修规模不断上升，促进二手房装修行业稳定发展

随着我国城市化进程时间变长，很多房屋装修逐渐老化，老房翻新的市场需求越来越大。房屋的翻新周期一般为 10-15 年，根据国家统计局数据显示，2005-2010 年我国的商品房市场正处于迅速发展阶段，房地产开发住宅投资额年复合增长率高达 25.8%，当年快速增长的新房市场对应的是目前的存量房翻新市场。据亿欧智库报告显示，目前我国一线城市新建住房市场趋于饱和，房地产行业逐步迈入存量时代，二手房交易将成为一二线城市住宅交易的主要构成部分，根据

奥维云网的统计数据，2023年全年全国二手房成交量达到了6.47亿平方米，同比增长6.9%。随着房屋的老化和人们对家居品质要求的逐步提高，存量房装修也成为越来越多消费者的选择。存量房装修不但为家居行业提供了新的增长点，同时也让家居行业逐渐摆脱与房地产行业发展相关度较高的问题，受宏观政策影响更小，促使行业稳定发展。

（4）精装修比例不断提高，推动工程业务市场发展

一方面随着房地产市场发展逐渐成熟，人们生活节奏越来越快，精装修房逐渐被市场接受，成为更多消费者的选择；另一方面从国家到地方都陆续出台了相关的政策鼓励精装修房的普及，2017年住建部发布《建筑业发展“十三五”规划》，明确提出2020年新开工全装修成品住宅面积达到30%，各地也响应国家政策的号召，纷纷出台政策限制毛坯房比例；同时，2022年住建部发布《“十四五”建筑业发展规划》，指出“积极推进装配化装修方式在商品住房项目中的应用，推广管线分离、一体化装修技术，推广集成化模块化建筑部品，促进装配化装修与装配式建筑深度融合。”

（5）中小户型比例较高，定制家居市场需求大

随着80后和90后进入适婚年龄并开始购置房产，居住观念逐渐从传统的三代同住转向为2-3人的小家庭模式；并且一二线城市的房价较高，居民购置大户型房产难度较大，两种因素的共同作用导致中小户型更受消费者的喜爱。根据国家统计局数据显示，2023年90平米及以下住房投资额占住宅总投资额的17.69%，90-144平米住房投资额占住宅总投资额的65.19%，也就是中小户型占总投资比例的82.88%。在中小户型为主的市场情况下，消费者对空间利用效率的要求更高，定制家居根据消费者的户型进行个性化定制，使家居产品完美贴合每一个消费者的户型，提高房屋空间的利用效率，符合目前市场的需求，因而有望不断扩大定制家居市场份额。

2、影响行业发展的不利因素

（1）新建商品房市场销售规模有所下滑

装饰材料、家居行业相关产品的购买大多是在新房购买或者二手房购买之后，因此其消费需求与房地产行业发展情况具备一定的相关度，近年来新建商品房的

销售面积增速稍有下滑，对装饰材料和家居行业带来了一定的影响。

（2）行业竞争不规范

装饰材料行业进入门槛较低，且行业集中度较低，存在较多的家庭作坊式小厂，部分小厂为了抢夺市场份额，采取以次充好、低价恶性竞争等策略，破坏了行业的正常秩序，对行业的整体利润水平产生了一定的影响。

定制家居行业具有较强的定制属性，属于个性化商品，在行业标准的制定和管理方面具备一定难度，行业标准的执行也不到位，对行业的原料选择、质量控制及消费者售后维权等方面带来不利影响，不利于行业健康发展。

（八）行业进入壁垒

1、研发设计壁垒

研发设计能力是室内装饰材料行业和定制家居行业企业核心能力。室内装饰材料行业需要通过设计研发提高工艺水平，丰富产品线；定制家居行业需要通过设计研发使产品更符合消费者需求。

室内装饰材料行业发展历史较久，技术较为成熟，但是研发设计能力仍然是行业的关键，随着人们生活品质的提升，对室内装饰材料的品质要求亦越来越高。通过设计研发，可以提高人造板生产环节的工艺水平，提高人造板的健康环保程度，提高产品耐受性，丰富产品种类。行业新进入者在各工艺环节缺乏长期积累，自身技术水平较低，难以保障产品的健康环保程度和质量，无法与行业内知名企业竞争。

定制家居行业在设计上需要综合利用色彩拼配、立体结构构造、材料力学、人体功能学等多种设计学原理，研究上需要对新材料、智能家居等方面进行深度研究，行业新进入者没有长期积累的行业经验，难以与业内知名企业竞争。

2、品牌壁垒

室内装饰材料行业和定制家居行业均属于进入门槛较低，低端产品同质化严重且价格竞争激烈的行业。室内装饰材料行业和定制家居行业存在众多技术落后、环保要求不达标、原材料利用效率低下的企业，这些企业以次充好，低价恶性竞争等方式破坏了行业的良性发展，大部分小微企业难以占据市场有利位置，只有

长期确保产品质量，获得市场认可而培育出具有一定知名度的品牌才能在竞争中脱颖而出。随着国内居民收入的不断提高，健康环保意识的不断提升，消费者在产品选择过程中更加倾向于行业内知名品牌，因此具有一定品牌优势的企业在市场竞争中占据有利地位，而行业的新进入者需要在产品质量、生产工艺、营销网络、售后服务等多方面进行长期投入，建立品牌知名度之后才能与行业内知名企业竞争，因此装饰材料和定制家居行业存在一定的品牌壁垒。

3、渠道壁垒

室内装饰材料行业面对的主要消费群体是有装修需求的个人消费者，个人消费者主要通过经销门店对装饰材料进行采购。室内装饰材料企业依托于经销门店引流、提高品牌覆盖范围。定制家居产品需要个性化定制设计以及线下安装服务，这需要覆盖面广泛、运作效率高、专业能力强的营销服务网络。营销服务网络不仅需要对产品进行广告宣传，还要完成客户的定制化设计、线下安装服务、维修售后等众多内容。经销商模式是定制家居行业主要销售渠道，经销商的数量、覆盖范围、销售实力以及行业经验沉淀是影响营销网络效率的重要因素。建立完善的营销服务网络需要大量的资金投入、长期的运营维护以及对经销商进行专业培训，保证消费者在消费时能享有专业的设计和优质的服务。行业新进入者很难在短期内进行广泛的布局，难以短期内建立起完整的营销网络，因此渠道是室内装饰材料和定制家居行业的壁垒之一。

4、信息化壁垒

定制家居行业强调产品的个性化定制，因此产品类别多样、订单结构复杂，企业必须具备高水平的信息化程度才能实现个性化产品的规模化生产，工厂下单生产、出库、打包、物流并售后，每一个环节都需要实时更新信息以满足客户的及时性要求和订单信息跟踪的要求。行业内的知名企业依托多年的技术积累和流程优化，对标准件和非标准件均实行规模化的生产，降低生产成本，提高生产效率；行业新进入者本身信息化程度较低、订单量又较少，无法通过优化订单结构实现规模化生产，无法有效降低成本，难以与知名企业进行竞争，因此信息化是定制家居行业的壁垒之一。

四、公司在行业中的竞争地位

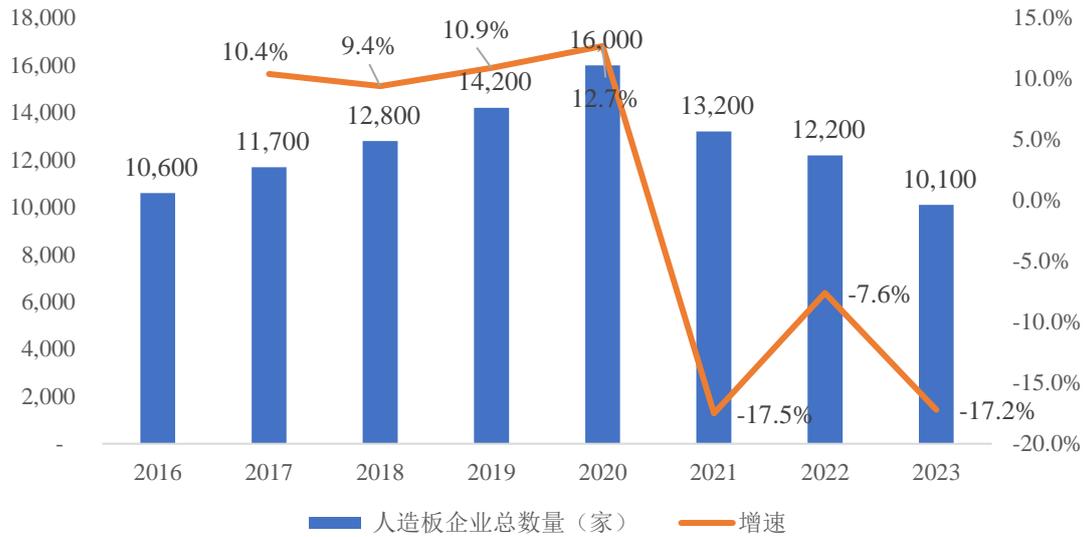
（一）行业竞争格局

1、室内装饰材料行业竞争格局

得益于上下游的稳定发展，室内装饰材料行业呈现良好的发展态势，行业规模不断扩大。行业内主要有三类企业参与竞争，一类为全国性质的大型企业，此类企业在全国进行战略布局，在多地具有生产基地及营销网点，其生产流程标准化程度高、生产规模较大，属于行业内的头部企业；第二类为具有区域优势的品牌企业，此类企业在区域市场具有先发优势，由于进入当地市场较早，在当地市场中具有良好口碑基础及辐射影响力，此外，这类企业多具有规模效应，结合地域需求，可较高度满足当地消费市场；第三类为中小型企业，此类企业具有基础生产能力，但在技术条件及配套服务方面与前两者有较大差距，由于产品种类少、生产营销网点不完善等因素，该类企业在市场竞争中处于不利地位。

装饰材料行业由于前期的粗放发展，导致行业内企业众多，竞争较为激烈，行业整体呈现如下竞争局面：行业集中度不高，头部效应不明显，但集中度呈上升趋势。由于装饰材料市场受运输半径、地域文化、售后质量等因素影响，各区域内的企业可为消费者提供更优质服务，其数量众多，但竞争更为激烈，这导致全国性的大规模企业较少，行业集中度不高，整体呈现大行业、小企业格局。近年来人造板产业供给侧结构性改革持续推进，加速淘汰落后产能，向高质量发展。《中国人造板产业报告 2022》数据显示，截止 2021 年底，全国累计关闭、拆除或停产纤维板生产线 814 条、刨花板生产线 1,095 条，累计注销、吊销或停产胶合板生产企业约 20,520 家，供给侧结构性改革取得成效。**2023 年我国人造板企业约 10,100 余家，其中胶合板企业数量约 7,400 家，呈现企业数量持续下降、平均生产能力增长的态势**，大型人造板骨干企业或企业集团数量不断增加，在行业内的影响力持续提升，引领行业的创新发展方向，树立了行业良好社会责任形象，推动了行业的发展和进步。

人造板企业总数量



数据来源：《中国人造板产业报告 2024》

其中：胶合板企业数量



数据来源：《中国人造板产业报告 2024》

2、家居行业竞争格局

经过多年发展，我国家具行业呈现如下竞争格局：一方面，行业进入门槛较低，参与者众多，根据国家统计局数据显示，截至 2023 年末，我国家具行业企业数量达到 7,344 余家，行业竞争激烈，集中度低，但头部企业由于拥有定位明确、有市场影响力的品牌及规模化生产能力等优势，并且紧抓行业快速发展期，目前其在行业内有较强的竞争力，小规模厂商多集中于低端市场，其市场竞争激烈，

产品同质化严重；另一方面，由于市场发展及国家政策限制，整装大家居及工程业务将成为行业内厂商主要业务增长点，整装大家居在连接家居企业供给端及消费者需求端方面有诸多优势，其有利于家居企业开拓新流量渠道、提高客单价及毛利率。

近年来，由于国家对房地产行业的宏观调控和人口红利逐渐减弱，市场由增量市场逐渐转为存量竞争，随着人民生活水平的提高，对定制家居产品要求也逐渐提高，未来，拥有质量可靠、设计精妙产品的龙头企业会逐渐主导市场，市场占有率将不断提升。

（二）公司的行业地位

公司成立于 1995 年，系国家林业重点龙头企业、中国林产工业协会副会长单位，是全国胶合板行业的领军企业，“莫干山”品牌胶合板销量行业排名第二。公司专注环保、绿色和健康板材，产品类别丰富、设计研发实力雄厚，品牌知名度较高。经过二十多年的发展沉淀，在行业内具备较强的综合竞争力。

公司将依托装饰材料行业已经形成的渠道优势、品牌优势、产品优势，通过在零售业务和大宗业务两个领域共同拓展，使之快速转化成定制家居市场的竞争优势，通过整合行业资源，加快提升公司在定制家居板块的市场地位。

（三）公司的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）品牌优势

公司于 1997 年创立“莫干山”品牌，2007 年公司“莫干山”商标被认定为驰名商标、细木工板被认定为中国名牌产品。多年来，公司坚定不移地推动品牌强企战略，始终围绕绿色、环保、健康的品牌理念，全面推进自有品牌“莫干山”的建设，成为了国内具有较强品牌影响力的装饰材料企业。

公司坚持生产绿色、健康、环保型产品，产品被国家环保部、国家财政部批准列入“环境标志产品政府采购清单”，并被装修运用在杭州 G20 场馆、国家网球中心、工人体育场、中央电视台等国家重点工程建设项目，为绿色环保产品推向全国和国际市场提供了更广阔的市场空间。此外，公司莫干山板材和地板多次

获得“中国板材/地板国家品牌”“中国板材/地板十大环保品牌”“中国板材/地板十大影响力品牌”等荣誉，“健康装修好板材”的品牌形象深入人心。公司秉持“绿色环保，关爱人类健康”的发展理念，以“打造最懂科技的绿色家居领军企业”为战略目标，凭借着质量可靠、安全环保的产品以及完善的服务，在消费者中拥有良好的口碑以及广泛的知名度和认可度。

（2）技术研发优势

公司成立了莫干山家居研究院，拥有专业的研发团队，专注于装饰材料和家居产品的绿色制造和智能制造，建立了完善的产品规划和研发管理体系，注重将研发成果产业化。2000年，公司成功研制出环保型装饰贴面胶合板；近年来，公司先后采用玉米淀粉、豆粕粉研制出无醛级人造板和木地板，提高了公司“莫干山”品牌人造板的健康环保指标，公司产品的环保等级从E₁级、E₀级发展至目前的E_{NF}无醛级，始终引领行业环保技术发展。

公司拥有国家级“博士后科研工作站”及省级企业研究院、省级企业技术中心、省院士专家工作站、省级工业设计中心等多个技术创新平台，为公司的可持续发展奠定了扎实的科研基础。凭借雄厚的科研实力，公司在行业内拥有较强的技术地位，通过不断自主研发，推陈出新，坚持不懈地研发技术含量高、绿色环保的新产品、新材料、新工艺、新技术。截至**2024年6月末**，公司参与制修订国际标准5项、国家标准**65**项、行业和团体标准**69**项，承担/参与国家重点研发计划项目或课题4项，完成省级以上科研项目13项，国家木竹产业技术创新战略联盟课题8项，技术成果达国际先进/领先水平**11**项，通过省级新产品/新技术鉴定19项，并于2019年获得浙江省科学技术进步奖（二等奖）、**2020年获得梁希林业科学技术奖（科技进步奖一等奖）、2021年获得梁希林业科学技术奖（科技进步奖二等奖）、2022年获得梁希林业科学技术奖（科技进步奖二等奖）及教育部高等学校科学研究优秀成果科学技术奖（二等奖）、2023年获得梁希林业科学技术奖（技术发明奖一等奖）**及广西科学技术进步奖（二等奖）等多项重要荣誉。技术创新是公司发展原动力，多年的科研基础不断推动公司行业地位的上升。

（3）产品质量优势

公司根据 ISO9001 质量管理体系对产品质量进行严格控制，设立质量工程部作为公司整体质量管理的职能部门，在采购、生产、售前及售后等环节均采取

相应质量控制措施。公司以严于国家 E₁ 标准的企业标准进行产品的质量控制，对原辅材料、半成品、产成品采用全检、抽检、送检等多种质量监督模式，确保产品质量的稳定性，产品各项理化性能均达到或优于国家标准。

凭借深厚的研发创新能力以及通过的各项资质认证，公司产品品质获得市场的充分认可，在广大客户中积累了良好的口碑与市场美誉度。凭借良好的产品质量，公司获得“浙江省先进质量管理孵化基地”“湖州市政府质量奖”等荣誉。

（4）资质认证优势

公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证、ISO45001 职业健康安全体系认证以及中国环境标志产品认证、FSC 绿色供应链认证、美国 CARB 认证、美国 C-TPAT 证书、中国森林认证（CFCC）、中国合格评定国家认可委员会实验室认证（CNAS）等一系列资质认证。“莫干山”品牌系列产品通过了“绿色产品”“儿童安全级产品”等认证，并先后完成了“绿色产品”“绿色工厂”“绿色供应链”三大国家认证，为公司的生产经营奠定了良好的基础。

（5）营销服务优势

公司自成立以来，一直高度重视营销网络体系建设，在全国拥有近千家主要经销商，形成了覆盖全国的营销网络和高效的服务体系，能够快速有效执行公司的经营决策，对市场变化快速响应，具有较强的营销服务能力。公司对经销商和全体员工进行系统性培训教育，提高其业务素质、操作技能、管理知识和营销技能等。健全的培训服务支持体系成为公司保持营销服务网络优势的重要支撑。

公司设有专职的战略服务、售前售后、配送、策划、设计等专业化职能部门，可第一时间为零售、大宗工程等不同渠道客户提供优质的服务。此外，公司不断深化与优秀工装、家装、家具厂、房地产公司和互联网平台战略合作，拓展业务合作规模，全方位实现互利共赢。

（6）供应链管理优势

公司在多年的装饰板材行业经营管理过程中不断完善供应链体系，形成了全国协同、立体覆盖的供应网络。公司与全国各地原材料供应商和 OEM 供应商建立了良好的合作关系，能够高效整合产业链上游资源，快速响应客户和终端消费

者的订单需求。

公司利用较强的供应链体系，一方面可以对原材料供应商进行集中式比价与批量式采购，有效控制采购成本，提升产品的价格优势；另一方面，公司各地经销商可通过公司合格 OEM 供应商名录就近择优直接采购，进一步降低供应链运行成本，提升对消费者的响应速度。

（7）信息化管理优势

经过多年的实践探索，公司的销售与供应链管理系统有效整合经销商、供应商资源，实现订单快速流转，同时整合 EAS 系统，实现财务业务一体化。在流程上实现了销售订单上下游管理，能够快速准确响应经销商订单，提升订单执行效率，减少经销商订单的差错率，并针对客户订单进行数据的分析管理，为生产系统提供有效的下单依据。

自 2014 年起，公司即着手大力进行信息化基础设施的投入和开发工作。目前，公司已实现了智能制造的工业化和信息化融合，前端订单接收、后端数据处理，财务系统的收款、扣款处理，生产端的数据同步接收、生产设备的数字化衔接，仓储系统的出入库管理等全链条实现了智能化、信息化处理，并实现了柔性接单生产。此外，公司定制家居车间已经上线智能分拣系统，实现了柔性化的生产加工产线配置以及智能揉单生产组织模式，较好的解决定制家居多品种小批量的生产需求，全链路的信息化管控提高了生产效率，降低了生产管理成本。

基于公司在信息化方面的大力投入，公司获得了 2022 年工业互联网试点示范企业、浙江省省级工业互联网平台、湖州市智能示范企业、湖州市两化深度融合示范企业、德清县智能化车间等荣誉称号。

2、竞争劣势

（1）融资渠道单一

经过二十多年的发展，公司业务规模不断扩大，产品类别不断丰富，已发展成为行业内知名企业，随着政策及市场环境变化，公司在生产制造、设计研发、品牌营销、信息化升级等方面制定了详细的战略规划。在实现未来战略规划的过程中，需要大量的资金支持，而目前公司外部融资主要依赖于短期商业信用和银行贷款，融资渠道单一，难以充分满足公司日益扩大的厂房、设备、研发等投资

需求。因此，公司需积极开拓融资渠道，以保障企业健康、可持续发展。

（2）定制家居业务尚需加大开发力度

公司装饰板材等传统优势产品具有较强的行业和市场地位，但在定制家居类产品的产销规模与国内龙头企业尚有较大差距。公司需要在产能布局、市场拓展和品牌宣传等方面加大投入，通过推出全品类的整体家装风格系列产品，进一步抢占定制家居市场的份额。

（3）房地产等大宗业务市场开拓有待加强

大宗业务市场在市场营销策略和产品定制化方面与公司的传统优势渠道业务存在较大差异，公司在该领域起步较晚，经验相对薄弱，尚需进一步提高。

（四）主要竞争对手分析

目前，公司主要竞争对手的基本情况如下：

序号	企业名称	主要品牌	主要产品
室内装饰材料主要竞争对手			
1	德华兔宝宝装饰新材股份有限公司	兔宝宝	人造板、定制家居
2	千年舟新材科技集团股份有限公司	千年舟	人造板、定制家居
定制家居主要竞争对手			
1	欧派家居集团股份有限公司	欧派	定制橱柜、衣柜
2	索菲亚家居股份有限公司	索菲亚、司米	定制衣柜、橱柜

1、室内装饰材料主要竞争对手

（1）德华兔宝宝装饰新材股份有限公司（股票代码：002043）

德华兔宝宝装饰新材股份有限公司（以下简称：兔宝宝）创建于1993年，是我国具有较大影响力的室内装饰材料综合服务商，兔宝宝股票于2005年5月在深圳证券交易所上市交易。兔宝宝主要从事室内装饰材料及成品家居的研发、生产和销售，经过二十多年的发展，兔宝宝已经发展成为国内知名的室内装饰材料综合服务商。兔宝宝根据业务分设装饰材料事业部、家居宅配事业部、工装业务事业部、互联网业务事业部四个事业部，兔宝宝通过四个事业部打造从装饰材料到定制家居等多元化发展的完整产业链。

（2）千年舟新材科技集团股份有限公司（股票代码：873924）

千年舟新材科技集团股份有限公司（以下简称：千年舟）始创于 1999 年，致力于基础建材、全屋定制为核心的两大产业，产品包括细木工板、生态板、多层板、阻燃板、饰面板、集成材、实木切片 OSB 板、澳松板、石膏板、地板、木门、衣柜、橱柜、桑拿房、五金、胶水、线条等。在云南师宗、山东临沂、日照和浙江杭州等全国木材资源聚集地建立专业环保板材、成品生产基地，面向全球供应“千年舟”“澳思柏恩”“美莱居”“缘景居”等品牌产品。

2、定制家居主要竞争对手

（1）欧派家居集团股份有限公司（股票代码：603833）

欧派家居集团股份有限公司（以下简称：欧派家居）成立于 1994 年，2017 年 3 月在上海证券交易所挂牌上市。欧派家居主要从事全屋定制家具产品的个性化设计、研发、生产、销售、安装和室内装饰服务，可为消费者提供一站式家居设计方案、高品质家居产品配置及人性化的家居综合服务。欧派家居业务由定制橱柜起步，并从橱柜向全屋产品延伸，逐渐覆盖到整体衣柜（欧派全屋定制）、整体卫浴、定制木门、金属门窗等定制化整体家居产品。

（2）索菲亚家居股份有限公司（股票代码：002572）

索菲亚家居股份有限公司（以下简称：索菲亚）成立于 2003 年，是一家专注于定制衣柜及其配套定制家具的研发、生产和销售的高新技术企业，索菲亚于 2011 年 4 月在深圳证券交易所挂牌上市，索菲亚以定制衣柜产品起步，主营业务已经从衣柜拓展到书柜、电视柜、橱柜、木门等消费者装修所需的定制家居产品，为消费者提供一站式的解决方案。索菲亚旗下主要品牌为“索菲亚”柜类定制、“司米”定制橱柜、“索菲亚·华鹤”定制木门以及“易福诺”地板。

五、公司销售及主要客户情况

（一）产能、产量、销量情况

1、主要产品产能利用情况

报告期内，公司自产主要产品产能利用情况如下：

产品大类	期间	自产能	自产量	产能利用率
人造板	2024 年 1-6 月	103.95	91.89	88.40%

(万张)	2023 年度	207.90	196.46	94.50%
	2022 年度	277.20	259.26	93.53%
	2021 年度	237.60	177.56	74.73%
木地板 (万平方米)	2024 年 1-6 月	99.00	62.70	63.33%
	2023 年度	198.00	185.69	93.78%
	2022 年度	198.00	156.30	78.94%
	2021 年度	198.00	155.95	78.76%
科技木 (万立方米)	2024 年 1-6 月	0.45	0.22	49.95%
	2023 年度	0.89	0.47	52.44%
	2022 年度	0.89	0.52	58.53%
	2021 年度	0.89	0.67	75.53%
定制家居-衣柜 (万套)	2024 年 1-6 月	6.60	4.48	67.85%
	2023 年度	12.32	8.64	70.14%
	2022 年度	10.56	8.74	82.74%
	2021 年度	7.92	8.17	103.10%

2、主要产品的产销情况

报告期内，公司主要产品有自产和 OEM 代工生产，产销情况具体如下：

产品大类	期间	产量	销量	产销率
人造板 (万张)	2024 年 1-6 月	1,045.30	1,037.67	99.27%
	2023 年度	2,283.49	2,274.90	99.62%
	2022 年度	1,878.07	1,880.10	100.11%
	2021 年度	1,759.74	1,726.66	98.12%
木地板 (万平方米)	2024 年 1-6 月	140.44	116.57	83.00%
	2023 年度	356.38	292.99	82.21%
	2022 年度	238.17	169.40	71.12%
	2021 年度	221.07	197.03	89.13%
科技木 (万立方米)	2024 年 1-6 月	0.30	0.30	98.99%
	2023 年度	0.57	0.62	108.14%
	2022 年度	0.65	0.61	94.82%
	2021 年度	0.86	0.83	96.34%
定制家居-衣柜 (万套)	2024 年 1-6 月	4.77	5.16	108.19%
	2023 年度	9.34	9.71	103.99%
	2022 年度	10.33	8.74	84.54%
	2021 年度	9.08	7.69	84.61%
定制家居-橱柜 (万套)	2024 年 1-6 月	0.11	0.11	95.45%
	2023 年度	0.28	0.50	179.02%
	2022 年度	0.22	0.23	103.70%

产品大类	期间	产量	销量	产销率
	2021 年度	0.46	0.29	62.89%

注：1、上表产量包括自行生产和 OEM 代工生产的采购量合计；2、人造板销量中不含向子公司莫干山家居内部销售的用于生产定制家居产品的销量。

（二）主营业务收入情况

1、公司主要产品/业务销售收入情况

报告期内，公司主要产品/业务销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
人造板	99,632.07	62.65%	203,654.65	60.75%	156,600.55	59.79%	127,394.00	55.09%
木地板	8,793.17	5.53%	24,283.00	7.24%	14,108.79	5.39%	17,668.23	7.64%
科技木	6,290.07	3.95%	12,583.38	3.75%	12,138.05	4.63%	15,565.20	6.73%
定制家居	19,176.60	12.06%	39,235.11	11.70%	37,518.61	14.33%	31,767.99	13.74%
商标授权费	14,883.87	9.36%	34,736.98	10.36%	26,064.67	9.95%	23,617.99	10.21%
其他产品	10,266.24	6.46%	20,750.58	6.19%	15,472.73	5.91%	15,242.47	6.59%
合计	159,042.02	100.00%	335,243.69	100.00%	261,903.41	100.00%	231,255.88	100.00%

2、按销售模式划分的主营业务收入情况

报告期内，发行人按销售模式划分的主营业务收入情况如下：

单位：万元

销售渠道	销售模式	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	经销商模式	127,855.99	80.39%	271,447.59	80.97%	212,277.87	81.05%	196,745.80	85.08%
	商标授权模式	14,883.87	9.36%	34,736.98	10.36%	26,064.67	9.95%	23,617.99	10.21%
	小计	142,739.86	89.75%	306,184.57	91.33%	238,342.54	91.00%	220,363.79	95.29%
直销	大宗业务模式	4,436.13	2.79%	14,636.56	4.37%	11,164.90	4.26%	3,588.82	1.55%
	出口销售及其他	11,866.04	7.46%	14,422.57	4.30%	12,395.97	4.73%	7,303.27	3.16%
	小计	16,302.16	10.25%	29,059.13	8.67%	23,560.87	9.00%	10,892.09	4.71%
合计		159,042.02	100.00%	335,243.69	100.00%	261,903.41	100.00%	231,255.88	100.00%

销售渠道中的直销模式下，发行人的客户主要包括：①房地产企业或装饰装修企业等大宗业务客户；②境外客户；③境内其他直销客户。

（三）主要产品销售价格变动情况

报告期内，公司主要产品/业务各期平均销售单价情况如下：

项目	计量单位	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
人造板	元/张	96.01	89.52	83.29	73.78
木地板	元/平方米	75.44	82.88	83.29	89.67
科技木	元/立方米	21,180.58	20,185.82	19,796.73	18,801.80
商标授权费	元/张	10.36	10.36	9.58	8.58

注：1、公司定制家居系定制化产品，与消费者房屋户型、尺寸和选材等各因素有关，单价不具有可比性；2、其他产品主要包括辅料、五金件等，计量单位各异，难以统计销售单价。

（四）公司向前五名客户销售情况

公司客户按主要销售模式分为经销商客户、商标授权客户和大宗业务客户，具体如下：

1、报告期内，公司经销商前五名客户情况

（1）发行人经销商前五名客户基本情况

序号	客户名称	注册资本	成立时间	所在地区	开始合作时间	业务拓展方式
1	南京润凯家居有限公司	100万元	2017.2	江苏省南京市	2017.4	自主开发
	南京旺凯商贸有限公司	200万元	2010.11	江苏省南京市	2011.1	自主开发
	南京妙凯家居科技有限公司	100万元	2018.4	江苏省南京市	2018.6	自主开发
2	上海备兴装饰材料有限公司	300万元	2009.5	上海市	2013.3	自主开发
3	宁波市鄞州雍邦建材有限公司	10万元	2016.1	浙江省宁波市	2016.3	主动联系
4	河南森大森商贸有限公司	200万元	2005.9	河南省郑州市	2011.5	自主开发
5	合肥豪林商贸有限公司	50万元	2007.7	安徽省合肥市	2008.3	自主开发
	安徽御锦家具有限公司	100万元	2013.7	安徽省合肥市	2016.7	自主开发
	长沙利锦商贸有限公司	100万元	2020.3	湖南省长沙市	2020.4	自主开发
	安徽木梨花家具有限公司	5,000万元	2018.4	安徽省合肥市	2024.3	自主开发
6	兰州金秀商贸有限公司	500万元	2017.1	甘肃省兰州市	2018.3	自主开发
	兰州秀丽商贸有限公司	500万元	2016.4	甘肃省兰州市	2017.6	自主开发
	甘肃木已成州家居建材有限公司	1,000万元	2023.11	甘肃省兰州市	2024.5	自主开发
7	太原越久龙木业有限公司	1,000万元	2018.9	山西省太原市	2018.11	自主开发
	山西佳力木业有限公司	1,000万元	2023.4	山西省太原市	2024.3	自主开发

注：自主开发系公司自主拓展业务，主动联系系客户主动寻求合作。

（2）报告期内，发行人向经销商前五名客户销售情况

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售产品	收入金额	占营业收入的比例
2024年1-6月	1	兰州金秀商贸有限公司及其关联方	人造板	5,571.65	3.41%
			其他	518.35	0.32%
			小计	6,090.00	3.73%

	2	太原越久龙木业有限公司及其关联方	人造板	4,451.39	2.72%
			其他	497.57	0.30%
			家居	279.42	0.17%
			小计	5,228.38	3.20%
	3	合肥豪林商贸有限公司及其关联方	人造板	3,936.87	2.41%
			其他	194.66	0.12%
			家居业务	62.40	0.04%
			小计	4,193.93	2.57%
	4	河南森大森商贸有限公司	人造板	3,275.70	2.00%
			其他	287.11	0.18%
			家居	140.35	0.09%
			小计	3,703.15	2.27%
	5	南京润凯家居有限公司及其关联方	人造板	2,929.72	1.79%
			其他	163.67	0.10%
			家居	27.56	0.02%
			小计	3,120.95	1.91%
合计			22,336.41	13.67%	
2023 年度	1	兰州金秀商贸有限公司及其关联方	人造板	8,830.85	2.58%
			其他	752.58	0.22%
			小计	9,583.43	2.79%
	2	太原越久龙木业有限公司	人造板	7,337.09	2.14%
			其他	876.15	0.26%
			家居	817.80	0.24%
			小计	9,031.03	2.63%
	3	上海备兴装饰材料有限公司	人造板	6,855.64	2.00%
			家居	365.74	0.11%
			其他	263.41	0.08%
			地板	12.72	0.00%
			小计	7,497.52	2.19%
	4	南京润凯家居有限公司及其关联方	人造板	7,137.35	2.08%
			其他	320.67	0.09%
			家居	24.19	0.01%
			小计	7,482.21	2.18%
	5	河南森大森商贸有限公司	人造板	6,490.54	1.89%
			其他	617.85	0.18%
			家居	171.26	0.05%
			小计	7,279.65	2.12%
合计			40,873.84	11.92%	
2022	1		人造板	6,794.70	2.55%

年度		南京润凯家居有限公司及其关联方	其他	278.32	0.10%
			小计	7,073.02	2.65%
	2	兰州金秀商贸有限公司	人造板	5,418.83	2.03%
			其他	516.21	0.19%
			家居	8.76	0.00%
			小计	5,943.80	2.23%
	3	合肥豪林商贸有限公司及其关联方	人造板	4,099.65	1.54%
			家居	519.77	0.19%
			其他	386.97	0.14%
			小计	5,006.40	1.88%
	4	太原越久龙木业有限公司	人造板	2,744.13	1.03%
			家居	801.21	0.30%
			其他	575.95	0.22%
			小计	4,121.30	1.54%
	5	河南森大森商贸有限公司	人造板	3,696.10	1.38%
			其他	348.41	0.13%
			小计	4,044.51	1.52%
	合计			26,189.02	9.81%
	2021年度	1	南京润凯家居有限公司及其关联方	人造板	6,570.11
其他				214.72	0.09%
小计				6,784.83	2.87%
2		兰州金秀商贸有限公司	人造板	3,459.20	1.46%
			其他	633.92	0.27%
			家居	41.37	0.02%
			小计	4,134.49	1.75%
3		上海备兴装饰材料有限公司	人造板	3,478.87	1.47%
			家居	314.52	0.13%
			其他	184.15	0.08%
			地板	24.16	0.01%
			小计	4,001.70	1.69%
4		宁波市鄞州雍邦建材有限公司	地板	1,774.06	0.75%
			人造板	1,209.36	0.51%
			其他	397.01	0.17%
			家居	268.72	0.11%
			小计	3,649.15	1.55%
5		河南森大森商贸有限公司	人造板	2,828.76	1.20%
			其他	551.32	0.23%
			家居	33.98	0.01%
	小计		3,414.06	1.45%	

	合计	21,984.23	9.31%
--	-----------	------------------	--------------

注：兰州金秀商贸有限公司及其关联方包括：兰州金秀商贸有限公司、兰州秀丽商贸有限公司、甘肃木已成州家居建材有限公司；南京润凯家居有限公司及其关联方包括：南京润凯家居有限公司、南京妙凯家居科技有限公司、南京旺凯商贸有限公司；合肥豪林商贸有限公司及其关联方包括：合肥豪林商贸有限公司、安徽御锦家具有限公司、长沙利锦商贸有限公司、安徽木梨花家具有限公司；太原越久龙木业有限公司及其关联方包括太原越久龙木业有限公司、山西佳力木业有限公司。

2、报告期内，公司商标授权前五名客户情况

（1）发行人商标授权前五名客户基本情况

序号	客户名称	注册资本	成立时间	所在地区	开始合作时间	业务拓展方式
1	山东绿树源木业有限公司	500 万元	2014.10	山东省临沂市	2015.6	自主开发
2	费县千年森装饰板材厂	160 万元	2014.5	山东省临沂市	2015.1	自主开发
3	山东隆饰木业有限公司	6,666 万元	2013.11	山东省菏泽市	2017.3	自主开发
4	广西融水晨阳木业有限公司	100 万元	2018.12	广西省柳州市	2019.7	自主开发
5	德清县东旺木业有限公司	500 万元	2019.4	浙江省湖州市	2019.6	自主开发
6	六安市叶集区瑞驰木业有限公司	200 万元	2020.7	安徽省六安市	2020.8	自主开发
7	文安县保发木业有限公司	1,000 万元	2017.10	河北省廊坊市	2018.10	自主开发
8	霸州市胜芳镇久盛板厂	-	2008.1	河北省廊坊市	2018.1	自主开发
9	山东荣登堡家居有限公司	500 万元	2016.10	山东省临沂市	2017.11	自主开发
	广西荣登堡新材料有限公司	200 万元	2022.9	广西省贵港市	2023.3	自主开发

注：六安市叶集区瑞驰木业有限公司（以下简称瑞驰木业）设立时的股东为汪亮，2021 年 12 月，汪亮将其持有的瑞驰木业 100% 股权全部转让给王涛岳父陈绪桌；自此，瑞驰木业与合肥豪林商贸有限公司及其关联方系同一控制下的企业。

（2）报告期内，发行人向商标授权前五名客户销售情况

单位：万元

期间	序号	客户名称	收入金额	占营业收入的比例
2024 年 1-6 月	1	费县千年森装饰板材厂	1,059.07	0.65%
	2	山东绿树源木业有限公司	897.59	0.55%
	3	山东荣登堡家居有限公司及其关联方	764.69	0.47%
	4	霸州市胜芳镇久盛板厂	748.86	0.46%
	5	文安县保发木业有限公司	595.29	0.36%
			合计	4,065.51
2023 年度	1	山东绿树源木业有限公司	3,039.19	0.89%
	2	费县千年森装饰板材厂	2,055.18	0.60%
	3	六安市叶集区瑞驰木业有限公司	1,564.40	0.46%
	4	霸州市胜芳镇久盛板厂	1,557.45	0.45%
	5	文安县保发木业有限公司	1,409.09	0.41%
			合计	9,625.31
2022	1	山东绿树源木业有限公司	2,543.16	0.95%

年度	2	费县千年森装饰板材厂	1,769.91	0.66%
	3	广西融水晨阳木业有限公司	1,084.23	0.41%
	4	六安市叶集区瑞驰木业有限公司	953.42	0.36%
	5	文安县保发木业有限公司	923.09	0.35%
	合计		7,273.81	2.73%
2021年度	1	山东绿树源木业有限公司	2,595.02	1.10%
	2	费县千年森装饰板材厂	1,762.11	0.75%
	3	广西融水晨阳木业有限公司	1,211.11	0.51%
	4	山东隆饰木业有限公司	1,155.99	0.49%
	5	德清县东旺木业有限公司	1,068.25	0.45%
	合计		7,792.48	3.30%

报告期内，公司不存在向单一客户销售金额超过销售总额 50% 的情形，对单一客户无重大依赖。

报告期内，公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述客户不存在关联关系。

3、报告期内，公司大宗业务前五名客户情况

(1) 发行人大宗业务前五名客户基本情况

序号	客户名称	注册资本	成立时间	所在地区	开始合作时间	业务拓展方式
1	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	-	2011.8	广东省珠海市	2019.10	招投标
2	杭州绿峰置业有限公司	10,000 万元	2016.12	浙江省杭州市	2020.7	自主开发
	杭州绿森置业有限公司	10,000 万元	2016.12	浙江省杭州市	2019.4	自主开发
3	杭州大庄联合建材有限公司	600 万元	2003.2	浙江省杭州市	2018.11	自主开发
4	溆浦县广泰家居装饰有限公司	50 万元	2012.7	湖南省怀化市	2021.1	自主开发
5	乐清绿城佳园房地产开发有限公司	1,000 万元	2016.11	浙江省温州市	2019.5	自主开发
6	杭州泰都置业有限公司	338,000 万元	2018.9	浙江省杭州市	2021.4	自主开发
7	浙江金迪门业有限公司	6,000 万元	2000.1	浙江省杭州市	2020.11	自主开发
8	绍兴京越房地产开发有限公司	2,000 万元	2019.2	浙江省绍兴市	2020.9	自主开发
9	太仓融冠房地产开发有限公司	30,000 万元	2018.10	江苏省苏州市	2020.7	自主开发
	厦门融乡置业有限公司	10,000 万元	2016.9	福建省厦门市	2020.11	自主开发
	上海融凯房地产开发有限公司	25,000 万元	2019.11	上海市嘉定区	2021.9	自主开发

序号	客户名称	注册资本	成立时间	所在地区	开始合作时间	业务拓展方式
	合肥融欣房地产开发有限公司	5,000 万元	2018.4	安徽省合肥市	2021.8	自主开发
10	杭州臻麟贸易有限公司	35,000 万元	2017.10	浙江省杭州市	2020.12	自主开发
	南京鼎隍建筑装饰有限公司	500 万元	2021.6	江苏省南京市	2023.5	自主开发
11	福州品悦行装修工程有限公司	500 万元	2021.2	福建省福州市	2022.1	自主开发
12	杭州众安银湖房地产开发有限公司	5,000 万元	2020.2	浙江省杭州市	2020.9	自主开发
	杭州众安白马房地产开发有限公司	3,000 万元	2019.7	浙江省杭州市	2021.5	自主开发
	杭州众安瑞祥房地产开发有限公司	3,000 万元	2020.11	浙江省杭州市	2021.11	自主开发
	舟山众安房地产开发有限公司	5,000 万元	2020.5	浙江省舟山市	2021.1	自主开发
	绍兴众安房地产开发有限公司	5,000 万元	2020.4	浙江省绍兴市	2020.12	自主开发
	杭州众安银晟置业有限公司	100 万元	2021.5	浙江省杭州市	2023.4	自主开发
	温州众安房地产开发有限公司	100 万元	2020.2	浙江省温州市	2023.3	自主开发
13	上海城驰房地产有限公司	61,800 万元	2018.6	上海市杨浦区	2022.1	自主开发

(2) 报告期内，发行人向大宗业务前五名客户销售情况

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售产品	收入金额	占营业收入的比例
2024 年 1-6 月	1	杭州大庄联合建材有限公司	定制家居	691.31	0.42%
	2	厦门融乡置业有限公司及其关联方	地板等	624.66	0.38%
	3	杭州臻麟贸易有限公司	地板等	624.44	0.38%
	4	杭州众安银湖房地产开发有限公司及其关联方	地板等	603.30	0.37%
	5	上海城驰房地产有限公司	定制家居	416.41	0.25%
	合计			2,960.12	1.81%
2023 年度	1	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	定制家居	3,456.04	1.01%
	2	杭州众安银湖房地产开发有限公司及其关联方	地板	1,441.14	0.42%
	3	福州品悦行装修工程有限公司	定制家居	1,368.48	0.40%
	4	杭州臻麟贸易有限公司	地板	944.86	0.28%
	5	厦门融乡置业有限公司及其关联方	地板	806.72	0.24%
	合计			8,017.23	2.34%
2022 年度	1	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	定制家居	4,217.78	1.58%
	2	绍兴京越房地产开发有限公司	定制家居	1,685.87	0.63%
	3	乐清绿城佳园房地产开发有限公司	定制家居	1,393.79	0.52%

期间	序号	客户名称	销售产品	收入金额	占营业收入的比例
	4	杭州泰都置业有限公司	定制家居	895.70	0.34%
	5	浙江金迪门业有限公司	定制家居	859.05	0.32%
	合计			9,052.19	3.39%
2021年度	1	杭州绿峰置业有限公司及其关联方	定制家居	1,890.92	0.80%
	2	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	定制家居	904.97	0.38%
	3	杭州大庄联合建材有限公司	定制家居	651.83	0.28%
	4	溆浦县广泰家居装饰有限公司	定制家居	141.10	0.06%
	合计			3,588.82	1.52%

（五）与公司存在关系的经销商

1、报告期内，存在前员工或主要股东近亲属销售公司产品的情形，具体情况如下：

序号	经销商名称	关系人	与发行人关系	备注
1	浙江昊煜建材装饰有限公司	周杰	系持股5%以上股东顾水祥的外甥女婿	家居经销商
2	苏州森宇装饰材料有限公司	俞超	系发行人前员工	人造板、地板经销商
3	杭州全景家家居技术有限公司	吴向勇	系发行人前员工、前间接股东	家居经销商
4	浙江盈嘉装饰材料有限公司	姚施柔	系发行人前员工	人造板经销商
5	巨野县锦枝装饰材料商行	姜争彦	系发行人董事、副总经理姜全建哥哥	地板、家居经销商

2、前述经销商报告期内销售情况如下：

（1）交易的合法性、必要性及合理性

发行人与前述经销商之间的交易基于真实的商业背景，前员工或主要股东近亲属熟悉公司的经营业务和产品，认同公司的发展理念，并具有行业相关经验和市场开拓能力，因此成为公司的经销商，具有合法性、必要性及合理性。

（2）主要交易内容及定价公允性

①报告期内，公司与前述经销商的交易内容及金额

单位：万元

经销商名称	交易内容	销售金额	占营业收入的比例
2024年1-6月			
浙江盈嘉装饰材料有限公司	人造板等	43.32	0.03%
浙江昊煜建材装饰有限公司	定制家居等	95.59	0.06%
苏州森宇装饰材料有限公司	地板等	26.95	0.02%

巨野县锦枝装饰材料商行	地板、定制家居等	10.87	0.01%
杭州全景家家居技术有限公司	-	-	-
合计		176.72	0.11%
2023 年度			
浙江盈嘉装饰材料有限公司	人造板等	225.18	0.07%
浙江昊煜建材装饰有限公司	定制家居等	223.26	0.07%
苏州森宇装饰材料有限公司	地板等	93.65	0.03%
巨野县锦枝装饰材料商行	地板、定制家居等	26.44	0.01%
杭州全景家家居技术有限公司	其他	0.03	0.00%
合计		568.57	0.17%
2022 年度			
浙江盈嘉装饰材料有限公司	人造板等	948.35	0.36%
浙江昊煜建材装饰有限公司	定制家居等	331.40	0.12%
杭州全景家家居技术有限公司	定制家居等	133.93	0.05%
苏州森宇装饰材料有限公司	地板等	116.09	0.04%
巨野县锦枝装饰材料商行	地板、定制家居等	67.86	0.03%
合计		1,597.64	0.60%
2021 年度			
浙江盈嘉装饰材料有限公司	人造板等	1,395.04	0.59%
浙江昊煜建材装饰有限公司	定制家居等	527.43	0.22%
杭州全景家家居技术有限公司	定制家居等	241.24	0.10%
苏州森宇装饰材料有限公司	地板等	162.07	0.07%
巨野县锦枝装饰材料商行	定制家居、地板等	100.86	0.04%
合计		2,426.63	1.03%

②交易定价公允性

报告期内，公司与前述经销商的交易细分产品较多，以下具体比较主要细分产品的价格公允性。

A、人造板交易定价公允性

报告期内，前述经销商中浙江盈嘉装饰材料有限公司、苏州森宇装饰材料有限公司采购的人造板较多，由于交易细分产品较多，以下对主要细分产品的价格公允性进行具体分析：

单位：元/张

客户名称	细分产品	占比	交易单价	平均单价	差异说明
2024 年 1-6 月					
浙江盈嘉装饰材料有限公司	阻燃板	82.99%	74.82	77.10	价格较为接近

2023 年度					
浙江盈嘉装饰材料有限公司	阻燃板	87.51%	79.45	77.35	价格较为接近
2022 年度					
浙江盈嘉装饰材料有限公司	阻燃板	96.23%	87.34	81.71	价格较为接近
2021 年度					
浙江盈嘉装饰材料有限公司	阻燃板	74.56%	77.78	80.14	价格较为接近

注：占比系该细分产品交易金额占该客户人造板交易金额的比例

B、地板交易定价公允性

报告期内，前述经销商中苏州森宇装饰材料有限公司、巨野县锦枝装饰材料商行采购的地板相对较多，由于交易细分产品较多，以下对主要细分产品的价格公允性进行具体分析：

单位：元/平方米

客户名称	细分产品	占比	交易单价	平均单价	差异说明
2024 年 1-6 月					
苏州森宇装饰材料有限公司	实木地板	40.59%	170.15	146.98	其采购的实木地板中橡木仿古、红栎木系列单价较高
	复合地板	59.41%	103.48	82.61	其采购的复合地板中白栎木、欧橡拉丝系列单价较高
巨野县锦枝装饰材料商行	复合地板	76.96%	108.36	82.61	其采购的复合地板中黑胡桃、人字拼系列单价较高
	强化地板	14.16%	49.56	46.63	价格较为接近
2023 年度					
苏州森宇装饰材料有限公司	实木地板	69.21%	153.75	154.06	价格较为接近
	复合地板	30.12%	100.77	99.18	价格较为接近
巨野县锦枝装饰材料商行	复合地板	76.43%	131.68	99.18	其采购的复合地板中黑胡桃系列、白栎木系列单价较高
	强化地板	23.57%	47.29	42.66	价格较为接近
2022 年度					
苏州森宇装饰材料有限公司	实木地板	62.96%	170.99	161.82	价格较为接近
	复合地板	33.46%	126.70	107.71	其采购的复合地板中黑胡桃系列单价较高
巨野县锦枝装饰材料商行	复合地板	47.17%	137.73	107.71	其采购的复合地板中黑胡桃系列、白栎木系列单价较高
	实木地板	36.33%	241.70	161.82	其采购的实木地板以高端地热实木产品为主，单价相对较高
2021 年度					
苏州森宇装饰材料有限公司	实木地板	57.68%	173.96	168.95	价格较为接近
	复合地板	40.90%	113.91	118.83	价格较为接近
	强化地板	35.86%	50.39	46.16	价格较为接近

客户名称	细分产品	占比	交易单价	平均单价	差异说明
巨野县锦枝装饰材料商行	实木地板	26.99%	238.12	168.95	其采购的实木地板以高端地热实木产品为主，单价相对较高

注：占比系该细分产品交易金额占该客户地板交易金额的比例。

C、家居产品毛利率对比

由于定制家居系定制化产品，与消费者房屋户型、尺寸和选材等各因素有关，单价不具有直接可比性，故以下对前述经销商的家居产品毛利率进行分析，具体如下：

单位：万元

客户名称	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
巨野县锦枝装饰材料商行	7.16	8.98%	14.23	11.51%	23.75	12.26%	59.18	20.28%
浙江昊煜建材装饰有限公司	95.36	19.86%	212.01	18.52%	312.40	16.41%	504.61	19.75%
杭州全景家家居技术有限公司	-	-	-	-	130.97	37.67%	235.42	34.69%
发行人定制家居产品毛利率		24.46%		22.87%		23.13%		25.58%

巨野县锦枝装饰材料商行的家居产品以 OEM 生产为主，2021 年对其销售的家居产品中 OEM 生产的比例超过 50%，OEM 生产的家居产品毛利率相对较低，从而拉低了其家居产品的毛利率；2022 年、2023 年、2024 年 1-6 月对其销售的家居产品主要为 OEM 生产的木门，故毛利率较低。

浙江昊煜建材装饰有限公司的家居产品 2021-2022 年毛利率低于平均水平，主要系其采购的家居细分产品实木柜毛利率较低导致，报告期内，发行人实木柜车间投入增加，设备折旧等固定费用增加，但销量暂未出现明显上升，导致实木柜毛利率较低。2023 年和 2024 年 1-6 月毛利率低于平均水平，主要系其采购了毛利率较低的木门和实木柜，拉低了其家居产品的毛利率。

杭州全景家家居技术有限公司 2021 年、2022 年其采购的家居产品主要为定制衣柜，与发行人定制衣柜毛利率相近。

综上，发行人向前述经销商销售的人造板和地板的部分细分产品与发行人平均单价存在一定差异，主要系采购的具体品类不同所致；发行人向前述经销商销售的部分家居产品毛利率存在差异，主要系产品的生产模式、家居产品细分品类不同所致，差异原因合理。

报告期内，前述经销商与发行人交易金额较小，交易定价公允，对公司财务状况、经营成果不构成重大影响，不存在损害公司利益的情况，不存在对发行人或关联方的利益输送。

（六）客户数量增减变动及销售情况

1、报告期各期各类客户数量增减变动及收入情况

（1）报告期各期经销商客户数量增减变动及收入情况如下：

单位：家、万元

年度	存量经销商	新增经销商				减少经销商			
	数量	数量	新增经销商数量占比	当年销售额	占当年经销收入比	数量	占上年经销商家数比	上年销售额	占上年经销收入的比例
2024年1-6月	907	76	8.38%	3,261.79	2.29%	209	20.10%	6,447.95	2.11%
2023年度	1,040	206	19.81%	12,611.97	4.12%	200	19.34%	3,685.15	1.55%
2022年度	1,034	240	23.21%	11,271.70	4.73%	152	16.07%	4,031.51	1.83%
2021年度	946	201	21.25%	8,188.72	3.72%	166	18.22%	2,608.48	1.55%

报告期内，发行人经销商进入与退出，与经销商的任务达成率、发行人区域拓展计划等相关，使得经销商数量存在一定的增减变动，但各期变动金额总体影响较小。

（2）报告期各期商标授权客户数量增减变动及收入情况如下：

单位：家、万元

年度	存量商标授权客户	新增商标授权客户				减少的商标授权客户			
	数量	数量	新增数量占比	当年销售额	占当年商标授权收入的比例	数量	占上年商标授权客户家数比	上年销售额	占上年商标授权收入的比例
2024年1-6月	90	15	16.67%	635.42	4.27%	21	21.88%	778.04	2.24%
2023年度	96	7	7.29%	111.20	0.32%	11	11.00%	155.19	0.60%
2022年度	100	25	25.00%	1,522.47	5.84%	21	21.88%	416.83	1.76%
2021年度	96	43	44.79%	3,138.20	13.29%	183	77.54%	2,758.36	16.66%

注：商标授权客户数量系金额为1万元以上的客户数量。

自2019年起，发行人商标授权费收取主体由经销商开始转换为OEM供应商，截至2020年底基本转换完成，从而导致2021年减少的商标授权客户数量相对较多，但变动金额影响相对较小，符合公司实际经营情况。

（3）报告期各期大宗业务客户数量增减变动及收入情况如下：

单位：家、万元

年度	新增大宗客户				减少大宗客户			
	数量	新增大宗客户数量占比	当年销售额	占当年大宗业务收入比例	数量	占上年大宗客户家数比	上年销售额	占上年大宗业务收入的比例
2024年1-6月	11	64.71%	2,029.11	45.74%	32	84.21%	10,400.38	71.01%
2023年度	34	89.47%	9,400.54	64.23%	15	75.00%	6,167.05	55.24%
2022年度	20	90.91%	6,884.92	61.67%	2	50.00%	2,542.75	70.85%
2021年度	3	75.00%	2,683.85	74.78%	3	75.00%	379.64	16.03%

发行人大宗业务 2019 年开始加大投入，大宗业务客户通过招投标等方式获取，报告期内大宗业务客户数量较少，其单次购买金额较大，重复购买率低，因此大宗业务客户群体更迭较快。

2、按销售金额区间分布的客户数量情况

单位：万元

金额区间	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
1,000万元以上（含）	家数	27	73	50	50
	金额	54,998.73	171,419.44	110,013.30	98,730.02
500万元-1,000万元	家数	46	103	83	73
	金额	31,968.69	71,513.69	59,353.39	51,624.36
100万元-500万元	家数	238	329	308	265
	金额	54,593.23	74,528.91	72,715.46	61,384.01
50万元-100万元	家数	150	184	166	155
	金额	10,899.41	13,010.59	12,151.73	11,665.78
小于50万元	家数	752	839	904	987
	金额	10,974.73	12,456.56	12,647.03	12,778.06
合计	家数	1,213	1,528	1,511	1,530
	金额	163,434.79	342,929.19	266,880.91	236,182.24

注：客户家数指的是当期形成1万元以上收入的客户数量。

由上表可知，报告期内，发行人收入规模在100万元至500万元、500万元至1,000万元以及1,000万元以上的客户家数及销售金额总体呈上升趋势，销售金额在100万元以上的客户合计收入占公司营业收入的比例分别为89.65%、90.71%、92.57%和86.62%，主要客户呈逐年集中的趋势。

发行人收入规模在100万元以下的客户家数总体保持稳定。公司销售规模较小的客户家数相对较多主要原因系发行人需要在县级、乡镇级等空白市场开发新的经销商，县级、乡镇级家装市场较为分散，市场推广及维护难度更大，且存在

单客销售规模小、推广及配送属地化更为明显的特点，导致公司销售规模较小的客户数量相对较多。

（七）关联方向客户提供借款的具体情况

报告期内，公司部分客户存在向关联方德清升华小额贷款股份有限公司（以下简称：升华小贷）、湖州市民间融资服务中心股份有限公司（以下简称：湖州民融）借贷资金的情形。

升华小贷和湖州民融均系依据《浙江省人民政府办公厅关于加强和改进民间融资管理的若干意见（试行）》《浙江省人民政府金融工作办公室关于印发〈关于做好民间融资创新试点工作的指导意见〉的通知》《湖州市人民政府关于印发湖州市开展民间融资规范管理试点工作实施意见的通知》等文件精神联合湖州其他民营骨干企业及地方政府成立的地方性民间融资服务平台。公司控股股东升华控股下属子公司湖州升华金融服务有限公司持有升华小贷59.23%的股权和湖州民融43.29%的股权。

报告期内，升华小贷和湖州民融向发行人经销商、直销客户提供贷款的具体情况如下：

单位：万元

经销商/直销客户	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率
安徽茂升木业有限公司	100.00	10.20%	195.00	10.20%				
安徽御锦家具有限公司	195.00	8.40%	1,000.00	8.40%	800.00	8.40%		
北京伯爵家饰建筑装饰有限公司			63.00	9.00%				
三明市九牧林建材贸易有限公司	50.00	9.60%	100.00	10.20%				
厦门旭福源建材有限公司			174.88	10.20%				
河南省华臣建材有限公司	50.00	9.00%	100.00	9.00%				
武汉兴森威家居有限公司			600.00	10.56%	300.00	10.56%		
永康市万林建材店			20.00	14.40%	20.00	14.40%		
永州益永兴发装饰材料有限公司			50.00	13.20%	50.00	14.40%		
邵东市大禾塘莫干山实木衣柜专卖店	25.00	9.00%	95.00	9.00%	35.00	13.20%		
贵州梦江南装饰材料有限公司			140.00	13.20%	170.00	13.20%		
海南百安居贸易有限公司					110.00	13.20%	150.00	13.20%
六安市裕安区传宏板材经营部			300.00	12.00%	300.00	13.20%	200.00	13.20%
如皋市爱上家建材有限公司					28.00	13.20%		

经销商/直销客户	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率
广西沐家家居有限公司			120.00	12.00%	100.00	13.20%	100.00	13.20%
苏州欧歌森装饰材料有限公司			140.00	10.80%	200.00	11.40%	200.00	12.00%
台州绿廷建材有限公司			150.00	12.00%	150.00	13.20%	150.00	13.20%
福建发达宏邸装饰材料有限公司					10.00	14.40%	15.00	14.40%
重庆航标建材有限公司					200.00	12.00%	200.00	13.20%
天津可以木业建材有限公司			100.00	10.20%	60.00	12.00%		
北京齐力顺发木业有限公司	200.00	9.00%	100.00	9.00%				
南通风驰装饰工程有限公司			100.00	9.00%				
淮安市千瑞木业有限公司							100.00	13.20%
宿州市赞牌建材有限公司	100.00	9.60%					100.00	13.20%
四川新东日装饰建材有限公司							130.00	13.20%
扬州巨康家具辅料有限公司							30.00	13.20%
合计	720.00		3,547.88		2,533.00		1,375.00	

注：上表已将同一控制下的企业合并，下同。

报告期内，升华小贷和湖州民融向发行人商标授权客户提供贷款的具体情况

如下：

单位：万元

商标授权客户	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率
江西众兴家具木业有限公司			300.00	12.00%	200.00	14.40%	100.00	14.40%
山东荣登堡家居有限公司	500.00	9.60%	300.00	10.00%				
沭阳县金鼎木业制品厂			300.00	12.00%	300.00	13.20%		
广西融水晨阳木业有限公司			600.00	8.40%				
贵港市思扬木业有限公司			1,000.00	9.60%				
融安县富达森木业有限公司			600.00	8.40%				
黄山市祁门县众森木制品有限公司			600.00	10.20%				
山东绿树源木业有限公司			1,000.00	10.00%	500.00	12.00%	400.00	13.20%
山东一是一木业有限公司			300.00	11.00%	400.00	12.00%	400.00	14.40%
霸州市王庄子广泰木制品厂			500.00	10.00%	300.00	10.80%		
山东隆饰木业有限公司			500.00	8.50%				
六安市叶集区瑞驰木业有限公司			300.00	8.40%				
从江县华丰木业有限责任公司			300.00	9.00%				
贵州福林福木业工贸有限责任公司							180.00	14.00%
菏泽馨仕达装饰材料有限公司							30.00	14.40%

商标授权客户	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率
合计	500.00		6,600.00		1,700.00		1,110.00	

升华小贷和湖州民融向公司客户提供借贷资金系其自身市场化的商业贷款行为，相关贷款条件按照市场化交易的原则确定，其向公司客户提供借款的利率和市场的融资利率水平大体相当，借款还款条件一致。

六、公司采购及主要供应商情况

（一）主要产品采购情况

公司采购分为自主生产的原材料采购和 OEM 生产的成品采购，具体如下：

1、报告期内，公司自主生产的主要原材料采购情况

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
板材类	16,303.12	58.23%	36,721.68	60.87%	42,307.32	66.45%	32,835.70	60.25%
辅料	6,550.62	23.40%	12,348.09	20.47%	10,570.50	16.60%	10,683.54	19.60%
五金配件	2,417.64	8.63%	5,317.97	8.82%	3,937.29	6.18%	3,595.90	6.60%
三聚氰胺纸	245.33	0.88%	528.47	0.88%	1,140.20	1.79%	1,502.25	2.76%
其他	2,481.49	8.86%	5,412.17	8.97%	5,717.15	8.98%	5,882.72	10.79%
合计	27,998.22	100.00%	60,328.39	100.00%	63,672.46	100.00%	54,500.11	100.00%

2、报告期内，公司 OEM 生产的成品采购情况

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人造板	83,330.07	85.96%	165,438.48	85.39%	114,667.42	82.26%	101,499.13	82.47%
木地板	5,073.18	5.23%	11,823.14	6.10%	6,923.65	4.97%	6,164.21	5.01%
科技木	1,057.73	1.09%	1,408.55	0.73%	1,576.67	1.13%	2,150.99	1.75%
定制家居	4,765.15	4.92%	9,334.64	4.82%	11,110.77	7.97%	8,794.96	7.15%
其他产品	2,716.53	2.80%	5,743.98	2.96%	5,111.83	3.67%	4,471.39	3.63%
合计	96,942.68	100.00%	193,748.78	100.00%	139,390.34	100.00%	123,080.69	100.00%

（二）主要能源采购情况

公司主要消耗的能源为电力和蒸汽等。报告期内，主要能源耗用情况如下：

项目	期间	采购数量	采购金额（万元）	平均单价
电 (万度、元/度)	2024年1-6月	693.80	551.57	0.79
	2023年度	1,562.47	1,301.57	0.83
	2022年度	1,362.93	1,218.50	0.89
	2021年度	1,352.47	1,034.01	0.76
蒸汽 (万吨、元/吨)	2024年1-6月	2.02	443.40	219.98
	2023年度	3.66	848.30	231.72
	2022年度	4.00	1,048.44	262.35
	2021年度	5.10	1,161.21	227.83

（三）主要产品采购价格变动情况

报告期内，公司生产经营所需的原材料主要包括板材类和三聚氰胺纸等，OEM采购主要包括人造板、木地板、科技木等，主要原材料及OEM产品各年度平均采购单价情况如下：

产品类别名称	计量单位	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
板材类	元/立方米	2,494.64	2,557.85	2,640.48	2,645.70
三聚氰胺纸	元/张	9.31	7.46	6.88	8.64
人造板	元/张	87.40	79.27	70.83	64.15
木地板	元/平方米	65.25	69.27	84.57	94.67
科技木	元/立方米	13,083.41	13,278.29	12,597.35	11,544.15

注：1、公司定制家居系定制化产品，与消费者房屋户型、尺寸和选材等各因素有关，单价不具有可比性；2、其他产品主要包括辅料、五金件等，计量单位各异，难以统计采购单价。

（四）公司向前五名供应商的采购情况

1、报告期内，前五大原材料供应商采购情况

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例
2024年 1-6月	1	浙江德清金猴新材料有限公司	2,229.00	1.78%
	2	山东朝泰实业有限公司	1,640.15	1.31%
	3	湖北登泰新材料科技有限公司	1,426.44	1.14%
		杭州登泰实业有限公司	0.26	0.00%
		小计	1,426.70	1.14%
	4	柳城县骊森科技有限公司	1,345.06	1.08%
	5	张家港德奕嘉贸易有限公司	1,047.17	0.84%
	合计	7,688.07	6.15%	
2023年度	1	浙江德清金猴新材料有限公司	3,892.94	1.53%
	2	柳城县骊森科技有限公司	3,870.91	1.52%

期间	序号	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例
	3	山东朝泰实业有限公司	3,620.79	1.43%
	4	广东日明五金实业有限公司	2,213.82	0.87%
	5	湖北登泰新材科技有限公司	1,915.14	0.75%
		杭州登泰实业有限公司	88.43	0.03%
		小计	2,003.57	0.79%
		合计	15,602.03	6.14%
2022 年度	1	德清东清木业有限公司	5,504.94	2.71%
	2	山东朝泰实业有限公司	3,825.39	1.88%
	3	柳城县骊森科技有限公司	2,492.78	1.23%
	4	浙江德清金猴新材料有限公司	1,762.81	0.87%
		浙江章氏护栏科技有限公司	2.91	0.00%
		小计	1,765.72	0.87%
	5	临沂市万木森荣木业有限公司	1,750.97	0.86%
	合计	15,339.80	7.55%	
2021 年度	1	山东朝泰实业有限公司	3,808.88	2.14%
		临沂市朝泰实业有限公司	33.83	0.02%
		小计	3,842.71	2.16%
	2	临沂市万木森荣木业有限公司	1,970.19	1.11%
	3	剑河县荣达木业有限公司	1,694.52	0.95%
	4	浙江德清金猴新材料有限公司	1,660.29	0.93%
		浙江章氏护栏科技有限公司	5.13	0.00%
		小计	1,665.42	0.94%
	5	安徽加和智能家居有限公司	1,641.01	0.92%
	合计	10,813.86	6.09%	

注：受同一实际控制人控制的供应商已合并计算采购额。

报告期内，前五名原材料供应商变动原因具体如下：

变动情况	供应商名称	变动原因
2024 年 1-6 月		
进入前五大供应商	张家港德奕嘉贸易有限公司	发行人主要向该供应商采购分色单板，该供应商产品质量和等级优且其在非洲有加工厂，可以确保原材料品质，导致该供应商进入前五大供应商。
退出前五大供应商	广东日明五金实业有限公司	发行人主要向该供应商采购五金配件类的铰链品类，因市场变化因素，发行人对其采购同比有所减少，导致该供应商退出前五大供应商。
2023 年度		
进入前五大供应商	广东日明五金实业有限公司	发行人主要向该供应商采购五金配件类产品，随着公司速装业务的拓展，五金配件的采购量增加，导致该供应商进入前五大供应商。

变动情况	供应商名称	变动原因
	湖北登泰新材料科技有限公司及其关联方	发行人向该供应商采购封边条，随着公司业务规模的扩大，采购量增加，导致该供应商进入前五大供应商。
退出前五大供应商	德清东清木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板原材料，随着公司“高温豆粕胶技术”逐渐成熟，部分板材半成品由外购转为自产，导致该供应商退出前五大供应商。
	临沂市万木森荣木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板原材料基板、家居业务原材料生态板和三聚氰胺中纤板等。2023年度，公司减少自产人造板原材料基板的采购，进而该供应商采购量下降，导致该供应商退出前五大供应商。
2022年度		
进入前五大供应商	德清东清木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板原材料，随着人造板销售订单的不断增加，公司对其采购金额增加，导致该供应商进入前五大供应商。
	柳城县骊森科技有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板原材料，随着人造板销售订单的不断增加，公司对其采购金额增加，导致该供应商进入前五大供应商。
退出前五大供应商	剑河县荣达木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中原材料整拼芯板，该供应商产品结构因市场变化因素，销售订单减少，对其采购额相应减少。
	安徽加和智能家居有限公司	发行人主要向该供应商采购强化地板原材料纤维板，随着木地板业务产量的减少，发行人对其采购额减少，导致其退出前五大供应商。
2021年度		
进入前五大供应商	临沂市万木森荣木业有限公司	发行人与该供应商于2020年4月份开始合作，主要向其采购人造板中的原材料基板及家居产品原材料中的三聚氰胺中纤板，该供应商产品品种丰富，满足发行人多个业务板块的需求，故采购额增加。
	安徽加和智能家居有限公司	发行人主要向该供应商采购强化地板原材料纤维板，该供应商产品质量稳定，其产品性价比相对较高，且业务配合度较高，使得发行人对其采购量增加。
退出前五大供应商	上海新宏雅木业有限公司	发行人主要向该供应商采购科技木原材料分色单板和原木，该供应商2021年在非洲的工厂搬迁扩建，搬迁过程中，该供应商的生产处于半停工状态，导致发行人对其采购量减少。
	临沂市兰山区天地和木业厂	发行人主要向该供应商采购人造板中生态板所需原材料基板，2021年的采购额较上年同期增长22.66%，由于发行人向其他供应商的采购规模增加较快，导致该供应商退出前五大供应商。

2、报告期内，前五大 OEM 供应商采购情况

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例
2024年1-6月	1	山东源吉龙装饰材料有限公司	6,337.36	5.07%
	2	廊坊多果木业有限公司	5,950.86	4.76%

期间	序号	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例
	3	文安县联达木业有限公司	5,262.56	4.21%
	4	临沂市万木森荣木业有限公司	4,287.64	3.43%
	5	临沂市兰山区玉明板材厂	3,867.81	3.10%
	合计		25,706.24	20.57%
2023 年度	1	山东源吉龙装饰材料有限公司	12,079.23	4.75%
	2	文安县增维木业有限公司	10,273.90	4.04%
	3	临沂市兰山区玉明板材厂	10,095.56	3.97%
	4	江苏莱宝装饰材料有限公司	10,037.65	3.95%
	5	山东旭美尚诺装饰材料有限公司	9,585.80	3.77%
	合计		52,072.14	20.49%
2022 年度	1	江苏莱宝装饰材料有限公司	13,484.72	6.64%
	2	临沂市兰山区玉明板材厂	6,620.73	3.26%
	3	山东旭美尚诺装饰材料有限公司	6,599.56	3.25%
	4	菏泽弘润木业有限公司	6,199.75	3.05%
	5	文安县增维木业有限公司	5,282.37	2.60%
	合计		38,187.14	18.81%
2021 年度	1	江苏莱宝装饰材料有限公司	17,474.36	9.84%
	2	沭阳县巨力木业制品厂	7,188.19	4.05%
	3	菏泽弘润木业有限公司	6,375.01	3.59%
	4	山东千森木业集团有限公司	6,196.79	3.49%
	5	山东旭美尚诺装饰材料有限公司	5,876.24	3.31%
	合计		43,110.59	24.28%

注：受同一实际控制人控制的供应商已合并计算采购额。

报告期内，公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述供应商不存在关联关系。

报告期内，前五名OEM供应商变动原因具体如下：

变动情况	供应商名称	变动原因
2024 年 1-6 月		
进入前五大供应商	廊坊多果木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的生态板，向其采购增加主要系 E ₀ F 级功能型的生态板逐步被市场接受和青睐，采购比例逐渐上升，导致该供应商进入前五大供应商。
	文安县联达木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的生态板，向其采购增加主要系 E ₀ F 级、抗菌抗病毒等功能型的生态板逐步被市场接受和青睐，采购比例逐渐上升，导致该供应商进入前五大供应商。
	临沂市万木森荣木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的生态板，向其采购增加主要系 E ₀ F 级、净芯板等功能型的生态板逐步被市场

变动情况	供应商名称	变动原因
		接受和青睐，采购比例逐渐上升，导致该供应商进入前五大供应商。
退出前五大供应商	文安县增维木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的生态板，随着市场因素变化，从传统型 E ₀ 级生态板逐渐向功能型转变，其功能型生态板生产产能提升较慢，导致该供应商退出前五大供应商。
	江苏莱宝装饰材料有限公司	发行人主要向该供应商采购阻燃板，发行人整体阻燃板销量下降，故采购量也同步下降，导致该供应商退出前五大供应商。
	山东旭美尚诺装饰材料有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的定向刨花板（OSB），随着发行人开发的新供应商的加入，发行人对该供应商采购量减少，导致该供应商退出前五大供应商。
2023 年度		
进入前五大供应商	山东源吉龙装饰材料有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的生态板，向其采购增加主要系：①该供应商的产品质量稳定、生态板芯板品类齐全，产品得到经销商的认可；②该供应商的生产设备较为先进、产能充足，同时基于临沂物流的便利性，能够及时满足经销商的订单需求；③2023 年发行人子公司费县云峰不再生产板材以及部分 OEM 供应商交付不及时等，由该供应商承接了部分供应；④随着发行人人造板业务的增长，带动向该供应商采购量增加。
退出前五大供应商	菏泽弘润木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的生态板、阻燃板，其他供应商的阻燃板产品性价比优于该供应商，导致 2023 年度发行人向该供应商采购的阻燃板减少。
2022 年度		
进入前五大供应商	临沂市兰山区玉明板材厂	发行人主要向该供应商采购人造板中的阻燃板，随着发行人山东市场阻燃板销售规模的增加，发行人对其采购需求增加。
	文安县增维木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的生态板，该生态板主要原材料为东北杨、内蒙杨，其质量较稳定，随着发行人采购规模的增加逐年增加。
退出前五大供应商	沭阳县巨力木业制品厂	发行人主要向该供应商采购人造板中的生态板，该供应商主要负责供货给安徽、江苏省份的经销商，考虑到经销商运输费等方面的问题，2021 下半年公司在安徽开通了一家 OEM 供应商，导致发行人对该供应商的采购量下降。
	山东千森木业集团有限公司	发行人主要向该供应商采购工程项目所需的阻燃板，该供应商所在区域工程项目逐渐完工，导致发行人对其采购量有所下降。
2021 年度		
进入前五大供应商	沭阳县巨力木业制品厂	发行人向该供应商采购规模逐年增加，该供应商主要负责供货给安徽、江苏省份的经销商，随着该供应商所在区域的市场需求的增加，发行人对该供应商生态板的采购需求增加。
	山东千森木业集团有限公司	发行人主要向该供应商采购工程项目所需的阻燃板，随着发行人阻燃板销售规模的增加，发行人对其采购需求增加。

变动情况	供应商名称	变动原因
	山东旭美尚诺装饰材料有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的定向刨花板（OSB），2021年随着发行人定向刨花板（OSB）业务规模的增加，发行人对其采购需求增加。
退出前五 大供应商	嘉善大自然木业有限公司	发行人主要向该供应商采购人造板中的生态板，2021年因该供应商产品价格较其他供应商相对较高，且因该供应商搬迁影响其产量，导致发行人对其采购量有所下降。
	开平市志诚木业有限公司	（1）发行人在该供应商所在区域开拓了新的 OEM 供应商，分散了对该供应商的采购量； （2）发行人主要向该供应商采购工程项目所需的阻燃板，因该供应商所在区域工程项目逐渐完工，导致发行人对其采购量有所下降。
	汝南县森泰木业有限公司	该供应商位于河南省驻马店市，受 2021 年河南洪涝的影响，发行人向其采购量减少。

（五）与公司存在关系的供应商

1、报告期内，公司的供应商中存在前员工控制的企业，具体情况如下：

供应商名称	关系人	与发行人关系	备注
德清县程远木业有限公司	陆建华	系发行人前员工	人造板 OEM 供应商、原材料供应商
德清钟管龙逸木制品加工厂	施卫东	系发行人前员工	人造板 OEM 供应商

2、报告期内，向前述供应商采购的情况如下：

单位：万元

供应商名称	采购内容	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 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
德清县程远木业有限公司	三聚氰胺中纤板、定制门板、装饰线条、踢脚线等	47.96	0.04%	209.86	0.08%	356.31	0.18%	187.00	0.11%

3、报告期内，向前述供应商销售的情况如下：

单位：万元

供应商名称	项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 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
德清县程远木业有限公司	商标授权收入、科技木皮	-	-	2.12	0.00%	5.11	0.00%	27.12	0.01%
德清钟管龙逸木制品加工厂	商标授权收入、基地建设费	13.17	0.01%	27.09	0.01%	39.73	0.01%	55.79	0.02%
合计		13.17	0.01%	29.21	0.01%	44.84	0.02%	82.91	0.04%

注：表中部分比例为 0.00%系保留小数两位四舍五入造成。

（六）供应商数量增减变动情况及采购情况

1、原材料供应商数量增减变动情况及采购情况

报告期内各期，发行人原材料供应商数量变动情况如下：

项目		2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
		新增	减少	新增	减少	新增	减少	新增	减少
采购总额（万元）	A	27,998.22		60,328.39		63,672.46		54,500.11	
家数	B	108	347	305	244	234	380	358	301
其中：（1）采购额超过100万元的家数	C	6	13	12	7	17	17	13	16
占新增/减少总家数的比例	D=C/B	5.56%	3.75%	3.93%	2.87%	7.26%	4.47%	3.63%	5.32%
占采购总额比例	E=新增/减少 供应商采购 金额/A	3.99%	13.65%	5.30%	2.71%	16.13%	5.18%	6.20%	7.12%
（2）采购额不超过100万元家数	F	102	334	293	237	217	363	345	285
占新增/减少总家数的比例	G=F/B	94.44%	96.25%	96.07%	97.13%	92.74%	95.53%	96.37%	94.68%
占采购总额比例	H=新增/减少 供应商采购 金额/A	3.38%	7.48%	3.57%	2.62%	2.57%	2.82%	3.55%	3.48%
新增/减少采购金额 占比合计	I=E+H	7.37%	21.13%	8.87%	5.33%	18.70%	8.00%	9.75%	10.60%

注：为更准确反映新增和减少供应商对当年原材料采购总额的影响，以2021年为例，表中E和H的计算公式中分母均为2021年原材料采购总额，其中新增供应商的采购金额=当年新增供应商对应2021年原材料采购金额合计，减少供应商的采购金额=当年减少供应商对应2020年原材料采购金额合计。

2、OEM 供应商数量增减变动情况及采购情况

报告期内各期，发行人OEM供应商数量变动情况如下：

项目		2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
		新增	减少	新增	减少	新增	减少	新增	减少
采购总额（万元）	A	96,942.68		193,748.78		139,390.34		123,080.69	
家数	B	44	51	60	62	87	72	71	51
其中：（1）采购额超过100万元的家数	C	11	8	10	2	20	3	21	8
占新增/减少总家数的比例	D=C/B	25.00%	15.69%	16.67%	3.23%	22.99%	4.17%	29.58%	15.69%
占采购总额比例	E=新增/减少 供应商采购 金额/A	7.58%	4.81%	6.59%	1.33%	16.05%	0.67%	5.80%	2.73%
（2）采购额不超过100万元家数	F	33	43	50	60	67	69	50	43
占新增/减少总家数的比例	G=F/B	75.00%	84.31%	83.33%	96.77%	77.01%	95.83%	70.42%	84.31%

项目		2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
		新增	减少	新增	减少	新增	减少	新增	减少
占采购总额比例	H=新增/减少 供应商采购 金额/A	0.56%	0.63%	0.44%	0.50%	0.92%	0.79%	0.80%	0.26%
新增/减少采购金额 占比合计	I=E+H	8.14%	5.44%	7.03%	1.83%	16.97%	1.47%	6.60%	2.98%

注：为更准确反映新增和减少供应商对当年 OEM 采购总额的影响，以 2021 年为例，表中 E 和 H 的计算公式中分母均为 2021 年 OEM 采购总额，其中新增供应商的采购金额=当年新增供应商对应 2021 年 OEM 采购金额合计，减少供应商的采购金额=当年减少供应商对应 2020 年 OEM 采购金额合计。

3、原材料供应商分布情况

报告期内各期，按采购金额区间分布的原材料供应商数量情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	数量	采购额	数量	采购额	数量	采购额	数量	采购额
3,000万元以上	-	-	3	11,384.64	2	9,330.33	1	3,842.71
1,000万元-3,000万元	5	7,688.07	8	12,454.39	15	21,320.89	12	18,537.36
500万元-1,000万元	7	4,254.12	21	16,296.89	13	10,556.10	13	8,731.97
100万元-500万元	41	11,387.34	60	14,070.91	70	16,579.25	71	16,749.48
10万元-100万元	117	4,084.11	151	5,448.24	144	5,229.91	166	5,813.48
10万元及以下	254	584.58	420	673.32	358	655.99	485	825.10
合计	424	27,998.22	663	60,328.39	602	63,672.46	748	54,500.11

注：10万元-100万元指包含100万元、不包含10万元，其他类似。

报告期内各期，公司规模较大的原材料供应商数量相对较少，但采购金额占公司原材料采购总额比重较高。报告期内，公司100万元以上原材料供应商的数量分别为97家、100家、92家和53家，对应采购金额占比分别为87.82%、90.76%、89.85%和83.33%。公司与报告期各期主要原材料供应商保持了稳定的合作关系。

4、OEM 供应商分布情况

报告期内各期，按采购金额区间分布的 OEM 供应商数量情况如下：

单位：家、万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	数量	采购额	数量	采购额	数量	采购额	数量	采购额
5,000万元以上	3	17,550.78	11	87,983.07	5	38,187.14	6	48,322.89
3,000万元-5,000万元	5	18,220.14	12	48,542.13	8	31,428.10	3	12,011.33

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	数量	采购额	数量	采购额	数量	采购额	数量	采购额
1,000万元-3,000万元	21	39,146.01	19	30,961.24	26	46,511.01	23	43,278.97
500万元-1,000万元	14	9,621.66	17	12,799.24	13	10,041.05	9	5,080.16
100万元-500万元	39	9,521.53	49	10,829.80	43	9,896.52	48	11,603.61
10万元-100万元	65	2,761.54	69	2,490.32	77	3,193.24	64	2,625.69
10万元及以下	74	121.02	51	142.97	58	133.28	62	158.04
合计	221	96,942.68	228	193,748.78	230	139,390.34	215	123,080.69

注：10万元-100万元指包含100万元、不包含10万元，其他类似。

为保证OEM产品质量，公司一般会优先考虑运输半径较短、产品质量更高、价格更具优势并有较好合作基础的供应商。报告期内各期，公司规模较大的OEM供应商数量相对较少，但采购金额占公司OEM采购总额比重较高。报告期内，公司500万元以上OEM供应商的数量分别为41家、52家、59家和**43家**，对应采购金额占比分别为88.31%、90.51%、93.05%和**87.20%**，公司主要OEM供应商总体相对稳定，与该等供应商建立了良好的合作关系。

（七）关联方向供应商提供借款的具体情况

报告期内，公司部分供应商存在向关联方升华小贷、湖州民融借贷资金的情形，具体情况如下：

单位：万元

供应商名称	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率	贷款金额	年利率
菏泽天方装饰材料有限公司			500.00	9.00%			290.00	14.40%
山东朝泰实业有限公司	400.00	9.00%	400.00	10.00%				
揭阳市骏昇精密五金实业有限公司			100.00	9.60%				
临沂金元建材有限公司			500.00	9.00%				
广西王子木业有限公司	500.00	7.80%						
广西远见新材料科技有限公司	500.00	8.40%						
合计	1,400.00		1,500.00				290.00	

升华小贷和湖州民融向公司供应商提供借贷资金系其自身市场化的商业贷款行为，相关贷款条件按照市场化交易的原则确定，其向公司供应商提供借款的利率和市场的融资利率水平大体相当，借款还款条件一致。

七、公司主要固定资产及无形资产等资源要素

（一）主要固定资产情况

1、主要固定资产

截至2024年6月30日，公司固定资产账面原值62,880.83万元，账面价值40,459.45万元，综合成新率为64.34%。具体情况如下：

单位：万元

项目	折旧年限（年）	账面原值	账面价值	成新率
房屋及建筑物	3-20	43,038.32	30,591.59	71.08%
机器设备	5-10	16,848.75	8,880.99	52.71%
运输工具	5	597.77	225.69	37.76%
电子及其他设备	3-10	2,395.98	761.18	31.77%
合计		62,880.83	40,459.45	64.34%

2、主要机器设备

截至2024年6月30日，公司的主要生产机器设备如下表所示：

单位：万元

序号	设备名称	数量 (台/套)	原值	净值	成新率
1	自动高速封边机	35	1,261.27	746.99	59.23%
2	数控钻孔加工中心	26	1,146.80	510.05	44.48%
3	工业4.0家居智能输送、分拣、包装系统	6	1,137.61	1,020.78	89.73%
4	全自动电子开料锯	22	1,023.47	643.35	62.86%
5	数控脉冲布袋式负压除尘器	21	789.83	314.11	39.77%
6	工业4.0智能高速柔性封边生产线	3	757.33	679.55	89.73%
7	不锈钢高温染缸	55	668.92	116.72	17.45%
8	刨（旋）切机	16	653.84	209.94	32.11%
9	热压机	26	588.31	259.69	44.14%
10	VOCs回收处理装置设备	16	528.83	333.90	63.14%
11	砂光机	38	428.02	197.56	46.16%
12	双端铣设备	5	249.03	41.71	16.75%
13	全自动生产连线	13	234.92	126.98	54.05%
14	定制家居产品自动识别与智能分拣技术软件及装备	1	229.59	153.41	66.82%
15	智能安全低能耗低噪音数控脉冲布袋式负压除尘器	3	189.60	170.19	89.76%
16	木材平衡窑	8	182.40	75.21	41.23%
17	高效节能二层双网带式干燥机	2	180.37	158.99	88.15%

序号	设备名称	数量 (台/套)	原值	净值	成新率
18	全能王高速地板开槽机	1	154.35	88.50	57.34%
19	地轨线	4	146.30	44.44	30.38%
20	全自动输送线	1	129.61	118.34	91.31%
合计			10,680.39	6,010.40	56.28%

3、自有不动产情况

截至本招股说明书签署日，公司及子公司拥有的房屋所有权及土地使用权情况如下：

序号	权利人	权属证书	坐落	建设用地使用权				房屋所有权			他项权利
				权利性质	用途	面积 (m ²)	终止日期	权利性质	用途	建筑面积 (m ²)	
1	云峰新材	浙(2022)德清县不动产权第0005259号	钟管镇环城南路48号	出让	工业用地	57,142.01	2058年9月25日	自建房	工业	28,873.22	无
2	莫干山地板	浙(2021)德清县不动产权第0031205号	钟管镇钟新湖中路1222号	出让	工业用地	82,700.56	2057年4月25日	自建房	工业	47,812.51	无
3	费县云峰	鲁(2018)费县不动产权第0000129号	费县探沂镇工业园，振兴路北侧云峰莫干山生产车间3等5处	出让	工业用地	32,540.00	2056年11月15日	自建房	工业、集体宿舍、办公	22,966.65	无
4	莫干山家居	浙(2021)德清县不动产权第0031570号	阜溪街道长虹东街898号	出让	工业用地	59,925.40	2061年8月3日	自建房	工业	90,554.98	无
5	山东云峰	鲁(2021)费县不动产权第0002012号	费县探沂镇石行村东南	出让	工业用地	10,299	2071年3月14日	-	-	-	无
6	山东云峰	鲁(2023)费县不动产权第0003192号	费县探沂镇石行村东南厂房1等5处	出让	工业用地	114,372	2071年3月14日	自建房	工业、宿舍、仓储等	86,364.76	无
7	云峰新材	浙(2022)德清县不动产权第0006569号	钟管镇环城南路48号	出让	工业用地	48,064.19	2045年10月25日	自建房	工业	23,366.63	无
8	莫干山建材	浙(2022)德清县不动产权第0034048号	钟管镇横塘桥路108号	出让	工业用地	35,061.71	2058年8月25日	自建房	工业	23,710.93	无

4、不动产租赁情况

截至本招股说明书签署日，公司及子公司租赁的主要不动产情况如下：

出租人	承租人	租赁面积 (m ²)	租金 (万元/年)	租赁物业地址	租赁期限	租赁用途
升华地产集团有限公司	莫干山家居	700	43.50	德清县武康武源街 698 号-714 号一楼	2023 年 1 月 1 日-2025 年 12 月 31 日	直营店展示厅
石家庄冀楷企业管理有限公司	莫干山营销	150	12.00	河北省石家庄市长安区建华北大街 7 号半岛国际 D 座 D2005 室	2024 年 7 月 20 日-2025 年 7 月 19 日	商业办公
德清中创地理信息产业园建设有限公司	莫干山营销	3,917.4	142.9851（每两年递增 4%）	浙江省湖州市德清县舞阳（街道）科源路 11 号 9 幢 8-11 层	2022 年 1 月 18 日-2025 年 1 月 17 日	商业办公
江西耐火材料有限责任公司	莫干山营销	324.96	10.5287	江西司马庙建材服务中心大楼 23 楼 10、11、12 号	2024 年 1 月 1 日-2025 年 12 月 31 日	商业办公
武汉翼翔科技园发展有限公司	莫干山营销	284.6	16.52	武汉客厅 I 栋 1702 室	2023 年 4 月 1 日-2025 年 3 月 31 日	商业办公
杨韵琪、杨云天	莫干山营销	249	15.00	成都市成华区将军碑东二路 88 号	2024 年 3 月 28 日-2025 年 3 月 28 日	商业办公

（二）主要无形资产情况

1、公司主要无形资产

截至 2024 年 6 月 30 日，公司无形资产账面原值 10,035.98 万元，账面价值 7,897.93 万元。具体情况如下：

单位：万元

项目	摊销年限	账面原值	账面价值
土地使用权	50 年	9,229.10	7,408.76
商标专用权	5 年	6.38	-
管理软件	5 年	800.50	489.17
合计		10,035.98	7,897.93

土地使用权具体情况详见本节“七、公司主要固定资产及无形资产等资源要素”之“（一）主要固定资产情况”之“3、自有不动产情况”。

2、商标

（1）截至 2024 年 6 月 30 日，发行人及其子公司已取得境内注册商标 179 项，具体如下：

序号	权利人	商标图形	商标号	商品类别	有效期至	取得方式
1	发行人		1015684	19	2027 年 5 月 27 日	受让取得
2	发行人		1345548	2	2029 年 12 月 20 日	受让取得
3	发行人		1504722	19	2031 年 1 月 13 日	受让取得

序号	权利人	商标图形	商标号	商品类别	有效期至	取得方式
4	发行人		1989385	19	2033年3月20日	原始取得
5	发行人		1989387	19	2033年3月20日	原始取得
6	发行人		1989388	19	2033年3月20日	原始取得
7	发行人		3280979	1	2034年8月20日	原始取得
8	发行人		3612148	2	2025年4月20日	原始取得
9	发行人		3616283	20	2025年6月13日	原始取得
10	发行人		3972054	19	2026年9月6日	原始取得
11	发行人		3972055	19	2026年10月27日	原始取得
12	发行人		3972056	1	2026年10月27日	原始取得
13	发行人		3985974	2	2026年12月27日	原始取得
14	发行人		4028240	20	2026年12月13日	原始取得
15	发行人		4028241	19	2027年9月20日	原始取得
16	发行人	升原云峰	4555311	19	2028年7月6日	原始取得
17	发行人	五部	4555312	19	2028年7月6日	原始取得
18	发行人	下清湖	4555313	19	2028年7月6日	原始取得
19	发行人	下清湖	4555314	2	2028年7月6日	原始取得
20	发行人	莫干山	4750582	19	2029年2月27日	原始取得
21	发行人		5509727	1	2029年11月27日	原始取得
22	发行人		5509728	2	2029年10月6日	原始取得
23	发行人		5509729	21	2029年8月27日	原始取得
24	发行人		5509736	24	2029年10月6日	原始取得
25	发行人	莫干山 MOGANSHAN	5569019	19	2029年10月20日	原始取得
26	发行人	莫干山	5569020	19	2029年10月20日	原始取得
27	发行人	MOGANSHAN	5569021	19	2029年10月20日	原始取得
28	发行人	欧锦 Euro cream	6090533	24	2030年3月27日	受让取得
29	发行人	欧锦 Euro cream	6090535	20	2030年1月13日	受让取得
30	发行人	Lehvi 乐利	8685854	20	2031年10月6日	原始取得
31	发行人	莫干山欧锦	9843461	20	2032年10月13日	原始取得
32	发行人	 莫干山	10555398	19	2033年4月20日	原始取得
33	发行人	莫干山欧锦	10555479	19	2033年4月20日	原始取得
34	发行人	莫干山-欧锦	10555635	6	2034年2月20日	原始取得
35	发行人		11772256	17	2034年6月6日	原始取得
36	发行人		11772278	37	2034年4月27日	原始取得
37	发行人	 莫干山	11772308	40	2034年6月13日	原始取得
38	发行人		12082988	6	2034年7月13日	原始取得
39	发行人	升原云峰	12308758	6	2034年8月27日	原始取得
40	发行人	 莫干山	14616338	20	2025年7月27日	原始取得

序号	权利人	商标图形	商标号	商品类别	有效期至	取得方式
41	发行人		14616339	06	2025年12月20日	原始取得
42	发行人		17952445	27	2026年11月6日	原始取得
43	发行人		18869837	05	2027年5月20日	原始取得
44	发行人		18869891	6	2030年3月27日	原始取得
45	发行人		18869950	17	2027年2月20日	原始取得
46	发行人		18869963	19	2027年2月20日	原始取得
47	发行人		18870074	6	2028年2月6日	原始取得
48	发行人		18870106	20	2027年2月20日	原始取得
49	发行人		18870175	17	2027年2月20日	原始取得
50	发行人		18870830	19	2027年2月13日	原始取得
51	发行人		18870882	20	2027年2月20日	原始取得
52	发行人		18883006	5	2027年5月20日	原始取得
53	发行人		22268155	42	2028年4月6日	原始取得
54	发行人		22268673	21	2028年1月27日	原始取得
55	发行人		22268839	7	2028年8月13日	原始取得
56	发行人		22292760	20	2028年1月27日	原始取得
57	发行人		23454167	1	2028年3月20日	原始取得
58	发行人		23454982	2	2028年3月27日	原始取得
59	发行人		23455000	17	2028年4月6日	原始取得
60	发行人		23455225	6	2028年12月6日	原始取得
61	发行人		23456133	19	2028年3月27日	原始取得
62	发行人		23456412	20	2028年4月13日	原始取得
63	发行人		23456842	37	2028年4月6日	原始取得
64	发行人		25832385	7	2028年11月20日	受让取得
65	发行人		25832386	9	2028年11月6日	受让取得
66	发行人		26119401	19	2028年11月20日	原始取得
67	发行人		26122787	20	2028年11月6日	原始取得
68	发行人		26125263	6	2028年11月20日	原始取得
69	发行人		27284581	20	2028年11月6日	原始取得
70	发行人		27284582	19	2028年11月6日	原始取得
71	发行人		27284583	20	2028年10月27日	原始取得
72	发行人		27284584	19	2028年11月6日	原始取得
73	发行人		27284586	19	2029年1月20日	原始取得
74	发行人		27777061	2	2028年11月6日	原始取得
75	发行人		27789870	1	2028年11月6日	原始取得
76	发行人		28187910	6	2030年2月6日	原始取得
77	发行人		28188033	20	2028年12月20日	原始取得

序号	权利人	商标图形	商标号	商品类别	有效期至	取得方式
78	发行人		28189731	6	2030年2月6日	原始取得
79	发行人		28310564	37	2028年11月20日	原始取得
80	发行人		30841386	1	2029年2月20日	原始取得
81	发行人		30852738	6	2030年10月6日	原始取得
82	发行人		30863809	19	2029年2月27日	原始取得
83	发行人		30862534	2	2029年2月27日	原始取得
84	发行人		31178473	19	2030年1月27日	原始取得
85	发行人		31620367	21	2029年5月6日	原始取得
86	发行人		31622203	11	2030年5月27日	原始取得
87	发行人		31630258	9	2030年2月20日	原始取得
88	发行人		33490950	19	2029年6月27日	原始取得
89	发行人		33492468	20	2029年6月27日	原始取得
90	发行人		34185066	19	2029年6月27日	原始取得
91	发行人		34186653	6	2030年8月20日	原始取得
92	发行人		34188999	6	2030年8月27日	原始取得
93	发行人		34190517	20	2029年6月27日	原始取得
94	发行人		34193525	19	2029年6月27日	原始取得
95	发行人		34194882	45	2029年9月27日	原始取得
96	发行人		34197540	20	2029年7月6日	原始取得
97	发行人		40075402	19	2030年7月13日	原始取得
98	发行人		40564567	1	2030年6月20日	原始取得
99	发行人		40568937	1	2030年6月20日	原始取得
100	发行人		44941786	20	2031年4月27日	原始取得
101	发行人		44945003	3	2030年12月27日	原始取得
102	发行人		44949413	27	2030年12月27日	原始取得
103	发行人		44955985	20	2031年6月13日	原始取得
104	发行人		44956564	42	2030年12月27日	原始取得
105	发行人		44963040	27	2030年12月27日	原始取得
106	发行人		44965339	6	2030年12月27日	原始取得
107	发行人		44967671	16	2031年3月13日	原始取得
108	发行人		44969006	42	2030年12月13日	原始取得
109	发行人		44969275	3	2030年12月13日	原始取得
110	发行人		44972343	16	2031年3月13日	原始取得
111	发行人		44967707	20	2031年8月20日	原始取得
112	发行人		44681221	6	2031年9月20日	原始取得
113	发行人		44942211	21	2031年10月13日	原始取得

序号	权利人	商标图形	商标号	商品类别	有效期至	取得方式
114	发行人		58768991	37	2032年2月13日	原始取得
115	发行人		58764275	40	2032年3月6日	原始取得
116	发行人		58747039	16	2032年5月13日	原始取得
117	发行人		57665760	16	2032年2月6日	原始取得
118	发行人		57657183	16	2032年2月6日	原始取得
119	发行人		53196360	21	2032年5月13日	原始取得
120	发行人		53186846	20	2032年5月20日	原始取得
121	发行人		53172821	6	2032年6月13日	原始取得
122	发行人		50771491	1	2032年3月13日	原始取得
123	发行人		50767006	24	2032年2月27日	原始取得
124	发行人		50766894	5	2032年3月13日	原始取得
125	发行人		50765196	42	2032年2月27日	原始取得
126	发行人		50762926	20	2032年3月13日	原始取得
127	发行人		50760232	11	2032年3月13日	原始取得
128	发行人		50757175	21	2032年2月27日	原始取得
129	发行人		50746958	3	2032年6月27日	原始取得
130	发行人		50745450	27	2032年2月27日	原始取得
131	发行人		50743915	7	2032年3月13日	原始取得
132	费县云峰		3497157	19	2025年5月20日	受让取得
133	莫干山营销		17619508	35	2026年9月27日	原始取得
134	莫干山营销		26469483	35	2028年9月6日	原始取得
135	莫干山营销		44955296	35	2031年1月13日	原始取得
136	莫干山营销		44961401	35	2031年1月13日	原始取得
137	莫干山建材		1770196	19	2032年5月20日	原始取得
138	莫干山建材		1770194	19	2032年5月20日	原始取得
139	莫干山建材		1740831	19	2032年4月6日	原始取得
140	发行人		65239916	42	2032年12月20日	申请取得
141	发行人		44949367	17	2032年8月6日	申请取得
142	发行人		44955461	21	2032年8月6日	申请取得
143	发行人		65976950	1	2033年1月27日	申请取得
144	发行人		65985766	19	2033年1月27日	申请取得
145	发行人		65975629	20	2033年1月27日	申请取得
146	发行人		65978412	6	2033年1月27日	申请取得
147	发行人		65996501	21	2033年1月27日	申请取得

序号	权利人	商标图形	商标号	商品类别	有效期至	取得方式
148	发行人		65975384	6	2033年1月27日	申请取得
149	发行人		65993557	20	2033年1月27日	申请取得
150	发行人		66006817	19	2033年1月27日	申请取得
151	发行人		65971611	21	2033年1月27日	申请取得
152	发行人		64359976	6	2032年10月27日	申请取得
153	发行人		50749290	6	2032年9月6日	申请取得
154	发行人		66892635	20	2033年4月13日	申请取得
155	发行人		66006920	21	2033年3月6日	申请取得
156	发行人		65976972	1	2033年2月27日	申请取得
157	发行人		61921701	2	2033年6月13日	申请取得
158	发行人		50742090	17	2033年2月20日	申请取得
159	莫干山营销		59556294	35	2033年6月13日	申请取得
160	发行人		65266591	40	2033年9月13日	申请取得
161	发行人		64361136	19	2032年10月27日	申请取得
162	发行人		64334068	20	2032年10月27日	申请取得
163	发行人		61253419	9	2033年10月13日	申请取得
164	发行人		60340032	19	2033年11月27日	申请取得
165	发行人		53186814	19	2033年10月20日	申请取得
166	莫干山营销		66898858	35	2033年12月27日	申请取得
167	发行人		75863977	6	2034年6月13日	申请取得
168	发行人		75853118	37	2034年6月13日	申请取得
169	发行人		75857674	1	2034年6月13日	申请取得
170	发行人		75859940	19	2034年6月13日	申请取得
171	发行人		75867034	20	2034年6月13日	申请取得
172	发行人		73706537	20	2034年5月6日	申请取得
173	发行人		73690679	20	2034年2月20日	申请取得
174	发行人		73698405	24	2034年2月20日	申请取得
175	发行人		73706511	7	2034年2月20日	申请取得
176	发行人		73712893	7	2034年2月20日	申请取得
177	发行人		66905081	19	2034年3月6日	申请取得
178	发行人		50741685	19	2034年3月6日	申请取得
179	莫干山营销		75849200	35	2034年6月13日	申请取得

根据公司与被授权方签订的《注册商标使用许可合同》，公司以普通方式许可对方使用公司“莫干山”等商标及图形，许可期限为1年，许可使用费按板材产品数量计算，具体各品种产品许可使用费的单价以双方执行的订单为准。具体内容详见本节“二、公司主营经营模式”之“（三）销售模式”之“2、商标授权模式”。

（2）截至2024年6月30日，发行人及其子公司已取得境外注册商标4项，具体如下：

序号	权利人	商标注册地	商标图形	注册号	类别	有效期至	取得方式
1	发行人、莫干山地板	美国		3311760	19	2027年10月16日	原始取得
2	发行人、莫干山地板	加拿大		TMA686402	26	2032年4月20日	原始取得
3	发行人	马德里国际注册 ^注		933255	19	2027年7月27日	原始取得
4	发行人	马德里国际注册 ^注		1673094	6,19,20	2032年5月19日	原始取得

注：上表中第三项商标系以中国境内注册号为1504722基础商标的申请马德里商标国际注册，保护地区为澳大利亚、丹麦、芬兰、英国、韩国、挪威、瑞典、比利时、荷兰、卢森堡、德国、西班牙、法国、匈牙利、意大利、波兰、葡萄牙。第四项商标系以中国境内注册号为64361136基础商标的申请马德里商标国际注册，保护地区为澳大利亚、丹麦、芬兰、日本、英国、韩国、挪威、瑞典、比利时、荷兰、卢森堡、德国、西班牙、法国、匈牙利、意大利、波兰、葡萄牙。

（3）受让取得的商标基本情况

发行人或其子公司受让取得商标的基本情况如下：

序号	权利人	商标号	商标标识	转让方	转让时间	转让价格（万元）
1	发行人	1015684		云峰装饰	2000年10月	0
2	发行人	1504722		云峰装饰	2001年4月	0
3	发行人	1345548		德清县下舍涂料厂	2004年6月	6.38
4	发行人	6090533		方俊	2011年5月	12.83
5	发行人	6090535	欧锦 Euro cream	方俊	2011年5月	

序号	权利人	商标号	商标标识	转让方	转让时间	转让价格 (万元)
6	费县云峰	3497157		姚中华	2016年12月	0
7	发行人	25832385	莫干山	杨泽慧	2019年6月	0
8	发行人	25832386	莫干山	杨泽慧	2019年6月	

上述转让方的基本情况、受让取得的交易背景以及定价依据情况如下：

①商标号为 1015684、1504722 的莫干山商标系发行人从云峰装饰（云峰有限设立时的股东）受让取得。云峰有限设立之前，其相关板材生产和销售业务实际由云峰装饰开展。云峰有限设立后，云峰装饰不再开展板材生产和销售业务，故其将该等商标无偿转让给发行人。

②商标号为 1345548 的莫干山商标系发行人从德清县下舍涂料厂受让取得。当时发行人开始生产和销售涂料等辅料产品。该商标的类别为第 2 类，注册商品和服务内容为油漆、涂料等，因生产经营需要，发行人与德清县下舍涂料厂协商以 6.38 万元的价格向其购买了该商标。

③商标号为 6090533、6090535 的欧锦商标系发行人从自然人方俊受让取得。发行人原子公司德清云峰欧锦家居有限公司（2017 年 5 月注销，以下简称“欧锦家居”）曾使用欧锦品牌开展业务，自然人方俊持有与欧锦家居商号相似的商标。为便于欧锦家居开展业务，发行人经与方俊协商以合计 12.83 万元的价格购买了该等商标。

④商标号为 3497157 的祥升商标系发行人从自然人姚中华（费县云峰设立时的负责人）受让取得。该商标系由姚中华以其个人名义申请取得，商标类别为 19 类，注册商品内容为胶合板、三合板等。发行人商标部门在日常商标事务管理中发现姚中华持有该商标，且该商标的注册商品内容与发行人主营业务竞合。根据发行人员工管理的要求，同时为了保护发行人的利益，经与姚中华协商，费县云峰无偿受让了该商标。

⑤商标号为 25832385、25832386 的莫干山商标系发行人从自然人杨泽慧受让取得。发行人持有的莫干山及图商标系经原国家工商总局商标局认定的驰名商标，发行人商标部门在日常商标事务管理中发现自然人杨泽慧在第 7 类以及第 9 类抢注了与发行人商标类似的莫干山商标，可能会损害发行人的合法权益。发行

人与杨泽慧取得联系，经与其协商，基于驰名商标跨类保护的原则，杨泽慧将该商标无偿转让给发行人。

（4）报告期内，发行人曾作为被许可人许可使用升华集团持有的商标，具体情况如下：

序号	权利人	商标图形	商标号	核定使用商品	被许可人	许可期限
1	升华集团		1413630	19类 贴面板；地板；三合板；半成品木材	发行人	2015年4月8日至2020年6月27日，到期双方无异议自动续期一年
莫干山营销					2015年4月8日至2020年6月27日，到期双方无异议自动续期一年	
费县云峰					2013年10月1日至2020年6月27日，到期双方无异议自动续期一年	

上述商标许可系升华集团无偿将其注册号 1413630 的商标许可给发行人、莫干山营销、费县云峰使用。截至 2021 年 7 月，发行人及其子公司已不再使用该商标。

① 授权的原因及合理性

报告期内，发行人产品主要使用莫干山品牌，为满足全国各地消费者个性化、多样化需求，发行人亦使用升华集团无偿许可的升华牌商标以及发行人自有的森泉商标。

因升华品牌商标系图形商标，容易被公众理解为该产品系升华集团或升华控股及其其他下属企业生产的产品，但实际升华集团或升华控股及其其他下属企业未生产发行人相关产品，故发行人已于 2021 年 7 月决定不再使用升华牌商标。报告期内，由于升华牌商标系升华集团所有，为保证发行人经营的合法性，升华集团无偿授权发行人、莫干山营销、费县云峰使用该商标，具有合理性。

② 不存在对发行人的利益输送及对升华集团的重大依赖

报告期各期，发行人销售附有上述升华牌商标板材产品实现的收入及占发行人各期营业收入的比例均较小，具体如下：

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
升华牌商标实现的收入（万元）	0.00	0.00	0.00	9.38

占各期营业收入的比例	0.00%	0.00%	0.00%	0.004%
------------	-------	-------	-------	--------

根据升华集团与发行人或其子公司签署的《商标使用许可合同》以及升华集团出具的承诺文件，升华集团系无偿许可发行人或其子公司使用其商标。除上述商标无偿许可行为外，升华集团与发行人不存在其他特殊利益安排。2021年7月，发行人已停止生产附有上述升华牌商标的板材，升华集团许可发行人或其子公司商标的许可期限亦已到期。

综上，升华集团许可发行人或其子公司使用其商标的行为不存在利益输送，发行人亦不存在对升华集团的重大依赖。

（5）关于注册号为第 65985766 号的商标部分指定商品被裁定无效宣告的相关情况

2024年7月，第三方申请人美新科技股份有限公司认为其拥有的商标与发行人第 65985766 号图形商标构成相同或类似商品上的近似商标，请求国家知识产权局对争议商标予以无效宣告。2024年9月，国家知识产权局做出裁定，裁定第 65985766 号商标在“石膏板；石、混凝土或大理石制艺术品”商品上予以维持，在其余商品上予以无效宣告。发行人已向北京知识产权法院提起了商标行政诉讼，北京知识产权法院尚未正式立案。

发行人在定制家居产品主要使用的商标号为 53186846 和 53186814 的莫干山全屋定制及图商标，注册类别及商标主要集中在第 20 类和第 19 类商品中。上述两项商标未被其他任何第三人申请撤销或者无效宣告。注册号为第 65985766 号的商标部分指定商品被裁定无效事项不会对发行人定制家居产品的研发、生产和销售产生重大不利影响。

3、专利

（1）境内专利

截至 2024 年 6 月 30 日，发行人及其子公司取得境内专利 178 项，具体如下：

序号	权利人	专利名称	专利号	申请日	专利类型	取得方式
1	发行人	一种污水处理系统	2021231211555	2021 年 12 月 13 日	实用新型	原始取得

序号	权利人	专利名称	专利号	申请日	专利类型	取得方式
2	发行人	一种热改性抗变形家居门板及其生产工艺	2021111536258	2021年9月29日	发明专利	原始取得
3	发行人	一种适用于布胶基板的自动翻板机	2021223801584	2021年9月29日	实用新型	原始取得
4	发行人	一种新结构芯材板材	2020229479301	2020年12月11日	实用新型	原始取得
5	发行人	具有卯榫结构的细木工板	2020229479462	2020年12月11日	实用新型	原始取得
6	发行人	一种无醛高分子树脂膜饰面细木工板	2020229602452	2020年12月11日	实用新型	原始取得
7	发行人	一种防潮阻燃型多层板	2020229865369	2020年12月11日	实用新型	原始取得
8	发行人	一种数字化木纹3D数码喷印装饰板及其生产工艺	2020113538592	2020年11月26日	发明专利	原始取得
9	发行人	一种防开裂生态板及其制备方法	2020107126398	2020年7月22日	发明专利	原始取得
10	发行人	一种高强度低醛胶及其制备方法	2019111661994	2019年11月25日	发明专利	原始取得
11	发行人	一种耐龟裂生态板组坯	2019216207202	2019年9月26日	实用新型	原始取得
12	发行人	一种浸渍装饰单板层压细木工板	2018218819143	2018年11月15日	实用新型	原始取得
13	发行人	一种阻燃型浸渍胶膜纸饰面细木工板	2018218956494	2018年11月15日	实用新型	原始取得
14	发行人	一种负离子实木生态板	2017209540019	2017年8月2日	实用新型	原始取得
15	发行人	一种活氧耐磨环保型生态板	2016209303004	2016年8月23日	实用新型	原始取得
16	发行人	一种清醛除菌环保型实木生态板	2016209349671	2016年8月23日	实用新型	原始取得
17	发行人	一种倒L形移动衣柜框架	2016207011232	2016年6月30日	实用新型	原始取得
18	发行人	一种可移动衣柜组件	2016207031630	2016年6月30日	实用新型	原始取得
19	发行人	一种新型榻榻米床	201620708004X	2016年6月30日	实用新型	原始取得
20	发行人	一种抽屉式鞋架	2016207085147	2016年6月30日	实用新型	原始取得
21	发行人	一种新型实木生态竹木板	2015211103270	2015年12月28日	实用新型	原始取得
22	发行人	一种高档杉木三聚氰胺生态板的生产工艺	2015108368355	2015年11月26日	发明专利	原始取得
23	发行人	一种重组装饰材的制造方法	2015105773640	2015年9月11日	发明专利	原始取得
24	发行人	一种三聚氰胺生态板的生产工艺	201410835632X	2014年12月28日	发明专利	原始取得
25	发行人	一种科技木皮的生产工艺	2014108357892	2014年12月28日	发明专利	原始取得
26	发行人	一种重组竹装饰单板的制造方法	201410118290X	2014年3月27日	发明专利	原始取得
27	发行人	一种生态无醛装饰胶合板	2013102409117	2013年6月15日	发明专利	原始取得
28	发行人	一种生态无醛细木工板	2012105783668	2012年12月26日	发明专利	原始取得

序号	权利人	专利名称	专利号	申请日	专利类型	取得方式
29	发行人	一种阻燃细木工板的制造方法	2012100055594	2012年1月9日	发明专利	原始取得
30	发行人	一种木材用改性淀粉胶粘剂的制备方法	2010101710828	2010年5月12日	发明专利	原始取得
31	发行人	用于竹材或木材脱色的脱色剂及竹材或木材脱色方法	200910153433X	2009年10月12日	发明专利	原始取得
32	发行人	一种集成板的生产工艺	2009100990053	2009年5月27日	发明专利	原始取得
33	莫干山家居	一种铝板装接结构	2021208460687	2021年4月23日	实用新型	原始取得
34	莫干山家居	铝板装接连接件	2021302365148	2021年4月23日	外观设计	原始取得
35	莫干山家居	铝木装接连接件	2021302365222	2021年4月23日	外观设计	原始取得
36	莫干山家居	拉手（Z11系列）	2020307754754	2020年12月16日	外观设计	原始取得
37	莫干山家居	拉手（瑞亚系列）	2020307754877	2020年12月16日	外观设计	原始取得
38	莫干山家居	门（瑞亚系列）	2020307754913	2020年12月16日	外观设计	原始取得
39	莫干山家居	门（Z11系列）	2020307772593	2020年12月16日	外观设计	原始取得
40	莫干山家居	一种新中式风格的弧线铣型的衣柜柜门	2020223865628	2020年10月23日	实用新型	原始取得
41	莫干山家居	一种模块化长城板连接结构以及安装方法	2020110729282	2020年10月9日	发明专利	原始取得
42	莫干山家居	一种超高复合柜门	2020222288500	2020年10月9日	实用新型	原始取得
43	莫干山家居	一种超高超宽平板柜门	2020222288854	2020年10月9日	实用新型	原始取得
44	莫干山家居	一种模块化长城板连接结构	2020222305703	2020年10月9日	实用新型	原始取得
45	莫干山家居	一种长城板的模块化连接结构	2020222306528	2020年10月9日	实用新型	原始取得
46	莫干山家居	个性化定制衣柜及其单元格与生产组件	2019220563619	2019年11月25日	实用新型	原始取得
47	莫干山家居	一种宽度可调的板材输送装置	201721273144X	2017年9月29日	实用新型	原始取得
48	莫干山家居	一种能够适用于不同宽度板材的输送机构	2017212748120	2017年9月29日	实用新型	原始取得
49	莫干山家居	一种用于板材输送的设备	2017212750455	2017年9月29日	实用新型	原始取得
50	莫干山家居	一种板材输送机构	2017212784076	2017年9月29日	实用新型	原始取得
51	莫干山家居	一种高效气浮装置	2017212485731	2017年9月27日	实用新型	原始取得
52	莫干山家居	一种用于输送板材的气浮台	2017212487046	2017年9月27日	实用新型	原始取得
53	莫干山家居	一种气浮平台	2017212490161	2017年9月27日	实用新型	原始取得
54	莫干山家居	一种罗马柱装饰条与家具的连接方法	201410471113X	2014年9月16日	发明专利	受让取得
55	莫干山家居	罗马柱装饰条与家具的连接方法	201410471138X	2014年9月16日	发明专利	受让取得

序号	权利人	专利名称	专利号	申请日	专利类型	取得方式
56	莫干山家居	罗马柱装饰条与家具的连接结构	2014104711394	2014年9月16日	发明专利	受让取得
57	莫干山家居	一种插接部件	2014104711869	2014年9月16日	发明专利	受让取得
58	莫干山家居	一种罗马柱装饰条与家具的连接结构	2014104716059	2014年9月16日	发明专利	受让取得
59	莫干山家居	一种穿衣柜	2014205329006	2014年9月16日	实用新型	受让取得
60	莫干山地板	一种应用于单层热压机的浮力装置	2021231362930	2021年12月14日	实用新型	原始取得
61	莫干山地板	一种企口板生产线及中转系统	2021225528750	2021年10月22日	实用新型	原始取得
62	莫干山地板	半自动化地板生产连线系统	2021217640890	2021年7月30日	实用新型	原始取得
63	莫干山地板	一种数字化木纹 3D 数码喷印实木类地板及其制造方法	2020114902853	2020年12月16日	发明专利	原始取得
64	莫干山地板	一种仿原木地板的三层无醛顺芯实木复合地板	2020229995574	2020年12月11日	实用新型	原始取得
65	莫干山地板	木材养生房	2020227760606	2020年11月26日	实用新型	原始取得
66	莫干山地板	实木地板连接结构以及具有其的实木地板	2020214600651	2020年7月22日	实用新型	原始取得
67	莫干山地板	一种改性大豆无醛阻燃胶及其制备方法	2020101620562	2020年3月10日	发明专利	原始取得
68	莫干山地板	一种无醛阻燃型实木复合地板及其制备方法	2020101626624	2020年3月10日	发明专利	原始取得
69	莫干山地板	一种实木复合地板表板	2019216107596	2019年9月25日	实用新型	原始取得
70	莫干山地板	一种大豆无醛胶、PP膜贴面复合地板及其制备方法	2019102765960	2019年4月8日	发明专利	原始取得
71	莫干山地板	一种软木石塑地板	2018219085166	2018年11月20日	实用新型	原始取得
72	莫干山地板	半成品地板端封及外观检测系统	2018219085306	2018年11月20日	实用新型	原始取得
73	莫干山地板	一种 OSB 软木复合地板	201821909103X	2018年11月20日	实用新型	原始取得
74	莫干山地板	一种地暖用实木地板块连接机构	2018213603956	2018年8月23日	实用新型	原始取得
75	莫干山地板	一种木材热改性窑	2017216171042	2017年11月28日	实用新型	原始取得
76	莫干山地板	一种科技木贴面实木复合地板的生产工艺	2017106575754	2017年8月3日	发明专利	原始取得
77	莫干山地板	一种地暖用两层实木地板的生产工艺	2017106579628	2017年8月3日	发明专利	原始取得
78	莫干山地板	一种地暖用两层实木地板	2017209638040	2017年8月3日	实用新型	原始取得
79	莫干山地板	一种科技木贴面实木复合地板	2017209645699	2017年8月3日	实用新型	原始取得
80	莫干山地板	一种地暖用实木地板	2017205277359	2017年5月12日	实用新型	原始取得
81	莫干山地板	一种实木复合地板的生产工艺	2009101000506	2009年6月25日	发明专利	受让取得

序号	权利人	专利名称	专利号	申请日	专利类型	取得方式
82	莫干山建材	一种科技木皮刨切刀	2017209539280	2017年8月2日	实用新型	原始取得
83	莫干山建材	一种提高科技木染色效率的染缸	2021230906326	2021年12月10日	实用新型	原始取得
84	莫干山建材	一种仿半烟熏木重组装饰单板及其制作方法	2021112310846	2021年10月22日	发明专利	原始取得
85	莫干山建材	一种染缸蒸汽回收利用系统	2020223838175	2020年10月23日	实用新型	原始取得
86	莫干山建材	一种重组装饰单板制作模具	202022386544X	2020年10月23日	实用新型	原始取得
87	莫干山建材	一种高色牢度无醛重组装饰单板/材及其制造方法	2020110431004	2020年9月28日	发明专利	原始取得
88	莫干山建材	一种科技木改造打磨装置	2020221756170	2020年9月28日	实用新型	原始取得
89	莫干山建材	具有除尘机构的科技木打磨设备	2020221757652	2020年9月28日	实用新型	原始取得
90	莫干山建材	一种打磨除尘机构	2020221762097	2020年9月28日	实用新型	原始取得
91	莫干山建材	一种重组装饰单板的制备方法	2019111660972	2019年11月25日	发明专利	原始取得
92	莫干山建材	一种重组装饰材铁质模具的维修方法	2017113825716	2017年12月20日	发明专利	原始取得
93	莫干山建材	一种重组装饰材铁质模具	2017217906760	2017年12月20日	实用新型	原始取得
94	发行人	预UV漆重组装饰单板以及具有其的细木工板	2022206266668	2022年3月22日	实用新型	原始取得
95	发行人	一种基于生态板的抗变形柜门板	202220374046X	2022年2月23日	实用新型	原始取得
96	发行人	一种高强度无添加醛生态板及生产工艺	2021112094033	2021年10月18日	发明专利	原始取得
97	发行人	防开裂科技木皮层及其制备方法与改性水性聚氨酯胶黏剂	2020107106638	2020年7月22日	发明专利	原始取得
98	莫干山家居	置衣架及柜子	2022212181101	2022年5月19日	实用新型	原始取得
99	莫干山家居	一种玻璃台面下抽屉轨道遮挡结构	2022210954088	2022年5月9日	实用新型	原始取得
100	莫干山家居	门（斜面对称膜压系列）	2022302518966	2022年4月29日	外观设计	原始取得
101	莫干山家居	门（菱格膜压系列）	2022302523983	2022年4月29日	外观设计	原始取得
102	莫干山家居	门拉手（简欧系列）	2022302524007	2022年4月29日	外观设计	原始取得
103	莫干山家居	门（简欧）	2022302524011	2022年4月29日	外观设计	原始取得
104	莫干山家居	门（侘寂风系列）	2022302524191	2022年4月29日	外观设计	原始取得
105	莫干山家居	门（简欧系列）	2022302524295	2022年4月29日	外观设计	原始取得
106	莫干山家居	应用于直面墙的模块化长城板连接结构及其安装方法	2021110143938	2020年10月9日	发明专利	原始取得
107	莫干山地板	一种废气液态蜡回收机构及地板封蜡覆膜装置	2022219440573	2022年7月27日	实用新型	原始取得

序号	权利人	专利名称	专利号	申请日	专利类型	取得方式
108	莫干山地板	一种四面刨机床的木料定位装置	2022218960617	2022年7月21日	实用新型	原始取得
109	莫干山地板	一种防霉型阻燃实木复合地板	2021230620259	2021年12月7日	实用新型	原始取得
110	莫干山建材	木皮（灰影 1091N）	2022301733236	2022年3月30日	外观设计	原始取得
111	莫干山建材	木皮（富贵石榴 1396N）	2022301736554	2022年3月30日	外观设计	原始取得
112	莫干山建材	木皮（古典樱桃树根 992N-烟云木 1410N）	2022301736709	2022年3月30日	外观设计	原始取得
113	发行人	一种无机阻燃剂、防霉阻燃无醛胶及其制备方法和应用、防霉阻燃无醛胶合板的制备方法	2021115544959	2021年12月17日	发明专利	原始取得
114	发行人	一种无醛胶黏剂及其制备方法和应用	2021115360029	2021年12月15日	发明专利	原始取得
115	发行人	一种板材加工热压机	2023201878304	2023年1月28日	实用新型	原始取得
116	发行人	一种多功能人造板	2022232838402	2022年12月6日	实用新型	原始取得
117	发行人	一种耐弯曲板材结构	2022228014293	2022年10月24日	实用新型	原始取得
118	发行人	一种木材修补刀	2022228068791	2022年10月24日	实用新型	原始取得
119	发行人、南京林业大学	一种柔性装饰木皮贴覆定位装置	2022226120550	2022年9月30日	实用新型	原始取得
120	发行人	一种纤维增强型细木工生态板	2021225528125	2021年10月22日	实用新型	原始取得
121	莫干山地板	一种高性能水性漆地板及其制造工艺	2020107175360	2020年7月23日	发明专利	原始取得
122	莫干山建材	重组装饰单板原木薄木的干燥机送板系统	2022233534160	2022年12月14日	实用新型	原始取得
123	莫干山建材	木皮（巧克力拿铁-拿铁 499N）	2022301784825	2022年3月31日	外观设计	原始取得
124	莫干山家居	基于 MES 和 CR 板式定制家具板件分类方法	201911250885X	2019年12月9日	发明专利	原始取得
125	莫干山家居	一种新型衣柜锁扣连接结构	2022230235576	2022年11月14日	实用新型	原始取得
126	莫干山家居	一种模块化拼接格栅板	2022227514812	2022年10月19日	实用新型	原始取得
127	莫干山家居	一种纵向推拉式锅具挂架	2022215535038	2022年6月21日	实用新型	原始取得
128	莫干山家居	岛台（极简时尚橱柜）	2022307746140	2022年11月21日	外观设计	原始取得
129	莫干山家居	卫浴柜（简约艺术系列）	2022307742718	2022年11月21日	外观设计	原始取得
130	莫干山家居	家政柜（摩登现代）	2022307746329	2022年11月21日	外观设计	原始取得
131	莫干山家居	衣帽间（现代极简铝木系列）	2022307746545	2022年11月21日	外观设计	原始取得
132	莫干山家居	茶室柜（现代简约）	2022307746757	2022年11月21日	外观设计	原始取得
133	莫干山家居	壁挂衣帽间（现代极简）	2022307747069	2022年11月21日	外观设计	原始取得

序号	权利人	专利名称	专利号	申请日	专利类型	取得方式
134	发行人	一种复方天然植物提取物协同抗菌抗病毒多壳微胶囊及其制备方法和应用	2022107027283	2022年6月21日	发明专利	申请取得
135	发行人	一种高色牢度重组装饰单板的制备方法	2022104989718	2022年5月9日	发明专利	申请取得
136	发行人	一种改性层状硅酸盐基无醛阻燃胶黏剂及其应用	2022107943665	2022年7月7日	发明专利	申请取得
137	发行人	一种实验室用浸渍刮胶简易装置	2023213678065	2023年5月30日	实用新型	申请取得
138	发行人	一种自动化布胶系统	2023216748483	2023年6月28日	实用新型	申请取得
139	发行人	胶合板热压机及其热压板	2022225114868	2022年9月22日	实用新型	申请取得
140	莫干山地板	一种地暖用实木地板块连接机构及其加工方法	2018109640849	2018年8月23日	发明专利	申请取得
141	山东云峰	一种组合式低碳绿色环保室内家具	2023215184981	2023年6月14日	实用新型	申请取得
142	莫干山家居	一种衣柜及其侧板与墙板的锁扣结构	2022230168444	2022年11月14日	实用新型	申请取得
143	莫干山家居	装饰条（中西结合）	2023303407310	2023年6月5日	外观设计	申请取得
144	莫干山家居	柜门（时尚复古）	2023303407397	2023年6月5日	外观设计	申请取得
145	莫干山家居	玻璃门（弧形-方形）	202330340740X	2023年6月5日	外观设计	申请取得
146	莫干山家居	衣柜（摩登高端）	2023303407414	2023年6月5日	外观设计	申请取得
147	莫干山家居	抽面（简约艺术）	2023303407429	2023年6月5日	外观设计	申请取得
148	莫干山家居	衣柜中岛（板木艺术）	2023303407984	2023年6月5日	外观设计	申请取得
149	莫干山建材	一种薄木单板的翻面机构	202223402128X	2022年12月19日	实用新型	申请取得
150	莫干山建材	一种薄木自动接板装置	2022233534512	2022年12月14日	实用新型	申请取得
151	发行人	一种胶合强度试件浸水支架	2023213441295	2023年5月30日	实用新型	申请取得
152	发行人、中国林业科学研究院木材工业研究所	一种用于人造板贴面具有助睡眠功效的持久释香胶膜纸	2022115479920	2022年12月5日	发明专利	申请取得
153	发行人	一种不变色高耐候性重组装饰单板及其制备方法	2022112750268	2022年10月18日	发明专利	申请取得
154	发行人、浙江工业大学	铁基金属有机框架/多孔碳化木整体式光催化剂及其应用	2021109259399	2021年8月12日	发明专利	申请取得
155	莫干山建材	一种重组装饰材料及其制备方法	2022116324664	2022年12月19日	发明专利	申请取得
156	莫干山建材	一种水密封染缸装置	202322177243X	2023年8月14日	实用新型	申请取得

序号	权利人	专利名称	专利号	申请日	专利类型	取得方式
157	莫干山建材	一种重组装饰材或重组装饰单板用模具下模的制作方法	2021112402392	2021年10月25日	发明专利	申请取得
158	莫干山建材	一种无醛轻奢重组装饰单板/材的制造工艺	2020108374944	2020年8月19日	发明专利	申请取得
159	莫干山家居	壁挂博古架（东方极简）	2023306815773	2023年10月20日	外观设计	申请取得
160	莫干山家居	书柜（现代极简开放式）	2023306815025	2023年10月20日	外观设计	申请取得
161	莫干山家居	装饰柜（摩登时尚开放式）	2023306814802	2023年10月20日	外观设计	申请取得
162	莫干山家居	装饰柜（东方极简）	202330681486X	2023年10月20日	外观设计	申请取得
163	莫干山家居	衣柜（现代中古）	2023306814963	2023年10月20日	外观设计	申请取得
164	莫干山家居	柜子（现代时尚双面悬挑）	2023306815078	2023年10月20日	外观设计	申请取得
165	莫干山家居	一种分体式无缝踢脚线	2023222043691	2023年8月15日	实用新型	申请取得
166	莫干山家居	一种玻璃竖板的装接结构	202322195256X	2023年8月15日	实用新型	申请取得
167	莫干山家居	一种模块化可拆卸式结构衣帽间岛台	2023221598166	2023年8月11日	实用新型	申请取得
168	莫干山家居	一种柜体及其装饰立柱结构	2023212265633	2023年5月18日	实用新型	申请取得
169	山东云峰	一种环保低碳板式家具制备用打孔装置	2023220450617	2023年8月1日	实用新型	申请取得
170	山东云峰	一种可调开槽深度的板材开槽装置	2023219141487	2023年7月20日	实用新型	申请取得
171	山东云峰	一种板材家具封边喷胶装置	2023219141504	2023年7月20日	实用新型	申请取得
172	山东云峰	一种厨柜环切割用木屑清除环保装置	2023217431536	2023年7月5日	实用新型	申请取得
173	山东云峰	一种环保材料的新型家具装饰用浸渍装置	2023216191253	2023年6月26日	实用新型	申请取得
174	山东云峰	一种板材封边机的调整结构	2023215316340	2023年6月15日	实用新型	申请取得
175	山东云峰	一种板材封边条加热装置	2023215316181	2023年6月15日	实用新型	申请取得
176	山东云峰	一种板材加工的吸尘过滤装置	2023215316177	2023年6月15日	实用新型	申请取得
177	山东云峰	抽拉收纳柜	2014103591431	2014年7月25日	发明专利	受让取得
178	山东云峰	一种提高衣柜空间利用率的方法	2014103291579	2014年7月10日	发明专利	受让取得

根据《中华人民共和国专利法》规定，发明专利的保护期限为二十年，实用新型专利的保护期限为十年，外观设计专利的保护期限为十五年，均自申请日起计算。

（2）境外专利

截至2024年6月30日，发行人已取得境外专利3项，具体如下：

序号	权利人	地区	专利名称	专利号	申请日	专利类型	取得方式
1	发行人	德国	一种地暖用实木地板	20201710599 28	2017年9月29日	实用新型	原始取得
2	发行人	德国	一种浸渍装饰单板层压 细木工板	20201810735 59	2018年12月20日	实用新型	原始取得
3	莫干山 建材	南非	一种仿半烟熏木重组装 饰单板及其制作方法	2022/03593	2022年3月29日	发明	原始取得

上述专利中实用新型的保护期限为十年，发明的保护期限为二十年，均自申请日起计算。

（3）受让取得专利的基本情况

发行人或其子公司受让取得专利的基本情况如下：

序号	受让方	专利号	转让方	专利名称	转让时间	转让价格 (元)
1	山东云峰	2014103591431	发行人	抽拉收纳柜	2023年7月	0
2	山东云峰	2014103291579	发行人	一种提高衣柜空间 利用率的方法	2023年7月	0
3	莫干山地板	2009101000506	发行人	一种实木复合地 板的生产工艺	2019年11月	0
4	莫干山家居	201410471113X	欧锦家居	一种罗马柱装饰 条与家具的连接 方法	2017年5月	0
5	莫干山家居	201410471138X	欧锦家居	罗马柱装饰条与 家具的连接方法	2017年5月	0
6	莫干山家居	2014104711394	欧锦家居	罗马柱装饰条与 家具的连接结构	2017年5月	0
7	莫干山家居	2014104711869	欧锦家居	一种插接部件	2017年5月	0
8	莫干山家居	2014104716059	欧锦家居	一种罗马柱装饰 条与家具的连接 结构	2017年5月	0
9	莫干山家居	2014205329006	欧锦家居	一种穿衣柜	2017年5月	0

如上表所述，发行人子公司上述专利均系从发行人或发行人已注销子公司欧锦家居无偿受让取得。因发行人家居品牌战略的调整，欧锦家居注销及子公司生产经营需求，将该等专利分别无偿转让给发行人负责地板和家居研发、生产和销售业务的子公司莫干山地板、山东云峰和莫干山家居。

（三）公司特许经营权

报告期内，公司不存在特许经营权。

（四）公司获得的资质与荣誉

1、主要资质和认证

序号	持证主体	资质名称	证书编号	发证日期	有效期	批准/发证单位
1	发行人及其子公司	质量管理体系认证证书	15/24Q5015R71	2024.1.4	2025.11.27	杭州万泰认证有限公司
2	发行人及其子公司	环境管理体系认证证书	15/24E5016R71	2024.1.4	2025.11.27	杭州万泰认证有限公司
3	发行人及其子公司	职业健康安全管理体系认证证书	15/24S5017R11	2024.1.4	2025.11.27	杭州万泰认证有限公司
4	发行人	知识产权合规管理体系认证证书	181241P0345R3M	2024.9.6	2027.9.5	中规(北京)认证有限公司
5	发行人	FSC Chain-of-Custody	SGSHK-COC-003063	2022.2.14	2027.2.13	SGS Hong Kong Limited
6	发行人及其子公司	中国森林认证产销监管链认证证书	BCC-CFCC/PEFC-COC-180004	2023.7.15	2028.7.14	新世纪检验认证有限责任公司
7	发行人	CARB 93120 Phase 2 and EPA TSCA Title VI part 770	CSi-20191	2024.1.21	2025.1.20	Certification Services International, L LC
8	发行人	中国环境标志产品认证证书	CEC2018ELP01003898、 CEC2018ELP01003899、 CEC2018ELP01003900、 CEC2018ELP01003901、 CEC2018ELP01003902、 CEC2018ELP01003903、 CEC2020ELP01016139	2020.9.7	2025.9.6	中环联合(北京)认证中心有限公司
9	发行人	中国环境标志产品认证证书	CEC2021ELP04219168	2021.9.18	2026.9.17	中环联合(北京)认证中心有限公司
10	发行人	中国环境标志产品认证证书	CEC2019ELP04209948	2022.7.28	2027.7.27	中环联合(北京)认证中心有限公司
11	发行人	中国绿色建材产品认证证书	CQM23CGP130216012850	2023.4.24	2024.12.31	方圆标志认证集团有限公司
12	发行人	绿色产品认证证书	CQM22CGP0102010481	2022.6.8	2027.6.7	方圆标志认证集团有限公司
13	发行人	中国绿色产品认证证书	CQM21CGP0101009247、 CQM21CGP0101009248、 CQM21CGP0101009249、 CQM21CGP0101009250、 CQM21CGP0101009251	2021.10.11	2026.10.10	方圆标志认证集团有限公司
14	发行人	中国绿色产品认证证书	02522CGP0600025-1、 02522CGP0600025-2、	2022.1.18	2027.1.17	北京国建联信认证中心有限公司
15	发行人	中国绿色产品认证证书	CQM23CGP0101013534	2023.7.13	2028.7.12	方圆标志认证集团有限公司
16	发行人	浙江制造认证证书	CZJM2019P1040401R0M、 CZJM2019P1040501R0M、 CZJM2019P1040601R0M	2019.12.10	2025.12.9	杭州万泰认证有限公司
17	莫干山地板	浙江制造认证证书	CZJM2021P1056701R0M	2021.9.15	2027.9.14	杭州万泰认证有限公司
18	莫干山家居	浙江制造认证证书	CZJM2021P1056501R0M	2021.9.15	2027.9.14	杭州万泰认证有限公司

序号	持证主体	资质名称	证书编号	发证日期	有效期	批准/发证单位
19	莫干山建材	浙江制造认证证书	CZJM2021P1052901R0M	2021.9.15	2027.9.14	杭州万泰认证有限公司
20	发行人	无醛人造板分级认证证书	02521P4600003-1、 02521P4600003-2、 02521P4600003-3、 02521P4600004-1	2021.11.8	2026.11.7	北京国建联信认证中心有限公司
21	发行人	家具中有害物质限量认证证书	02522P1740004-1、 02522P1740004-2	2022.1.18	2027.1.17	北京国建联信认证中心有限公司
22	发行人	实验室认可证书	CNAS L12533	2019.8.29	2025.8.28	中国合格评定国家认可委员会
23	发行人	排污许可证	91330000720033572E001R	2024. 8. 23	2029. 8. 22	湖州市生态环境局德清分局
24	莫干山地板	固定污染源排污登记回执	913305007309002382001X	2020.6.19	2025.6.18	-
25	莫干山建材	固定污染源排污登记回执	9133052170445692XY002X	2022.10.11	2027.10.10	-
26	莫干山家居	固定污染源排污登记回执	91330521322983388T003W	2021.8.6	2026.8.5	-
27	莫干山家居钟管厂区	排污许可证	91330521322983388T002Q	2024. 8. 14	2029. 8. 13	湖州市生态环境局德清分局
28	费县云峰	固定污染源排污登记回执	91371325079679617D001X	2020.11.30	2025.11.29	-
29	山东云峰	固定污染源排污登记回执	91371325MA3UJ6HT5L001Z	2023.05.11	2028.05.10	-
30	发行人	对外贸易经营者备案登记表	02324820	2017.11.20	-	-
31	莫干山建材	对外贸易经营者备案登记表	03409525	2020.4.20	-	-
32	莫干山地板	对外贸易经营者备案登记表	04345881	2021.4.6	-	-
33	莫干山家居	对外贸易经营者备案登记表	02317407	2018.3.16	-	-
34	莫干山进出口	对外贸易经营者备案登记表	02324638	2017.3.14	-	-
35	发行人	海关报关单位注册登记证书	3305964069		长期	-
36	莫干山地板	海关报关单位注册登记证书	330596319Q		长期	-
37	莫干山建材	海关报关单位注册登记证书	3305967010		长期	-

序号	持证主体	资质名称	证书编号	发证日期	有效期	批准/发证单位
38	莫干山家居	海关报关单位注册登记证书	330596319R		长期	-
39	莫干山进出口	海关报关单位注册登记证书	3305962199		长期	-
40	发行人	高新技术企业证书	GR202333007966	2023.12.8	三年	浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局
41	莫干山地板	高新技术企业证书	GR202333008148	2023.12.8	三年	浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局
42	莫干山家居	高新技术企业证书	GR202333013279	2023.12.8	三年	浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局
43	发行人	全国工业产品生产许可证	(浙) XK03-002-10004	2024. 10. 17	2029. 10. 16	浙江省市场监督管理局

2、主要荣誉和奖励

序号	年度	奖项和荣誉名称	授予单位
1	2001	浙江省科技进步奖	浙江省人民政府
2	2003	浙江省绿色企业	浙江省经济贸易委员会、浙江省环境保护局
3	2005	省级高新技术研究开发中心	浙江省科学技术厅
4	2006	环境标志产品政府采购清单	财政部、国家环保总局
5	2007	驰名商标（“莫干山”商标）	浙江省工商行政管理局
6	2007	中国名牌产品（莫干山牌细木工板）	国家质量监督检验检疫总局
7	2009	浙江省企业技术中心	浙江省经济和信息化委员会等
8	2010	2010年浙江省专利示范企业	浙江省知识产权局、浙江省经济和信息化委员会
9	2011	2011年度“浙江省标准创新型企业”	浙江省质量技术监督局
10	2012	科技进步奖（优秀奖）	中华全国工商业联合会
11	2012	湖州市政府质量奖	湖州市人民政府
12	2013	中国林业产业创新奖	中国林业产业联合会、中国林产工业协会
13	2013	国家林业标准示范企业（林木制品）	国家林业局
14	2014	中国林业产业突出贡献奖	国家林业局、中国农林水利工会全国委员会
15	2016	中国板材行业最具影响力（品牌）制造企业	中国木材与木制品流通协会

序号	年度	奖项和荣誉名称	授予单位
16	2016	中国生态板十大品牌企业	中国木材与木制品流通协会
17	2016	国家林业重点龙头企业	国家林业局
18	2016	国家知识产权优势企业	国家知识产权局
19	2017	省级企业研究院	浙江省科学技术厅等
20	2017	浙江省商标品牌示范企业	浙江省工商行政管理局
21	2018	浙江省院士专家工作站	中共浙江省委人才工作领导小组
22	2018	浙江省博士后工作站	浙江省人力资源和社会保障厅
23	2018	国家绿色工厂	工业和信息化部
24	2018	首届中国林业产业创新奖（橱柜与定制家居业）一等奖	中国林业产业联合会、中国林产工业协会
25	2018	第二届中国林业产业创新奖（饰面板业）二等奖	中国林业产业联合会、中国林产工业协会
26	2019	浙江省科学技术进步奖（二等奖）	浙江省人民政府
27	2019	国家绿色供应链示范企业	工业和信息化部
28	2019	国家知识产权示范企业	国家知识产权局
29	2020	中国板材国家品牌	中国木材与木制品流通协会
30	2020	梁希林业科学技术奖（科技进步奖一等奖）	国家林业和草原局、中国林学会
31	2021	梁希林业科学技术奖（科技进步奖二等奖）	国家林业和草原局、中国林学会
32	2021	省级工业设计中心	浙江省经济和信息化厅
33	2022	博士后科研工作站	人力资源和社会保障部、全国博士后管委会
34	2022	2022年工业互联网试点示范企业	工业和信息化部
35	2022	梁希林业科学技术奖（科技进步奖二等奖）	国家林业和草原局、中国林学会
36	2023	梁希林业科学技术奖（技术发明奖一等奖）	国家林业和草原局、中国林学会
37	2023	浙江省科技小巨人企业	浙江省科学技术厅
38	2023	广西科学技术进步奖（二等奖）	广西壮族自治区人民政府
39	2023	中国板材国家品牌	中国木材与木制品流通协会
40	2023	高等学校科学研究优秀成果奖（二等奖）	教育部

八、公司研发与技术情况

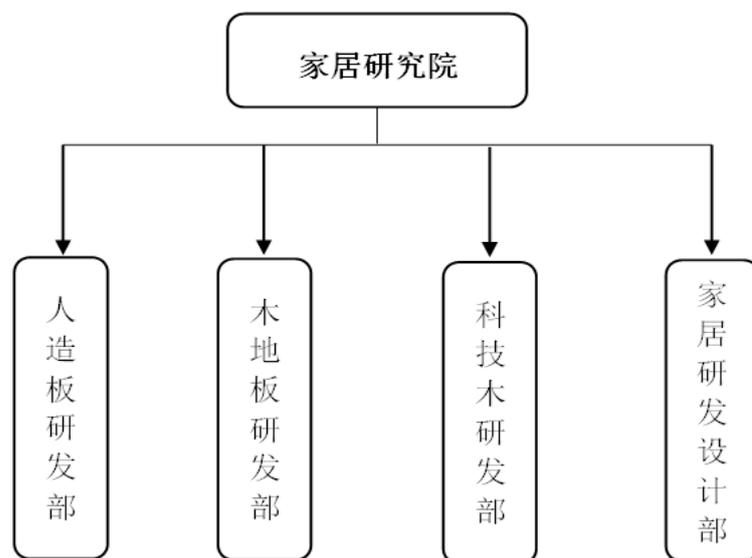
（一）研发模式

1、研发机构设置

公司采取自主设计研发为主的产品开发模式，并依托省级企业研究院设立了研发中心，负责新技术、新产品、新工艺的研发。莫干山家居研究院主导公司的

技术创新研发项目及子公司研发项目的督导工作。子公司技术/研发部是子公司研发项目的归口管理部门，负责子公司研发项目的全过程管理，采购、生产、品管、财务等相关部门配合实施。

公司研发项目主要分为两类：一般项目和重大项目。一般项目由子公司主导，主要包含产品升级类及工艺流程改进类项目；重大项目由家居研究院主导，主要包含省部级/国家级科研项目、横向产学研合作项目、各级人才项目等。由子公司主导的研发项目以子公司技术/研发部为项目的主要归口管理部门，具体研发项目需上报家居研究院备案，家居研究院提供技术支持。由家居研究院主导的研发项目以家居研究院为项目的主要归口管理部门，子公司技术/研发部门积极配合研究院的研发工作。公司家居研究院的组织架构如下：



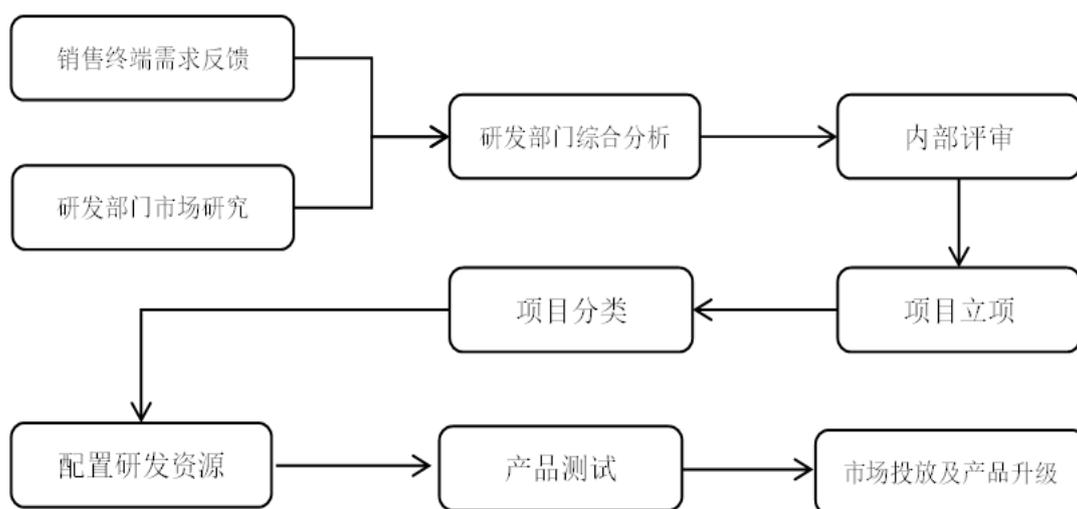
公司按子公司具体从事的业务设有人造板研发部、木地板研发部、科技木研发部和家居研发设计部四个部门，其中人造板研发部主要负责环保型、功能型板材产品的研发，主要有E_{NF}级豆茵板、干法阻燃胶合板、防霉型清醛除菌板、抗菌抗病毒生态板、准分子超哑肤感板、A级防火不燃板、植物源抗菌生态板、释香型生态板等；木地板研发部主要负责木质地板产品的研发，主要有E_{NF}级实木复合地板、阻燃型实木复合地板、实木地暖地板、树脂膜饰面地板、新五层实木复合地板等；科技木研发部主要负责重组装饰材/单板的研发，主要围绕“颜”“潮”开展各种仿真花色和纹理的开发，并针对行业共性技术问题，开发高色牢度和无醛科技木产品；家居研发设计部主要负责定制衣柜、橱柜、木门等产品的平面、三维设计及展厅设计，并打通“门墙柜一体化”，在设计时充分结合市场

流行趋势，提升产品的颜值，同时采用创新的产品展示手段，使客户更直观地了解产品特性。

2、研发流程

公司研发以市场需求为导向，结合销售终端的反馈及研发部门的市场研究，研发部门综合分析，从而确定研发方向，经过内部审评后，方可立项。研发项目管理实行项目小组负责制，一般项目由子公司技术/研发部经理或研发部经理指定的研发人员为项目实施负责人，子公司负责人担任项目组长；重大项目由家居研究院负责人或指定的研发人员为项目实施负责人，总部分管领导任项目组长，项目组长具体负责项目开发的全过程管理。项目责任划分后，公司将配置相应研发资源以开展工作，研发出的产品经过一系列测试、再改进，达到投放市场标准后，即可进行市场投放及进行后续的升级工作。

公司研发项目流程如下：



（二）技术与研发情况

1、主要产品生产技术

公司主要产品应用的核心技术情况如下表所示：

序号	产品名称	应用的主要技术	所处阶段	专利情况
1	生态无醛细木工板和胶合板	(1) 无醛的改性淀粉乳液技术 (2) 改性淀粉胶黏剂的调制技术	批量生产	一种木材用改性淀粉胶粘剂的制备方法 (ZL2010101710828) 一种生态无醛细木工板 (ZL2012105783668) 一种生态无醛装饰胶合板

序号	产品名称	应用的主要技术	所处阶段	专利情况
				(ZL2013102409117)
2	浸渍胶膜纸饰面胶合板和细木工板	<p>(1) 采用三聚氰胺浸渍纸直接压贴在基材表面的工艺技术，利用杉木芯板提高板材的硬度、握螺钉力和静曲强度，杨木中板替代桉木中板，有效减少因桉木引起的成品表面白花、炭化等缺陷</p> <p>(2) 使用水性环氧树脂作为交联剂，增强了低摩尔比脲醛树脂的胶合强度及耐水性能，改性后的胶水具有优异的胶合强度，制得的板材甲醛释放量更低，干燥器法测得甲醛释放量$\leq 0.2\text{mg/L}$</p> <p>(3) 采用防开裂科技木皮作为缓冲层，解决了生态板在北方易开裂的缺陷</p> <p>(4) 使用微波辅助工艺对生态板板芯进行碳化干燥处理，解决了生态板做柜门时易变形的问题</p>	批量生产	<p>一种三聚氰胺生态板的生产工艺 (ZL201410835632X)</p> <p>一种高档杉木三聚氰胺生态板的生产工艺 (ZL2015108368355)</p> <p>一种高强度低醛胶及其制备方法 (ZL2019111661994)</p> <p>防开裂科技木皮层及其制备方法与其改性水性聚氨酯胶黏剂 (ZL202010710663.8)</p> <p>一种防开裂生态板及其制备方法 (ZL202010712639.8)</p> <p>一种热改性抗变形家居门板及其生产工艺 (ZL202111153625.8)</p> <p>一种高强度无添加醛生态板及其生产工艺 (ZL20211209403.3)</p> <p>一种无醛胶黏剂及其制备方法和应用 (ZL202111536002.9)</p>
3	浸渍装饰单板层压细木工板	<p>(1) 实木皮或科技木皮浸胶贴面技术</p> <p>(2) 基材制备技术</p>	批量生产	一种浸渍装饰单板层压细木工板 (德国专利 2020181073559)
4	阻燃型浸渍胶膜纸饰面细木工板	采用直接将浸渍胶膜纸压贴在细木工板基板表面，结合低甲醛基板、经济环保，涂布 4 层阻燃胶层、阻燃性能可达 B1-C 级以上	批量生产	<p>一种阻燃型浸渍胶膜纸饰面细木工板 (ZL2018218956494)</p> <p>一种无机阻燃剂、防霉阻燃无醛胶及其制备方法和应用、防霉阻燃无醛胶合板的制备方法 (ZL202111554495.9)</p>
5	抗菌抗病毒浸渍胶膜纸饰面人造板	采用植物提取物作为抗菌抗病毒助剂，加入到浸渍胶膜纸中，再压贴到基材上，得到具有抗菌抗病毒功能的板材，对金黄色葡萄球菌、大肠杆菌的抗菌率达到 99.99%，对肠道病毒、流感病毒的灭活率达到 90%以上	批量生产	<p>一种复方天然提取物协同抗菌抗病毒多壳微胶囊的制备方法和应用 (2022107027283)</p> <p>一种释香型抗菌抗病毒生态板及其制备方法 (202210794367X 专利申请中)</p>
6	数字化木纹 3D 数码喷印实木类地板	采用数字化木纹和 UV 树脂油墨数码喷印技术，在相应树种或名贵树种的数字化木纹，通过 UV 树脂油墨的数码喷印木纹的调色与增强处理，再经水性 UV 涂料涂饰，生产数码喷印实木类地板	批量生产	一种数字化木纹 3D 数码喷印实木类地板及其制造方法 (ZL202011490285.3)
7	实木复合地板	<p>(1) 采用三聚氰胺浸渍科技木皮，通过表面具有凹凸纹理的不锈钢板模压而成，无需油漆涂饰、表面性能好、视觉效果丰富、绿色环保</p> <p>(2) 通过对高温豆粕胶与阻燃剂的复配、增黏改性、保湿改性，赋予无醛实木复合地板阻燃功能</p>	批量生产	<p>一种实木复合地板的生产工艺 (ZL 2009101000506)</p> <p>一种改性大豆无醛阻燃胶及其制备方法 (ZL202010162056.2)</p> <p>一种无醛阻燃型实木复合地板及其制备方法 (ZL202010162662.4)</p> <p>无醛阻燃型实木复合地板及改性木质素基阻燃型胶黏剂 (2022115783530 专利申请中)</p>
8	实木地暖地板	<p>(1) 地板主体采用热改性技术</p> <p>(2) 地板主体设计平衡槽</p> <p>(3) 设计插片预留伸缩缝安装</p>	批量生产	一种地暖用实木地板 (德国专利 2020171059928)

序号	产品名称	应用的主要技术	所处阶段	专利情况
9	水性光固化(UV)漆木地板	(1) 采用开放式涂装效果, 通过化变剂、水性木蜡油、水性格丽斯等结合开放漆涂饰工艺等, 再进行水性UV漆涂饰技术 (2) 水性漆实木地板的制造工艺技术, 包括树种筛选、坯料含水率控制、水性漆筛选与改进等方法	批量生产	一种水性漆美学地板及其制备方法(2018106534797 专利申请中) 一种高性能水性漆地板及其制造工艺(2020107175360)
10	装饰薄膜饰面实木复合地板	(1) PVC、PP膜贴面复合地板的制造工艺技术 (2) 等离子、电晕或EB电子溅射处理技术	批量生产	一种大豆无醛胶、PP膜贴面复合地板及其制备方法(ZL201910276596.0) 低VOCs释放的水性漆树脂膜饰面实木复合地板及其制备方法(2020112647287 专利申请中)
11	科技木皮	(1) 采用仿天然纹理的科技木皮生产工艺技术, 较普通科技木皮具有花形自然多变、颜色过渡自然、木皮整体立体感强等优点 (2) 使用无醛胶黏剂、高色牢度染料, 制得无醛高色牢度科技木, 既提升了环保性能又提升了日晒牢度 (3) 制作出仿半烟熏木效果的重组装饰单板, 具有半烟熏木的外观, 能够满足人们的装饰审美需求	批量生产	一种重组装饰材的制造方法(ZL2015105773640) 一种科技木皮的生产工艺(ZL2014108357892) 一种高色牢度无醛重组装饰单板/材及其制备方法(ZL202011043100.4) 一种仿半烟熏木重组装饰单板及其制作方法(ZL202111231084.6) 一种不变色高耐候性重组装饰单板及其制备方法(2022112750268 专利申请中) 一种新型重组装饰材/单板及其制备方法(2022116324664 专利申请中) 旋切原材薄木的全自动接板系统及其接板方法(2022116324490 专利申请中)
12	定制衣柜	(1) 提高衣柜空间利用率的设计 (2) 抽拉收纳柜技术	批量生产	一种提高衣柜空间利用率的方法(ZL2014103291579) 抽拉收纳柜(ZL2014103591431) 应用于直面墙的模块化长城板连接结构及其安装方法(ZL202111014393.8) 基于MES和CR板式定制家具板件分类组合算法(ZL201911250885.X)
13	释香型浸渍胶膜纸饰面板和细木工板	采用三聚氰胺-甲醛和聚脲两种高分子原料制备, 具有双壳互穿网络结构微胶壁材, 将易挥发植物源释香因子用微胶囊包覆并填充于浸渍胶膜纸骨架结构中, 与胶膜纸用浸渍胶稳定复配, 制备释香浸渍胶膜纸, 进而制备出持久释香功能的环保生态板材	批量生产	一种用于人造板贴面具有助睡眠功效的持久释香胶膜纸(ZL2022115479920) 一种天然木香型浸渍胶、其制备方法及胶膜纸、饰面板的制备方法(2023116647631 专利申请中)

2、主要在研项目

公司紧跟市场趋势, 不断进行工艺技术的研究与产品功能的升级。截至2024

年6月30日，公司正在从事的主要研发项目及进展情况如下：

序号	在研项目名称	进展情况	拟达到的目标
1	新型生物质胶制备胶合板关键工艺开发	小批量生产	产品甲醛释放量稳定的达到 E _F 级 ≤0.025 mg/m ³ ，胶合强度 ≥0.7 MPa，其它理化指标满足 GB/T 34722-2017 的相关要求
2	基于无机胶的低吸湿难燃胶合板的开发	研究阶段	1) 阻燃性能达到国家标准阻燃性能 B ₁ C 级要求； 2) 相关性能指标达到 GB/T 15104-2021《装饰单板贴面人造板》的要求； 3) 吸湿性能 ≤5%，腐蚀速率 ≤300um/a； 4) 提供无机胶黏剂的制备无机胶贴面低湿阻燃胶合板的工艺：不增加额外设备，冷压时间 ≤24 小时、养生时间 ≤10 天；或冷压时间 ≤2 小时，夹具时间 ≤36 小时，养生时间 ≤10 天
3	豆粕胶粘剂高性能低成本化关键技术开发	研究阶段	1) 性能方面：满足 GB/T 17657-2022，甲醛释放量稳定的达到 E _F 级 ≤0.025 mg/m ³ ；浸渍剥离检测合格； 2) 降本：南方生产用豆粕胶成本由 3700 元/吨降低至 3100 元/吨； 3) 增湿：北方生产用豆粕胶干胶时间由 40 min 延长至 1~1.5 h
4	防潮型定制家居用浸渍胶膜纸饰面胶合板和细木工板的研发	研究阶段	1) 使用改性脲醛树脂胶或者开发其他无醛胶，提升板材粘接强度，浸渍剥离合格率 100%； 2) 通过改性脲醛树脂胶或者开发其他无醛胶，使得成品甲醛释放量稳定在 E _F 级
5	重组装饰材料用脲胶快速固化技术的开发	研究阶段	1) 合格率从 93%-95% 提升到 97%，板型不上翘； 2) 甲醛释放量达到 E ₀ 级； 3) 产品甲醛释放量 ≤0.124mg/m ³ ，其它性能满足 GB/T 28999-2012《重组装饰单板》、YF-BZPX0103.1-2020《重组装饰单板质量检验标准》对合格产品的要求； 4) 固化时间：常规木方将固化时间由 7 天缩短至 5 天内
6	当季流行科技木花色的开发	小批量生产	1) 开发不少于 350 款产品； 2) 生产不少于 90 款产品
7	一款潮流国风的双饰面哑光 UV 产品	研究阶段	在原有产品基础上更新的哑光准分子工艺门板产品体系，丰富花色库，增添隐纹花色产品，准分子工艺在产品系列中的应用，提供高品质、现代简约风格的定制家具，满足特定市场需求
8	一款意式极简风格产品的开发	小批量生产	开发多个仿实木油漆半透花色的双饰面花色，满足消费者的喜好，且更具性价比，以此扩大消费群体，从而扩大销量
9	一款轻法式的板木结合产品	研究阶段	通过板木结合技术的应用，提高制造工艺水平，提升行业的技术标准；为寻找具有现代感又不失法式韵味的家具客户提供解决方案；满足追求高品质生活、对家居设计有独特品味的中高端市场。

（三）研发费用投入情况

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
研发费用	1,778.62	4,202.34	3,616.95	3,640.57
营业收入	163,434.79	342,929.19	266,880.91	236,182.24
占比	1.09%	1.23%	1.36%	1.54%

（四）研发人员情况

截至2024年6月30日，公司研发与技术人员共计148人，占员工总人数的8.77%，其中桂成胜、张江、宋满华、施晓宏为公司的核心技术人员，其简历详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”之“4、其他核心人员”。

报告期内，公司研发与技术人员数量、占比、学历分布情况如下：

学历	2024年6月末		2023年末		2022年末		2021年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
本科及以上学历	49	2.90%	47	2.86%	42	2.63%	47	3.13%
大专学历	64	3.79%	63	3.83%	56	3.50%	59	3.93%
中专及以下	35	2.07%	43	2.62%	29	1.81%	36	2.40%
合计	148	8.77%	153	9.31%	127	7.94%	142	9.45%

（五）合作研发情况

截至2024年6月30日，公司正在开展的主要合作研发或委托研发项目具体如下：

序号	合作单位	研发项目名称	合作期限	研究成果的分配方案	进展情况	知识产权的申报取得情况	重要性
1	中国林业科学研究院木材工业研究所	释香型无醛实木复合地板制造关键技术与产业化应用	2022.7-2026.6	合作研究完成的所有技术资料、专利技术和加工工艺等科技成果及其形成的知识产权为各方共有；各自独立完成的技术资料、专利技术和加工工艺等科技成果及其形成的知识产权归研究方所有，拥有独立处置权	正在实施过程中	尚未申请专利	应用于无醛实木复合地板领域，该技术赋予无醛实木复合地板释香功能，满足高端用户对地板的需求。
2	中国林业科学研究院木材工业研究所	《抗菌抗病毒饰面人造板》等木材工业双碳重要标准研究	2021-2024	合作研究完成的所有技术资料、专利技术和加工工艺等科技成果及其形成的知识产权为各方共有；各自独立完成的技术资料、专利技术和加工工艺等科技成果及其形成的知识产权归研究方所有，拥有独立处置权	正在实施过程中	尚未申请专利	以支撑木材工业实施国家“3060”战略为目标，研究构建木材工业碳达峰碳中和标准体系，研制木制品贮碳、木材工业产品碳足迹、木材工业新产品等急需重要标准 5-7 项
3	中国林业科学研究院木材工业研究所	木制品表面绿色装饰材料应用示范	2022.11-2027.10	实施过程中，若属于共同完成的成果所产生的知识产权、科研成果归各完成方共有，各方独立完成的所有权归各自所有。任何一方均无权在未征得知识产权所属方同意的情况下向其他单位或个人泄露课题的有关情况、机密信息和技术。实施课题过程中所涉及的技术转让、收益分配以及申报奖项等具体事宜，	正在实施过程中	尚未申请专利	实现木质制品表面绿色装饰关键技术规模化示范，促进木材提质和高附加值应用

序号	合作单位	研发项目名称	合作期限	研究成果的分配方案	进展情况	知识产权的申报取得情况	重要性
				合作方相互协商决定。共同完成的科技成果的精神权利，如身份权、依法取得荣誉称号、奖章、奖励证书和奖金等荣誉权归完成方共有			
4	中国林业科学研究院木材工业研究所、德华兔宝宝装饰新材股份有限公司	木质材料抑烟低毒阻燃关键技术及应用	2022.11-2027.10	在项目执行过程中，双方应对科技成果及时采取知识产权保护措施，并按照国家科技计划知识产权管理相关规定决定归属。独自完成的科技成果及获得的知识产权归各方各自所有，相关成果被授予的奖励归各方各自所有。双方共同完成的科技成果及其形成的知识产权归双方共有，共同享有知识产权使用权，相关成果获得的荣誉和奖励双方共有。共有知识产品所有权申请及转让需要双方共同同意，并另行起草签署书面约定明确归属和收益共享方式，无论是独有还是共有的知识产权转让，项目各参与单位有以同等条件优先受让的权利	正在实施过程中	尚未申请专利	应用于难燃胶合板和难燃细木工板，开发绿色低毒、抑烟的阻燃技术，并在生产过程中对阻燃剂添加进行连续化精准控制，解决现有阻燃工艺存在的痛点问题
5	东北林业大学	绿色高效木材色差调控技术应用	2023.8.1—2024.7.31	合作各方因履行本合同所产生、并由合作各方分别独立完成的阶段性技术成果及其相关知识产权权利归属按技术秘密方式处理：发行人可以优先使用合作方的技术秘密，合作方有权自行向第三方转让技术秘密，发行人不得将相关技术秘密转让第三方	正在实施过程中	尚未申请专利	深入研究揭示木地板表板色差存在的原理，并评价绿色色差调控技术应用的可行性
6	中国林业科学研究院木材工业研究所	基于无机胶的低吸湿难燃胶合板开发	2023.12.15-2024.12.14	本项目条款一中基于无机胶的低吸湿难燃胶合板开发过程中新产生的相关的实质性创新成果均归双方共同所有。双方均有享受本合同履行过程中由研发过程、技术成果或与标的技术相关的论文所获得荣誉的权利。由此获得的奖励、荣誉证书等，双方均有署名权，署名的先后顺序由双方协商确定	正在实施过程中	尚未申请专利	对现有无机胶黏剂进行功能性试剂的添加，同时解决无机胶黏剂应用于难燃胶合板时存在的返卤现象和对金属配件的腐蚀现象
7	中国林业科学研究院林产化学工业研究所	高品质生态板开发：三聚氰胺甲醛树脂增韧技术服务	2024.3-2026.3	本项目技术成果所有权归对方所有，发行人拥有使用权，未经对方许可，发行人不得转让或泄露给任何第三方。在双方合作期间，完全由发行人出资资助的项目所形成的知识产权归双方共同所有	正在实施过程中	尚未申请专利	对三聚氰胺甲醛树脂进行增韧改性及制备聚丙烯酸酯乳液的无机乳液，使得浸渍树脂后的胶膜纸柔韧性、预固化度、储存期等指标得到改善
8	浙江农林大学	重组装饰材用脲醛树脂快速固化技术开发	2024.6-2025.6	专利申请权：归双方共有。技术秘密成果的使用权、转让权、软件著作权、所有权：对方保留技术秘密成果的使用权和向第三方转让的权利，发行人享有免费普通实施权	正在实施过程中	尚未申请专利	使用该重组装饰材用脲醛树脂快速固化技术，使得木方保压时间缩短20%
9	浙江农林大学竹子研究院	竹木资源高效利用技术开发与应用研究	2024.6-2026.12	本项目条款一中基于竹木资源高效利用技术开发与应用研究过程中新产生的相关的实质性创新成果均归双方共同所有。双方均有享受本合同履行过程中由研发过程、技术成	正在实施过程中	尚未申请专利	对竹木资源的高效利用进行研究并实现产业化

序号	合作单位	研发项目名称	合作期限	研究成果的分配方案	进展情况	知识产权的申报取得情况	重要性
				果或与标的技术相关的论文所获得荣誉的权利。由此获得的奖励、荣誉证书等，双方均有署名权，署名的先后顺序由双方协商确定			

公司与上述合作方针针对合作研发的权利义务及技术保密等事项进行了详细约定；与高等院校、科研院所等的合作将进一步提高公司产品在技术方面的竞争力，巩固公司在行业中的竞争地位。

（六）技术创新机制

公司始终坚持技术创新发展战略，不断加强研发组织管理，建立健全研发管理制度，加强研发人才建设，加大研发投入以及与高等院校、科研院所开展产学研合作等保持公司技术的不断创新。

1、研发组织管理

公司成立省级家居研究院，专职负责公司核心产品和行业前沿技术的研发，各子公司分别设置了研发部门，负责产品升级与技术落地，各部门职责清晰，各司其职。

2、研发奖励制度

为了激发员工创新意识，不断提升产品附加值，公司充分借鉴业界成功的研发管理制度经验并不断创新，制定了《研发管理制度》《新产品研发与技术创新奖励制度》，制度面向公司及其子公司的所有产品研发与技术创新人员，有效加强了员工参与感。此外，制度对申报流程及评比标准作出了详细规定，保障了奖励制度的公平性，促进了研发生产力的提高。

3、绩效考核制度

对于研发部门员工绩效标准制定及评定，公司根据研发部门工作性质制定出《绩效管理方案》，方案针对研发技术人员的专业技能、工作经验进行等级评定，并根据工作难度和工作完成质量给予评分考核，最后依据考核结果决定员工的岗位等级调整幅度与绩效奖励。公司绩效考核制度的实施明确了员工的责任分工，增强了员工的责任感，督促员工自发性地完成工作任务，以保障研发项目的顺利进行。

4、员工培训制度

公司历来注重员工的成长性，为提高员工的综合素质，加强人才储备，建立了较为全面的员工培训体系，并制定了《培训管理制度》，培训内容包括企业文化、管理理念、专业知识及操作技能等。其中为研发人员提供的专业技能培训包括岗位职责、规章制度、产品设计能力、研发能力及技术水平、最新产品及产品细节知识、沟通合作能力等，旨在提高研发人员的创新能力，保障研发工作的前瞻性，满足公司的战略性发展需要，并使员工与公司共同成长。

九、公司安全生产、环境保护情况

（一）安全生产情况

公司高度重视安全生产管理，为保障生产过程的安全及员工的健康，公司严格遵守相关法律法规，并制定了安全生产管理制度及安全生产教育培训制度，明确安全生产的责任划分。对于火灾等意外事故，公司制定消防安全管理制度及对应的应急救援措施。在完善的制度措施保障下，公司的安全生产工作进展顺利，报告期内，公司及其子公司未发生安全生产违法行为，亦未发生较大安全生产事故。

公司建立了完善的安全生产组织机构，其中，安全生产领导小组是整个安全生产体系的组织领导机构，安全生产领导小组组长一般由公司董事长或总经理担任，负责和统一指挥公司安全生产事务，公司各子公司及事业部企管部组成安全生产领导小组办公室，负责落实执行各子公司及事业部的安全生产工作。公司坚持责任追究的原则，在实际生产管理中，公司与员工签订安全生产责任协定，并按照责任划分签订不同级别的责任条款，通过严格的责任划分及追究，有效地预防了生产活动中重大安全事故的发生。

（二）环境保护情况

公司所处行业为装饰材料及家居制造行业，在生产制造过程中严格遵守国家相关法律法规，并根据行业协会要求及自身发展情况，制定了现场作业要求及环境保护管理制度，通过对制度自上而下的严格执行落实，有效预防并处理了生产过程中产生的污染物，落实国家环境保护要求。

发行人主营业务为室内装饰材料及定制家居成品的设计、研发、生产和销售。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），发行人人造板、科技木、木地板等室内装饰材料业务所处行业属于“C20 木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业”，衣柜、橱柜、木门等定制家居成品业务所处行业属于“C21 家具制造业”中“C2110 木制家具制造”，不属于《关于对申请上市的企业和申请再融资的上市企业进行环境保护核查的规定》及《企业环境信用评价办法（试行）》中界定的重污染行业。

1、生产经营中的主要环境污染物及公司环保设施的运行情况

公司坚持绿色环保化的生产理念，在公司及其子公司生产经营过程中，主要产生废水、废气、粉尘、固废、噪声等污染物，针对各项污染物，公司依据《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》等法律法规，制定不同的管理及处理规章制度，处理结果符合国家及行业要求，并按照行业处理方法及标准，对生产中的废水、废气等进行科学处理。

截至 2024 年 6 月 30 日，公司环保设施的处理能力及实际运行情况如下：

类别	污染物名称	产生环节	处理设施	处理能力
废水	生产废水	设备清洗、水幕喷淋、木皮染色、清洗、漂白	污水处理站加药物、生化处理	污水处理 600t/d
	生活废水	食堂、宿舍	化粪池三级处理、食堂隔油池处理	
废气	VOCs	热压、布胶、喷漆	干式过滤、活性炭吸附、碱洗、离线脱附再生催化燃烧装置	风量 39.33 万 m ³ /h
	颗粒物	机加工	布袋式负压除尘器	风量 161.1 万 m ³ /h
噪声	设备运行噪声	设备生产	选用低噪音、低震动的设备，生产期间做到门窗紧闭，减少各设备间的噪声叠加影响、机器或振动体的基础与地面、墙壁联接处设隔振或减振装置、高噪音设备安装隔音罩，防止通过固体传播的噪声	充足且运行正常
固废	废油漆渣	喷漆	委托有资质单位处理	充足且运行正常
	废涂料桶	油漆桶	委托有资质单位处理	充足且运行正常
	废活性炭	废气吸附	委托有资质单位处理	充足且运行正常
	废胶	布胶	委托有资质单位处理	充足且运行正常

报告期内，发行人或其子公司委托包括浙江归零环保科技有限公司在内的 8 家单位处理其生产中的固体废物。该等单位为发行人或其子公司提供固体废物处置服务期间内，均持有危险废物经营许可证，且相关资质证书均在有效期内，具体情况如下：

序号	固体废物处置单位名称	资质证书编号	有效期至
1	浙江归零环保科技有限公司	3300000270	2028 年 1 月 2 日
2	平湖市金达废料再生燃料实业有限公司	3304000079	2023 年 7 月 29 日 ^注
3	浙江润淼再生资源有限公司	3305000169	2025 年 6 月 1 日
4	兰溪自立环保科技有限公司	3307000240	2028 年 7 月 30 日
5	浙江威尔森新材料有限公司	3304000251	2029 年 1 月 15 日
6	临沂富申环保科技有限公司	临环 3713250023	2024 年 10 月 9 日 ^注
7	湖州明境环保科技有限公司	3305000303	2028 年 8 月 18 日
8	东阳纳海环境科技有限公司	3307000340	2028 年 8 月 17 日

注：发行人与该公司就开展危险废物处置的委托服务关系已终止；服务期间，该公司所持危险废物经营许可证尚在有效期内。

2、公司取得的排污许可证情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司持有排污许可证及固定污染源排污登记回执情况如下：

序号	持有人	类型	编号	有效期至	发证单位
1	发行人	排污许可证	91330000720033572E001R	2029. 8. 22	湖州市生态环境局
2	莫干山家居钟管厂区	排污许可证	91330521322983388T002Q	2029. 8. 13	湖州市生态环境局
3	莫干山建材	固定污染源排污登记回执	9133052170445692XY002X	2027.10.10	--
4	莫干山地板	固定污染源排污登记回执	913305007309002382001X	2025.06.18	--
5	费县云峰	固定污染源排污登记回执	91371325079679617D001X	2025.11.29	--
6	莫干山家居	固定污染源排污登记回执	91330521322983388T003W	2026.08.05	--
7	山东云峰	固定污染源排污登记回执	91371325MA3UJ6HT5L001Z	2028.05.10	--

3、募集资金投资项目的环境保护

发行人本次募集资金投资项目的环评批复/备案情况如下：

序号	项目名称	环境影响评价批复情况
1	智能化全屋定制家居项目	湖州市生态环境局核发的湖德环建 [2021]111 号《湖州市生态环境局德清分局关于浙江升华云峰新材股份有限公司年产

序号	项目名称	环境影响评价批复情况
		50 万套智能化全屋定制家居项目环境影响报告表的审查意见》以及费县行政审批服务局核发的费审批环境[2021]127号《关于山东云峰莫干山家居有限公司年产 30 万套智能化全屋定制家居项目环境影响报告表的批复》
2	研发中心及信息化提升改造项目	湖州市生态环境局核发的[2021]120号《湖州市生态环境局德清分局关于浙江云峰莫干山家居用品有限公司研发中心及信息化提升改造项目环境影响报告表的审查意见》
3	品牌渠道建设项目	不存在固定资产投资，无需履行环境影响评价批复/备案手续

4、主管环境保护部门出具的证明文件

报告期内，发行人未发生环保事故或者受到环保相关的行政处罚。发行人及其子公司所在地环境保护部门均已出具证明文件，认定发行人及其子公司在生态环境保护方面能遵守国家相关法律、法规，涉及废气、废水、噪音、固体废弃物等污染物的处置符合国家环保规定的要求。

综上，发行人生产经营与募集资金投资项目符合国家和地方环保要求。

5、环保投入情况

公司的环保投入主要包括环保设施投入和环保费用支出，环保设施投入主要系公司及其子公司在环保方面的资本性支出，主要包括环保设施的建造费用、环保设备的采购、安装调试以及对现有环保设施的改造投入等，环保费用支出主要系公司及下属子公司日常生产经营活动中为防治污染而发生的直接费用，主要包括污染物与废弃物处理费、环保监测检测费、技术咨询服务费、材料费等。报告期内，公司环保投入如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
环保设施投入	27.62	234.29	19.60	150.84
环保费用支出	10.13	95.58	156.29	172.71
合计	37.75	329.87	175.89	323.54

十、公司境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司未在中国境外开展生产经营活动，也未在境外拥有资产。

第六节 财务会计信息与管理层分析

本节提供的信息主要依据经审计的财务报表及附注编制。本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，以获取全部的财务资料。

本公司管理层结合经审计的财务报表及其附注和其他相关的财务、业务数据对公司报告期的财务状况、经营成果和现金流量情况进行了讨论和分析。本节财务数据除特别说明外，均为经审计的合并财务报表口径。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2024年6月30日	2023年12月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
流动资产：				
货币资金	918,887,016.66	995,397,312.18	303,774,749.71	414,707,042.60
交易性金融资产	566,868,348.74	62,336,833.33	265,316,198.46	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	45,337,498.36	38,074,387.60	20,927,057.26	6,193,366.23
应收款项融资	9,122,349.02	6,902,565.97	3,123,166.48	-
预付款项	19,744,162.69	25,819,449.72	21,502,392.96	16,741,787.64
其他应收款	4,392,072.96	6,151,443.91	5,930,037.70	3,384,698.27
存货	369,202,536.99	335,976,522.76	337,403,399.28	262,894,248.48
合同资产	10,187,488.93	9,982,858.54	6,147,858.74	2,771,177.61
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	11,078,540.79	8,505,577.59	21,762,035.85	6,386,867.91
流动资产合计	1,954,820,015.14	1,489,146,951.60	985,886,896.44	713,079,188.74
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-

项目	2024年6月30日	2023年12月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
投资性房地产	22,158,952.45	-	-	-
固定资产	404,594,482.62	434,584,401.00	239,715,196.34	228,670,342.34
在建工程	652,172.01	922,334.52	202,159,639.03	15,266,160.42
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	1,433,413.64	2,153,277.38	2,653,205.55	405,817.43
无形资产	78,979,273.39	85,894,611.10	86,386,830.32	88,552,715.19
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	-	252,856.11	859,710.51	2,079,772.23
递延所得税资产	5,382,463.97	4,423,285.44	3,166,045.42	1,863,973.02
其他非流动资产	487,268.00	1,412,871.90	2,713,451.34	-
非流动资产合计	513,688,026.08	529,643,637.45	537,654,078.51	336,838,780.63
资产总计	2,468,508,041.22	2,018,790,589.05	1,523,540,974.95	1,049,917,969.37
流动负债：				
短期借款	228,782,188.20	-	-	-
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	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	11,595,390.00	-	-	-
应付账款	435,969,865.17	439,497,683.86	286,658,161.98	166,240,687.38
预收款项	2,466,076.70	-	-	-
合同负债	270,453,120.88	211,308,067.79	188,040,823.35	118,358,565.63
应付职工薪酬	42,393,779.29	61,904,389.88	51,353,198.24	58,266,181.46
应交税费	43,076,895.24	44,602,679.90	63,866,446.23	31,309,530.24
其他应付款	126,971,311.50	104,456,460.33	103,255,199.28	98,621,994.22
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	503,857.33	1,817,845.46	1,257,996.29	413,622.18
其他流动负债	9,444,462.15	8,010,372.14	6,563,205.33	7,869,076.09
流动负债合计	1,171,656,946.46	871,597,499.36	700,995,030.70	481,079,657.20
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	-	412,983.53	1,360,099.49	-
长期应付款	-	-	-	-

项目	2024年6月30日	2023年12月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	5,812,036.55	5,117,394.60	4,720,208.36	4,798,837.03
递延所得税负债	1,762,278.17	1,682,459.19	2,047,698.03	3,838,529.25
其他非流动负债		-	-	-
非流动负债合计	7,574,314.72	7,212,837.32	8,128,005.88	8,637,366.28
负债合计	1,179,231,261.18	878,810,336.68	709,123,036.58	489,717,023.48
所有者权益：				
股本	95,000,000.00	95,000,000.00	95,000,000.00	95,000,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	81,461,566.38	80,727,144.31	74,851,767.77	66,038,702.96
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	47,500,000.00	47,500,000.00	47,500,000.00	47,500,000.00
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	1,065,315,213.66	916,753,108.06	597,066,170.60	351,662,242.93
归属于母公司所有者权益合计	1,289,276,780.04	1,139,980,252.37	814,417,938.37	560,200,945.89
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	1,289,276,780.04	1,139,980,252.37	814,417,938.37	560,200,945.89
负债和所有者权益总计	2,468,508,041.22	2,018,790,589.05	1,523,540,974.95	1,049,917,969.37

（二）合并利润表

单位：元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
一、营业收入	1,634,347,906.78	3,429,291,919.23	2,668,809,140.06	2,361,822,369.10
营业成本	1,285,710,551.74	2,664,063,909.15	2,073,974,067.51	1,795,738,112.80
税金及附加	9,547,180.77	21,019,536.50	13,974,163.48	12,798,953.92
销售费用	96,796,377.01	200,117,570.27	159,002,430.66	140,667,358.80
管理费用	56,094,581.01	126,831,467.59	106,907,341.77	114,170,044.36
研发费用	17,786,220.59	42,023,437.00	36,169,459.24	36,405,658.89
财务费用	-10,972,991.08	-20,936,800.54	-14,179,017.62	-10,024,309.22
加：其他收益	8,200,874.14	9,738,479.03	12,146,939.18	6,499,830.33
投资收益（损失以“-”号填列）	-679,340.63	-1,104,296.91	39,132.72	492,424.65
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	1,831,515.41	1,961,875.00	516,198.46	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-2,470,067.39	-5,954,495.69	-1,771,489.18	-533,491.70
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-4,054,671.21	-3,534,619.22	-5,055,112.63	-4,957,372.38
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-163,093.44	-383,204.55	221,112.87	-876,577.77
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	182,051,203.62	396,896,536.92	299,057,476.44	272,691,362.68
加：营业外收入	7,184,115.63	12,363,491.65	11,075,108.98	9,741,939.61
减：营业外支出	696,429.82	2,260,741.76	959,087.00	968,957.59
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	188,538,889.43	406,999,286.81	309,173,498.42	281,464,344.70
减：所得税费用	39,976,783.83	87,312,349.35	63,769,570.75	57,567,234.89
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	148,562,105.60	319,686,937.46	245,403,927.67	223,897,109.81
（一）按经营持续性分类				
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	148,562,105.60	319,686,937.46	245,403,927.67	223,897,109.81
2. 终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类	-	-	-	-
1. 归属于母公司股东的净利润	148,562,105.60	319,686,937.46	245,403,927.67	223,897,109.81
2. 少数股东损益	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
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	-	-	-	-
1. 重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
2. 权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
3. 其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
4. 企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
5. 其他	-	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1. 权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
2. 其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
3. 可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
4.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
5.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
6.其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
7.现金流量套期储备（现金流量套期损益的有效部分）	-	-	-	-
8.外币财务报表折算差额	-	-	-	-
9.其他	-	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	148,562,105.60	319,686,937.46	245,403,927.67	223,897,109.81
归属于母公司所有者的综合收益总额	148,562,105.60	319,686,937.46	245,403,927.67	223,897,109.81
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	1.56	3.37	2.58	2.36
（二）稀释每股收益（元/股）	1.56	3.37	2.58	2.36

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	1,833,604,828.57	3,747,388,353.60	2,984,729,364.77	2,622,661,999.06
收到的税费返还	1,989,462.76	20,675,047.23	2,112,550.18	-
收到其他与经营活动有关的现金	84,965,140.03	80,497,924.55	87,568,738.93	58,562,422.49
经营活动现金流入小计	1,920,559,431.36	3,848,561,325.38	3,074,410,653.88	2,681,224,421.55
购买商品、接受劳务支付的现金	1,353,830,774.49	2,650,429,282.08	2,248,652,746.04	1,978,871,908.94
支付给职工以及为职工支付的现金	138,585,327.08	228,578,231.40	209,049,735.94	191,501,570.27
支付的各项税费	88,386,141.34	211,920,188.66	114,391,288.60	126,556,866.92
支付其他与经营活动有关的现金	110,156,570.84	196,717,028.48	173,981,430.37	142,978,259.22
经营活动现金流出小计	1,690,958,813.75	3,287,644,730.62	2,746,075,200.95	2,439,908,605.35
经营活动产生的现金流量净额	229,600,617.61	560,916,594.76	328,335,452.93	241,315,816.20
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	447,970,000.00	280,210,000.00	512,255,000.00	772,457,000.00

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
取得投资收益收到的现金	281,124.15	179,191.89	388,848.11	584,276.07
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	200,115.00	1,996,051.41	1,567,378.55	916,588.05
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	1,810,000.00	4,500,000.00	-
投资活动现金流入小计	448,451,239.15	284,195,243.30	518,711,226.66	773,957,864.12
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	36,040,010.01	71,043,930.87	179,540,579.69	78,014,882.48
投资支付的现金	980,670,000.00	75,410,000.00	777,055,000.00	772,457,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	4,050,000.00	2,260,000.00	-
投资活动现金流出小计	1,016,710,010.01	150,503,930.87	958,855,579.69	850,471,882.48
投资活动产生的现金流量净额	-568,258,770.86	133,691,312.43	-440,144,353.03	-76,514,018.36
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	228,477,133.36	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	228,477,133.36	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-	123,500,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	212,097,496.86	3,290,941.72	3,082,497.20	6,515,460.00
筹资活动现金流出小计	212,097,496.86	3,290,941.72	3,082,497.20	130,015,460.00
筹资活动产生的现金流量净额	16,379,636.50	-3,290,941.72	-3,082,497.20	-130,015,460.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	129,212.64	553,416.24	580,775.79	-787,578.21
五、现金及现金等价物净增加额	-322,149,304.11	691,870,381.71	-114,310,621.51	33,998,759.63

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
加：期初现金及现金等价物余额	990,673,082.64	298,802,700.93	413,113,322.44	379,114,562.81
六、期末现金及现金等价物余额	668,523,778.53	990,673,082.64	298,802,700.93	413,113,322.44

二、审计意见、关键审计事项及重要性水平判断标准

（一）审计意见

公司聘请天健会计师对本公司最近三年一期的财务报表进行了审计，并出具了标准无保留意见的天健审[2024]10815号《审计报告》。审计意见如下：

“我们审计了浙江升华云峰新材股份有限公司（以下简称云峰新材公司或公司）财务报表，包括2021年12月31日、2022年12月31日、2023年12月31日、2024年6月30日的合并及母公司资产负债表，2021年度、2022年度、2023年度、2024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、合并及母公司所有者权益变动表，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，公允反映了云峰新材公司2021年12月31日、2022年12月31日、2023年12月31日、2024年6月30日的合并及母公司财务状况，以及2021年度、2022年度、2023年度、2024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

关键审计事项是天健会计师根据职业判断，认为对2021年度、2022年度、2023年度、2024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，天健会计师不对这些事项单独发表意见。

天健会计师识别出的关键审计事项汇总如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
（一）收入确认	

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
<p>云峰新材公司的营业收入主要来自于销售室内装饰材料、定制家居成品等产品。2021年度、2022年度、2023年度和2024年1-6月，云峰新材公司营业收入金额为人民币2,361,822,369.10元、2,668,809,140.06元、3,429,291,919.23元和1,634,347,906.78元。</p> <p>公司主要销售室内装饰材料、定制家居成品等产品，属于在某一时点履行的履约义务。内销收入主要包括经销收入和直销收入，在公司将产品根据合同约定交付给客户并由客户确认接受、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。外销收入在公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。公司商标授权业务属于在某一时点履行的履约义务，收入在被授权方将授权使用公司商标的产品按合同约定交付买方，公司已收取商标授权价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。公司大宗业务属于在某一时点履行的履约义务，在公司已依据与客户签订的合同，安排生产、发货、安装，并取得客户确认时确认收入。</p> <p>由于营业收入是云峰新材公司关键业绩指标之一，可能存在云峰新材公司管理层（以下简称管理层）通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险。因此，我们将收入确认确定为关键审计事项。</p>	<p>(1) 了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性，测试信息系统一般控制、与收入确认流程相关的应用控制；</p> <p>(2) 检查销售合同，了解主要合同条款或条件，评价收入确认方法是否适当；</p> <p>(3) 对营业收入及毛利率按月度、产品、客户等实施分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；</p> <p>(4) 对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、交货单及客户签收单等；对于出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；</p> <p>(5) 结合应收账款函证，以抽样方式向主要客户函证本期销售额；</p> <p>(6) 对主要客户进行走访或视频询问，察看走访对象的生产经营场所，询问、观察、了解主要客户的业务规模、购入产品的对外销售和结存情况、与公司的开票结算等，评价交易的真实性；</p> <p>(7) 对资产负债表日前后确认的收入实施截止测试，评价收入是否在恰当期间确认，检查销售退回记录，核实是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况；</p> <p>(8) 检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。</p>
(二) 存货可变现净值	
<p>截至2021年12月31日，云峰新材公司存货账面余额为人民币268,674,797.83元，跌价准备为人民币5,780,549.35元，账面价值为人民币262,894,248.48元。截至2022年12月31日，云峰新材公司存货账面余额为人民币343,530,660.58元，跌价准备为人民币6,127,261.30元，账面价值为人民币337,403,399.28元。截至2023年12月31日，云峰新材公司存货账面余额为人民币341,476,821.86元，跌价准备为人民币5,500,299.10元，账面价值为人民币335,976,522.76元。截至2024年6月30日，云峰新材公司存货账面余额为人民币376,084,011.73元，跌价准备为人民币6,881,474.74元，账面价值为人民币369,202,536.99元。</p> <p>资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变</p>	<p>(1) 了解与存货可变现净值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；</p> <p>(2) 复核管理层以前年度对存货可变现净值的预测和实际经营结果，评价管理层过往预测的准确性；</p> <p>(3) 以抽样方式复核管理层对存货估计售价的预测，将估计售价与历史数据、期后情况、市场信息等进行比较；</p> <p>(4) 评价管理层对存货至完工时将要发生的成本、销售费用和相关税费估计的合理性；</p> <p>(5) 测试管理层对存货可变现净值的计算是否准确；</p> <p>(6) 结合存货监盘，检查期末存货中是否存在库龄较长、生产成本或售价波动、技术或市场需求变化等情形，评价管理层是否</p>

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
<p>现净值的差额计提存货跌价准备。管理层在考虑持有存货目的的基础上，根据历史售价、实际售价、相同或类似产品的市场售价、未来市场趋势等确定估计售价，并按照估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定存货的可变现净值。</p> <p>由于存货金额重大，且确定存货可变现净值涉及重大管理层判断，我们将存货可变现净值确定为关键审计事项。</p>	<p>已合理估计可变现净值；</p> <p>（7）检查与存货可变现净值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。</p>

（三）财务会计信息相关的重大事项或重要性水平判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。报告期内，重大事项标准为当期营业收入的 0.5%，或金额虽未达到前述标准但公司认为较为重要的相关事项。报告期内，重要性标准判断的事项及其重要性标准确定方法和选择依据如下：

涉及重要性标准判断的披露事项	重要性标准确定方法和选择依据
重要的单项计提坏账准备的应收账款	公司将单项应收账款金额超过资产总额 0.5%的应收账款认定为重要应收账款
重要的核销应收账款	
重要的单项计提坏账准备的其他应收款	公司将单项其他应收款金额超过资产总额 0.5%的其他应收款认定为重要其他应收款
重要的其他应收款坏账准备收回或转回	
重要的核销其他应收款	
重要的账龄超过 1 年的预付款项	公司将预付款项金额超过资产总额 0.5%的预付款项认定为重要的预付款项
重要的在建工程项目	公司将在建工程项目金额超过资产总额 0.5%的在建工程项目认定为重要的在建工程项目
重要的账龄超过 1 年的应付账款	公司将单项应付账款金额超过资产总额 0.5%的应付账款认定为重要应付账款
重要的账龄超过 1 年的合同负债	公司将单项合同负债金额超过资产总额 0.5%的合同负债认定为重要合同负债
重要的账龄超过 1 年的其他应付款	公司将单项其他应付款金额超过资产总额 0.5%的其他应付款认定为重要其他应付款
重要的投资活动现金流量	公司将单项投资活动现金流量金额超过资产总额 5%的投资活动现金流量认定为重要的投资活动现金流量
重要的承诺事项	公司将单项承诺事项金额超过资产总额 0.5%的承诺事项或其他对投资者决策有重要影响的事项认定为重要的承诺事项
重要的或有事项	公司将单项或有事项金额超过资产总额 0.5%的或有事项或其他对投资者决策有重要影响的事项认定为重要的或有事项

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

2、持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表范围及变化情况

报告期内，本公司合并财务报表范围及变化情况如下：

序号	子公司名称	是否纳入合并财务报表范围			
		2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	浙江云峰莫干山营销有限公司	是	是	是	是
2	浙江云峰莫干山地板商贸有限公司	是	是	是	是
3	浙江云峰莫干山地板有限公司	是	是	是	是
4	浙江云峰莫干山家居用品有限公司	是	是	是	是
5	浙江云峰莫干山装饰建材有限公司	是	是	是	是
6	浙江云峰莫干山进出口有限公司	是	是	是	是
7	费县云峰莫干山装饰材料有限公司	是	是	是	是
8	山东云峰莫干山家居有限公司	是	是	是	是

注：莫干山商贸原名为浙江云峰莫干山装饰工程有限公司，原系莫干山营销的全资子公司。2021 年 10 月，莫干山营销将其持有的该公司全部股权转让给莫干山地板，该公司变更为莫干山地板的全资子公司；2021 年 11 月，该公司名称变更为浙江云峰莫干山地板商贸有限公司。

四、发行人报告期内采用的主要会计政策和会计估计

重要提示：本公司根据实际生产经营特点针对金融工具减值、固定资产折旧、使用权资产折旧、无形资产摊销、收入确认等交易或事项制定了具体会计政策和会计估计。

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为 2021 年 1 月 1 日起至 **2024 年 6 月 30 日** 止。

（三）营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

采用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的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（六）控制的判断标准和合并财务报表的编制方法

1、控制的判断

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可变回报金额的，认定为控制。

2、合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表

以母公司及其子公司的财务报表为基础,根据其他有关资料,由母公司按照《企业会计准则第33号——合并财务报表》编制。

(七) 合营安排分类及共同经营会计处理方法

1、合营安排分为共同经营和合营企业。

2、当公司为共同经营的合营方时,确认与共同经营中利益份额相关的下列项目:

- (1) 确认单独所持有的资产,以及按持有份额确认共同持有的资产;
- (2) 确认单独所承担的负债,以及按持有份额确认共同承担的负债;
- (3) 确认出售公司享有的共同经营产出份额所产生的收入;
- (4) 按公司持有份额确认共同经营因出售资产所产生的收入;
- (5) 确认单独所发生的费用,以及按公司持有份额确认共同经营发生的费用。

(八) 现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、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。

(九) 外币业务折算

外币交易在初始确认时,采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日,外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算,因汇率不同而产生的汇兑差额,除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外,计入当期损益;以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算,不改变其人民币金额;以公允价值计量的外币非货币性项目,采用公允价值确定日的即期汇率折算,差额计入当期损益或其他综合收益。

(十) 金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类:①以摊余成本计量的金融资产;②

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺；④以摊余成本计量的金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

（1）金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照《企业会计准则第14号——收入》所定义的交易价格进行初始计量。

（2）金融资产的后续计量方法

①以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，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债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

（3）金融负债的后续计量方法

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和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。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的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公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

③不属于上述 A 或 B 的财务担保合同，以及不属于上述 A 并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：a、按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；b、初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

④以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

（4）金融资产和金融负债的终止确认

①当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

A、收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

B、金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

②当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：

①未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；②保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，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之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

（1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上

未经调整的报价；

（2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

（3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融工具减值

公司以预期信用损失为基础，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债务工具投资、合同资产、租赁应收款、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以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司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。

对于租赁应收款、由《企业会计准则第 14 号——收入》规范的交易形成的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期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

后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，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。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

6、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，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司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额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；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。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

（十一）应收款项和合同资产预期信用损失的确认标准和计提方法

1、按信用风险特征组合计提预期信用损失的应收款项和合同资产

组合类别	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	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，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
应收商业承兑汇票		

组合类别	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——账龄组合	账龄	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，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
其他应收款——合并范围内关联方往来组合	合并范围内关联方[注]	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，通过违约风险敞口和未来12个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
其他应收款——账龄组合	账龄	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，编制其他应收款账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
合同资产——账龄组合	账龄	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，编制合同资产账龄与预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

注：系指本公司及合并财务报表范围内关联方

2、账龄组合的账龄与预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率（%）	其他应收款预期信用损失率（%）	合同资产预期信用损失率（%）
1年以内（含，下同）	10.00	10.00	10.00
1-2年	30.00	30.00	30.00
2-3年	80.00	80.00	80.00
3年以上	100.00	100.00	100.00

应收账款/其他应收款/合同资产的账龄自**初始确认日**起算。

3、按单项计提预期信用损失的应收款项和合同资产的认定标准

对信用风险与组合信用风险显著不同的应收款项和合同资产，公司按单项计提预期信用损失。

（十二）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

定制家居成品发出存货采用个别计价法，其他发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

4、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

（2）包装物

按照一次转销法进行摊销。

5、存货跌价准备

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

（十三）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期

股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

(1) 是否属于“一揽子交易”的判断原则

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，公司结合分步交易的各个步骤的交易协议条款、分别取得的处置对价、出售股权的对象、处置方式、处置时点等信息来判断分步交易是否属于“一揽子交易”。各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明多次交易事项属于“一揽子交易”：

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

(2) 不属于“一揽子交易”的会计处理

①个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

②合并财务报表

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积(资本溢价)，资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之

间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

(3) 属于“一揽子交易”的会计处理

①个别财务报表

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长期股权投资账面价值之间的差额，在个别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。

②合并财务报表

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。

(十四) 固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	年限平均法	3-20	0-10	33.33-4.50
机器设备	年限平均法	5-10	0-10	20.00-9.00
运输工具	年限平均法	5	0-10	20.00-18.00
电子及其他设备	年限平均法	3-10	0-10	33.33-9.00

(十五) 在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

类别	在建工程结转为固定资产的标准和时点
房屋及建筑物	主体工程及配套工程已实质完工且工程达到预定设计要求，经勘察、设计、施工、监理等单位完成验收
机器设备	安装调试后达到设计要求或合同规定的标准

（十六）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、商标专用权及管理软件，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体如下：

项目	使用寿命（年）	使用寿命的确定依据	摊销方法
土地使用权	50	产权登记期限	直线法
商标专用权	5	预期经济利益年限	直线法
管理软件	5	预期经济利益年限	直线法

3、研发支出的归集范围

（1）人员人工费用

人员人工费用包括公司研发人员的工资薪金、基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费和住房公积金。

研发人员同时服务于多个研究开发项目的，人工费用的确认依据公司管理部门提供的各研究开发项目研发人员的工时记录，在不同研究开发项目间按比例分配。

直接从事研发活动的人员同时从事非研发活动的，公司根据研发人员在不同岗位的工时记录，将其实际发生的人员人工费用，按实际工时占比等合理方法在研发费用和生产经营费用间分配。

（2）直接投入费用

直接投入费用是指公司为实施研究开发活动而实际发生的相关支出。包括：直接消耗的材料、燃料和动力等费用。

（3）折旧费用

折旧费用是指用于研究开发活动的仪器、设备和在用建筑物的折旧费。

用于研发活动的仪器、设备及在用建筑物，同时又用于非研发活动的，对该类仪器、设备、在用建筑物使用情况做必要记录，并将其实际发生的折旧费按实际工时和使用面积等因素，采用合理方法在研发费用和生产经营费用间分配。

（4）无形资产摊销费用

无形资产摊销费用是指用于研究开发活动的软件、知识产权、非专利技术（专有技术、许可证、设计和计算方法等）的摊销费用。

（5）委托外部研究开发费用

委托外部研究开发费用是指公司委托境内外其他机构或个人进行研究开发活动所发生的费用（研究开发活动成果为公司所拥有，且与公司的主要经营业务紧密相关）。

（6）其他费用

其他费用是指上述费用之外与研究开发活动直接相关的其他费用，包括测试费、租赁费、专家咨询费，研发成果的检索、论证、评审、鉴定、验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费，会议费、差旅费、通讯费等。

4、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十七）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十八）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十九）职工薪酬

1、职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

（1）在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：①公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；②公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（二十）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照

权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，

立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（二十一）收入

1、收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，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客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；②客户能够控制公司履约过程中在建商品；③公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且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，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，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，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：①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公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；④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；⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

2、收入计量原则

（1）公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

（2）合同中存在可变对价的，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，但包含可变对价的交易价格，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。

（3）合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。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。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

（4）合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，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。

3、收入确认的具体方法

公司主要销售室内装饰材料、定制家居成品等产品，属于在某一时点履行的履约义务。内销收入主要包括经销收入和直销收入，在公司将产品根据合同约定交付给客户并由客户确认接受、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。外销收入在公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。公司商标授权业务属于在某一时点履行的履约义务，收入在被授权方将授权使用公司商标的产品按合同约定交付买方，公司已收取商标授权价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认，具体确认时点为 OEM 供应商工厂交货并由经销商或其指定人员在发货单据上签字，具体确认依据为 OEM 供应商发货单据。公司大宗业务属于在某一时点履行的履约义务。在公司已依据与客户签订的合同，安排生产、发货、安装，并取得客户确认时确认收入。

（二十二）合同资产、合同负债

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

公司将拥有的、无条件（即，仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示，将已向客户转让商品而有权收取对价的权利（该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。

公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

（二十三）政府补助

1、政府补助在同时满足下列条件时予以确认：①公司能够满足政府补助所附的条件；②公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

4、与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

5、政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

（二十四）递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：①企业合并；②直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

5、同时满足下列条件时，公司将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示：（1）拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；（2）递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（二十五）租赁

1、公司作为承租人

在租赁期开始日，公司将租赁期不超过 12 个月，且不包含购买选择权的租赁认定为短期租赁；将单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁认定为低价值资产租赁。公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不认定为低价值资产租赁。

对于所有短期租赁和低价值资产租赁，公司在租赁期内各个期间按照直线法将租赁付款额计入相关资产成本或当期损益。

除上述采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，在租赁期开始日，公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

（1）使用权资产

使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：①租赁负债的初始计量金额；②在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；③承租人发生的初始直接费用；④承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。

公司按照直线法对使用权资产计提折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

（2）租赁负债

在租赁期开始日，公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。计算租赁付款额现值时采用租赁内含利率作为折现率，无法确定租赁内含利率的，采用公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额与其现值之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期各个期间内按照确认租赁付款额现值的折现率确认利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额于实际发生时计入当期损益。

租赁期开始日后，当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变化、用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动、购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果或实际行权情况发生变化时，公司按照变动后的租赁付款额的现值重新计量租赁负债，并相应调整使用权资产的账面价值，如使用权资产账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将剩余金额计入当期损益。

2、公司作为出租人

在租赁开始日，公司将实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁划分为融资租赁，除此之外的均为经营租赁。

（1）经营租赁

公司在租赁期内各个期间按照直线法将租赁收款额确认为租金收入，发生的初始直接费用予以资本化并按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。公司取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

（2）融资租赁

在租赁期开始日，公司按照租赁投资净额（未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和）确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。在租赁期的各个期间，公司按照租赁内含利率计算并确认利息收入。

公司取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

3、售后回租

（1）公司作为承租人

公司按照《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分，计量售后租回所形成的使用权资产，并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失。

售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司继续确认被转让资产，同时确认一项与转让收入等额的金融负债，并按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》对该金融负债进行会计处理。

（2）公司作为出租人

公司按照《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司根据其他适用的企业会计准则对资产购买进行会计处理，并根据《企业会计准则第 21 号——租赁》对资产出租进行会计处理。

售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司不确认被转让资产，但确认一项与转让收入等额的金融资产，并按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》对该金融资产进行会计处理。

五、重大会计政策或会计估计与同行业可比公司的差异分析

公司重大会计政策或会计估计与同行业可比公司不存在明显差异。

六、主要会计政策、会计估计的变更及其影响

（一）会计政策变更

本报告期公司主要会计政策未发生变更。

（二）会计估计变更

本报告期公司主要会计估计未发生变更。

七、分部信息

公司主要销售室内装饰材料、定制家居成品等产品。公司将此业务视作为一个整体实施管理、评估经营成果。因此，公司无需披露分部信息。公司收入分解信息详见本节“十二、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”的相关内容。

八、非经常性损益明细表

按照中国证监会《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》（2023 年修订）的要求，公司非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-16.80	-41.67	22.11	-87.95
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	617.41	571.05	1,146.16	631.15

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	211.26	199.98	90.50	58.43
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	70.84	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	649.26	1,013.63	1,011.60	877.59
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
所得税影响额	222.54	341.66	433.91	282.85
少数股东权益影响额	-	-	-	-
非经常性损益净额	1,238.59	1,472.17	1,836.47	1,196.37
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	13,617.62	30,496.53	22,703.92	21,193.34

发行人非经常性损益主要包括非流动资产处置损益、政府补助、理财产品投资收益收益等。

九、公司适用的税种、税率及享受的税收优惠政策

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	以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，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	5%、6%、9%、13% ^{注1}
消费税	应纳税销售额（量）	5%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除30%后的余值；从租计征的，按租金收入	1.2%、12%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	5%
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%
地方教育附加	实际缴纳的流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	15%、20%、25% ^{注2}

注1：公司及子公司销售室内装饰材料、定制家居成品等适用13%的税率计缴增值税，销售原木适用9%的税率计缴增值税，商标授权收入等适用6%的税率计缴增值税，子公司租赁收入适用简易征收5%的征收率或9%的税率计缴增值税。

子公司浙江云峰莫干山装饰建材有限公司出口货物享受“免、抵、退”税政策，室内装饰建材销售适用的出口退税率为13%。

注 2：不同税率的纳税主体企业所得税税率说明

纳税主体名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
本公司	15%	15%	15%	15%
浙江云峰莫干山家居用品有限公司	15%	15%	15%	15%
浙江云峰莫干山地板有限公司	15%	15%	15%	15%
浙江云峰莫干山地板商贸有限公司	20%	20%	20%	25%
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%	25%

（二）税收优惠

1、企业所得税

根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室下发的《关于浙江省 2020 年高新技术企业备案的复函》（国科火字〔2020〕251 号），公司于 2020 年度通过高新技术企业认证，并取得编号为 GR202033000059 的高新技术企业证书，认定有效期为 2020-2022 年度；公司于 2023 年 12 月通过高新技术企业认证，并取得编号为 GR202333007966 的高新技术企业证书，认定有效期为 2023-2025 年度；2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月公司减按 15% 的税率计缴企业所得税。

根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室下发的《关于浙江省 2020 年高新技术企业备案的复函》（国科火字〔2020〕251 号），子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司于 2020 年度通过高新技术企业认证，并取得编号为 GR202033006509 的高新技术企业证书，认定有效期为 2020-2022 年度；子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司于 2023 年 12 月通过高新技术企业认证，并取得编号为 GR202333013279 的高新技术企业证书，认定有效期为 2023-2025 年度；2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，浙江云峰莫干山家居用品有限公司减按 15% 的税率计缴企业所得税。

根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室下发的《关于浙江省 2020 年高新技术企业备案的复函》（国科火字〔2020〕251 号），子公司浙江云峰莫干山地板有限公司于 2020 年度通过高新技术企业认证，并取得编号为 GR202033007803 的高新技术企业证书，认定有效期为 2020-2022 年度；子公司浙江云峰莫干山地板有限公司于 2023 年 12 月通过高新技术企业认证，并取得编号为 GR202333008148 的高新技术企业证书，认定有效期为 2023-2025 年度；

2021 年度、2022 年度、2023 年度和 **2024 年 1-6 月**浙江云峰莫干山地板有限公司减按 15%的税率计缴企业所得税。

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),对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分,减按 25%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税;对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分,减按 50%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税。根据《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》(财政部 税务总局公告 2021 年第 12 号),2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日,对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分,在《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)第二条规定的优惠政策基础上,再减半征收企业所得税。根据《财政部 税务总局关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》(财政部 税务总局公告 2022 年第 13 号),2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日,小微企业对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分,减按 25%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税。根据《财政部 税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》(财政部 税务总局公告 2023 年第 12 号),2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日,小微企业减按 25%计入应纳税所得额,按 20%的税率缴纳企业所得税。子公司浙江云峰莫干山地板商贸有限公司 2022 年度、2023 年度和 **2024 年 1-6 月**享受上述税收优惠政策。

根据《财政部 国家税务总局关于安置残疾人员就业有关企业所得税优惠政策问题的通知》(财税〔2009〕70 号),企业安置残疾人员的,在按照支付给残疾职工工资据实扣除的基础上,可以在计算应纳税所得额时按照支付给残疾职工工资的 100%加计扣除。公司及子公司浙江云峰莫干山营销有限公司、浙江云峰莫干山地板有限公司、**浙江云峰莫干山地板商贸有限公司**、浙江云峰莫干山家居用品有限公司、浙江云峰莫干山装饰建材有限公司报告期内安置了残疾人员,享受该项优惠政策。

2、增值税

根据财政部 税务总局《关于先进制造业企业增值税加计抵减政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 43 号）文件，自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，允许先进制造业企业按照当期可抵扣进项税额加计 5%抵减应纳税额。公司及子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司和浙江云峰莫干山地板有限公司 2023 年度和 **2024 年 1-6 月**享受上述税收优惠政策。

根据《财政部 税务总局 海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号）及《财政部 税务总局关于进一步加大增值税期末留抵退税政策实施力度的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 14 号），自 2019 年 4 月 1 日起，试行增值税期末留抵税额退税制度。子公司山东云峰莫干山家居有限公司满足相关退还期末留抵税额条件，2023 年度享受上述税收优惠政策，**子公司费县云峰莫干山装饰材料有限公司满足相关退还期末留抵税额条件，2024 年 1-6 月享受上述税收优惠政策。**

3、土地使用税

根据《浙江省人民政府关于进一步减负纾困助力中小微企业发展的若干意见》（浙政办发〔2022〕25 号），公司及子公司浙江云峰莫干山地板有限公司、浙江云峰莫干山家居用品有限公司和浙江云峰莫干山装饰建材有限公司 2022 年度符合条件，享受 100%的减免优惠。

根据《德清县人民政府关于开展调整城镇土地使用税政策促进土地集约节约利用工作实施方案的通知》（德政发〔2019〕23 号），子公司浙江云峰莫干山装饰建材有限公司 2021 年度符合条件，享受 100%的减免优惠；公司及子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司 2021 年度符合条件，享受 80%的减免优惠；子公司浙江云峰莫干山地板有限公司 2021 年度符合条件，享受 40%的减免优惠。

4、其他税种

根据《财政部 税务总局关于进一步实施小微企业“六税两费”减免政策的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 10 号）的规定，由省、自治区、直辖市人民政府根据本地区实际情况，以及宏观调控需要确定，对增值税小规模纳税人、小型微利企业和个体工商户可以在 50%的税额幅度内减征城市维护建设税、

印花税、教育费附加和地方教育附加。子公司浙江云峰莫干山地板商贸有限公司 2022 年度享受上述税收优惠政策。

根据《财政部 税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财政部 税务总局公告 2023 年第 12 号），自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，对增值税小规模纳税人、小型微利企业和个体工商户减半征收资源税（不含水资源税）、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税（不含证券交易印花税）、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加。子公司浙江云峰莫干山地板商贸有限公司 2023 年度和 2024 年 1-6 月享受上述税收优惠政策。

4、税收优惠对经营成果的影响

报告期内，公司享受的税收优惠情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
公司享受税收优惠政策而减免的所得税及其他税费金额	758.94	1,865.39	1,528.95	1,599.51
利润总额	18,853.89	40,699.93	30,917.35	28,146.43
减免的所得税及其他税费金额占当期公司利润总额的比例	4.03%	4.58%	4.95%	5.68%

报告期内，公司享受的税收优惠占当期公司利润总额的比例分别为 5.68%、4.95%、4.58%和 4.03%。公司享受的税收优惠政策减免主要系高新技术企业所得税实际执行税率减免和研发费用加计扣除优惠。

公司的经营业绩对税收优惠不构成重大依赖。

十、主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2024.6.30/ 2024 年 1-6 月	2023.12.31/ 2023 年度	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度
流动比率（倍）	1.67	1.71	1.41	1.48
速动比率（倍）	1.35	1.32	0.93	0.94
资产负债率（母公司）	55.90%	35.20%	37.50%	12.55%
应收账款周转率（次）	32.85	99.98	175.46	302.01
存货周转率（次）	3.58	7.78	6.78	8.00
息税折旧摊销前利润（万元）	21,066.92	44,708.48	34,000.06	31,029.49

财务指标	2024.6.30/ 2024年1-6月	2023.12.31/ 2023年度	2022.12.31/ 2022年度	2021.12.31/ 2021年度
归属于发行人股东的净利润（万元）	14,856.21	31,968.69	24,540.39	22,389.71
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	13,617.62	30,496.53	22,703.92	21,193.34
研发投入占营业收入的比例	1.09%	1.23%	1.36%	1.54%
利息保障倍数（倍）	589.57	4,906.98	3,351.85	17,297.35
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	2.42	5.90	3.46	2.54
每股净现金流量（元）	-3.39	7.28	-1.20	0.36
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	13.57	12.00	8.57	5.90

注：上述财务指标的计算公式如下：

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=（负债总额÷资产总额）×100%

应收账款周转率=营业收入÷[（期初应收账款余额+期末应收账款余额）÷2]

存货周转率=营业成本÷[（期初存货余额+期末存货余额）÷2]

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧摊销

研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

利息保障倍数=息税前利润÷利息支出

每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末普通股份总数

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/期末总股本

（二）净资产收益率和每股收益

项目	加权平均净资产收益率	每股收益（元）		
		基本每股收益	稀释每股收益	
归属于公司普通股股东的净利润	2024年1-6月	12.23%	1.56	1.56
	2023年度	32.71%	3.37	3.37
	2022年度	35.71%	2.58	2.58
	2021年度	43.62%	2.36	2.36
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2024年1-6月	11.21%	1.43	1.43
	2023年度	31.21%	3.21	3.21
	2022年度	33.03%	2.39	2.39
	2021年度	41.29%	2.23	2.23

注：计算公式：

1、加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P 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_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产

增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

$$2、基本每股收益=P\div(S_0+S_1+S_i\times M_i\div M_0-S_j\times M_j\div M_0-S_k)$$

3、稀释每股收益=[P+(已确认为费用的稀释性潜在普通股利息—转换费用)×(1-所得税率)]/(S₀+S₁+S_i×M_i÷M₀—S_j×M_j÷M₀—S_k+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

十一、对公司经营成果、资产质量等有重大影响的关键因素及可能对公司未来财务状况和盈利能力的影响

公司主要从事室内装饰材料及定制家居成品的设计、研发、生产和销售，主要产品包括人造板、木地板、科技木以及衣柜、橱柜、木门等定制家居成品。对公司经营成果、资产质量等有重大影响的关键因素主要包括经营模式、市场竞争、品牌管理、研发投入和产品创新以及财务风险等方面，其对公司未来财务状况和盈利能力的影响具体如下：

（一）经营模式

公司采取以经销为主、直销为辅的销售方式，经销方式主要包括经销商模式和商标授权模式。通过经销商门店销售是公司最主要的销售渠道，公司多年以来一直坚持与经销商共同发展的合作理念，在全国拥有近千家主要经销商，其对公司不断扩大销售规模、提高市场占有率和品牌影响力发挥了重要作用。报告期内，公司通过经销商渠道实现的收入占公司主营业务收入比例为 90%以上。如果公司的重要经销商发生变动或流失，将会对公司的经营业绩造成不利影响。此外，公司作为品牌方，采取商标授权模式许可 OEM 供应商使用公司“莫干山”等品牌进行生产并收取相应的商标授权费，该业务模式符合市场惯例，但随着公司业务规模的不断扩大，如果公司无法有效的对 OEM 供应商实施产品质量管控，亦将会对公司的经营造成不利影响。

（二）市场竞争

公司主要产品包括人造板、木地板及定制家居成品等。国内人造板的生产企业数量较多，市场竞争比较激烈，公司虽然在人造板企业中排名相对靠前，但市

市场占有率仍较低；在木地板行业，相对于行业内大型企业，公司处于中游水平，存在一定的差距；对于定制家居业务而言，由于定制家居行业市场前景广阔，越来越多的传统家具制造企业通过转型，纷纷涉足该领域，竞争者的增加导致行业竞争逐步加剧。公司的人造板、木地板以及定制家居等业务均面临着较大的市场竞争，市场竞争的加剧将导致行业平均利润率下降。若公司在未来的市场竞争中不能持续提升品牌效应和竞争能力，未能采取有效措施提高产品附加值，满足消费者需求，将对公司的经营业绩造成不利影响。

（三）品牌管理

公司所处的室内装饰材料和定制家居行业参与者众多，市场集中度低，随着市场经济的日益成熟，行业面临的竞争已经逐步从以前的价格竞争转变为品牌、营销、服务等方面的综合竞争。同时，随着居民可支配收入的提高，具有环保、健康的板材家居产品已逐渐成为人们的首选。未来，公司将加大对“莫干山”品牌的推广和渠道形象建设，通过央视、卫视等电视媒体进行广告推广，在成熟市场的卫视优秀栏目冠名，通过视频网站、短视频 APP、搜索引擎等互联网广告形式进一步提升公司品牌知名度，提高产品的品牌附加值，优化升级现有门店形象展示，完善营销网络渠道，增强公司市场竞争力。但若公司在经营过程中出现因产品和服务质量、售后服务等问题引起消费者不满或投诉，将有损公司的品牌形象，进而直接或间接地对公司经营产生不利影响。

（四）研发投入和产品创新

未来市场的竞争，仍然是产品的竞争，不断推出符合市场需求的绿色环保产品是公司成立以来的研发创新驱动力。未来，公司将加大对核心技术研发上的投入，依托于拥有的省级企业研究院，引进行业内的专业技术人才，与专业院校、科研机构合作，致力于新产品、新技术的研发，整合多方创新资源，增强自主核心技术储备。此外，产品设计能力是室内装饰材料及定制家居行业企业发展的一项重要基础能力，直接决定了其产品的品质和市场定位，随着消费者需求越来越个性化、差异化，其对家居产品设计要求越来越高。

若未来公司不能及时把握消费者的需求变化趋势，新品研发、创新和设计能力不能有效满足消费者的需求，或者新产品开发进度明显落后于竞争对手，可能

导致客户流失、品牌形象受损、公司产品竞争力下降等，从而影响公司的营业收入。此外，如公司无法对新产品的工艺、成本进行有效管控，将会对公司的产品定价及毛利率产生不利影响，进而造成公司的业绩波动。

（五）财务因素

公司面临的财务方面的影响因素详见本招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与发行人相关的风险”。

十二、经营成果分析

（一）报告期内经营情况概述

报告期内，公司整体经营实力不断增强，公司主要经营数据如下表所示：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
营业收入	163,434.79	342,929.19	266,880.91	236,182.24
营业成本	128,571.06	266,406.39	207,397.41	179,573.81
营业毛利	34,863.74	76,522.80	59,483.51	56,608.43
毛利率	21.33%	22.31%	22.29%	23.97%
期间费用	15,970.42	34,803.57	28,790.02	28,121.88
营业利润	18,205.12	39,689.65	29,905.75	27,269.14
利润总额	18,853.89	40,699.93	30,917.35	28,146.43
营业利润占利润总额比例	96.56%	97.52%	96.73%	96.88%
归属于母公司所有者的净利润	14,856.21	31,968.69	24,540.39	22,389.71
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	13,617.62	30,496.53	22,703.92	21,193.34
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润/归属于母公司所有者的净利润	91.66%	95.39%	92.52%	94.66%

报告期内，公司营业收入主要来自主营业务，公司各期营业利润占利润总额的比例分别为96.88%、96.73%、97.52%和**96.56%**，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润占归属于母公司所有者的净利润的比重分别为**94.66%**、92.52%、95.39%和**91.66%**，公司报告期内的经营成果主要来源于主营业务产生的利润，非经常性损益对公司利润总额总体影响较小。

公司营业收入呈现逐年增长的趋势，其中：人造板、商标授权和定制家居业务均实现了不同程度的持续增长。报告期内毛利率分别为23.97%、22.29%、22.31%

和 **21.33%**，毛利率变化主要受产品销售结构以及主要产品毛利率波动的影响；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润由 2021 年度的 21,193.34 万元增长至 2023 年度的 30,496.53 万元，随着公司规模扩大而相应增加。

（二）营业收入分析

1、营业收入构成

（1）报告期内，公司营业收入构成如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务	159,042.02	97.31%	335,243.69	97.76%	261,903.41	98.13%	231,255.88	97.91%
其他业务	4,392.77	2.69%	7,685.50	2.24%	4,977.50	1.87%	4,926.36	2.09%
合计	163,434.79	100.00%	342,929.19	100.00%	266,880.91	100.00%	236,182.24	100.00%

报告期内，公司分别实现营业收入 236,182.24 万元、266,880.91 万元、342,929.19 万元和 **163,434.79 万元**；其中，主营业务收入占比分别为 97.91%、98.13%、97.76%和 **97.31%**，公司主营业务突出。

（2）报告期内，公司其他业务收入按类别的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
材料收入	129.64	989.72	1,028.53	1,144.39
废料收入	155.62	329.06	317.66	228.97
品牌运营费	1,123.88	1,874.62	2,162.50	2,098.52
基地建设费	2,656.96	3,830.54	892.80	867.92
租赁收入	139.11	93.22	93.22	74.57
其他	187.56	568.35	482.79	511.98
合计	4,392.77	7,685.50	4,977.50	4,926.36

报告期内，公司其他业务收入主要由材料收入、品牌运营费、基地建设费等构成。

2023 年度公司基地建设费较以前期间有较大幅度的增加，主要系收取方式的变动。2023 年开始，基地建设费按上月发货数量收取，每张 0.5-2 元；2023 年之前，基地建设费按月度平均采购量区间收费，月度平均采购量在 4 万张及以上

每年收取 20 万元，在 2 万（含）至 4 万张（不含）区间内每年收取 10 万元，小于 2 万张每年收取 5 万元。

2、主营业务收入产品/业务构成情况

公司主营产品包括人造板、木地板、科技木以及衣柜、橱柜等定制家居。报告期内，公司主营业务收入产品构成如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
人造板	99,632.07	62.65%	203,654.65	60.75%	156,600.55	59.79%	127,394.00	55.09%
木地板	8,793.17	5.53%	24,283.00	7.24%	14,108.79	5.39%	17,668.23	7.64%
科技木	6,290.07	3.95%	12,583.38	3.75%	12,138.05	4.63%	15,565.20	6.73%
定制家居	19,176.60	12.06%	39,235.11	11.70%	37,518.61	14.33%	31,767.99	13.74%
商标授权费	14,883.87	9.36%	34,736.98	10.36%	26,064.67	9.95%	23,617.99	10.21%
其他产品	10,266.24	6.46%	20,750.58	6.19%	15,472.73	5.91%	15,242.47	6.59%
合计	159,042.02	100.00%	335,243.69	100.00%	261,903.41	100.00%	231,255.88	100.00%

报告期内，公司产品的收入结构较为稳定，人造板、木地板、科技木、定制家居、商标授权费是公司主要收入来源，上述产品销售收入占公司主营业务收入比重分别为 93.41%、94.09%、93.81%和 **93.54%**，总体占比较为稳定。

3、主营业务收入地区构成情况

单位：万元

区域	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	92,935.31	58.43%	206,171.90	61.50%	175,540.82	67.03%	164,975.29	71.34%
华中	23,098.02	14.52%	51,406.25	15.33%	31,206.22	11.92%	23,938.52	10.35%
华南	8,645.93	5.44%	18,687.86	5.57%	17,202.55	6.57%	11,916.70	5.15%
华北	13,960.34	8.78%	23,898.49	7.13%	12,718.77	4.86%	10,159.67	4.39%
西北	11,970.25	7.53%	18,872.36	5.63%	12,561.75	4.80%	9,731.01	4.21%
西南	4,864.24	3.06%	9,702.25	2.89%	7,389.18	2.82%	6,643.48	2.87%
东北	1,908.58	1.20%	3,278.88	0.98%	2,662.25	1.02%	1,657.28	0.72%
境内小计	157,382.67	98.96%	332,017.98	99.04%	259,281.55	99.00%	229,021.94	99.03%
境外小计	1,659.35	1.04%	3,225.71	0.96%	2,621.86	1.00%	2,233.93	0.97%
合计	159,042.02	100.00%	335,243.69	100.00%	261,903.41	100.00%	231,255.88	100.00%

从销售的地域分布情况来看，公司主营业务收入主要来自于内销，占比约

99.00%。内销区域中，华东、华中、华南占比较高，报告期内，上述地区收入占比合计分别达到 86.84%、85.51%、82.41%和 **78.39%**。

4、分销售模式主营业务收入情况

报告期内，发行人分销售模式的主营业务收入情况如下表所示：

单位：万元

销售渠道	销售模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	经销商模式	127,855.99	80.39%	271,447.59	80.97%	212,277.87	81.05%	196,745.80	85.08%
	商标授权模式	14,883.87	9.36%	34,736.98	10.36%	26,064.67	9.95%	23,617.99	10.21%
	小计	142,739.86	89.75%	306,184.57	91.33%	238,342.54	91.00%	220,363.79	95.29%
直销	大宗业务模式	4,436.13	2.79%	14,636.56	4.37%	11,164.90	4.26%	3,588.82	1.55%
	出口销售及其他	11,866.04	7.46%	14,422.57	4.30%	12,395.97	4.73%	7,303.27	3.16%
	小计	16,302.16	10.25%	29,059.13	8.67%	23,560.87	9.00%	10,892.09	4.71%
合计		159,042.02	100.00%	335,243.69	100.00%	261,903.41	100.00%	231,255.88	100.00%

注：因商标授权业务仍需通过经销商实现公司产品的销售，因此将商标授权对应的渠道认定为经销渠道。

公司的销售渠道分为经销和直销两种渠道，公司销售以经销为主，直销为辅。报告期内，经销渠道收入占公司主营业务收入的比重分别为 95.29%、91.00%、91.33%和 **89.75%**，占比较为稳定。

5、分季度主营业务收入情况

报告期内，发行人分季度的主营业务收入情况如下表所示：

单位：万元

季度	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	53,843.51	33.85%	41,598.76	12.41%	35,669.47	13.62%	37,443.73	16.19%
二季度	105,198.51	66.15%	78,892.49	23.53%	81,646.79	31.17%	68,507.82	29.62%
三季度			105,583.75	31.49%	76,093.89	29.05%	60,566.97	26.19%
四季度			109,168.70	32.56%	68,493.26	26.15%	64,737.36	27.99%
合计	159,042.02	100.00%	335,243.69	100.00%	261,903.41	100.00%	231,255.88	100.00%

人造板、定制家居等产品的主要消费市场为建筑装饰等行业，受春节、气候条件的影响，第一季度的销售要少于第二、三、四季度，存在一定的季节性特征。

6、分生产模式主营业务收入情况

公司有自主生产和 OEM 生产两种模式。报告期内，公司主营业务收入分生

产模式构成的具体情况如下：

单位：万元

生产模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
OEM生产	126,269.98	79.39%	259,413.97	77.38%	189,409.71	72.32%	163,144.81	70.55%
自主生产	32,772.04	20.61%	75,829.72	22.62%	72,493.71	27.68%	68,111.07	29.45%
合计	159,042.02	100.00%	335,243.69	100.00%	261,903.41	100.00%	231,255.88	100.00%

报告期各期，发行人 OEM 收入占主营业务收入的比重逐年上升，主要原因包括：（1）报告期内，公司不断推出新产品，通过与 OEM 供应商合作提升新品推向市场的速度；（2）OEM 生产方式使发行人的产品运输更具经济性，也提高了发行人的市场响应速度。

7、主营业务收入变动分析

（1）主营业务收入构成及增长的具体情况

①报告期内，公司主营业务收入按产品分类情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度		2022年度		2021年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
人造板	99,632.07	203,654.65	30.05%	156,600.55	22.93%	127,394.00
木地板	8,793.17	24,283.00	72.11%	14,108.79	-20.15%	17,668.23
科技木	6,290.07	12,583.38	3.67%	12,138.05	-22.02%	15,565.20
定制家居	19,176.60	39,235.11	4.58%	37,518.61	18.10%	31,767.99
商标授权费	14,883.87	34,736.98	33.27%	26,064.67	10.36%	23,617.99
其他产品	10,266.24	20,750.58	34.11%	15,472.73	1.51%	15,242.47
合计	159,042.02	335,243.69	28.00%	261,903.41	13.25%	231,255.88

报告期内，公司主营业务收入分别为 231,255.88 万元、261,903.41 万元、335,243.69 万元和 159,042.02 万元，2022 年、2023 年较上年分别增长 13.25% 和 28.00%。公司主营业务收入呈现逐年增长的趋势，其中：人造板、定制家居业务均实现了不同程度的增长，主要系随着人造板市场和定制家居市场行业规模的不断扩大，公司凭借多年的品牌积累，并通过不断加大研发投入，加强市场营销力度，使得公司收入持续稳定增长。

②主营业务收入构成及增长的合理性

基于本行业及下游行业发展情况、市场竞争等情况，公司收入增长主要原因

系：a、公司产品定位中高端，主打绿色、环保、健康理念，随着人们生活水平的提高，对低甲醛、环保板材和家居产品的消费水平持续升级，公司主营产品的市场需求日益增长；b、为了顺应行业发展趋势，公司不断加大技术研发，加快产品创新，不断推出新产品，新产品的推出提升了市场竞争力，促进了公司销售收入的增长；c、报告期内公司不断加强对销售网络的拓展，加强对经销商和终端渠道的管理和赋能，同时积极推进外围市场空白区域布局，主要经销商数量从2021年末的946家上升至2023年末的1,040家；此外，公司也积极通过媒体广告以及展会、网络宣传、报刊杂志等渠道进行品牌推广，品牌效应进一步增强；d、公司持续推进外围市场渠道扩张，积极与工程代理商和房地产企业开展精装房建设合作，以推进定制家居产品在工程项目中的应用。

③与同行业可比公司收入波动趋势的比较

A、装饰板材类产品收入增长与同行业可比公司增长趋势相一致

报告期内，发行人装饰板材类产品收入情况与同行业可比公司兔宝宝和千年舟的比较情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度		2022年度		2021年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
发行人	105,922.14	216,238.03	28.15%	168,738.60	18.03%	142,959.20
兔宝宝	306,251.99	642,431.86	2.56%	626,397.27	-0.88%	631,927.47
千年舟	-	-	-	254,989.16	8.77%	234,431.28

注：数据来源于兔宝宝年度报告和千年舟公开转让说明书，千年舟未披露2023年度及2024年1-6月装饰板材类产品的相关数据。为保持与兔宝宝口径一致，发行人装饰板材类产品收入包括人造板和科技木的收入。

如上表所示，兔宝宝、千年舟和发行人报告期内装饰板材类产品销售收入总体呈现增长趋势；兔宝宝2022年略有下降，但其2022年品牌使用费较2021年增长40.22%，综合考虑后，其装饰板材类收入呈增长趋势；千年舟2023年度整体营业收入金额为**443,978.81万元**，较上年同期增长**39.03%**。

发行人装饰板材类收入增长与同行业可比公司增长情况一致。

B、定制家居产品与发行人同行业可比公司增长趋势相一致

报告期内，发行人定制家居产品收入情况与同行业可比公司索菲亚、欧派家

居的比较情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度		2022年度		2021年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
发行人	19,176.60	39,235.11	4.58%	37,518.61	18.10%	31,767.99
索菲亚	451,927.34	1,065,450.76	1.96%	1,044,936.52	7.85%	968,886.08
欧派家居	-	1,897,989.72	-1.72%	1,931,228.39	9.10%	1,770,094.40

注：1、数据来源于上市公司年度报告。索菲亚数据为衣柜及其配套产品和橱柜及其配件之和，欧派家居数据为橱柜和衣柜产品之和，**欧派家居2024年半年报未披露相关数据**；
2、兔宝宝、千年舟家居产品包括地板等产品，口径不一致，不具有可比性。

在定制家居业务方面，公司定制家居业务收入持续增长，但整体业务规模仍相对较小，与同行业可比公司尚存在较大差距。报告期内，除欧派家居2023年定制家居业务收入略有下滑外，同行业可比公司定制家居业务收入亦实现了增长，公司定制家居业务的收入增长与同行业可比公司发展趋势一致。

综上所述，报告期内，公司收入增长原因合理，符合行业及市场竞争情况，与同行业可比公司收入波动趋势不存在重大差异。

（2）公司主要产品报告期内的销售价格情况

①主要产品报告期内的销售价格变动情况

产品类别名称	计量单位	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
人造板	元/张	96.01	7.25%	89.52	7.48%	83.29	12.89%	73.78
木地板	元/平方米	75.44	-8.98%	82.88	-0.49%	83.29	-7.12%	89.67
科技木	元/立方米	21,180.58	4.93%	20,185.82	1.97%	19,796.73	5.29%	18,801.80
商标授权费	元/张	10.36	-0.08%	10.36	8.14%	9.58	11.59%	8.58

注：1、公司定制家居系定制化产品，与消费者房屋户型、尺寸和选材等各因素有关，单价不具有可比性；2、其他产品主要包括辅料、五金件等，计量单位各异，难以统计销售单价。

报告期内，公司各类产品的销售价格总体保持稳定，销售价格的波动主要受销售模式、生产模式和细分产品结构变动等因素的影响。

②各类产品单价变动原因

A、人造板单价变动分析

a、不同销售模式的单价情况

单位：元/张

销售模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
经销	96.05	97.82%	89.61	98.83%	83.58	97.92%	73.84	99.35%
直销	94.32	2.18%	82.28	1.17%	69.89	2.08%	64.24	0.65%
合计	96.01	100.00%	89.52	100.00%	83.29	100.00%	73.78	100.00%

发行人的人造板主要通过经销模式进行销售，直销占比极小。

报告期内，发行人经销模式下人造板平均单价分别为73.84元/张、83.58元/张、89.61元/张和**96.05元/张**；经销模式下人造板平均单价逐年上升，主要系单价较高的生态板销量占比逐年上升所致。

直销模式下，人造板平均单价分别为64.24元/张、69.89元/张、82.28元/张和**94.32元/张**；直销模式下人造板平均单价逐年上升，主要系单价较高的生态板销量占比逐年上升所致，该模式下生态板销量占比由2022年的21.45%上升至**2024年1-6月的47.73%**，生态板单价较高，拉高了直销模式的总体单价。

b、不同生产模式的单价情况

单位：元/张

生产模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
OEM生产	92.59	92.48%	85.24	91.95%	76.53	86.99%	68.75	91.02%
自产	138.08	7.52%	138.43	8.05%	128.51	13.01%	124.73	8.98%
合计	96.01	100.00%	89.52	100.00%	83.29	100.00%	73.78	100.00%

报告期内，公司人造板以OEM生产为主，该生产模式的人造板平均单价呈上升趋势，主要系单价较高的生态板销量占比逐年上升所致。

c、细分产品结构的单价情况

报告期内，按细分产品结构分类的人造板单价及销量占比情况如下：

单位：元/张

产品名称	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
定向刨花板	61.46	7.68%	70.89	6.98%	77.04	6.58%	78.65	5.63%
普通胶合板	97.07	0.17%	84.21	0.30%	85.49	0.61%	76.97	1.94%
生态板	150.57	46.22%	148.68	39.59%	145.82	31.59%	139.69	24.11%
石膏板	19.06	24.11%	19.11	27.23%	19.56	30.01%	17.26	33.45%
细木工板	92.72	0.77%	94.87	1.27%	92.47	2.50%	90.60	4.43%

产品名称	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
阻燃板	77.10	21.04%	77.35	24.63%	81.71	28.71%	80.14	30.45%
合计	96.01	100.00%	89.52	100.00%	83.29	100.00%	73.78	100.00%

由上表可知，报告期内人造板单价呈上升趋势，主要系销售单价较高的生态板销量占比逐年上升所致。

B、木地板单价变动分析

a、不同销售模式的单价情况

单位：元/平方米

销售模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
经销	71.97	64.36%	74.99	66.99%	85.26	83.37%	89.56	97.38%
直销	81.69	35.64%	98.89	33.01%	73.43	16.63%	93.78	2.62%
合计	75.44	100.00%	82.88	100.00%	83.29	100.00%	89.67	100.00%

发行人的木地板主要通过经销模式进行销售，经销模式下的平均单价总体低于直销模式，主要系经销商需负责下游客户对接、产品物流配送等工作，因此公司对经销客户的销售价格相对较低。

经销模式下，木地板的平均单价分别为89.56元/平方米、85.26元/平方米、74.99元/平方米和**71.97元/平方米**，单价呈下降趋势，与销售的具体产品结构相关，具体详见本小节之“c、细分产品结构的单价情况”。

直销模式下，木地板的平均单价分别为93.78元/平方米、73.43元/平方米、98.89元/平方米和**81.69元/平方米**，单价有所波动，主要与销售的具体产品结构相关，具体详见本小节之“c、细分产品结构的单价情况”。

b、不同生产模式的单价情况

单位：元/平方米

生产模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
OEM生产	75.44	66.69%	82.54	57.23%	100.84	46.60%	112.28	32.66%
自产	75.42	33.31%	83.34	42.77%	67.98	53.40%	78.70	67.34%
合计	75.44	100.00%	82.88	100.00%	83.29	100.00%	89.67	100.00%

报告期内，2021年-2022年木地板的生产模式以自产为主，OEM生产和自

产的木地板单价均有所下降，主要系单价较高的实木地板销量占比下降导致；2023年和2024年1-6月木地板的生产模式转为以OEM模式为主，OEM生产的木地板单价下降，主要系OEM生产中单价较高的实木地板销量占比下降导致。

c、细分产品结构的单价情况

报告期内，按细分产品结构分类的木地板单价及销量占比情况如下：

单位：元/平方米

产品名称	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
复合地板	82.61	63.38%	99.18	56.09%	107.71	36.73%	118.83	30.36%
强化地板	46.63	30.64%	42.66	36.26%	45.60	50.47%	46.16	52.17%
实木地板	146.98	5.98%	154.06	7.65%	161.82	12.80%	168.95	17.47%
合计	75.44	100.00%	82.88	100.00%	83.29	100.00%	89.67	100.00%

报告期内，木地板的销售单价呈下降趋势，主要系单价较高的实木地板销量占比下降且复合地板单价下降导致。

C、科技木单价变动分析

a、不同销售模式的单价情况

单位：元/立方米

销售模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
经销	15,544.04	64.74%	16,226.66	68.17%	17,038.14	73.63%	17,299.57	84.69%
直销	31,527.46	35.26%	28,665.73	31.83%	27,501.14	26.37%	27,113.87	15.31%
合计	21,180.58	100.00%	20,185.82	100.00%	19,796.73	100.00%	18,801.80	100.00%

报告期内，发行人的科技木主要通过经销模式进行销售，单价较为稳定。直销模式下的平均单价高于经销模式，主要原因系直销模式下，科技木皮的销量占比较高，科技木皮的单价相对较高，从而拉高了直销模式的单价；此外，由于经销商需负责下游客户对接、产品物流配送等工作，因此公司对经销客户的销售价格相对较低。

b、不同生产模式的单价情况

单位：元/立方米

生产模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
OEM生产	16,706.16	22.23%	15,956.59	17.22%	14,921.08	21.27%	14,485.42	21.14%
自产	22,459.91	77.77%	21,065.58	82.78%	21,113.81	78.73%	19,959.18	78.86%
合计	21,180.58	100.00%	20,185.82	100.00%	19,796.73	100.00%	18,801.80	100.00%

报告期内，科技木以自产为主，其中：OEM生产的科技木2023年较2022年单价上升，主要系单价较高的科技木皮销量占比上升且科技木皮单价较上年有所上升所致；自产的科技木2022年单价较2021年上升，主要系单价较高的科技木皮销量占比上升且科技木皮单价较上年也有所提升所致。

c、细分产品结构的单价情况

报告期内，按细分产品结构分类的科技木单价及销量占比情况如下：

单位：元/立方米

产品名称	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
科技木方	16,552.63	25.56%	16,933.40	29.83%	17,383.78	36.90%	17,069.28	44.62%
科技木皮	22,769.81	74.44%	21,568.32	70.17%	21,207.78	63.10%	20,197.67	55.38%
合计	21,180.58	100.00%	20,185.82	100.00%	19,796.73	100.00%	18,801.80	100.00%

报告期内，科技木销售单价总体较为稳定，波动较小。科技木皮的单价高于科技木方的单价，主要系科技木皮较科技木方多一道刨切工序，该工序的精度要求高且在加工过程中有一定程度的损耗所致。

2022年科技木皮单价较2021年上升，主要系：①价格较高的橡木、黑胡桃等系列的收入占比上升；②蒸汽价格上涨使得当期单位成本上升，单位价格有所上涨。

D、商标授权费单价变动分析

单位：元/张

产品名称	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
定向刨花板	3.24	0.05%	-	-	-	-	3.52	2.48%
普通胶合板	6.84	0.43%	8.76	0.64%	8.09	12.95%	6.91	9.63%
生态板	11.77	79.09%	11.81	77.43%	11.82	60.77%	10.77	60.22%
细木工板	6.98	0.66%	8.24	1.08%	7.28	2.28%	7.25	3.59%
阻燃板	5.66	12.88%	5.63	13.75%	5.53	14.42%	5.54	15.77%

产品名称	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比	单价	销量占比
辅料配件	3.52	6.88%	4.23	7.10%	4.04	9.59%	2.55	8.30%
合计	10.36	100.00%	10.36	100.00%	9.58	100.00%	8.58	100.00%

报告期内，商标授权费单价 2022 年较 2021 年单价上升，主要系生态板商标授权的单价较 2021 年有所提升；2023 年较 2022 年单价上升，主要系单价较高的生态板商标授权的销量占比上升。

（3）公司主要产品报告期内的销量情况

①主要产品报告期内的销量变动情况

项目	2024年1-6月	2023年度		2022年度		2021年度
	销量	销量	变化率	销量	变化率	销量
人造板（万张）	1,037.67	2,274.90	21.00%	1,880.10	8.89%	1,726.66
木地板（万平方米）	116.57	292.99	72.96%	169.40	-14.03%	197.03
科技木（万立方米）	0.30	0.62	1.67%	0.61	-25.94%	0.83
商标授权费（万张）	1,259.76	3,021.44	17.84%	2,564.05	-6.80%	2,751.15
定制家具-衣柜（万套）	5.16	9.71	11.20%	8.74	13.66%	7.69
定制家具-橱柜（万套）	0.11	0.50	116.06%	0.23	-21.19%	0.29

报告期内，公司各类产品销量变动主要受房地产市场、公司市场拓展、客户需求等因素的影响。

②主要产品销量变动的原因

A、房地产市场需求

根据国家统计局的数据，2021 年、2022 年和 2023 年，我国房屋竣工面积分别为 101,412 万平方米、86,222 万平方米和 99,831 万平方米，比上年分别增长 11.2%、-15.0%和 17.0%。除新交付的建筑物需要进行装饰装修外，存量商品住房市场也逐步出现翻新和二次装修的需求；此外，近些年持续推行的老旧小区改造、城乡居住环境改善等也产生了大规模的建筑物改造需求，为建筑装饰产业带来新的市场机遇，人造板作为建筑装饰的重要材料之一，将受益于建筑装饰行业发展产生的持续市场需求。

B、产能变化情况

报告期内，公司各类产品产能基本保持稳定，人造板主要采用 OEM 代工的

形式生产，其他产品也均存在 OEM 的形式；因此，公司的产能与销量不存在直接的匹配关系。

C、具体订单（即客户需求）情况

a、人造板订单与销量匹配情况

单位：万张

销售模式	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
经销商	订单数量	1,045.37	2,295.96	1,941.48	1,721.89
	销量	1,015.09	2,248.33	1,840.90	1,715.39
	占比	97.10%	97.93%	94.82%	99.62%
商标授权	订单数量	1,234.45	2,930.80	2,216.98	2,606.80
	销量	1,107.49	2,742.77	2,327.21	2,483.05
	占比	89.72%	93.58%	104.97%	95.25%
直销	订单数量	22.62	27.41	40.29	11.39
	销量	22.58	26.57	39.20	11.27
	占比	99.84%	96.94%	97.28%	98.90%

注：占比=销量/订单数量

由上表可知，人造板各类销售模式下的产品的销量与订单数量基本匹配。

b、地板订单与销量匹配情况

单位：万平方米

销售模式	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
经销商	订单数量	76.29	195.32	136.30	194.11
	销量	75.02	196.26	141.22	191.88
	占比	98.33%	100.48%	103.61%	98.85%
直销	订单数量	85.08	174.22	98.72	83.82
	销量	41.55	96.73	28.17	5.15
	占比	48.83%	55.52%	28.54%	6.15%

经销商模式下，发行人地板产品的销量与订单数量基本匹配；直销模式下以大宗业务为主，由于该类业务周期一般较长且需安装验收后确认收入，从而导致销量/订单数量的比例相对较低。

c、科技木订单与销量匹配情况

单位：万立方米

销售模式	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
经销商	订单数量	0.19	0.43	0.44	0.71

销售模式	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
	销量	0.19	0.42	0.45	0.70
	占比	100.51%	99.38%	103.06%	98.58%
直销	订单数量	0.12	0.22	0.17	0.13
	销量	0.11	0.20	0.16	0.13
	占比	83.96%	90.75%	93.21%	95.49%

由上表可知，公司科技木产品各类销售模式下的销量与订单数量基本匹配。

d、家居订单与销量匹配情况

报告期各期，定制家居产品在客户下单后进行定制化设计后安排生产，系订单式产品，订单与销量匹配。发行人定制家居主要产品—定制衣柜的订单及销量情况如下：

单位：万套

定制衣柜	项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
经销商	订单数量	3.04	6.99	5.96	6.20
	销量	3.03	7.30	5.59	6.44
	占比	99.73%	104.45%	93.90%	103.87%
直销	订单数量	2.10	1.38	3.53	1.79
	销量	2.13	2.41	3.14	1.24
	占比	101.26%	174.09%	89.04%	69.25%

发行人定制衣柜产品，经销商模式下的销量与订单数量基本匹配；直销模式下，2019年发行人开始承接大宗业务，由于大宗业务一般周期较长，需安装验收后确认收入，从而销量/订单数量的比例相对较低，2023年度由于交付了以前年度的订单，比例大幅上升。

8、客户回款情况和现金交易情况

报告期内，发行人存在第三方回款的情况，具体如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
第三方回款	1,261.80	966.61	2,046.86	131.34
其中：经营者及其亲属等代付货款 或所属集团指定相关公司代付货款	861.61	855.35	6.61	-
应收账款保理方式完成付款	42.31	-	2,040.25	131.34
公证处代付货款	357.88	111.26	-	-

2021年第三方回款金额为131.34万元，2022年第三方回款金额为2,046.86

万元，2023年第三方回款金额为966.61万元，**2024年1-6月第三方回款金额为1,261.80万元**，第三方回款主要系经营者及其亲属等代付货款或所属集团指定相关公司代付货款、应收账款保理方式完成付款及**公证处代付货款**等原因形成。保荐机构、申报会计师核查了发行人第三方回款相关的银行流水、发行人的记账凭证、客户工商信息、应收账款转让合同等。经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人第三方回款主要包括**经营者及其亲属等代付货款或所属集团指定相关公司代付货款、应收账款保理方式完成付款及公证处代付货款**等情形，发行人已按内部控制要求及时、准确、完整的将相关款项及业务予以记账，不存在损害公司利益的情形。

除此之外，报告期内，发行人存在少量的现金交易，其中：发行人现金销售金额分别为5.25万元、1.32万元、0.87万元和**0.07万元**，现金销售主要系少部分零售客户回款及出售边角料等采用现金结算。发行人现金采购金额分别为0.60万元、0.07万元、0.00万元和**0.00万元**，主要系零星采购等采用现金结算。

报告期内，发行人现金交易占比微小，对发行人不构成重大影响。

（三）营业成本分析

1、营业成本构成

（1）报告期内，公司营业成本的构成情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	128,349.68	99.83%	265,458.08	99.64%	206,552.35	99.59%	178,682.70	99.50%
其他业务	221.37	0.17%	948.31	0.36%	845.06	0.41%	891.11	0.50%
合计	128,571.06	100.00%	266,406.39	100.00%	207,397.41	100.00%	179,573.81	100.00%

报告期内，公司营业成本分别为179,573.81万元、207,397.41万元、266,406.39万元和**128,571.06万元**，2022年和2023年公司营业成本分别较上年增长了15.49%和28.45%，公司营业成本同比增长主要系产品销量逐年增长所致。

（2）公司各期主营业务成本分产品构成如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人造板	93,302.47	72.69%	188,209.58	70.90%	143,644.95	69.54%	117,027.71	65.49%
木地板	7,428.20	5.79%	20,236.41	7.62%	11,517.69	5.58%	13,466.49	7.54%
科技木	5,193.24	4.05%	10,440.71	3.93%	10,114.07	4.90%	12,260.32	6.86%
定制家居	14,485.28	11.29%	30,263.30	11.40%	28,840.93	13.96%	23,640.19	13.23%
商标授权费	130.83	0.10%	323.12	0.12%	301.99	0.15%	330.82	0.19%
其他产品	7,809.66	6.08%	15,984.96	6.02%	12,132.72	5.87%	11,957.18	6.69%
合计	128,349.68	100.00%	265,458.08	100.00%	206,552.35	100.00%	178,682.70	100.00%

报告期内，公司营业成本主要集中在人造板、木地板、科技木、定制家居四类产品上，这四类产品的成本占当期主营业务成本的比例分别为 93.12%、93.98%、93.86%和 93.81%。

2、主营业务成本结构分析

公司有自主生产和 OEM 生产两种模式。报告期内，公司主营业务成本分生产模式构成具体情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
OEM成本	102,262.58	79.67%	204,081.69	76.88%	148,329.48	71.81%	126,788.27	70.96%
自产成本	26,087.10	20.33%	61,376.38	23.12%	58,222.87	28.19%	51,894.44	29.04%
合计	128,349.68	100.00%	265,458.08	100.00%	206,552.35	100.00%	178,682.70	100.00%

（1）OEM 成本分析

报告期内，公司 OEM 成本占主营业务成本的比重分别为 70.96%、71.81%、76.88%和 79.67%，呈逐年上升趋势，主要系公司 OEM 收入占主营业务收入的比重逐年上升。

（2）自产部分的成本分析

公司自产部分的主营业务成本由直接材料、直接人工和制造费用构成，按成本要素构成如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	18,432.11	70.66%	45,169.17	73.59%	44,725.21	76.82%	37,854.17	72.94%

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接人工	3,490.38	13.38%	7,264.24	11.84%	5,734.54	9.85%	6,536.43	12.60%
制造费用	4,164.61	15.96%	8,942.97	14.57%	7,763.12	13.33%	7,503.83	14.46%
合计	26,087.10	100.00%	61,376.38	100.00%	58,222.87	100.00%	51,894.44	100.00%

报告期内，公司自产部分的主营业务成本包括直接材料、直接人工和制造费用，以直接材料为主，占比分别为72.94%、76.82%、73.59%和**70.66%**。

2022年直接材料占比上升，相应人工成本和制造费用占比下降，主要系当期自产人造板中采用复贴工艺的生态板销售占比上升，由于此类产品工艺简单，耗用的直接材料较多，而耗用直接人工、制造费用相对较少所致。

2023年直接材料占比下降，相应人工成本和制造费用占比上升，主要系：①人造板生产中直接材料占比较高，而当期人造板产量下降导致总体的直接材料占比下降；②山东家居新厂本期投入使用，资产折旧及相应的人工成本增加导致人工成本及制造费用占比上升。

（3）公司主要产品的制造费用明细情况

报告期内，公司生产成本中的制造费用明细如下：

单位：万元、%

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
燃料及动力	996.84	21.42	2,051.66	21.54	2,274.56	26.53	2,079.40	24.89
物料消耗	727.84	15.64	1,699.12	17.84	1,905.47	22.22	1,893.77	22.67
委外加工费	330.49	7.10	603.37	6.33	916.37	10.69	1,305.39	15.62
折旧费用	1,221.94	26.26	2,140.53	22.47	1,363.58	15.90	1,314.61	15.73
辅助人工	556.14	11.95	1,002.13	10.52	998.98	11.65	1,027.85	12.30
运费和安装费	775.50	16.66	1,956.60	20.54	1,033.58	12.06	602.32	7.21
其他	44.89	0.96	71.23	0.75	81.04	0.95	132.06	1.58
合计	4,653.64	100.00	9,524.64	100.00	8,573.56	100.00	8,355.40	100.00

报告期内，公司制造费用主要核算燃料及动力、物料消耗、委外加工费、折旧费、辅助人工、运费和安装费以及其他零星发生的装卸费、办公费和劳动保护费等。由上表可知，报告期内，制造费用中燃料及动力、物料消耗和折旧费用占比较高，且各期较为稳定；委外加工费占比2022年较上年下降，主要系受经济下行和市场行情影响，部分委外加工工序减少所致；2023年委外加工费下降，主

要系发行人于 2022 年底购置了带有滚筒和刹车盒的升降机等设备，减少了委外加工。2022 年度和 2023 年度运费和安装费占比上升，主要系随着大宗业务项目增加相应运费和安装费增长；2024 年 1-6 月运费和安装费占比较 2023 年略有下降主要系本期新增大宗业务较以前年度有所回落。

（4）主要产品成本构成明细

报告期内，公司 OEM 生产模式下无料工费分配，自主生产模式下，公司主要产品的成本构成明细情况如下：

单位：万元、%

产品名称	项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人造板	材料成本	8,503.90	88.74	20,141.92	90.22	25,371.18	91.41	14,518.69	88.10
	人工成本	635.69	6.63	1,240.77	5.56	1,187.59	4.28	1,008.39	6.12
	燃料及动力	236.74	2.47	521.39	2.34	598.77	2.16	418.25	2.54
	制造费用	206.56	2.16	422.09	1.89	598.08	2.15	534.80	3.25
	小计	9,582.89	100.00	22,326.16	100.00	27,755.62	100.00	16,480.13	100.00
木地板	材料成本	1,737.05	71.50	6,675.74	76.15	3,954.55	80.54	5,765.00	77.36
	人工成本	135.73	5.59	459.75	5.24	294.77	6.00	694.11	9.31
	燃料及动力	73.36	3.02	216.86	2.47	161.81	3.30	237.23	3.18
	制造费用	483.31	19.89	1,413.84	16.13	498.66	10.16	755.79	10.14
	小计	2,429.45	100.00	8,766.18	100.00	4,909.80	100.00	7,452.12	100.00
科技木	材料成本	2,097.39	49.40	4,613.99	51.76	4,422.34	52.94	5,458.67	54.04
	人工成本	879.94	20.73	1,821.71	20.44	1,504.96	18.01	1,828.13	18.10
	燃料及动力	397.01	9.35	826.55	9.27	784.21	9.39	875.54	8.67
	制造费用	871.19	20.52	1,651.18	18.52	1,642.73	19.66	1,938.40	19.19
	小计	4,245.53	100.00	8,913.43	100.00	8,354.25	100.00	10,100.74	100.00
定制家居-衣柜	材料成本	5,974.93	61.62	10,623.30	62.95	8,706.53	65.33	9,126.39	65.61
	人工成本	1,807.39	18.64	2,882.54	17.08	2,268.79	17.02	2,540.32	18.26
	燃料及动力	189.58	1.96	350.95	2.08	310.20	2.33	272.62	1.96
	制造费用	1,724.53	17.79	3,018.29	17.89	2,042.11	15.32	1,971.43	14.17
	小计	9,696.44	100.00	16,875.08	100.00	13,327.63	100.00	13,910.77	100.00

如上表所示，报告期内，公司主要产品由人造板、木地板、科技木及定制家居-衣柜等构成，四类产品成本构成中均以材料成本和人工成本为主，报告期内，上述四类产品成本构成中，材料成本和人工成本合计占比均超过了 70%。

报告期内，人造板成本构成中，材料成本占比分别为 88.10%、91.41%、90.22%

和 **88.74%**，人工成本占比分别为 6.12%、4.28%、5.56% 和 **6.63%**，整体较为稳定。

报告期内，木地板成本构成中，材料成本占比分别为 77.36%、80.54%、76.15% 和 **71.50%**，人工成本占比分别为 9.31%、6.00%、5.24% 和 **5.59%**，2022 年人工成本占比下降，主要系产品结构的变动影响，2022 年强化地板产量占比上升，对应的人工成本相对较低；2023 年度和 **2024 年 1-6 月** 制造费用占比上升，主要是由于大宗业务导致安装费增加。

报告期内，科技木成本构成中，材料成本占比分别为 54.04%、52.94%、51.76% 和 **49.40%**，人工成本占比分别为 18.10%、18.01%、20.44% 和 **20.73%**，整体较为稳定。报告期内，材料成本占比有所下降，主要系生产工艺改进所致，且科技木产品生产工序较长，人工成本等占比相对较高。

报告期内，定制家居-衣柜产品成本构成中，材料成本占比分别为 65.61%、65.33%、62.95% 和 **61.62%**，人工成本占比分别为 18.26%、17.02%、17.08% 和 **18.64%**，整体较为稳定。

综上所述，公司各类产品成本构成明细与原材料、人工等成本要素基本匹配，符合公司产品的实际情况。

（5）运输费具体情况分析

报告期内，公司运输费具体情况如下：

单位：万元

运费类别	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
短拨运费	7.62	12.53	12.87	19.01
直销运费（不含出口运输）	118.01	286.06	121.66	97.71
出口运费	50.07	125.05	135.82	120.46
展会等其他运费	0.22	12.64	1.08	0.33
合计	175.92	436.28	271.44	237.51

注：上表列示的运输费包含记入销售费用的展会及其他运费。

①短拨运费

短拨运费主要系莫干山家居向发行人采购生产所需的人造板等材料所发生的运输费，发行人与其子公司莫干山家居生产基地分别位于湖州市德清县钟管

镇以及湖州市德清县武康开发区，报告期内，内部销售人造板的数量与运输费比较情况如下：

单位：万元、张、元/张

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
短拨运费	7.62	12.53	12.87	19.01
人造板内部销售数量	79,670.00	129,471.00	156,214.00	237,819.00
运费/人造板销售数量	0.96	0.97	0.82	0.80

由上表可知，报告期内，公司短拨运费分别为0.80元/张、0.82元/张、0.97元/张和0.96元/张，整体较为稳定。

②直销运费（不含出口运费）

报告期内，公司境内直销销售的主营业务收入与运输费的比较情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
直销运费（不含出口运费）	118.01	286.06	121.66	97.71
境内直销收入	14,642.81	25,833.41	20,939.01	8,658.16
其中：无需公司承担运费的直销收入	10,353.32	8,066.14	15,356.01	4,488.00
直销运费（不含出口运费）占境内直销收入的比例	0.81%	1.11%	0.58%	1.13%
其中：剔除无需公司承担运费的直销收入后的比例	2.75%	1.61%	2.18%	2.34%

由上表可知，报告期内，公司直销运费（不含出口运费）及其占境内直销收入的比例较小。

③出口运费

报告期内，公司境外销售中，出口业务收入与运输费的比较情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
出口运费	50.07	125.05	135.82	120.46
出口收入	1,659.35	3,225.71	2,621.86	2,233.93
出口运费占出口收入的比例	3.02%	3.88%	5.18%	5.39%

由上表可知，报告期内，公司出口运费及其占出口业务收入的比例较小；2023年度出口费用占比下降，主要系国际海运价格下降所致。

③ 展会等其他运费

报告期内，展会等其他运费分别为 0.33 万元、1.08 万元、12.64 万元和 **0.22 万元**，金额较小。

（四）主营业务毛利及毛利率分析

1、主营业务毛利分析

报告期内，公司主营业务毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	毛利金额	占比	毛利金额	占比	毛利金额	占比	毛利金额	占比
人造板	6,329.59	20.62%	15,445.07	22.13%	12,955.60	23.41%	10,366.29	19.72%
木地板	1,364.97	4.45%	4,046.59	5.80%	2,591.10	4.68%	4,201.74	7.99%
科技木	1,096.84	3.57%	2,142.67	3.07%	2,023.98	3.66%	3,304.88	6.29%
定制家居	4,691.32	15.28%	8,971.80	12.86%	8,677.68	15.68%	8,127.80	15.46%
商标授权费	14,753.04	48.07%	34,413.86	49.31%	25,762.68	46.54%	23,287.17	44.29%
其他产品	2,456.58	8.00%	4,765.62	6.83%	3,340.01	6.03%	3,285.29	6.25%
合计	30,692.34	100.00%	69,785.62	100.00%	55,351.07	100.00%	52,573.18	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利分别为 52,573.18 万元、55,351.07 万元、69,785.62 万元和 **30,692.34 万元**，毛利主要来源于商标授权费、人造板、定制家居、木地板和科技木。

2、主营业务毛利率分析

（1）主营业务毛利率水平的整体分析

①报告期内，公司主营业务毛利率按产品列示如下：

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
人造板	6.35%	7.58%	8.27%	8.14%
木地板	15.52%	16.66%	18.37%	23.78%
科技木	17.44%	17.03%	16.67%	21.23%
定制家居	24.46%	22.87%	23.13%	25.58%
商标授权费	99.12%	99.07%	98.84%	98.60%
其他产品	23.93%	22.97%	21.59%	21.55%
合计	19.30%	20.82%	21.13%	22.73%

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 22.73%、21.13%、20.82%和 **19.30%**，

主营业务毛利率的波动主要系受产品销售结构以及主要产品毛利率波动的影响。

②报告期内，剔除运费影响后的分产品毛利率、主营业务毛利率具体情况如下：

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
人造板	6.36%	7.59%	8.29%	8.16%
木地板	15.91%	17.09%	18.61%	23.81%
科技木	18.23%	18.02%	17.85%	22.05%
定制家居	24.92%	23.31%	23.32%	25.83%
商标授权费	99.12%	99.07%	98.84%	98.60%
其他产品	23.94%	22.97%	21.59%	21.56%
主营业务毛利率	19.41%	20.94%	21.24%	22.84%

由上表可知，剔除运费前后，对公司各类产品毛利率、主营业务毛利率及综合毛利率的影响均较小。

（2）主营业务分产品类别毛利率分析

①人造板毛利率变动分析

A、产品结构

报告期内，人造板中细分产品结构对应的收入占比及毛利率情况如下：

细分产品	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
定向刨花板	4.92%	5.47%	5.53%	11.07%	6.09%	11.34%	6.00%	8.66%
普通胶合板	0.17%	10.43%	0.28%	11.06%	0.63%	11.13%	2.03%	10.63%
生态板	72.48%	6.84%	65.75%	7.86%	55.30%	8.52%	45.64%	9.10%
石膏板	4.79%	12.82%	5.81%	13.77%	7.05%	15.47%	7.82%	12.99%
细木工板	0.74%	5.12%	1.35%	6.66%	2.77%	6.29%	5.44%	6.54%
阻燃板	16.89%	2.69%	21.28%	4.16%	28.16%	5.46%	33.08%	5.68%
合计	100.00%	6.35%	100.00%	7.58%	100.00%	8.27%	100.00%	8.14%

报告期内，人造板毛利率基本稳定，波动较小。

B、生产模式

生产模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
OEM	89.18%	5.78%	87.55%	6.96%	79.93%	7.41%	84.82%	6.94%

自产	10.82%	11.10%	12.45%	11.98%	20.07%	11.69%	15.18%	14.80%
合计	100.00%	6.35%	100.00%	7.58%	100.00%	8.27%	100.00%	8.14%

由上表可知，由于公司自产人造板的毛利率高于 OEM 毛利率，自产人造板收入占比的变动，导致人造板毛利率的变化。

报告期内，OEM 及自产人造板毛利率各年度总体较为稳定；2022 年自产人造板毛利率下降主要系当期自产人造板中采用复贴工艺的生态板销售占比上升，此类产品工艺简单、毛利率相对较低，从而拉低了当期自产人造板的毛利率。

C、销售模式

销售模式	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	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	毛利率
经销商模式	97.86%	6.34%	98.93%	7.58%	98.25%	8.29%	99.43%	8.16%
直销模式	2.14%	7.12%	1.07%	7.97%	1.75%	7.48%	0.57%	4.65%
合计	100.00%	6.35%	100.00%	7.58%	100.00%	8.27%	100.00%	8.14%

发行人的人造板主要通过经销商模式进行销售，直销占比极小。

经销商模式下，报告期各期人造板的毛利率总体较为稳定。

直销模式下，2021 年度毛利率相对较低，主要系当期发行人低价处理部分人造板次品所致，剔除该影响后当期毛利率为 6.46%，与其他各期毛利率差异较小。

②木地板毛利率变动分析

A、产品结构

报告期内，木地板中细分产品结构对应的收入占比及毛利率情况如下：

细分产品	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	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	毛利率
复合地板	69.42%	16.08%	67.12%	17.15%	47.50%	20.77%	40.23%	24.42%
强化地板	18.94%	17.24%	18.67%	17.69%	27.63%	20.13%	26.85%	27.79%
实木地板	11.64%	9.40%	14.22%	13.04%	24.86%	11.80%	32.92%	19.73%
合计	100.00%	15.52%	100.00%	16.66%	100.00%	18.37%	100.00%	23.78%

报告期内，木地板毛利率呈下降趋势，主要系：①发行人地板品牌知名度较低，市场竞争激烈的情况下主推性价比较高的产品从而导致毛利率下降；②公司实木地板逐步转由 OEM 供应商生产，OEM 生产的实木地板毛利率较低，从而

拉低了实木地板的毛利率；③公司强化地板由 OEM 供应商生产的比例上升，OEM 生产的强化地板毛利率较低，导致强化地板的毛利率下降。

B、生产模式

生产模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
OEM	66.70%	14.77%	57.00%	17.13%	56.42%	16.98%	40.90%	16.77%
自产	33.30%	17.03%	43.00%	16.05%	43.58%	20.15%	59.10%	28.63%
合计	100.00%	15.52%	100.00%	16.66%	100.00%	18.37%	100.00%	23.78%

报告期内，OEM 生产的地板毛利率相对较为稳定，自产地板毛利率呈下降趋势。自产地板毛利率下降，主要系根据市场需求变化，发行人自产的地板产品逐步趋向性价比较高、毛利率较低的大宗业务或装企渠道等产品，以增加自产地板的产品竞争力。

C、销售模式

销售模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
经销商模式	61.40%	15.60%	60.61%	17.54%	85.34%	19.09%	97.27%	24.02%
直销模式	38.60%	15.40%	39.39%	15.32%	14.66%	14.12%	2.73%	15.42%
合计	100.00%	15.52%	100.00%	16.66%	100.00%	18.37%	100.00%	23.78%

发行人的木地板主要通过经销商模式进行销售，直销模式收入占比较低。直销模式的毛利率低于经销商模式的毛利率，主要系发行人为促进直销渠道的建设，承接了个别毛利率较低的直销客户。2022年经销商模式的毛利率较2021年下降，主要系毛利率较高的自产地板的收入占比下降且自产地板毛利率较2021年有所下降所致。2023年和2024年1-6月经销商模式的毛利率较2022年下降，主要系收入占比较高的复合地板毛利率下降所致。

③科技木毛利率变动分析

A、产品结构

报告期内，科技木细分产品结构对应的收入占比及毛利率情况如下：

细分产品	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
科技木方	19.98%	15.67%	25.02%	16.28%	32.40%	18.18%	40.51%	23.78%

细分产品	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
科技木皮	80.02%	17.88%	74.98%	17.28%	67.60%	15.95%	59.49%	19.50%
合计	100.00%	17.44%	100.00%	17.03%	100.00%	16.67%	100.00%	21.23%

2022年科技木毛利率较2021年下降，主要系科技木方及科技木皮毛利率下降所致；2023年和2024年1-6月科技木毛利率与2022年相近。

B、生产模式

生产模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
OEM	17.54%	14.09%	13.61%	10.83%	16.03%	9.56%	16.29%	14.83%
自产	82.46%	18.15%	86.39%	18.00%	83.97%	18.03%	83.71%	22.48%
合计	100.00%	17.44%	100.00%	17.03%	100.00%	16.67%	100.00%	21.23%

由上表可知，2022年科技木毛利率较2021年下降4.56个百分点，公司科技木以自产为主，自产科技木毛利率的变动是科技木毛利率变动的主要原因；2023年和2024年1-6月科技木毛利率与2022年相近。

报告期内，公司自产科技木的销售单价和单位成本如下：

单位：元/立方米

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
销售单价	22,459.91	21,065.58	21,113.81	19,959.18
单位成本	18,383.53	17,272.99	17,306.18	15,472.62
毛利率	18.15%	18.00%	18.03%	22.48%

由上表可知，2022年科技木单位成本上升，主要系：a、椴木等原材料价格上涨；b、蒸汽价格进一步上涨，且科技木的蒸汽耗用量较大；c、受经济下行影响当期产量下降，在固定成本相对稳定的情况下，单位成本上升。

2023年科技木单位成本与2022年相近。2024年1-6月自产科技木的销售单价和单位成本上升主要系单价和成本较高的科技木皮销售占比有所上升所致。

C、销售模式

销售模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
经销商模式	47.51%	11.81%	54.80%	12.58%	63.37%	14.20%	77.93%	20.75%
直销模式	52.49%	22.53%	45.20%	22.42%	36.63%	20.96%	22.07%	22.94%

合计	100.00%	17.44%	100.00%	17.03%	100.00%	16.67%	100.00%	21.23%
----	---------	--------	---------	--------	---------	--------	---------	--------

发行人的科技木主要通过经销商模式进行销售。2022年经销商模式和直销模式的毛利率较2021年均下降，主要系原材料价格、蒸汽价格上涨以及受经济下行影响当期产量下降，在固定成本相对稳定的情况下，两种模式单位成本均上升导致。2023年和2024年1-6月经销商模式和直销模式的毛利率与2022年相近。

④定制家居毛利率变动分析

A、产品结构

报告期内，定制家居细分产品结构对应的收入占比及毛利率情况如下：

细分产品	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
定制橱柜	1.89%	34.45%	3.10%	32.57%	2.09%	34.68%	3.76%	37.19%
定制衣柜	65.95%	30.54%	66.45%	28.66%	67.17%	31.09%	66.11%	33.14%
其他	32.16%	11.41%	30.45%	9.23%	30.74%	4.95%	30.13%	7.56%
合计	100.00%	24.46%	100.00%	22.87%	100.00%	23.13%	100.00%	25.58%

报告期内，2022年毛利率较2021年下降2.45个百分点，主要系定制衣柜毛利率下降以及毛利率较高的定制橱柜销售占比下降所致；2023年毛利率与2022年相近；2024年1-6月毛利率有所上升系销售占比较高的定制衣柜毛利率上升所致。

B、生产模式

生产模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
OEM	27.99%	10.80%	26.20%	10.65%	34.27%	8.81%	20.74%	10.93%
自产	72.01%	29.78%	73.80%	27.20%	65.73%	30.59%	79.26%	29.42%
合计	100.00%	24.46%	100.00%	22.87%	100.00%	23.13%	100.00%	25.58%

报告期内，公司OEM生产的产品主要以附加值较低的木门等为主，毛利率较低；而自产的家居产品主要以个性化的定制衣柜为主，附加值较高，毛利率相对较高。

C、销售模式

销售模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率

经销商模式	64.14%	24.56%	72.63%	24.63%	63.18%	25.61%	80.98%	25.05%
直销模式	35.86%	24.30%	27.37%	18.19%	36.82%	18.88%	19.02%	27.86%
合计	100.00%	24.46%	100.00%	22.87%	100.00%	23.13%	100.00%	25.58%

发行人的定制家居主要通过经销商模式进行销售，报告期内经销商模式的毛利率较为稳定。

2021年，经销商模式毛利率低于直销模式，主要系经销商需负责量尺等下游客户对接、产品物流配送等工作，因此，公司对经销客户的毛利率低于对直销客户的毛利率。

2022年、2023年，直销模式毛利率低于经销模式，主要系发行人为积累大宗业务相关项目案例、开拓销售渠道，承接了毛利率较低的大宗业务，直销模式下定制衣柜的毛利率低于经销商模式下定制衣柜的毛利率。

⑤商标授权费毛利率变动分析

报告期内，公司商标授权费毛利率具体如下：

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
商标授权费	99.12%	99.07%	98.84%	98.60%

报告期内，公司商标授权费毛利率分别为98.60%、98.84%、99.07%和**99.12%**，毛利率较高，主要系由于商标授权模式下，公司不涉及产品购销环节，由OEM供应商直接向经销商进行授权产品的销售，公司通过向被授权方收取商标授权费获取收益，相关成本为商标标识的印刷成本，因此毛利率较高。

(3) 主营业务分销售渠道毛利率分析

项目		2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
经销渠道	经销商模式	9.94%	11.16%	11.99%	13.55%
	商标授权模式	99.12%	99.07%	98.84%	98.60%
直销渠道		19.79%	17.49%	17.56%	24.10%

报告期内，公司经销渠道中经销商模式下毛利率呈下降趋势，主要系：①经销商模式中人造板产品销售占比呈上升趋势，人造板毛利率较低导致；②发行人为提高市场占有率，同时减少产品的运输半径，OEM生产的比例逐年上升，OEM生产的毛利率相对较低，导致经销商模式毛利率有所下降。

报告期内，公司直销渠道毛利率2022年较2021年下降，主要系定制家居产

品毛利率下降以及毛利率相对较高的科技木业务销售占比下降所致。

（4）主营业务分销售地区毛利率分析

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
境内	19.22%	20.78%	21.13%	22.74%
境外	26.78%	24.93%	21.76%	21.62%

报告期内，公司向境外客户主要销售科技木产品，2023年境外毛利率较上年上升，主要系客户定制的科技木产品销量占比上升，由于定制化科技木产品毛利率较高，从而拉高了当期的境外毛利率水平。

（5）主营业务分自产、OEM毛利率分析

①主营业务分自产、OEM的毛利率

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
OEM	8.31%	9.31%	9.38%	9.37%
自产	20.40%	19.06%	19.69%	23.81%

注：OEM已剔除商标授权费的影响。

报告期内，2021年-2023年OEM生产的产品毛利率较为稳定，OEM生产的产品中以人造板为主，自产产品包括定制家居产品、科技木、人造板和地板等。2024年1-6月OEM的毛利率有所下降主要系收入占比较高的人造板业务毛利率下降所致。

2022年自产毛利率较2021年下降，主要系：当期毛利率较低的生态板复贴系列产品收入占比上升导致自产人造板毛利率下降；当期毛利率相对较高的地板、科技木等产品的收入占比下降。2023年和2024年1-6月自产毛利率与2022年相近。

②自产、OEM毛利率差异原因及合理性

A、自产、OEM生产模式分产品结构的相关情况

a、OEM生产模式下，主要产品的收入占比及毛利率情况如下：

产品类别	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
木地板	5.27%	14.77%	6.16%	17.13%	4.87%	16.98%	5.18%	16.77%
定制家居	4.82%	10.80%	4.58%	10.65%	7.87%	8.81%	4.72%	10.93%

产品类别	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
科技木	0.99%	14.09%	0.76%	10.83%	1.19%	9.56%	1.82%	14.83%
人造板	79.77%	5.78%	79.35%	6.96%	76.63%	7.41%	77.44%	6.94%
OEM 毛利率		8.31%		9.31%		9.38%		9.37%

报告期内，OEM 生产的产品中以人造板为主，由于公司人造板的毛利率低于其他产品，从而导致 OEM 毛利率总体较低。

b、自产模式下，主要产品的收入占比及毛利率情况如下：

产品类别	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
木地板	8.94%	17.03%	13.77%	16.05%	8.48%	20.15%	15.33%	28.63%
定制家居	42.13%	29.78%	38.18%	27.20%	34.02%	30.59%	36.97%	29.42%
科技木	15.83%	18.15%	14.34%	18.00%	14.06%	18.03%	19.13%	22.48%
人造板	32.89%	11.10%	33.45%	11.98%	43.36%	11.69%	28.40%	14.80%
自产毛利率		20.40%		19.06%		19.69%		23.81%

自产产品包括定制家居、科技木、人造板和木地板等，毛利率相对较高的木地板、定制家居、科技木收入占比较高，从而导致发行人自产毛利率总体较高。

B、同类产品 OEM 生产及自产情况下毛利率对比情况

报告期内，发行人主要产品 OEM 生产及自产情况下毛利率对比情况如下：

产品类别	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	OEM	自产	OEM	自产	OEM	自产	OEM	自产
人造板	5.78%	11.10%	6.96%	11.98%	7.41%	11.69%	6.94%	14.80%
木地板	14.77%	17.03%	17.13%	16.05%	16.98%	20.15%	16.77%	28.63%
科技木	14.09%	18.15%	10.83%	18.00%	9.56%	18.03%	14.83%	22.48%
定制家居	10.80%	29.78%	10.65%	27.20%	8.81%	30.59%	10.93%	29.42%

由上表可知，发行人主要产品种类中，同类产品 OEM 生产的毛利率总体低于自产毛利率，具体原因如下：

a、发行人人造板产品中，自产和 OEM 生产的细分产品存在较大差异，大部分产品仅由 OEM 供应商生产，少部分产品由发行人和 OEM 供应商均有生产，具体情况如下：

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	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	毛利率
OEM及自产均有	-	-	3.56%	8.60%	16.67%	6.97%	3.44%	11.44%
其中：OEM	-	-	2.26%	8.46%	11.52%	6.44%	0.80%	10.38%
自产	-	-	1.30%	8.83%	5.15%	8.15%	2.64%	11.76%
仅OEM	89.18%	5.78%	85.29%	6.92%	68.41%	7.58%	84.02%	6.91%
仅自产	10.82%	11.10%	11.15%	12.34%	14.92%	12.92%	12.54%	15.44%
合计	100.00%	6.35%	100.00%	7.58%	100.00%	8.27%	100.00%	8.14%

由上表可知，发行人和OEM供应商均有生产的人造板中，自产人造板的毛利率高于OEM生产的毛利率，主要系：①发行人自产的人造板与OEM人造板细分产品结构存在较大差异所致；②OEM供应商需赚取代工环节的利润。

仅由发行人自产的产品毛利率高于仅由OEM供应商生产的产品毛利率，主要系OEM供应商需赚取代工环节的利润，且发行人自产的人造板与OEM人造板细分产品结构存在较大差异，发行人主要自产毛利率较高的细分品种。

b、地板产品分为发行人自产的产品、OEM生产的产品两部分，自产地板的毛利率总体高于OEM生产地板的毛利率，主要系OEM供应商需赚取代工环节的利润，且OEM生产的地板产品中毛利率相对较低的全能王系列和番龙眼系列收入占比较高。2023年自产地板毛利率与OEM生产地板的毛利率趋于一致，主要系根据市场需求变化，发行人自产的地板产品逐步趋向性价比较高、毛利率较低的大宗业务或装企渠道等产品，以增加自产地板的产品竞争力。

c、科技木产品分为发行人自产的产品、OEM生产的产品两部分。发行人科技木产品的原材料包括阿尤斯、杨木等，其中以阿尤斯为原材料的产品单价和毛利率较高，以杨木为原材料的产品单价和毛利率相对较低。发行人自产科技木主要以阿尤斯为原材料，毛利率较高；OEM生产的科技木主要以杨木为原材料，毛利率相对较低。

d、家居产品中，自产家居产品的毛利率高于OEM生产的毛利率，主要系OEM供应商需赚取代工环节的利润，且OEM生产的产品主要以附加值较低的木门等为主，毛利率较低，OEM生产的家居产品中木门的收入占比分别为55.16%、47.29%、61.64%和**53.26%**，其毛利率分别为8.43%、6.35%、8.44%和**9.23%**；而自产的家居产品主要以个性化的定制衣柜为主，附加值较高，因此毛利率较高。

尽管由 OEM 供应商代工的产品毛利率相对较低，但发行人通过在各主要销售大区发展 OEM 代工生产商，一方面可减少设备、厂房、人员等生产要素的投入；另一方面可缩短产品直发至经销商的运输半径、快速响应市场需求，并可通过不同 OEM 生产商扩大产品生产品类，丰富公司产品类型。

3、与同行业可比公司主营业务毛利率的比较

公司的主要产品为人造板、木地板、科技木以及衣柜、橱柜等定制家居。同行业可比公司主要有兔宝宝、千年舟、索菲亚、欧派家居等。上述同行业可比公司产品结构存在一定的差异，具体如下：

公司名称	主要产品
兔宝宝	人造板、木地板、科技木、成品家具等
千年舟	人造板、定制家居
索菲亚	定制衣柜、橱柜
欧派家居	定制橱柜、衣柜
本公司	人造板、木地板、科技木以及衣柜、橱柜等定制家居

公司人造板、木地板、科技木、商标授权费对应的同行业可比公司为兔宝宝、千年舟；衣柜、橱柜等定制家居产品的同行业可比公司为索菲亚、欧派家居。

（1）人造板、木地板、科技木、商标授权费等产品毛利率比较

产品类别	公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
人造板	兔宝宝	-	-	-	8.56%
	千年舟	-	-	11.34%	8.95%
	本公司	6.35%	7.58%	8.27%	8.14%
木地板	兔宝宝	-	-	-	15.63%
	千年舟	-	-	17.46%	10.66%
	本公司	15.52%	16.66%	18.37%	23.78%
科技木	兔宝宝	-	-	-	20.28%
	本公司	17.44%	17.03%	16.67%	21.23%
商标授权费	兔宝宝	99.39%	99.11%	99.04%	99.06%
	千年舟	-	95.65%	96.12%	95.15%
	本公司	99.12%	99.07%	98.84%	98.60%

注：1、兔宝宝毛利率相关数据来源于 2022 年非公开发行股票申请文件反馈意见回复及 2023 年年报、**2024 年半年度报告**；2、千年舟毛利率的数据来源于其公开转让说明书及**审计报告**；千年舟未披露科技木相关数据，毛利率数据无法获取；千年舟未披露**2024 年 1-6 月**的相关数据；3、根据兔宝宝 2022 年年报、2023 年年报、**2024 年半年度报告**，其装饰板材包括板材、科技木等产品，与发行人人造板产品不具有可比性，其未披露木地板及科技木产品的毛利率。

①人造板产品

A、与兔宝宝毛利率的比较

发行人 2021 年毛利率与兔宝宝相近。

B、与千年舟毛利率的比较

2021 年发行人毛利率与千年舟相近，差异较小；千年舟 2022 年人造板毛利率较 2021 年有较大提升，主要系其自有工厂生产的 LSB 板、刨花板产品毛利率有较大幅度的提升。

②木地板产品

2021年兔宝宝地板毛利率低于发行人，根据其2021年年报披露，兔宝宝2021年地板业务销售量较2020年增长13.33%，其2021年进一步巩固裕丰汉唐公司在工程定制市场的领先优势；而发行人2021年地板业务中尚未形成大宗业务收入，由于大宗业务毛利率相对较低，故其毛利率低于发行人。

千年舟木地板收入规模较小，其2022年毛利率与发行人相近，2021年毛利率相对较低。

③科技木产品

2021年，发行人科技木毛利率与兔宝宝基本相近。

④商标授权费

报告期内，公司商标授权费的毛利率与兔宝宝、千年舟相近。

(2) 定制家居产品毛利率比较

与同行业可比公司主营业务毛利率对比分析如下：

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
索菲亚	34.92%	35.46%	32.49%	33.07%
欧派家居	32.15%	33.60%	31.16%	31.37%
平均值	33.54%	34.53%	31.83%	32.22%
本公司	24.46%	22.87%	23.13%	25.58%

注：数据来源于索菲亚和欧派家居公开披露的年度报告。

如上表所示，发行人定制家居产品的毛利率低于上述同行业可比公司，主要

系公司定制家居业务尚处于市场拓展及培育阶段，而索菲亚和欧派家居进军定制家居细分行业较早，已形成较强的规模优势且产品品牌溢价相对较高，因此毛利率均高于发行人。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
销售费用	9,679.64	5.92%	20,011.76	5.84%	15,900.24	5.96%	14,066.74	5.96%
管理费用	5,609.46	3.43%	12,683.15	3.70%	10,690.73	4.01%	11,417.00	4.83%
研发费用	1,778.62	1.09%	4,202.34	1.23%	3,616.95	1.36%	3,640.57	1.54%
财务费用	-1,097.30	-0.67%	-2,093.68	-0.61%	-1,417.90	-0.53%	-1,002.43	-0.42%
合计	15,970.42	9.77%	34,803.57	10.15%	28,790.02	10.79%	28,121.88	11.91%

报告期内，公司期间费用主要为销售费用、管理费用和研发费用，公司期间费用合计占营业收入的比例分别为11.91%、10.79%、10.15%和**9.77%**，期间费用率呈略微下降的趋势。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
市场推广宣传费	5,049.53	52.17%	10,121.16	50.58%	8,465.08	53.24%	6,765.30	48.09%
职工薪酬	3,302.92	34.12%	6,883.95	34.40%	5,459.10	34.33%	5,484.85	38.99%
差旅费	413.27	4.27%	1,151.87	5.76%	773.88	4.87%	606.31	4.31%
物料消耗	102.56	1.06%	212.83	1.06%	217.10	1.37%	269.30	1.91%
业务招待费	101.00	1.04%	377.97	1.89%	227.13	1.43%	280.49	1.99%
折旧与摊销	157.54	1.63%	337.58	1.69%	330.42	2.08%	264.99	1.88%
办公费	282.71	2.92%	532.40	2.66%	277.55	1.75%	287.68	2.05%
其他	270.11	2.79%	394.01	1.97%	149.99	0.94%	107.82	0.77%
合计	9,679.64	100.00%	20,011.76	100.00%	15,900.24	100.00%	14,066.74	100.00%

公司销售费用主要由市场推广宣传费、职工薪酬和差旅费等构成，上述三项合计占销售费用的比例分别为91.40%、92.44%、90.73%和**90.56%**。报告期内，

随着公司收入及利润规模的不断增长，职工薪酬和市场推广宣传费等销售费用均呈增长的趋势。

（1）市场推广宣传费

公司主要通过户外媒体广告、报纸媒体广告、车体广告等形式进行广告宣传。报告期内，公司市场推广宣传费金额分别为 6,765.30 万元、8,465.08 万元、10,121.16 万元和 **5,049.53 万元**，占销售费用的比例分别为 48.09%、53.24%、50.58%和 **52.17%**，公司市场推广宣传费投入逐年增加。

公司广告投放包括广告直投和广告联投两种方式，广告直投是指公司在全国范围内单方面投放广告的行为；广告联投一般由经销商发起申请，经公司审核后，公司与经销商共同在该经销商所在地投放广告。

（2）薪酬费用

公司薪酬费用主要包括工资、奖金、福利费、社会保险费、住房公积金等费用。报告期内，公司销售人员薪酬费用金额分别为 5,484.85 万元、5,459.10 万元、6,883.95 万元和 **3,302.92 万元**，占销售费用的比例分别为 38.99%、34.33%、34.40%和 **34.12%**。2023 年度薪酬费用增加主要系销售人员人数增加所致。

（3）同行业可比公司销售费用率比较

报告期内，同行业可比公司销售费用率情况如下：

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
兔宝宝	3.88%	3.26%	3.68%	3.42%
索菲亚	10.02%	9.66%	9.94%	9.70%
欧派家居	11.39%	8.70%	7.47%	6.78%
千年舟	-	5.40%	5.77%	5.30%
平均值	8.43%	6.75%	6.71%	6.30%
云峰新材（家居类）	15.37%	14.31%	9.90%	11.03%
云峰新材（非家居类）	4.71%	4.72%	5.29%	5.13%

数据来源：WIND，同行业可比公司千年舟未披露 2024 年 1-6 月的相关数据

如上表所示，发行人家居类销售费用率高于同行业平均水平，主要系发行人家居类业务收入占比相对较小，明显低于欧派家居和索菲亚，欧派家居和索菲亚的规模效应相对比较显著；且发行人处于家居业务拓展阶段，销售费用率相对较高。发行人非家居类的销售费用率与千年舟较为接近，高于兔宝宝，主要系兔宝

宝销售规模较大，规模效应更为显著所致。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	3,431.75	61.18%	7,108.42	56.05%	5,551.37	51.93%	5,367.40	47.01%
股份支付	73.44	1.31%	587.54	4.63%	881.31	8.24%	1,410.09	12.35%
维修费	234.45	4.18%	615.27	4.85%	685.59	6.41%	852.81	7.47%
办公费	469.41	8.37%	1,194.75	9.42%	881.90	8.25%	946.56	8.29%
折旧与摊销	670.78	11.96%	1,275.02	10.05%	1,012.03	9.47%	944.14	8.27%
业务招待费	229.69	4.09%	728.27	5.74%	600.15	5.61%	736.87	6.45%
中介机构费	141.14	2.52%	406.75	3.21%	564.09	5.28%	615.43	5.39%
差旅费	200.70	3.58%	487.98	3.85%	275.58	2.58%	278.30	2.44%
其他	158.09	2.82%	279.15	2.20%	238.72	2.23%	265.42	2.32%
合计	5,609.46	100.00%	12,683.15	100.00%	10,690.73	100.00%	11,417.00	100.00%

公司管理费用主要由职工薪酬、股份支付费用、折旧与摊销费用和维修费等构成。报告期内，公司管理费用金额分别为 11,417.00 万元、10,690.73 万元、12,683.15 万元和 **5,609.46 万元**，占营业收入的比例分别为 4.83%、4.01%、3.70% 和 **3.43%**，2024 年 1-6 月管理费用率下降主要系股份支付费用、办公费和业务招待费等有所减少所致；2023 年度管理费用率下降主要系当期营业收入增长较多所致；2022 年度管理费用率下降主要系股份支付费用、维修费和业务招待费等减少所致。

（1）职工薪酬

职工薪酬主要包括管理人员的工资、奖金、福利费、社会保险费、住房公积金等费用。报告期内，公司管理人员薪酬费用金额分别为 5,367.40 万元、5,551.37 万元、7,108.42 万元和 **3,431.75 万元**，占管理费用的比例分别为 47.01%、51.93%、56.05% 和 **61.18%**，2023 年度薪酬费用增加较多主要系管理人员人数增加所致。

（2）股份支付

股份支付费用系公司实施员工股权激励所致。报告期内，公司股份支付费用的具体情况如下：

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
授予日权益工具公允价值的确定方法	第三方评估	第三方评估	第三方评估	第三方评估
可行权权益工具数量的确定依据	公司授予数量	公司授予数量	公司授予数量	公司授予数量
以权益结算的股份支付计入资本公积的累计金额（万元）	6,256.79	6,183.35	5,595.81	4,714.51
本期以权益结算的股份支付确认的费用总额（万元）	73.44	587.54	881.31	1,410.09

注1：2018年12月，顾水祥等21位员工共接受股权激励586.50万股。根据坤元资产评估有限公司出具的《浙江升华云峰新材股份有限公司以财务报告为目的涉及的股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报〔2018〕688号），公司于2018年9月30日为基准日的股东全部权益评估价值为128,361.97万元，因公司于2018年10月向原股东分红4,999.72万元，股东全部权益评估价值减去分红后的金额123,362.25万元认定为系股东全部权益的公允价值，公司总股本为8,800.00万股，折算每股公允价值为14.0184元/股；

注2：上述股权激励相应产生股份支付费用6,110.39万元，由于员工股权激励协议，方案构成实质服务期约定，公司以授予日至预计上市日（2018年12月至2025年12月）作为等待期分摊确认相应股份支付费用。

上述公允价值由评估公司出具的估值报告确定。公司股份支付费用的计算依据为2018年9月末合并净资产的评估值，股份支付费用的计算依据公允合理；公司按照授予权益工具公允价值与授予权益工具成本差额计入资本公积，同时增加管理费用。报告期内，公司股份支付相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

（3）折旧与摊销

报告期内，管理费用中的折旧摊销费分别为944.14万元、1,012.03万元、1,275.02万元和670.78万元，折旧摊销费用逐年增加，主要系随着综合办公楼建设项目投入使用，相应的折旧费用增加。

（4）维修费

报告期内，管理费用中的维修费分别为852.81万元、685.59万元、615.27万元和234.45万元，2021年度的维修费用相对较高，主要系子公司办公室搬迁装修、网络改造、地板展厅改造及消防工程改造等费用增加所致。

（5）同行业可比公司管理费用率比较

报告期内，同行业可比公司管理费用率情况如下：

公司名称	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
兔宝宝	2.82%	2.92%	3.83%	3.53%
索菲亚	6.97%	6.60%	6.75%	7.01%

欧派家居	7.01%	6.15%	5.94%	5.54%
千年舟	-	4.47%	5.45%	5.38%
平均数	5.60%	5.03%	5.49%	5.36%
公司	3.43%	3.70%	4.01%	4.83%

数据来源：WIND，同行业可比公司千年舟未披露 2024 年 1-6 月的相关数据

发行人管理费用占营业收入比例总体低于同行业可比公司的平均值，主要系发行人职工薪酬占营业收入比重总体低于同行业可比公司的平均水平所致；发行人营业规模相对较小且以经销为主，使得发行人职工薪酬支出相对较少。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接投入	652.79	36.70%	1,501.66	35.73%	1,404.51	38.83%	1,576.23	43.30%
职工薪酬	832.07	46.78%	1,730.98	41.19%	1,358.38	37.56%	1,233.33	33.88%
固定资产折旧	60.52	3.40%	186.45	4.44%	245.45	6.79%	260.59	7.16%
燃料及动力	115.82	6.51%	267.15	6.36%	190.50	5.27%	175.17	4.81%
其他	117.42	6.60%	516.10	12.28%	418.10	11.56%	395.25	10.86%
合计	1,778.62	100.00%	4,202.34	100.00%	3,616.95	100.00%	3,640.57	100.00%

报告期内，公司研发费用分别为 3,640.57 万元、3,616.95 万元、4,202.34 万元和 1,778.62 万元，2021 年度-2023 年度复合增长率为 7.44%；公司研发费用主要由直接投入、职工薪酬和固定资产折旧构成，报告期内，该三项合计占比分别为 84.33%、81.17%、81.36%和 86.89%。2023 年度研发费用增加主要系研发人员薪酬和直接投入增加所致。

报告期内，公司各期计入研发费用金额在 100 万元以上的主要研发项目及进展情况如下：

(1) 2024 年 1-6 月

单位：万元

序号	研发项目名称	金额	进展情况
1	防潮型定制家居用浸渍胶膜纸饰面胶合板和细木工板的研发	198.51	未完成
2	二代门墙柜系统项目的研发	139.02	未完成
3	高表面性能肤感生态板的开发	137.37	未完成
4	一款现代极简的板木结合产品的研发	134.18	未完成

序号	研发项目名称	金额	进展情况
5	当季流行科技木花色的开发	130.47	未完成

(2) 2023 年度

单位：万元

序号	研发项目名称	金额	进展情况
1	转印技术在木地板上的规模应用	283.17	已完成
2	植物源抗菌生态板的研发	260.63	已完成
3	ENF 级生态板甲醛释放控制技术研发	256.98	已完成
4	A 级生物质纤维复合阻燃材料的开发	242.53	已完成
5	释香型生态板的研发	235.45	已完成
6	准分子超哑肤感 UV 饰面柜门板的研发	226.03	未完成
7	AO 系列、秋香、橡木等流行新产品的开发	203.20	已完成
8	ENF 级防虫蛀生态板的研发	196.89	已完成
9	橡胶木基木质地板的开发	158.94	已完成
10	ENF 级浸渍纸层压木质地板的开发	150.17	未完成
11	模块化装配结构的实木长城板的研发	141.17	已完成
12	一款现代极简的板木结合产品的研发	126.97	未完成
13	二代门墙柜系统项目的研发	125.80	未完成
14	一款现入店形象展示的橱柜产品的研发	115.30	未完成
15	基于榫卯结构抗弯曲细木工板的研发	114.22	已完成
16	一款环保材料家居产品的开发	106.39	已完成
17	全屋定制家居柜墙地顶一体化关键技术研究与应用	102.55	已完成

(3) 2022 年度

单位：万元

序号	研发项目名称	金额	进展情况
1	基于高温豆粕胶的 ENF 级浸渍胶膜纸饰面细木工板的研发	278.18	已完成
2	基于无机阻燃剂的干法 B1 级阻燃胶合板的开发	220.70	已完成
3	高强度生态板复合压贴工艺技术的研发	206.16	已完成
4	定制家居（速装）用多系列柜门板的开发	206.11	已完成
5	无醛抗裂平衡纸复合细木工板工艺技术的研发	164.91	已完成
6	大规模定制家居大宗工程业务信息化系统开发	130.70	已完成
7	轻奢系列家具板材生产线建设及工艺的开发	128.13	已完成
8	高仿天然木材纹理系列重组装饰单板的开发	125.02	已完成
9	定制家居设计生产前后端一体化软件的开发	123.54	已完成
10	定制家居无孔铝框门工艺的开发	120.47	已完成
11	抗污、耐划零度肤感系列生态板的研发	118.90	已完成
12	生态板柜门抗变形工艺结构的开发	116.20	已完成

（4）2021 年度

单位：万元

序号	研发项目名称	金额	进展情况
1	高频微波碳化抗变形实木柜门用生态板的研发	275.87	已完成
2	纳米改性复合清醛抗菌防霉无醛生态板的研发	237.70	已完成
3	轻奢莫兰迪之多彩年华系列衣柜的开发	232.33	已完成
4	一款新中式风格的弧线铣型的衣柜门型开发	224.55	已完成
5	浸渍纸与重组单板复合饰面生态板的研发	221.95	已完成
6	抗裂超平专用杉木家具生态板的研发	218.13	已完成
7	超稳定立拼结构衣柜柜装饰门板的研发	217.86	已完成
8	“生命回声”结构衣柜门型的开发	217.62	已完成
9	基于高温豆粕胶的无醛阻燃型地板的研发及产业化	213.82	已完成
10	实木定制标准化的研究	208.32	已完成
11	一种 12mm 多层板包覆形抽盒的研发	190.30	已完成
12	纳米银和纳米二氧化钛复合型高效净醛抗菌地板的研发	166.65	已完成
13	液氮冷却型防指纹极哑肤感地板的研发	140.61	已完成
14	树脂膜饰面无醛胶合板和细木工板的研发	128.77	已完成
15	无添加醛重组装饰单板的研发	116.84	已完成
16	无醛阻燃实木复合地板的研发	100.62	已完成

4、财务费用

报告期内，公司财务费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
利息支出	32.03	8.30	9.23	1.63
利息收入	-1,139.74	-2,076.09	-1,382.73	-1,099.11
汇兑损益	1.84	-55.34	-58.08	78.76
其他	8.57	29.46	13.68	16.29
合计	-1,097.30	-2,093.68	-1,417.90	-1,002.43

报告期内，公司的财务费用主要包括利息收入、汇兑损益和手续费等，其中以利息收入为主。报告期内，公司财务费用分别为-1,002.43 万元、-1,417.90 万元、-2,093.68 万元和-1,097.30 万元，占营业收入的比例分别为-0.42%、-0.53%、-0.61%和-0.67%，财务费用占营业收入比重较小。

公司存在大额利息收入主要系报告期内存在结构性存款、定期存款、协定存款等利率较高的存款方式且银行存款金额较大所致。以公司子公司莫干山营销为

例，湖商银行协定存款最高利率为 3.60%，农商银行协定存款最高利率为 3.85%，远高于一般银行存款 0.30% 的活期存款利率。

（六）利润表其他项目分析

1、税金及附加

报告期内，发行人税金及附加构成如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
消费税	151.37	15.85%	478.76	22.78%	361.32	25.86%	362.77	28.34%
城市维护建设税	175.92	18.43%	416.00	19.79%	336.14	24.05%	283.30	22.13%
教育费附加	105.26	11.03%	249.60	11.87%	201.68	14.43%	169.98	13.28%
地方教育附加	70.66	7.40%	166.40	7.92%	134.46	9.62%	113.32	8.85%
印花税	90.56	9.49%	213.81	10.17%	106.95	7.65%	55.26	4.32%
房产税	239.03	25.04%	333.68	15.87%	219.82	15.73%	191.25	14.94%
土地使用税	121.78	12.76%	243.00	11.56%	36.83	2.64%	103.78	8.11%
车船税	-	-	0.27	0.01%	0.20	0.01%	0.22	0.02%
环境保护税	0.13	0.01%	0.43	0.02%	0.01	0.00%	0.00	0.00%
合计	954.72	100.00%	2,101.95	100.00%	1,397.42	100.00%	1,279.90	100.00%

公司税金及附加主要由消费税、城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加、房产税和土地使用税等构成。随着公司经营规模的扩大，公司税金及附加逐年增加。

2、其他收益

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
与资产相关政府补助	43.97	81.06	75.38	48.36
与收益相关政府补助	573.44	489.99	1,125.26	582.79
增值税进项税加计抵减	196.71	393.15	-	-
代扣个人所得税手续费返还	5.97	9.65	14.05	18.83
合计	820.09	973.85	1,214.69	649.98

报告期内，公司其他收益中与资产相关政府补助及与收益相关政府补助的具体情况如下：

单位：万元

补助项目	2024年 1-6月	2023 年度	2022 年度	2021 年度	与资产相 关/与收益 相关	补助依据
德清县工业互联网平台示范项目	12.37	24.74	24.74	24.74	与资产相关	德清县经济和信息化局《关于公布2020年工业互联网平台示范项目的通知》（德经信发〔2020〕34号）
2020年智能车间示范项目	5.08	10.15	10.15	10.15	与资产相关	德清县财政局、德清县经济和信息化局《关于下达2020年度制造业高质量发展示范县创建财政专项激励资金的通知》（德财企〔2020〕162号）
2022年云峰家居整木生产线及基础设施提升改造项目	5.43	10.86	7.24	-	与资产相关	德清县财政局、德清县经济和信息化局《关于下达2021年度省工业与信息化发展财政专项资金（生产制造方式转型示范项目）的通知》（德财企〔2022〕7号）
2020年德清县工业领域5G融合应用专项计划实施项目	2.00	4.00	4.00	2.67	与资产相关	德清县经济和信息化局《关于印发2020年工业领域5G融合应用专项计划实施项目的通知》（德经信发〔2020〕37号）
2019年智能化技术改造项目	2.07	4.15	4.15	4.15	与资产相关	德清县经济和信息化委员会、德清县财政局《关于下达2019年度智能化技术改造项目奖励资金的通知》（德经信发〔2020〕7号）
省级智能车间奖励	1.75	3.49	3.49	2.04	与资产相关	中共德清县委《关于德清县制造业高质量发展若干政策意见》（德委发〔2020〕8号）
2021年云峰家居整木生产线及基础设施提升改造项目	2.59	5.18	5.18	0.43	与资产相关	德清县经济和信息化局、德清县财政局《关于下达2020年度智能技改、智能车间、两化融合项目奖励奖金的通知》（德经信发〔2021〕22号）
2020年工业互联网平台建设及应用项目	6.12	12.24	12.24	2.04	与资产相关	德清县财政局、经济和信息化局《关于下达2020年度省工业与信息化发展财政专项资金工业互联网平台建设及应用（第二批）的通知》（德财企〔2021〕116号）
智能化技改项目补助款	2.06	2.06	-	-	与资产相关	德清县财政局、德清县经济和信息化局关于下达2023年度省制造业高质量发展结对促共富示范创建财政专项激励资金（第一批）的通知（德财企〔2023〕101号）
数字化改造软件投入补助	1.86	-	-	-	与资产相关	德清县经济和信息化局、德清县财政局关于下达2024年省制造业高质量发展结对促共富示范创建财政专项激励资金（第一批）的通知（德财企〔2024〕41号）
其他与资产相关的政府补助	2.64	4.18	4.18	2.14	与资产相关	-
木质制品表面绿色装饰材料应用示范项目	-	1.13	-	-	与收益相关	公司与中国林业科学研究院木材工业研究所签订的国家重点研发计划子课题任务书《木质制品表面绿色装饰材料应用示范》（2022YFD2200703-5）
桉杨木单板太阳能预干协同	-	-	5.79	5.73	与收益相关	公司与中南林业科技大学签订的国家重点研发计划课题研究任务合约

补助项目	2024年 1-6月	2023 年度	2022 年度	2021 年度	与资产相 关/与收益 相关	补助依据
干燥技术示范项目						《桉杨木单板太阳能预干协同干燥技术示范》（2016YFD06007013）
定制家居产品自动识别与智能分拣技术项目	-	-	13.55	5.28	与收益相关	国家重点研发计划子课题任务书《定制家居产品自动识别与智能分拣技术》（2018YFD0600304-4）
稳岗补贴	-	-	91.25	-	与收益相关	湖州市人力资源和社会保障局、湖州市财政局、国家税务总局湖州市税务局《关于印发社会保险助企纾困实施细则的通知》（湖人社发〔2022〕24号）、浙江省人力资源和社会保障部、浙江省发展和改革委员会、浙江省教育厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局、浙江省人民政府征兵办公室《关于延续实施部分减负稳岗扩就业政策实施的通知》（浙人社发〔2021〕39号）、山东省发展和改革委员会《关于印发〈山东省促进服务业领域困难行业恢复发展的实施方案〉的通知》（鲁发改财金〔2022〕244号）
工业经济工作奖励	-	-	37.50	90.00	与收益相关	中共德清县委《关于德清县制造业高质量发展若干政策意见》（德委发〔2020〕8号）、德清县人民政府《关于印发德清县制造业高质量发展若干政策意见的通知》（德政发〔2021〕39号）
2020年认定高新技术企业奖励	-	-	-	60.00	与收益相关	中共德清县委《关于德清县制造业高质量发展若干政策意见》（德委发〔2020〕8号）
2021年度南太湖精英计划创新团队资金	-	-	-	50.00	与收益相关	德清县委人才领导小组《关于印发〈德清县南太湖精英计划资金管理使用办法〉的通知》（德精英领办〔2016〕2号）
2020重点产业设计提升专项资金	-	-	-	40.00	与收益相关	德清县经济和信息化局《关于下达2021年度省工业与信息化发展财政专项资金重点产业设计赋值能力提升（第二批）的通知》（德财企〔2021〕143号）
湖州莫干山高新区2021年经济工作会议奖励	-	-	-	38.00	与收益相关	湖州莫干山高新技术产业开发区管理委员会《关于印发高新区2019年度鼓励企业加快发展考核奖励办法的通知》（莫高管经发〔2020〕1号）
2020年省服务型制造示范企业奖励	-	-	-	30.00	与收益相关	中共德清县委《关于德清县制造业高质量发展若干政策意见》（德委发〔2020〕8号）
企业工会经费减负	-	-	-	28.72	与收益相关	浙江省人民政府办公厅《关于印发浙江省企业减负降本政策（2019年第一批）的通知》（浙政办发〔2019〕25号）
2021年经济工作会议奖励	-	-	-	27.50	与收益相关	中共钟管镇委、钟管镇人民政府《关于表彰2020年度全镇经济工作先进集体和个人的决定》（钟委〔2021〕5号）

补助项目	2024年 1-6月	2023 年度	2022 年度	2021 年度	与资产相 关/与收益 相关	补助依据
博士后工作站 资助经费	-	-	-	26.00	与收益相 关	中共德清县委、德清县人民政府《关于实施新时代人才强县战略服务德清高质量赶超发展的意见》（德委发〔2020〕10号）
2020年两化 融合项目奖励	-	-	-	25.79	与收益相 关	德清县经济和信息化局、德清县财政局《关于下达2020年度智能技改、智能车间、两化融合项目奖励资金的通知》（德经信发〔2021〕22号）
残疾人超比例 就业单位安置 奖励	-	-	25.62	24.57	与收益相 关	德清县残疾人联合会《浙江省残联等6部门单位关于印发的《浙江省超比例安排残疾人就业企业奖励办法（试行）》等3个办法的通知》（浙残联发〔2021〕24号）、德清县人民政府《关于开展德清县超比例安排残疾人就业奖励申报工作的安排》（德政发〔2016〕38号）
清洁生产奖励	-	-	-	20.00	与收益相 关	中共德清县委《关于德清县制造业高质量发展若干政策意见》（德委发〔2020〕8号）
2021省级工 业技术中心补 助资金	-	-	-	20.00	与收益相 关	德清县经济和信息化局《关于下达2021年度省制造业高质量发展示范县创建财政专项激励资金的通知》（德财企〔2021〕144号）
2020年亩均 论英雄奖励	-	-	-	20.00	与收益相 关	中共德清县委《关于德清县制造业高质量发展若干政策意见》（德委发〔2020〕8号）
浙江升华云峰 新材股份有限 公司上市申报 奖励	-	-	500.00	-	与收益相 关	德清县人民政府办公室《关于进一步支持企业上市的若干意见》（德政办发〔2022〕33号）
城镇保障性安 居工程补助资 金	-	-	100.80	-	与收益相 关	德清县财政局、德清县住房和城乡建设局《关于下达2022年中央财政城镇保障性安居工程补助资金（第二批）的通知》（德财建〔2022〕94号）
2021年“浙江 制造”品牌认 证奖励	-	-	60.00	-	与收益相 关	德清县人民政府办公室《关于印发德清县制造业高质量发展若干政策意见的通知》（德政发〔2021〕39号）
土地使用税退 还	-	-	54.49	-	与收益相 关	浙江省人民政府办公厅《关于深化制造业企业资源要素优化配置改革的若干意见》（浙政办发〔2019〕62号）
经济工作会议 奖励	-	-	51.50	-	与收益相 关	中共钟管镇委员会、钟管镇人民政府《关于表彰2021年度全镇经济工作先进集体和个人的决定》（钟委〔2022〕6号）
2022年博士 后工作站奖励	-	-	29.00	-	与收益相 关	中共德清县委《关于实施新时代人才强县战略服务德清高质量赶超发展的意见》（德委发〔2020〕10号）
院士专家工作 站奖励	-	-	20.00	-	与收益相 关	湖州市科学技术协会、中共湖州市委组织部、湖州市发展和改革委员会、湖州市经济和信息化局、湖州市科学技术局、湖州市财政局、湖州市人力资源和社会保障局《关于公布2021年湖州市院士专家工作站绩效

补助项目	2024年 1-6月	2023 年度	2022 年度	2021 年度	与资产相 关/与收益 相关	补助依据
						评估结果的通知》（湖科协（2021）47号）
绿色工厂奖励	-	-	20.00	-	与收益相 关	湖州市经济和信息化局《关于公布2021年度湖州市第二批四星级绿色工厂名单的通知》（湖经信发（2021）47号）
省级科技“小巨人”企业奖励	-	80.00	-	-	与收益相 关	德清县科学技术局《关于下达2023年度第三批科技创新专项资金的通知》（德科（2023）11号）
工业互联网平台试点示范奖励款	-	50.00	-	-	与收益相 关	德清县财政局、德清县经济和信息化局《关于下达2023年度省制造业高质量发展结对促共富示范创建财政专项激励资金（第一批）的通知》（德财企（2023）101号）
省级绿色工厂奖励	-	50.00	-	-	与收益相 关	德清县人民政府《关于印发德清县制造业高质量发展若干政策意见的通知》（德政发（2021）39号）
绿色产品认证企业奖励	-	40.00	-	-	与收益相 关	德清县人民政府《关于印发德清县制造业高质量发展若干政策意见的通知》（德政发（2021）39号）
浙江省第七批大数据应用示范企业奖励	-	30.00	-	-	与收益相 关	德清县人民政府《关于印发德清县制造业高质量发展若干政策意见的通知》（德政发（2021）39号）
县级科技合作项目奖励	-	29.80	-	-	与收益相 关	德清县科学技术局《关于下达2023年度第三批科技创新专项资金的通知》（德科（2023）11号）等
就业单位残疾人超比例安置奖励款	-	25.67	-	-	与收益相 关	浙江省残疾人联合会、浙江省发展改革委、浙江省民政厅、浙江省财政厅、浙江省人力资源和社会保障厅、国家税务总局浙江省税务局《关于印发〈浙江省超比例安排残疾人就业企业奖励办法（试行）〉等3个办法的通知》（浙残联发（2021）24号）
企业新型学徒制奖励	-	23.81	-	-	与收益相 关	德清县人民政府办公室《关于印发德清县职业技能提升行动实施方案的通知》（德政办发（2020）31号）
经济工作会议奖励	-	23.50	-	-	与收益相 关	中共钟管镇委 钟管镇人民政府《关于公布2022年度全镇经济工作先进集体和个人考核结果的通知》（钟委（2023）1号）
知识产权奖励	-	21.30	-	-	与收益相 关	浙江省人民政府办公厅《关于印发浙江省知识产权奖励办法的通知》（浙政办发（2022）63号）及浙江省人民政府《浙江省人民政府关于表彰第一届浙江省知识产权奖获奖者的决定》（浙政发（2023）25号）、德清县人民政府《关于印发德清县制造业高质量发展若干政策意见的通知》（德政发（2023）23号）、德清县市场监督管理局出具的《证明》
浙江省AAA级“守信用重信用”公示企业奖励款	-	20.00	-	-	与收益相 关	德清县人民政府《关于印发德清县制造业高质量发展若干政策意见的通知》（德政发（2021）39号）

补助项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度	与资产相关/与收益相关	补助依据
博士后工作站资助经费	258.00		-	-	与收益相关	中共德清县委、德清县人民政府《关于实施新时代人才强县战略服务德清高质量赶超发展的意见》（德委发〔2020〕10号）
2023年度国家级绿色工厂奖励	100.00		-	-	与收益相关	德清县经济和信息化局、德清县财政局关于下达2024年省制造业高质量发展结对促共富示范创建财政专项激励资金（第一批）的通知（德财企〔2024〕41号）
省级重点企业研究院奖励资金	50.00		-	-	与收益相关	德清县科学技术局《德清县科学技术局关于下达2024年度第二批科技创新专项资金的通知》（德科〔2024〕4号）
参与制定国家标准/行业标准、主导制定“浙江标准”奖励	36.50		-	-	与收益相关	德清县人民政府《德清县人民政府关于印发德清县制造业高质量发展若干意见的通知》（德政发〔2023〕23号）
数据管理国家标准试点奖励	30.00		-	-	与收益相关	德清县经济和信息化局、德清县财政局《关于下达2024年省制造业高质量发展结对促共富示范创建财政专项激励资金（第一批）的通知》（德财企〔2024〕41号）
省级先进制造业和现代服务业融合发展试点补助	20.00		-	-	与收益相关	浙江省发展和改革委员会《省发展改革委关于公布第三批省级先进制造业和现代服务业融合发展试点名单的通知》（浙发改产业〔2024〕78号）
其他与收益相关的政府补助	78.94	94.78	115.76	71.21	与收益相关	
合计	617.41	571.05	1,200.65	631.15		

3、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
处置交易性金融资产取得的投资收益	-67.93	-110.43	3.91	49.24
其中：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	28.11	3.80	38.88	58.43
贴现或保理支出	-96.05	-114.22	-34.97	-9.19
合计	-67.93	-110.43	3.91	49.24

报告期内，公司投资收益主要来自于交易性金融资产投资收益，公司为了提高货币资金的使用效率，公司利用暂时闲置资金购买银行理财产品、结构性存款和可转让大额定期存单。

4、公允价值变动收益

报告期内，公司公允价值变动收益情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
交易性金融资产	183.15	196.19	51.62	-
其中：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产生的公允价值变动收益	183.15	196.19	51.62	-
合计	183.15	196.19	51.62	-

5、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失主要由坏账准备构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
坏账损失	-247.01	-595.45	-177.15	-53.35
合计	-247.01	-595.45	-177.15	-53.35

6、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失主要由存货跌价损失和合同资产减值损失构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
存货跌价损失	-370.49	-285.75	-337.93	-410.86
合同资产减值损失	-34.98	-67.71	-167.58	-59.87
固定资产减值损失	-	-	-	-25.00
合计	-405.47	-353.46	-505.51	-495.74

报告期内，公司各项资产减值损失计提政策符合《企业会计准则》的规定，主要资产减值损失的提取充分、合理，与公司资产的实际质量状况相符。

7、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
固定资产处置损益	-16.31	-38.32	22.11	-87.66
合计	-16.31	-38.32	22.11	-87.66

8、营业外收入

报告期内，公司营业外收入构成如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
罚款、赔款收入	624.35	86.91%	984.69	79.65%	917.92	82.88%	875.56	89.88%
无法支付款项	87.94	12.24%	244.97	19.81%	187.49	16.93%	97.16	9.97%
其他	6.12	0.85%	6.69	0.54%	2.11	0.19%	1.48	0.15%
合计	718.41	100.00%	1,236.35	100.00%	1,107.51	100.00%	974.19	100.00%

公司的营业外收入主要由罚款收入和无法支付款项构成。

9、营业外支出

报告期内，公司营业外支出构成如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非流动资产毁损报废损失	0.49	0.70%	3.35	1.48%	-	-	0.30	0.31%
捐赠支出	30.49	43.77%	163.90	72.50%	17.70	18.46%	89.20	92.06%
赔款支出	-	-	49.43	21.86%	75.71	78.94%	-	-
其他	38.67	55.53%	9.39	4.15%	2.50	2.61%	7.40	7.64%
合计	69.64	100.00%	226.07	100.00%	95.91	100.00%	96.90	100.00%

报告期内，公司营业外支出金额较小，主要由捐赠支出及赔款支出构成。

10、税费分析

（1）主要税项缴纳情况

根据天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于浙江升华云峰新材股份有限公司最近三年及一期主要税种纳税情况的鉴证报告》（天健审[2024]10819号），公司报告期内实际纳税情况如下：

①企业所得税

单位：万元

报告期	期初余额	本期已交税额	期末余额
2021年度	2,391.11	6,956.01	1,497.38

2022 年度	1,497.38	4,759.16	3,424.47
2023 年度	3,424.47	9,478.21	2,839.74
2024 年 1-6 月	2,839.74	3,819.35	3,106.00

报告期内，企业所得税费用明细构成如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
当期所得税费用	4,085.61	8,893.48	6,686.25	6,062.28
递延所得税费用	-87.94	-162.25	-309.29	-305.55
合计	3,997.68	8,731.23	6,376.96	5,756.72

②增值税

单位：万元

报告期	期初余额	本期已交税额	期末余额
2021 年度	358.92	4,557.21	1,082.20
2022 年度	1,082.20	5,307.79	823.07
2023 年度	823.07	7,619.63	845.74
2024 年 1-6 月	845.74	3,568.65	535.98

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
利润总额	18,853.89	40,699.93	30,917.35	28,146.43
按母公司适用税率计算的所得税费用	2,828.08	6,104.99	4,637.60	4,221.97
子公司适用不同税率的影响	1,299.11	2,680.89	1,984.87	1,679.96
调整以前期间所得税的影响	0.63	-19.64	-	-
研究开发费用加计扣除的影响	-233.49	-529.31	-414.94	-425.50
残疾人工资加计扣除	-21.88	-42.41	-52.04	-57.57
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	19.49	140.03	164.07	88.49
已预提尚未结算返利的影响	21.19	27.18	-142.70	192.63
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-8.17	-1.56	-17.43
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	84.55	377.68	201.65	74.17
所得税费用	3,997.68	8,731.23	6,376.96	5,756.72

(3) 报告期重大税收政策变化及税收优惠对发行人的影响

报告期内，重大税收政策变化及税收优惠对发行人的影响详见本节“九、公司适用的税种、税率及享受的税收优惠政策”。

十三、资产质量分析

（一）资产结构分析

报告期内，公司资产结构及变动情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	195,482.00	79.19%	148,914.70	73.76%	98,588.69	64.71%	71,307.92	67.92%
非流动资产	51,368.80	20.81%	52,964.36	26.24%	53,765.41	35.29%	33,683.88	32.08%
合计	246,850.80	100.00%	201,879.06	100.00%	152,354.10	100.00%	104,991.80	100.00%

随着公司生产经营规模不断扩大及经营业绩的持续积累，公司的资产总额逐年增长。报告期各期末，公司资产总额分别为 104,991.80 万元、152,354.10 万元、201,879.06 万元和 **246,850.80 万元**。2022 年末、2023 年末和 **2024 年 6 月末**，公司资产总额较上年末分别增长 45.11%、32.51%和 **22.28%**，公司资产总额增长主要系公司生产经营规模扩大所致。

公司资产总额以流动资产为主，流动资产占比均在 60%以上，主要系发行人经营规模较大，需要较高的营运资金投入以维持经营周转。报告期各期末，非流动资产金额分别为 33,683.88 万元、53,765.41 万元、52,964.36 万元和 **51,368.80 万元**，金额较大，主要由生产所需的房屋建筑物、机器设备等固定资产及土地使用权等构成，与发行人的经营生产规模相匹配。

1、流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	91,888.70	47.01%	99,539.73	66.84%	30,377.47	30.81%	41,470.70	58.16%
交易性金融资产	56,686.83	29.00%	6,233.68	4.19%	26,531.62	26.91%	-	-
应收账款	4,533.75	2.32%	3,807.44	2.56%	2,092.71	2.12%	619.34	0.87%
应收款项融资	912.23	0.47%	690.26	0.46%	312.32	0.32%	-	-

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预付款项	1,974.42	1.01%	2,581.94	1.73%	2,150.24	2.18%	1,674.18	2.35%
其他应收款	439.21	0.22%	615.14	0.41%	593.00	0.60%	338.47	0.47%
存货	36,920.25	18.89%	33,597.65	22.56%	33,740.34	34.22%	26,289.42	36.87%
合同资产	1,018.75	0.52%	998.29	0.67%	614.79	0.62%	277.12	0.39%
其他流动资产	1,107.85	0.57%	850.56	0.57%	2,176.20	2.21%	638.69	0.90%
合计	195,482.00	100.00%	148,914.70	100.00%	98,588.69	100.00%	71,307.92	100.00%

公司流动资产主要包括货币资金、存货、应收账款、预付款项等项目，报告期各期末，公司流动资产总额分别为 71,307.92 万元、98,588.69 万元、148,914.70 万元和 **195,482.00 万元**。公司流动资产项目具体分析如下：

（1）货币资金

报告期各期末，公司货币资金明细如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	-	-	-	-	-	-	-	-
银行存款	66,852.38	72.75%	99,137.23	99.60%	29,875.35	98.35%	41,311.33	99.62%
其他货币资金	25,036.32	27.25%	402.50	0.40%	502.13	1.65%	159.37	0.38%
合计	91,888.70	100.00%	99,539.73	100.00%	30,377.47	100.00%	41,470.70	100.00%

报告期各期末，公司货币资金分别为 41,470.70 万元、30,377.47 万元、99,539.73 万元和 **91,888.70 万元**。公司货币资金包括银行存款、其他货币资金。

报告期各期末，公司期末货币资金主要为银行存款，银行存款金额分别为 41,311.33 万元、29,875.35 万元、99,137.23 万元和 **66,852.38 万元**，期末余额相对较高。2022 年末和 **2024 年 6 月末** 发行人银行存款余额下降，主要系公司为提高货币资金的使用效率，利用暂时闲置资金购买短期银行理财产品、**结构性存款**和可转让大额存单所致。2023 年末发行人银行存款余额增长，主要系经营积累以及短期银行理财产品赎回所致。

报告期各期末，其他货币资金金额分别为 159.37 万元、502.13 万元、402.50 万元和 **25,036.32 万元**，其他货币资金以**开具银行承兑汇票质押定期存款、银行承兑保证金**、开具保函存入保证金和农民工工资保证金为主。受限原因主要为**开具银行承兑汇票质押、银行承兑保证金、保函保证金、农民工工资保证金、司法**

冻结等。

2023 年子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司供应商广东新红阳科技有限公司因采购合同纠纷向德清县人民法院提起诉讼，诉讼请求判令公司向其支付货款 69.09 万元及违约金 0.83 万元，合计 69.92 万元。德清县人民法院据此暂时冻结子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司基本户存款金额 69.92 万元，冻结期间：2023 年 11 月 7 日至 2024 年 11 月 7 日。2024 年 5 月，经德清县人民法院调解结案，约定莫干山家居支付广东新红阳科技有限公司货款 55 万元，广东新红阳科技有限公司放弃其他诉讼请求。莫干山家居已支付完毕上述款项，德清县人民法院已裁定解除保全措施。

报告期各期末，公司受限货币资金的具体情况如下：

单位：万元

类别	2024. 6. 30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
存单质押	18,000.00	-	-	-
银行承兑保证金	6,579.77	-	-	-
电费保证金	85.85	85.85	85.85	85.85
保函保证金	370.70	316.65	230.35	73.52
司法冻结	-	69.92	-	-
农民工工资保证金	-	-	181.00	-
合计	25,036.32	472.42	497.20	159.37

（2）交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产情况如下：

单位：万元

项目	2024. 6. 30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
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	56,686.83	6,233.68	26,531.62	-
其中：银行短期理财产品	31,354.21	-	20,494.12	-
结构性存款	15,047.13	-	-	-
可转让大额定期存单	10,285.50	6,233.68	6,037.50	-
合计	56,686.83	6,233.68	26,531.62	-

2022 年末、2023 年末和 2024 年 6 月末，公司交易性金融资产金额分别为 26,531.62 万元、6,233.68 万元和 56,686.83 万元，占流动资产的比例分别为 26.91%、4.19%和 29.00%，系公司购买的银行短期理财产品、结构性存款和可转让大额定期存单。

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
账面余额	5,427.25	4,522.14	2,337.77	704.26
坏账准备	893.50	714.70	245.06	84.92
账面价值	4,533.75	3,807.44	2,092.71	619.34

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 619.34 万元、2,092.71 万元、3,807.44 万元和 **4,533.75 万元**，应收账款账面价值占流动资产的比例分别为 0.87%、2.12%、2.56%和 **2.32%**，占比相对较低，主要系公司以先款后货结算方式为主，账期结算方式为辅。客户购货时，须先汇款至公司指定账户，配送部门接到财务已收到货款的确认后，安排发货事宜；此外，公司综合考虑经销商的年度经销量、成为经销商的时长、经销商的资金实力等因素，经申请同意后给予已合作客户一定的信用期。

① 应收账款变动分析

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 619.34 万元、2,092.71 万元、3,807.44 万元和 **4,533.75 万元**，应收账款账面价值占公司主营业务收入的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024年6月30日 /2024年1-6月	2023年12月31日 /2023年度	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度
应收账款账面价值	4,533.75	3,807.44	2,092.71	619.34
主营业务收入	159,042.02	335,243.69	261,903.41	231,255.88
应收账款占主营业务收入的比例	2.85%	1.14%	0.80%	0.27%

由上表可知，由于公司对经销商销售主要采取先款后货的结算方式，因此应收账款占主营业务收入的比例极低，2022年末、2023年末和 **2024年6月末**，公司应收账款金额相对较大，主要系大宗业务完工尚未支付的结算款增多所致。

② 应收账款分类披露

报告期内，应收账款分类披露的具体情况如下：

单位：万元

2024年6月30日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	222.08	4.09%	222.08	100.00%	-
按组合计提坏账准备	5,205.17	95.91%	671.42	12.90%	4,533.75
合计	5,427.25	100.00%	893.50	16.46%	4,533.75
2023年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	222.08	4.91%	222.08	100.00%	-
按组合计提坏账准备	4,300.06	95.09%	492.62	11.46%	3,807.44
合计	4,522.14	100.00%	714.70	15.80%	3,807.44
2022年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	2,337.77	100.00%	245.06	10.48%	2,092.71
合计	2,337.77	100.00%	245.06	10.48%	2,092.71
2021年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	704.26	100.00%	84.92	12.06%	619.34
合计	704.26	100.00%	84.92	12.06%	619.34

2023年末和2024年6月末，公司存在应收账款单项计提坏账，基本情况如下：

单位：万元

客户名称	期末余额	账龄	交易内容	计提比例	计提理由
杭州萧麟置业有限公司	141.90	1年以内	木地板	100.00%	经营困难预计无法完全履行合同义务，全额计提坏账准备
嘉兴智立信息科技有限公司	80.17	1年以内，1-2年	柜子、门板、板件、反弹器等	100.00%	经营困难预计无法完全履行合同义务，全额计提坏账准备

注：账龄更新至2024年6月末

报告期内，公司按照账龄组合计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	应收账款	坏账准备	应收账款	坏账准备	应收账款	坏账准备	应收账款	坏账准备
1年以内	4,740.17	474.02	3,993.20	399.32	2,281.51	228.15	681.57	68.16
1至2年	349.20	104.76	304.37	91.31	56.19	16.86	2.77	0.83
2至3年	115.80	92.64	2.49	1.99	0.07	0.05	19.92	15.93
3年以上	0.00	0.00	0.00	0.00	-	-	-	-
合计	5,205.17	671.42	4,300.06	492.62	2,337.77	245.06	704.26	84.92

报告期各期末，公司按照账龄组合计提坏账准备的应收账款账龄较短，其中一年以内账龄的应收账款占比分别为 96.78%、97.59%、92.86%和 91.07%。

③公司各类客户的收款及相关信用政策

客户类型	收款及信用政策
经销商客户	一般为先款后货，部分经销商存在一定额度的月度授信、季度授信或年度授信，其中：月度授信是指公司给予经销商一定的授信额度，月底前结清，季度授信指授信额度需在季度末结清，年度授信指授信额度在年末结清
商标授权客户	预收款
大宗业务客户	一般根据合同约定的结算进度分阶段收款，收款节点主要为：①合同签订预付款；②到货进度款；③验收进度款；④质保金。一般在产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用付款期
外销客户	大部分客户：款到给提单；部分客户根据船离岸后天数确定信用期
直销客户（除大宗客户及外销客户）	先款后货

发行人信用政策及具体的授信额度一般由经销商主动向发行人申请，发行人根据经销商上一年度销售额、注册资本、合作时长、历史信用情况和经营状况等综合评定，给予经销商相应的授信额度及授信期限，并每年进行动态调整。

④报告期各期末应收账款按信用期分类情况

单位：万元

期间	应收账款余额	其中：信用期内		其中：超过信用期	
		金额	比例（%）	金额	比例（%）
2024年6月30日	5,427.25	2,495.81	45.99	2,931.44	54.01
2023年12月31日	4,522.14	2,361.63	52.22	2,160.51	47.78
2022年12月31日	2,337.77	1,464.93	62.66	872.84	37.34
2021年12月31日	704.26	438.57	62.27	265.69	37.73

报告期各期末，公司超过信用期的应收账款余额分别为 265.69 万元、872.84 万元、2,160.51 万元和 **2,931.44 万元**，金额逐年增加，主要系大宗业务完工尚未支付的结算款增多所致。

⑤报告期各期末应收账款期后回款情况

报告期各期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
应收账款余额	5,427.25	4,522.14	2,337.77	704.26
期后回款金额	3,315.03	3,173.78	2,146.57	633.03
回款比例	61.08%	70.18%	91.82%	89.89%

注：期后回款金额为截至 2024 年 10 月 31 日的回款

如上表所示，公司各期末期后回款比例较为稳定，期后回款金额情况较好，应收账款质量良好。

⑥公司坏账计提政策与同行业可比公司比较

应收账款坏账准备计提政策详见本节“四、发行人报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（十一）应收款项和合同资产预期信用损失的确认标准和计提方法”，公司严格按照应收账款坏账计提政策计提坏账准备。发行人按照账龄组合计提坏账准备的比例与同行业可比公司对比情况如下：

可比公司	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
兔宝宝	6.00%	10.00%	20.00%	30.00%	60.00%	100.00%
索菲亚	1.00%	5.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
欧派家居	5.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%	100.00%
千年舟	5.00%	20.00%	30.00%	50.00%	70.00%	100.00%
云峰新材	10.00%	30.00%	80.00%	100.00%	100.00%	100.00%

数据来源：WIND

发行人按照账龄组合计提坏账准备的比例高于同行业可比公司，发行人应收账款按账龄计提坏账准备的比例为基于客户信用及回款、实际坏账损失情况做出的合理估计，符合发行人业务的实际情况，计提的坏账准备能充分、合理反映发行人应收账款余额的坏账损失风险。

⑦应收账款前五名情况

报告期内各期末，公司应收账款和合同资产前五名客户如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额			占应收账款和合同资产期末余额合计数的比例
		应收账款	合同资产	小计	
2024年6月30日					
1	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	-	484.70	484.70	7.12%
2	杭州大庄联合建材有限公司	347.93	23.44	371.37	5.45%
3	WOOD STOCK	298.79	-	298.79	4.39%
4	合肥融欣房地产开发有限公司	194.77	35.29	230.06	3.38%
5	杭州臻麟贸易有限公司	137.15	41.16	178.31	2.62%
	合计	978.63	584.59	1,563.23	22.96%
2023年12月31日					
1	杭州众安银湖房地产开发有限公司及其关联方	439.97	81.49	521.46	8.91%
2	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	-	484.70	484.70	8.29%
3	扬州华之杰商贸有限公司	478.94	-	478.94	8.19%
4	WOOD STOCK	256.07	-	256.07	4.38%
5	圣都家居装饰有限公司	242.21	13.30	255.51	4.37%
	合计	1,417.19	579.48	1,996.68	34.13%
2022年12月31日					
1	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	947.41	401.77	1,349.18	41.98%
2	乐清绿城佳园房地产开发有限公司	258.59	91.01	349.60	10.88%
3	杭州泰都置业有限公司	173.32	50.66	223.98	6.97%
4	苏州中交雅郡地产有限公司	133.70	14.78	148.47	4.62%
5	镇江市莫伟建材有限公司	83.27	-	83.27	2.59%
	合计	1,596.29	558.22	2,154.51	67.03%
2021年12月31日					
1	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	206.35	163.47	369.81	34.39%
2	WOOD STOCK	136.21	-	136.21	12.67%
3	杭州绿峰置业有限公司	-	73.48	73.48	6.83%
4	杭州大庄联合建材有限公司	53.46	-	53.46	4.97%
5	邵东市大禾塘莫干山实木衣柜专卖店	45.05	-	45.05	4.19%

序号	单位名称	账面余额			占应收账款和合同资产期末余额合计数的比例
		应收账款	合同资产	小计	
	合计	441.06	236.95	678.01	63.05%

报告期各期末，公司应收账款和合同资产金额前五名占应收账款和合同资产期末余额合计数的比例分别为 63.05%、67.03%、34.13% 和 **22.92%**，2021 年末、2022 年末公司客户应收账款整体相对集中。公司严格控制赊销规模，并加强对应收账款的期限和风险分析，跟踪重点赊销客户信用状况，通过提前做好催收准备等方式，控制应收账款规模和坏账损失风险。

⑧报告期内，公司应收账款转让情况

报告期内，公司 2021 年度、2022 年度和 **2024 年 1-6 月** 存在应收账款转让，基本情况如下：

单位：万元

期间	受让方	金额	实际收到金额	利息支出	是否有追索权	合同约定
2021 年度	深圳前海联捷商业保理有限公司	140.53	131.34	9.19	无	自应收账款转让日起，基于应收账款而产生的一切还款及收益（包括但不限于本金、利息、罚息、违约金、损害赔偿金等）均由受让方享有
2022 年度	深圳前海联捷商业保理有限公司	203.55	193.39	10.16	无	自应收账款转让日起，基于应收账款而产生的一切还款及收益（包括但不限于本金、利息、罚息、违约金、损害赔偿金等）均由受让方享有
	中铁建商业保理有限公司	1,166.07	1,146.82	19.25	无	公司承诺、保证并同意应收账款债权转让后，中铁建商业保理有限公司对融资债权享有完全的权利，包括但不限于利息权益、违约金权益、损害赔偿权益、担保权益以及再转让权等。
	厦门万鑫联商业保理有限公司	700.04	700.04	-	无	卖方同意并确认保理商于应收账款债权受让日取得目标应收账款债权项下的所有权利和权益及其附属担保权益，包括但不限于债权金额、利息、罚息、复利、滞纳金、损害赔偿金、违约金等的权利
2024 年 1-6 月	亚洲保理（深圳）有限公司	45.23	45.23	-	无	自应收账款转让日起，基于应收账款而产生的一切还款及收益（包括但不限于本金、利息、罚息、违约金、损害赔偿金等）均由受让方享有

期间	受让方	金额	实际收到金额	利息支出	是否有追索权	合同约定
合计		2,255.42	2,216.82			

上述款项系根据公司与苏州中交雅郡地产有限公司、绍兴京越房地产开发有限公司、福州品悦行装修工程有限公司以及中交贵州房地产有限公司等大宗业务客户所签订的协议之付款约定，公司可向苏州中交雅郡地产有限公司、绍兴京越房地产开发有限公司、福州品悦行装修工程有限公司以及中交贵州房地产有限公司收取的进度款。公司将上述收款权分别转让给深圳海联捷商业保理有限公司、中铁建商业保理有限公司、厦门万鑫联商业保理有限公司以及亚洲保理（深圳）有限公司。公司于收到款项时点，借记银行存款 2,216.82 万元、投资收益 38.60 万元，贷记合同负债和其他流动负债（或应收账款）合计 2,255.42 万元，相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定，对公司当期财务报表无重大影响。

报告期内不存在债务重组情况。

（4）应收款项融资

报告期各期末，公司应收款项融资明细如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
银行承兑汇票	912.23	100.00%	690.26	100.00%	312.32	100.00%	-	-
合计	912.23	100.00%	690.26	100.00%	312.32	100.00%	-	-

报告期各期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据情况如下：

单位：万元

项目	终止确认金额			
	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
银行承兑汇票	4,298.52	6,653.04	3,552.49	2,910.44
合计	4,298.52	6,653.04	3,552.49	2,910.44

银行承兑汇票的承兑人是具有较高信用的商业银行，由其承兑的银行承兑汇票到期不获支付的可能性较低，故公司将已背书或贴现的该等银行承兑汇票予以终止确认。但如果该等票据到期不获支付，依据《票据法》之规定，公司仍将对

持票人承担连带责任。

（5）预付款项

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
预付货款	599.43	1,088.91	529.60	94.76
预付费用的及其他	1,395.63	1,513.68	1,641.29	1,600.06
预付款项账面余额合计	1,995.06	2,602.59	2,170.89	1,694.83
坏账准备	20.65	20.65	20.65	20.65
预付款项账面价值	1,974.42	2,581.94	2,150.24	1,674.18

公司预付账款主要为预付费用的款和预付货款，预付费用的款主要为预付的广告费、展览费和电费等。

报告期各期末，公司预付账款账面价值分别为1,674.18万元、2,150.24万元、2,581.94万元和**1,974.42万元**，占当年流动资产的比例分别为2.35%、2.18%、1.73%和**1.01%**，占比较低。2022年末和2023年末公司预付账款较上年末增加，主要系预付货款增加所致。**2024年6月末公司预付账款较上年末减少，主要系预付货款减少所致。**

①预付款项分账龄披露

报告期各期末，公司账龄在一年以内的预付款项占比均在95.00%以上。公司预付款项具体账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1年以内	1,974.42	98.97%	2,581.94	99.21%	2,127.53	98.00%	1,674.18	98.78%
1至2年	-	0.00%	-	-	22.71	1.05%	-	-
3年以上	20.65	1.03%	20.65	0.79%	20.65	0.95%	20.65	1.22%
合计	1,995.06	100.00%	2,602.59	100.00%	2,170.89	100.00%	1,694.83	100.00%

②前五名预付款项情况

报告期各期末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占预付款项余额的比例
2024年6月30日			
1	杭州群核信息技术有限公司	204.83	10.27%

序号	单位名称	账面余额	占预付款项余额的比例
2	江苏灵创广告策划有限公司	111.32	5.58%
3	招商银行股份有限公司湖州分行	106.11	5.32%
4	青岛优品筑家劳务有限公司	96.90	4.86%
5	安徽柯盈商贸有限公司	87.17	4.37%
合计		606.33	30.39%
2023年12月31日			
1	杭州群核信息技术有限公司	271.74	10.44%
2	浙江门师傅家居有限公司	230.44	8.85%
3	浙江森喜新材料有限公司	181.97	6.99%
4	上海家盾智能科技有限公司	131.19	5.04%
5	招商银行股份有限公司湖州分行	92.81	3.57%
合计		908.15	34.89%
2022年12月31日			
1	杭州群核信息技术有限公司	247.65	11.41%
2	安徽木福堂智能家居有限公司	152.80	7.04%
3	江苏灵创广告策划有限公司	127.75	5.88%
4	巨力影视传媒有限公司	70.75	3.26%
5	广州市壹串通文化传播有限公司	64.53	2.97%
合计		663.49	30.56%
2021年12月31日			
1	南京永达户外传媒有限公司	79.67	4.70%
2	广州市壹串通文化传播有限公司	67.00	3.95%
3	杭州群核信息技术有限公司	49.81	2.94%
4	安徽圣锦广告有限公司	41.42	2.44%
5	杭州博采网络科技股份有限公司	36.87	2.18%
合计		274.77	16.21%

（6）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面余额分别为 1,145.74 万元、1,393.64 万元、1,541.59 万元和 **1,431.60 万元**，其他应收款账面价值分别为 338.47 万元、593.00 万元、615.14 万元和 **439.21 万元**，其他应收款账面价值占同期流动资产的比例分别为 0.47%、0.60%、0.41%和 **0.22%**，占比较低。公司其他应收款账面余额的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
应收暂付款	689.83	720.39	766.32	606.86
押金保证金	687.00	795.95	581.76	524.02
其他	54.77	25.25	45.56	14.86
合计	1,431.60	1,541.59	1,393.64	1,145.74

①其他应收款分类披露

报告期内，其他应收款分类披露的具体情况如下：

单位：万元

2024年6月30日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	714.83	49.93%	656.14	91.79%	58.69
按组合计提坏账准备	716.76	50.07%	336.24	46.91%	380.52
合计	1,431.60	100.00%	992.39	69.32%	439.21
2023年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	739.99	48.00%	681.10	92.04%	58.89
按组合计提坏账准备	801.60	52.00%	245.34	30.61%	556.25
合计	1,541.59	100.00%	926.44	60.10%	615.14
2022年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	623.94	44.77%	623.94	100.00%	-
按组合计提坏账准备	769.70	55.23%	176.70	22.96%	593.00
合计	1,393.64	100.00%	800.63	57.45%	593.00
2021年12月31日					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项计提坏账准备	606.86	52.97%	606.86	100.00%	-
按组合计提坏账准备	538.88	47.03%	200.41	37.19%	338.47
合计	1,145.74	100.00%	807.27	70.46%	338.47

报告期内，公司按照账龄组合计提坏账准备的其他应收款情况如下：

单位：万元

账龄	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	其他应收款	坏账准备	其他应收款	坏账准备	其他应收款	坏账准备	其他应收款	坏账准备
1年以内	275.14	27.51	369.76	36.98	548.59	54.86	275.44	27.54
1至2年	127.65	38.30	296.27	88.88	120.96	36.29	83.70	25.11
2至3年	217.66	174.13	80.42	64.34	73.02	58.41	159.94	127.96
3年以上	96.30	96.30	55.15	55.15	27.14	27.14	19.80	19.80
合计	716.76	336.24	801.60	245.34	769.70	176.70	538.88	200.41

②前五名其他应收款情况

报告期各期末，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占其他应收款余额的比例
2024年6月30日					
1	ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL	应收暂付款	572.45	3年以上	39.99%
2	济南川丽德市政建设工程有限公司	押金保证金	120.00	1年以内	8.38%
3	霍拓普燕森（青岛）环保设备有限公司	应收暂付款	117.38	1-2年	8.20%
4	浙江嘉源贸易有限公司	押金保证金	95.92	2-3年, 3年以上	6.70%
5	余姚开蓝建设管理有限公司	押金保证金	48.01	1-2年	3.35%
合计			953.77		66.62%
2023年12月31日					
1	ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL	应收暂付款	587.21	3年以上	38.09%
2	济南川丽德市政建设工程有限公司	押金保证金	120.00	1年以内	7.78%
3	霍拓普燕森（青岛）环保设备有限公司	应收暂付款	117.78	1-2年	7.64%
4	浙江嘉源贸易有限公司	押金保证金	95.92	1-2年, 2-3年	6.22%
5	余姚开蓝建设管理有限公司	押金保证金	48.01	1年以内	3.11%
合计			968.92		62.85%
2022年12月31日					
1	ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL	应收暂付款	623.94	3年以上	44.77%
2	霍拓普燕森（青岛）环保设备有限公司	应收暂付款	142.38	1年以内	10.22%
3	浙江嘉源贸易有限公司	押金保证金	95.92	1年以内, 1-2年	6.88%
4	浙江雅达养老产业开发有限公司	押金保证金	44.87	1年以内, 1-2年	3.22%
5	泰康健康产业投资控股有限公司	押金保证金	40.00	2-3年, 3年以上	2.87%
合计			947.11		67.96%
2021年12月31日					
1	ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL	应收暂付款	606.86	3年以上	52.97%
2	乐清绿城佳园房地产开发有限公司	押金保证金	127.94	2-3年	11.17%
3	珠海励致洋行办公家私有限公司	押金保证金	60.80	1年以内, 1-2年	5.31%

序号	单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占其他应收款余额的比例
4	泰康健康产业投资控股有限公司	押金保证金	40.00	1-2年, 2-3年	3.49%
5	上海瑞虹新城有限公司	押金保证金	40.00	1年以内	3.49%
合计			875.60		76.42%

报告期各期末，公司前五名其他应收款金额占当期末其他应收款余额的比重分别为 76.42%、67.96%、62.85% 和 **66.62%**，主要为其他应收 ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL 的款项及押金保证金。

ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL 曾系子公司莫干山进出口的原木供应商，2018 年 3 月，其因经营不善申请破产保护。莫干山进出口因存在对 ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL 的预付款项，故向 ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL 所在地法院申请 933,954 欧元的债权登记并取得法院裁定确认。其后，莫干山进出口与 ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL 就上述债权达成偿付方案并收到了第一期 10% 的款项 93,390.50 欧元。截至 **2024 年 6 月 30 日**，莫干山进出口应收 ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL 的款项为 **572.45** 万元，即款项偿付方案中 ROUGIER AERIQUE INTERNATIONAL 剩余尚未偿付的 80% 的款项，发行人将上述款项调整至其他应收款核算，并已就该款项全额计提坏账准备。

(7) 存货

报告期内，公司存货主要包括原材料、在产品、库存商品及发出商品。公司存货构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30			2023.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	4,263.94	220.51	4,043.43	4,715.03	249.16	4,465.87
在产品	3,392.05	76.77	3,315.28	3,401.23	62.42	3,338.80
库存商品	6,922.09	305.47	6,616.63	6,752.36	238.45	6,513.91
发出商品	23,030.31	85.40	22,944.92	19,279.06	-	19,279.06
合计	37,608.40	688.15	36,920.25	34,147.68	550.03	33,597.65

(续上表)

项目	2022.12.31			2021.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	5,665.15	312.12	5,353.03	5,433.99	297.65	5,136.34

项目	2022.12.31			2021.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
在产品	4,170.23	51.93	4,118.30	4,057.77	45.87	4,011.90
库存商品	7,860.60	248.68	7,611.92	8,784.92	234.54	8,550.38
发出商品	16,657.09	-	16,657.09	8,590.79	-	8,590.79
合计	34,353.07	612.73	33,740.34	26,867.48	578.05	26,289.42

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 26,289.42 万元、33,740.34 万元、33,597.65 万元和 **36,920.25 万元**，占流动资产的比例分别为 36.87%、34.22%、22.56%和 **18.89%**。

2022 年末，公司存货账面价值较上年末增加 7,450.92 万元，增幅 28.34%，主要系随着公司大宗业务的增加，发出商品较上年末增加 8,066.30 万元所致。

①各类存货项目在手订单覆盖率

截至 **2024 年 6 月 30 日**，公司各类存货项目在手订单覆盖情况如下：

单位：万元

产品类别	库存商品 余额	原材料折算 后余额	在产品余 额	发出商品 余额	合计余额 (A)	在手订单 金额 (B)	B/A (倍)
人造板	1,535.16	1,516.07	710.01		3,761.24	15,729.82	4.18
木地板	2,461.98	417.50	655.20	12,707.45	16,242.13	20,296.13	1.25
科技木	2,042.73	52.91	1,684.38	31.49	3,811.51	1,109.54	0.29
定制家居	833.13	3,550.74	342.46	10,291.37	15,017.70	16,815.11	1.12
其他产品	49.10	398.13			447.23		

注：原材料折算后余额系按照产品材料投入比例折算为对应产成品的预计余额。

由上表可知，截至 **2024 年 6 月 30 日**，公司人造板、木地板和定制家居成品的在手订单对期末存货余额覆盖率较高。科技木产品期末存货在手订单覆盖率较低，主要系该产品因生产周期较长，公司为应对客户需求做出快速反应，库存商品中有较大部分为备货产品，截至 **2024 年 10 月 31 日**，科技木产品期后实现销售金额已超过 **2024 年 6 月末**库存商品余额。

②报告期各期末，公司各类存货项目的库龄情况

单位：万元

年度	类别	期末余额	1 年以内		1 年以上	
			金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
2024 年 6 月末	原材料	4,263.94	3,983.36	93.42	280.58	6.58
	库存商品	6,922.09	6,051.61	87.42	870.48	12.58

年度	类别	期末余额	1年以内		1年以上	
			金额	占比(%)	金额	占比(%)
	在产品	3,392.05	3,098.63	91.35	293.43	8.65
	发出商品	23,030.31	15,184.87	65.93	7,845.44	34.07
	合计	37,608.40	28,318.47	75.30	9,289.93	24.70
2023年末	原材料	4,715.03	4,390.77	93.12	324.26	6.88
	库存商品	6,752.36	5,844.28	86.55	908.09	13.45
	在产品	3,401.23	3,155.47	92.77	245.75	7.23
	发出商品	19,279.06	13,175.67	68.34	6,103.39	31.66
	合计	34,147.68	26,566.19	77.80	7,581.49	22.20
2022年末	原材料	5,665.15	4,999.82	88.26	665.32	11.74
	库存商品	7,860.60	7,163.69	91.13	696.91	8.87
	在产品	4,170.23	3,957.46	94.90	212.77	5.10
	发出商品	16,657.09	14,339.26	86.08	2,317.84	13.92
	合计	34,353.07	30,460.23	88.67	3,892.84	11.33
2021年末	原材料	5,433.99	5,109.16	94.02	324.83	5.98
	库存商品	8,784.92	8,411.95	95.75	372.97	4.25
	在产品	4,057.77	3,924.47	96.71	133.30	3.29
	发出商品	8,590.79	6,887.06	80.17	1,703.74	19.83
	合计	26,867.48	24,332.64	90.57	2,534.84	9.43

报告期各期末，公司库龄1年以上的存货主要系发出商品。报告期内，公司发出商品库龄逐期增长，主要系发出商品金额随着公司大宗业务的逐步扩大而增加，且大宗业务验收结算周期较长所致。

③发出商品的形成原因

公司发出商品形成主要系公司开展大宗业务销售所致，大宗业务销售模式指公司通过直接与房地产企业或装饰装修等企业签订销售合同，按照合同约定完成发货、安装及验收等工作，时间周期较长，因而形成发出商品。

④发出商品的具体内容、金额、库龄分布、期后结转成本情况

A、2024年6月30日

单位：万元

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
山东头社区村庄改造项目LS0104-054(K-1-1)地块批量装修项目	2,087.06	2,087.06		尚未完工结算，成本未结转
虹口区瑞虹新城七号地块发展项目木制品工程二标段项目	1,733.43	1.44	1,731.99	尚未完工结算，成本未结转

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
余姚兰香园成品木作工程	854.11	854.11		尚未完工结算，成本未结转
嘉兴东栅项目地块户内门及踢脚线供应及安装工程	797.61	70.19	727.42	尚未完工结算，成本未结转
泰康深圳前海医院项目木质门供应及安装工程	683.65	682.47	1.17	尚未完工结算，成本未结转
四川泰康西南医院项目一期业态木质门供应及安装工程	626.97	97.97	528.99	2024年9月完工结算，期后已结转成本
扬州天祥府B北地块项目	604.15	604.15		尚未完工结算，成本未结转
水利地产苏州林溪雅苑项目	522.57	341.13	181.43	尚未完工结算，成本未结转
宁波山悦云庭项目示范区地板	439.17	439.17		尚未完工结算，成本未结转
中交昆明映象美庐项目	437.43	6.39	431.04	尚未完工结算，成本未结转
佛山玖钻广场13栋室内装修项目	420.84	420.84		尚未完工结算，成本未结转
余政储出（2020）18号地块良语云缦项目	464.18	427.29	36.90	2024年8月完工结算，期后已结转成本
泰康（南京）国际医学中心项目木质门供应及安装工程	393.40	17.83	375.58	2024年8月完工结算，期后已结转成本
余政储出（2020）18号地块良语云缦项目	378.55	29.70	348.85	2024年8月完工结算，期后已结转成本
昆明中交碧桂园东园项目	376.18		376.18	2024年9月完工结算，期后已结转成本
浦东新区康桥工业区东区 PDP0-1402 单元 E08B-05 地块租赁住房项目	369.82		369.82	尚未完工结算，成本未结转
苏地 2020-WG-37 地块项目（锦麟壹品）	355.54	0.63	354.92	2024年7月完工结算，期后已结转成本
宁波缦云项目	337.24	337.24		尚未完工结算，成本未结转
南京 N0. 溧水 2021G09 地块玖宸府项目	334.10	334.10		尚未完工结算，成本未结转
新区 2021G02 地块（天宸云筑）项目	309.13	303.75	5.37	2024年10月完工结算，期后已结转成本
萧政储出（2021）35号地块项目（文宸望府）	302.97	300.83	2.13	尚未完工结算，成本未结转
水沐未来印象花园项目木地板采购及安装工程	289.95	283.90	6.05	尚未完工结算，成本未结转
中交厦门10号地块项目	288.17	188.25	99.93	尚未完工结算，成本未结转
余政储出（2022）4号地块开发项目（未珂宸铭府）	286.44	286.44		尚未完工结算，成本未结转
丽水市紫金路与丽阳街交叉口东北侧地块商住用房项目	283.66	252.72	30.94	尚未完工结算，成本未结转
扬州华建天祥C地块	274.84	272.07	2.77	尚未完工结算，成本未结转
中交贵阳春风景里项目	266.68	263.99	2.69	尚未完工结算，成本未结转
贝壳圣都装企渠道	262.45	262.45		尚未完工结算，成本未结转
宁波市东部新城核心区 E-1#、E-9-a 地块木门供应及安装工程	250.45	49.83	200.61	尚未完工结算，成本未结转
南京滨江 G78 项目	228.05	225.47	2.58	尚未完工结算，成本未结转
杭州春宸上府项目	219.98	219.98		尚未完工结算，成本未结转
暄泽大厦精装修工程户内收纳柜供货及安装	213.55	213.55		尚未完工结算，成本未结转
江宁 N02021G44 项目	201.21	198.58	2.63	尚未完工结算，成本未结转
镇海区 ZH09-03-07 地块（杨柳映月）项目成品木作（收纳柜、户内门）	195.57	16.54	179.03	2024年9月完工结算，期后已结转成本

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
佛山禅城玖钻广场（123亩）项目8-10#户	193.14	193.14		尚未完工结算，成本未结转
佛山玖钻广场12栋一标段室内装修项目	191.98	191.98		尚未完工结算，成本未结转
荣安地产进步林语芳庭项目（姜山核心十号地块）	177.75	35.66	142.10	尚未完工结算，成本未结转
荣安地产杭州春熙上和湾项目	177.24	22.17	155.06	尚未完工结算，成本未结转
杭政储出（2015）46号地块旅馆项目木地板供应及安装工程	173.20		173.20	2024年9月完工结算，期后已结转成本
郑州康桥玖玺园项目	162.92	160.77	2.15	尚未完工结算，成本未结转
佛山玖钻广场12栋二标段室内装修项目	156.34	156.34		尚未完工结算，成本未结转
汕头熙海岸五期项目批量一标段	154.60	151.82	2.78	尚未完工结算，成本未结转
杭房富阳启润学府	154.48	152.05	2.43	尚未完工结算，成本未结转
珠海玖榕湾项目	154.05	148.94	5.11	尚未完工结算，成本未结转
大家绍兴梅山东锦玥府项目	151.29	147.86	3.43	2024年7月完工结算，期后已结转成本
杭政储出（2019）77号地块娱乐康体用房项目	145.57	145.57		尚未完工结算，成本未结转
中南锦时江阴兰樾雅苑项目	140.25	55.69	84.56	尚未完工结算，成本未结转
杭政储出（2021）36号地块项目木地板供货及安装工程（湖镜天宸里）	136.28	134.16	2.13	尚未完工结算，成本未结转
水利地产水沐韶华项目	127.78	113.01	14.77	尚未完工结算，成本未结转
深圳玖誉雅筑1、2、4单元商品房室内装修项目	125.22	25.88	99.34	尚未完工结算，成本未结转
西房48号地块宸鹭语轩项目	121.73	117.87	3.86	尚未完工结算，成本未结转
大家武汉光谷项目示范区	120.90	118.10	2.80	尚未完工结算，成本未结转
佛山玖钻广场6-7栋室内装修项目	120.44	117.84	2.60	尚未完工结算，成本未结转
中山岐雅居1-3栋室内装修项目	118.92	117.08	1.84	尚未完工结算，成本未结转
佛山玖钻广场14栋室内装修项目	118.39	118.39		尚未完工结算，成本未结转
汕头熙海岸五期项目批量二标段	115.06	115.06		尚未完工结算，成本未结转
天阳云栖龙山项目	112.18		112.18	2024年9月完工结算，期后已结转成本
河源玖云台项目二标（2-6#）批量精装修项目	103.92	103.92		尚未完工结算，成本未结转
苏地2017-WG-47号地块精装房（2-103、8-105、9-102、9-106）收纳系统工程	102.92	102.92		尚未完工结算，成本未结转
其他零星及样板房项目	3,384.70	2,348.61	1,036.09	
合计	23,030.31	15,184.87	7,845.44	

注：期后结转成本情况系截至2024年10月31日。

B、2023年12月31日

单位：万元

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
虹口区瑞虹新城七号地块发展项目木制品工程二标段项目	1,733.38	2.13	1,731.26	尚未完工结算，成本未结转
嘉兴东栅项目地块户内门及踢脚线供应及安装工程	796.00	796.00		尚未完工结算，成本未结转

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
富阳秦望府项目	655.45	391.51	263.93	2024年5月完工结算,已结转成本
四川泰康西南医院项目一期业态木质门供应及安装工程	626.97	625.16	1.81	2024年9月完工结算,期后已结转成本
泰康深圳前海医院项目木质门供应及安装工程	586.11	586.10	0.01	尚未完工结算,成本未结转
水利地产苏州林溪雅苑项目	521.73	512.12	9.61	尚未完工结算,成本未结转
新区2020G26地块(天宸江樾花园)	460.32	456.84	3.48	2024年6月完工结算,已结转成本
中交昆明映象美庐项目	437.43	23.35	414.08	尚未完工结算,成本未结转
余姚兰香园成品木作工程	407.58	407.58		尚未完工结算,成本未结转
泰康(南京)国际医学中心项目木质门供应及安装工程	392.93	391.93	1.00	2024年8月完工结算,期后已结转成本
余政储出(2020)18号地块良语云缦项目	392.20		392.20	2024年8月完工结算,期后已结转成本
余政储出(2020)18号地块良语云缦项目	377.69	350.30	27.39	2024年8月完工结算,期后已结转成本
昆明中交碧桂园东园项目	376.18		376.18	2024年9月完工结算,期后已结转成本
浦东新区康桥工业区东区PDPO-1402单元E08B-05地块租赁住房项目	369.82		369.82	尚未完工结算,成本未结转
杨浦区新江湾城N091104单元A3-05地块租赁住房住宅项目	369.77	0.07	369.70	2024年3月完工结算,已结转成本
苏地2020-WG-37地块项目(锦麟壹品)	355.54	258.90	96.64	2024年7月完工结算,期后已结转成本
杭州圣都家居装企渠道	333.33	333.33		尚未完工结算,成本未结转
新区2021G02地块(天宸云筑)项目	309.06	305.99	3.07	2024年10月完工结算,期后已结转成本
中交厦门10号地块项目	283.17	282.48	0.70	尚未完工结算,成本未结转
丽水市紫金路与丽阳街交叉口东北侧地块商住房项目	281.68	278.98	2.70	尚未完工结算,成本未结转
水沐未来印象花园项目木地板采购及安装工程	279.32	274.43	4.89	尚未完工结算,成本未结转
萧政储出(2021)35号地块项目(文宸望府)	275.14	275.14		尚未完工结算,成本未结转
扬州华建天祥C地块	274.83	274.83		尚未完工结算,成本未结转
众安温州葡萄棚项目	274.46	264.73	9.73	2024年3月完工结算,已结转成本
中交贵阳春风里项目	264.28	262.30	1.98	尚未完工结算,成本未结转
合肥融侨花园八、九号(不含B8#B11#)项目木地板供应及安装	254.16	14.31	239.85	2024年5月完工结算,已结转成本
宁波市东部新城核心区E-1#、E-9-a地块木门供应及安装工程	250.16	250.09	0.07	尚未完工结算,成本未结转
上海圣都家居装企渠道	223.61	220.30	3.31	尚未完工结算,成本未结转
萧政储出(2020)44号地块项目(青漫里)	209.24	23.83	185.41	2024年4月完工结算,已结转成本
富政储出(2021)12号地块项目地板采购工程(银湖二期)	206.39	204.46	1.93	2024年5月完工结算,已结转成本
乌镇达园银龄公寓二期服务型公寓固定柜项目	199.17	91.03	108.13	2024年2月完工结算,已结转成本
水利地产淮安水沐清华紫光园项目	196.46	190.88	5.59	2024年6月完工结算,已结转成本

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
镇海区 ZH09-03-07 地块（杨柳映月）项目成品木作（收纳柜、户内门）	195.57	195.57		2024年9月完工结算，期后已结转成本
合肥融侨花园十号地块项目	194.41	194.23	0.18	2024年5月完工结算，已结转成本
暄泽大厦精装修工程户内收纳柜供货及安装	186.61	186.61		尚未完工结算，成本未结转
荣安地产进步林语芳庭项目（姜山核心十号地块）	177.75	7.97	169.79	尚未完工结算，成本未结转
荣安地产杭州春熙上和湾项目	177.24		177.24	尚未完工结算，成本未结转
杭政储出（2015）46号地块旅馆项目木地板供应及安装工程	173.20		173.20	2024年9月完工结算，期后已结转成本
佛山禅城玖钻广场（123亩）项目8-10#户	166.67	166.67		尚未完工结算，成本未结转
汕头熙海岸五期项目批量一标段	154.60	154.60		尚未完工结算，成本未结转
珠海玖榕湾项目	154.05	154.05		尚未完工结算，成本未结转
佛山玖钻广场12栋一标段室内装修项目	143.73	143.73		尚未完工结算，成本未结转
中南锦时江阴兰樾雅苑项目	140.25	136.42	3.82	尚未完工结算，成本未结转
南京滨江 G78 项目	138.62	138.31	0.30	尚未完工结算，成本未结转
深圳玖誉雅筑1、2、4单元商品房室内装修项目	125.22	125.22		尚未完工结算，成本未结转
佛山玖钻广场6-7栋室内装修项目	120.44	120.44		尚未完工结算，成本未结转
中山岐雅居1-3栋室内装修项目	118.92	118.92		尚未完工结算，成本未结转
大家绍兴梅山东锦玥府项目	116.40	113.03	3.37	2024年7月完工结算，期后已结转成本
佛山玖钻广场12栋二标段室内装修项目	116.39	116.39		尚未完工结算，成本未结转
杭房富阳启润学府	112.31	109.52	2.78	尚未完工结算，成本未结转
天阳云栖龙山项目	112.18	0.02	112.16	2024年9月完工结算，期后已结转成本
苏地2017-WG-47号地块精装房（2-103、8-105、9-102、9-106）收纳系统工程	102.85	102.85		尚未完工结算，成本未结转
其他零星及样板房项目	3,378.09	2,542.01	836.08	
合计	19,279.06	13,175.67	6,103.39	

注：期后结转成本情况系截至2024年10月31日。

C、2022年12月31日

单位：万元

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
虹口区瑞虹新城七号地块发展项目木制品工程二标段项目	1,731.26	1,731.26		尚未完工结算，成本未结转
温州老港区项目	1,324.86	1,324.86		2023年5月完工结算，已结转成本
养云公馆项目	704.83	704.83		2023年12月完工结算，已结转成本
丽水莲都灵山社区项目1-22#楼实木复合地板供货及安装工程	622.20	617.90	4.30	2023年9月完工结算，已结转成本
温州鹿岛金悦澜湾项目	582.62	501.41	81.21	2023年3月完工结算，已结转成本
宁波市悦玺道柳西项目	548.87	539.86	9.00	2023年6月完工结算，已结转成本

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
苏州柳岸晓风项目	496.02	187.88	308.13	2023年6月完工结算，已结转成本
中交昆明映象美庐项目	414.08	409.59	4.49	尚未完工结算，成本未结转
余政储出（2020）18号地块良语云缦项目	397.92	397.92		2024年8月完工结算，期后已结转成本
昆明中交碧桂园东园项目	376.18	375.68	0.51	2024年9月完工结算，期后已结转成本
浦东新区康桥工业区东区 PDPO-1402 单元 E08B-05 地块租赁住房项目	369.82	369.82		尚未完工结算，成本未结转
杨浦区新江湾城 N091104 单元 A3-05 地块租赁住宅项目	369.70	246.72	122.98	2024年3月完工结算，已结转成本
南京誉江府项目木地板供应与安装	351.75	343.52	8.23	2023年12月完工结算，已结转成本
富政储出（2019）13号地块项目地板采购及安装工程（银湖一期）	329.51	323.59	5.92	2023年12月完工结算，已结转成本
温州榕华福邸项目木地板供货及安装	320.91	319.40	1.51	2023年12月完工结算，已结转成本
杭语清澄公寓项目	317.62	317.62		2023年10月完工结算，已结转成本
南站荷源府项目	301.09	296.63	4.46	2023年12月完工结算，已结转成本
上海城源浦江社区 MHPO-1307 单元 G03-04 地块租赁住房项目	293.28	293.28		2023年12月完工结算，已结转成本
璟云公馆项目	292.17	292.17		2023年12月完工结算，已结转成本
杭州未来里一二期（北地块）项目	283.61	235.02	48.59	2023年12月完工结算，已结转成本
厦门融侨铂樾府项目高层区木地板供应与安装	278.16	125.15	153.01	2023年11月完工结算，已结转成本
富阳秦望府项目	263.93	263.93		2024年5月完工结算，已结转成本
滨江南京嘉品美寓项目	252.52	252.52		2023年12月完工结算，已结转成本
大家房产萧政储出（2020）12号地块商品住宅（设配套公建）项目	247.33	242.26	5.07	2023年12月完工结算，已结转成本
合肥融侨花园八、九号（不含 B8#B11#）项目木地板供应及安装	239.85	11.86	227.98	2024年5月完工结算，已结转成本
太仓 18-2 地块项目木地板供应与安装	235.32	6.43	228.90	2023年3月完工结算，已结转成本
厦门 J2019 P 02 地块木地板供货及安装工程	234.41	230.45	3.95	2023年8月完工结算，已结转成本
杭语清澄项目	228.54	226.57	1.97	2023年11月完工结算，已结转成本
奉贤南桥新城 15 单元 27A-02A 区域地块新建商品房 18#楼东单元精装修项目	193.63	43.40	150.23	2023年8月完工结算，已结转成本
海曙区西门地段 HS08-04-O1d 地块项目	186.45	184.33	2.12	2023年11月完工结算，已结转成本
萧政储出（2020）44号地块项目（青漫里）	185.41	181.00	4.41	2024年4月完工结算，已结转成本
荣安地产杭州春熙上和湾项目	177.24	177.24		尚未完工结算，成本未结转
上海大家美颂项目	175.57	172.32	3.25	2023年5月完工结算，已结转成本
杭政储出（2015）46号地块旅馆项目木地板供应及安装工程	173.20	5.74	167.46	2024年9月完工结算，期后已结转成本

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
维科地产宁波新芝望府白云项目（维科云望里）	171.52	168.08	3.44	2023年11月完工结算，已结转成本
荣安地产进步林语芳庭项目（姜山核心十号地块）	169.79	167.03	2.76	尚未完工结算，成本未结转
莫干山语（2017）535 地块项目	167.30	167.30		2023年3月完工结算，已结转成本
萧政储出（2020）21号地块项目	158.97	158.17	0.80	2023年6月完工结算，已结转成本
舟山众安普陀如意府项目	133.65	132.35	1.30	2023年7月完工结算，已结转成本
厦门融侨铂樾府项目洋房区木地板供应与安装	127.44	100.01	27.43	2023年11月完工结算，已结转成本
天阳云栖龙山项目	112.18	0.02	112.16	2024年9月完工结算，期后已结转成本
泰康之家长沙湘园项目	111.52	84.60	26.92	2023年12月完工结算，已结转成本
乌镇达园银龄公寓2#项目	110.54	2.12	108.42	2023年1月完工结算，已结转成本
乌镇达园银龄公寓二期服务型公寓固定柜项目	108.13	108.13		2024年2月完工结算，已结转成本
大家房产萧政储出（2020）24号地块项目	107.17	104.07	3.10	2023年6月完工结算，已结转成本
其他零星及样板房项目	1,679.03	1,195.23	483.81	
合计	16,657.09	14,339.26	2,317.84	

注：期后结转成本情况系截至**2024年10月31日**。

D、2021年12月31日

单位：万元

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
绍兴越城区曲屯1号花语江南项目	1,392.79	1,392.79	-	2022年8月完工结算，已结转成本
杭州万象城幸福里项目	1,126.97	1,126.97	-	2022年12月完工结算，已结转成本
乐清绿城锦玉园项目	1,108.60	-	1,108.60	2022年4月完工结算，已结转成本
绿都金科和宁文华项目	831.86	831.86		2022年6月完工结算，已结转成本
温州万家花城项目	686.51	634.25	52.26	2022年5月完工结算，已结转成本
西滨五幸金座项目	317.56	317.56	-	2022年6月完工结算，已结转成本
苏州柳岸晓风项目	308.13	308.13		2023年6月完工结算，已结转成本
太仓18-2地块项目木地板供应与安装	228.90	228.90		2023年3月完工结算，已结转成本
合肥融侨花园八、九号（不含B8#B11#）项目木地板供应及安装	227.98	227.98	-	2024年5月完工结算，已结转成本
雅达酒店乌镇达园项目	221.77	13.59	208.18	2022年4月完工结算，已结转成本
九雅花园木地板供货安装工程	185.31	185.31	-	2022年12月完工结算，已结转成本
杭政储出（2015）46号地块旅馆项目木地板供应及安装工程	167.46	37.48	129.98	2024年9月完工结算，期后已结转成本
厦门融侨铂樾府项目高层区木地板供应与安装	153.01	153.01		2023年11月完工结算，已结转成本

发出商品项目	金额	1年以内	1年以上	期后结转成本情况
奉贤南桥新城 15 单元 27A-02A 区域地块新建商品房 18#楼东单元精装修项目	150.23	150.23	-	2023 年 8 月完工结算，已结转成本
杨浦区新江湾城 N091104 单元 A3-05 地块租赁住宅项目	122.98	122.98	-	2024 年 3 月完工结算，已结转成本
泰康之家蜀园项目二期 5#楼木地板供应安装工程	120.55	101.86	18.68	项目终止，已退回
天阳云栖龙山项目	112.16	73.33	38.84	2024 年 9 月完工结算，期后已结转成本
乌镇达园银龄公寓 2#项目	108.42	108.42	-	2023 年 1 月完工结算，已结转成本
其他零星及样板房项目	1,019.61	872.41	147.20	
合计	8,590.79	6,887.06	1,703.74	

注：期后结转成本情况系截至**2024年10月31日**。

报告期各期末，公司发出商品余额分别为 8,590.79 万元、16,657.09 万元、19,279.06 万元和 **23,030.31 万元**，报告期内大幅上涨。近年来，随着住宅精装修比例的不断提升，住宅精装修逐渐成为整体家居行业重要的业务增长点，公司亦正在发展整体家居产品的大宗业务，公司发展此项业务符合行业发展趋势，有利于加强公司的竞争优势，加快形成公司在定制家居板块的市场地位，因此发出商品余额大幅上升。

由上表可知，公司发出商品的库龄主要在 1 年以内，部分库龄 1 年以上的发出商品主要系因其项目周期较长，且验收需多方确认所致。

报告期内，公司存货可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定，账面成本高于可变现净值的部分已计提存货跌价准备。由于小部分原材料、在产品 and 库存商品的可变现净值低于成本，公司报告期各期末存货跌价准备余额分别为 578.05 万元、612.73 万元、550.03 万元和 **688.15 万元**；除此之外，报告期内不存在其他需要计提跌价准备的存货。

（8）合同资产

报告期内，公司合同资产明细列示如下：

单位：万元

项目	2024. 6. 30			2023.12.31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
应收质保金	1,382.99	364.24	1,018.75	1,327.58	329.29	998.29
合计	1,382.99	364.24	1,018.75	1,327.58	329.29	998.29

（续上表）

项目	2022.12.31			2021.12.31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
应收质保金	876.37	261.58	614.79	371.12	94.00	277.12
合计	876.37	261.58	614.79	371.12	94.00	277.12

2021年末、2022年末、2023年末和2024年6月末，公司合同资产账面价值分别为277.12万元、614.79万元、998.29万元和**1,018.75万元**，占流动资产的比例分别为0.39%、0.62%、0.67%和**0.52%**，占比较低，主要为应收质保金。

（9）其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产明细列示如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预缴企业所得税	46.59	4.21%	10.93	1.29%	78.87	3.62%	63.98	10.02%
待抵扣增值税进项税	166.74	15.05%	9.25	1.09%	1,395.26	64.11%	10.37	1.62%
发行费用	894.53	80.74%	830.38	97.63%	702.08	32.26%	564.34	88.36%
合计	1,107.85	100.00%	850.56	100.00%	2,176.20	100.00%	638.69	100.00%

报告期各期末，公司其他流动资产分别为638.69万元、2,176.20万元、850.56万元和**1,107.85万元**，主要由发行费用、预缴企业所得税及待抵扣增值税进项税构成。

2、非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
投资性房地产	2,215.90	4.31%	-	-	-	-	-	-
固定资产	40,459.45	78.76%	43,458.44	82.05%	23,971.52	44.59%	22,867.03	67.89%
在建工程	65.22	0.13%	92.23	0.17%	20,215.96	37.60%	1,526.62	4.53%
使用权资产	143.34	0.28%	215.33	0.41%	265.32	0.49%	40.58	0.12%
无形资产	7,897.93	15.37%	8,589.46	16.22%	8,638.68	16.07%	8,855.27	26.29%
长期待摊费用	-	-	25.29	0.05%	85.97	0.16%	207.98	0.62%
递延所得税资产	538.25	1.05%	442.33	0.84%	316.60	0.59%	186.40	0.55%
其他非流动资产	48.73	0.09%	141.29	0.27%	271.35	0.50%	-	-
合计	51,368.80	100.00%	52,964.36	100.00%	53,765.41	100.00%	33,683.88	100.00%

公司非流动资产主要包括固定资产、在建工程 and 无形资产，报告期各期末，上述资产合计占非流动资产的比例分别为 98.71%、98.25%、98.44% 和 **94.26%**。公司非流动资产项目具体分析如下：

（1）投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产具体情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
账面原值								
房屋及建筑物	2,389.06	75.06%	-	-	-	-	-	-
土地使用权	793.98	24.94%	-	-	-	-	-	-
合计	3,183.04	100.00%	-	-	-	-	-	-
累计折旧								
房屋及建筑物	822.03	85.00%	-	-	-	-	-	-
土地使用权	145.12	15.00%	-	-	-	-	-	-
合计	967.14	100.00%	-	-	-	-	-	-
账面价值								
房屋及建筑物	1,567.04	70.72%	-	-	-	-	-	-
土地使用权	648.86	29.28%	-	-	-	-	-	-
合计	2,215.90	100.00%	-	-	-	-	-	-

公司投资性房地产主要为房屋建筑物、土地使用权，资产状况良好。2024年6月末，公司投资性房地产账面价值为 2,215.90 万元，占非流动资产的比例为 4.31%。2024年6月末投资性房地产账面余额较上年末增加主要系本期将部分房产出租，由固定资产和无形资产转入所致。

（2）固定资产

① 固定资产构成及变动情况

报告期各期末，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
账面原值								
房屋及建筑物	43,038.32	68.44%	45,409.92	69.93%	27,143.69	63.88%	24,341.41	61.74%
机器设备	16,848.75	26.79%	16,625.57	25.60%	12,852.95	30.25%	12,671.97	32.14%

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
运输工具	597.77	0.95%	551.35	0.85%	515.86	1.21%	515.86	1.31%
电子及其他设备	2,395.98	3.81%	2,346.41	3.61%	1,977.00	4.65%	1,894.24	4.80%
合计	62,880.83	100.00%	64,933.25	100.00%	42,489.49	100.00%	39,423.48	100.00%
累计折旧								
房屋及建筑物	12,446.73	55.51%	12,253.46	57.06%	10,349.35	55.89%	9,163.29	55.71%
机器设备	7,967.76	35.54%	7,325.29	34.11%	6,471.85	34.95%	5,794.19	35.23%
运输工具	372.08	1.66%	396.27	1.85%	396.95	2.14%	340.07	2.07%
电子及其他设备	1,634.81	7.29%	1,499.80	6.98%	1,299.82	7.02%	1,150.38	6.99%
合计	22,421.38	100.00%	21,474.81	100.00%	18,517.97	100.00%	16,447.93	100.00%
减值准备								
房屋及建筑物	-	-	-	-	-	-	-	-
机器设备	-	-	-	-	-	-	108.51	100.00%
运输工具	-	-	-	-	-	-	-	-
电子及其他设备	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-	-	-	108.51	100.00%
账面价值								
房屋及建筑物	30,591.59	75.61%	33,156.46	76.29%	16,794.34	70.06%	15,178.12	66.38%
机器设备	8,880.99	21.95%	9,300.29	21.40%	6,381.10	26.62%	6,769.27	29.60%
运输工具	225.69	0.56%	155.08	0.36%	118.91	0.50%	175.78	0.77%
电子及其他设备	761.18	1.88%	846.62	1.95%	677.17	2.82%	743.86	3.25%
合计	40,459.45	100.00%	43,458.44	100.00%	23,971.52	100.00%	22,867.03	100.00%

公司固定资产主要为房屋建筑物、机器设备，资产状况良好。报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 22,867.03 万元、23,971.52 万元、43,458.44 万元和 40,459.45 万元，占非流动资产的比例分别为 67.89%、44.59%、82.05%和 78.76%。2021 年末，公司已对部分闲置的固定资产计提了减值准备。

2023 年末，固定资产账面原值较上年末增加了 22,443.76 万元，其中房屋及建筑物较上年末增加 18,266.23 万元、机器设备较上年末增加 3,772.63 万元，主要系增加年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目等房屋建筑物及机器设备。2022 年末，固定资产账面原值较上年末增加了 3,066.01 万元，其中房屋及建筑物较上年末增加 2,802.28 万元，主要系增加年产 3000 立方重组装饰材项目（二期）等房屋建筑物。2024 年 6 月末，固定资产账面原值较上年末减少了 2,052.42 万元，主要系本期将部分房屋建筑物转至投资性房地产所致。

②购置、在建工程转入的房屋及建筑物、机器设备情况

报告期内，公司购置、在建工程转入的房屋及建筑物、机器设备情况如下：

单位：万元

类别	增加方式	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
房屋及建筑物	购置	-	98.62	5.95	48.32
	在建工程转入	20.46	18,180.51	2,796.33	3,618.63
	小计	20.46	18,279.13	2,802.28	3,666.94
机器设备	购置	97.84	453.50	160.16	275.79
	在建工程转入	220.29	3,838.42	591.00	885.41
	小计	318.13	4,291.92	751.16	1,161.20

③固定资产的折旧年限对比情况

公司各类固定资产折旧年限与同行业可比公司的折旧年限不存在重大差异，具体情况如下：

可比公司	类别	折旧年限（年）	残值率（%）
兔宝宝	房屋及建筑物	10-30	5或10
	机器设备	5-10	5或10
	运输工具	3-10	5或10
	其他设备	3-10	5或10
索菲亚	房屋及建筑物	20	5
	机器设备	10	5
	运输设备	5	5
	电子设备	3~5	5
欧派家居	房屋及建筑物	20	3-10
	机器设备	10	3-10
	运输设备	5	3-10
	其他设备	5	3-10
千年舟	房屋及建筑物	10-20	5
	通用设备	3-10	5
	专用设备	4-15	5
	运输工具	3-6	5
云峰新材	房屋及建筑物	3-20	0-10
	机器设备	5-10	0-10
	运输工具	5	0-10
	电子及其他设备	3-10	0-10

数据来源：WIND

（3）在建工程

报告期各期末，公司在建工程期末余额分别为 1,526.62 万元、20,215.96 万元、92.23 万元和 **65.22 万元**，占非流动资产的比例分别为 4.53%、37.60%、0.17% 和 **0.13%**。2022 年末公司在建工程金额大幅增加，主要系年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目投入增加所致。2023 年末公司在建工程金额减少，主要系年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目本期转固所致。

报告期内，公司各期末的在建工程账面价值具体情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
年产 3000 立方米重组装饰材项目（二期）	-	-	188.31	1,033.43
年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目	-	-	19,761.81	9.76
零星工程	65.22	92.23	265.85	483.42
合计	65.22	92.23	20,215.96	1,526.62

报告期内，在建工程具体项目情况如下：

①2024 年 1-6 月

单位：万元

工程名称	总预算	期初数	本期投入	本期转固	其他减少	期末数
零星工程		92.23	223.03	250.05		65.22
合计		92.23	223.03	250.05		65.22

②2023 年度

单位：万元

工程名称	总预算	期初数	本期投入	本期转固	其他减少	期末数
年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目	40,197.64	19,761.81	1,178.98	20,940.79	-	-
年产 3000 立方米重组装饰材项目（二期）	3,020.00	188.31	1.36	189.67	-	-
零星工程		265.85	1,046.36	1,219.97	-	92.23
合计		20,215.96	2,226.70	22,350.43	-	92.23

（续上表）

工程名称	开工时间	（预计）完工时间	主要建设方	完工进度（%）
年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目	2021 年 7 月	2023 年 2 月	浙江振升建设有限公司	53.00
年产 3000 立方米重组装饰材项目（二期）	2020 年 12 月	2022 年 10 月	浙江大东吴杭萧绿建科技有限公司	100.00

注：年产 3000 立方米重组装饰材项目（二期）主体工程于 2022 年 10 月完成，剩余零星设备于 2023 年验收转固；年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目分两期进行，一期项目已于 2023 年验收转固，二期项目截至目前尚未动工。

③2022 年度

单位：万元

工程名称	总预算	期初数	本期投入	本期转固	其他减少	期末数
年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目	40,197.64	9.76	19,752.05	-	-	19,761.81
年产 3000 立方米重组装饰材项目（二期）	3,020.00	1,033.43	1,668.06	2,513.19	-	188.31
零星工程		483.42	709.26	926.83	-	265.85
合计		1,526.62	22,129.37	3,440.02	-	20,215.96

（续上表）

工程名称	开工时间	（预计）完工时间	主要建设方	完工进度（%）
年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目	2021 年 7 月	2023 年 7 月	浙江振升建设有限公司	50.00
年产 3000 立方米重组装饰材项目（二期）	2020 年 12 月	2022 年 10 月	浙江大东吴杭萧绿建科技有限公司	99.00

注：年产 3000 立方米重组装饰材项目（二期）主体工程于 2022 年 10 月完成，剩余零星设备尚未验收转固。

④2021 年度

单位：万元

工程名称	总预算	期初数	本期投入	本期转固	其他减少	期末数
年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目	40,197.64		9.76			9.76
年产 3000 立方米重组装饰材项目（二期）	3,020.00	9.60	1,368.76	344.92		1,033.43
升华云峰综合办公楼建设项目	4,000.00	3,214.28	489.74	3,704.02		
零星工程		215.84	1,023.00	755.42		483.42
合计		3,439.72	2,891.26	4,804.37		1,526.62

（续上表）

工程名称	开工时间	（预计）完工时间	主要建设方	完工进度（%）
年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目	2021 年 7 月	2023 年 7 月	浙江振升建设有限公司	0.02
年产 3000 立方米重组装饰材项目（二期）	2020 年 12 月	2022 年 10 月	浙江大东吴杭萧绿建科技有限公司	40.00
升华云峰综合办公楼建设项目	2019 年 6 月	2021 年 2 月	浙江乔兴建设集团有限公司	100.00

报告期内，公司大额在建工程转入固定资产，主要为公司综合办公楼建设、年产 30 万套智能化全屋定制家居建设项目、厂区扩建改造进行的相关工程完工转固。公司在工程竣工验收后、达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。报告期各期末，公司在建工程不存在重大减值因素，未计提减值准备。

（4）使用权资产

报告期各期末，公司使用权资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	房屋及建筑物	比例	房屋及建筑物	比例	房屋及建筑物	比例	房屋及建筑物	比例
成本	535.92	100.00%	515.82	100.00%	402.58	100.00%	81.16	100.00%
合计	535.92	100.00%	515.82	100.00%	402.58	100.00%	81.16	100.00%
累计折旧	392.58	100.00%	300.50	100.00%	137.26	100.00%	40.58	100.00%
合计	392.58	100.00%	300.50	100.00%	137.26	100.00%	40.58	100.00%
账面价值	143.34	100.00%	215.33	100.00%	265.32	100.00%	40.58	100.00%
合计	143.34	100.00%	215.33	100.00%	265.32	100.00%	40.58	100.00%

2021年末、2022年末、2023年末和2024年6月末，公司使用权资产的账面价值分别为40.58万元、265.32万元、215.33万元和**143.34万元**，占当年非流动资产的比例分别为0.12%、0.49%、0.41%和**0.28%**，占比较低，主要为承租的房屋及建筑物。

（5）无形资产

报告期各期末，公司无形资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
账面原值								
土地使用权	9,229.10	91.96%	10,023.08	93.66%	10,023.08	96.10%	10,023.08	96.64%
商标专用权	6.38	0.06%	6.38	0.06%	6.38	0.06%	6.38	0.06%
管理软件	800.50	7.98%	671.63	6.28%	400.43	3.84%	342.02	3.30%
合计	10,035.98	100.00%	10,701.08	100.00%	10,429.88	100.00%	10,371.48	100.00%
累计摊销								
土地使用权	1,820.34	85.14%	1,861.30	88.15%	1,652.98	92.28%	1,444.66	95.28%
商标专用权	6.38	0.30%	6.38	0.30%	6.38	0.36%	6.38	0.42%
管理软件	311.33	14.56%	243.94	11.55%	131.84	7.36%	65.16	4.30%
合计	2,138.06	100.00%	2,111.62	100.00%	1,791.20	100.00%	1,516.20	100.00%
账面价值								
土地使用权	7,408.76	93.81%	8,161.78	95.02%	8,370.10	96.89%	8,578.41	96.87%
商标专用权	-	-	-	-	-	-	-	-
管理软件	489.17	6.19%	427.68	4.98%	268.59	3.11%	276.86	3.13%

合计	7,897.93	100.00%	8,589.46	100.00%	8,638.68	100.00%	8,855.27	100.00%
----	----------	---------	----------	---------	----------	---------	----------	---------

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 8,855.27 万元、8,638.68 万元、8,589.46 万元和 **7,897.93 万元**，占非流动资产的比例分别为 26.29%、16.07%、16.22%和 **15.37%**。报告期各期末，公司无形资产的账面原值总体较为稳定，主要为土地使用权。

（6）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
品牌代言费	-	-	-	61.32
租入固定资产改良支出	-	25.29	85.97	146.66
合计	-	25.29	85.97	207.98

2021 年末、2022 年末和 2023 年末，公司长期待摊费用账面余额分别为 207.98 万元、85.97 万元和 25.29 万元，占当年非流动资产的比例分别为 0.62%、0.16%和 0.05%，占比较低，公司长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用，为品牌代言费和租入固定资产改良支出。

（7）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	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
应收款项坏账准备	893.50	151.09	714.70	121.10	245.06	41.41	84.92	15.32
合同资产减值准备	364.24	54.64	329.29	48.17	261.58	39.85	94.00	15.75
存货跌价准备	688.15	115.59	550.03	97.02	612.73	107.94	578.05	102.33
内部交易未实现利润	666.19	115.70	268.64	46.51	242.61	54.89	232.44	53.00
递延收益	581.20	92.68	511.74	81.86	472.02	72.53	-	-
租赁交易	50.39	8.54	223.08	47.66	-	-	-	-
合计	3,243.66	538.25	2,597.48	442.33	1,834.00	316.60	989.42	186.40

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 186.40 万元、316.60 万元、442.33 万元和 **538.25 万元**，占当年非流动资产的比例分别为 0.55%、0.59%、

0.84%和 1.05%，占比较低。递延所得税资产主要为**应收款项坏账准备**、**存货跌价准备**和**内部交易未实现利润产生的可抵扣暂时性差异**。

（8）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
预付长期资产款	48.73	141.29	271.35	-
合计	48.73	141.29	271.35	-

2022年末、2023年末和**2024年6月末**，公司其他非流动资产分别为271.35万元、141.29万元和**48.73万元**，占当年非流动资产的比例分别为0.50%、0.27%和**0.09%**，占比较低；其他非流动资产主要为预付长期资产款。

（二）资产运营能力分析

报告期内，公司与资产周转能力相关的主要财务指标如下：

财务指标	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
应收账款周转率（次）	32.85	99.98	175.46	302.01
存货周转率（次）	3.58	7.78	6.78	8.00

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款管理较好，应收账款周转率较高。应收账款周转率较高主要与公司销售模式和收入规模相关。公司以先款后货结算方式为主，账期结算方式为辅，因此公司期末应收账款余额相对较小。

公司应收账款周转率与同行业可比公司对比情况如下：

单位：次

公司名称	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
兔宝宝	2.36	5.22	5.49	7.64
索菲亚	2.51	5.91	6.43	8.90
欧派家居	4.82	13.54	16.29	22.66
千年舟	-	54.47	37.29	27.05
平均值	3.23	19.79	16.38	16.56
云峰新材	32.85	99.98	175.46	302.01

数据来源：WIND，同行业可比公司千年舟未披露**2024年1-6月**的相关数据

发行人应收账款周转率高于同行业可比公司，主要系发行人直销规模低于同

行业可比公司所致。兔宝宝 2020 年合并了青岛裕丰汉唐木业有限公司，且随着兔宝宝大宗业务的拓展，其应收账款增加，应收账款周转率下降。索菲亚和欧派家居随着其大宗业务的发展，信用期内尚未结算的大宗业务货款增加，导致其应收账款增加，应收账款周转率相对较低。发行人的应收账款周转率高于千年舟，主要系发行人主营业务收入中直销占比低于千年舟所致，千年舟一般会给予直销客户一定的信用额度和信用期。发行人自 2019 年开始增加大宗业务的收入，报告期内直销规模低于同行业可比公司，因此应收账款余额相对较低，应收账款周转率高于同行业可比公司具有合理性。

2、存货周转率

发行人存货周转率与同行业可比公司对比如下：

单位：次

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
兔宝宝	6.38	14.55	11.87	10.62
索菲亚	5.35	11.59	10.31	10.77
欧派家居	5.56	11.78	10.69	12.31
千年舟	-	9.14	9.42	10.83
平均值	5.76	11.76	10.57	11.13
云峰新材	3.58	7.78	6.78	8.00

数据来源：WIND，同行业可比公司千年舟未披露 2024 年 1-6 月的相关数据

报告期内，发行人存货周转率分别为 8.00 次、6.78 次、7.78 次和 3.58 次，发行人的存货周转率低于同行业可比公司。报告期内，发行人的存货周转率低于兔宝宝，主要系兔宝宝 OEM 生产比例高于发行人，使得其存货周转率相对较高。发行人的存货周转率低于索菲亚和欧派家居，主要系索菲亚和欧派家居以定制家居产品为主，均主要是订单式生产，导致其存货周转率相对较高。发行人的存货周转率整体低于千年舟，主要系发行人产品线更加丰富，周转较快的人造板产品占主营业务收入的比重整体低于千年舟。

十四、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债情况分析

报告期内，公司负债结构及变动情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	117,165.69	99.36%	87,159.75	99.18%	70,099.50	98.85%	48,107.97	98.24%
非流动负债	757.43	0.64%	721.28	0.82%	812.80	1.15%	863.74	1.76%
合计	117,923.13	100.00%	87,881.03	100.00%	70,912.30	100.00%	48,971.70	100.00%

1、流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	22,878.22	19.53%	-	-	-	-	-	-
应付票据	1,159.54	0.99%	-	-	-	-	-	-
应付账款	43,596.99	37.21%	43,949.77	50.42%	28,665.82	40.89%	16,624.07	34.56%
预收款项	246.61	0.21%	-	-	-	-	-	-
合同负债	27,045.31	23.08%	21,130.81	24.24%	18,804.08	26.82%	11,835.86	24.60%
应付职工薪酬	4,239.38	3.62%	6,190.44	7.10%	5,135.32	7.33%	5,826.62	12.11%
应交税费	4,307.69	3.68%	4,460.27	5.12%	6,386.64	9.11%	3,130.95	6.51%
其他应付款	12,697.13	10.84%	10,445.65	11.98%	10,325.52	14.73%	9,862.20	20.50%
一年内到期的非流动负债	50.39	0.04%	181.78	0.21%	125.80	0.18%	41.36	0.09%
其他流动负债	944.45	0.81%	801.04	0.92%	656.32	0.94%	786.91	1.64%
合计	117,165.69	100.00%	87,159.75	100.00%	70,099.50	100.00%	48,107.97	100.00%

公司流动负债主要包括短期借款、应付账款、合同负债、应付职工薪酬和其他应付款，报告期各期末，上述负债合计占流动负债的比例超过 89%。公司流动负债项目具体分析如下：

(1) 短期借款

报告期各期末，公司短期借款具体情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
质押借款	22,878.22	-	-	-
合计	22,878.22	-	-	-

2024年6月末，公司短期借款余额为 22,878.22 万元，占流动负债的比例为 19.53%。2024年6月末公司短期借款较上年未增加，主要系为了提高资金使用效益，本期增加银行承兑汇票贴现且未对其终止确认计入短期借款所致。

(2) 应付票据

单位：万元

项目	2024. 6. 30	2023. 12. 31	2022. 12. 31	2021. 12. 31
银行承兑汇票	1,159.54	-	-	-
合计	1,159.54	-	-	-

2024年6月末，公司应付票据余额为1,159.54万元，占流动负债的比例为0.99%，占比较低。报告期内，公司应付票据全部为银行承兑汇票。2024年6月末，公司应付票据余额较期初增加1,159.54万元，主要系随着公司业务规模扩大，为充分利用银行信用并提高资金运用效率，公司与部分供应商以银行承兑汇票形式进行结算，从而使得报告期内应付票据余额增加。

(3) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款构成如下：

单位：万元

项目	2024. 6. 30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
应付经营性采购款	42,040.69	39,642.42	20,973.62	15,218.53
应付长期资产购置款	1,556.29	4,307.35	7,692.20	1,405.54
合计	43,596.99	43,949.77	28,665.82	16,624.07

公司应付账款主要为应付供应商的货款、广告费用、设备和工程款等。报告期各期末，公司应付账款的余额分别为16,624.07万元、28,665.82万元、43,949.77万元和**43,596.99万元**，占同期流动负债的比例分别为34.56%、40.89%、50.42%和**37.21%**。2022年末公司应付账款余额较期初增加12,041.75万元，增幅为72.44%，其中应付经营性采购款增加5,755.08万元，应付长期资产购置款增加6,286.66万元；应付经营性采购款增加主要系①公司在招商银行股份有限公司湖州分行开具国内信用证1,850.82万元，截至2022年12月31日尚未结清；②2022年12月末公司付款进度受到影响。应付长期资产购置款增加主要系年产30万套智能化全屋定制家居建设项目工程项目投入增加所致；2023年末公司应付账款余额较期初增加15,283.95万元，增幅为53.32%，主要系①子公司浙江云峰莫干山营销有限公司在招商银行股份有限公司杭州分行开具信用证，截至2023年12月31日，尚有未结清信用证12,624.76万元；②随着公司业务规模的增加，2023年12月的采购额较2022年12月增长，对应2023年末应付账款增加较多所致。

①报告期各期末，公司应付账款账龄情况

单位：万元

期间	应付账款余额	1 年以内		1 年以上	
		金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
2024 年 6 月 30 日	43,596.99	42,072.91	96.50	1,524.07	3.50
2023 年 12 月 31 日	43,949.77	43,659.29	99.34	290.48	0.66
2022 年 12 月 31 日	28,665.82	28,160.49	98.24	505.33	1.76
2021 年 12 月 31 日	16,624.07	16,088.76	96.78	535.31	3.22

公司存在账龄 1 年以上的应付款项，报告期各期末账龄 1 年以内应付账款占比分别为 96.78%、98.24%、99.34%和 **96.50%**，应付账款账龄基本在 1 年以内。

②应付账款的前五名供应商情况

报告期内各期末，公司应付账款的前五名供应商情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应付账款余额的比例
2024 年 6 月 30 日			
1	廊坊多果木业有限公司	1,909.87	4.38%
2	文安县增维木业有限公司	1,835.68	4.21%
3	贵州旭仁木业有限责任公司	1,349.10	3.09%
4	江苏莱宝装饰材料有限公司	1,216.73	2.79%
5	嘉善弘福家具科技股份有限公司	1,198.72	2.75%
合计		7,510.09	17.23%
2023 年 12 月 31 日			
1	浙江振升建设有限公司	3,304.60	7.52%
2	文安县增维木业有限公司	1,985.84	4.52%
3	湖南宏森新材料科技有限责任公司	1,742.26	3.96%
4	嘉善弘福家具科技股份有限公司	1,475.22	3.36%
5	徐州森晟源木业有限公司	1,467.58	3.34%
合计		9,975.51	22.70%
2022 年 12 月 31 日			
1	浙江振升建设有限公司	5,415.40	18.89%
2	德清东清木业有限公司	1,479.68	5.16%
3	江苏莱宝装饰材料有限公司	1,240.80	4.33%
4	浙江海纳木业有限公司	1,214.39	4.24%
5	湖州隆得兴木业有限公司	650.83	2.27%
合计		10,001.10	34.89%
2021 年 12 月 31 日			
1	浙江海纳木业有限公司	1,399.01	8.42%

序号	单位名称	账面余额	占应付账款余额的比例
2	临沂市万木森荣木业有限公司	627.42	3.77%
3	浙江乔兴建设集团有限公司	523.65	3.15%
4	山东朝泰实业有限公司	459.65	2.76%
5	临沂市兰山区玉明板材厂	426.23	2.56%
合计		3,435.96	20.67%

（4）预收款项

报告期各期末，公司预收款项金额如下：

单位：万元

项目	2024. 6. 30	2023. 12. 31	2022. 12. 31	2021. 12. 31
预收租金	246. 61	-	-	-
合计	246. 61	-	-	-

2024年6月末，公司预收款项的余额为246.61万元，占同期流动负债的比例为0.21%，占比较低，主要系预收的租金款项。

（5）合同负债

报告期各期末，公司合同负债金额如下：

单位：万元

项目	2024. 6. 30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
销售商品预收款项	27,045.31	21,130.81	18,804.08	11,835.86
合计	27,045.31	21,130.81	18,804.08	11,835.86

2021年末、2022年末、2023年末和2024年6月末，公司合同负债的余额分别为11,835.86万元、18,804.08万元、21,130.81万元和27,045.31万元，占同期流动负债的比例分别为24.60%、26.82%、24.24%和23.08%。

①公司合同负债余额大幅上升的原因

公司合同负债余额大幅上升的原因主要系公司2019年开始拓展家居、地板类的大宗业务，大宗业务客户以安装验收完成为收入确认时点，周期较长，导致预收大宗业务货款增加。

②预收销售货款的前五名客户情况

报告期各期末，公司预收销售货款的前五名客户情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占合同负债余额的比例
2024年6月30日			
1	济南川丽德市政建设工程有限公司	1,774.92	6.56%
2	上海瑞虹新城有限公司	1,672.28	6.18%
3	广东省煜晖装饰工程有限公司	1,223.24	4.52%
4	浙江嘉源贸易有限公司	856.67	3.17%
5	扬州华煦置业有限公司	647.85	2.40%
合计		6,174.97	22.83%
2023年12月31日			
1	上海瑞虹新城有限公司	1,521.61	7.20%
2	济南川丽德市政建设工程有限公司	809.05	3.83%
3	浙江嘉源贸易有限公司	761.91	3.61%
4	四川泰康西南医院有限公司	541.76	2.56%
5	南京鼎隍建筑装饰有限公司	477.84	2.26%
合计		4,112.18	19.46%
2022年12月31日			
1	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	2,192.04	11.66%
2	上海瑞虹新城有限公司	1,195.69	6.36%
3	福州品悦行装修工程有限公司	914.20	4.86%
4	浙江嘉源贸易有限公司	778.64	4.14%
5	杭州臻麟贸易有限公司	730.76	3.89%
合计		5,811.33	30.90%
2021年12月31日			
1	乐清绿城佳园房地产开发有限公司	1,010.02	8.53%
2	浙江金迪门业有限公司	730.74	6.17%
3	杭州泰都置业有限公司	620.38	5.24%
4	绍兴京越房地产开发有限公司	602.78	5.09%
5	浙江雅达酒店有限公司	198.47	1.68%
合计		3,162.38	26.72%

③合同负债收取的时点

销售模式	收取时点
经销渠道（含商标授权）	主要采取先款后货的形式
大宗业务	主要收款时点包括：1、合同签订预付款；2、到货进度款；3、验收进度款；4、质保金。不同的客户收款节点存在差异，收款比例存在差异

④合同负债（包含其他流动负债）的账龄

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
1年以内	22,188.85	17,207.09	17,922.93	11,009.55
1年以上	5,800.91	4,724.75	1,537.47	1,613.21
合计	27,989.76	21,931.84	19,460.40	12,622.76

⑤合同负债（包含其他流动负债）期后收入情况

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
合同负债（包含其他流动负债）余额	27,989.76	21,931.84	19,460.40	12,622.76
期后确认收入金额	11,774.53	13,755.09	16,982.72	12,380.49
收入确认比例	42.07%	62.72%	87.27%	98.08%

注：期后确认收入金额系截至2024年10月31日的的数据

（6）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬构成如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
短期薪酬	4,132.25	5,985.43	5,045.29	5,641.67
离职后福利-设定提存计划	107.13	205.01	90.03	184.94
合计	4,239.38	6,190.44	5,135.32	5,826.62

其中，短期薪酬构成如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
工资、奖金、津贴和补贴	3,813.33	5,762.66	4,792.85	5,373.42
社会保险费	66.83	76.71	56.04	128.17
其中：医疗保险费	57.98	56.86	50.11	107.06
工伤保险费	8.84	19.86	5.92	21.11
住房公积金	60.99	60.85	57.69	56.18
工会经费和职工教育经费	191.10	85.21	138.72	83.90
合计	4,132.25	5,985.43	5,045.29	5,641.67

其中，离职后福利-设定提存计划如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
基本养老保险	103.67	197.94	86.93	178.57
失业保险	3.46	7.07	3.11	6.38
合计	107.13	205.01	90.03	184.94

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 5,826.62 万元、5,135.32 万元、

6,190.44 万元和 **4,239.38 万元**，占同期流动负债总额的比例分别为 12.11%、7.33%、7.10%和 **3.62%**。应付职工薪酬主要为短期薪酬中的工资、奖金、津贴和补贴，主要系公司计提的报告期各期最后一个月工资于次月发放以及计提的奖金于次年年初发放所致。

截至 **2024 年 6 月 30 日**，应付职工薪酬余额主要系公司计提的 **2024 年 6 月工资及 2024 年 1-6 月奖金**，不存在拖欠性质的应付职工薪酬。

（7）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	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
增值税	702.72	854.99	2,218.33	1,092.57
消费税	37.66	104.49	201.88	80.89
企业所得税	3,152.59	2,850.67	3,503.34	1,561.36
代扣代缴个人所得税	27.93	33.21	25.00	19.05
城市维护建设税	35.15	45.53	96.83	58.70
房产税	149.50	256.37	194.26	184.79
土地使用税	107.66	209.15	9.21	69.93
车船税	-	-	0.20	0.22
印花税	59.27	60.18	40.77	4.73
教育费附加	21.09	27.32	58.10	35.22
地方教育附加	14.06	18.21	38.73	23.48
环境保护税	0.06	0.15	-	-
合计	4,307.69	4,460.27	6,386.64	3,130.95

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 3,130.95 万元、6,386.64 万元、4,460.27 万元和 **4,307.69 万元**，占流动负债的比例分别为 6.51%、9.11%、5.12%和 **3.68%**，2022 年末应交税费余额增加，主要系根据《国家税务总局 财政部关于延续实施制造业中小微企业延缓缴纳部分税费有关事项的公告》（国家税务总局 财政部公告 2022 年第 2 号）的相关规定，制造业中型企业可以延缓缴纳企业所得税、增值税等税费金额的 50%，延缓的期限为 6 个月。2023 年末应交税费余额减少，主要系公司已缴纳前述延缓缴纳的税费。

（8）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
押金保证金	11,395.66	9,469.74	9,514.38	8,432.90
其他	1,301.47	975.90	811.14	1,429.30
合计	12,697.13	10,445.65	10,325.52	9,862.20

报告期各期末，公司其他应付款分别为 9,862.20 万元、10,325.52 万元、10,445.65 万元和 12,697.13 万元，占流动负债的比例分别为 20.50%、14.73%、11.98%和 10.84%。公司其他应付款主要为押金保证金，保证金和押金主要系收取的经销商和备品备件供应商的保证金及押金。

①押金保证金的形成原因

报告期内，公司押金保证金主要包括向供应商收取的产品质量保证金和向经销商收取的销售履约保证金。

根据公司《OEM 供应商管理制度》规定及与供应商签订的采购合同约定，供应商具有较强的品牌意识和质量服务理念，能按公司要求提交产品质量保证金，并能接受公司的产品质量监督。合同保证金在双方合作期限届满，且公司对其履约行为无任何异议后，将保证金无息退还。

根据公司《经销商管理制度》规定及与经销商签订的经销协议约定，经销商需按规定向公司交付一定金额的合同履约保证金，并在合作协议签订时交至公司（可依据经销商所销售的产品种类、销售额等方面确定）。合作关系终止时，履行相关条款的规定，并办理相关手续后公司将保证金无息退还。

公司向供应商、经销商收取的相关产品质量保证金、销售履约保证金，符合行业惯例，有利于加强公司的质量管理和履约保障。

②押金保证金的收取对象、期后结转情况

单位：万元

类别	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
产品质量保证金	5,908.77	51.85	4,611.00	48.69	4,816.00	50.62	3,818.00	45.28
销售履约保证金	5,169.88	45.37	4,626.13	48.85	4,510.33	47.41	4,488.85	53.23
其他保证金	307.01	2.69	222.61	2.35	178.05	1.87	116.05	1.38
押金	10.00	0.09	10.00	0.11	10.00	0.11	10.00	0.12
合计	11,395.66	100.00	9,469.74	100.00	9,514.38	100.00	8,432.90	100.00

报告期各期末，公司押金保证金主要由向供应商收取的产品质量保证金和向经销商收取的销售履约保证金构成，报告期各期末二者合计占押金保证金的比例分别为 98.51%、98.03%、97.54% 和 **97.22%**。2021 至 2024 年 6 月末产品质量保证金和销售履约保证金有所增长，主要系公司的采购规模和销售规模变动所致。

公司在与经销商、供应商合作关系终止后，办理相关手续后公司将保证金无息退还。

（9）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2024. 6. 30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
一年内到期的租赁负债	50.39	181.78	125.80	41.36
合计	50.39	181.78	125.80	41.36

（10）其他流动负债

单位：万元

项目	2024. 6. 30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
待转销项税额	944.45	801.04	656.32	786.91
合计	944.45	801.04	656.32	786.91

2、非流动负债分析

报告期各期末，公司非流动负债的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024. 6. 30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁负债	-	-	41.30	5.73%	136.01	16.73%	-	-
递延收益	581.20	76.73%	511.74	70.95%	472.02	58.07%	479.88	55.56%
递延所得税负债	176.23	23.27%	168.25	23.33%	204.77	25.19%	383.85	44.44%
合计	757.43	100.00%	721.28	100.00%	812.80	100.00%	863.74	100.00%

公司非流动负债主要为递延收益和递延所得税负债，非流动负债项目具体分析如下：

（1）租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
租赁负债	-	41.43	136.43	-
减：未确认融资费用	-	0.13	0.42	-
合计	-	41.30	136.01	-

（2）递延收益

报告期各期末，公司递延收益情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31	与资产相关/ 与收益相关
德清县工业互联网平台示范项目	111.34	123.71	148.45	173.20	与资产相关
2020年智能车间示范项目	59.23	64.30	74.46	84.61	与资产相关
2022年云峰家居整木生产线及基础设施提升改造项目	63.34	68.77	79.63	-	与资产相关
2020年德清县工业领域5G融合应用专项计划实施项目	7.33	9.33	13.33	17.33	与资产相关
2019年智能化技术改造项目	18.85	20.93	25.08	29.22	与资产相关
省级智能车间奖励	22.69	24.44	27.93	31.42	与资产相关
2021年云峰家居整木生产线及基础设施提升改造项目	30.68	33.27	38.45	43.64	与资产相关
2020年工业互联网平台建设及应用项目	17.35	23.47	35.71	47.96	与资产相关
智能化技改项目补助款	33.91	35.96	-	-	与资产相关
其他与资产相关的政府补助	40.75	24.79	28.97	33.15	与资产相关
数字化改造软件投入补助	109.77	-	-	-	与资产相关
桉杨木单板太阳能预干协同干燥技术示范项目（与收益相关）	-	-	-	5.79	与收益相关
定制家居产品自动识别与智能分拣技术项目	-	-	-	13.55	与收益相关
木质制品表面绿色装饰材料应用示范项目	46.87	46.87	-	-	与收益相关
其他与收益相关的政府补助	19.09	35.89	-	-	与收益相关
合计	581.20	511.74	472.02	479.88	

报告期各期末，公司递延收益余额分别为479.88万元、472.02万元、511.74万元和**581.20万元**，主要是政府补助。

报告期内，发行人递延收益中的政府补助具体情况详见本节“十二、经营成果分析”之“（六）利润表其他项目分析”之“2、其他收益”的相关内容。

（3）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30		2023.12.31		2022.12.31		2021.12.31	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
交易性金融工具的公允价值变动	416.83	98.40	233.68	58.42	51.62	12.84	-	-
股份支付费用	220.33	47.98	293.77	63.98	881.31	191.93	1,762.61	383.85
租赁交易	143.34	29.85	215.33	45.85	-	-	-	-
合计	780.50	176.23	742.78	168.25	932.93	204.77	1,762.61	383.85

报告期各期末，公司递延所得税负债余额分别为 383.85 万元、204.77 万元、168.25 万元和 176.23 万元，占当年非流动负债的比例分别为 44.44%、25.19%、23.33%和 23.27%。递延所得税负债主要为按等待期分摊确认的股份支付费用产生的应纳税暂时性差异等。

（二）偿债能力分析

1、最近一期末的借款情况

截至 2024 年 6 月末，除了本期增加银行承兑汇票贴现且未对其终止确认计入短期借款 22,878.22 万元，公司不存在其他银行借款、关联方借款、合同承诺债务、或有负债等借款情况。

2、报告期内借款费用资本化的情况

报告期内，公司不存在借款费用资本化的情况。

3、公司未来借款本金及利息的偿付计划

截至 2024 年 6 月末，公司预计未来十二个月除生产经营产生的负债外无到期需偿付的债务。

4、偿债能力指标

（1）偿债能力指标

报告期各期末，公司偿债能力水平及其变动情况如下表所示：

财务指标	2024.6.30 /2024 年 1-6 月	2023.12.31 /2023 年度	2022.12.31 /2022 年度	2021.12.31 /2021 年度
流动比率（倍）	1.67	1.71	1.41	1.48

财务指标	2024.6.30 /2024年1-6月	2023.12.31 /2023年度	2022.12.31 /2022年度	2021.12.31 /2021年度
速动比率（倍）	1.35	1.32	0.93	0.94
资产负债率（母公司）	55.90%	35.20%	37.50%	12.55%
资产负债率（合并）	47.77%	43.53%	46.54%	46.64%
息税折旧摊销前利润（万元）	21,066.92	44,708.48	34,000.06	31,029.49
利息保障倍数（倍）	589.57	4,906.98	3,351.85	17,297.35

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.48、1.41、1.71 和 **1.67**，速动比率分别为 0.94、0.93、1.32 和 **1.35**，流动比率、速动比率较为稳定；合并资产负债率分别为 46.64%、46.54%、43.53% 和 **47.77%**，整体较为稳定。

报告期内，公司盈利能力较强，息税折旧摊销前利润逐年增加，利息保障倍数保持在较高水平，能够有效保证公司按期偿还到期债务。报告期内，公司不涉及借款费用资本化的情形。

（2）同行业可比公司比较

报告期内，发行人流动比率与同行业可比公司对比如下：

公司名称	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
兔宝宝	1.24	1.36	1.07	1.01
索菲亚	0.93	1.02	1.02	1.05
欧派家居	1.10	1.24	1.38	1.36
千年舟	-	0.55	0.55	0.58
平均值	1.09	1.04	1.01	1.00
云峰新材	1.67	1.71	1.41	1.48

数据来源：WIND，同行业可比公司千年舟未披露 2024 年 1-6 月的相关数据

报告期内，发行人合并资产负债率与同行业可比公司对比如下：

公司名称	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
兔宝宝	47.22%	47.56%	52.85%	60.06%
索菲亚	47.30%	49.99%	49.87%	52.23%
欧派家居	51.68%	47.25%	42.28%	38.40%
千年舟	-	66.82%	67.12%	65.69%
平均值	48.73%	52.91%	53.03%	54.10%
云峰新材	47.77%	43.53%	46.54%	46.64%

数据来源：WIND，同行业可比公司千年舟未披露 2024 年 1-6 月的相关数据

报告期内，发行人流动比率整体略高于同行业可比公司指标平均值，主要系同行业可比公司中千年舟的流动比率相对较低所致；报告期内，千年舟的流动比

率相对较低主要系其投入大量资金购建长期资产，占据较多的营运资金，且其主要通过债权融资方式筹集营运资金，导致流动比率相对较低。报告期内，发行人资产负债率与同行业可比公司指标平均值较为接近。

发行人流动比率、资产负债率与同行业可比公司不存在显著差异，资产负债变动趋势显示公司发展稳健，具备良好的偿债能力。

（三）股利分配

1、报告期内股利分配政策

根据《公司法》及《公司章程》，公司的股利分配政策如下：

（1）公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

（2）公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

（3）公司可以采取现金或者股票的方式分配股利。

2、报告期内股利分配情况

2021 年 6 月 25 日，公司召开 2020 年年度股东大会，审议通过了《2020 年度利润分配预案》，同意每股派发 1.3 元（含税）现金股利，共派送现金 12,350 万元（含税）。本次股利分配已于 2021 年 7 月实施完毕。

（四）现金流量分析

报告期内，公司的现金流量主要情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
经营活动产生的现金流量净额	22,960.06	56,091.66	32,833.55	24,131.58
投资活动产生的现金流量净额	-56,825.88	13,369.13	-44,014.44	-7,651.40
筹资活动产生的现金流量净额	1,637.96	-329.09	-308.25	-13,001.55
现金及现金等价物净增加额	-32,214.93	69,187.04	-11,431.06	3,399.88

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
销售商品、提供劳务收到的现金	183,360.48	374,738.84	298,472.94	262,266.20
收到的税费返还	198.95	2,067.50	211.26	-
收到其他与经营活动有关的现金	8,496.51	8,049.79	8,756.87	5,856.24
经营活动现金流入小计	192,055.94	384,856.13	307,441.07	268,122.44
购买商品、接受劳务支付的现金	135,383.08	265,042.93	224,865.27	197,887.19
支付给职工以及为职工支付的现金	13,858.53	22,857.82	20,904.97	19,150.16
支付的各项税费	8,838.61	21,192.02	11,439.13	12,655.69
支付其他与经营活动有关的现金	11,015.66	19,671.70	17,398.14	14,297.83
经营活动现金流出小计	169,095.88	328,764.47	274,607.52	243,990.86
经营活动产生的现金流量净额	22,960.06	56,091.66	32,833.55	24,131.58

报告期内，公司经营活动产生的现金流入主要为销售商品收到的现金，经营活动产生的现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金。报告期内，公司营业收入呈增长趋势，经营活动产生的现金流量净额较高，公司经营活动获取现金的能力较强。

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 262,266.20 万元、298,472.94 万元、374,738.84 万元和 **183,360.48 万元**，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比较如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
销售商品、提供劳务收到的现金	183,360.48	374,738.84	298,472.94	262,266.20

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
营业收入	163,434.79	342,929.19	266,880.91	236,182.24
销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比	1.12	1.09	1.12	1.11

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入基本匹配，销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比持续高于1.00，系公司主要采用先款后货的销售模式，经营活动产生的现金流质量较高，且收到的现金流中包含增值税所致。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为24,131.58万元、32,833.55万元、56,091.66万元和**22,960.06万元**。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的构成如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
净利润	14,856.21	31,968.69	24,540.39	22,389.71
加：资产减值准备	405.47	353.46	505.51	495.74
信用减值准备	247.01	595.45	177.15	53.35
固定资产折旧、使用权资产、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,984.16	3,619.15	2,676.48	2,536.86
无形资产摊销	171.55	320.42	275.00	247.46
长期待摊费用摊销	25.29	60.69	122.01	97.10
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	16.31	38.32	-22.11	87.66
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0.49	3.35	-	0.30
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-183.15	-196.19	-51.62	-
财务费用（收益以“-”号填列）	33.87	-47.05	-48.85	80.39
投资损失（收益以“-”号填列）	67.93	110.43	-3.91	-49.24
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-95.92	-125.72	-130.21	1.53
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	7.98	-36.52	-179.08	-307.08
存货的减少（增加以“-”号填列）	-3,693.96	-167.48	-7,891.67	-9,510.25
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填	-1,303.23	-2,361.45	-4,794.54	-556.76

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
列)				
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	10,346.61	21,368.57	16,777.71	7,154.74
其他	73.44	587.54	881.31	1,410.09
经营活动产生的现金流量净额	22,960.06	56,091.66	32,833.55	24,131.58
经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额	8,103.85	24,122.97	8,293.15	1,741.87

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润基本匹配。2024年1-6月经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额为8,103.85万元，2023年度经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额为24,122.97万元，2022年度经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额为8,293.15万元，主要系经营性应付项目增加所致。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-7,651.40万元、-44,014.44万元、13,369.13万元和-56,825.88万元。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	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
收回投资收到的现金	44,797.00	28,021.00	51,225.50	77,245.70
取得投资收益收到的现金	28.11	17.92	38.88	58.43
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	20.01	199.61	156.74	91.66
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	181.00	450.00	-
投资活动现金流入小计	44,845.12	28,419.52	51,871.12	77,395.79
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,604.00	7,104.39	17,954.06	7,801.49
投资支付的现金	98,067.00	7,541.00	77,705.50	77,245.70
支付其他与投资活动有关的现金	-	405.00	226.00	-
投资活动现金流出小计	101,671.00	15,050.39	95,885.56	85,047.19
投资活动产生的现金流量净额	-56,825.88	13,369.13	-44,014.44	-7,651.40

报告期内，公司投资活动产生的现金流量金额主要由收回投资所收到的现金、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金和投资支付的现金构成。

报告期内，公司收回投资所收到的现金、投资支付的现金主要系公司为提高货币资金的使用效率，利用暂时闲置资金购买短期银行理财产品、**结构性存款**及可转让大额定期存单所致。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-13,001.55万元、-308.25万元、-329.09万元和**1,637.96万元**。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	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	22,847.71	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	22,847.71	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-	12,350.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	21,209.75	329.09	308.25	651.55
筹资活动现金流出小计	21,209.75	329.09	308.25	13,001.55
筹资活动产生的现金流量净额	1,637.96	-329.09	-308.25	-13,001.55

报告期内，发行人筹资活动现金流量变动主要与发行人分红金额以及**取得借款收到的现金**变动相关，支付其他与筹资活动有关的现金主要为**支付票据保证金**、支付中介机构费用及租赁费。

（五）资本性支出分析

1、报告期内资本支出情况

报告期内，公司资本性支出主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产而发生的支出。报告期内，公司用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为7,801.49万元、17,954.06万元、7,104.39万元和**3,604.00万元**。2022年度公司资本性支出金额相对较大，主要系年产30万套智能化全屋定制家居建设项目、年产3000立方重组装饰材料项目（二期）等投入金额较大所致。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，本公司可预见的重大资本性支出计划主要为本次募集资金投资项目、年产 30 万立方米智能化连续平压高端家具板生产线项目、定向刨花板生产线项目，本次募集资金投资项目的具体内容详见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”。

（六）发行人的流动性分析

报告期各期末，公司的流动性相关指标如下：

单位：万元

项目	2024.6.30 /2024年1-6月	2023.12.31 /2023年度	2022.12.31 /2022年度	2021.12.31 /2021年度
流动比率（倍）	1.67	1.71	1.41	1.48
速动比率（倍）	1.35	1.32	0.93	0.94
流动资产期末余额	195,482.00	148,914.70	98,588.69	71,307.92
流动资产占资产总额的占比	79.19%	73.76%	64.71%	67.92%
流动负债期末余额	117,165.69	87,159.75	70,099.50	48,107.97
流动负债占负债总额的占比	99.36%	99.18%	98.85%	98.24%
经营活动产生的现金流量净额	22,960.06	56,091.66	32,833.55	24,131.58

报告期内，发行人流动比率和速动比率总体较为稳定，各期流动资产均能覆盖流动负债，短期偿债能力较强，财务风险较低。发行人流动负债占负债总额的比重分别为 98.24%、98.85%、99.18%和 **99.36%**，流动负债中主要以**短期借款**、应付账款、合同负债以及其他应付款为主。

综上，公司流动比率、速动比率保持在合理水平，资产流动性较好，盈利能力较强，经营活动产生的现金流量净额均为正数，短期偿债能力较强，不存在较大的流动性风险。

（七）发行人对持续经营能力的评判

报告期内，公司各项偿债能力、营运能力指标良好，资产结构稳定，整体财务状况良好，财务风险较小。公司目前资产结构中流动资产和非流动资产占比相对合理，若本次募集资金投资项目能顺利实施，将进一步带来房屋建筑物、机器设备等非流动资产的增加，从而扩大了定制家居产品的产销规模，有利于提高供

货能力，提升市场份额。随着募投项目的投产并逐步达产，摊薄固定成本，将进一步提高公司的盈利能力。

公司将有效控制财务风险，持续监控各项偿债能力指标并保持在合理的范围之内，努力提高公司经营能力，降低公司财务风险。本次发行完成后，公司资产负债率将大幅下降，短期偿债能力将进一步提高，有利于进一步改善自身的资产负债结构，提高公司的综合竞争实力和抵御市场风险的能力。

公司始终秉承“绿色环保，关爱人类健康”的发展理念，推行精益化管理，以“打造最懂科技的绿色家居领军企业”为战略目标，深耕于室内装饰材料及定制家居成品领域。未来，公司将进一步通过发挥在研发、生产、营销和人才等方面的综合优势，整合优化公司现有资源，巩固在室内装饰材料领域的优势地位，同时加大在定制家居领域的投入，提升市场占有率。未来公司将不断加大研发投入，加强品牌营销力度，扩大“莫干山”品牌效应，并引进国内外先进的自动化生产设备，与信息化技术相结合，提高工厂生产效率，进一步降低企业运营成本，从而提高公司的盈利能力。

综上，公司管理层认为，公司持续经营能力不存在重大不利变化的风险因素。

十五、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）重要承诺事项

1、子公司浙江云峰莫干山营销有限公司在招商银行股份有限公司湖州分行开具信用证，截至 2024 年 6 月 30 日，尚有未结清信用证 11,560.47 万元。子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司、浙江云峰莫干山地板有限公司在中国工商银行股份有限公司德清支行、中国农业银行股份有限公司德清县支行开具保函，截至 2024 年 6 月 30 日，尚有未结清保函 1,119.15 万元。

2、子公司浙江云峰莫干山营销有限公司在招商银行股份有限公司湖州分行开具信用证，截至 2023 年 12 月 31 日，尚有未结清信用证 12,624.76 万元。子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司、浙江云峰莫干山地板有限公司在招商银行股份有限公司湖州德清小微企业专营支行、中国工商银行股份有限公司德清支行、

中国农业银行股份有限公司德清县支行开具保函，截至 2023 年 12 月 31 日，尚有未结清保函 1,027.13 万元。

3、公司在招商银行股份有限公司湖州分行开具信用证，截至 2022 年 12 月 31 日，尚有未结清信用证人民币 1,850.82 万元。子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司、浙江云峰莫干山地板有限公司在招商银行股份有限公司湖州德清小微企业专营支行、中国农业银行股份有限公司德清县支行和中国农业银行股份有限公司德清钟管支行开具保函，截至 2022 年 12 月 31 日，尚有未结清保函 270.88 万元。

4、子公司浙江云峰莫干山家居用品有限公司、浙江云峰莫干山地板有限公司在中国农业银行股份有限公司德清县支行、中国农业银行股份有限公司德清钟管支行开具保函，截至 2021 年 12 月 31 日，尚有未结清保函 194.09 万元。

（二）期后事项、或有事项

1、期后事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的期后事项。

2、或有事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的或有事项。

（三）重大担保、诉讼和其他或有事项

1、诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，除本招股说明书“第十节 其他重要事项”之“三、发行人诉讼或仲裁事项”中披露的诉讼事项之外，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁（系指案件标的在 100 万元以上的诉讼、仲裁案件）事项。

2、其他或有事项

截至本招股说明书签署日，公司及控股子公司不存在为合并报表范围外主体提供担保的情形，无其他或有事项。

十六、盈利预测情况

公司未对本次发行编制盈利预测报告。

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）募集资金投资项目概况

2021年8月18日，公司召开2021年第三次临时股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股股票并上市募集资金投资项目及其可行性的议案》。

公司本次募集资金运用均围绕主营业务进行，扣除发行费用后的募集资金将投资于以下项目：

序号	项目名称	投资总额 (万元)	拟投入募集资金 (万元)	项目备案	环评备案
1	智能化全屋定制家居建设项目	110,319.54	110,319.54	2104-330521-07-02-495382 及 2104-371325-04-01-256693	湖德环建[2021]111号、 费审批环境[2021]127号
2	研发中心及信息化提升改造项目	10,020.16	10,020.16	2105-330521-07-02-970862	湖德环建[2021]120号
3	品牌渠道建设项目	4,600.00	4,600.00	—	—
合计		124,939.70	124,939.70		-

注：在项目实施过程中根据实际情况可能会对资金使用计划做必要调整。

若本次实际募集资金小于上述项目投资资金需求，缺口部分由发行人以自筹方式解决；若实际募集资金满足上述项目投资后尚有剩余，将用于补充流动资金。本次发行的募集资金到位后，发行人将按项目的实施进度及轻重缓急安排使用。同时，为抢占市场先机，在本次发行募集资金到位之前，发行人将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照有关规定予以置换。

（二）募集资金使用管理制度

2021年8月18日，公司召开2021年第三次临时股东大会，审议通过了《关于制定<浙江升华云峰新材股份有限公司募集资金管理制度（草案）>的议案》，对募集资金的存放、使用情况监督与信息披露等进行了规定。本次募集资金到位后，将存放于公司董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。

（三）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、未来经营战略的影响

公司本次公开发行股票募集资金将用于公司的主营业务，是在目前主营业务基础上进行产能扩充、研发升级和品牌推广，符合公司整体的发展战略。其中：“智能化全屋定制家居建设项目”有助于公司满足快速增长的市场需求，释放定制家居的市场盈利空间；“研发中心及信息化提升改造项目”将升级研发基础设施，研发实力及管理水平将进一步提升；“品牌渠道建设项目”将通过加强电视、互联网以及户外广告等媒介渠道的广告投入，完善公司品牌建设，进一步提升公司品牌知名度。

（四）募集资金投资项目的确定依据

2021年8月2日，公司召开第八届董事会第二次会议，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股股票并上市募集资金投资项目及其可行性的议案》，董事会对募集资金投资项目的可行性进行了研究，认为本次募集资金投资项目可行。

1、本次募集资金投资项目与公司的生产经营规模是相匹配的

公司“智能化全屋定制家居建设项目”总投资为110,319.54万元，达产后每年可新增80万套全屋定制家居类产品。随着家居行业“整装”“大家居”概念的流行，人们越来越倾向于“拎包入住”的家居家装体验，这使得精装房逐渐成为发展趋势。与此同时，我国房地产在近几年逐渐走向存量房市场，老房旧房二手房的家居家装改造也给定制家居行业创造了新的增长点。产业链下游广阔的市场空间助力定制家居行业的发展，同时也有助于公司新增的定制家居产品产能消化。

报告期内，公司定制家居类产品销售情况如下：

项目	2024年 1-6月	2023年度	2022年度	2021年度	复合增长率
销售收入（万元）	19,176.60	39,235.11	37,518.61	31,767.99	11.13%

报告期内，公司定制家居类产品销售收入分别为31,767.99万元、37,518.61万元、39,235.11万元和19,176.60万元，2021-2023年复合增长率为11.13%。报告期内公司定制家居类产品的产销率均维持在较高水平。未来，随着人们收入水平和生活水平的提高，橱柜、衣柜等定制家居行业的产品需求也将进一步增长。

面对广阔的市场空间，为抢占更多市场份额，公司有必要新建生产基地扩大产能，以满足快速增长的市场需求，释放定制家居的市场盈利空间。

“研发中心及信息化提升改造项目”总投资为 10,020.16 万元。报告期内，公司每年研发投入在 3,000 万元以上，本项目契合公司战略规划，是公司可持续发展的保障。通过本项目建设，公司将升级研发基础设施，研发实力及管理水平将进一步提升；同时，公司计划构建信息系统生产和营销管理平台，优化生产流程，提升营销管理效率，以在激烈的市场竞争中巩固行业地位。

“品牌渠道建设项目”总投资为 4,600.00 万元。本项目公司将通过加强电视、互联网以及户外广告等媒介渠道的广告投入，完善公司品牌建设，进一步提升公司品牌知名度。同时，公司通过公益活动、家居设计大赛等方式打造品牌形象；通过全国知名地产类或家装类企业协会入会和赞助，与知名地产或家装企业达成战略合作等，打造行业地位，提升行业影响力。此外，通过对经销商门店形象升级，提高市场持续深耕能力。

2、本次募集资金投资项目与公司的财务状况是相匹配的

报告期内，公司营业收入分别为 23.62 亿元、26.69 亿元、34.29 亿元和 **16.34 亿元**，归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低计）分别为 2.12 亿元、2.27 亿元、3.05 亿元和 **1.36 亿元**；截至 **2024 年 6 月末**，公司合并资产负债率为 **47.77%**，公司的盈利能力及财务状况良好。

公司本次募集资金投资项目总金额预计为 124,939.70 万元，本次募集资金项目处于建设期时，公司预计盈利指标会有所下降，但项目投产后，将持续提升公司盈利能力，优化财务结构，从而巩固公司的市场地位，提升核心竞争力。

3、本次募集资金投资项目与公司的技术水平是相匹配的

公司自成立以来就十分重视研发人员的培养，并与行业内著名的高等院校和科研院所建立了良好的产、学、研合作关系；此外，公司还建立了国家级“博士后科研工作站”及省级企业研究院、省级企业技术中心、省级高新技术研究开发中心和省级院士专家工作站等多个技术创新平台。截至 **2024 年 6 月 30 日**，公司拥有各项专利 **181 项**，其中发明专利 **52 项**，为公司的发展奠定了扎实的基础。

公司良好的研发管理团队和技术研发创新经验是公司发展的原动力，为募集资金投资项目的实施提供了坚实的技术支持。

4、本次募集资金投资项目与公司的管理能力是相匹配的

公司在装饰板材行业深耕二十多年，拥有一批多年行业经验的管理、研发和销售人才，对装饰板材行业的发展现状及发展趋势具有良好的理解和专业的判断，对公司未来发展有着科学合理的发展规划，在产供销等方面积累了丰富的实务经验，对公司现有业务以及本次募集资金投资项目均形成了一套行之有效的经营管理模式。

目前，公司已建立了由股东大会、董事会、监事会组成的公司治理结构，三者与管理层共同构建了分工明确、相互配合、相互制衡的运行机制，保障公司内控制度的贯彻执行以及经营管理目标的实现。

综上，公司董事会经分析后认为，公司本次募集资金投资项目及金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，投资项目具备良好的实施背景和市场前景，有利于公司保持良好的盈利能力，公司能够有效使用募集资金，提高公司经营效益，募集资金投资项目是可行的。

（五）募集资金投资项目对同业竞争和发行人独立性的影响

公司本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，也不存在对公司独立性产生不利影响的情形。

（六）募集资金投资项目的土地取得情况

1、发行人本次募投项目用地计划

公司本次募集资金投资项目中，各项目涉及用地情况如下：

公司智能化全屋定制家居项目将在浙江德清和山东费县两地实施，其中，浙江德清生产基地选址浙江省湖州市德清县钟管镇三墩工业区，拟占用土地的面积为 120 亩；山东费县生产基地选址山东省临沂市费县探沂镇石行村东南，拟占用土地的面积为 100 亩。研发中心及信息化提升改造项目无需新增用地，选址位于全资子公司莫干山家居现有厂区内，地址为浙江省湖州市德清县武康镇阜溪街道长虹东街 898 号；品牌渠道建设项目不涉及项目用地事项。

2、发行人取得土地的具体安排、进度和合法合规性

公司智能化全屋定制家居项目将在浙江德清和山东费县两地实施，其中，浙江德清生产基地已与德清县钟管镇人民政府签署了项目合作协议书；公司已办理山东费县生产基地项目用地的出让手续，并取得编号为鲁（2023）费县不动产权第 0003192 号《不动产权证书》。

研发中心及信息化提升改造项目选址位于全资子公司莫干山家居现有厂区内，拟占用场地的面积为 5000 平方米，子公司莫干山家居已取得编号为“浙（2021）德清县不动产权第 0031570 号”的不动产权证。

上述项目用地已办理权属证书或签署合作协议，合法合规。

3、发行人取得土地不存在重大不确定性

截至本招股说明书签署日，公司智能化全屋定制家居项目浙江德清生产基地的项目用地正在办理过程中，尚未取得相应的权属证书。根据德清县自然资源和规划局出具的《关于浙江升华云峰新材股份有限公司募投项目用地相关事项的函》，发行人已向德清县钟管镇人民政府提出申请产业用地，用于建设“年产 50 万套智能化全屋定制家居项目”，利用 5G、大数据等新一代智能制造技术，打造智能化工厂，从而实现定制家居产品的大规模“柔性化生产”，满足消费者个性化需求。项目具体生产基地要求选址在浙江省湖州市德清县钟管镇三墩工业区，拟占用土地面积为 120 亩。该项目拟用地的地块规划为工业用地，符合德清县产业导向。目前，正在开展用地前期各项工作。如果因客观原因需要调整项目落点，德清县自然资源和规划局将积极协调，做好服务保障。

综上，发行人取得募投项目用地不存在重大不确定性。

二、募集资金投资项目的运用情况

（一）智能化全屋定制家居项目

通过本项目的实施，公司将在浙江德清和山东费县新建两处定制家居生产基地，购置国内外先进的生产制造设备，提高产品生产线的自动化水平，减少人工参与程度，提升生产能力的同时提高产品生产效率。项目实施可以进一步扩大公司全屋定制家居类产品生产能力，充分发挥规模化生产效应，降低生产成本，提

高产品利润率，增强公司市场竞争力。

1、项目建设必要性

（1）有利于满足巨大的市场需求，提升公司市场份额

近年来，我国定制家居行业市场规模持续增长，同时未来存量房的翻新需求以及精装修渗透率的提高也将成为推动定制家居市场维持不断增长的主要驱动力。我国定制家居主要集中于定制橱柜、定制衣柜等领域，细分市场有所差别，据申万宏源研究数据显示，预计至 2025 年，定制厨柜、定制衣柜、木门的市场规模将分别达到 1,648 亿元、1,115 亿元和 682 亿元。尽管定制家居市场规模保持稳定增长态势，但根据预测数据来看，我国定制家居市场渗透率依然较低，未来定制家居产品市场规模还将有更多的提升空间。

对于定制家居行业巨大的市场规模和持续增长的市场需求，公司有必要在现有产能基础上扩大生产规模，通过引进国内外先进的柔性生产线，并利用 5G、大数据等新一代智能制造技术，打造智能化工厂，从而实现定制家居产品的大规模“柔性化生产”，满足消费者的个性化需求。同时，公司此次扩产的橱柜、衣柜、木门等成品定制家居产品均为市场热销产品，有利于满足不断增长的市场需求；此外，公司计划在山东费县建设定制家居生产基地，充分利用当地林业资源，通过辐射中国北方区域扩大市场份额，进一步提升公司在行业中的市场地位。

（2）有利于优化客户结构，提升公司营收规模

近年来，公司通过营销网络体系建设，广泛布局国内一二线城市，并在此基础上延伸至三四线城市，以此提升定制家居产品下沉市场占有率。此外，公司还积极与房地产企业和装饰装修企业开展精装房建设合作，以推进定制家居产品在工程项目中的应用。公司拥有近千家主要经销商，凭借优质的服务、良好的产品质量和完善的营销网络布局，公司定制家居业务规模取得了持续较快的增长，2021 年公司定制家居类产品销售收入为 31,767.99 万元，2023 年增长至 39,235.11 万元，复合增长率为 11.13%。未来随着公司业务规模逐步扩大，产能也将无法满足不断增长的订单需求，需要通过新建厂房来满足下游客户需求。同时，大宗工程类客户为保障产品质量和供货能力的稳定性，在选择供应商往往更加倾向与生产能力强的规模化企业合作；因此，为优化客户结构，提升大宗业务客户订单

数量，深度绑定优质大宗业务客户，公司有必要通过新建生产基地，扩大生产能力，满足其订单需求。

本项目成功实施后，公司的定制家居产品生产能力进一步提高，有利于提高供货能力，提升市场份额。产能进一步扩充也将有利于公司未来向行业内下游优质客户群体拓展，增加营收规模。

（3）有利于完善品类布局，构建家居产业链

公司经过二十多年的经营发展，在室内装饰材料中的人造板领域精耕细作，形成了众多的核心竞争优势。但随着中国经济持续稳定发展，中产阶级消费者对于富有设计内涵的优质家居产品需求日益提升，推动了整体家居制造业从追求产量到追求品质的转变，使得全屋定制具备较高的市场消费意愿，未来有望迎来较大的市场机遇。目前多数家居类企业基本处于单品类发展阶段，由于企业自身产品丰富度的限制，无法满足消费者一站式装修需求，前端硬装修过程仍需要消费者自行完成，为达到最优效果，整装公司和家装公司成为了消费者主要装修选择，单一产品企业越来越处于产业链被动地位，从而迫使企业改善业务结构向全屋定制业务的方向发展。在此趋势下，公司计划依托在基础板材领域形成的产品优势、渠道优势、品牌优势等，优化传统专卖模式，坚持多渠道营销策略，做大做强单品的同时，全面布局“大家居”战略，使公司主营业务实现从基础板材向定制家居转型升级。

通过本项目的实施，公司将在浙江德清和山东费县新建两处定制家居生产基地，建成的生产线将夯实定制家居业务，完善公司品类布局和家居产业链，扩大公司市场份额，稳固行业地位。

（4）有利于公司生产线智能制造升级，提升生产效率

我国近年来正面临人口老龄化的挑战，就业倾向制造业适龄人口未来将快速减少。我国“人口红利”自2011年出现拐点之后，青年劳动力人口占比持续下降，15-64岁人口占比由2011年的74.43%下降到2023年的68.26%，适龄人口的减少使制造企业劳动力资源紧缺，用工成本不断上涨，直接影响国内劳动密集型制造企业的利润水平。据国家统计局数据显示，我国规模以上企业制造业就业人员平均工资从2013年的4.29万元增加到2023年的9.25万元，增幅达115.62%。

老龄化趋势和适龄劳动力人口的下降将促使企业转型升级，提升设备智能化水平，从而减少人力成本投入，提升生产效率。此外，2022年1月，工业和信息化部消费品工业司研究起草《关于加快现代轻工产业体系建设的指导意见（征求意见稿）》，提出要深入实施数字化转型，综合应用5G、工业互联网、人工智能等新一代数字技术，开展以设备换芯、生产换线、机器换人为核心的自动化、智能化改造，推动轻工业数字化转型，塑造数字“三品”发展新优势。引导企业建立智能化管理体系，逐步实现研发、设计、制造、营销、服务全产业链数字化、智能化，推动技术、设备、产品和管理提档升级。支持龙头企业构建智能制造平台，鼓励争创国家级工业互联网、两化融合、智能制造试点示范项目。

未来不断上涨的人工成本将一定程度上影响了公司的利润水平；因此，公司有必要通过本项目的实施，购买国内外先进的自动化生产制造设备，并在此基础上通过信息化手段建设自动化柔性生产线，降低人工成本，提升内部运营效率，提高市场竞争力。

（5）有利于满足公司全国性生产布局需要，提高市场竞争力

近年来，随着人们可支配收入的提高和年轻消费群体的不断崛起，橱柜、衣柜等定制家居产品市场规模不断增长，定制家居企业纷纷通过全国性生产布局开始逐步提高定制家居产能，并利用原材料成本、物流成本等优势降低成本，提高市场份额，提升利润水平。近年来，公司结合行业发展趋势和自身发展状况，开始进行全国性生产战略布局，已在山东费县成立子公司并建设生产基地，主营板材、定制家居等产品，但因生产规模较小，且品类单一，不能较好的辐射北方市场的订单需求，由于定制家居产品体积与重量较大，较长距离的运输成本较高，在一定程度上影响了公司对同行业企业的竞争优势。同时，根据《**中国人造板产业报告 2024**》，山东省**2023**年人造板产量达到**7,096**万立方米，占全国人造板总量的**21.2%**。其中，山东临沂被誉为“中国板材之都”，已形成了较为完整的产业链条，成为全国有名的板材生产、出口和交易地。

因此，公司根据全国性区域布局战略规划，拟在山东费县新建一处定制家居生产基地，购置国内外先进的柔性化生产设备，增加定制家居产品品类，提高在山东费县的生产能力。通过本项目的实施，公司将可更好地利用当地完善的产业

链及人才优势，更加及时有效地满足公司北方区域销售订单需求，减少物流运输成本，提高市场竞争力，提升市场份额。

2、项目建设可行性

（1）公司具备定制家居柔性化生产线建设基础，为扩产项目提供经验支持

为满足大量客户不同的设计需求，使工厂达到规模化生产效果，是定制家居行业企业共同面临的问题；因此，智能制造柔性化生产模式成为定制家居企业规模化生产的必然途径。智能制造柔性化生产模式一方面提高了前端的设计自由度，另一方面也提高了生产效率，使企业能够更好满足客户需求。公司为适应行业发展趋势，在定制家居产品生产线，先后引进了国内外先进的智能制造柔性化生产线，并与公司信息化技术相结合，把开料、封边、钻孔、分拣、包装等生产环节流程一体化，使产品的生产规模和生产效率得到有效提升。同时，公司在企业信息化、数字化、智能制造建设方面取得了一系列荣誉称号，包括“国家两化融合体系贯标企业”“省级制造与互联网融合发展示范试点企业”“湖州市智能示范企业”“湖州市深度两化融合试点企业”“2022年工业互联网试点示范企业”等，彰显了公司在柔性生产线建设方面的实力和丰富经验。此外，公司近年来持续对现有工厂的生产工艺和设备进行升级改造，通过智能化技术，使产品订单从店面下单到工厂生产到发货的工作流程实现自动无缝对接，并全程信息化跟踪，确保每一笔订单高效、保质、保量完成。

数字化、智能化是制造业转型升级，实现可持续发展的必经之路，公司丰富的定制家居智能柔性化生产线建设经验，为本次扩产项目的建设提供了有力的经验支持。

（2）公司拥有稳定的营销网络体系，为本项目提供销售支持

公司经过多年的发展建立了稳定的营销渠道，并对经销商和全体员工进行系统性培训，提高经销商和员工的业务素质、操作技能、管理知识、营销技能等。公司主要采用经销商销售模式，已在全国建立近千家主要经销商，构建起从省会城市到县级城市的立体经销商网络，多年来，“莫干山”品牌系列产品广受消费者的青睐。

公司建立的营销渠道和高效服务体系,能够快速有效执行公司的经营决策及营销理念,可对市场变化快速响应,具有较强的营销服务能力,为本项目的实施提供了销售支持。

(3) 公司强大的研发团队和研发经验为项目的实施提供技术支持

公司自成立以来就十分重视研发人员的培养,与行业内著名的高等院校和科研院所建立了良好的产、学、研合作关系;此外,公司还建立了国家级“博士后科研工作站”及省级企业研究院、省级企业技术中心、省级高新技术研究开发中心、省级院士专家工作站和省级工业设计中心等多个技术创新平台。截至**2024年6月30日**,公司拥有各项专利**181项**,其中发明专利**52项**,为公司的发展奠定了扎实的基础。

公司良好的研发管理团队和技术研发创新经验是公司发展的原动力,为本项目的实施提供了坚实的技术支持。

(二) 研发中心及信息化提升改造项目

通过本项目建设,公司计划购置先进研发测试设备、吸纳科研人才及改善研发环境,升级研发基础设施,公司的设计研发实力及管理水平将进一步提升;此外,公司将构建信息系统生产和营销管理平台,优化生产流程,提升营销管理效率;项目建成后,有利于增强公司综合竞争力,以在激烈的市场竞争中巩固行业地位。

1、项目建设必要性

(1) 本项目可加强公司家居产品设计能力,以满足消费者的需求增长

家居市场竞争激烈,具备独特吸引力的家居产品被市场接纳度高,有利于提高其市场份额。首先,伴随着经济发展及消费主力的更替,产品造型设计成为消费者选择商品的重要参考因素,尤其**80、90**群体受时代文化影响,较上代人群,消费理念有诸多变化,造型独特、可彰显个性的商品受欢迎度更高。由于家居产品具有同质化现象,若在产品研发设计方面投入相关资源,获取产品设计优势,将有利于获取消费主力市场。其次,由于生态环境的恶化及国家生产环保化理念的深入,具备前卫生活理念的新中产群体成为其坚定支持者,在商品筛选中,低碳环保的产品更受其青睐;此外,中产群体自我意识强烈,对生活方式有独特见

解，追求高品质、个性化的生活，在家居产品选取上，群体更倾向于选择参与感较强的定制家居，融合符合时代消费者多方面需求的家居产品具有更大吸引力。

本项目的实施有助于提升产品竞争属性，增强产品吸引力。一方面，木质板材家居由于材料特性限制，造型设计优美的产品在生产制造过程中难度更大，需要对材料进行深入研究，进行多方面平衡，进而设计出符合市场需求的产品。本项目建成后将充分发挥科研设计的功能属性，在产品设计方面输出技术价值，进而打造具备市场竞争力的产品；另一方面，环保化生产已成为生产趋势，生产过程中对原材料及成品的无害化处理、污染物扩散预防等亦需要科研技术的助力，本项目将紧随政策引导，承担企业社会责任，开展多个环保化生产方向的研发课题，将研发成果与生产实践相结合，以助力国家政策的实施落地。

（2）本项目有利于提高公司研发实力，是公司战略规划的具体实施

强大的设计研发能力是公司可持续发展的保障，也是公司战略规划的重要组成部分。以科技为本是公司的经营理念，提升公司科技实力可为公司发展注入强劲动力。一方面，随着消费者个性意识崛起，其对商品有个性化的需求，如何将独特需求落地，成为获取这一消费群体的关键，而研发实力便是需求落地的保障，公司可通过多种技术手段的综合应用，解决个性化产品研发难题，从而满足消费者需求；另一方面，未来的市场竞争将是以研发实力为核心的竞争，掌握核心技术才拥有行业话语权及产品生产力，为此，公司将提升研发实力作为公司重要规划，并投入多种资源支撑其落地。

本项目可有效提升公司研发实力，与公司战略规划相契合。首先，人才是公司科研能力的核心，本项目将结合实际需要，采用内部培养与外部招聘相结合的形式，从行业内引进科研人才，并积极与高等院校开展合作交流；此外，本项目建成后，公司有关部门进行深度配合，深入研究市场动态，将市场需求与科研设计基础相结合，提升以市场需求为依据的产品设计产出力；同时，公司正在开展多个研发项目课题，包括“**新型生物质胶制备胶合板关键工艺开发**”“**基于无机胶的低吸湿难燃胶合板的开发**”“**豆粕胶粘剂高性能低成本化关键技术开发**”等；本项目的建设将加快项目课题的研究进度，以快速提升公司的科研实力。

（3）本项目有助于改善研发环境，以适应行业发展趋势

公司经过多年发展，在行业中有较强的市场地位，近年来业务规模不断扩大，公司的“莫干山”品牌产品遍布全国各地，产品市场渗透率较高，深受消费者青睐，公司紧随环保化、定制化的市场趋势，业务规模将得到进一步提升，现有研发场地、设备、人才等不足以支撑未来业务增量，亟需对研发环境进行升级；在行业竞争对手方面，大规模头部企业向来注重研发设备升级及研发环境的建设，并投入大量资源予以支持，由此吸纳了大批业内人才，公司的研发设备及环境与头部企业相比，还存在一定的差距，不利于公司竞争力的提升，因此，对研发环境进行升级为必要之举。

本项目将实施多项措施，以改善现有研发环境。一方面，研发设计由多个环节组成，各环节对研发场地需求不同，随着研发项目课题的增多，现有场地将不能满足研发需要。本项目将新建研发场地，场地的规划将充分考虑现在及未来研发所需，科学合理利用研发空间，以打造高效、完备的研发物理环境；另一方面，项目将购置行业内具有先进性、稳定性的研发设备，以替换目前无法适应研发方向的老旧装备，从而保障研发条件。本项目建成后，研发环境将有较大提升，有利于吸纳研发人才，并进一步助力构建产学研平台，形成公司研发创新的良性循环。

（4）有利于公司进一步打造智慧化生产平台，提高生产效率

对于家居行业，信息化建设可促进行业更好更快发展。一方面，随着消费环境的变化，消费者对家居产品有着个性化、多样化的需求，高度信息化可使消费者的个性化、多样化需求及时传递至研发及设计中心，便于企业研发适应市场需求的产品，为生产提供方向，加快产品产出进程；另一方面，鉴于定制家居市场未来良好的发展态势，企业将面对大量市场需求，信息化生产可对个性化、多样化订单进行快速处理，并分配至相应生产部门，还可对产品生产进行全过程跟踪。因此，信息化、智能化生产是公司生产制造转型升级的重要环节，也是行业发展的必然趋势。

通过本项目的建设，可助力公司进一步打造智慧生产平台，从而提高生产效率。定制家居具有个性化属性，相应的订单类型多样，本项目将打造信息管理系统，可对大量订单进行高效处理，并将生产任务划分至对应部门，整个过程相较于传统模式，效率更高，信息传递更及时，可有效分配生产资源；此外，在产品

生产环节，信息化可助力公司实现规模化生产，信息化可实时掌握各环节生产进度，科学安排生产计划，使生产效率处于最优点，有利于公司形成效率优势。本项目是公司向智能化生产发展的重要一步，是形成公司核心竞争力的有力手段。

（5）有利于优化工作流程，提升公司的营销水平

信息化是经营管理的有效手段，以经营管理为目标构建的信息系统，可以增强经营管理的可预见性、有序性和可控性，注重经营业务活动的过程控制，丰富管理手段，从而实现公司集约化与效益化管理的总体目标。为了提高公司的经营管理效率，公司需要增加在信息化建设方面的投入，通过不断优化现有的系统流程，打通公司内部以及与客户、供应商之间的信息接口，实现数据及时共享，进一步提高决策的效率与准确性，提升销售能力。

通过本信息化项目的建设，公司将建成智慧生产平台以及综合营销管理平台，其中，智慧生产平台将通过 5G 云网融合技术，实现对厂区人、事、财、物和信息的全方位、多维度、全流程的管理；综合营销管理平台将通过打造线上线下整合的营销管理工具和大数据平台，实现对用户群体的消费模式、门店产品的流通与销售过程、门店的推销对象进行升级改造，进而重塑业态结构与生态圈，并对线上服务、线下体验以及大数据精准营销推送进行深度融合，指导、营建线下门店的销售，提升经销商门店的营销水平和管理能力。

2、项目建设可行性

（1）公司多年的技术积累为本项目提供技术经验指导，加快项目建设进度

研发设计能力是产品的核心竞争力，也是未来行业内竞争的主要角力点，公司历来重视研发设计，并成立了家居研究院。在研发投入方面，公司积极搭建高水平科研平台，不断吸纳科研人才，为公司设计研发储备力量；在研发平台方面，公司拥有国家级“博士后科研工作站”及省级企业研究院、省级企业技术中心、省级院士专家工作站、省级工业设计中心和 CNAS 认可实验室等高水平研发平台。

良好的科研基础为本项目提供多方面建设支持。一方面，科研基础可为本项目建设提供技术及经验指导，在科研实力积累过程中，公司拥有数量较多的数据资料，这些资料可为本项目建成后的研发项目提供研发方向指导，此外，公司拥

有可直接运用于其他项目的通用性技术，在此基础上进行研发，可缩短研发周期，为新产品进入市场获取时间优势；另一方面，公司拥有多个省级研发平台，有利于公司产学研规划的实施。多年的科研积累是本项目建设的保障，可加快项目建设进度。

（2）专业的人才队伍为本项目提供人力资源保证

公司科学设立人才方针，以业务板块划分，设立板材研发部门、地板研发部门、家居研发部门、科技木研发部门，各研发部门配置相应业务方向的专业人才，同时，人才队伍中有多位行业内知名专家，拥有多年行业经验，对行业的发展有独特见解；在人才管理及激励制度方面，公司拥有严谨科学的组织架构，人才队伍采取研究院、子公司双向管理模式，可较好促进公司研发工作的高效运行，此外，公司制定并实施了《新产品研发与技术创新奖励制度》，制度有效促进人才工作积极性，对于人才资源充分发挥价值起到了重要作用。

结构合理的人才队伍及完善的人才制度为本项目提供了人才保障。一方面，研发队伍中员工拥有多年行业经验，对于研究方向及市场动态有清晰认知，对技术变革有着敏锐洞察力，可为本项目建设提供规划建议及使用方案；另一方面，本项目建成后，完善的人才制度可为本项目提供制度保障，吸纳、留存优秀人才，以解决人才不足问题，确保本项目的顺利实施。

（3）完善的研发管理制度为本项目开展提供制度保障

完善的研发管理流程及制度是实现研发目标的必要条件，公司经过多年创新发展，在研发流程及制度方面形成了成熟的体系。公司将研发项目分为一般项目及重大项目，对于两类项目，公司设置相应的立项流程及责任划分，可保障项目及时实施及落地，使公司科研部门获取时间优势。其中，一般项目具体研发内容需上报家居研究院，由家具研究院提供技术指导，重大项目的实施以家居研究院为主，子公司、事业部研发部门配合实施为辅。

完善的研发管理流程及制度为本项目提供切实有效的运行框架，保障本项目的投入使用。一方面，研发工作繁琐，涉及方面众多，需有成熟稳定的体系来引导，此外，后续的更新迭代工作需要严谨的研究思路及执行流程，公司的研发管理制度可保障研发项目的顺利实施，实现研发项目科学、有计划的进行；另一

方面，研发管理制度经过多年发展及完善，已较为成熟，可减少本项目正式投入使用的磨合，以提高公司整体运营效率。

综上，公司完善的研发管理体系为本项目提供研发制度保障，可缩短项目空档时间，为公司创造研发的先发优势。

（三）品牌渠道建设项目

通过本项目建设，公司将通过加强电视、互联网以及户外广告等媒介渠道的广告投入，完善公司品牌建设，进一步提升公司品牌知名度。同时，公司通过公益活动、家居设计大赛等方式打造品牌形象；通过全国知名地产类或家装类企业协会入会和赞助，与知名地产或家装企业达成战略合作等，打造行业地位，提升行业影响力。此外，通过对经销商门店形象升级，提高市场持续深耕能力。

1、项目建设必要性

（1）有利于加大产品推广力度，增强品牌知名度

公司所处的室内装饰材料和定制家居行业，具有客户数目众多、覆盖面广以及渠道层级多等特点，随着国内居民人均可支配收入的提升，消费者对房屋装修时的材料及家具的选择较为注重品质，在具备一定美观的前提下，也更加注重绿色环保，因此，更容易选择具备较强品牌知名度的产品。随着技术水平的进步以及市场竞争的日益激烈，企业之间的产品标准化程度不断增强，企业有必要通过品牌宣传推广树立良好的品牌形象寻求更大差异化，创造更多价值。持续地进行大量广告宣传、门店形象升级打造等方式促进市场销售，对巩固和提升公司品牌影响力和市场地位具有长远的重要意义。随着公司经营规模的持续扩大，需要不断升级现有营销系统，同时制定切实可行的品牌推广计划，不断增强品牌知名度，为公司实现长期战略目标奠定基础。

本项目的实施将加大公司现有产品的品牌推广和渠道建设，在传统电视媒体中，公司通过以省为单位，进行成熟市场的卫视广告或优秀栏目冠名广告推广；在线下，公司将根据市场的不同，在当地选择高铁、机场、影院、户外高炮、城市大牌等方式进行推广；在线上，公司将在百度、搜狐等搜索引擎优化、行业垂直类门户网站、腾讯系、头条系、第三方公关公司等互联网广告媒介上加强公司品牌知名度推广，促进线上线下渠道并行发展，提高产品的品牌溢价能力。

（2）有利于实现多维度营销，提高市场深耕能力

近年来随着社交电商以及体验式营销的兴起，通过多维度整合，实现线上线下多渠道发展已成为企业提高市场销售能力的必然选择。公司定制家居等产品注重高品质属性，且是强体验式产品，基于此，公司需要根据产品属性通过线上渠道进行高品质品牌印象的输出，以此实现网络维度营销；另一方面，线下门店可在塑造品牌及营销中发挥重要作用，可实现品牌与消费者的直接接触，通过品牌文化普及及提供优秀的产品体验使品牌与消费者产生共鸣，来达成线下渠道营销。因此，进一步加大互联网及门店等的品牌宣传渠道，有利于实现多维度营销，提高市场的深耕能力。

通过本项目的建设，公司将加大线上广告推广活动，同时在线下通过家居设计大赛、知名全屋定制展会参展等方式打造品牌形象，提升品牌美誉度；此外，公司还将对线下门店形象进行升级，提升消费者购物体验。

（3）有利于提高产品附加值，提升公司盈利能力

随着我国经济水平提升及人们环保意识增强，环境友好型产品正被市场所推崇，消费者在产品选择时倾向于环保品牌，而公司打造的“莫干山”品牌是以环保为核心的品牌，蕴含着公司打造绿色家居领军企业的愿景，并始终秉持“绿色环保，关爱人类健康”的发展理念，公司生产的产品运用多种环保技术和工艺，产品品质优良，并占有一定市场份额。

本项目的实施可提高品牌形象，并为产品赋能，从而提高公司盈利能力。一方面，项目将加大品牌推广力度，使公司环保、健康、高品质的品牌形象深入人心，提高消费群体的品牌认知，使公司品牌成为消费者选择高品质产品时的首选品牌；另一方面，项目可使产品拥有品牌溢价，从而提高产品单品利润，增强公司的盈利能力。

2、项目建设可行性

（1）公司具备丰富的品牌营销拓展经验

公司在多年的经营发展过程中，不断对销售渠道投入建设。目前，公司已建立了覆盖全国的营销渠道和高效服务体系，拥有近千家主要经销商，能够快速有效执行公司的经营决策、营销理念，对市场变化做出快速响应；同时，公司通过

大宗业务销售模式，直接与房地产企业或装饰装修企业签订销售合同。通过一系列的销售渠道拓展与管理，公司形成了一套成熟的拓展营销体系，积累了丰富的品牌营销经验。此外，公司通过对经销商和全体员工进行系统性培训，持续提高经销商和员工的业务素质、操作技能、管理知识和营销技能。公司多年的营销渠道拓展经验为本次项目建设提供了历史经验支持。

（2）公司具备良好的市场口碑和品牌知名度

公司成立 20 多年来，始终秉持“绿色环保，关爱人类健康”的经营理念，打造了行业和广大消费者信赖的“莫干山”品牌。“莫干山”品牌作为驰名商标，被中国木材与木制品流通协会授予“中国板材国家品牌”“中国全屋定制国家品牌”等称号。

公司坚持生产绿色、健康、环保型产品，产品被国家环保部、国家财政部批准列入“环境标志产品政府采购清单”，并被装修运用在杭州 G20 场馆、国家网球中心、工人体育场、中央电视台等国家重点工程建设项目，为绿色环保产品推向全国和国际市场提供了更广阔的市场空间。

公司成立以来坚定不移地推动品牌发展战略，全面实施自有品牌“莫干山”的建设和推广，并成功地在行业内打造了高品质的品牌形象，为本次项目的实施提供了有利条件。

（3）公司具备完善的品牌营销管理制度

公司通过设立品牌管理部对品牌渠道营销进行统一管理，品牌管理部通过编制《品牌管理制度》《公司品牌广告投放管理制度》《企业文化管理制度》和《招商管理制度》等一系列管理制度规范公司品牌使用和管理，更好地塑造了公司在行业中的市场形象，提高公司品牌美誉度和市场占有率。其中，《品牌管理制度》对各部门的职责进行明确划分，严格管理品牌策划、网络推广、店面营建等，通过品牌策划组做好品牌形象建设，参与公司营销战略制定，编制传播规划及相关市场调研工作等；《公司品牌广告投放管理制度》明确了公司和经销商之间对广告投放方式、类型及向其收取品牌运营费用方式等，进一步加强了公司所属品牌宣传管理，规范公司和经销商广告投放流程，使所属品牌的广告投放效益最大化。

公司建立品牌管理部以及制定一系列完善的品牌营销管理制度性文件，为品

牌渠道建设的顺利实施提供了保障。

三、公司发展战略规划及采取的措施

（一）公司发展战略及规划

1、公司发展战略

公司始终秉承“绿色环保，关爱人类健康”的发展理念，推行精益化管理，以“打造最懂科技的绿色家居领军企业”为战略目标，深耕于室内装饰材料及定制家居成品领域，已研发、设计和生产出一系列高品质产品，包括人造板、科技木、木地板等装饰性材料和衣柜、橱柜、木门等定制家居成品。未来，公司将进一步通过发挥在研发、生产、营销和人才等方面的综合优势，整合优化公司现有资源，巩固在室内装饰材料领域的优势地位，同时加大在定制家居领域的投入，提升市场占有率。未来公司将不断加大研发投入，加强品牌营销力度，扩大“莫千山”品牌效应，并引进国内外先进的自动化生产设备，与信息化技术相结合，提高工厂生产效率，提升公司市场竞争力。

2、公司发展规划

（1）技术研究开发计划

未来市场的竞争，仍然是产品的竞争，不断推出符合市场需求的绿色环保产品是公司成立以来的研发创新驱动力。未来，公司将加大对核心技术研发上的投入，依托于拥有的省级企业研究院，引进行业内的专业技术人才，与专业院校、科研机构合作，致力于新产品、新技术的研发，整合多方创新资源，增强自主核心技术储备，为公司持续稳定发展奠定基础。

在人造板材产品的研发上，公司将坚持向绿色环保路线不断迈进，在 ENF 无醛级、具有清醛除菌功能的板材上深度研发，提升防霉性能、阻燃防火性能、尺寸稳定性能、环境耐受性能等；在木地板产品研发上，公司将重点解决地热地板、水性漆地板稳定性的问题，并开发适合高端民宿有艺术感、适合大宗工程具有阻燃功能的产品；在科技木产品研发上，将对耐光色牢度提升等行业共性技术问题进行科技攻关，并开发符合当下流行趋势的新花色，满足客户多样化需求；在定制家居产品上，公司将研发设计符合 90 后、00 后群体喜好的“颜”“潮”产品，并着力布局数字化设计与智能制造技术，解决客户个性化产品的规模化柔

性生产。

（2）品牌营销推广计划

公司所处的室内装饰材料和定制家居行业参与者众多，市场集中度低，随着市场经济的日益成熟，行业面临的竞争已经逐步从以前的价格竞争转变为品牌、营销、服务等方面的综合竞争。同时，随着居民可支配收入的提高，具有环保、健康的板材家居产品已逐渐成为人们的首选，公司“莫干山”品牌自创立以来，始终秉承“绿色、健康”的品牌理念，致力于技术创新和产品研发，为消费者提供健康、安全、环保的产品。未来，公司将加大对“莫干山”品牌的推广和渠道形象建设，通过央视、卫视等电视媒体进行广告推广，在成熟市场的卫视优秀栏目冠名，通过视频网站、短视频 APP、搜索引擎等互联网广告形式进一步提升公司品牌知名度，提高产品的品牌附加值，优化升级现有门店形象展示，完善营销网络渠道，增强公司市场竞争力。

（3）智能制造提升计划

公司生产的产品主要包括人造板、木地板、科技木和定制家居产品，随着近些年下游需求的不断发展，公司将通过新建生产基地和加强设备改造升级，提高劳动生产效率，提升生产能力。未来公司将重点新建两处定制家居生产基地，其中，新建的山东费县定制家居生产基地将进一步缩短国内北方物流辐射半径和交货周期，为消费者提供更好的定制体验。同时，公司将持续对各生产基地的现有设备和生产线进行自动化和信息化改造，提升工厂智能化水平，提高劳动生产效率，增强公司的柔性化生产能力，满足定制家居产品生产制造环节的创新。

（4）信息化水平提升计划

随着公司整体规模的不断扩大，对公司日常经营管理提出了更高的要求，未来公司将从流程化、规范化、信息化等方面强化公司内部管理体系的建设和提升。公司将组织各业务部门对现有流程进行全面的梳理和调整，建立完整的业务流程体系，实现数字化管理转型，持续推进生产端柔性化、营销端精准化、管理端云融合等，降低公司与经销商运营成本，提升利润水平。

（5）人力资源建设计划

未来，公司将进一步加强人力资源建设工作，通过面向社会公开招聘、从同行

业引进、与国内科研院校合作以及聘请专家顾问等方式，加大经营管理人才、高级研发人才、市场营销人才和熟练生产工人的引进、培养和激励。

①加大从外部引进优秀人才的力度，优化公司人员结构，加大公司后续发展所需的人才储备，建立良好的人才梯队；

②加强对内部员工的培养，建立完善的员工培训体系，设计针对不同岗位的专业化培训课程，提高员工专业能力和综合素质，充分发挥员工潜力，建立起较高的员工忠诚度；

③进一步完善岗位职责、绩效考评、薪酬分配和晋升规划等人力资源管理体系，优化公司内部竞争机制，增加员工激励措施，激发员工的创造性和主动性，调动员工工作的积极性，提高员工的归属感。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、持续加大研发设计力度

研发设计能力是产品的核心竞争力，也是未来行业内竞争的主要角力点，公司历来重视研发设计，并成立了家居研究院。在研发投入方面，公司积极搭建高水平科研平台，不断吸纳科研人才，为公司设计研发储备力量；在研发平台方面，公司拥有国家级“博士后科研工作站”及省级企业研究院、省级企业技术中心、省级院士专家工作站、省级工业设计中心和 CNAS 认可实验室等高水平研发平台。经过多年积累，公司目前拥有了一系列的核心技术，截至 2024 年 6 月 30 日，公司拥有各项专利 181 项，其中发明专利 52 项。

2、不断完善人才梯队建设

公司不断完善人才梯队建设，建立了较为完善的人员招聘、培养、激励制度，不断优化人力资源配置，完善晋升通道，充分发挥员工的积极性和创造性，培养员工的归属感和认同感。得益于不断完善的人才梯队建设，公司报告期内管理人员、研发人员流失率低，拥有一支经验丰富、积极进取、团结合作、稳定高效的管理团队和一批科研能力强、企业认同感高的研发人才。人才的持续引进和培养为公司发展规划打下了坚实的基础。

3、不断加大品牌营销力度

公司已形成了一套成熟的拓展营销体系，积累了丰富的品牌营销经验。报告期内，公司通过加强互联网以及户外广告等媒介渠道的广告投入，完善公司品牌建设，进一步提升了公司品牌知名度。同时，公司通过公益活动、家居设计大赛等方式打造品牌形象；通过全国知名地产类或家装类企业协会入会和赞助，与知名地产或家装企业达成战略合作等，打造行业地位，提升了公司在行业内的影响力。

4、完善内部管理结构，提高管理水平

报告期内，公司不断完善内部管理结构、提高管理水平以适应公司发展的需求。报告期内，公司按照上市公司的要求，持续完善法人治理结构，规范股东大会、董事会、监事会的运作，聘请独立董事并设立董事会专门委员会，完善公司管理层的工作制度，建立了科学有效的公司决策机制。

（三）未来规划采取的措施

1、充分发挥募集资金的作用

如果本次公开发行股票募集资金成功，将为公司实现上述业务发展目标提供资金支持。公司将认真组织募集资金投资项目的实施，持续技术创新，增强公司的核心竞争力。

2、加强人才队伍建设

公司将加强各类人才队伍建设，注重人才培养和引进，提高员工素质，同时通过行之有效的人才激励制度，积极引进各类专业人才，培育积极创新的企业文化，打造一流的团队和以人为本的管理环境，提升员工的忠诚度，确保公司业务发展目标的实现。

3、进一步完善公司运营管理

公司将严格按照《公司法》《证券法》等法律法规对上市公司的要求规范运作，加强内控管理，进一步完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级。

第八节 公司治理与独立性

一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

报告期内，公司根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和证监会的相关要求，逐步建立健全了规范的公司治理结构，建立了独立董事制度，设置了董事会秘书和董事会专门委员会，制订或完善了公司治理文件和内控制度并能够有效落实、执行。

按照《公司章程》和相关公司治理规范性文件，公司的股东大会、董事会、监事会、管理层、独立董事之间权责明确，均能按照《公司章程》和相关治理规范性文件规范运行，相互协调和相互制衡、权责明确。参照公司治理相关法律法规的标准，公司管理层认为公司在公司治理方面不存在重大缺陷。

二、发行人内部控制制度情况

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

公司董事会对内部控制完整性、合理性及有效性进行了自我评价，认为公司内部控制根据《企业内部控制基本规范》及相关规定于**2024年6月30日**在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师的鉴证意见

2024年12月9日，天健会计师出具了《关于浙江升华云峰新材股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审〔2024〕10816号），认为：“云峰新材公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于**2024年6月30日**在所有重大方面保持了有效的内部控制”。

三、发行人报告期内的违法违规情况

报告期内，公司严格按照相关法律法规的规定开展经营活动，未发生重大违法违规行为；除下述处罚之外，报告期内，公司及其子公司不存在其他因发生违法违规行为而被相关主管机关处罚的情形。

2021年8月19日，湖州市德清县综合行政执法局出具了《行政处罚决定书》（湖德综执[2021]罚决字第09-0111号），因云峰新材存在未取得建设工程规划许可证进行建设的情形，被责令补办《建设工程规划许可证》，并被罚款49,772.56

元。公司已对上述事项进行了整改，并缴纳了罚款。2021年8月26日，湖州市德清县综合行政执法局出具了《证明》，证明发行人已缴清了罚款，补办了建设工程规划许可证，该行为不属于情节严重的违法行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚。

四、发行人报告期内的资金占用和对外担保情况

报告期内，本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、代偿债务或其他方式占用的情况，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违规担保的情形。

五、公司独立运行情况

公司按照《公司法》和《公司章程》的有关规定规范运作，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，具有独立完整的采购、生产和销售系统。

（一）资产完整情况

公司资产独立、完整，与股东拥有的资产产权界定明确。公司具备与经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、房产、生产设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的采购和销售系统。公司资产与股东资产严格分开，不存在股东违规占用公司资产或资金的情况，公司对所有资产拥有完全的控制和支配权。

（二）人员独立情况

公司根据《公司法》《公司章程》的有关规定选举产生公司董事、监事，由董事会聘任高级管理人员，公司劳动、人事及工资管理与股东单位完全独立；公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、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，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪资；公司的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）财务独立情况

公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度，不存在财务决策等依赖于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的情况。公司开设了独立银行账户，依法独立纳税。截至本招股说明书签署日，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）机构独立情况

公司根据《公司法》《公司章程》的要求建立了较为完善的法人治理结构，股东大会、董事会、监事会严格按照《公司章程》规范运作，并建立了独立董事制度。公司建立了适应自身业务发展的组织结构，内部经营管理机构健全，各机构职能明确并配备了相应人员，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间机构混同的情况。

（五）业务独立情况

公司拥有独立的研发、采购、生产、销售及管理系统，自主经营，不存在依赖股东及其他关联方进行生产经营管理的情况，业务完全独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

（六）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；发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，最近三年实际控制人没有发生变更。

（七）其他可能影响发行人直接面向市场独立持续经营的因素

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

综上所述，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，在资产、人员、财务、机构、业务方面相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

六、同业竞争情况

（一）公司与控股股东及其控制的其他企业之间不存在同业竞争

升华控股直接持有公司 56.13%的股份，通过润峰投资间接持有公司 1.40%的股份，合计持有公司 57.53%的股份，系公司的控股股东。升华控股主要从事投资与资产管理，无其他经营业务。

截至本招股说明书签署日，升华控股未从事与本公司相同或相似的业务。

除本公司外，升华控股直接或间接控制的其他企业具体情况，详见本节“七、关联方及关联关系”之“（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

上述企业均未从事与公司主营业务相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争。

（二）公司与实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争

公司实际控制人为夏士林先生。截至本招股说明书签署日，夏士林先生未在本公司以外从事与本公司主营业务相同或相似的业务，与本公司不存在同业竞争。

截至本招股说明书签署日，除发行人、控股股东及其控制的企业外，公司实际控制人夏士林先生直接或间接控制的其他企业具体情况，详见本节“七、关联方及关联关系”之“（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

上述企业均未从事与公司主营业务相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争。

七、关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》等的相关规定，截至 2024 年 6 月 30 日，公司的主要关联方包括：

（一）本公司控股股东、实际控制人

序号	关联方	关联关系
1	升华控股	升华控股直接持有公司 56.13%的股份，通过润峰投资控制发行人 7.37%的股份，合计控制发行人 63.50%的股份
2	夏士林	夏士林间接通过升华控股控制公司 63.50%的股份

本公司控股股东为升华控股，具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人

基本情况”之“五、控股股东、实际控制人及其他持股 5%以上的主要股东”之“（一）控股股东”。

本公司实际控制人为夏士林先生，具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“五、控股股东、实际控制人及其他持股 5%以上的主要股东”之“（二）实际控制人”。

（二）本公司的子公司及参股公司

本公司子公司及参股公司具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人子公司情况”及“附件七 子公司简要情况”。

（三）持股 5%以上的股东

本公司持股 5%以上的其他股东具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“五、控股股东、实际控制人及其他持股 5%以上的主要股东”之“（四）其他持股 5%以上的股东”。

（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业

公司的控股股东为升华控股、实际控制人为夏士林，截至 2024 年 6 月 30 日，除发行人及其子公司和润峰投资外，控股股东、实际控制人控制的其他主要企业的基本情况如下：

序号	企业名称	主营业务	关联关系
1	德清汇升投资有限公司	股权投资	夏士林持股 75%、钱小妹持股 25%
2	德清升盈投资合伙企业（有限合伙）	股权投资	夏士林持股 80%、钱小妹持股 10%、钱海平持股 10%
3	浙江华源颜料股份有限公司（简称“华源颜料”）	生产和销售氧化铁颜料、涂料	升华控股持股 57.96%
4	浙江华源颜料销售有限公司	氧化铁颜料、化工原料、金属材料的经销	华源颜料持股 100%
5	德清华博颜料有限公司	生产和销售氧化铁黄	华源颜料持股 55%
6	德清华虹投资有限公司	股权投资	华源颜料持股 51%
7	广西永福华源科技有限公司	氧化铁颜料的研发、生产及销售	德清华虹投资有限公司持股 70%
8	焦作佰利联合颜料有限公司	生产和销售氧化铁颜料系列产品	华源颜料持股 100%
9	户田联合实业（浙江）有限公司	颜料制造及销售	华源颜料持股 100%
10	浙江联合颜料有限公司	生产和销售氧化铁颜	户田联合实业（浙江）有限公司

序号	企业名称	主营业务	关联关系
		料系列产品	持股 100%
11	浙江升华兰德科技股份有限公司（简称“升华兰德”）	从事提供智慧城市解决方案、硬件销售及系统集成解决方案、电信增值服务、电信解决方案等业务	升华控股持股 38.16%
12	浙江创建科技有限公司	市民卡软件系统集成业务	升华兰德持股 100%
13	杭州华光计算机工程有限公司	计算机硬件分销业务，部分弱电项目	升华兰德持股 100%
14	杭州创建智工科技有限公司	智慧工会业务	浙江创建科技有限公司持股 100%
15	升华科讯有限公司	一般贸易	升华兰德持股 100%
16	湖州升华金融服务有限公司（简称“升华金融”）	股权投资	升华控股持股 96%、夏士林持股 4%
17	浙江升华供应链管理有限公司	企业供应链管理和供应链外包服务	升华金融持股 100%
18	德清升华小额贷款股份有限公司	小额贷款	升华金融持股 59.23%
19	浙江升华德沣投资有限公司（简称“升华德沣”）	股权投资	升华控股持股 93%
20	湖州升华投资有限公司	股权投资	升华德沣持股 100%
21	德清华创资产管理有限公司	资产管理	湖州升华投资有限公司持股 100%
22	德清升海投资管理有限公司	企业管理咨询	湖州升华投资有限公司持股 100%
23	德清恒沣企业管理有限公司	企业管理咨询	升华德沣持股 100%
24	浙江德沣建材有限公司	建筑材料的销售	升华德沣持股 100%
25	德清鼎沣企业管理有限公司	企业管理咨询	升华德沣持股 100%
26	洛南县鑫诚建材有限公司	建筑用砂、石料加工和销售	德清鼎沣企业管理有限公司持股 70%
27	德清永沣企业管理有限公司	企业管理咨询	升华德沣持股 100%
28	安徽升华新材料有限公司	信息咨询服务业	德清永沣企业管理有限公司持股 100%
29	安徽省池州市九洲矿业开发有限公司	方解石矿开采，加工、购销	德清永沣企业管理有限公司持股 100%
30	德清沣磊企业管理有限公司	企业管理咨询	升华德沣持股 100%
31	平潭沣润投资有限公司	股权投资	德清沣磊企业管理有限公司持股 70%
32	福州市沣儒达贸易有限公司	非金属矿贸易	平潭沣润投资有限公司持股 100%
33	德清铭沣企业管理有限公司	企业管理咨询	升华德沣持股 100%
34	浙江德沣矿业投资有限公司	矿业项目的投资管理	浙江升华德沣投资有限公司持股 72.36%
35	湖州鹿山坞建材科技有限公司	建筑用砂岩开采加	浙江德沣矿业投资有限公司持股

序号	企业名称	主营业务	关联关系
		工、销售	55%
36	德清泮旺企业管理有限公司	企业管理咨询	升华德泮持股 100%
37	明光市升合新材料有限公司	开采伊利石矿，研发并生产用于陶瓷业的新材料	德清泮旺企业管理有限公司持股 61.11%
38	湖南升华立和企业管理有限公司	受托管理私募股权基金	升华德泮持股 51%
39	德清华磊企业管理有限公司	企业管理咨询	升华德泮持股 77.143%
40	德清顺泮企业管理有限公司	企业管理咨询	升华德泮持股 100%
41	德清泮升企业管理有限公司	企业管理咨询	德清顺泮企业管理有限公司持股 57.2857%
42	浙江德清升华临杭物流有限公司（简称“升华物流”）	运输物流	升华控股持股 54.825%
43	德清临杭加油站有限公司	成品油批发、食品销售	浙江德清升华临杭物流有限公司持股 100%
44	升华地产集团有限公司（简称“升华地产”）	房产开发	升华控股持股 100%
45	浙江钰华贸易有限公司	一般贸易	升华地产持股 100%
46	湖州升华房地产开发有限公司	房产开发	升华地产持股 100%
47	湖州升华新城房地产开发有限公司	房产开发	升华地产持股 90%、浙江升华资产经营有限公司持股 10%
48	德清下渚湖度假村有限公司	旅游开发	升华控股持股 100%
49	德清知己酒店管理有限公司	酒店管理	德清下渚湖度假村有限公司持股 100%
50	升华集团德清奥华广告有限公司（简称“奥华广告”）	广告设计发布	升华控股持股 100%
51	德清奥华能源有限公司	钢材、五金、煤炭贸易	奥华广告持股 100%
52	德清金达能源有限公司	煤炭及制品销售	奥华广告持股 100%
53	升洋有限公司	项目投资及投资管理	升华控股持股 100%
54	浙江升华普利商业经营管理有限责任公司	商业综合体管理服务	升华控股持股 100%
55	升华集团控股有限公司	股权投资	夏士林、钱海平、王锋、德清升腾投资合伙企业（有限合伙）合计持有该公司 100%的股权
56	浙江升华资产经营有限公司（简称“升华资产”）	股权投资	升华集团持股 95%
57	绍兴盛华置业有限公司	房地产开发	升华资产持股 67%
58	德清天元投资管理有限公司	股权投资	升华资产持股 100%
59	德清逸海股权投资管理有限公司	股权投资	德清天元投资管理有限公司持股 100%
60	德清华星资产管理有限公司	股权投资	升华资产持股 100%

序号	企业名称	主营业务	关联关系
61	德清升腾投资合伙企业（有限合伙）	股权投资	升华集团、夏士林、钱海平、夏一苹、王锋合计持有该合伙企业100%的财产份额
62	浙江绿翔能源有限公司 ^注	一般贸易	褚香琴持股70%、刘淑华持股30%
63	德清鑫瑞稀土材料有限公司 ^注	金属贸易	姚继丽持股90%、姚奕吉持股10%
64	德清乾盛建材贸易有限公司 ^注	一般贸易	德清鑫瑞稀土材料有限公司持股100%

注：根据夏士林及上表 62-64 的公司登记文件上的股东共同签署的确认文件，上表 62-64 的公司实际系夏士林控制的企业。

（五）本公司关联自然人及其关系密切的家庭成员

序号	关联方	关联关系
1	夏士林	发行人实际控制人、升华控股董事长
2	周鑫林	发行人董事长
3	赵建忠	发行人董事、总经理
4	卢伟锋	发行人董事
5	唐远明	发行人董事、副总经理
6	陈剑	发行人董事、财务总监、董事会秘书
7	姜全建	发行人董事、 副总经理
8	高建荣	发行人独立董事
9	鲁爱民	发行人独立董事
10	蒋胤华	发行人独立董事
11	施本华	发行人职工监事
12	张建军	发行人监事
13	姚悦伟	发行人监事会主席
14	钱海平	升华控股董事、总经理
15	朱根法	升华控股董事
16	吕妙月	升华控股董事
17	夏一苹	升华控股董事
18	沈小芬	升华控股监事会主席
19	潘伟忠	升华控股监事
20	陈国建	升华控股监事
21	以上人员关系密切的家庭成员	--

公司的董事、监事及高级管理人员情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员情况”有关内容。

（六）关联自然人直接或间接控制的，或者由关联自然人担任董事、高级管

理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人或其他组织

本公司实际控制人夏士林控制的其他企业详见本节“七、关联方及关联关系”之“（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

截至2024年6月30日，除实际控制人夏士林控制的其他企业外，其他关联自然人直接或间接控制的，或者由关联自然人担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的其他主要企业基本情况如下：

序号	企业名称	关联关系
1	德清联合颜料有限公司	持股5%以上股东顾水祥的弟弟持股50%并担任董事
2	浙江高联包装制品有限公司	德清联合颜料有限公司持股100.00%
3	浙江德清水样年华文化传播有限公司	持股5%以上股东顾水祥的弟弟通过德清联合颜料有限公司持股100%并担任执行董事兼总经理
4	德清万生融资担保有限公司	持股5%以上股东顾水祥的弟弟持股7.50%并担任董事
5	回笼觉(德清)信息科技有限公司	持股5%以上股东顾水祥的弟弟通过浙江德清水样年华文化传播有限公司持股51%
6	德清凯孚信息咨询合伙企业(有限合伙)	持股5%以上股东顾水祥的弟弟为执行事务合伙人
7	百力达太阳能股份有限公司	董事卢伟锋担任董事
8	巨野县锦枝装饰材料商行	董事、副总经理姜全建的哥哥担任该个体工商户的经营者
9	杭州力冠投资管理有限公司	独立董事蒋胤华持有该公司70%的股权
10	北京尚公(杭州)律师事务所	独立董事蒋胤华担任负责人的企业
11	杭州赛智汇企业管理有限公司	独立董事蒋胤华持有该公司50%的股权
12	杭州赛睿咨询管理合伙企业(有限合伙)	执行事务合伙人为关联法人杭州赛智汇企业管理有限公司
13	赛智汇(杭州)国际企业发展有限公司	独立董事蒋胤华在该公司的表决权比例44%
14	德清通衡实业有限公司	实际控制人夏士林的配偶钱小妹持股100%并担任执行董事兼总经理
15	德清永森化工贸易有限公司	关联自然人夏一苹持股100%并担任执行董事兼总经理
16	浙江升华智能科技有限公司	关联自然人夏一苹通过德清永森化工贸易有限公司持股60%
17	杭州捷木股权投资管理有限公司	关联自然人夏一苹担任董事、升华地产持股25%
18	杭州宏美实业有限公司	杭州捷木股权投资管理有限公司持股100%、关联自然人夏一苹担任董事
19	上海广沅私募基金管理有限公司	关联自然人钱海平持股90%
20	德清广沅投资合伙企业(有限合伙)	关联自然人钱海平持有该合伙企业29.4118%的财产份额、执行事务合伙人为钱海平实际控制的上海广沅私募基金管理有限公司

序号	企业名称	关联关系
21	德清广润股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人为钱海平实际控制的上海广沅私募基金管理有限公司
22	德清小伙伴股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人为钱海平实际控制的上海广沅私募基金管理有限公司
23	安吉锐禧创业投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人为钱海平实际控制的上海广沅私募基金管理有限公司
24	湖南升华立和信息产业创业投资基金合伙企业（有限合伙）	升华控股持股 60.00%、执行事务合伙人为钱海平实际控制的上海广沅私募基金管理有限公司
25	浙江广沅投资管理有限公司	上海广沅私募基金管理有限公司持股 80%、升华控股持股 20%
26	杭州广沅启睿股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人为浙江广沅投资管理有限公司
27	杭州锐禧锦霖股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人为浙江广沅投资管理有限公司
28	杭州广沅启辰股权投资合伙企业（有限合伙）	升华控股持股 89.00%、执行事务合伙人为浙江广沅投资管理有限公司
29	杭州广沅启沃股权投资合伙企业（有限合伙）	升华控股持股 78.00%、执行事务合伙人为浙江广沅投资管理有限公司
30	杭州广沅启鸣股权投资合伙企业（有限合伙）	升华控股持股 77.00%、执行事务合伙人为浙江广沅投资管理有限公司
31	德清聚和地理信息科技有限公司	关联自然人钱海平持股 51%
32	上海颀祥投资管理中心（有限合伙）	关联自然人钱海平持股 99%
33	德清立和企业管理有限公司	关联自然人钱海平持股 22.5%、关联自然人钱海平担任执行董事兼总经理
34	湖州德宁矿业有限公司	关联自然人钱海平担任董事
35	浙江同和网络科技有限公司	关联自然人钱海平担任董事
36	浙江和韬农业控股集团有限公司	关联自然人钱海平持股 50%
37	德清锦茂企业管理有限公司	关联自然人钱海平的父亲持股 100%并担任执行董事兼总经理
38	德清泮虎企业管理有限公司	关联自然人钱海平的父亲间接控制的公司
39	德清莫干山镇艺和广告工作室	关联自然人沈小芬担任该个体工商户的经营者
40	德清景程贸易有限公司	现任董事长周鑫林持股 100%并担任执行董事、总经理
41	德清县京杭贸易有限公司	现任董事长周鑫林关系密切的家庭成员控制的企业
42	徐州鸿光木业有限公司	持股 5%以上股东顾水祥关系密切的家庭成员控制的企业

（七）控股股东控制的子公司（除发行人及其控股子公司以外）的合营企业、联营企业

截至 2024 年 6 月 30 日，除本节“七、关联方及关联关系”之“（六）关联自然人直接或间接控制的，或者由关联自然人担任董事、高级管理人员的除发行

人及其控股子公司以外的法人或其他组织”列示的关联法人之外，控股股东控制的子公司（除发行人及其控股子公司以外）的其他主要合营企业、联营企业的基本情况如下：

序号	企业名称	关联关系
1	德清升耀投资管理有限公司	浙江升华德泮投资有限公司持股 36.76%
2	德清华浔投资管理有限公司	浙江升华德泮投资有限公司持股 29.70%
3	浙江泮润企业管理有限公司	浙江德泮建材有限公司持股 22.61%
4	德清华章投资管理有限公司	浙江升华德泮投资有限公司持股 39.62%
5	湖州市民间融资服务中心股份有限公司	升华金融持有该公司 43.29%的股份
6	安吉县民间融资服务中心有限公司	升华金融持有该公司 30%的股权
7	长兴民间融资服务中心有限公司	升华金融持有该公司 39%的股权
8	杭州创奥投资咨询合伙企业（有限合伙）	浙江创建科技有限公司持股 53.33%、执行事务合伙人为杭州元清投资咨询有限公司
9	贵州省黔西南州润扬矿业有限责任公司	德清华磊企业管理有限公司持有该公司 35%的股权
10	德清德宁资产管理有限公司	浙江升华德泮投资有限公司持有该公司 41.81%的股权
11	德清锦泮企业管理有限公司	德清泮升企业管理有限公司持股 28%

（八）其他关联方

报告期内，公司曾经存在关联关系的其他关联方具体情况如下：

序号	企业名称	关联关系
1	德清德美颜料科技有限公司	持股 5%以上股东 顾水祥的弟弟通过德清联合颜料有限公司曾持股 39%、顾水祥的配偶曾持股 32%，已于 2021 年 4 月转让
2	杭州泮智企业管理合伙企业（有限合伙）	升华控股曾持股 99%，已于 2020 年 12 月退出 89%的合伙份额
3	德清赛诺康颜料有限公司	关联法人浙江华源颜料股份有限公司曾持股 100%，已于 2020 年 2 月注销
4	德清升杭物流有限公司	关联法人浙江德清升华临杭物流有限公司曾持股 100%，已于 2021 年 3 月注销
5	浙江亿华实业有限公司	关联法人浙江升华物产有限公司曾持股 100%，已于 2020 年 11 月注销
6	德清华彰建材贸易有限公司	关联法人浙江升华物产有限公司曾持股 100%，已于 2020 年 11 月注销
7	杭州铁东仓储有限公司	关联法人浙江升华物产有限公司曾持股 100%，已于 2020 年 11 月注销
8	德清永易企业管理合伙企业（有限合伙）	关联法人浙江升华德泮投资有限公司曾持股 65.05%并担任执行事务合伙人，已于 2021 年 2 月注销
9	杭州群思特通信服务有限公司	关联法人浙江升华兰德科技股份有限公司曾持股 55%，已于 2020 年 6 月注销

序号	企业名称	关联关系
10	湖州普华物资有限公司	关联法人升华集团德清奥华广告有限公司曾持股29%、关联自然人钱小妹曾持股6%、钱小妹曾担任董事，已于2020年3月注销
11	浙江德清升华三峰实业有限公司	升华控股曾持股100%、关联自然人钱海平曾担任董事，已于2020年10月注销
12	浙江省轻纺供销有限公司	升华控股曾持有该公司51%的股权，已于2021年2月转让
13	嘉兴市乍浦东方油脂有限公司	关联法人浙江省轻纺供销有限公司曾持有该公司100%的股权，已于2021年2月转让
14	中波国际物流（嘉兴）有限公司	关联法人浙江省轻纺供销有限公司曾持有该公司100%的股权，已于2020年4月转让
15	浙江华安实业有限公司	升华集团曾持有该公司95%的股权、已于2020年11月注销
16	绍兴盛华物业管理有限公司	关联法人浙江升华资产经营有限公司曾持股51%、已于2020年7月注销
17	德清华铭建材贸易有限公司	关联法人浙江升华资产经营有限公司曾持股100%、已于2020年11月注销
18	湖南完美升华科技有限公司	关联法人德清华星资产管理有限公司曾持股51%、关联自然人钱海平曾担任董事，已于2021年1月注销
19	德清县塑料彩印厂	持股5%以上股东 顾水祥曾担任该企业的法定代表人，已于2021年3月注销
20	升华集团德清华铝纸业有限公司	关联法人升华集团控股有限公司曾持股60%，已于2021年6月注销
21	浙江遥米网络科技有限公司	独立董事蒋胤华在该公司曾担任董事长，任职期间为2018年9月至2020年10月
22	杭州华澜微电子股份有限公司	独立董事蒋胤华在该公司曾担任董事，已于2020年4月卸职
23	湖州金禾墙体材料有限公司	关联自然人朱根法曾持股10%并担任董事，已于2020年4月注销
24	沈云芳及其关系密切的家庭成员	沈云芳曾在云峰新材担任副总经理，任职期间为2018年7月至2020年3月
25	湖州市菱湖新昌五金厂	关联自然人沈云芳的配偶的哥哥持有该公司100%的股权
26	施红良及其关系密切的家庭成员	施红良曾在云峰新材担任副总经理，2020年4月起不再任副总经理
27	王菊平及其关系密切的家庭成员	王菊平曾在升华控股担任董事，已于2020年7月卸职
28	王锋及其关系密切的家庭成员	王锋曾在升华控股担任董事，任职期间为2017年3月至2020年1月
29	钰盛（德清）物资贸易有限公司	关联法人庆丰香港有限公司曾持股100%，已于2020年4月注销
30	罗坝塘及其关系密切的家庭成员	罗坝塘曾在升华控股担任监事，已于2021年7月卸职
31	湖州钰禾实业有限公司	关联法人升华地产集团有限公司曾持股100%，已于2021年7月注销
32	湖州力和房地产开发有限责任公司	关联法人湖州钰禾实业有限公司曾持股100%，已于2021年4月转让

序号	企业名称	关联关系
33	安徽润通信息技术有限公司	关联法人德清华星资产管理有限公司曾持股 100%，已于 2021 年 4 月转让
34	德清启辰餐饮有限公司	关联法人浙江德清升华临杭物流有限公司曾持股 100%，已于 2021 年 7 月转让
35	浙江升华金属材料有限公司	关联法人浙江德清升华临杭物流有限公司曾持股 90%，已于 2021 年 6 月注销
36	湖州外贸金融服务有限公司	关联法人湖州升华金融服务有限公司曾持股 70%，已于 2021 年 12 月注销
37	浙江升华物产有限公司	关联法人浙江德清升华临杭物流有限公司曾持股 100%，已于 2021 年 11 月注销
38	升华资源有限公司	关联法人浙江升华物产有限公司曾持股 100%，已于 2021 年 10 月注销
39	浙江升华钢材加工有限公司	关联法人浙江德清升华临杭物流有限公司曾持股 30%，已于 2021 年 12 月转让
40	德清鑫沣企业管理有限公司	关联法人浙江升华德沣投资有限公司曾持股 100%，已于 2021 年 10 月转让
41	巨野县独山镇姜正副食超市	关联自然人姜全建的妹妹曾担任该个体工商户的经营者，已于 2021 年 1 月注销
42	巨野县莫干山装修门市	关联自然人姜全建的哥哥曾担任该个体工商户的经营者，已于 2022 年 1 月注销
43	高小灵（个体工商户）	关联自然人姜全建的哥哥的配偶曾担任该个体工商户的经营者，已于 2022 年 1 月注销
44	巨野县高小灵地板门市部	关联自然人姜全建的妹妹曾担任该个体工商户的经营者，已于 2022 年 1 月注销
45	杭州天名房地产有限公司	关联自然人钱海平曾担任董事，已于 2022 年 2 月卸职
46	浙江德沣资产管理有限公司	关联自然人钱海平的父亲曾通过德清锦茂企业管理有限公司持有该公司 51% 的股权、浙江升华德沣投资有限公司曾持股 49%，已于 2022 年 6 月注销
47	安吉兴尚房地产开发有限公司	关联自然人陈国建曾担任执行董事兼总经理，已于 2022 年 5 月卸职
48	浙江典石科技有限公司	关联法人浙江升华兰德科技股份有限公司曾持股 41%，已于 2022 年 10 月转让
49	杭州满趣供应链管理有限公司	关联法人浙江典石科技有限公司持股 100%，关联法人浙江典石科技有限公司已于 2022 年 10 月转让
50	浙江满趣科技有限公司	关联法人浙江典石科技有限公司持股 70%，关联法人浙江典石科技有限公司已于 2022 年 10 月转让
51	杭州萌呀科技有限公司	关联法人浙江典石科技有限公司持股 67%，关联法人浙江典石科技有限公司已于 2022 年 10 月转让
52	杭州沐野品牌管理有限公司	关联法人浙江典石科技有限公司持股 46%，关联法人浙江典石科技有限公司已于 2022 年 10 月转让
53	德清源泉投资管理有限公司	关联自然人夏士林曾控制的企业，已于 2023 年 6 月注销
54	杭州天地数码科技股份有限公司	关联自然人卢伟锋曾担任董事、关联自然人钱海平曾担任董事，已于 2023 年 4 月卸职
55	德清县凯孚废旧物资回收有限公司	关联法人户田联合实业（浙江）有限公司曾持股 80.00%，已于 2023 年 2 月注销

序号	企业名称	关联关系
56	德清户田三峰颜料有限公司	关联法人华源颜料曾持股 100%，已于 2023 年 11 月注销
57	德清三峰废旧物资回收有限公司	关联法人华源颜料曾持股 100%，已于 2023 年 10 月注销
58	德清聚源仓储物流有限公司	关联法人华源颜料曾持股 100%，已于 2023 年 11 月注销
59	德清汇沅企业管理有限公司	升华德沅曾持股 100%，已于 2024 年 3 月注销
60	德清瑞沅企业管理有限公司	升华德沅曾持股 100%，已于 2024 年 4 月转让
61	浙江瑞至能源有限公司	德清瑞沅企业管理有限公司持股 51%，德清瑞沅企业管理有限公司已于 2024 年 4 月转让
62	六盘水水城区华诚商贸有限公司	浙江瑞至能源有限公司持股 100%
63	六盘水市水城区嵘润商贸有限公司	浙江瑞至能源有限公司持股 100%
64	庆丰香港有限公司 ^注	黄雅智曾持股 100%，已宣告解散
65	浙江渔夫子数字科技有限公司	关联法人浙江和韬农业控股集团有限公司曾持股 55%，已于 2024 年 1 月注销
66	吕荣金及其关系密切的家庭成员	原发行人监事会主席

注：根据夏士林及上表 64 的公司登记文件上的股东共同签署的确认文件，上表 64 的公司实际系夏士林控制的企业。

八、关联交易

（一）重大关联交易的判断标准及依据

根据《上海证券交易所股票上市规则》和《公司章程》及相关制度文件的相关规定，结合实际经营情况，公司重大关联交易的判断标准如下：

1、与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上（含本数）的关联交易（公司提供担保除外）；

2、与关联法人发生的关联交易金额在 300 万元以上（含本数），且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上（含本数）（公司提供担保除外）。

（二）关联交易简要汇总表

单位：万元

交易类型	交易内容	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
经常性关联交易	采购产品	23.60	30.94	5.38	19.79
	销售产品	14.11	26.44	67.86	132.29
	关联租赁	20.84	42.67	40.65	42.21

交易类型	交易内容	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
	关键管理人员薪酬	341.91	653.78	617.89	598.10
	商标授权许可	详见本节“八、（三）5、商标授权许可”			
偶发性关联交易	接受担保	详见本节“八、（四）1、关联担保”			
	关联方资产转让	5.04	9.29	26.96	-
	其他关联交易	详见本节“八、（四）3、其他关联交易情况”			
交易类型	交易内容	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
应收、应付款项余额	应收款项余额	-	-	-	14.22
	应付款项余额	5.35	9.32	29.01	5.51

（三）经常性关联交易

1、采购商品和接受劳务的关联交易

报告期内，公司与关联方之间的经常性采购及接受劳务的具体内容、金额及占当期营业成本的比重如下：

单位：万元

序号	关联方	关联交易内容	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
			金额	占营业成本比	金额	占营业成本比	金额	占营业成本比	金额	占营业成本比
1	浙江华源颜料股份有限公司	颜料、氧化铁	-	-	-	-	0.93	0.00%	1.00	0.00%
2	浙江华源颜料销售有限公司	颜料、氧化铁	-	-	0.32	0.00%	-	-	-	-
3	德清下渚湖度假村有限公司	食品等	23.60	0.02%	30.62	0.01%	4.45	0.00%	18.79	0.01%
合计			23.60	0.02%	30.94	0.01%	5.38	0.00%	19.79	0.01%

注：表中部分比例为0.00%系保留小数两位四舍五入造成。

报告期内各期，公司经常性关联采购金额合计分别为19.79万元、5.38万元、30.94万元和**23.60万元**，占当期营业成本的比重分别为0.01%、0.00%、0.01%和**0.02%**，占报告期各期公司营业成本的比重较小，对公司经营业绩不会产生重大影响。

公司向关联方经常性采购商品和接受劳务均系参照市场价格与供应商协商定价，采购价格公允。

2、出售商品和提供劳务的关联交易

报告期内，公司与关联方之间出售商品及提供劳务的具体内容、金额及占当期营业收入的比重如下：

单位：万元

序号	关联方	关联交易内容	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
			金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
1	巨野县锦枝装饰材料商行	地板、柜子等	10.87	0.01%	26.44	0.01%	67.86	0.03%	100.86	0.04%
2	浙江德清水样年华文化传播有限公司	地板	-	-	-	-	-	-	31.43	0.01%
3	德清下渚湖度假村有限公司	地板	3.24	0.00%	-	-	-	-	-	-
合计			14.11	0.01%	26.44	0.01%	67.86	0.03%	132.29	0.06%

注：表中部分比例为 0.00% 系保留小数两位四舍五入造成。

报告期各期，公司经常性关联销售金额合计分别为 132.29 万元、67.86 万元、26.44 万元和 14.11 万元，占当期营业收入的比重分别为 0.06%、0.03%、0.01% 和 0.01%，占报告期各期公司营业收入的比重较小，对公司经营业绩不会产生重大影响。

公司对关联方的产品销售价格均系参照市场价格制定，销售价格公允。

3、关联租赁

报告期内，公司向关联方承租房产的情况如下：

(1) 2024年1-6月

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金费用以及未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额	支付的租金（不包括简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金以及未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额）	增加的租赁负债本金金额	确认的利息支出
升华地产集团有限公司	房屋及建筑物	-	43.50	-	0.89

(2) 2023年度

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金费用以及未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额	支付的租金（不包括简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金以及未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额）	增加的租赁负债本金金额	确认的利息支出
升华地产集团有限公司	房屋及建筑物	-	43.50	-	2.76

(3) 2022 年度

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金费用以及未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额	支付的租金（不包括简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金以及未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额）	增加的租赁负债本金金额	确认的利息支出
升华地产集团有限公司	房屋及建筑物	-	43.50	-	0.07

(4) 2021 年度

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金费用以及未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额	支付的租金（不包括简化处理的短期租赁和低价值资产租赁的租金以及未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额）	增加的租赁负债本金金额	确认的利息支出
升华地产集团有限公司	房屋及建筑物	-	43.50	81.16	1.63

报告期内，公司与关联方之间的房产租赁价格系参照市场价格由双方协商确定，价格公允。

4、关键管理人员薪酬

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员在公司获得薪酬情况如下：

单位：万元

关联交易内容	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
董事、监事、高级管理人员薪酬	341.91	653.78	617.89	598.10

5、商标授权许可

2021年1-6月，升华集团控股有限公司无偿授权发行人及其子公司莫干山营销、费县云峰使用其注册号为1413630号的商标，许可使用在第19类贴面板、地板、三合板、半成品木材商品上。截至2021年7月，发行人及其子公司已不再使用该商标。

（四）偶发性关联交易

1、关联担保

报告期内，公司作为被担保方的担保情况如下：

单位：万元

担保方	担保金额	债权期限	担保是否已经履行完毕	备注
浙江升华控股集团有限公司	26.69	2020.07.30-2021.01.30	是	保函
浙江升华控股集团有限公司	302.17	2020.10.14-2021.02.10	是	保函
浙江升华控股集团有限公司	40.44	2021.03.29-2021.09.23	是	保函
浙江升华控股集团有限公司	302.17	2021.4.27-2021.10.22	是	保函
浙江升华控股集团有限公司	120.57	2021.11.1-2022.6.27	是	保函
浙江升华控股集团有限公司	422.38	2021.12.29-2022.8.31	是	保函
浙江升华控股集团有限公司	82.58	2022.7.1-2022.12.29	是	保函
浙江升华控股集团有限公司	40.53	2022.11.10-2023.12.30	是	保函

2、关联方资产转让

报告期内，公司受让资产情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
浙江升华兰德科技股份有限公司	设备采购	-	-	26.96	-
杭州华光计算机工程有限公司	设备采购	5.04	9.29	-	-

3、其他关联交易情况

根据升华集团控股有限公司与中国银行股份有限公司德清支行于2013年3月签订的资金池服务协议，由升华集团控股有限公司开立资金池主账户，公司及子公司浙江云峰莫干山地板有限公司开立账户成为其成员账户。升华集团控股有限公司对成员账户仅有查询权限，不能进行资金统筹管理。公司及子公司浙江云峰莫干山地板有限公司已于2021年1月解除上述资金池服务业务。

（1）资金池服务协议的主要内容

升华集团于 2013 年 3 月 7 日向中国银行德清支行申请现金管理综合服务（实体现金池信息及产品），由升华集团开立资金池主账户，开立时，发行人及子公司莫干山地板成为其成员账户，该现金管理服务协议的主要内容如下：

项目	主要内容
定时归集	归集类型及设置：固定值 0 归集周期：每日 归集时点：21:00 指定日不归集：不选择
定时下拨	节假日是否下拨：节假日下拨 下拨类型及设置：固定值下拨 0 下拨周期：每日 下拨时点：21:00 是否还原：不还原
交易报告单	交易范围：全部交易 报告单名称：交易报告单、交易汇总报告单 周期：日报、月报

（2）资金池运营模式及资金实际存放、结算情况

升华集团起初开立上述资金池业务主要是为了了解集团下属子公司的资金情况，各子账户均由账户主体公司自行管理，资金池子账户的资金实际存放在发行人及子公司莫干山地板各自名下，属于子账户开户公司，具体的交易及结算均由发行人及子公司莫干山地板自行办理及审批。

由现金管理服务协议的主要内容可知，现金管理服务协议中明确定时归集和定时下拨的固定值为 0，即不存在归集和下拨。升华集团对各个子账户的管理仅为查询功能，不可以直接支取子账户的资金，报告期内，升华集团主账户与子账户之间没有发生过包括企业账户余额上划、成员企业之间透支、主动拨付与收款、成员企业之间委托借贷，以及成员企业向升华集团的上存、下借分别计息等业务，不存在变相的资金占用，不影响发行人资金及财务的独立性。

（3）资金池服务的解除情况

升华集团于 2021 年 1 月 26 日向中国银行德清支行申请取消现金管理综合服务（实体现金池），自此由升华集团作为主账户，发行人及子公司莫干山地板为其成员账户的资金池业务已实质解除。

（4）资金池利率水平情况

发行人及子公司莫干山地板开立的资金池账户的银行存款存储形式为活期存款，利率均为同期银行活期存款利率，与其他活期存款账户利率并无差异。

（五）关联方应收应付款项余额

报告期各期末，关联方应收项目的账面余额情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
合同资产	德清下渚湖度假村有限公司	-	-	-	14.22

报告期各期末，关联方应付项目的余额情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
应付账款	德清下渚湖度假村有限公司	-	0.64	-	0.35
	浙江华源颜料股份有限公司	-	-	0.36	0.32
	浙江升华兰德科技股份有限公司	-	3.05	24.37	-
	杭州华光计算机工程有限公司	1.62	1.58	-	-
合同负债	巨野县锦枝装饰材料商行	0.23	0.05	0.79	2.34
其他应付款	巨野县锦枝装饰材料商行	2.50	2.50	2.50	2.50
	杭州华光计算机工程有限公司	-	0.50	-	-
	浙江升华兰德科技股份有限公司	1.00	1.00	1.00	-

（六）关联交易对公司财务状况及经营结果的影响

报告期内，公司的经常性关联交易主要为向关联方采购商品，向关联方采购商品金额占公司营业成本比例较低；偶发性关联交易主要为关联方向公司提供关联担保。公司的关联交易遵循市场定价的原则，价格公允，不存在通过关联交易损害公司利益的情况，亦不存在利用关联交易转移利润的情形，关联交易对公司财务状况和经营结果的影响较小。

九、关于规范关联交易的制度安排

公司已建立了完善的公司治理制度，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》《关联交易决策及实施制度》等制度中，规定了有关关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等，以保证公司关联交易的程序规范、价格公允，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利

益。主要规定如下：

（一）《公司章程》的规定

《公司章程》第三十六条规定：公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反前述规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股股东负有诚信义务。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社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。

《公司章程》第三十八条规定：公司对股东、实际控制人及其关联人提供的担保，须经股东大会审议通过。

《公司章程》第七十五条规定：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。

（二）《股东大会议事规则》的规定

《股东大会议事规则》第三十二条规定：股东与股东大会拟审议事项有关联关系时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入出席股东大会有效表决权的股份总数，股东大会决议和股东大会记录应当记载非关联股东的表决情况。

（三）《董事会议事规则》的规定

《董事会议事规则》第十二条规定：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》第十九条规定：董事会审议关联交易时，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，其中对外担保需经无关联关系董事 2/3 以上通过。出席董事会会议的无关联董事人数不足 3 人的，不得对有关议案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

（四）《独立董事工作制度》的规定

《独立董事工作制度》第二十一条规定：应当披露的关联交易，应当经公司全体独立董事过半数同意后，提交董事会审议。

（五）《关联交易决策及实施制度》的规定

《关联交易决策及实施制度》第十条规定：公司与关联方拟发生的关联交易符合下列情形之一的，应当提交董事长审查：

（一）与关联自然人拟发生的交易金额低于 30 万元（不含本数）的关联交易（公司提供担保除外）；

（二）与关联法人拟发生的关联交易金额低于 300 万元（不含本数），或交易金额低于公司最近一期经审计净资产绝对值的 0.5%（不含本数）（公司提供担保除外）。

董事长应对该等关联交易的必要性、合理性、定价的公平性进行审查，并形成书面决定。

《关联交易决策及实施制度》第十一条规定：公司与关联人拟发生的关联交易符合下列情形之一的，应当提交董事会审议：

（一）与关联自然人拟发生的交易金额在 30 万元以上（含本数）的关联交易（公司提供担保除外）；

（二）与关联法人拟发生的关联交易金额在 300 万元以上（含本数），且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上（含本数）（公司提供担保除外）。

《关联交易决策及实施制度》第十二条规定：公司与关联人拟发生的关联交易达到以下标准之一的，由董事会审议通过后，还需提交股东大会审议：

（一）交易（公司提供担保、获赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）金额在 3,000 万元以上（含本数），且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上（含本数）的关联交易；

（二）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；

（三）证券监管部门认为应当由股东大会审议批准的关联交易。

《关联交易决策及实施制度》第十四条规定：公司拟与关联方发生须提交股东大会审议的重大关联交易的，应聘请具有执行证券、期货相关业务资格的证券服务机构，对交易标的出具的审计或者评估报告；但公司与关联方之间发生的与日常经营相关的关联交易，可以不进行审计或者评估。

十、报告期关联交易的履程序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

公司第八届董事会第二次会议、2021年第三次临时股东大会审议通过了《关于确认公司2018年度、2019年度、2020年度及2021年1-3月关联交易的议案》，对2018年至2021年3月期间的关联交易进行了确认，关联董事和关联股东对表决事项进行了回避。

2020年12月，公司第七届董事会第十四次会议审议通过了《关于预计公司2021年全年关联交易的议案》，对公司与浙江华源颜料股份有限公司之间预计2021年度发生的关联交易事项进行了审批，关联董事对表决事项进行了回避。此外，根据公司《关联交易决策及实施制度》，公司董事长对报告期内的未达到董事会审议标准的其他关联交易进行了审批。

（二）独立董事对报告期内重大关联交易的意见

对于报告期内关联交易，公司独立董事根据《公司法》等有关法律、法规和《公司章程》的规定发表了如下独立意见：公司报告期内发生的关联交易真实客观，遵循了公平、合理、自愿的原则；关联交易定价合理有据、客观公允；关联交易均已经由公司董事会或董事长审议通过，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

十一、比照关联交易要求披露的交易

（一）比照关联交易披露的交易方

交易对方名称	关系
浙江拜克生物科技有限公司	亨通股份的子公司，升华集团控股有限公司曾持有亨通股份5%以上的股份

（二）拜克生物的基本情况

公司名称	浙江拜克生物科技有限公司
统一社会信用代码	91330521MA29J05A6N
法定代表人	李海江
成立时间	2017年2月20日
注册资本/实收资本	15,000万元
注册地和主要生产经营地	浙江省德清县
主营业务	热力生产和供应，农药、兽药、食品添加剂等生产和销售
股权结构	浙江亨通控股股份有限公司持股 100%

（三）与发行人及其实际控制人的关系

发行人实际控制人夏士林先生通过升华集团（系发行人曾经的股东）间接持有浙江拜克生物科技有限公司（简称“拜克生物”）少量股权。具体关系如下：拜克生物是浙江亨通控股股份有限公司（曾用名“浙江瀚叶股份有限公司”，简称“亨通股份”）的全资子公司，截至 2024 年 6 月 30 日，升华集团持有亨通股份 0.9% 的股份、实际控制人夏士林的配偶钱小妹持有亨通股份 1.02% 的股份。上述情形不构成《公司法》《企业会计准则》《上海证券交易所股票上市规则》规定的关联关系，拜克生物与发行人及其实际控制人之间不存在关联关系。

（四）向拜克生物采购商品、出租房屋构筑物及机器设备的原因及必要性

报告期内，发行人向拜克生物采购蒸汽用于板材的热压工序等，生产基地位于德清县钟管镇，根据政府规划，该地区由拜克生物供应蒸汽，基于采购的便利性，发行人向其采购蒸汽。

发行人向拜克生物出租的房屋构筑物及机器设备原系用于经营自来水业务相关的固定资产，该业务剥离停止经营后，原用于工业用水生产的房屋构筑物和相应机器设备闲置，拜克生物由于自身生产经营需要该类房屋构筑物和机器设备用于生产冷却用水和生产用水，因此向发行人承租上述固定资产。

基于上述，发行人向拜克生物采购蒸汽、出租房屋构筑物及机器设备的原因合理，具有必要性。

（五）交易价格公允，不存在为发行人承担成本、费用，不存在利益输送

1、采购商品

报告期内，拜克生物向发行人销售的蒸汽价格与向同档用汽量的其他客户销售价格对比如下：

单位：元/吨

期间	向发行人销售价格	向同档用汽量其他客户的销售价格	价格差异率
2024年1-6月	219.98	234.57	-6.22%
2023年度	231.72	253.64	-8.64%
2022年度	261.34	275.37	-5.09%
2021年度	227.85	244.04	-6.63%

拜克生物向发行人销售的蒸汽系按照国家煤热联动机制定价，并根据客户月用汽量分档确定销售价格，由当地物价局指导及备案。经对比，拜克生物向发行人销售的蒸汽价格与向同档用汽量的其他客户销售价格不存在较大差异，交易价格公允，不存在为发行人承担成本、费用的情形，不存在利益输送。

2、租赁情况

根据发行人与拜克生物于2018年9月25日、2022年1月1日及**2023年12月12日**签订的《资产租赁协议》，2021年1月1日至2021年12月31日，发行人向拜克生物出租的上述房屋构筑物及机器设备租赁费用为80万元/年（含税），2022年1月1日至**2024年6月30日**，租赁费用为100万元/年（含税）。该租赁费用无周边可参考的对比价格，系由双方协商确定，且上述租赁金额较小，对发行人经营成果不构成重大影响，不存在为发行人承担成本、费用的情形，不存在利益输送。

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决策程序

根据公司 2021 年第三次临时股东大会决议，若本次股票发行成功，则公司在首次公开发行股票前实现的滚存利润，由发行后的全体新老股东按持股比例共同享有。

二、公司章程中利润分配相关规定

(一) 本次发行前股利分配的政策和决策程序

《公司章程》第一百四十四条：公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

《公司章程》第一百四十五条：公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

《公司章程》第一百四十六条：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。

(二) 本次发行后股利分配政策和决策程序

2021年8月18日,公司2021年第三次临时股东大会审议并通过了《关于<公司章程>(草案)的议案》,对公司有关股利分配的主要规定如下:

1、利润分配的基本原则

公司实施持续、稳定、积极的利润分配政策,特别是现金分红政策,保持利润分配的合理性、连续性和稳定性;公司的利润分配政策以重视对投资者的合理投资回报、兼顾公司的实际情况和长远利益,不得损害公司全体股东的整体利益及公司的可持续发展为宗旨,坚持按照法定顺序进行利润分配;分配的利润不得超过累计可分配利润的范围;优先采用现金分红的利润分配方式;公司对利润分配政策的决策和论证应当充分听取中小股东的要求;充分考虑货币政策环境。

2、利润分配形式及时间间隔

公司可以采取现金、股票、二者相结合或法律、法规允许的其他方式分配股利。公司应当优先采用现金分红进行利润分配,采用股票方式进行利润分配的,应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提,并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。在满足现金分红条件、保证公司正常经营的前提下,公司原则上每年进行一次现金分红,公司可以根据公司的盈利状况及资金需求进行中期现金分红。

3、现金分红的具体条件

公司在弥补亏损(如有)、提取法定公积金、提取任意公积金(如需)后,当年盈利且累计未分配利润为正,且不存在以下特殊情况:

(1) 公司未来12个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的10%,且超过5,000万元(募集资金投资的项目除外);

(2) 审计机构对公司当年度财务报告出具非标准无保留意见的审计报告;

(3) 分红年度资产负债率超过70%或者经营净现金流量为负数;

(4) 法律、法规、本章程规定的或股东大会以特别决议审议确认的其他特殊情形。

4、现金方式利润分配的比例

在符合利润分配原则、保证公司正常经营和发展规划的前提下，在满足实施现金分红条件时，公司采取现金方式分配股利，当年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可供分配利润的 10%，具体分红比例由公司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、现金流量、财务状况、未来发展规划和投资项目等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，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。

前述“重大资金支出安排”是指公司在未来 12 个月购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产 10%以上(包括 10%)的事项。

5、发放股票股利的具体条件

结合公司生产经营情况，根据公司累计可供分配利润、公积金及现金流等状况，不违反公司现金分红原则和政策并保证公司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，公司可以采用发放股票股利的方式进行利润分配。公司在确定以股票股利分配利润的具体方案时，应充分考虑以股票股利进行利润分配后的总股本是否与公司经营规模、盈利增长速度相适应，并考

虑对未来债券融资成本的影响,以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

6、利润分配的决策程序和机制

(1) 利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方可提交股东大会审议。

(2) 董事会在审议利润分配尤其是现金分红具体方案时,应当认真研究和论证公司利润分配尤其是现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜,独立董事应发表明确的书面独立意见。董事会制订的利润分配方案需经董事会过半数以上表决通过并经三分之二以上独立董事表决通过后,方可提交股东大会审议。独立董事应当对利润分配方案发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见,提出分红提案,并直接提交董事会审议。

(3) 股东大会对利润分配具体方案进行审议前,公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流,充分听取中小股东的意见和诉求,及时答复中小股东关心的问题;股东大会对利润分配方案进行审议时,除设置现场会议投票外,公司应为股东提供网络投票方式以方便中小股东参与表决。

(4) 公司监事会应当对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督,并对董事会制订或修改的利润分配政策和股东回报规划进行审议。

(5) 公司当年盈利而未提出现金分红预案的,董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明,经独立董事发表书面意见后提交股东大会审议。

7、利润分配方案的实施

公司董事会需在股东大会审议通过利润分配具体方案后的 2 个月内完成利润分配。公司监事会应当对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

8、利润分配政策的调整

（1）调整利润分配政策的具体条件

如因外部经营环境或自身经营状况发生重大变化对公司生产经营造成重大影响，或公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，公司可对利润分配政策和股东回报规划进行调整。

“外部经营环境或自身经营状况发生重大变化”指经济环境的重大变化、不可抗力事件导致公司经营亏损；主营业务发生重大变化；重大资产重组等。

（2）调整利润分配政策的决策程序和机制

公司调整利润分配方案，必须由董事会作出专题讨论，详细论证说明理由，并将书面论证报告经独立董事和监事会审议通过后方能提交股东大会审议，股东大会在审议利润分配政策调整时，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。为充分考虑公众投资者的意见，股东大会审议利润分配政策调整事项时，必须提供网络投票方式。

三、董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况及安排理由，以及公司上市后三年内现金分红等利润分配计划、长期回报规划

（一）董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况及安排理由

为完善公司利润分配政策，建立对股东持续、稳定、科学的回报机制，保持利润分配政策的连续性和稳定性，公司董事会在着眼于公司的长远和可持续发展，综合分析公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素，征求和听取股东尤其是中小股东的要求和意愿，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行融资、银行信贷及债权融资环境等因素，平衡股东的短期利益和长期利益的基础上，根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》中关于股利分配政策的规定，制定了公司上市后前三年股东分红回报规划。

公司第八届董事会第二次会议和**第八届董事会第十一次会议**审议通过了《关于制订〈浙江升华云峰新材股份有限公司上市后三年内分红回报规划〉的议案》（以下简称《上市后未来三年的股东分红回报规划》）**及修改部分内容的议案**，并已提交股东大会审议通过。

(二) 公司上市后三年内现金分红等利润分配计划

公司严格按照《公司章程(草案)》的相关要求履行对投资者的现金分红等利润分配计划。

根据公司董事会、股东大会审议通过的《上市后未来三年的股东分红回报规划》，公司在上市后三年内现金分红等利润分配计划具体如下：

1、公司的利润分配政策将重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾公司的可持续发展，并保持利润分配政策的连续性和稳定性。

2、公司可以采取现金、股票或者现金加股票相结合的方式分配利润，具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红进行利润分配。

3、公司实施现金分红时须同时满足下列条件：（1）公司该年度的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；（3）公司未来12个月内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的50%；②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的30%。

4、公司每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的**40%**，但公司存在以前年度未弥补亏损的，以现金方式分配的利润不少于弥补亏损后的可供分配利润的10%。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。

5、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、盈利水平以及当年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、公司可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况,在保证足额现金分红及公司股本规模合理的前提下,公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配,具体分红比例由公司董事会审议通过后,并提交股东大会审议决定。除上述原因外,公司采用股票股利进行利润分配的,还应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

7、在满足上述现金分红条件情况下,公司将优先采取现金方式分配股利。公司原则上每年进行一次利润分配,董事会可以根据盈利情况和资金需求情况提议公司进行中期现金或股利分配。除非经董事会论证同意,且经独立董事发表独立意见、监事会决议通过,两次分红间隔时间原则上不少于六个月。

8、若存在股东违规占用公司资金情况,公司应当扣减该股东所获分配的现金红利,以偿还其占用的资金。

9、公司发行证券、重大资产重组、合并分立或者因收购导致控制权发生变更的,公司应当在募集说明书或发行预案、重大资产重组报告书、权益变动报告书或者收购报告中详细披露募集或发行、重组或者控制权发生变更后公司的现金分红政策及相应的安排、董事会对上述情况的说明等信息。

(三) 公司上市后的长期回报规划

公司上市后的长期回报规划和利润分配政策将重视对投资者的合理投资回报,每年按当年实现的可分配利润的一定比例向股东分配现金股利,建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制。公司制定各期利润分配的具体规划和计划安排,以及调整规划或计划安排时,按照有关法律、行政法规、部门规章及公司章程的规定,并考虑以下因素:1、重视对投资者的合理投资回报,不损害投资者的合法权益;2、充分听取中小股东的要求和意愿,以及独立董事的意见;3、利润分配政策将保持连续性和稳定性,同时兼顾公司的长远和可持续发展,利润分配不得超过累计可分配利润的范围,不得损害公司持续经营能力;4、社会资金成本、外部融资环境。

四、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施

本次公开发行后,公司股本及净资产将大幅增长。但由于募集资金从投入到产生收益需要一定时间,短期内公司的营业收入和净利润难以实现同步增长,公司每股收益等指标将有可能下降,投资者即期回报面临被摊薄的风险。

(一) 首次公开发行股票对每股收益的影响分析

1、假设条件

(1) 本次发行预计于 **2025 年 12 月 31 日** 实施完毕。该完成时间仅为估计,最终以实际发行完成时间为准。

(2) 宏观经济环境、产业政策、行业发展状况等方面没有发生重大变化。

(3) 不考虑本次发行募集资金到账后,对公司生产经营、财务状况(如财务费用、投资收益)等的影响。

(4) 本次公开发行股票数量为 3,166.67 万股,发行完成后公司总股本将由 9,500 万股增加至 12,666.67 万股,上述发行股数以经证监会核准发行的股份数量为准。

(5) 在预测公司总股本时,以本次发行前总股本 9,500 万股为基础,仅考虑本次发行股份的影响,不考虑其他因素导致股本发生的变化。

(6) 按照扣除非经常性损益前后孰低原则,假设 **2024 年公司归属于母公司所有者净利润与 2023 年度相同,2024 年度** 归属于母公司所有者的净利润为 30,496.53 万元。

(7) 以上假设及关于本次发行前后公司主要财务指标的情况仅为测算本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响,不代表公司对 **2025 年度** 经营情况及趋势的判断,不构成公司的盈利预测,投资者不应据此进行投资决策,投资者据此进行投资决策造成损失的,公司不承担赔偿责任。

2、测算过程

在不同净利润年增长率的假设条件下，本次募集资金到位当年公司每股收益对比情况如下所示：

项目	2024 年度（末）	2025 年度（末）	
		本次发行前	本次发行后
总股本（万股）	9,500.00	9,500.00	12,666.67
情形 1：2025 年净利润与 2024 年持平，即 2025 年归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常损益前后孰低）为 30,496.53 万元			
归属于母公司股东的净利润（万元）	30,496.53	30,496.53	30,496.53
基本每股收益（元）	3.21	3.21	2.41
稀释每股收益（元）	3.21	3.21	2.41
情形 2：2025 年净利润较 2024 年增长 10%，即 2025 年归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常损益前后孰低）为 33,546.18 万元			
归属于母公司股东的净利润（万元）	30,496.53	33,546.18	33,546.18
基本每股收益（元）	3.21	3.53	2.65
稀释每股收益（元）	3.21	3.53	2.65
情形 3：2025 年净利润较 2024 年减少 10%，即 2025 年归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常损益前后孰低）为 27,446.87 万元			
归属于母公司股东的净利润（万元）	30,496.53	27,446.87	27,446.87
基本每股收益（元）	3.21	2.89	2.17
稀释每股收益（元）	3.21	2.89	2.17

经测算，在 2025 年 12 月末完成本次发行的假设条件下，公司即期基本每股收益和稀释每股收益低于 2024 年度，即期回报将会出现一定程度摊薄。

（二）本次发行的必要性和合理性

本次发行募集资金将用于“智能化全屋定制家居建设项目”“研发中心及信息化提升改造项目”和“品牌渠道建设项目”。随着人们收入水平和生活水平的提高，橱柜、衣柜等定制家居行业的产品需求也将进一步增长。面对广阔的市场空间，为抢占更多市场份额，公司有必要新建生产基地扩大产能，以满足快速增长的市场需求，释放定制家居的市场盈利空间。通过研发中心及信息化提升改造项目，公司将升级研发基础设施，设计研发实力及管理水平将进一步提升；同时，公司计划构建信息系统生产和营销管理平台，优化生产流程，提升营销管理效率，以在激烈的市场竞争中巩固行业地位。通过品牌渠道建设项目，公司将通过加强

电视、互联网以及户外广告等媒介渠道的广告投入,完善公司品牌建设,进一步提升公司品牌知名度。本次发行的必要性和合理性详见本招股说明书“第七节募集资金运用与未来发展规划”之“二、募集资金投资项目的运用情况”。

(三) 本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金运用围绕公司主营业务进行,符合公司的发展规划。公司已根据外部环境和自身优势制定了中长期战略,即不断加大研发投入,加强品牌营销力度,扩大“莫干山”品牌效应,并引进国内外先进的自动化生产设备,与信息化技术相结合,提高工厂生产效率,提升公司市场竞争力。本次募集资金投资项目的成功实施是实现公司业务发展计划的重要基础。公司将通过募集资金的投入,扩大公司的生产与经营规模,提高公司产品的市场占有率,增强公司核心竞争力。

(四) 公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、人员储备

公司始终将人才引进和培养作为经营管理中的重要内容。截至**2024年6月30日**,公司及子公司员工总数为**1,687**人,核心管理团队成熟稳定,装饰板材行业从业经验丰富。公司募集资金投资项目将主要利用公司现有人员实施,同时,将继续加强人力资源建设工作,加大与经营管理人才、高级研发人才、市场营销人才和熟练生产工人的引进、培养和激励,以保证公司募投项目的有效推进和公司的可持续发展。

2、技术储备

截至**2024年6月30日**,公司拥有各项专利**181**项,其中发明专利**52**项。本次募集资金拟投资项目所应用的技术与公司其他生产基地应用的技术相同,公司具有良好的技术储备。

3、市场储备

公司成立于**1995**年,经过二十多年的发展沉淀,公司专注环保、绿色和健康板材,产品类别丰富、设计研发实力雄厚,品牌知名度较高;此外,公司信息化程度较高并具有成熟完善的管理体系,在行业内具备较强的综合竞争力。

公司自成立以来,一直高度重视营销网络体系建设,主要采用经销商授权的销售模式,并在全国建立了近千家主要经销商,形成了覆盖全国的营销网络和高效率的服务体系,能够快速有效执行公司的经营决策,对市场变化快速响应,具有较强的营销服务能力。

公司在上述方面具备的良好积累,能够保障本次募集资金投资项目的有效实施,促进公司战略目标和发展规划的实现。

(五) 本次发行摊薄即期回报的填补措施

为保障本次募集资金的有效使用,有效防范即期回报被摊薄的风险,提高公司未来的回报能力,充分保护公司股东特别是中小股东的利益,公司拟采取的主要措施包括:

1、积极稳妥的实施募集资金投资项目

公司本次募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略,具有良好的市场前景和经济效益。公司将加强募集资金投资项目管理,合理统筹安排项目的投资建设,实现募集资金投资项目早日投产。随着项目逐步实施,产能的逐步释放及市场的进一步拓展,公司盈利能力将进一步增强。

2、加大市场开拓

公司将利用家居行业发展机遇及公司在行业中的竞争优势,继续加强市场开拓能力,提高市场份额,提升公司品牌的市场影响力,为公司的业绩增长打下坚实的基础。

3、加强经营管理、提高经营效率

公司在日常运营中将进一步加强生产成本和费用控制,加强预算管理,严格控制成本。与此同时,公司将加强对经营管理层的考核,完善与绩效挂钩的薪酬体系,确保管理层勤勉尽责,提升运营管理效率,从而进一步提升公司的盈利能力。

4、加强募集资金管理,保证募集资金合理、合法使用

公司制定了《浙江升华云峰新材股份有限公司募集资金管理制度(草案)》,对募集资金存储、使用、投向变更、管理与监督等有关内容作出了详细的规定。

募集资金到位后将存放于指定专户，在公司、保荐人和托管银行的三方监管下，严格做到专款专用。同时，公司将严格遵守资金管理相关规定，在进行募集资金项目投资时，严格履行资金支出的相关审批手续，明确各控制环节的相关责任，严格按照投资计划申请、审批、使用、稽核、考核等流程执行，保证募集资金规范、高效使用。

5、不断完善公司治理，强化风险管理措施

公司将严格遵循《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，为公司发展提供制度保障。

6、其他方式

公司未来将根据中国证监会、证券交易所等监管机构出台的具体细则及要求，并参照上市公司较为通行的惯例，继续补充、修订、完善公司投资者权益保护的各项制度并予以实施。

本公司制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

(六) 公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员关于本次发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

详见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件二 与投资者保护相关的承诺”。

第十节 其他重要事项

一、重大合同

公司已履行、正在履行和将要履行的对报告期生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的重大合同情况如下：

（一）销售合同

1、经销商模式下的重大销售合同

经销商模式下，公司与经销商按年度签署经销合同书，在年度经销合同书中约定了销售产品类型、销售区域、年度销售指标，未涉及产品的具体销售数量、价格等。在实际业务发生时，经销商通过发行人的经销商订单系统下发订单，明确具体的产品数量、价格等。

截至2024年6月30日，公司已履行、正在履行和将要履行的与前五名经销商签署的合同如下：

序号	客户名称	合同名称	主要合同标的
1	南京润凯家居有限公司及其关联方	《经销合同书》	板材、地板、家居
2	兰州金秀商贸有限公司及其关联方	《经销合同书》	板材
3	上海备兴装饰材料有限公司	《经销合同书》	板材、家居
4	宁波市鄞州雍邦建材有限公司	《经销合同书》	板材、地板、家居
5	河南森大森商贸有限公司	《经销合同书》	板材
6	合肥豪林商贸有限公司及其关联方	《经销合同书》	板材、地板、家居
7	太原越久龙木业有限公司及其关联方	《经销合同书》	板材

2、商标授权模式下的重大销售合同

商标授权模式下，公司作为品牌授权方，通过与被授权方按年度签订《注册商标使用许可合同》，由公司许可被授权方使用公司“莫干山”“森泉”等品牌的商标并向其收取商标授权费。

截至2024年6月30日，公司已履行、正在履行和将要履行的与报告期前五名商标授权客户签署的合同如下：

序号	客户名称	合同名称	合同标的
1	山东绿树源木业有限公司	注册商标使用许可合同	板材
2	费县千年森装饰板材厂	注册商标使用许可合同	板材

序号	客户名称	合同名称	合同标的
3	广西融水晨阳木业有限公司	注册商标使用许可合同	板材
4	山东隆饰木业有限公司	注册商标使用许可合同	板材
5	德清县东旺木业有限公司	注册商标使用许可合同	板材
6	六安市叶集区瑞驰木业有限公司	注册商标使用许可合同	板材
7	文安县保发木业有限公司	注册商标使用许可合同	板材
8	霸州市胜芳镇久盛板厂	注册商标使用许可合同	板材
9	山东荣登堡家居有限公司及其关联方	注册商标使用许可合同	板材

3、大宗业务合同

截至 2024 年 6 月 30 日，公司已履行、正在履行和将要履行的合同金额在 1,000 万元以上的大宗业务合同如下：

序号	客户名称	合同标的	合同签署时间	履行情况
1	绍兴京越房地产开发有限公司	室内定制柜供货及安装	2020.09	已履行
2	乐清绿城佳园房地产开发有限公司	绿城·锦玉园衣柜供货及安装	2019.08	已履行
3	杭州泰都置业有限公司	绿都金科和宁文华项目户内门供货带安装工程	2021.03	已履行
4	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	杭州城北幸福里项目橱柜、户内门供应及安装	2021.08	已履行
5	珠海励致洋行办公家私有限公司珠海高新区分公司	温州老港区项目橱柜、户内门供应及安装	2021.12	已履行
6	上海瑞虹新城有限公司	瑞虹新城七号地块发展项目木制品工程	2022.01	正在履行
7	厦门保润房地产开发有限公司	厦门市2021P07地块木地板供货及安装合同	2022.12	正在履行
8	佛山市龙光骏绅房地产有限公司	佛山玖钻广场项目6#、10#、12#、13#木地板供应及安装工程	2023.06	正在履行
9	济南川丽德市政建设工程有限公司	山东头社区村庄改造项目地块批量装修油漆木饰面供货安装工程（二标段）	2023.08	正在履行

（二）采购合同

公司按年度与供应商签署采购合同，截至 2024 年 6 月 30 日，公司已履行、正在履行和将要履行的与前五名供应商（包括原材料供应商和 OEM 供应商）签署的合同如下：

序号	供应商名称	合同类型	主要合同标的
1	山东朝泰实业有限公司	原材料采购合同	PVC卡条、封边条
2	临沂市万木森荣木业有限公司	原材料采购合同	生态板、生态板基板
3	剑河县荣达木业有限公司	原材料采购合同	杉木芯板
4	浙江德清金猴新材料有限公司	原材料采购合同	PVC卡条、封边条
5	安徽加和智能家居有限公司	原材料采购合同	纤维板
6	江苏莱宝装饰材料有限公司	OEM采购合同	阻燃板
7	沭阳县巨力木业制品厂	OEM采购合同	生态板
8	菏泽弘润木业有限公司	OEM采购合同	生态板、阻燃板
9	山东千森木业集团有限公司	OEM采购合同	阻燃板
10	山东旭美尚诺装饰材料有限公司	OEM采购合同	定向刨花板 OSB
11	德清东清木业有限公司	原材料采购合同	三聚氰胺纸、杉木半成品
12	柳城县骊森科技有限公司	原材料采购合同	胶合板
13	临沂市兰山区玉明板材厂	OEM采购合同	阻燃板等
14	文安县增维木业有限公司	OEM采购合同	生态板、阻燃板等
15	广东日明五金实业有限公司	原材料采购合同	滑轨、铰链
16	徐州森晟源木业有限公司	OEM采购合同	阻燃板
17	山东源吉龙装饰材料有限公司	OEM采购合同	生态板
18	湖北登泰新材科技有限公司	原材料采购合同	封边条
19	张家港德奕嘉贸易有限公司	原材料采购合同	分色单板
20	廊坊多果木业有限公司	OEM采购合同	生态板
21	文安县联达木业有限公司	OEM采购合同	生态板

（三）其他重大合同

1、项目协议书

（1）发行人与德清县钟管镇人民政府于 2021 年 4 月 8 日签署《关于年产 100 万套全屋定制家居智能化生产线项目协议书》，拟实施项目为年产 100 万套全屋定制家居智能化生产线项目，总用地 200 亩，固定资产投资 11.5 亿元，建设地点在浙江德清县钟管镇三墩工业区。该协议对投资进度、建设周期、投资强度、投产后亩均税收等事项作了原则性的约定。

（2）2024 年 10 月，发行人与德清县钟管镇人民政府签署《关于智能可视化绿色家居产业项目投资协议书》，拟实施项目为“升华云峰智能可视化绿色家居产业项目”，拟投资总金额不少于 10 亿元，包括两个子项目：其中项目一为建设“年产 30 万立方米智能化连续平压高端家具板生产线项目”，项目二根据

公司经营发展战略、行业发展情况投资建设全屋定制家居示范基地项目。该协议对投资内容、投资进度、建设周期、投资强度等事项作了原则性的约定。

(3) 2024年11月，发行人与广西来宾市人民政府签署了《年产50万方定向刨花板投资框架协议》，拟投资约8亿元在来宾市建设定向刨花板生产基地，对投资内容及项目实施地点等进行了原则性的约定。

2、工程施工合同

莫干山建材与浙江大东吴杭萧绿建科技有限公司于2021年5月27日签署《建设工程施工合同》，由承包人浙江大东吴杭萧绿建科技有限公司负责建设“莫干山建材新增年产3000m³重组装饰材建设工程”项目，工程总金额（含税）为2,248.00万元。

山东云峰与浙江振升建设有限公司于2022年3月1日签署《建设工程施工合同》，由承包人浙江振升建设有限公司负责建设“年产30万套智能化全屋定制项目（一期年产180万m³）建设工程”项目，工程总金额（含税）为18,100.00万元。

3、授信协议

截至2024年6月30日，发行人正在履行的授信协议如下：

协议名称	授信人	授信申请人	授信共享人	授信期限至	授信额度（万元）
授信协议	招商银行股份有限公司湖州分行	发行人	莫干山营销	2024.08.28	20,000

注：截至2024年6月30日，在上述授信协议项下，发行人及莫干山营销申请开立信用证的金额合计为11,560.47万元。

2023年11月，莫干山营销与兴业银行股份有限公司湖州德清支行（以下简称：兴业银行德清支行）签署《兴业银行在线融资系统使用协议》，约定兴业银行德清支行授权莫干山营销使用其开发的在线融资系统办理各类金融产品和服务，包括但不限于电子商业汇票承兑、贴现业务、国内保理等各类融资业务。同时，发行人与兴业银行德清支行签署《最高额保证合同》，为莫干山营销与兴业银行德清支行发生的债权债务提供最高本金限额为10,000万元的连带责任保证，保证额度有效期自2023年11月至2026年11月。截至2024年6月30日，在上述合同项下，莫干山营销与兴业银行股份有限公司湖州德清支行未发生任何业务。

4、银行承兑协议及相关质押协议

截至2024年6月30日，发行人及其子公司正在履行的合同金额在1,000万元以上的汇票承兑协议如下：

序号	编号	出票人	承兑银行	金额 (万元)	汇票到期日
1	0120500009-2024（承兑协议）00208号	莫干山 营销	中国工商银行股份有限公司德清支行	5,000	2024年10月7日
2	0120500009-2024（承兑协议）00227号			1,000	2024年10月8日
3	0120500009-2024（承兑协议）00309号			14,000	2024年12月12日
4	33180120240009422		中国农业银行股份有限公司德清县支行	3,000	2024年12月24日

同时，在上述合同项下，莫干山营销分别与相关银行签署了相关质押合同，具体如下：

序号	质权人	合同类型	担保主债权	质押物
1	中国工商银行股份有限公司德清支行	最高额质押合同	2024年3月至2027年3月期间，在人民币6,000万元的最高额内，质权人依据与莫干山营销签署的各类合同享有的债权。	6,000万元定期存单
2	中国工商银行股份有限公司德清支行	最高额质押合同	2024年6月至2027年6月期间，在人民币14,000万元的最高额内，质权人依据与莫干山营销签署的各类合同享有的债权。	14,000万元定期存单
3	中国农业银行股份有限公司德清县支行	权利质押合同	3,000万元银行承兑汇票	3,000万元定期存单

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保情况。

三、发行人诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司存在尚未了结或可预见的较大影响的诉讼、仲裁案件如下：

序号	原告	被告	案由	案件最新进展
1	莫干山地板	杭州萧麟置业有限公司	买卖合同纠纷	2023年11月，杭州市萧山区人民法院作出判决，判令被告支付原告货款141.90万元，并驳回原告其他诉讼请求；因被告未按照杭州市萧山区人民法院已作出的生效判决履行其义务，截至招股说明书签署日，原告已向杭州市萧山区人民法院申请强制执行。
2	莫干山家居	杭州泰都置业有限公司	合同纠纷	2023年10月，杭州市拱墅区人民法院作出一审判决，判令被告支付原告货款93.32万元及逾期利息，并驳回原告其他诉讼请求；因被告未按照杭州市拱墅区人民法院已作出的生效判决履行其义务，截至招股说明书签署日，原告已申请强制执行。
3	山东云峰	霍拓普燕森（青岛）环保设备有限公司（以下简称“霍拓普燕森”）、闫方	合同纠纷	因被告霍拓普燕森未按相关协议约定向原告交付环保设备，原告向德清县人民法院提起诉讼。2024年6月，经德清县人民法院调解结案，被告霍拓普燕森、闫方共同分期支付原告120万元。截至招股说明书签署日，原告已向德清县人民法院申请强制执行。
4	莫干山家居	嘉兴智立信息科技有限公司、罗洪亮	合同纠纷	2024年4月，原告向德清县人民法院提起诉讼，请求法院判令嘉兴智立信息科技有限公司归还原告130万元垫付款项，罗洪亮承担连带责任。2024年6月，德清县人民法院调解结案，被告嘉兴智立信息科技有限公司分期支付莫干山家居垫付款130万元。被告罗洪亮对上述债务承担连带清偿责任。截至招股说明书签署日，原告已向德清县人民法院申请强制执行。
5	莫干山家居	上海兰硕建筑装饰有限公司	合同纠纷	2024年5月，原告向德清县人民法院提起诉讼，请求人民法院判令被告向原告支付全屋定制货款180.73万元，并赔偿原告经济损失。2024年10月，经德清县人民法院调解结案，约定被告分期向原告支付货款217.51万元。截至2024年11月末，被告尚未完成上述调解书确定的货款支付义务。

上述5起重大诉讼案件发生的主要原因均系相关方未按期足额支付或者退还发行人子公司相关款项，发行人子公司为维护自身合法权益向相关方提起诉讼。该等诉讼案件合计的涉案金额较小，不会对发行人本次发行上市造成重大不利影响。

除上述情形外，公司不存在其他对财务状况、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（系指案件标的在100万元以上的诉讼、仲裁案件）事项。

四、发行人控股股东及实际控制人、控股子公司，董事、监事、高级管理人员和核心技术人员重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东及实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

五、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼

的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情形。

第十一节 声明

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事、高级管理人员签字：

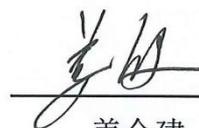

周鑫林

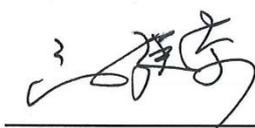

赵建忠


卢伟锋


唐远明


陈剑


姜全建


高建荣

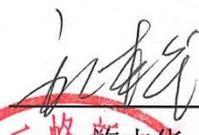

蒋胤华


鲁爱民

全体监事签字：


姚悦伟


张建军


施本华

浙江升华云峰新材股份有限公司



2024年12月13日

二、控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,按照诚信原则履行承诺,并承担相应的法律责任。

控股股东:



浙江升华控股集团有限公司

法定代表人: _____

夏士林

实际控制人: _____

夏士林

2024年 12月 13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: 梁勇

梁勇

保荐代表人: 王华

王华

林苏钦

林苏钦

法定代表人: 李娟

李娟

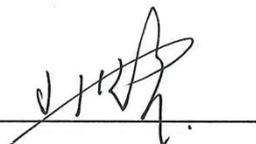


2024年12月13日

保荐人(主承销商)总经理声明

本人已认真阅读浙江升华云峰新材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。

总经理:



王洪亮



东兴证券股份有限公司

2024年12月13日

保荐人(主承销商)董事长声明

本人已认真阅读浙江升华云峰新材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。

董事长:



李娟

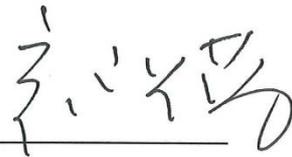


2024年12月13日

四、发行人律师声明

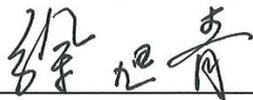
本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：_____



颜华荣

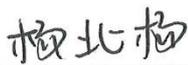
经办律师：_____



徐旭青



鲁晓红



杨北杨

国浩律师（杭州）事务所

2024年12月13日



五、 审计机构声明



地址：杭州市钱江路 1366 号
 邮编：310020
 电话：(0571) 8821 6888
 传真：(0571) 8821 6999

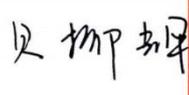
审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《浙江升华云峰新材股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2024〕10815号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2024〕10816号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江升华云峰新材股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

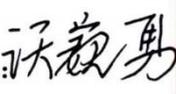
 

俞佳南

贝柳辉

天健会计师事务所负责人：

沃巍勇

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二四年十二月十三日



六、资产评估机构声明

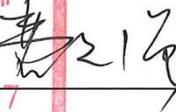
评估机构声明

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（坤元评报（2018）688号）无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：


周敏


周敏


费文强


费文强

资产评估机构负责人：


俞华开



七、验资机构声明



地址：杭州市钱江路 1366 号
邮编：310020
电话：(0571) 8821 6888
传真：(0571) 8821 6999

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《浙江升华云峰新材股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《验资报告》（天健验〔2018〕410号、天健验〔2018〕544号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对浙江升华云峰新材股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：




俞佳南




贝柳辉

天健会计师事务所负责人：




沃巍勇

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二四年十二月十三日



第十二节 附件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件,该等文件也在指定网站上披露,具体如下:

- (一) 发行保荐书;
- (二) 上市保荐书;
- (三) 法律意见书;
- (四) 财务报告及审计报告;
- (五) 公司章程(草案);
- (六) 内部控制鉴证报告;
- (七) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表;
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间

工作日上午 9:00~11:30; 下午 13:00~17:00。

三、查阅地点

投资者在本次发行承销期间,可在本公司或保荐机构(主承销商)所在的办公地点查阅。

四、信息披露网站

本次发行的信息披露网站为上海证券交易所指定网站(www.sse.com.cn)。

五、招股说明书其他附件

除上述“一、备查文件”外,本招股说明书的其他附件具体包括:

- (一) 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;

(二) 与投资者保护相关的承诺;

(三) 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;

(四) 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;

(五) 审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明;

(六) 募集资金具体运用情况;

(七) 子公司简要情况。

附件一 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、落实投资者关系管理相关规定的安排

为了保障公司投资者尤其是中小投资者的知情权、资产收益权、参与重大决策和选择管理者等权利，公司通过《公司章程（草案）》《信息披露事务管理制度》和《股东大会议事规则》等制度性文件明确了投资者应享有的权利，并设置了监事会、独立董事、董事会各专门委员会、证券事务部等机构以执行、监督执行各项投资者权益保护机制。

（一）信息披露制度和流程

为加强信息披露事务管理，充分履行对投资者的诚信与勤勉责任，本着公平、公正、公开的原则，公司制定了《信息披露事务管理制度》，规范了公司内部信息披露流程和对外信息披露行为等有关事项，规定主要包括：信息披露是公司的持续责任，公司及相关信息披露义务人应当严格按照法律、法规、部门规章、规范性文件以及交易所发布的相关规定，履行信息披露义务；公司的董事、监事和高级管理人员应当保证公司所披露信息的真实、准确、完整、及时、公平；在公司内幕信息依法披露之前，任何知情人不得公开或者泄露该信息，不得利用该信息进行内幕交易；公司及其他信息披露义务人依法披露信息时，应当将公告文稿和相关备查文件报送公司上市的交易所登记，并在中国证监会指定的媒体发布；公司在公司网站及其他媒体发布信息的时间不得先于指定媒体，不得以新闻发布或者答记者问等任何形式代替应当履行的报告、公告义务，不得以定期报告形式代替应当履行的临时报告义务；公司应当将信息披露公告文稿和相关备查文件置于公司住所供社会公众查阅。

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第八十条规定：公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

公司上市后适用的《公司章程(草案)》第八十五条规定:同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复的以第一次投票结果为准。

(二) 投资者沟通渠道的建立情况

根据《公司章程(草案)》《信息披露事务管理办法》,董事长是信息披露事务管理的第一责任人,董事会秘书为公司信息披露工作的主要责任人;公司已设立证券事务部,具体负责信息披露及投资者关系管理工作。包括与中国证监会、上海证券交易所、有关证券经营机构、新闻机构等联系。证券事务部有专用的场地及设施,设置了联系电话、网站、传真、电子邮箱等与投资者沟通的渠道。通过信息披露与交流,加强与投资者及潜在投资者之间的沟通,增进投资者对公司的了解和认同,提升公司治理水平。

(三) 未来开展投资者关系管理的规划

公司证券事务部是投资者关系管理的日常职能部门,由公司董事会秘书领导。未来,公司将通过中国证监会及上海证券交易所规定的信息披露渠道,积极做好信息披露工作,加强与投资者沟通工作,实现与投资者的良好沟通。公司本次发行上市后,将按照公平、公开、公正的原则开展投资者关系管理工作,平等对待所有投资者,并遵循相关法律、法规及中国证监会和上海证券交易所的相关规定,保障所有投资者的知情权和合法权益,并尽可能通过多种方式与投资者进行及时、深入和广泛的沟通。

二、股利分配决策程序

为完善和健全公司科学、持续和稳定的股东回报机制,增加利润分配政策决策的透明度和可操作性,切实保护公众投资者的合法权益,根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》(证监发[2012]37号)、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的规定,并结合《公司章程(草案)》,公司制定了《浙江升华云峰新材股份有限公司上市后三年内分红回报规划》(以下简称“分红回报规划”),并经公司第八届董事会第二次会议和2021年第三次临时股东大会审议通过。主要内容如下:

(一) 利润分配的基本原则

公司实施持续、稳定、积极的利润分配政策，特别是现金分红政策，保持利润分配的合理性、连续性和稳定性；公司的利润分配政策以重视对投资者的合理投资回报、兼顾公司的实际情况和长远利益，不得损害公司全体股东的整体利益及公司的可持续发展为宗旨，坚持按照法定顺序进行利润分配；分配的利润不得超过累计可分配利润的范围；优先采用现金分红的利润分配方式；公司对利润分配政策的决策和论证应当充分听取中小股东的要求；充分考虑货币政策环境。

(二) 利润分配形式及时间间隔

公司可以采取现金、股票、二者相结合或法律、法规允许的其他方式分配股利。公司应当优先采用现金分红进行利润分配，采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。在满足现金分红条件、保证公司正常经营的前提下，公司原则上每年进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求进行中期现金分红。

(三) 现金分红的具体条件

公司在弥补亏损（如有）、提取法定公积金、提取任意公积金（如需）后，当年盈利且累计未分配利润为正，且不存在以下特殊情况：

- 1、公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%，且超过 5,000 万元（募集资金投资的项目除外）；
- 2、审计机构对公司当年度财务报告出具非标准无保留意见的审计报告；
- 3、分红年度资产负债率超过 70%或者经营净现金流量为负数；
- 4、法律、法规、本章程规定的或股东大会以特别决议审议确认的其他特殊情形。

(四) 现金方式利润分配的比例

在符合利润分配原则、保证公司正常经营和发展规划的前提下，在满足实施现金分红条件时，公司采取现金方式分配股利，当年以现金方式分配的利润应不

少于当年实现的可供分配利润的 10%，具体分红比例由公司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、现金流量、财务状况、未来发展规划和投资项目等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，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。

前述“重大资金支出安排”是指公司在未来 12 个月购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产 10%以上（包括 10%）的事项。

（五）发放股票股利的具体条件

结合公司生产经营情况，根据公司累计可供分配利润、公积金及现金流等状况，不违反公司现金分红原则和政策并保证公司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，公司可以采用发放股票股利的方式进行利润分配。公司在确定以股票股利分配利润的具体方案时，应充分考虑以股票股利进行利润分配后的总股本是否与公司的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债券融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

（六）利润分配的决策程序和机制

1、利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方可提交股东大会审议。

2、董事会在审议利润分配尤其是现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司利润分配尤其是现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程

序要求等事宜,独立董事应发表明确的书面独立意见。董事会制订的利润分配方案需经董事会过半数以上表决通过并经三分之二以上独立董事表决通过后,方可提交股东大会审议。独立董事应当对利润分配方案发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见,提出分红提案,并直接提交董事会审议。

3、股东大会对利润分配具体方案进行审议前,公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流,充分听取中小股东的意见和诉求,及时答复中小股东关心的问题;股东大会对利润分配方案进行审议时,除设置现场会议投票外,公司应为股东提供网络投票方式以方便中小股东参与表决。

4、公司监事会应当对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督,并对董事会制订或修改的利润分配政策和股东回报规划进行审议。

5、公司当年盈利而未提出现金分红预案的,董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明,经独立董事发表书面意见后提交股东大会审议。

(七) 利润分配方案的实施

公司董事会需在股东大会审议通过利润分配具体方案后的 2 个月内完成利润分配。公司监事会应当对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

(八) 利润分配政策的调整

1、调整利润分配政策的具体条件

如因外部经营环境或自身经营状况发生重大变化对公司生产经营造成重大影响,或公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要,公司可对利润分配政策和股东回报规划进行调整。

“外部经营环境或自身经营状况发生重大变化”指经济环境的重大变化、不可抗力事件导致公司经营亏损;主营业务发生重大变化;重大资产重组等。

2、调整利润分配政策的决策程序和机制

公司调整利润分配方案,必须由董事会作出专题讨论,详细论证说明理由,并将书面论证报告经独立董事和监事会审议通过后方能提交股东大会审议,股东

大会在审议利润分配政策调整时,须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。为充分考虑公众投资者的意见,股东大会审议利润分配政策调整事项时,必须提供网络投票方式。

三、股东投票机制建立情况

公司通过建立完善累积投票制、股东计票机制、股东大会网络投票等股东投票机制,保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

(一) 累积投票制

公司上市后适用的《公司章程(草案)》第八十二条规定:股东大会就选举董事、监事进行表决时,选举二名及以上董事或监事时应实行累积投票制。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。董事会应当向股东告知候选董事、监事的简历和基本情况。

(二) 股东计票机制和征集投票权

公司上市后适用的《公司章程(草案)》第七十八条规定:股东(包括股东代理人)以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权,每一股份享有一票表决权。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。公司持有的本公司股份没有表决权,且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

公司上市后适用的《公司章程(草案)》第八十七条规定:股东大会对提案进行表决前,应当推举两名股东代表参加计票和监票。审议事项与股东有利害关系的,相关股东及代理人不得参加计票、监票。股东大会对提案进行表决时,应当由律师、股东代表与监事代表共同负责计票、监票,并当场公布表决结果,决

议的表决结果载入会议记录。通过网络或其他方式投票的公司股东或其代理人，有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。

(三) 便利投资者参与决策的措施安排

公司上市后适用的《公司章程(草案)》第四十四条规定：本公司召开股东大会的地点为公司住所地或股东大会通知中指定的地点。股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络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。

附件二 与投资者保护相关的承诺

一、股份流通限制和自愿锁定的承诺

(一) 公司控股股东、实际控制人及其配偶承诺

1、公司控股股东升华控股承诺

(1) 自发行人首次公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份；

(2) 本公司所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，减持底价作相应调整）；

(3) 发行人上市后六个月内如发行人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，本公司持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）；

(4) 本公司将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定；若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本公司将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持；

(5) 若本公司违背做出的股份限售承诺，本公司因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人；如不上缴，发行人有权扣留本公司应获得的现金分红，还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长锁定期。

2、公司实际控制人夏士林先生承诺

(1) 自发行人首次公开发行股票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或间接持有发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不

由发行人回购该部分股份；

(2) 本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，减持底价作相应调整）；

(3) 发行人上市后六个月内如发行人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，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）；

(4) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定；若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持；

(5) 若本人违背做出的股份限售承诺，本人因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人；如不上缴，发行人有权扣留本人应获得的现金分红，还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长锁定期。

3、公司实际控制人夏士林先生的配偶钱小妹女士承诺

(1) 自发行人首次公开发行股票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或间接持有发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份；

(2) 本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，减持底价作相应调整）；

(3) 发行人上市后六个月内如发行人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，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长六个月（若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或

配股等除息、除权行为的,则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算);

(4) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定;若前述法律法规及规范性文件被修订、废止,本人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持;

(5) 若本人违背做出的股份限售承诺,本人因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人;如不上缴,发行人有权扣留本人应获得的现金分红,还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长锁定期。

(二) 公司其他股东承诺

1、公司股东顾水祥先生承诺

(1) 自发行人首次公开发行股票上市之日起三十六个月内,本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股份前已发行股份,也不由发行人回购该部分股份;

(2) 本人所持上述发行人股份在锁定期满后两年内减持的,减持价格不低于发行价;发行人上市后六个月内如发行人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,本人持有发行人股份的锁定期限在原有的限售期基础上自动延长六个月(若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的,则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算);

(3) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定;若前述法律法规及规范性文件被修订、废止,承诺人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持;

(4) 若本人违背做出的股份限售承诺, 本人因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人; 如不上缴, 发行人有权扣留本人应获得的现金分红, 还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长锁定期。

2、公司总经理赵建忠先生承诺

(1) 自发行人首次公开发行股票上市之日起三十六个月内, 本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股份前已发行股份, 也不由发行人回购该部分股份;

(2) 本人所持上述发行人股份在锁定期满后两年内减持的, 减持价格不低于发行价; 发行人上市后六个月内如发行人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, 本人持有发行人股份的锁定期限在原有的限售期基础上自动延长六个月(若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的, 则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算);

(3) 上述锁定期满后, 本人在担任发行人董事或高级管理人员期间、就任时确定的任职期间及任期届满后六个月内, 每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%; 且本人上述职务离任后六个月内, 不转让本人持有的发行人股份。本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺;

(4) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定; 若前述法律法规及规范性文件被修订、废止, 承诺人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持;

(5) 若本人违背做出的股份限售承诺, 本人因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人; 如不上缴, 发行人有权扣留本人应获得的现金分红, 还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长锁定期。

3、公司持股平台股东欣峰投资承诺

(1) 自发行人首次公开发行股票上市之日起十二个月内, 本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份, 也不由发行人回购该部分股份;

(2) 若本企业违背做出的股份限售承诺, 本企业因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人; 如不上缴, 发行人有权扣留本企业应获得的现金分红, 还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长锁定期。

4、公司持股平台股东润峰投资承诺

(1) 自发行人首次公开发行股票上市之日起三十六个月内, 本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份, 也不由发行人回购该部分股份;

(2) 若本企业违背做出的股份限售承诺, 本企业因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人; 如不上缴, 发行人有权扣留本企业应获得的现金分红, 还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长锁定期。

5、公司其他股东王素珍女士承诺

(1) 自发行人首次公开发行股票上市之日起十二个月内, 本人不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行股份, 也不由发行人回购该部分股份;

(2) 若本人违背做出的股份限售承诺, 本人因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人; 如不上缴, 发行人有权扣留本人应获得的现金分红, 还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长锁定期。

6、间接持有公司股份的董事、高级管理人员关于股份锁定及减持的承诺

通过欣峰投资间接持有公司股份的董事、高级管理人员唐远明先生承诺如下:

(1) 自发行人首次公开发行股票上市之日起十二个月内, 本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股份前已发行股份, 也不由发行人回购该部分股份;

(2) 本人所持上述发行人股份在锁定期满后两年内减持的, 减持价格不低于发行价; 发行人上市后六个月内如发行人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, 本人持有发行人股份的锁定期限在原有的限售期基础上自动延长六个月(若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的, 则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算);

(3) 上述锁定期满后, 本人在担任发行人董事或高级管理人员期间、就任时确定的任职期间及任期届满后六个月内, 每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%; 且本人上述职务离任后六个月内, 不转让本人持有的发行人股份。本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺;

(4) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定; 若前述法律法规及规范性文件被修订、废止, 承诺人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持;

(5) 若本人违背做出的股份限售承诺, 本人因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人; 如不上缴, 发行人有权扣留本人应获得的现金分红, 还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门的要求延长锁定期。

通过润峰投资间接持有公司股份的董事、高级管理人员陈剑先生、姜全建先生承诺如下:

(1) 自发行人首次公开发行股票上市之日起三十六个月内, 本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股份前已发行股份, 也不由发行人回购该部分股份;

(2) 本人所持上述发行人股份在锁定期满后两年内减持的, 减持价格不低于发行价; 发行人上市后六个月内如发行人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, 本人持有发行人股份的锁定期限在原有的限售期基础上自动延长六个月(若上述期间发行人发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的, 则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算);

(3) 上述锁定期满后, 本人在担任发行人董事或高级管理人员期间、就任时确定的任职期间及任期届满后六个月内, 每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%; 且本人上述职务离任后六个月内, 不转让本人持有的发行人股份。本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺;

(4) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定; 若前述法律法规及规范性文件被修订、废止, 承诺人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持;

(5) 若本人违背做出的股份限售承诺, 本人因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人; 如不上缴, 发行人有权扣留本人应获得的现金分红, 还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有关部门的要求延长锁定期。

7、间接持有公司股份的监事关于股份锁定及减持的承诺

通过欣峰投资间接持有公司股份的监事姚悦伟先生承诺如下:

(1) 自发行人首次公开发行股票上市之日起十二个月内, 本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首次公开发行股份前已发行股份, 也不由发行人回购该部分股份;

(2) 上述锁定期满后, 本人在担任发行人监事期间、就任时确定的任职期间及任期届满后六个月内, 每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%;

且本人上述职务离任后六个月内,不转让本人持有的发行人股份。本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺;

(3) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定;若前述法律法规及规范性文件被修订、废止,承诺人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行调整;

(4) 若本人违背做出的股份限售承诺,本人因减持股份而获得的任何收益将上缴给发行人;如不上缴,发行人有权扣留本人应获得的现金分红,还可以采取的措施包括但不限于继续执行锁定期承诺、按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有关部门的要求延长锁定期。

(三) 公司控股股东、实际控制人及其配偶关于业绩下滑时延长股份锁定期的承诺

1、公司控股股东升华控股承诺

公司控股股东升华控股已出具《关于业绩下滑时延长股份锁定期的承诺》,承诺如下:

(1) 发行人上市当年较上市前一年净利润下滑 50%以上的,延长本企业届时所持股份锁定期限 6 个月;

(2) 发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的,在前项基础上延长本企业届时所持股份锁定期限 6 个月;

(3) 发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的,在前两项基础上延长本企业届时所持股份锁定期限 6 个月。

2、公司实际控制人夏士林先生承诺

公司实际控制人夏士林先生已出具《关于业绩下滑时延长股份锁定期的承诺》,承诺如下:

(1) 发行人上市当年较上市前一年净利润下滑 50%以上的,延长本人届时

所持股份锁定期限 6 个月；

(2) 发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延本人届时所持股份锁定期限 6 个月；

(3) 发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上延长本人届时所持股份锁定期限 6 个月。

3、公司实际控制人夏士林先生的配偶钱小妹女士承诺

公司实际控制人夏士林先生的配偶钱小妹女士已出具《关于业绩下滑时延长股份锁定期的承诺》，承诺如下：

(1) 发行人上市当年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，延长本人届时所持股份锁定期限 6 个月；

(2) 发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延本人届时所持股份锁定期限 6 个月；

(3) 发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上延长本人届时所持股份锁定期限 6 个月。

二、本次发行前持股 5%以上股东的持股和减持意向的承诺

(一) 公司控股股东持股及减持意向的承诺

公司控股股东升华控股已出具《关于持股及减持意向承诺函》，承诺如下：

1、本公司未来持续看好发行人及其所处行业的发展前景，拟长期持有发行人股票以确保本公司对发行人的控股地位；

2、本公司持有的发行人首次公开发行前的股份，将严格遵守已作出的限售和锁定承诺；

3、如果在本公司所持发行人股份锁定期满后，本公司拟减持股份的，将严格遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，并及时履行公告义务；

4、如果在本公司所持发行人股份锁定期满后两年内，本公司拟减持发行人

首次公开发行股票前已发行股份的，减持价格不低于发行价（如果因发行人上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）；

5、本公司减持发行人股份将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定；若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本公司将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行了减持；

6、如本公司违反本承诺进行减持的，减持发行人股份所得收益归发行人所有。

（二）直接持有公司 5%以上的股东欣峰投资、润峰投资和顾水祥先生的持股及减持意向的承诺

直接持有公司 5%以上的股东欣峰投资、润峰投资和顾水祥先生已出具《关于持股及减持意向承诺函》，承诺如下：

1、本人/本企业未来持续看好发行人及其所处行业的发展前景，拟长期持有发行人股票；

2、本人/本企业持有的发行人首次公开发行前的股份，将严格遵守已作出的限售和锁定承诺；

3、如果在本人/本企业所持发行人股份锁定期满后，本人/本企业拟减持股份的，将严格遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，并及时履行公告义务；

4、本人/本企业减持发行人股份将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定；若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本公司将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行了减持；

5、如本人/本企业违反本承诺进行减持的，减持发行人股份所得收益归发行人所有。

三、关于上市后三年内稳定公司股价的预案及承诺

为了维护云峰新材二级市场股价稳定，强化股东、管理层诚信义务，保护中小股东权益，根据中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的相关规定，特制定公司上市后三年内稳定股价预案，具体如下：

(一) 启动稳定股价措施的具体条件

公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司最近一期经审计每股净资产情形时（以下简称“稳定股价措施的启动条件”，若因除权除息事项致使上述股票收盘价与公司最近一期经审计每股净资产不具可比性的，上述每股净资产做相应调整），非因不可抗力因素所致，公司应当启动稳定股价措施。

公司或有关方采取稳定股价措施后，公司股票若连续20个交易日收盘价均高于公司最近一期经审计每股净资产，则可中止稳定股价措施。中止实施稳定股价方案后，自上述稳定股价方案通过并公告之日起12个月内，如再次出现公司股票收盘价格连续20个交易日低于公司最近一期经审计每股净资产的情况，则应继续实施上述稳定股价方案。稳定股价方案所涉及的各项措施实施完毕或稳定股价方案实施期限届满且处于中止状态的，或继续回购、增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件的，则视为本轮稳定股价方案终止。

本轮稳定股价方案终止后，若公司股票自挂牌上市之日起三年内再次触发稳定股价预案启动情形的，将按前款规定启动下一轮稳定股价预案。

(二) 稳定股价的具体措施

当上述启动稳定股价措施的条件成就时，公司及有关方将根据公司董事会或股东大会审议通过的稳定股价方案及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价：

(1) 公司回购股票；(2) 公司控股股东增持公司股票；(3) 公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票；(4) 其他证券监管部门认可的方式。

以上稳定股价措施的具体内容如下：

1、公司回购股票

稳定股价措施的启动条件成就之日起五个工作日内,召开董事会讨论稳定股价的具体方案,如公司回购股票不会导致公司股权分布不满足法定上市条件,则董事会应当将公司回购股票的议案提交股东大会审议通过后实施。其中股东大会决议须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司股票回购预案经公司股东大会审议通过后,由公司授权董事会实施股票回购的相关决议并提前公告具体实施方案。

公司股东大会审议通过包括股票回购方案在内的稳定股价具体方案后 1 个月内,公司将通过证券交易所依法回购股票,公司回购股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产(最近一期审计基准日后,如遇除权、除息事项,每股净资产作相应调整);用于回购股票的资金应为公司自有资金,不得以首次发行上市所募集的资金回购股票。

单一会计年度公司用以稳定股价的回购资金合计不低于最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%,且不低于最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。(由于稳定股价措施中止导致稳定股价方案终止时实际增持金额低于上述标准的除外)。

超过上述标准的,本项稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时,公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

股票回购方案实施完毕后,公司应在两个工作日内公告公司股份变动报告,并在十日内依法注销所回购的股票,办理工商变更登记手续。

2、控股股东增持公司股票

若公司回购股票方案实施完成后,仍未满足“公司股票连续20个交易日收盘价均高于公司最近一期经审计每股净资产”之条件,且控股股东增持公司股票不会致使公司股权分布不满足法定上市条件,则控股股东应依照稳定股价具体方案及承诺的内容在公司回购股票方案实施完成后1个月内通过证券交易所大宗交易方式、集中竞价方式及/或其他合法方式增持公司社会公众股份,并就增持公

司股票的具体计划书面通知公司，由公司进行公告。

控股股东增持公司股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产(最近一期审计基准日后，如遇除权、除息事项，每股净资产作相应调整)。

控股股东单一会计年度用以稳定股价的增持资金不超过上一会计年度在公司领取的税后现金分红(如有)金额(由于稳定股价措施中止导致稳定股价方案终止时实际增持金额低于上述标准的除外)。

超过上述标准的，本项稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，控股股东将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

3、董事(独立董事除外)、高级管理人员增持公司股票

若控股股东增持公司股票方案实施完成后，仍未满足“公司股票连续20个交易日收盘价均高于公司最近一期经审计每股净资产”之条件，且董事(独立董事除外)、高级管理人员增持公司股票不会致使公司股权分布不满足法定上市条件，则董事(独立董事除外)、高级管理人员应依照稳定股价的具体方案及各自承诺的内容在控股股东增持公司股票方案实施完成后1个月内通过证券交易所集中竞价方式及/或其他合法方式增持公司社会公众股份，并就增持公司股票的具体计划书面通知公司，由公司进行公告。

董事(独立董事除外)、高级管理人员增持公司股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产(最近一期审计基准日后，如遇除权、除息事项，每股净资产作相应调整)。

单一会计年度董事(独立董事除外)、高级管理人员用以稳定股价的增持资金不超过上一会计年度在公司领取的税后现金分红(如有)及税后薪酬(如有)总额(由于稳定股价措施中止导致稳定股价方案终止时实际增持金额低于上述标准的除外)。

超过上述标准的，本项稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，董事(独立董事除外)、高级管理人员将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

如公司在上市后三年内拟新聘任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，公司将在聘任同时要求其出具承诺函，承诺履行公司首次公开发行上市时董事（独立董事除外）、高级管理人员已作出的稳定公司股价承诺。

（三）稳定股价措施需履行的法律程序

稳定公司股价的义务人实施稳定公司股价具体措施过程中增持或回购股份的行为以及增持或回购的股份处置行为应当符合《公司法》《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定，并应按照《上海证券交易所股票上市规则》及其他适用的监管规定履行其相应的信息披露义务，不得违反相关法律法规关于增持或回购股票的时点限制，且实施后公司股权分布应符合上市条件。

（四）稳定股价的承诺

1、公司承诺

（1）在公司上市后三年内，若公司股价达到《浙江升华云峰新材股份有限公司关于股票上市后稳定公司股价的预案》规定的启动股价稳定措施的具体条件，公司将遵守公司董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于回购公司股票或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施。如公司未采取相关稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）自公司股票首次公开发行并上市之日起三年内，若公司新聘任董事、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

2、公司控股股东承诺

（1）如发行人上市后三年内股价达到《浙江升华云峰新材股份有限公司关于股票上市后稳定公司股价的预案》启动股价稳定措施的具体条件，本公司将遵守发行人董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于增持发行人股票或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施，该具体实施方案涉及发行人股东大会表决的，在股东大会表决时投赞成票；

（2）如本公司未采取相关稳定股价的具体措施，本公司将在发行人股东大

会及信息披露指定媒体上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因,并向股东和社会公众投资者道歉;如本公司未履行增持发行人股票等稳定股价具体措施的义务,发行人有权将本公司应履行其义务相等金额的应付现金分红予以扣留,直至本公司前述承诺义务履行完毕为止。

3、公司董事(独立董事除外)、高级管理人员承诺

(1) 本人将严格按照《浙江升华云峰新材股份有限公司关于股票上市后稳定公司股价的预案》的规定,全面且有效地履行各项义务和责任。同时将敦促发行人及其他相关方严格按照《浙江升华云峰新材股份有限公司关于股票上市后稳定公司股价的预案》的规定,全面且有效地履行各项义务和责任;

(2) 如未履行上述承诺,本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上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,并将同时停止自公司领取薪酬及股东分红(如有),同时停止转让本人持有的公司股份(如有),直至本人前述承诺义务履行完毕为止。

四、关于信息披露不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

(一) 公司承诺

1、发行人首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任;

2、若有权部门认定,发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的,发行人将依法回购首次公开发行的全部新股;发行人将在有权部门出具有关违法事实的认定结果后及时进行公告,并根据相关法律法规及《公司章程》的规定及时召开董事会审议股份回购具体方案,提交股东大会。发行人将根据股东大会决议及有权部门的审批启动股份回购措施,回购价格为发行价格加上首次公开发行完成日至股票回购公告日的同期银行活期存款利息。若发行人股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的,回购的股份包括原限售股份及其派生股份,回购价格将相应进行调整;

3、若有权部门认定,发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重

大遗漏,致使投资者在证券交易中遭受损失的,发行人将按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。

(二) 公司控股股东承诺

1、发行人首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任;

2、若有权部门认定,发行人招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的,本公司将利用发行人控股股东地位督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股,同时由本公司购回发行人首次发行股票上市后本公司减持的原限售股份;

3、若有权部门认定,发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,致使投资者在证券交易中遭受损失的,本公司将按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。

4、若本公司未能履行上述承诺,将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉,并停止在发行人领取股东分红和停止转让持有的发行人股份,直至本公司按上述承诺采取相应的措施并实施完毕为止。

(三) 公司实际控制人承诺

1、发行人首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任;

2、若有权部门认定,发行人招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的,本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股,同时由本人购回发行人首次发行股票上市后本人减持的原限售股份;

3、若有权部门认定,发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,致使投资者在证券交易中遭受损失的,本人将按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿;

4、若本人未能履行上述承诺，将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉，并停止在发行人及发行人股东处领取股东分红和停止转让持有的发行人股份，直至本人按上述承诺采取相应的措施并实施完毕为止。

(四) 公司董事、监事、高级管理人员承诺

1、发行人首次公开发行招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任；

2、若有权部门认定，招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿；

3、若本人未能履行上述承诺，将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉，并停止在发行人领取薪酬和股东分红（如有），同时，本人所持有的发行人股份（如有）不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的措施并实施完毕为止；

4、以上承诺不因本人职务变动或离职等原因而拒不履行或放弃履行。

(五) 本次发行保荐机构、发行人律师、会计师承诺

1、保荐机构（主承销商）东兴证券承诺

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，本公司将依法先行赔偿投资者损失。

2、发行人律师国浩律师承诺

若因本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件存在虚假记载、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损失，如能证明没有过错的除外。本所保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担相应的法律责任。

3、审计机构及验资机构天健会计师承诺

若因本所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，本所将依法赔偿投资者损失。

4、评估机构坤元资产评估有限公司承诺

本评估机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的《评估报告》(坤元评报(2018)688号)不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本评估机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的《评估报告》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，本评估机构将依法赔偿投资者损失。

五、对欺诈发行上市的股份回购的承诺

(一) 公司对欺诈发行上市的股份回购的承诺

公司已出具《对欺诈发行上市的股份回购的承诺》，承诺如下：

1、保证公司本次发行不存在任何欺诈发行的情形。

2、如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司将在中国证监会等有权部门确认后5个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。

(二) 公司控股股东、实际控制人对欺诈发行上市的股份回购的承诺

公司控股股东升华控股、实际控制人夏士林已出具《对欺诈发行上市的股份回购的承诺》，承诺如下：

1、保证发行人本次公开发行股票并在主板上市不存在任何欺诈发行的情形；

2、如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已发行上市的，本人/本企业承诺将在中国证监会等有权部门确认后5个工作日内启动股份购回程序，由本人/本企业或其他符合法律法规的主体依法购回发行人本次公开发行的全部新股。

六、填补摊薄即期回报措施及承诺

(一) 填补摊薄即期回报措施

本次公开发行后,公司股本及净资产将大幅增长。但由于募集资金从投入到产生收益需要一定时间,短期内公司的营业收入和净利润难以实现同步增长,公司每股收益等指标将有可能下降,投资者即期回报面临被摊薄的风险。

为降低公司本次发行可能导致的对公司即期回报摊薄的风险,公司将采取积极稳妥实施募集资金投资项目,加大市场开拓力度,加强经营管理、提高经营效率,加强募集资金管理等方式,以提高对股东的即期回报。填补摊薄即期回报措施的具体内容详见本招股说明书“第九节 投资者保护”之“四、本次发行对即期回报摊薄的影响及公司采取的填补措施”的相关内容。

公司特别提示投资者,制定填补回报措施不等于对本公司未来利润做出保证。

(二) 公司控股股东关于本次发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

公司控股股东升华控股对公司填补即期回报措施能够得到切实履行作出承诺如下:

1、本公司不滥用控股股东地位,不越权干预公司经营管理活动,不侵占公司利益;

2、本公司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;

3、本公司全力支持及配合发行人对其董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束;

4、本公司严格遵守相关法律法规、中国证监会和上海证券交易所等监管机构规定和规则、以及发行人的制度规章中关于控股股东行为规范的要求,坚决不动用发行人的资产从事与发行人利益无关的投资、消费活动;

5、本公司努力确保由发行人董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩;

6、如发行人未来实施股权激励计划,本公司将全力支持发行人将该股权激励的行权条件等安排与其填补回报措施的执行情况相挂钩;

7、如果本公司未能履行上述承诺,将在股东大会及中国证监会指定报刊上

公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。违反承诺给发行人或者股东造成损失的，依法承担相应责任。

(三)公司实际控制人关于本次发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

公司实际控制人夏士林先生对公司填补即期回报措施能够得到切实履行作出承诺如下：

- 1、本人不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；
- 2、本人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；
- 3、如果本人未能履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。违反承诺给发行人或者股东造成损失的，依法承担相应责任。

(四)公司董事、高级管理人员关于本次发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

公司董事、高级管理人员承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并根据中国证监会相关规定对公司填补即期回报措施能够得到切实履行作出承诺如下：

- 1、本人不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；
- 2、本人将对本人的职务消费行为进行约束；
- 3、本人不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；
- 4、本人积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合填补被摊薄即期回报的要求；支持公司董事会或薪酬委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；
- 5、本人在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、如果本人未能履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担补偿责任。

七、相关责任主体关于未能履行承诺时的约束措施

(一) 公司未能履行承诺时的约束措施

1、本公司将严格履行招股说明书披露的在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任；

2、如果本公司未履行招股说明书披露的承诺事项，本公司将在有关监管机关要求的期限内予以纠正，并在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向本公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

3、如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失；

4、公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施，直至相关承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕；

5、公司将对未履行承诺事项或未承担相关赔偿责任的股东采取包括但不限于截留其从本公司获得的现金分红等措施，用于承担前述赔偿责任；

6、如有违法所得的，按相关法律法规处理；如该违反的承诺属可以继续履行的，将继续履行该承诺；其他根据届时规定可以采取的其他措施。

(二) 公司控股股东未能履行承诺时的约束措施

1、本公司将严格履行招股说明书披露的在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任；

2、如果本公司未履行招股说明书披露的承诺事项，本公司将在有关监管机关要求的期限内予以纠正，并在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向发行人投资者提

出补充承诺或替代承诺,以尽可能保护投资者的权益;

3、如果因本公司未履行相关承诺事项,致使投资者在证券交易中遭受损失的,本公司将依法向投资者赔偿相关损失。如果本公司未承担前述赔偿责任,则本公司持有的发行人股份在本公司履行完毕前述赔偿责任之前不得转让,同时发行人有权扣减本公司所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。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判、决定,本公司将严格依法执行该等裁判、决定;

4、如有违法所得的,按相关法律法规处理;如该违反的承诺属可以继续履行的,将继续履行该承诺;其他根据届时规定可以采取的其他措施。

(三) 公司实际控制人未能履行承诺时的约束措施

1、本人将严格履行招股说明书披露的在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任;

2、如果本人未履行招股说明书披露的承诺事项,本人将在有关监管机关要求的期限内予以纠正,并在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉,并向发行人投资者提出补充承诺或替代承诺,以尽可能保护投资者的权益;

3、如果因本人未履行相关承诺事项,致使投资者在证券交易中遭受损失的,本人将依法向投资者赔偿相关损失。如果本人未承担前述赔偿责任,则本人直接或间接持有的发行人股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让,同时发行人有权扣减本人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。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判、决定,本人将严格依法执行该等裁判、决定;

4、如有违法所得的,按相关法律法规处理;如该违反的承诺属可以继续履行的,将继续履行该承诺;其他根据届时规定可以采取的其他措施。

(四) 直接持有公司 5%以上股份的股东未能履行承诺时的约束措施

1、本企业/本人将严格履行招股说明书披露的在首次公开发行股票并上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任;

2、如果本企业/本人未履行招股说明书披露的承诺事项，本企业/本人将在有关监管机关要求的期限内予以纠正，并在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向发行人投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

3、如果因本企业/本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本企业/本人将依法向投资者赔偿相关损失。如果本企业/本人未承担前述赔偿责任，则本企业/本人持有的发行人股份在本企业/本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时发行人有权扣减本企业/本人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。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判、决定，本人将严格依法执行该等裁判、决定；

4、如有违法所得的，按相关法律法规处理；如该违反的承诺属可以继续履行的，将继续履行该承诺；其他根据届时规定可以采取的其他措施。

(五) 公司董事、监事、高级管理人员未能履行承诺时的约束措施

1、如本人未能履行在公司首次公开发行股票招股说明书中披露的本人作出公开承诺事项的，本人将及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、如本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。如因本人未履行相关承诺事项，致使公司或者投资者遭受损失的，本人将向公司或者投资者依法承担赔偿责任；

3、如本人未承担前述赔偿责任，公司有权立即停发本人应在公司领取的薪酬、津贴，直至本人履行相关承诺，并有权扣减本人从公司所获分配的现金分红（如有）用于承担前述赔偿责任，如当年度现金利润分配已经完成，则从下一年度应向本人分配现金分红中扣减；

4、如本人未能履行承诺系因不可抗力导致，本人将尽快研究将公司或其他投资者利益损失降低到最小的处理方案，以尽可能地保护公司及其他投资者利益。

八、关于利润分配政策及承诺

(一) 公司利润分配政策

根据公司 2021 年第三次临时股东大会审议通过的公司首次公开发行 A 股股票并上市后适用的《公司章程(草案)》，公司发行上市后的利润分配政策主要内容如下：

1、利润分配的基本原则

公司实施持续、稳定、积极的利润分配政策，特别是现金分红政策，保持利润分配的合理性、连续性和稳定性；公司的利润分配政策以重视对投资者的合理投资回报、兼顾公司的实际情况和长远利益，不得损害公司全体股东的整体利益及公司的可持续发展为宗旨，坚持按照法定顺序进行利润分配；分配的利润不得超过累计可分配利润的范围；优先采用现金分红的利润分配方式；公司对利润分配政策的决策和论证应当充分听取中小股东的要求；充分考虑货币政策环境。

2、利润分配形式及时间间隔

公司可以采取现金、股票、二者相结合或法律法规允许的其他方式分配股利。公司应当优先采用现金分红进行利润分配，采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。在满足现金分红条件、保证公司正常经营的前提下，公司原则上每年进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求进行中期现金分红。

3、现金分红的具体条件

公司在弥补亏损（如有）、提取法定公积金、提取任意公积金（如需）后，当年盈利且累计未分配利润为正，且不存在以下特殊情况：

(1) 公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%，且超过 5,000 万元（募集资金投资的项目除外）；

(2) 审计机构对公司当年度财务报告出具非标准无保留意见的审计报告；

(3) 分红年度资产负债率超过 70%或者经营净现金流量为负数；

(4) 法律、法规、本章程规定的或股东大会以特别决议审议确认的其他特殊情形。

4、现金方式利润分配的比例

在符合利润分配原则、保证公司正常经营和发展规划的前提下，在满足实施现金分红条件时，公司采取现金方式分配股利，当年以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可供分配利润的 10%，具体分红比例由公司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、现金流量、财务状况、未来发展规划和投资项目等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，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。

前述“重大资金支出安排”是指公司在未来 12 个月购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产 10%以上(包括 10%)的事项。

5、发放股票股利的具体条件

结合公司生产经营情况，根据公司累计可供分配利润、公积金及现金流等状况，不违反公司现金分红原则和政策并保证公司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，公司可以采用发放股票股利的方式进行利润分配。公司在确定以股票股利分配利润的具体方案时，应充分考虑以股票股利进行利润分配后的总股本是否与公司的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债券融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和

长远利益。

6、利润分配的决策程序和机制

(1) 利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方可提交股东大会审议。

(2) 董事会在审议利润分配尤其是现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司利润分配尤其是现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，独立董事应发表明确的书面独立意见。董事会制订的利润分配方案需经董事会过半数以上表决通过并经三分之二以上独立董事表决通过后，方可提交股东大会审议。独立董事应当对利润分配方案发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

(3) 股东大会对利润分配具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题；股东大会对利润分配方案进行审议时，除设置现场会议投票外，公司应为股东提供网络投票方式以方便中小股东参与表决。

(4) 公司监事会应当对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并对董事会制订或修改的利润分配政策和股东回报规划进行审议。

(5) 公司当年盈利而未提出现金分红预案的，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表书面意见后提交股东大会审议。

7、利润分配方案的实施

公司董事会需在股东大会审议通过利润分配具体方案后的 2 个月内完成利润分配。公司监事会应当对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

8、利润分配政策的调整

(1) 调整利润分配政策的具体条件

如因外部经营环境或自身经营状况发生重大变化对公司生产经营造成重大影响,或公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要,公司可对利润分配政策和股东回报规划进行调整。

“外部经营环境或自身经营状况发生重大变化”指经济环境的重大变化、不可抗力事件导致公司经营亏损;主营业务发生重大变化;重大资产重组等。

(2) 调整利润分配政策的决策程序和机制

公司调整利润分配方案,必须由董事会作出专题讨论,详细论证说明理由,并将书面论证报告经独立董事和监事会审议通过后方能提交股东大会审议,股东大会在审议利润分配政策调整时,须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。为充分考虑公众投资者的意见,股东大会审议利润分配政策调整事项时,必须提供网络投票方式。

(二) 本次发行前滚存利润的分配

根据公司召开的 2021 年第三次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股股票前滚存未分配利润之分配政策的议案》,公司在发行上市前滚存未分配利润,将由发行后的新老股东按照所持公司的股份比例共同享有。

(三) 关于利润分配政策的承诺

发行人关于利润分配政策的承诺如下:

公司在本次发行上市后,将严格按照本次发行上市后适用的《公司章程》,以及本次发行上市的《招股说明书》、公司上市后前三年股东分红回报规划中的利润分配政策执行,充分维护股东利益。公司实施积极的利润分配政策,注重对股东的合理回报并兼顾公司的可持续发展,保持公司利润分配政策的连续性和稳定性。公司对利润分配政策制订了约束措施,公司如违反前述承诺,将及时公告违反的事实及原因,除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外,将向公司股东和社会公众投资者道歉,同时向投资者提出补充承诺或替代承诺,以尽可能保护投资者的利益,并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

(四) 在审期间不进行现金分红的承诺

发行人出具了《关于在审期间公司不进行现金分红的承诺》，承诺如下：

本公司在上海证券交易所首次公开发行股票并在主板上市的申报受理后至本公司股票在上海证券交易所主板上市前不进行现金分红或提出新的现金分红方案。

九、避免同业竞争的承诺

(一) 公司控股股东关于避免同业竞争的承诺

为了避免未来可能发生的同业竞争，公司控股股东升华控股出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、截至本承诺函出具之日，本公司未从事与云峰新材及其控股子公司相同或类似的经营业务，与云峰新材及其控股子公司不存在直接或间接的同业竞争；今后亦将不以任何形式从事与云峰新材及其控股子公司的现有业务及相关产品相同或相似的经营活动，包括不以投资、收购、兼并与云峰新材及其控股子公司现有业务及相关产品相同或相似的公司或者其他经济组织的形式与云峰新材及其控股子公司发生同业竞争。

2、截至本承诺函出具之日，本公司直接或间接控制的企业未从事与云峰新材及其控股子公司相同或类似的经营业务，与云峰新材及其控股子公司不存在直接或间接的同业竞争；如本公司所控制的企业拟进行与云峰新材及其控股子公司相同的经营业务，本公司将行使否决权，以确保与云峰新材及其控股子公司不进行直接或间接的同业竞争。

3、如有在云峰新材及其控股子公司经营范围内相关业务的商业机会，本公司将优先让与或介绍给云峰新材或其控股子公司。对云峰新材及其控股子公司已进行建设或拟投资兴建的项目，本公司将在投资方向与项目选择上，避免与云峰新材及其控股子公司相同或相似，不与云峰新材及其控股子公司发生同业竞争，以维护云峰新材的利益。

4、如出现因本公司及控制的其他企业违反上述承诺而导致云峰新材及其控股子公司的权益受到损害的情况，本公司将依法承担相应的赔偿责任。

5、本承诺函自出具之日起生效，且本公司承诺将督促约束本公司直接或间接控制的其他企业、组织或机构按照本承诺函进行或者不进行特定行为，直至发生下列情形之一时，本承诺函内容终止：①本公司不再是云峰新材的控股股东；②云峰新材的股票终止在任何证券交易所上市（但云峰新材的股票因任何原因暂停买卖除外）。

（二）公司实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为了避免未来可能发生的同业竞争，公司实际控制人夏士林先生出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、截至本承诺函出具之日，本人未从事与云峰新材及其控股子公司相同或类似的经营业务，与云峰新材及其控股子公司不存在直接或间接的同业竞争；今后亦将不以任何形式从事与云峰新材及其控股子公司的现有业务及相关产品相同或相似的经营活动，包括不会以投资、收购、兼并与云峰新材及其控股子公司现有业务及相关产品相同或相似的公司或者其他经济组织的形式与云峰新材及其控股子公司发生同业竞争。

2、截至本承诺函出具之日，本人直接或间接控制的企业未从事与云峰新材及其控股子公司相同或类似的经营业务，与云峰新材及其控股子公司不存在直接或间接的同业竞争；如本人所控制的企业拟进行与云峰新材及其控股子公司相同的经营业务，本人将行使否决权，以确保与云峰新材及其控股子公司不进行直接或间接的同业竞争。

3、如有在云峰新材及其控股子公司经营范围内相关业务的商业机会，本人将优先让与或介绍给云峰新材或其控股子公司。对云峰新材及其控股子公司已进行建设或拟投资兴建的项目，本人将在投资方向与项目选择上，避免与云峰新材及其控股子公司相同或相似，不与云峰新材及其控股子公司发生同业竞争，以维护云峰新材的利益。

4、如出现因本人及控制的其他企业违反上述承诺而导致云峰新材及其控股子公司的权益受到损害的情况，本人将依法承担相应的赔偿责任。

5、本承诺函自出具之日起生效，且本人承诺将督促约束本人直接或间接控

制的其他企业、组织或机构按照本承诺函进行或者不进行特定行为，直至发生下列情形之一时，本承诺函内容终止：①本人不再是云峰新材的实际控制人；②云峰新材的股票终止在任何证券交易所上市（但云峰新材的股票因任何原因暂停买卖除外）。

附件三 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项

一、规范和减少关联交易的措施和承诺

(一) 公司控股股东关于规范和减少关联交易的承诺

1、本公司承诺不利用云峰新材控股股东地位通过关联交易谋求特殊利益，不会进行损害云峰新材及其他股东合法利益的关联交易；

2、在本公司作为云峰新材控股股东期间，本公司及所控制企业将尽量避免、减少与云峰新材发生关联交易。对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，本公司将督促发行人严格遵守法律法规及中国证监会和发行人之《公司章程》《关联交易决策及实施制度》等相关制度的规定，履行审核程序，确保交易事项的合理合法性和交易价格的公允性，并按相关规定严格履行信息披露义务；

3、本公司将严格和善意地履行与云峰新材签订的各种关联交易协议，不会向云峰新材谋求任何超出上述规定以外的利益或收益；

4、若违反上述承诺，本公司将对由此给云峰新材造成的损失做出全面、及时和足额的赔偿。

(二) 公司实际控制人关于规范和减少关联交易的承诺

1、本人承诺不利用云峰新材实际控制人地位通过关联交易谋求特殊利益，不会进行损害云峰新材及其他股东合法利益的关联交易；

2、在本人作为云峰新材实际控制人期间，本人及所控制企业将尽量避免、减少与云峰新材发生关联交易。对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，本人将督促发行人严格遵守法律法规及中国证监会和发行人之《公司章程》《关联交易决策及实施制度》等相关制度的规定，履行审核程序，确保交易事项的合理合法性和交易价格的公允性，并按相关规定严格履行信息披露义务；

3、本人将严格和善意地履行与云峰新材签订的各种关联交易协议，不会向云峰新材谋求任何超出上述规定以外的利益或收益；

4、敦促与本人关系密切的家庭成员（“关系密切的家庭成员”指配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）等关联方将尽最大努力避免与云峰新材及其控制的其他企业发生关联交易；

5、若违反上述承诺，本人将对由此给云峰新材造成的损失做出全面、及时和足额的赔偿。

二、关于社会保险或住房公积金相关承诺

公司控股股东及实际控制人承诺：

如果云峰新材及其控股子公司因其设立之日起至发行上市日期间因公司员工社会保险和住房公积金的实际缴纳情况而被任何政府主管部门要求补缴社会保险或住房公积金，或被任何政府主管部门处以行政处罚，或被任何政府主管部门、法院或仲裁机构决定、判决或裁定向任何员工或其他方支付补偿或赔偿，本公司/本人将承担全部的金额，无需云峰新材及其控股子公司支付相应对价，以使云峰新材及其控股子公司不因此遭受任何经济损失。若云峰新材股票在证券交易所上市交易后且本公司/本人依照所适用的上市规则仍为其控股股东/实际控制人，本公司/本人将不会变更、解除本承诺。

附件四 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

报告期内，公司根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，逐步建立健全了规范的公司治理结构，建立了独立董事制度，设置了董事会秘书和董事会专门委员会，制订或完善了公司治理文件和内控制度并能够有效落实、执行。

按照《公司章程》和相关公司治理规范性文件，公司的股东大会、董事会、监事会、管理层、独立董事之间权责明确，均能按照《公司章程》和相关治理规范性文件规范运行，相互协调和相互制衡、权责明确。参照公司治理相关法律法规的标准，公司管理层认为公司在公司治理方面不存在重大缺陷。

一、股东大会制度的建立健全及运行情况

公司制定了《公司章程》和《股东大会议事规则》，建立了股东大会制度，对股东大会的权责和运作程序做了具体规定。

报告期内，公司共召开 **8** 次股东大会。公司历次股东大会会议的召开程序、决议内容、议事规则及表决结果均遵循法律法规和公司各项制度，合法、合规、真实、有效。报告期内，公司股东大会制度按照相关法律法规规范运行，切实履行公司最高权力机构的各项职责，发挥了应有的作用。

二、董事会制度的建立及运行情况

公司制定了《公司章程》和《董事会议事规则》，对董事会的权责和运作程序做了具体规定。

报告期内，公司共召开 **12** 次董事会会议。公司历次董事会会议的召开程序、决议内容、议事规则及表决结果均遵循法律法规和公司各项制度，合法、合规、真实、有效。报告期内，公司董事会制度按照相关法律法规规范运行，科学决策，发挥了应有的作用。

三、监事会制度的建立及运行情况

公司制定了《公司章程》和《监事会议事规则》，对监事会的权责和运作程序做了具体规定。

报告期内，公司共召开 **11 次** 监事会会议。公司历次监事会会议的召开程序、议事规则及表决结果均遵循法律法规和公司各项制度，合法、合规、真实、有效。报告期内，公司监事会制度按照相关法律法规规范运行，严格监督，有效维护了股东的利益，发挥了应有的作用。

四、独立董事制度的建立健全及运行情况

本公司现有独立董事三名（包括一名会计专业人士），独立董事人数占比不低于董事会总人数的三分之一。公司独立董事的提名与任职符合相关法律法规及《公司章程》的规定。公司制定了《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、选聘、任期、享有职权、发表独立意见等作出了详细的规定。

公司自建立《独立董事工作制度》以来，独立董事依据有关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，谨慎、认真、勤勉地履行了权利和义务，参与公司重大经营决策，对公司的重大关联交易和重大投资项目均发表了意见，对公司完善治理结构和规范运作起到了积极作用。

五、董事会秘书制度建立健全及运行情况

公司设董事会秘书一名，经董事会聘任或解聘，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。董事会秘书应遵守法律、行政法规、部门规章以及公司章程的有关规定。

公司董事会秘书认真履行《公司章程》《董事会秘书工作制度》规定的相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与监管部门的沟通协调、公司重大经营决策、主要管理制度的制定、执行等方面发挥了重要作用。

附件五 审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

2020年12月30日,公司召开第七届董事会第十四次会议,同意公司董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会和战略发展委员会四个专门委员会;同时,公司董事会审议通过了前述四个董事会专门委员会实施细则,对其人员构成、职责权限、决策程序、议事规则等进行了规定。2024年8月15日,公司召开**第九届董事会第一次会议**,选举了现任各专门委员会的委员。

目前董事会专门委员会委员名单如下:

专门委员会	委员名单	召集人
审计委员会	鲁爱民、蒋胤华、 卢伟锋	鲁爱民
薪酬与考核委员会	蒋胤华、鲁爱民、陈剑	蒋胤华
提名委员会	高建荣、蒋胤华、 周鑫林	高建荣
战略发展委员会	周鑫林 、高建荣、 赵建忠	周鑫林

一、审计委员会的设置及其运行情况

审计委员会的主要职责为:(1)监督及评估外部审计机构工作;(2)指导内部审计工作;(3)审阅公司的财务报表并对其发表意见;(4)评估内部控制的有效性;(5)协调管理层、内部审计部及相关部门与外部审计机构的沟通;(6)公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。

董事会审计委员会委员自成立以来,按照法律法规、《公司章程》及《董事会审计委员会实施细则》的相关内容、规定履行相关职责。

二、战略发展委员会的设置及其运行情况

战略发展委员会的主要职责为:(1)对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议;(2)对《公司章程》规定须经董事会批准的公司重大投资融资方案进行研究并提出建议;(3)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;(4)对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议;(5)对以上事项的实施情况进行监督、检查;(6)董事会授权的其他事宜。

战略发展委员会自成立以来,按照法律法规、《公司章程》及《董事会战略

发展委员会实施细则》相关内容、规定履行相关职责。

三、提名委员会的设置及其运行情况

提名委员会的主要职责为：（1）根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会成员的规模和构成向董事会提出建议；（2）研究董事、高管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）对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；（6）董事会授权的其他事宜。

提名委员会自成立以来，按照法律法规、《公司章程》及《董事会提名委员会实施细则》相关内容、规定履行相关职责。

四、薪酬与考核委员会的设置及其运行情况

薪酬与考核委员会的主要职责为：（1）根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；（2）薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；（3）审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；（4）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（5）董事会授权的其他事宜。

薪酬与考核委员会自成立以来，按照法律法规、《公司章程》及《董事会薪酬与考核委员会实施细则》相关内容、规定履行相关职责。

附件六 募集资金具体运用情况

一、募集资金运用概况

(一) 募集资金投资项目概况

2021年8月18日,公司召开2021年第三次临时股东大会,审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股股票并上市募集资金投资项目及其可行性的议案》。

公司本次募集资金运用均围绕主营业务进行,扣除发行费用后的募集资金将投资于以下项目:

序号	项目名称	投资总额 (万元)	拟投入募集资 金(万元)	项目备案	环评备案
1	智能化全屋定制家居建设项目	110,319.54	110,319.54	2104-330521-07-02-495382 及 2104-371325-04-01-256693	湖德环建 [2021]111号、 费审批环境 [2021]127号
2	研发中心及信息化提升改造项目	10,020.16	10,020.16	2105-330521-07-02-970862	湖德环建 [2021]120号
3	品牌渠道建设项目	4,600.00	4,600.00	—	—
合计		124,939.70	124,939.70		-

注:在项目实施过程中根据实际情况可能会对资金使用计划做必要调整。

(二) 募集资金使用管理制度

2021年8月18日,公司召开2021年第三次临时股东大会,审议通过了《关于制定<浙江升华云峰新材股份有限公司募集资金管理制度(草案)>的议案》,对募集资金的存放、使用情况监督与信息披露等进行了规定。本次募集资金到位后,将存放于公司董事会决定的专户集中管理,做到专款专用。

二、募集资金投资项目的具体情况

(一) 智能化全屋定制家居项目

1、项目建设内容

本项目总投资金额为110,319.54万元,项目建设由两个子项目组成,其中浙江德清“年产50万套智能化全屋定制家居项目”投资金额为70,121.90万元,山

东费县“年产30万套智能化全屋定制家居项目”投资金额为40,197.64万元。

2、项目实施进度安排

本项目计划建设期24个月，计划分六个阶段实施完成，包括：可行性研究、初步规划与设计、房屋建筑及装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运营。项目建设进度安排如下：

阶段/时间(月)	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
可行性研究	■											
初步规划与设计	■	■										
房屋建筑及装修		■	■	■	■	■	■	■	■			
设备采购及安装							■	■	■	■	■	■
人员招聘及培训										■	■	■
试运营										■	■	■

3、项目投资概算

单位：万元

序号	投资内容	投资估算			占总投资比例
		T+12	T+24	合计	
(一)	工程建设费用	41,753.33	27,825.00	69,578.33	63.07%
1	建筑工程	36,413.33	27,825.00	64,238.33	58.23%
2	工程建设其他费用	5,340.00	-	5,340.00	4.84%
(二)	设备购置及安装	-	35,487.90	35,487.90	32.17%
(三)	基本预备费	2,087.66	3,165.65	5,253.31	4.76%
	合计	43,840.99	66,478.55	110,319.54	100.00%

4、项目环境保护措施

(1) 废气

主要来源于生产车间的木制粉尘。木制粉尘通过风管吸尘，经除尘系统处理后排放能够达到国家和地方的排放标准。

(2) 废水

该项目将产生少量的工业废水，经第三方回收处理。生活污水经化粪池处理

后进入现有的污水处理厂处理，达到标准排入市政污水管网。

(3) 固废

对于项目投入使用后产生的固体废弃物进行分类收集。废弃金属材料、非金属材料等进行集中回收处理；危险废弃物如废活性炭等交由有资质的危废处理公司处置；生活垃圾由环卫部门清运处置。

(4) 噪声

公司通过合理化布局噪音源，选取低噪音的生产设备；门窗部位采用隔声措施尽量消除噪音影响，噪音值达标。

综上，公司对生产过程中产生的污染物均有完善的控制、管理和处理措施，对周围环境产生的影响较小。该项目将严格按照国家、省有关环保法规的规定建设，且环保设施经有关部门验收合格后方可投入使用。

5、项目的选址

公司智能化全屋定制家居项目将在浙江德清和山东费县两地实施，其中，浙江德清生产基地选址浙江省湖州市德清县钟管镇三墩工业区，拟占用土地的面积为 120 亩，已与德清县钟管镇人民政府签署了项目合作协议书；山东费县生产基地选址山东省临沂市费县探沂镇石行村东南，拟占用土地的面积为 100 亩，公司已办理该宗用地的出让手续，并取得编号为鲁（2023）费县不动产权第 0003192 号《不动产权证书》。

(二) 研发中心及信息化提升改造项目

1、项目建设内容

本项目总投资为 10,020.16 万元，其中，场地投入 1,250 万元；设备投入 5,985.87 万元；实施费用投入 2,422.50 万元；基本预备费 361.79 万元。

2、项目实施进度安排

本项目预计建设期为 24 个月，项目的工程建设周期计划分六个阶段实施完成，包括：可行性研究、初步规划与设计、场地装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、试运行。项目建设进度安排如下：

阶段/时间(月)	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
可行性研究												
初步规划与设计												
场地装修												
设备采购及安装												
人员招聘及培训												
试运行												

3、项目投资概算

序号	投资内容	投资估算(万元)			占总投资比例
		T+12	T+24	合计	
(一)	场地投入	1,250.00	-	1,250.00	12.47%
(二)	设备投入	1,151.78	4,834.09	5,985.87	59.74%
(三)	实施费用投入	909.50	1,513.00	2,422.50	24.18%
1	人员投入	307.50	615.00	922.50	9.21%
2	其他实施费用	602.00	898.00	1,500.00	14.97%
(四)	基本预备费	120.09	241.70	361.79	3.61%
	合计	3,431.37	6,588.79	10,020.16	100.00%

4、项目的选址

本项目无需新增用地，选址位于全资子公司莫干山家居现有厂区内，地址为浙江省湖州市德清县武康镇阜溪街道长虹东街898号，拟占用场地的面积为5000平方米，子公司莫干山家居已取得编号为“浙(2021)德清县不动产权第0031570号”的不动产权证。

(三) 品牌渠道建设项目

1、项目建设内容

本项目总投资金额为4,600.00万元，其中，品牌媒介费用投入2,100.00万元，品牌形象打造投入1,000.00万元，行业影响力提升投入200.00万元，门店形象升级投入1,300.00万元。

2、项目投资概算

序号	投资内容	投资估算(万元)			占总投资比例
		T+12	T+24	合计	
一	品牌媒介费用	1,050.00	1,050.00	2,100.00	45.65%
二	品牌形象打造	500.00	500.00	1,000.00	21.74%
三	行业影响力提升	100.00	100.00	200.00	4.35%
四	门店形象升级	650.00	650.00	1,300.00	28.26%
	合计	2,300.00	2,300.00	4,600.00	100.00%

附件七 子公司简要情况

报告期内,发行人其他全资子公司莫干山进出口和发行人参股公司云佳新材基本情况如下:

一、莫干山进出口

1、莫干山进出口基本情况

单位名称	浙江云峰莫干山进出口有限公司				
统一社会信用代码	91330521571714699N				
法定代表人	姚悦伟				
成立时间	2011年3月23日				
注册资本/实收资本	1,500万元				
注册地和主要生产经营地	德清县钟管镇工业区				
主营业务及在发行人业务板块中的定位	报告期内曾从事木材的进出口业务,截至目前已停止经营				
股权结构	发行人持有91%股权;莫干山营销持有9%股权				
最近一年及一期财务数据(万元)	审计机构	天健会计师事务所(特殊普通合伙)			
	项目	总资产	净资产	营业收入	净利润
	2024.6.30/2024年1-6月	187.96	187.96	-	-0.28
	2023.12.31/2023年度	188.24	188.24	-	69.41

莫干山进出口原系发行人控股子公司,2019年12月,发行人收购莫干山进出口少数股东杜鑫钢3%的股权,莫干山进出口因此成为发行人全资子公司。

2、股权收购的具体原因

莫干山进出口原系发行人控股子公司,杜鑫钢原系莫干山进出口副总经理,由于经营情况欠佳,杜鑫钢申请离职,公司因此收购杜鑫钢持有的莫干山进出口3%的股权。

3、交易标的股权变动情况

2019年12月26日,杜鑫钢与发行人签署《股权转让协议》,约定杜鑫钢将其所持莫干山进出口3%的股权以11.92万元的价格转让给发行人。

本次转让完成后,莫干山进出口的股权结构如下:

序号	股东名称	出资额(万元)	持股比例(%)
1	发行人	1,365.00	91.00
2	莫干山营销	135.00	9.00
	合计	1,500.00	100.00

本次股权转让的转让方系自然人杜鑫钢，其最近五年的简历情况如下：

杜鑫钢，1984年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，近五年先后任莫干山进出口副总经理、维德木业（苏州）有限公司外贸销售负责人。

4、交易价格及其定价依据

本次股权转让价格以莫干山进出口2019年11月净资产为参考，经协商，发行人以11.92万元的价格收购杜鑫钢所持有的莫干山进出口3%的股权，股权转让定价合理，不存在利益输送或其他利益安排。

二、云佳新材

单位名称	临沂云佳新材料科技有限公司				
统一社会信用代码	91371325MADQR2EN4U				
法定代表人	陆忠				
成立时间	2024年7月9日				
注册资本/实收资本	3,000万元				
注册地和主要生产经营地	山东省临沂市费县探沂镇石行村（朝阳路与兴业路交叉口西100米路北）				
主营业务	三聚氰胺纸等产品的生产、销售				
股权结构	江苏佳饰家新材料集团股份有限公司及其全资子公司临沂佳饰家新材料有限公司合计持有51%股权；发行人持有49%股权				
最近一年及一期财务数据(万元)	项目	总资产	净资产	营业收入	净利润
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-

注：云佳新材2024年7月成立，尚无最近一年一期财务数据。