

奥普家居股份有限公司

AUPU Home Style Corporation Limited

(杭州市经济技术开发区 21 号大街 210 号)

AUPU 奥普®

首次公开发行股票招股说明书



保荐人（主承销商）

CMS  **招商证券**

(深圳市福田区福田街道福华一路 111 号)

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	4,001 万股，均为新股发行，占发行后总股本的比例为 10%
发行面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	15.21 元
预计发行日期	2020 年 1 月 2 日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	40,001 万股（A股）

本次发行前股东所持股份流通限制和自愿锁定的承诺：

1、实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯承诺：

（1）自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所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本次发行前直接或间接持有的奥普家居股份，也不由奥普家居回购该等股份。

（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）若公司上市后六个月内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的（自奥普家居股票上市六个月内，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，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本人持有的奥普家居股票锁定期自动延长六个月。

（4）在上述持股锁定期（包括延长的锁定期）届满后，在本人在奥普家居任职期间，每年转让的股份不超过持有的公司股份总数的百分之二十五；离任后六个月内，不转让本人持有的公司股份，也不由奥普家居回购该等股份。

2、公司控股股东 Tricosco Limited 及股东舟山文泽投资管理合伙企业（有限合伙）承诺：

（1）自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起三十六个月内，本公司/本合伙企业不转让或者委托他人管理本公司/本合伙企业本次发行前所持有的奥普家居股份，也不由奥普家居回购该等股份。

（2）本公司/本合伙企业所持奥普家居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）若奥普家居上市后六个月内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的（自奥普家居股票上市六个月内，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，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本公司/本合伙企业持有的奥普家居股票锁定期自动延长六个月。

3、公司股东 PMT HOLDINGS LIMITED、ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK)

LIMITED、HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED、香港红星美凯龙全球家居有限公司、SKY OPEN LIMITED、舟山明泽投资合伙企业（有限合伙）、舟山聚泽投资合伙企业（有限合伙）、嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业（有限合伙）、嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业（有限合伙）、嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业（有限合伙）、宁波海湃股权投资合伙企业（有限合伙）承诺：

自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起十二个月内，本公司/本合伙企业不转让或委托他人管理本公司/本合伙企业本次发行前所持有的奥普家居股份，也不由奥普家居回购该等股份。

4、作为公司董事、监事和高级管理人员的其他持股人员刘文龙、汪纪纯、黄苏芳、马钰、方国樑、孙德富承诺：

（1）自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所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持有的本次发行前奥普家居股份，也不由奥普家居回购该等股份。

（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）若公司上市后六个月内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的（自奥普家居股票上市六个月内，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，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本人持有的奥普家居股票锁定期自动延长六个月。

（4）在上述持股锁定期（包括延长的锁定期）届满后，在本人在奥普家居任职期间，每年转让的股份不超过持有的公司股份总数的百分之二十五；离任后六个月内，不转让本人持有的公司股份，也不由奥普家居回购该等股份。

保荐人（主承销商）	招商证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2019年12月31日

发行人声明

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

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

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

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司提醒投资者需特别关注以下重大事项及公司风险，并提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

一、股份限制流通及自愿锁定的承诺

1、公司共同实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯承诺：（1）自公司首次公开发行股票并在上海证券交易所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本次发行前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该等股份；（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）若公司上市后六个月内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的（自公司股票上市六个月内，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，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本人持有的公司股票锁定期自动延长六个月；（4）在上述持股锁定期（包括延长的锁定期）届满后，在本人在奥普家居任职期间，每年转让的股份不超过持有的公司股份总数的百分之二十五；离任后六个月内，不转让本人持有的公司股份，也不由奥普家居回购该等股份；（5）本人将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告[2017]9号）、《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》（上证发[2017]24号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持；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；（6）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，承诺人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

2、公司控股股东 Tricosco Limited 及股东舟山文泽投资管理合伙企业（有限

合伙)承诺:(1)自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起三十六个月内,本公司/本合伙企业不转让或者委托他人管理本公司/本合伙企业本次发行前所持有的奥普家居股份,也不由奥普家居回购该等股份;(2)本公司/本合伙企业所持奥普家居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)若奥普家居上市后六个月内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的(自奥普家居股票上市六个月内,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,则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较),则本公司/本合伙企业持有的奥普家居股票锁定期自动延长六个月;(4)本公司/本合伙企业将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》(中国证券监督管理委员会公告[2017]9号)、《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》(上证发[2017]24号)等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持;若前述法律法规及规范性文件被修订、废止,本公司/本合伙企业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)本公司/本合伙企业将忠实履行上述承诺,并承担相应的法律责任,若不履行本承诺所赋予的义务和责任,本公司/本合伙企业将承担奥普家居、奥普家居其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失,违规减持奥普家居股票的收益将归奥普家居所有。

3、公司股东 PMT HOLDINGS LIMITED、ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK) LIMITED、HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED、香港红星美凯龙全球家居有限公司、SKY OPEN LIMITED、舟山明泽投资合伙企业(有限合伙)、舟山聚泽投资合伙企业(有限合伙)、嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业(有限合伙)、宁波海湃股权投资合伙企业(有限合伙)承诺:(1)自公司首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起十二个月内,不转让或委托他人管理其本次发行前持有的公司股份,也不由公司回购该部分股份;(2)本公司/本合伙企业将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》(中国证券监督管理委员会公告[2017]9号)、

《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》（上证发[2017]24号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持；若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本公司/本合伙企业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；（3）本公司/本合伙企业将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若未履行本承诺所赋予的义务和责任，本公司/本合伙企业将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。

4、作为公司董事、监事和高级管理人员的其他持股人员刘文龙、汪纪纯、黄苏芳、马钰、方国樑、孙德富承诺：（1）自公司首次公开发行股票并在上海证券交易所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持有的本次发行前公司股份，也不由公司回购该等股份；（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）若公司上市后六个月内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的（自奥普家居股票上市六个月内，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，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本人持有的奥普家居股票锁定期限自动延长六个月；（4）在上述持股锁定期（包括延长的锁定期）届满后，本人在奥普家居任职期间，每年转让的股份不超过持有的公司股份总数的百分之二十五；离任后六个月内，不转让本人持有的公司股份，也不由奥普家居回购该等股份；（5）本人将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告[2017]9号）、《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》（上证发[2017]24号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持；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；（6）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若未履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

二、5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

直接持有本公司5%以上股份的股东 Tricosco Limited 就持股意向及减持意向事宜，特此承诺：

（一）减持股份的条件

本公司将按照奥普家居首次公开发行股票并上市招股说明书以及本公司出具的各项承诺载明的限售期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在限售期限内不减持本次公开发行前直接或间接持有的奥普家居股票。

在上述限售条件解除后，本公司可作出减持股份的决定。本公司将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告[2017]9号）、《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》（上证发[2017]24号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持；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。

（二）减持股份的数量及方式

自本公司所持奥普家居股票的锁定期届满之日起二十四个月内，每十二个月内转让的奥普家居股份总额不超过相关法律、法规、规章的规定限制。本公司减持所持有的奥普家居股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于二级市场竞价交易、大宗交易、协议转让等。

（三）减持股份的价格

本公司减持所持有的奥普家居股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规、规章的规定。本公司在奥普家居首次公开发行股票前所持有的奥普家居股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格（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，须按照中国证券监督管理委员会、上海证券交易所的有关规定作相应调整）不低于公司首次公开发行股票时的发行价。

（四）减持股份的期限

本公司在减持所持有的奥普家居股份前，将提前五个交易日向奥普家居提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对奥普家居治理结构及持续经营影响的说明，并由奥普家居在减持前三个交易日予以公告，自公告之日起六个月内完成，并按照上海证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

如果本公司未履行上述承诺减持奥普家居股票，将该部分出售股票所取得的收益（如有）上缴奥普家居所有，并承担相应法律后果，赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。

三、上市后三年内稳定公司股价的相关措施

为维护公众投资者的利益，增强投资者信心，维护公司股价健康稳定，公司制定了《关于稳定股价的预案》，主要内容如下：

（一）启动和停止稳定股价措施的条件

在发行人上市后三年内，如发行人股票连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一年度经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整）时，（以下简称“启动条件”），且公司情况同时满足监管机构对于回购、增持等股本变动行为的规定，则公司及本预案载明的相关主体将启动以下部分或全部措施稳定公司股价。

（二）股价稳定措施的方式及顺序

股价稳定措施包括：1、公司回购股票；2、公司控股股东增持公司股票；3、董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票等方式。选用前述方式时应考虑：1、不能导致公司不满足法定上市条件；2、不能迫使控股股东履行要约收购义务。

股价稳定措施的实施顺序如下：

1、第一选择为公司回购股票。但如公司回购股票将导致公司不满足法定上

市条件，则第一选择为控股股东增持公司股票；

2、第二选择为控股股东增持公司股票。在下列情形之一出现时将启动第二选择：

(1) 公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务；或

(2) 公司虽实施股票回购计划但仍未满足连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年度经审计的每股净资产之条件。

3、第三选择为在公司领取薪酬的董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。启动该选择的条件为：在控股股东增持公司股票方案实施完成后，如公司股票仍未满足连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件，并且有义务增持的董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务。

单一会计年度，公司需强制启动股价稳定措施的义务限一次。

（三）实施公司回购股票的程序

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，公司将在 10 日内召开董事会，依法作出实施回购股票的决议、提交股东大会批准并履行相应公告程序。公司将在董事会决议出具之日起 30 日内召开股东大会，审议实施回购股票的议案。公司股东大会对实施回购股票作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司股东大会批准实施回购股票的议案后公司将依法履行相应的公告、备案及通知债权人等义务。在满足法定条件下依照决议通过的实施回购股票的议案中所规定的价格区间、期限实施回购。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。

单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过最近一个会计年度经审

计的归属于母公司股东净利润的 50%。超过上述标准的，有关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。

除非出现下列情形，公司将在股东大会决议作出之日起 6 个月内回购股票：

1、公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；

2、继续回购股票将导致公司不满足法定上市条件。

单次实施回购股票完毕或终止后，本次回购的公司股票应在实施完毕或终止之日起 10 日内注销，并及时办理公司减资程序。

（四）实施控股股东增持公司股票的程序

1、启动程序

（1）公司未实施股票回购计划

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，并且在公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务的前提下，公司控股股东将在达到触发启动股价稳定措施条件或公司股东大会作出不实施回购股票计划的决议之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

（2）公司已实施股票回购计划

公司虽实施股票回购计划但仍未满足公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件，公司控股股东将在公司股票回购计划实施完毕或终止之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

2、控股股东增持公司股票的计划

在履行相应的公告等义务后，控股股东将在满足法定条件下依照方案中所规定的价格区间、期限实施增持。

控股股东增持股票的金额不超过控股股东上年度从公司领取的分红和上年度从公司领取的薪酬（如适用）的合计值，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。公司不得为控股股东实施增持公司股票提供资金支持。

除非出现下列情形，控股股东将在增持方案公告之日起 6 个月内实施增持公司股票计划：

- （1）公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年度经审计的每股净资产；
- （2）继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；
- （3）继续增持股票将导致控股股东需要履行要约收购义务且控股股东未计划实施要约收购。

（五）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票的程序

在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 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件并且有义务增持的董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务的情况下，有义务增持的董事、高级管理人员将在控股股东增持公司股票方案实施完成后 90 日内增持公司股票，且用于增持股票的资金不超过其上一年度于公司取得薪酬总额，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。具体增持股票的数量等事项将提前公告。

董事、高级管理人员增持公司股票在达到以下条件之一的情况下终止：

- 1、公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；
- 2、继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；
- 3、继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

（六）发行人、控股股东、董事和高级管理人员关于稳定股价的承诺

1、发行人承诺：（1）将严格遵守执行《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》以及法律、法规的规定，履行稳定公司股价的义务。（2）自公司股票挂牌上市之日起三年内，如公司拟新聘董事、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、高级管理人员已作出的稳定公司股价的承诺。（3）在《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》规定的股价稳定措施启动条件满足时，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、控股股东 Tricosco 承诺：（1）将严格遵守执行《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》以及法律、法规的规定，履行稳定公司股价的义务。（2）在发行人上市后三年内，如发行人股票连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一年度经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整）时，且在符合上市公司回购股份的相关法律法规的条件下，本企业承诺：①将在发行人股东大会上对稳定股价方案的相关议案投赞成票，及②在启动股价稳定措施的相关前提条件满足时，以增持发行人股份的方式稳定股价。（3）在《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》规定的股价稳定措施启动条件满足时，如本企业未采取相关稳定股价的具体措施，本企业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。

3、董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺：（1）将严格遵守执行《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》以及法律、法规的规定，履行稳定公司股价的义务。（2）在发行人上市后三年内，如发行人股票连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一年度经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整）时，且在符合上市公司回购股份的相关法律法规的条件下，届时

本人如继续在发行人处担任职务，本人承诺将在发行人董事会、股东大会上，对发行人稳定股价方案的相关议案投赞成票。(3) 在《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》规定的股价稳定措施启动条件满足时，如本人未采取相关稳定股价的具体措施，本人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；如本人未能履行上述稳定股价的承诺，则发行人有权自董事会或股东大会审议通过股价稳定方案的决议公告日起 12 个月届满后将对本人的现金分红（如有）、薪酬予以扣留，同时本人持有的发行人股份（如有）不得转让，直至履行增持义务。

四、关于首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（一）发行人的承诺

本公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本公司将依法赔偿投资者损失。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在相关监管机构作出上述认定之日起 10 个交易日内，本公司将依法启动回购首次公开发行的全部新股的程序，回购价格根据相关法律法规确定，且不低于首次公开发行股份的“发行价格加上同期银行存款利息”。在此期间，本公司如发生除权除息事项的，上述回购价格及回购股份数量相应进行调整。

如果本公司未能履行上述承诺，将在本公司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。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相

关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。

（二）控股股东的承诺

公司控股股东 Tricosco Limited 承诺如下：

奥普家居首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本公司将依法赔偿投资者损失。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断奥普家居是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在相关监管机构作出上述认定之日起 10 个交易日内，本公司将依法启动回购首次公开发行的原限售股份（如有）的程序，回购价格根据相关法律法规确定，且不低于首次公开发行股份的“发行价格加上同期银行存款利息”。在此期间，本公司如发生除权除息事项的，上述回购价格及回购股份数量相应进行调整。

如果本公司未能履行上述承诺，将在奥普家居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。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。

（三）实际控制人的承诺

公司共同实际控制人 Fang James、方胜康承诺如下：

奥普家居首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，

本人将依法赔偿投资者损失。

如公司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，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人承诺将督促公司履行股份回购事宜的决策程序，并在公司召开董事会对回购股份做出决议时，本人就该等回购事宜在董事会中投赞成票。

如果本人未能履行上述承诺，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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并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。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

（四）公司董事、监事、高级管理人员的承诺

1、公司全体董事承诺如下：

奥普家居首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本人将依法赔偿投资者损失。

如公司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，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人承诺将督促公司履行股份回购事宜的决策程序，并在公司召开董事会对回购股份做出决议时，本人就该等回购事宜在董事会中投赞成票。

如果本人未能履行上述承诺，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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并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。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

2、公司全体监事、高级管理人员承诺如下：

奥普家居首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本人将依法赔偿投资者损失。

如果本人未能履行上述承诺，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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并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。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

（五）中介机构的承诺

1、保荐机构（主承销商）承诺

发行人保荐机构招商证券承诺：本保荐机构为奥普家居首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本保荐机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本保荐机构将依法先行赔偿投资者损失。

2、发行人审计机构承诺

发行人审计机构天健所承诺：本所为奥普家居首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；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。

3、发行人律师承诺

发行人律师方达所承诺：本所为奥普家居首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；如因本所为发行人

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、发行人评估机构承诺

发行人评估机构坤元资产评估有限公司承诺：本评估机构为奥普家居首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；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，本评估机构将依法赔偿投资者损失。

5、发行人验资机构承诺

发行人验资机构天健所承诺：本所为奥普家居首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；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。

五、关于被摊薄即期回报的填补措施及承诺

（一）公司填补被摊薄即期回报的措施

本次发行完成后，发行人总股本和净资产将有一定幅度的增加。预计募集资金到位当年，公司每股收益（扣除非经常性损益后的每股收益、稀释后的每股收益）受股本摊薄影响，相对上年度每股收益将呈下降趋势。

1、积极稳妥的实施募集资金投资项目

本次发行募集资金到位后，公司将积极稳妥的实施募集资金投资项目，争取募投项目早日达产并实现预期效益。公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设，优化、扩充产能，丰富产品结构，加强技术研发能力，进一步提高公司综合竞争力，提升公司的行业市场地位，进一步扩大品牌影响力，提升公司中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

2、加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的治理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升公司的整体盈利能力。另外，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出。同时，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

3、择机开展优质企业产业并购，快速拓展市场

本次发行上市将有助于公司品牌和资金实力的提升。公司将把握这一机遇，择机开展优质企业产业并购，重点对具有产业互补特征的公司或具有一定市场规模和较强盈利能力的企业实施并购，提升公司核心竞争力和盈利能力。

4、在符合利润分配条件情况下，强化投资者回报机制

为了明确公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报，增加股利分配决策透明度和可操作性，公司制订了《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》，对未来分红的具体回报规划、分红的政策和分红计划作出了进一步安排，建立起健全有效的股东回报机制。本次公开发行完成后，公司将按照相关法律法规、《公司章程（草案）》、《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》的规定，在符合利润分配条件的情况下，重视和积极推动对股东的利润分配，特别是现金分红，有效维护和增加对股东的回报。

（二）公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员填补摊薄回报措施能够得到切实履行的承诺

1、公司控股股东及实际控制人承诺如下：

（1）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（2）本公司/本人若违反或未履行上述承诺，愿意根据中国证监会和上海证交所等相关监管机构的有关规定承担相应的责任。

2、公司董事、高级管理人员承诺如下：

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

(2) 全力支持及配合公司对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

(3) 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、以及公司制度规章关于董事、高级管理人员行为规范的要求，坚决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) 由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

(5) 如公司未来实施股权激励计划，将全力支持公司将该股权激励的行权条件等安排与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

(6) 本人若违反或未履行上述承诺，愿意根据中国证监会和上海证券交易所等相关监管机构的有关规定承担相应的责任。

六、未能履行承诺时的约束补救措施

发行人、发行人全体股东以及发行人全体董事、监事和高级管理人员对未能履行承诺时的约束补救措施承诺如下：

(一) 发行人承诺

如在实际执行过程中，相关责任主体违反发行人首次公开发行上市时已作出的公开承诺的，则采取或接受以下措施：

- 1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正；
- 2、给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；
- 3、有违法所得的，按相关法律法规处理；
- 4、如该违反的承诺属于可以继续履行的，将继续履行该承诺；
- 5、其他根据届时规定可以采取的其他措施。

（二）发行人全体股东承诺

如在实际执行过程中，相关责任主体违反发行人首次公开发行上市时已作出的公开承诺的，则采取或接受以下措施：

- 1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正；
- 2、给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；
- 3、有违法所得的，按相关法律法规处理；
- 4、如该违反的承诺属于可以继续履行的，将继续履行该承诺；

5、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的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起5个工作日内，停止在公司处领取股东分红，同时本企业直接或间接持有的公司股份将不得转让，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。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，本企业将严格依法执行该等裁判、决定；

- 6、其他根据届时规定可以采取的其他措施。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员承诺

如在实际执行过程中，相关责任主体违反发行人首次公开发行上市时已作出的公开承诺的，则采取或接受以下措施：

- 1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正；
- 2、给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；
- 3、有违法所得的，按相关法律法规处理；
- 4、如该违反的承诺属于可以继续履行的，将继续履行该承诺；

5、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的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起5个工作日内，停止在公司处领取薪酬、津贴，同时本人直接或间接持有的公司股份将不得转让，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。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；

6、其他根据届时规定可以采取的其他措施。

七、有关公司利润分配的安排

(一) 发行前滚存利润的分配安排

根据公司第一届董事会第二次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过的决议，截至本次发行完成前滚存的未分配利润，由发行完成后的新老股东按持股比例享有。

(二) 本次发行上市后的利润分配政策

公司重视对投资者的合理回报，着眼于公司的长远和可持续发展，2017 年 10 月 9 日，公司 2017 年第二次临时股东大会审议通过了《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》，公司发行上市后的利润分配政策内容主要如下：

1、现金分红政策

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，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。

前款“特殊情况”是指下列情况之一：

(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 20%，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) 分红年度经营现金流量为负数，或实施现金分红会影响公司后续持续经营；

(4) 公司股东大会审议通过确认的其他特殊情况。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体现金分红政策：

(1) 当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) 当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) 当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。

前款“重大资金支出安排”是指公司在一年内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。

2、其他利润分配方式

公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况，在保证最低现金分红比例和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，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

3、利润分配的间隔时间

在符合现金分红条件情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

关于公司发行上市后的利润分配政策、上市后前三年具体利润分配计划和长期回报规划的具体内容，请详细参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

八、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）房地产政策调控及市场波动风险

家居行业与房地产行业有一定的相关性，房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求。近年来，我国房地产市场发展较快，尤其是一二线城市房价均有较大涨幅，为抑制投机性房地产需求，国家陆续出台了一系列房地产市场调控政策，以促进该行业的平稳、健康发展，一定程度上减缓了我国房地产业的发展速度。家居行业的消费需求一方面源自新建住宅的装修；另一方面源自存量住宅的装修，其中包括存量毛坯房初始装修，消费者在住房屋翻新装修，以及二手房翻新装修。我国房地产市场调控政策对于新建住宅装修需求及二手房翻新需求影响较为直接，对于存量毛坯房装需求、消费者在住房屋翻新装修需求影响较为有限。

报告期内，公司通过产品多元化分散行业风险，同时，公司具备良好的品牌形象、高效的营销渠道和成熟的管理模式，经营业绩保持了稳定的增长态势，具备一定的抵御宏观调控风险的能力。但是，如果国家宏观调控政策导致房地产市场长期低迷，消费者的购房及装修需求增长趋缓甚至出现负增长，仍将会对家居行业的销售造成不利影响。因此，房地产市场调控可能对公司业绩产生不利影响。

（二）市场竞争风险

1、市场竞争加剧的风险

浴霸产品经过多年发展已成为大部分消费者家居装修必备品之一，行业内企业数量较多，除了以本公司为代表的专业浴霸制造企业外，照明产品生产企业、综合家电制造企业等亦从事浴霸产品生产，市场竞争激烈。集成吊顶产品具有能够更好的满足消费者个性化需求、空间利用率较高等优点，愈发受到消费者青睐，与传统吊顶相比优势较多，在竞争中市场份额不断扩大，集成吊顶行业广阔的市场空间吸引了众多企业的加入，市场竞争将进一步加剧。

未来市场竞争将是产品性能、产品质量以及品牌、渠道、服务能力等方面的综合竞争。虽然公司是行业内领先企业，但随着市场竞争进一步加剧，经营业绩仍可能受到一定不利影响。

2、精装修房普及率提升所可能带来的风险

近年来，随着精装修房的逐步普及，大宗客户渠道已成为家居企业产品销售

以及品牌宣传的重要渠道之一。报告期内，公司通过与房地产开发商等大宗客户合作实现的销售额分别为 14,896.19 万元、16,182.56 万元、14,673.09 万元和 9,467.61 万元，分别占公司主营业务收入的 12.02%、10.27%、8.79% 和 11.52%。

若公司未来无法继续保持或扩大与大宗客户的合作关系，则公司可能面临产品在精装修房市场占有率降低的风险。

（三）市场拓展风险

经过多年经营，得益于公司良好的品牌形象以及产品品质，公司已建立了较为广泛的多层次销售渠道，且从产品角度而言，报告期内，公司除继续深耕浴霸、集成吊顶系列产品外，不断拓展至厨电、照明及晾衣架等产品。销售渠道的逐步完善以及销售品类的适度拓展有利于公司持续盈利能力的不断提升。

虽然公司前期布局为后续市场拓展创造了有利条件，但考虑未来市场竞争加剧、消费偏好等不确定性因素的影响，以及若未来公司产品或市场推广不达预期或公司推广措施无法充分满足市场需求，则可能对公司业务拓展造成负面影响。

（四）经销商业务模式风险

报告期内，公司的销售模式以经销模式为主，且公司注重对经销商的管理与培训，在店面形象设计、产品定价、客户服务等方面对经销商进行了统一管理，并不断通过培训加强经销商业务能力，增强经销商与公司之间相互促进、共同成长战略合作关系。报告期内，公司通过经销模式实现的收入分别为 102,417.31 万元、135,134.45 万元、126,046.66 万元和 61,690.20 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 82.64%、85.80%、75.48% 和 75.06%。

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人拥有经销商 862 家，经销商合计拥有专卖店 1,638 家，专营店 3,159 家，未来随着发行人业务的进一步拓展，经销商以及店铺数量均有望继续增加，从而有可能增加对经销商的管理和培训难度。后续若经销商不遵守公司的管理制度或者无法完成约定的业绩目标等，则可能会对公司的品牌美誉度或经营业绩等造成不利影响。报告期内，公司与主要经销商建立了较为稳定的合作关系，但是出于自身发展战略、销售业绩等因素的考虑，存在公司

主动与经销商终止合作或者经销商主动选择退出的情形，并由公司在相应区域中选择其他符合条件的经销商进行替代，若发生经销商变动且在短期内无法找到符合条件的经销商替代，则将对公司经营业绩以及品牌覆盖等产生一定不利影响。此外，公司的经销商为独立经营企业，依法独立承担法律责任，但若其在销售公司产品过程中发生违法、违规等行为，也可能对公司的品牌、市场形象及经营造成负面影响。

（五）研发设计风险

产品的研发设计是家居企业业务环节的核心。消费者的品味多元且偏好时常变化，因此家居企业需要准确把握流行趋势，不断推出品质优异、性能卓越、功能齐全、符合市场潮流且有一定个性的产品，从而提升品牌形象、升华品牌内涵。虽然公司长期以来在新产品开发、新技术应用等方面持续投入，注重设计人才的培养和引进，但若未来公司不能及时把握消费者的需求变化趋势，新品研发和设计能力不能够满足消费者的需求，则存在公司竞争力下降的风险。

（六）原材料价格波动风险

公司主要原材料包括电器类配件（电机、箱体）、塑料类配件、铝材、钣金件、五金件等，原材料采购价格与塑料、铜、铝等大宗商品价格存在一定相关性。公司报告期内直接材料占主营业务成本比重分别为 95.36%、93.72%、92.14%和 92.02%。原材料的采购价格对公司主营业务成本存在较大影响。若未来原材料采购价格发生大幅波动，将不利于公司的成本控制，进而影响公司业绩。

（七）人才流失风险

我国家居行业正处于快速成长期，人才需求量较大。公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已培育出一批管理能力强、业务能力突出的人才。但随着行业内竞争加剧，企业之间的人才争夺日益激烈，对公司的人才优势构成一定威胁。如果未来公司在人员管理、业务培训、人才梯队建设等方面不能适应公司快速发展的需要，公司的经营发展将受到不利影响。

（八）部分房产未取得不动产权证的风险

截至本招股说明书签署之日，公司存在部分自有房产未办理不动产权证的情形，总建筑面积约 6,077.03 平方米，占公司已建成房屋总建筑面积比例约 4.59%。上述存在产权瑕疵的房产面积较小，目前未开展实际生产经营活动，产权瑕疵对公司正常经营不构成重大不利影响。

根据相关主管部门出具的证明，不会就该等房产未取得不动产权证的问题要求发行人拆除或搬迁，亦不会对发行人进行任何处罚。同时，公司控股股东 Tricosco 和实际控制人 Fang James、方胜康出具承诺，对公司因前述自有房产未取得房屋产权证书而可能实际承担的任何损失和费用等，承担全额连带赔偿责任。

尽管如此，上述房产仍可能存在被有关行政部门行政处罚或强制拆除的风险，从而对公司生产、经营产生不利影响。

（九）募集资金投资相关风险

1、募集资金投资项目新增产能不能及时消化风险

本次募集资金中 34,061.27 万元拟用于“奥普（嘉兴）生产基地建设项目”。该募投项目投产后，公司集成吊顶及厨电产品产能将有较大幅度提升，需要进一步加大市场开拓能力从而消化新增产能。虽然公司近年一直保持较高的销售增长速度，2017 年、2018 年销售收入同比增长率分别为 26.76% 和 6.33%，且本次募集资金投资项目前期已经公司充分调研及论证，但如果未来公司的市场开拓不能满足产能扩张速度，或是市场增长速度低于预期，使得募投项目新增产能无法及时消化，则公司面临产能利用率下降的风险。

2、募集资金投资项目不能达到预期收益风险

本次募集资金投资项目为公司根据当前经济形势和市场情况，结合自身发展需要和实际经营状况，经过较为充分的可行性研究论证及审慎测算后做出的投资决策。但若未来我国宏观经济运行出现较大波动，或是家居行业市场环境发生重大不利变化，将会对公司募投项目的投资回报和预期收益等产生一定影响。

3、新增固定资产折旧风险

虽然公司本次募集资金投资项目已经过较为充分的论证,且根据可研报告测算项目完全达产达效后可新增收入约 10.88 亿元,新增净利润约 16,136.90 万元。但因本次募集资金投资项目完全达产达效后,公司将新增约 4.2 亿元的固定资产,5,001.50 万元无形资产,使得每年将新增约 2,659.65 万元的折旧和摊销费用。故若未来募集资金投资项目达产后市场环境发生重大不利变化,或公司市场开拓不利,则公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用,而导致公司业绩下滑的风险。

4、股东即期回报被摊薄风险

本次发行募集资金到位后,公司的净资产将大幅增加。但由于募集资金投资项目从开始建设到产生效益需要一定时间,公司的净利润水平可能无法与净资产实现同步增长,导致公司每股收益、净资产收益率短期内下降,公司存在股东即期回报被摊薄的风险。

(十) 品牌形象受损和知识产权被侵权风险

家居产品是直接面对广大消费者的产品,品牌形象代表产品质量和消费者认可度,知识产权作为公司无形资产,对公司至关重要。经过多年积淀,“奥普”品牌形象和知识产权优势较为明显,并为公司产品赋予了较高的附加值,有利于公司的可持续发展。公司历来重视品牌形象和知识产权的保护,设立了专门的团队负责维护和维权工作。

然而,一方面维权工作往往耗时较长,且通常将占用公司一定财力、物力和人力;另一方面,已经发生的侵权行为仍不可避免地对公司品牌形象和行业声誉造成损害。因此,若未来公司的产品、商标、商号和专利等知识产权被他人仿制、冒用、盗用等,仍有可能对公司品牌形象、公司声誉等造成不利影响,进而对公司经营业绩产生不利影响。

(十一) 争议商标被裁定无效的风险

浙江现代新能源有限公司向商标局提出请求无效宣告发行人注册号为 8183677 号“AUPU”商标一案,商评委于 2018 年 11 月 22 日作出商评字[2018]

第 0000217529 号《关于第 8183677 号“AUPU”商标无效宣告请求裁定书》，裁定该等商标在金属家具部件、金属管道、金属插销商品上予以维持，在其余商品上予以无效宣告。

发行人对商评委的该等裁定表示异议，并已向北京知识产权法院起诉。2019 年 1 月 14 日，北京知识产权法院立案受理该等行政纠纷。截至本招股说明书签署之日，该等行政纠纷尚在审理过程中。

发行人上述争议商标 8183677 号“AUPU”注册商品类别为第 6 类，主要包括金属天花板商品等类别，注册商标专用权期限为 2013 年 9 月 28 日至 2023 年 9 月 27 日，主要用于公司集成吊顶扣板产品。

尽管该争议商标非发行人生产经营所依赖的单一商标，发行人可以第 14158774 号商标和第 5244152 号商标等其他商标进行替代，但如法院最终判决商评委裁定生效，仍将对发行人生产及销售产生一定的不利影响。

九、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

发行人财务报告审计截止日为 2019 年 6 月 30 日，自审计截止日至本招股说明书签署日，公司的经营模式、主要原材料采购、主要产品销售、客户及供应商群体、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项，均未发生重大不利变化。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）审阅了发行人 2019 年第 3 季度的财务报表，包括 2019 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2019 年 7-9 月和 2019 年 1-9 月的合并及母公司利润表、2019 年 1-9 月的合并及母公司现金流量表及财务报表附注，并出具了《审阅报告》（天健审[2019]9307 号）。审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信奥普家居公司 2019 年第 3 季度没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映奥普家居公司合并及母公司的财务状况、经营成果和现金流量。”

2019 年 1-9 月，发行人营业收入为 118,731.73 万元，同比减少 4.20%；归属于母公司股东的净利润为 22,981.31 万元，同比减少 4.04%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 20,424.98 万元，同比减少 6.47%。

2019年1-12月，发行人预计营业收入区间为151,680.75万元至168,187.93万元，预计同比变动区间为-9.95%至-0.15%；预计归属于母公司所有者的净利润25,724.13万元至28,714.96万元，预计同比变动区间为-14.85%至-4.95%；预计扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为23,633.14万元至26,389.27万元，预计同比变动区间为-15.11%至-5.21%。

发行人所处的家居行业与房地产行业有一定的相关性，房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求，同时亦会对发行人业务产生直接影响。

根据国家统计局数据，2018年、2019年1-6月住宅竣工面积分别同比下降8.1%、11.7%，住宅销售面积分别为同比上升2.2%和下降1.0%。下游市场整体需求有所下降，对发行人产品销售产生了一定不利影响。因此，公司2019年预计营业收入、净利润较2018年小幅下滑。

虽然房地产市场景气度下行对发行人业绩产生了一定不利影响，但长期来看家居行业的市场容量仍将保持在较高水平，发行人已制定了清晰的发展计划，通过产品多元化分散行业风险；同时，凭借规模领先的市场优势、良好的品牌形象、高效的营销渠道和成熟的管理模式，经营业绩整体保持稳定，具备一定的抵御宏观经济环境变化的能力。房地产行业近期不景气不会对发行人的持续盈利能力产生重大不利影响。

前述2019年1-12月经营业绩预计是发行人于2019年12月31日之前作出的，主要经营数据为初步测算结果，预计数不代表发行人最终可实现的营业收入、净利润、扣除非经常性损益后的净利润，亦不构成发行人所做的盈利预测或承诺。

保荐机构认为，发行人预计2019年经营业绩较2018年同期下滑，不会对发行人持续盈利能力造成重大不利影响。发行人经营环境正常，未发生重大不利变化，亦不存在影响经营业绩的重大不利因素。发行人的财务状况政策，主要科目无异常变化，报告期内盈利状况较好，主营业务开展情况正常，具有持续盈利能力。发行人预计2019年经营业绩较2018年同期有所下降，与经济增速放缓、房地产市场景气度下行的市场情况，以及发行人实际经营情况相一致；发行人的经营状况和财务状况不存在重大异常，上述预计的经营业绩数据与发行人业务信息一致，不存在其他影响发行上市和投资者判断的重大事项。

目 录

本次发行概况.....	1
发行人声明.....	3
重大事项提示.....	4
一、股份限制流通及自愿锁定的承诺.....	4
二、5%以上股东持股意向及减持意向的承诺.....	7
三、上市后三年内稳定公司股价的相关措施.....	8
四、关于首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺.....	13
五、关于被摊薄即期回报的填补措施及承诺.....	17
六、未能履行承诺时的约束补救措施.....	19
七、有关公司利润分配的安排.....	21
八、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险.....	22
九、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况.....	28
目 录.....	30
第一节 释义.....	35
一、常用词语释义.....	35
二、专业词语释义.....	39
第二节 概览.....	41
一、发行人简介.....	41
二、控股股东和实际控制人.....	42
三、主要财务数据.....	44
四、本次发行情况.....	46
五、募集资金用途.....	47
第三节 本次发行概况.....	48
一、本次发行的基本情况.....	48
二、本次发行的有关机构.....	48
三、发行人与中介机构及相关人员的股权关系或其他权益关系.....	51
四、本次发行上市的重要日期.....	51
第四节 风险因素.....	52
一、行业和市场风险.....	52

二、经营风险	54
三、财务风险	57
四、其他风险	60
第五节 发行人基本情况	61
一、发行人基本情况	61
二、发行人改制重组情况	61
三、发行人股本结构的形成及其变化情况	64
四、发行人设立以来重大资产重组情况	83
五、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性	101
六、发行人的股权结构及组织架构	102
七、发行人控股子公司、参股公司简要情况	107
八、发起人及实际控制人基本情况	121
九、发行人有关股本的情况	141
十、发行人内部职工股的情况	144
十一、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股及股东数量超过二百人等情况	144
十二、发行人员工及其社会保障情况	145
十三、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况	149
第六节 业务与技术	151
一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况	151
二、发行人所处行业的基本情况	152
三、发行人的竞争地位	179
四、发行人主营业务情况	185
五、发行人主要固定资产和无形资产	293
六、发行人技术水平与研发状况	341
七、发行人境外经营情况	347
八、发行人质量控制状况	347
第七节 同业竞争与关联交易	355
一、发行人的独立运营情况	355
二、同业竞争	356
三、报告期内的关联方及关联关系	359

四、报告期内的关联交易	365
五、比照关联交易要求披露的重要交易	375
六、规范关联交易的制度安排	381
七、发行人最近三年关联交易的执行情况及公司独立董事、董事会、股东大会意见	382
八、公司减少关联交易的措施	383
第八节 董事、监事、高级管理人员	385
一、董事、监事及高级管理人员简介	385
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份情况	389
三、董事、监事、高级管理人员对外投资情况	391
四、董事、监事、高级管理人员薪酬情况	392
五、董事、监事、高级管理人员兼职情况	393
六、董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系	395
七、董事、监事、高级管理人员与公司签署协议及承诺情况	395
八、董事、监事及高级管理人员的任职资格	395
九、报告期内董事、监事及高级管理人员变动情况	395
第九节 公司治理	398
一、公司治理制度及运行情况	398
二、公司报告期内违法违规行情况	404
三、公司资金占用和对外担保情况	405
四、公司管理层对内控制度的评价及注册会计师的鉴证意见	405
第十节 财务会计信息	407
一、发行人的财务报表	407
二、审计意见	417
三、关键审计事项	417
四、财务报表编制基础、合并财务报表范围及变化情况	418
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	419
六、分部信息	454
七、最近一年及一期内收购兼并情况	455
八、报告期内非经常性损益情况	455
九、最近一期末主要资产情况	456
十、最近一期末主要负债情况	457

十一、报告期各期末股东权益情况	457
十二、报告期内现金流量情况	460
十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	461
十四、公司主要财务指标	461
十五、公司历次资产评估及验资情况	463
十六、会计差错更正	464
第十一节 管理层讨论与分析	466
一、财务状况分析	466
二、盈利能力分析	509
三、现金流量分析	559
四、报告期内重大资本性支出情况	566
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	567
六、财务报告审计截止日后主要经营状况	568
七、公开发行股票摊薄即期回报及填补措施	571
第十二节 业务发展目标	577
一、公司发展战略及计划	577
二、公司拟定上述计划所依据的假设条件和实施的主要困难	580
三、发行人确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径	580
四、上述业务发展计划与现有业务的联系	581
五、本次公开发行对公司实现未来发展规划的作用	581
第十三节 募集资金运用	582
一、本次募集资金使用概况	582
二、本次募集资金投资项目情况	585
三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响	599
第十四节 股利分配政策	602
一、发行前的股利分配政策	602
二、发行人最近三年股利分配情况	602
三、本次发行上市后的股利分配政策	603
四、本次发行完成前滚存利润的分配安排	605
五、发行后三年内股东分红回报规划	606
第十五节 其他重要事项	609
一、信息披露和投资者关系相关情况	609

二、重大合同协议	609
三、本公司的对外担保情况	612
四、本公司的重大诉讼或仲裁事项	612
五、本公司控股股东、实际控制人及主要股东的重大诉讼或仲裁事项	618
六、本公司董事、监事和高级管理人员的重大诉讼或仲裁事项及刑事诉讼事项 ...	618
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	619
一、公司董事、监事及高级管理人员声明	619
二、保荐机构（主承销商）声明	621
三、保荐机构（主承销商）负责人声明	622
四、发行人律师声明	623
五、审计机构声明	624
六、资产评估机构声明	625
七、验资机构声明	626
第十七节 备查文件	627

第一节 释义

本招股说明书中，除非本文另有所指，以下简称具有如下特定含义：

一、常用词语释义

发行人、本公司、公司、股份公司、奥普家居	指	奥普家居股份有限公司
奥普卫厨	指	杭州奥普卫厨科技有限公司，发行人前身
奥普卫浴	指	杭州奥普卫浴科技有限公司，于 2006 年 1 月 20 日更名为杭州奥普卫厨科技有限公司
控股股东、Tricosco	指	Tricosco Limited
实际控制人	指	Fang James 和方胜康
嘉兴劲达	指	嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司，发行人控股子公司
上海奥普斯	指	上海奥普斯卫厨科技有限公司，发行人全资子公司
成都博朗尼	指	成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司，发行人全资子公司
成都劲启	指	成都劲启材料科技有限公司，发行人控股子公司
嘉兴集成吊顶	指	嘉兴奥普集成吊顶有限公司，发行人全资子公司
嘉兴集成墙面	指	嘉兴奥普集成墙面有限公司，发行人全资子公司
中山劲耀	指	中山劲耀光电科技有限公司，发行人控股子公司
中山劲启	指	中山劲启材料科技有限公司，发行人控股子公司之全资子公司
上海分公司	指	奥普家居股份有限公司上海分公司，发行人分公司
嘉兴分公司	指	奥普家居股份有限公司嘉兴分公司，发行人分公司
Ableby	指	Ableby Worldwide Limited
奥普国际	指	AUPU International Holdings PTE. LTD.
奥普集团	指	AUPU Group Holding Company Limited
Crista	指	Crista Universal Company Limited
SeeSi	指	SeeSi Universal Limited
Sino Broad	指	Sino Broad Holdings Limited

Renown	指	Renown Harbour Limited
Copious	指	Copious All Limited
Sino Virtue	指	Sino Virtue Global Limited
Upwind Holding	指	Upwind Holding Company Limited
Wind-Plus Electrical	指	Wind-Plus Electrical Appliance Co.,Ltd
Wind-Plus Group	指	Wind-Plus Group Holding Company Limited
PMT	指	PMT HOLDINGS LIMITED, 发行人股东
ZJUI	指	ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK) LIMITED, 发行人股东
HSCA	指	HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED, 发行人股东
香港红星	指	香港红星美凯龙全球家居有限公司, 发行人股东
SKY	指	SKY OPEN LIMITED, 发行人股东
橙豆投资	指	杭州橙豆投资管理合伙企业(有限合伙), 发行人股东
文泽投资	指	舟山文泽投资管理合伙企业(有限合伙), 原名杭州橙豆投资管理合伙企业(有限合伙), 于2017年5月24日更名, 发行人股东
明泽投资	指	舟山明泽投资合伙企业(有限合伙), 发行人员工持股平台
聚泽投资	指	舟山聚泽投资合伙企业(有限合伙), 发行人员工持股平台
斐昱永淳	指	嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业(有限合伙), 发行人股东
斐昱悦柏	指	嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业(有限合伙), 发行人股东
斐昱武胜	指	嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业(有限合伙), 发行人股东
宁波海湃	指	宁波海湃股权投资合伙企业(有限合伙), 发行人股东
奥普电器	指	杭州奥普电器有限公司, 发行人关联方
杭州莫丽斯	指	杭州莫丽斯科技有限公司, 原名杭州奥普电器有限公司, 于2017年6月5日更名, 发行人关联方
杭州博朗尼	指	杭州奥普博朗尼厨卫科技有限公司
杭州普丽思	指	杭州普丽思科技有限公司, 原名杭州奥普博朗尼厨卫科技有限公司, 于2017年6月21日更名, 发行人关联方
杭州博朗尼家居	指	杭州奥普博朗尼家居有限公司

东礼服饰	指	杭州东礼服饰有限公司, 原名杭州奥普博朗尼家居有限公司, 于 2017 年 5 月 18 日更名, 杭州普丽思子公司
成都牵银	指	成都牵银投资有限公司, 于 2017 年 9 月 3 日更名为成都牵银置业有限公司
杭州牵银	指	杭州牵银投资有限公司
浙江劲源	指	浙江劲源科技发展有限公司, 发行人原供应商
上海逸盛	指	上海逸盛实业有限公司, 发行人原经销商
中山博琅	指	中山博琅集成装饰材料有限公司, 发行人原供应商
中山博颂	指	中山博颂智能科技有限公司, 发行人原供应商
杭州橙隆	指	杭州橙隆贸易有限公司, 发行人关联方
杭州尚琳	指	杭州尚琳电子商务有限公司, 发行人关联方
海邦厚思	指	杭州海邦厚思投资合伙企业(有限合伙)
引智佐邦	指	杭州引智佐邦投资合伙企业(有限合伙)
海邦才智	指	浙江海邦才智投资合伙企业(有限合伙)
易事科技	指	易事(北京)科技有限公司
魔居客	指	魔居客(北京)科技有限公司, 原名易事(北京)科技有限公司, 于 2017 年 11 月 29 日更名
海兴电力	指	杭州海兴电力科技股份有限公司
友邦吊顶	指	浙江友邦集成吊顶股份有限公司
浙江美大	指	浙江美大实业股份有限公司
老板电器	指	杭州老板电器股份有限公司
华帝股份	指	华帝股份有限公司
欧普照明	指	欧普照明股份有限公司
飞雕电器	指	飞雕电器集团有限公司
松下电器	指	松下电器(中国)有限公司
美的集团	指	美的集团股份有限公司
上海龙胜	指	上海龙胜实业有限公司
浙江奥华	指	浙江奥华电气有限公司
美尔凯特	指	浙江美尔凯特集成吊顶有限公司

法狮龙	指	法狮龙家居建材股份有限公司
巴迪斯	指	佛山市巴迪斯新型建材有限公司
红星美凯龙	指	红星美凯龙家居集团股份有限公司
广州恒大	指	广州恒大材料设备有限公司
深圳恒大	指	深圳恒大材料设备有限公司
万科	指	万科企业股份有限公司
苏宁	指	苏宁易购集团股份有限公司
百安居	指	百安居（中国）投资有限公司
达州东福	指	达州市东福商贸有限公司
淘宝	指	阿里巴巴集团下属综合性 C2C（Consumer-to-Consumer）网上购物平台（www.taobao.com）
天猫	指	阿里巴巴集团下属综合性 B2C（Consumer-to-Consumer）网上购物平台（www.tmall.com）
爱空间	指	爱空间科技（北京）有限公司
生活家	指	成都市生活家装饰工程有限公司
京东	指	北京京东世纪贸易有限公司，拥有综合性 B2C 网上购物平台京东商城（www.jd.com）
Wind	指	万得信息技术股份有限公司
本次发行	指	奥普家居首次公开发行 4,001 万股人民币普通股（A 股）的行为
公司法	指	《中华人民共和国公司法》
证券法	指	《中华人民共和国证券法》
保荐人、保荐机构、主承销商、招商证券	指	招商证券股份有限公司
发行人审计机构、发行人会计师、申报会计师、天健所	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、方达所	指	上海市方达律师事务所
本评估机构	指	坤元资产评估有限公司
住建部、建设部	指	中华人民共和国住房和城乡建设部

国务院	指	中华人民共和国国务院
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
商标局	指	中华人民共和国国家知识产权局商标局、原国家工商行政管理总局商标局
商评委	指	中华人民共和国国家知识产权局商标评审委员会、原国家工商行政管理总局商标评审委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
公司章程	指	奥普家居股份有限公司章程
公司章程（草案）	指	奥普家居股份有限公司章程（草案）
三会	指	股东大会、董事会、监事会
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
报告期、最近三年一期	指	2016年、2017年、2018年及2019年1-6月

二、专业词语释义

浴霸	指	集照明、浴室暖房、通风、换气、杀菌、湿度控制等多功能为一体的综合性电器
集成吊顶	指	通过模块化设计将吊顶基板与功能电器融合形成的一体化吊顶产品
集成灶	指	由油烟机、灶具、消毒柜等不同功能的厨房电器进行集成后形成的多功能厨电产品
新风系统	指	由送风系统和排风系统组成的一套独立空气处理系统
ERP	指	Enterprise Resource Planning，是针对物资资源管理（物流）、人力资源管理（人流）、财务资源管理（财流）、信息资源管理（信息流）集成一体化的企业管理软件
PTC	指	Positive Temperature Coefficient，正温度系数，具备电阻率随温度升高而增大的特性

KA 客户	指	Key Account, 营业面积、客流量和发展潜力等三方面均有较大优势的直接销售终端平台
大宗客户	指	公司的销售客户, 主要为地产公司、装修公司等, 为满足房地产开发及装修之需, 从公司批量采购家居产品
经销商	指	公司的主要销售客户, 通过与公司签署经销协议及相关补充协议等方式形成合作关系, 根据终端客户需求以自己的名义向公司采购相关产品
O2O	指	Online To Offline, 将线下商务的机会与互联网结合在一起, 让互联网成为线下交易前台, 实现线上选购, 到店消费
ODM	指	Original Design Manufacturer, 自主设计制造, 指结构、外观、工艺等主要由生产商自主开发, 产品以客户的品牌进行销售的一种运营模式
OEM	指	Original Equipment Manufacturer, 品牌方不直接生产产品, 而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品, 控制销售渠道, 具体的加工任务通过合同订购的方式委托其他厂家生产, 并直接贴上自己的品牌商标
SAA 认证	指	澳大利亚的标准机构为 Standards Association of Australian 旗下认证, 进入澳大利亚市场的电器产品必须符合 SAA 认证
CE 认证	指	Conformite Europeenne, 是一种安全认证标志, 被视为制造商打开并进入欧洲市场的护照, 凡是贴有 CE 标志的产品就可在欧盟各成员国内销售, 从而实现了商品在欧盟成员国范围内的自由流通
KC 认证	指	Korea Certification, 即进入韩国市场所需的电器安全认证
RoHS 认证	指	Restriction of Hazardous Substances, 由欧盟立法制定的一项强制性标准, 全称是《关于限制在电子电器设备中使用某些有害成分的指令》。主要用于规范电子电气产品的材料及工艺标准, 使之更加有利于人体健康及环境保护
UL 认证	指	UL 是美国安全检测实验室公司 (Underwriters Laboratories Inc.) 的简称, 是美国最权威的, 也是世界上从事安全试验和鉴定的较大的民间机构, 主要从事产品的安全认证和经营安全证明业务, 由 UL 组织的认证称为 UL 认证。

第二节 概览

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

一、发行人简介

(一) 发行人基本情况

中文名称:	奥普家居股份有限公司
英文名称:	AUPU Home Style Corporation Limited
注册资本:	36,000 万元
法定代表人:	Fang James
成立日期:	2004 年 9 月 9 日(2017 年 6 月 22 日整体变更为股份公司)
统一社会信用代码:	9133010076546451X1
公司住所:	浙江省杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号
经营范围:	研发、生产、销售:家用卫浴电器、通风置换设备、冷暖设备、集成吊顶、家用电力器具、家居装饰材料、金属制品、金属材料(以上除贵金属)、家用厨房电器、集成灶(凭有效许可证生产)、厨具产品、水槽、橱柜、木塑制品、家居装饰材料、照明器具、智能家居产品、电子产品及配件、电器开关、卫浴洁具、家具,并提供上述产品的安装、售后服务。(涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外)(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

(二) 业务概况

公司主要从事浴霸、集成吊顶等家居产品的研发、生产、销售及相关服务的

提供。

公司秉承“为爱设计”的品牌理念，一直致力于为消费者提供舒适、安全、温暖的卫浴体验以及健康、纯净的家庭环境。经过多年发展，公司产品系列从浴霸、集成吊顶逐步扩展至厨电、照明和晾衣架等产品，全方位管理家庭生活空间，着力为消费者打造“温度”+“干湿度”+“纯净度”+“新鲜度”+“氛围度”的“五度”健康家居环境，逐步实现全屋空气管理。奥普产品卓越的性能与不断升级的产品功效推动公司品牌知名度不断提升，目前“奥普”已成为国内家居行业领军品牌，奥普产品已走进众多消费者的家中，成为万千家庭的优秀空气管家。

二、控股股东和实际控制人

（一）股权结构

截至本招股说明书签署之日，公司总股本为 36,000 万元，股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	Tricosco	248,589,449	69.0526
2	文泽投资	17,684,212	4.9123
3	PMT	16,342,103	4.5395
4	ZJUI	16,342,103	4.5395
5	HSCA	15,252,639	4.2368
6	香港红星	15,252,639	4.2368
7	明泽投资	12,179,290	3.3831
8	SKY	6,536,838	1.8158
9	聚泽投资	5,504,922	1.5292
10	斐昱永淳	2,715,796	0.7544
11	宁波海湃	1,642,112	0.4561
12	斐昱悦柏	1,010,527	0.2807
13	斐昱武胜	947,370	0.2632
合计		360,000,000	100.0000

（二）控股股东

本次发行前，Tricosco 持有公司 24,858.94 万股，占公司总股本的 69.0526%，为公司控股股东。

Tricosco 基本情况如下：

公司名称	Tricosco Limited	成立时间	2006.6.20
已发行股数	10,001 港元		
公司住所	香港湾仔汤姆逊大街 98 号运盛大厦 13 楼 B 室		
董事	Fang James、方胜康、陈家发	注册登记编号	1053607
股东构成	股东名称	持股比例	
	SeeSi Universal Limited	42.36%	
	Sino Broad Holdings Limited	44.01%	
	Renown Harbour Limited	6.36%	
	Copious All Limited	1.27%	
	Sino Virtue Global Limited	6.00%	
	Ableby Worldwide Limited	0.01%	

Tricosco 最近一年一期合并口径主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019.6.30/2019 年 1-6 月	2018.12.31/2018 年度
总资产	219,864.65	204,944.09
净资产	100,352.73	93,848.97
净利润	18,118.57	29,473.16

上述财务数据已经浙江海旭会计师事务所有限公司审计。

（三）实际控制人

公司的共同实际控制人为 Fang James、方胜康，最近三年未发生变化。具体论述参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制

人基本情况”之“（二）实际控制人基本情况”。

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东为 Tricosco，持有发行人 69.0526% 的股权。其中，Fang James 通过 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权，方胜康通过 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01% 股权，两人合计间接持有 Tricosco 的 86.37% 股权。同时方胜康通过明泽投资间接持有发行人 0.0231% 股权，通过聚泽投资间接持有发行人 0.2431% 股权。

Fang James 和方胜康于 2004 年 11 月 4 日签署《共同控制协议》，并于 2017 年 7 月 5 日签署新的《一致行动协议》，根据该等协议，Fang James 和方胜康对于涉及 Tricosco 和奥普家居的需由股东审议表决的事项，股东提案权和提名权等股东权利的行使，需由董事会审议的事项，以及其他与经营相关的、需要发行人股东或董事作出决策的事项中均采取一致行动。

此外，方雯雯系实际控制人方胜康之女，通过 Sino Virtue 间接持有 Tricosco 的 6% 股权，通过文泽投资间接持有发行人 0.0049% 股权；吴兴杰系实际控制人方胜康之女婿，通过文泽投资间接持有发行人 4.91% 股权，通过明泽投资间接持有发行人 1.96% 股权。方雯雯与吴兴杰夫妇为实际控制人的一致行动人。

上述股东合计持有发行人 70.92% 股权。

三、主要财务数据

根据天健所出具的《审计报告》，公司最近三年及一期的主要财务数据如下，相关财务指标依据有关数据计算得出。

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
资产总计	180,335.31	163,664.75	156,339.17	118,491.32
负债合计	68,832.05	60,846.68	75,113.89	40,335.12
归属于母公司股东权益合计	107,451.28	98,878.30	77,648.57	76,599.20
少数股东权益	4,051.98	3,939.77	3,576.71	1,557.00

(二) 合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入	82,671.98	168,440.59	158,413.64	124,973.25
营业利润	18,684.15	34,479.59	33,358.40	26,077.53
利润总额	18,757.00	34,500.44	33,175.74	26,172.21
净利润	16,330.72	30,093.43	28,473.70	21,069.09
归属于母公司股东的净利润	16,218.51	30,210.37	28,133.99	21,087.08
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	14,334.31	27,839.72	26,606.30	28,871.72

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	18,990.30	26,877.37	26,516.54	33,484.23
投资活动产生的现金流量净额	-5,301.05	-14,222.51	6,463.06	571.94
筹资活动产生的现金流量净额	-7,920.00	-23,980.00	-1,826.45	-19,972.66
现金及现金等价物净增加额	5,758.96	-11,214.53	30,977.92	14,191.93

(四) 主要财务指标

指标	2019.6.30/ 2019年1-6月	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度	2016.12.31/ 2016年度
资产负债率（合并）（%）	38.17	37.18	48.05	34.04
资产负债率（母公司）（%）	35.04	34.41	47.79	35.44
流动比率（倍）	1.75	1.78	1.53	1.62
速动比率（倍）	1.48	1.50	1.29	1.37
应收账款周转率（次/年）	20.62	21.12	22.17	27.80
存货周转率（次/年）	4.63	4.92	6.05	7.51

指标	2019.6.30/ 2019年1-6月	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度	2016.12.31/ 2016年度
息税折旧摊销前利润（万元）	20,397.64	37,695.67	35,585.14	27,845.17
利息保障倍数（倍）	4,168.89	2,832.08	7,222.00	-
每股净资产（元/股）	3.10	2.86	2.26	2.17
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.53	0.75	0.74	0.93
每股净现金流量（元/股）	0.160	-0.312	0.860	0.394
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	4.76%	5.58%	7.16%	6.74%

注：上述财务指标，若无特别说明，均以合并口径计算，计算各期每股指标时股数均取最近一期末股份公司股本数（36,000万股），具体计算公式如下：

- 1、资产负债率=总负债÷总资产
- 2、流动比率=流动资产÷流动负债
- 3、速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债
- 4、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额，2019年1-6月应收账款周转率=2×营业收入÷应收账款平均余额
- 5、存货周转率=营业成本÷存货平均余额，2019年1-6月存货周转率=2×营业成本÷应收账款平均余额
- 6、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销
- 7、利息保障倍数=息税前利润÷利息费用（含资本化利息支出）
- 8、每股净资产=期末归属于母公司所有者权益÷最近期末股本总额
- 9、每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷最近期末股本总额
- 10、每股净现金流量=现金流量净额÷最近期末股本总额
- 11、无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例=无形资产（扣除土地使用权）÷期末净资产

四、本次发行情况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	4,001万股，均为新股发行，占发行后总股本的比例为10%
每股面值	人民币1.00元
每股发行价格	15.21元

发行方式	采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上按市值申购方式向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的网下投资者和在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开设 A 股账户的符合条件的境内自然人、法人、证券投资基金及符合法律法规的其他投资者（因国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销

五、募集资金用途

经公司 2017 年第二次临时股东大会、2019 年第三次临时股东大会、2019 年第四次临时股东大会审议通过，本次募集资金扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟使用募集资金金额	项目备案	环保批文
1	奥普（嘉兴）生产基地建设项目	51,950.00	34,061.27	2017-330411-38-03-058281-000	秀洲环建函[2017]143号
2	营销渠道建设项目	25,741.80	23,141.80	杭经开经金融备[2017]007号	-
合计		77,691.80	57,203.07	-	-

若本次发行募集资金净额小于上述投资项目的资金需求，资金缺口由公司通过自筹方式解决；本次募集资金到位后，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，公司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。具体内容参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

项目	基本情况
发行股票类型	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	4,001 万股，均为新股发行，占发行后总股本的比例为 10%
每股发行价格	15.21 元
发行市盈率	21.85 倍（每股收益按照 2018 年度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本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	2.9848 元/股（以截至 2019 年 6 月 30 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	4.0372 元/股（以截至 2019 年 6 月 30 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）
发行市净率	3.77 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	采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上按市值申购方式向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的网下投资者和在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开设 A 股账户的符合条件的境内自然人、法人、证券投资基金及符合法律法规的其他投资者（因国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金	本次发行预计募集资金总额 60,855.21 万元；扣除发行费用后，募集资金净额 54,042.28 万元
发行费用概算	本次发行费用总额（不含增值税）为人民币 6,812.93 万元 主要包括：保荐、承销费用 5,240.00 万元 审计、验资费用 800.00 万元 律师费用 234.72 万元 用于本次发行的信息披露费用 424.53 万元 发行手续费用 113.68 万元

二、本次发行的有关机构

(一) 发行人：奥普家居股份有限公司

法定代表人	Fang James
住 所	杭州市经济技术开发区 21 号大街 210 号
电 话	0571-8817 7925
传 真	0571-8817 2888 转 1213
联 系 人	刘文龙

(二) 保荐人（主承销商）：招商证券股份有限公司

法定代表人	霍达
住 所	广东省深圳市福田区福田街道福华一路 111 号
电 话	0755-8294 3666
传 真	0755-8294 3121
保荐代表人	张阳、凌江红
项目协办人	闫坤
其他项目组成员	赵启轩、李莎、张倩

(三) 发行人会计师：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

负 责 人	王越豪
住 所	杭州市西溪路 128 号 6 楼
电 话	0571-8821 6888
传 真	0571-8821 6999
经办会计师	叶卫民、李锟

(四) 发行人律师：上海市方达律师事务所

负 责 人	齐轩霆
住 所	上海市石门一路 288 号兴业太古汇香港兴业中心二座 24 楼
电 话	021-2208 1166

传 真	021-5298 5599
经 办 律 师	马强、邱晨盛

（五）资产评估机构：坤元资产评估有限公司

负 责 人	潘文夫
住 所	杭州市西溪路 128 号 901 室
电 话	0571-8771 9132
传 真	0571-8717 8826
经办评估师	姜静、柴山

（六）验资机构：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

负 责 人	王越豪
住 所	杭州市西溪路 128 号 6 楼
电 话	0571-8821 6888
传 真	0571-8821 6999
经办会计师	叶卫民、闫志勇、李锟

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

地 址	上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼
电 话	021-5870 8888
传 真	021-5889 9400

（八）拟上市证券交易所：上海证券交易所

地 址	上海市浦东南路 528 号证券大厦
电 话	021-6880 8888
传 真	021-6880 4868

(九) 保荐人（主承销商）收款银行：招商银行深纺大厦支行

地 址	深圳市华强北路 3 号深纺大厦 B 座 1 楼
户 名	招商证券股份有限公司
账 号	819589051810001
人民银行大额支付系统号	308584001627

三、发行人与中介机构及相关人员的股权关系或其他权益关系

发行人与中介机构及相关人员不存在任何股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

初步询价公告刊登日期	2019 年 12 月 24 日
初步询价日期	2019 年 12 月 26 日
发行公告刊登日期	2019 年 12 月 31 日
申购日期	2020 年 1 月 2 日
缴款日期	2020 年 1 月 6 日
预计股票上市日期	本次发行后将尽快申请在上海证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行及作出投资决定时，除本招股说明书已披露的其他信息外，应审慎考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。下述风险按照重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本节全文和其他公开披露的信息，自主判断企业的投资价值，自主做出投资决策，自行承担股票发行后因发行人经营与收益变化导致的风险。

一、行业和市场风险

（一）房地产政策调控及市场波动风险

家居行业与房地产行业有一定的相关性，房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求。近年来，我国房地产市场发展较快，尤其是一二线城市房价均有较大涨幅，为抑制投机性房地产需求，国家陆续出台了一系列房地产市场调控政策，以促进该行业的平稳、健康发展，一定程度上减缓了我国房地产业的发展速度。家居行业的消费需求一方面源自新建住宅的装修；另一方面源自存量住宅的装修，其中包括存量毛坯房初始装修，消费者在住房屋翻新装修，以及二手房翻新装修。我国房地产市场调控政策对于新建住宅装修需求及二手房翻新需求影响较为直接，对于存量毛坯房装需求、消费者在住房屋翻新装修需求影响较为有限。

报告期内，公司通过产品多元化分散行业风险，同时，公司具备良好的品牌形象、高效的营销渠道和成熟的管理模式，经营业绩保持了稳定的增长态势，具备一定的抵御宏观调控风险的能力。但是，如果国家宏观调控政策导致房地产市场长期低迷，消费者的购房及装修需求增长趋缓甚至出现负增长，仍将会对家居行业的销售造成不利影响。因此，房地产市场调控可能对公司业绩产生不利影响。

（二）市场竞争风险

1、市场竞争加剧的风险

浴霸产品经过多年发展已成为大部分消费者家居装修必备品之一，行业内企业数量较多，除了以本公司为代表的专业浴霸制造企业外，照明产品生产企业、综合家电制造企业等亦从事浴霸产品生产，市场竞争激烈。集成吊顶产品具有能够更好的满足消费者个性化需求、空间利用率较高等优点，愈发受到消费者青睐，与传统吊顶相比优势较多，在竞争中市场份额不断扩大，集成吊顶行业广阔的市场空间吸引了众多企业的加入，市场竞争将进一步加剧。

未来市场竞争将是产品性能、产品质量以及品牌、渠道、服务能力等方面的综合竞争。虽然公司是行业内领先企业，但随着市场竞争进一步加剧，经营业绩仍可能受到一定不利影响。

2、精装修房普及率提升所可能带来的风险

近年来，随着精装修房的逐步普及，大宗客户渠道已成为家居企业产品销售以及品牌宣传的重要渠道之一。报告期内，公司通过与房地产开发商等大宗客户合作实现的销售额分别为 14,896.19 万元、16,182.56 万元、14,673.09 万元和 9,467.61 万元，分别占公司主营业务收入的 12.02%、10.27%、8.79%和 11.52%。

若公司未来无法继续保持或扩大与大宗客户的合作关系，则公司可能面临产品在精装修房市场占有率降低的风险。

（三）市场拓展风险

经过多年经营，得益于公司良好的品牌形象以及产品品质，公司已建立了较为广泛的多层次销售渠道，且从产品角度而言，报告期内，公司除继续深耕浴霸、集成吊顶系列产品外，不断拓展至厨电、照明及晾衣架等产品。销售渠道的逐步完善以及销售品类的适度拓展有利于公司持续盈利能力的不断提升。

虽然公司前期布局为后续市场拓展创造了有利条件，但考虑未来市场竞争加剧、消费偏好等不确定性因素的影响，以及若未来公司产品或市场推广不达预期或公司推广措施无法充分满足市场需求，则可能对公司业务拓展造成负面影响。

二、经营风险

（一）经销商业务模式风险

报告期内，公司的销售模式以经销模式为主，且公司注重对经销商的管理与培训，在店面形象设计、产品定价、客户服务等方面对经销商进行了统一管理，并不断通过培训加强经销商业务能力，增强经销商与公司之间相互促进、共同成长战略合作关系。报告期内，公司通过经销模式实现的收入分别为 102,417.31 万元、135,134.45 万元、126,046.66 万元和 61,690.20 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 82.64%、85.80%、75.48%和 75.06%。

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人拥有经销商 862 家，经销商合计拥有专卖店 1,638 家，专营店 3,159 家，未来随着发行人业务的进一步拓展，经销商以及店铺数量均有望继续增加，从而有可能增加对经销商的管理和培训难度。后续若经销商不遵守公司的管理制度或者无法完成约定的业绩目标等，则可能会对公司的品牌美誉度或经营业绩等造成不利影响。报告期内，公司与主要经销商建立了较为稳定的合作关系，但是出于自身发展战略、销售业绩等因素的考虑，存在公司主动与经销商终止合作或者经销商主动选择退出的情形，并由公司在相应区域中选择其他符合条件的经销商进行替代，若发生经销商变动且在短期内无法找到符合条件的经销商替代，则将对公司经营业绩以及品牌覆盖等产生一定不利影响。此外，公司的经销商为独立经营企业，依法独立承担法律责任，但若其在销售公司产品过程中发生违法、违规等行为，也可能对公司的品牌、市场形象及经营造成负面影响。

（二）研发设计风险

产品的研发设计是家居企业业务环节的核心。消费者的品味多元且偏好时常变化，因此家居企业需要准确把握流行趋势，不断推出品质优异、性能卓越、功能齐全、符合市场潮流且有一定个性的产品，从而提升品牌形象、升华品牌内涵。虽然公司长期以来在新产品开发、新技术应用等方面持续投入，注重设计人才的培养和引进，但若未来公司不能及时把握消费者的需求变化趋势，新品研发和设计能力不能够满足消费者的需求，则存在公司竞争力下降的风险。

（三）原材料价格波动风险

公司主要原材料包括电器类配件（电机、箱体）、塑料类配件、铝材、钣金件、五金件等，原材料采购价格与塑料、铜、铝等大宗商品价格存在一定相关性。公司报告期内直接材料占主营业务成本比重分别为 95.36%、93.72%、92.14%和 92.02%。原材料的采购价格对公司主营业务成本存在较大影响。若未来原材料采购价格发生大幅波动，将不利于公司的成本控制，进而影响公司业绩。

（四）人才流失风险

我国家居行业正处于快速成长期，人才需求量较大。公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已培育出一批管理能力强、业务能力突出的人才。但随着行业内竞争加剧，企业之间的人才争夺日益激烈，对公司的人才优势构成一定威胁。如果未来公司在人员管理、业务培训、人才梯队建设等方面不能适应公司快速发展的需要，公司的经营发展将受到不利影响。

（五）部分房产未取得不动产权证的风险

截至本招股说明书签署之日，公司存在部分自有房产未办理不动产权证的情形，总建筑面积约 6,077.03 平方米，占公司已建成房屋总建筑面积比例约 4.59%。上述存在产权瑕疵的房产面积较小，目前未开展实际生产经营活动，产权瑕疵对公司正常经营不构成重大不利影响。

根据相关主管部门出具的证明，不会就该等房产未取得不动产权证的问题要求发行人拆除或搬迁，亦不会对发行人进行任何处罚。同时，公司控股股东 Tricosco 和实际控制人 Fang James、方胜康出具承诺，对公司因前述自有房产未取得房屋产权证书而可能实际承担的任何损失和费用等，承担全额连带赔偿责任。

尽管如此，上述房产仍可能存在被有关行政部门行政处罚或强制拆除的风险，从而对公司生产、经营产生不利影响。

（六）募集资金投资相关风险

1、募集资金投资项目新增产能不能及时消化风险

本次募集资金中 34,061.27 万元拟用于“奥普（嘉兴）生产基地建设项目”。该募投项目投产后，公司集成吊顶及厨电产品产能将有较大幅度提升，需要进一步加大市场开拓能力从而消化新增产能。虽然公司近年一直保持较高的销售增长速度，2017 年、2018 年销售收入同比增长率分别为 26.76% 和 6.33%，且本次募集资金投资项目前期已经公司充分调研及论证，但如果未来公司的市场开拓不能满足产能扩张速度，或是市场增长速度低于预期，使得募投项目新增产能无法及时消化，则公司面临产能利用率下降的风险。

2、募集资金投资项目不能达到预期收益风险

本次募集资金投资项目为公司根据当前经济形势和市场情况，结合自身发展需要和实际经营状况，经过较为充分的可行性研究论证及审慎测算后做出的投资决策。但若未来我国宏观经济运行出现较大波动，或是家居行业市场环境发生重大不利变化，将会对公司募投项目的投资回报和预期收益等产生一定影响。

3、新增固定资产折旧风险

虽然公司本次募集资金投资项目已经过较为充分的论证，且根据可研报告测算项目完全达产达效后可新增收入约 10.88 亿元，新增净利润约 16,136.90 万元。但因本次募集资金投资项目完全达产达效后，公司将新增约 4.2 亿元的固定资产，5,001.50 万元无形资产，使得每年将新增约 2,659.65 万元的折旧和摊销费用。故若未来募集资金投资项目达产后市场环境发生重大不利变化，或公司市场开拓不利，则公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用，而导致公司业绩下滑的风险。

4、股东即期回报被摊薄风险

本次发行募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加。但由于募集资金投资项目从开始建设到产生效益需要一定时间，公司的净利润水平可能无法与净资产实现同步增长，导致公司每股收益、净资产收益率短期内下降，公司存在股东即期回报被摊薄的风险。

（七）品牌形象受损和知识产权被侵权风险

家居产品是直接面对广大消费者的产品，品牌形象代表产品质量和消费者认可度，知识产权作为公司无形资产，对公司至关重要。经过多年积淀，“奥普”品牌形象和知识产权优势较为明显，并为公司产品赋予了较高的附加值，有利于公司的可持续发展。公司历来重视品牌形象和知识产权的保护，设立了专门的团队负责维护和维权工作。

然而，一方面维权工作往往耗时较长，且通常将占用公司一定财力、物力和人力；另一方面，已经发生的侵权行为仍不可避免地对公司品牌形象和行业声誉造成损害。因此，若未来公司的产品、商标、商号和专利等知识产权被他人仿制、冒用、盗用等，仍有可能对公司品牌形象、公司声誉等造成不利影响，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（八）争议商标被裁定无效的风险

浙江现代新能源有限公司向商标局提出请求无效宣告发行人注册号为 8183677 号“AUPU”商标一案，商评委于 2018 年 11 月 22 日作出商评字[2018]第 0000217529 号《关于第 8183677 号“AUPU”商标无效宣告请求裁定书》，裁定该等商标在金属家具部件、金属管道、金属插销商品上予以维持，在其余商品上予以无效宣告。

发行人对商评委的该等裁定表示异议，并已向北京知识产权法院起诉。2019 年 1 月 14 日，北京知识产权法院立案受理该等行政纠纷。截至本招股说明书签署之日，该等行政纠纷尚在审理过程中。

发行人上述争议商标 8183677 号“AUPU”注册商品类别为第 6 类，主要包括金属天花板商品等类别，注册商标专用权期限为 2013 年 9 月 28 日至 2023 年 9 月 27 日，主要用于公司集成吊顶扣板产品。

尽管该争议商标非发行人生产经营所依赖的单一商标，发行人可以第 14158774 号商标和第 5244152 号商标等其他商标进行替代，但如法院最终判决商评委裁定生效，仍将对发行人生产及销售产生一定的不利影响。

三、财务风险

（一）期间费用上升风险

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。

随着业务迅速发展，公司持续加大对市场拓展的投入，不断完善营销体系、加大广告投放、培育销售团队。报告期内，公司销售费用分别为 17,761.04 万元、27,258.76 万元、31,818.67 万元和 15,368.23 万元，销售费用率分别为 14.21%、17.21%、18.89% 和 18.59%。

为优化公司治理结构、提高运营效率，公司引进了高素质管理人才。报告期内，公司管理费用分别为 12,315.11 万元、8,825.17 万元、7,341.04 万元和 3,700.15 万元，管理费用率分别为 9.85%、5.57%、4.36% 和 4.48%。

为保持技术领先优势，提高公司的核心竞争力，公司持续加大研发投入、储备技术人才。公司报告期各期研发费用分别为 5,213.34 万元、8,000.10 万元、10,530.78 万元和 3,522.98 万元，占当期营业收入比例分别为 4.17%、5.05%、6.25% 和 4.26%，上升较快。

未来几年内，为继续保持及进一步巩固提升公司的行业地位和竞争优势，公司将持续保持对销售和研发的大力投入。但是，若相关期间费用投入无法在短期内产生效益，或产生效益不达预期，则将对公司未来的经营业绩产生不利影响。

（二）存货周转率降低风险

报告期内，公司存货规模随营业收入的增长而相应增长。公司各期末存货账面价值分别为 9,671.33 万元、17,458.14 万元、16,321.75 万元和 17,824.89 万元，存货周转率分别为 7.51 次、6.05 次、4.92 次和 4.63 次，存货规模上升较快，2017 年、2018 年及 2019 年 1-6 月存货周转率有所降低。

近年来公司业务迅速发展，产品品类不断丰富，为保证对下游客户的及时响应速度，各产品系列均需维持一定规模的库存商品，同时还需要有计划的增加原材料的采购以应对生产需求。因此，维持一定规模的存货水平符合公司自身的发展需求。但如果公司产品无法实现销售预期，可能会导致存货无法及时变现，存货周转率降低，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）毛利率波动的风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 49.44%、47.75%、49.46% 和 49.76%，基本保持稳定。公司主要产品系浴霸、集成吊顶，更新换代速度较快，若公司不能持续研发推出高附加值的新产品，则公司毛利率将面临下降的风险。此外，随着公司经营规模持续扩大，为开发工程、家装等大宗客户，公司也会适当降低大宗客户渠道下的产品销售价格，由此可能导致毛利率出现一定程度的波动。

（四）净资产收益率降低风险

报告期内，公司净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 31.37%、38.76%、31.90% 和 13.89%，处于较高水平。此次募集资金到位后，本公司的净资产规模较发行前将出现大幅增长，而募集资金投资项目建成达产需要一定的周期。因此，短期内，公司净利润增长幅度可能小于净资产增长幅度，存在净资产收益率下降的风险。

（五）税收政策的风险

报告期内，公司依法享受了高新技术企业的所得税优惠、研发费加计扣除、出口免抵退税、房地产及土地使用税减征等政策。报告期内，公司享受的税收优惠合计金额分别为 4,275.90 万元、4,220.26 万元、4,794.92 万元和 2,351.26 万元，占公司同期利润总额比例分别为 16.34%、12.72%、13.90% 和 12.54%。如果国家税收优惠政策出现变化，或公司由于无法继续保持高新技术企业资格等原因无法继续享受相关税收优惠政策，则有可能提高公司的税负水平，从而对公司业绩造成不利影响。

（六）所持股票公允价值变动对公司业绩影响的风险

截至 2019 年 6 月末，公司持有海兴电力 393.78 万股股票。根据企业会计准则要求，发行人所持上市公司股票，持有期间公允价值变动计入其他综合收益，不直接影响发行人净利润；虽后续出售时转入当期投资收益，但作为非经常性损益，不影响发行人扣非后净利润。

但考虑所持上市公司股票价格受上市公司的经营状况和发展前景、国家经济政策调整、股票市场的投机行为以及投资者的心理预期等多因素影响，存在一定的价格波动可能，从而发行人其他综合收益存在一定的波动风险，进而未来出售时可能使得发行人存在一定的投资收益波动风险。

四、其他风险

（一）股市波动的风险

股票市场收益机会与投资风险并存，上市后公司股票的市场交易价格将受到公司的经营和财务状况以及国家宏观经济政策、国际和国内经济形势、资本市场走势、市场心理和各类重大突发事件等多方面因素的影响。因此，本公司提醒投资者，在投资本公司股票前，不但应了解本节所列明的与本公司相关的各项风险，还应当充分了解股票市场的风险，审慎做出投资决定。

（二）实际控制人控制风险

本次发行前，Fang James、方胜康为公司的共同实际控制人，方雯雯与吴兴杰夫妇为实际控制人的一致行动人，上述股东合计持有发行人 70.92% 的股权，具有直接影响公司重大经营决策的能力。虽然公司已根据《公司法》、《上海证券交易所上市规则》等有关法律法规建立健全三会、董事会专门委员会、独立董事等规范运行相关的制度以及内控制度，但如果 Fang James、方胜康、方雯雯与吴兴杰夫妇利用其实际控制人及实际控制人的一致行动人地位和长期以来形成的影响力，通过行使表决权对公司经营管理、对外投资等重大事项实施不当控制，则有可能损害本公司和中小股东的利益。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称： 奥普家居股份有限公司

英文名称： AUPU Home Style Corporation Limited

注册资本： 36,000 万元

法定代表人： Fang James

成立日期： 2004 年 9 月 9 日（2017 年 6 月 22 日整体变更为股份公司）

公司住所： 杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号

邮政编码 310018

电话 0571-8817 7925

传真 0571-8817 2888 转 1213

互联网网址 www.aupu.net

电子邮箱 aupuzqb@aupu.net

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司系由奥普卫厨整体变更设立的股份有限公司。

2017 年 6 月 14 日，奥普卫厨召开董事会会议并作出决议，同意将奥普卫厨截至 2017 年 5 月 31 日经天健所审计后的公司净资产 64,924.06 万元，扣除其他综合收益 8,561.98 万元后的净资产 56,362.07 万元按照 1.56561316117: 1 比例折合股份公司的股份 36,000 万股，奥普卫厨其余净资产 20,362.07 万元全部计入资本公积，奥普卫厨整体变更为股份有限公司。

奥普卫厨本次整体变更为股份公司时，13 名发起人股东的出资已经天健所于 2017 年 6 月 14 日出具的天健验[2017]219 号《验资报告》审验，并于 2017 年 6 月 22 日取得了杭州市市场监督管理局核发的《营业执照》。

（二）发起人

股份公司设立时，各发起人的持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
外资股东			
1	Tricosco	248,589,449	69.0526
2	PMT	16,342,103	4.5395
3	ZJUI	16,342,103	4.5395
4	HSCA	15,252,639	4.2368
5	香港红星	15,252,639	4.2368
6	SKY	6,536,838	1.8158
内资股东			
1	文泽投资	17,684,212	4.9123
2	明泽投资	12,179,290	3.3831
3	聚泽投资	5,504,922	1.5291
4	斐昱永淳	2,715,796	0.7544
5	宁波海湃	1,642,112	0.4561
6	斐昱悦柏	1,010,527	0.2807
7	斐昱武胜	947,370	0.2632
合计		360,000,000	100.0000

发起人具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制人基本情况”之“（一）发起人基本情况”部分。

（三）改制设立发行人前后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

股份公司的主要发起人为 Tricosco。在公司改制设立前，Tricosco 主要从事投资管理业务，拥有的主要资产包括奥普卫厨及其他企业的股权。主要发起人 Tricosco 拥有的主要资产及从事的主要业务在公司改制设立前后未发生重大变化。

(四) 发行人设立时及设立后拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司系由奥普卫厨整体变更设立而来，承继了奥普卫厨的全部资产、负债及业务。公司改制设立时实际从事的主要业务为浴霸、集成吊顶等家居产品的研发、生产、销售及相关服务的提供。

公司改制设立后，公司拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生变化。

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

公司系由奥普卫厨整体变更设立而来，改制前原企业的业务流程和改制后公司的业务流程无实质性变化。具体的业务流程请参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”的相关内容。

(六) 发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人自成立以来，在生产经营方面独立运作，除任职关系、股权关系以及本招股说明书已经披露的关联关系和关联交易以外，在生产经营方面与主要发起人不存在其他的关联关系。

报告期内关联交易具体内容参见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”之“四、报告期内的关联交易”的相关内容。

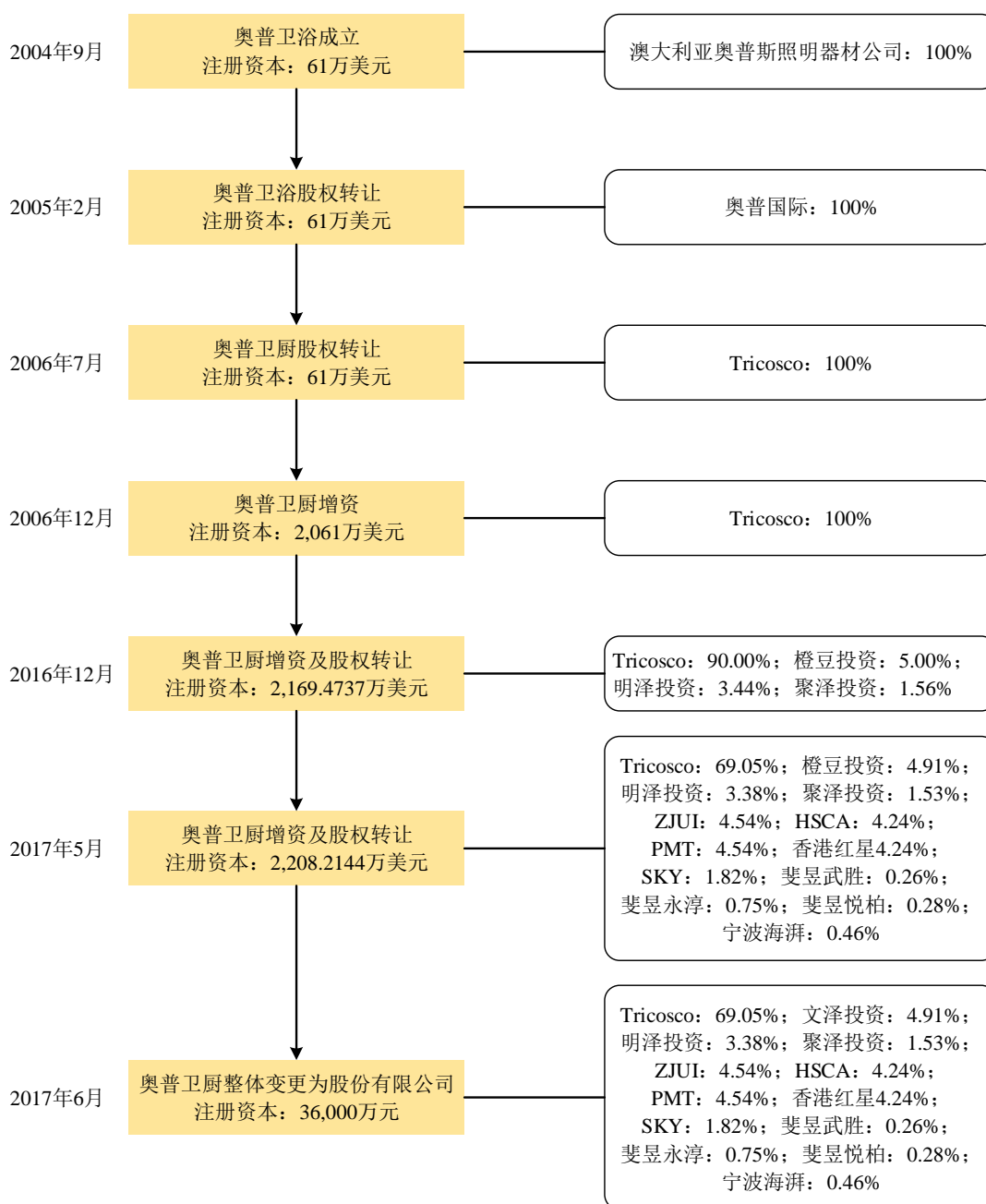
(七) 发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司系由奥普卫厨整体变更设立而来，原奥普卫厨的资产和负债等全部由奥普家居承继。截至本招股说明书签署之日，相关资产如房屋所有权、土地使用权、专利权、著作权、商标权等已经或正在办理权属变更登记手续。

三、发行人股本结构的形成及其变化情况

（一）发行人的股本形成及变化

公司前身系奥普卫厨，公司股本结构的形成过程如下图：



注：橙豆投资于 2017 年 5 月 24 日更名为文泽投资。

1、2004 年 9 月，奥普卫浴成立

2004 年 8 月 19 日，杭州经济技术开发区经济贸易局出具《关于同意杭州奥普卫浴科技有限公司章程的批复》（杭经开贸[2004]178 号），批准澳大利亚奥普斯照明器材公司设立奥普卫浴，注册资本为 61 万美元，投资总额为 87 万美元。出资期限自营业执照签发之日起三个月内缴清。

2004 年 8 月 24 日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779 号）。

2004 年 9 月 9 日，杭州市工商行政管理局向奥普卫浴核发《营业执照》（注册号：企独浙杭总字第 100134 号），注册资本 61 万美元。

奥普卫浴成立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	澳大利亚奥普斯照明器材公司	61	100.00
	合计	61	100.00

2、2004 年 9 月，实收资本变更

2004 年 9 月 16 日，国家外汇管理局浙江省分局出具《国家外汇管理局资本项目外汇业务核准件》（编号：（浙）汇资贸核字第 330000200400037 号），核准澳大利亚奥普斯照明器材公司将 2003 年所得奥普电器净利润再投资于奥普卫浴，金额为 504.47 万元人民币，折合 61 万美元。

2004 年 9 月 23 日，杭州立信会计师事务所有限公司出具验资报告（杭联会验字（2004）1-426 号），验证截至 2004 年 9 月 22 日，注册资本 61 万美元已实收到位。

2004 年 9 月 27 日，杭州市工商行政管理局向奥普卫浴核发实收资本变更后的《营业执照》。

3、2005年2月，第一次股权转让

2005年1月11日，澳大利亚奥普斯照明器材公司与奥普国际签署《股权转让协议》，澳大利亚奥普斯照明器材公司将其持有的奥普卫浴全部股权转让给奥普国际，转让价格为61万美元。同日，奥普卫浴召开董事会，同意上述股权转让事项。

2005年2月1日，杭州经济技术开发区招商局出具《关于杭州奥普卫浴科技有限公司股权转让、经营范围调整及注册地更改的批复》（杭经开商[2005]017号），同意奥普卫浴的上述股权转让等相关事宜。

2005年2月2日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779号），同意上述股权转让及营业范围和注册地址变更等相关事宜。

2005年2月22日，杭州市工商行政管理局向奥普卫浴核发变更后的《营业执照》，注册资本61万美元。

第一次股权转让完成后，奥普卫浴股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万美元）	出资比例（%）
1	奥普国际	61	100.00
	合计	61	100.00

4、2006年1月，奥普卫浴更名为奥普卫厨

2005年12月27日，奥普卫浴召开董事会，同意公司名称由“杭州奥普卫浴科技有限公司”变更为“杭州奥普卫厨科技有限公司”。

2006年1月12日，杭州经济技术开发区招商局出具《关于同意杭州奥普卫浴科技有限公司变更名称、注册地址和经营范围的批复》（杭经开商[2006]007号），同意奥普卫浴更名为奥普卫厨等相关事宜。

2006年1月16日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779号），同意上述名称变更等相关事宜。

2006年1月20日，杭州市工商行政管理局向奥普卫厨核发变更后的《营业执照》。

5、2006年7月，第二次股权转让

2006年6月30日，奥普国际与 Tricosco 签署《关于杭州奥普卫厨科技有限公司股权转让合同》，奥普国际将其所持奥普卫厨的全部股权转让给 Tricosco，转让价格为 3,427.63 万元。同日，奥普卫厨召开董事会，同意上述股权转让事项。

2006年7月5日，杭州经济技术开发区招商局出具《关于杭州奥普卫厨科技有限公司股权转让的批复》（杭经开商[2006]182号），同意上述股权转让等相关事宜。

2006年7月5日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779号），同意上述股权转让等相关事宜。

2006年7月12日，杭州市工商行政管理局向奥普卫厨核发变更后的《营业执照》。

第二次股权转让完成后，奥普卫厨股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万美元）	出资比例（%）
1	Tricosco	61	100.00
	合计	61	100.00

6、2006年12月，第一次增资

2006年11月30日，奥普卫厨召开董事会，同意公司注册资本由原来的 61 万美元增加至 2,061 万美元，投资总额由原来的 87 万美元增加至 2,500 万美元，新增注册资本全部由股东 Tricosco 认缴。

2006年12月5日，杭州经济技术开发区招商局出具《关于杭州奥普卫厨科技有限公司增资项目章程的批复》（杭经开商[2006]338号），同意公司上述增资等相关事宜。

2006年12月11日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779号），同意上述增资等相关事宜。

2006年12月12日，国家外汇管理局浙江省分局出具《国家外汇管理局资本项目外汇业务核准件》（编号：（浙）汇资贸核字第0330000200600840号），核准奥普卫厨本次增资2,000万美元。

2006年12月18日，杭州立信会计师事务所有限公司出具验资报告（杭联会验字[2006]713号），验证截至2006年12月15日，新增注册资本2,000万美元已实收到位，累计实收资本为2,061万美元。

2006年12月27日，杭州市工商行政管理局向奥普卫厨核发本次增资等事项变更后的《营业执照》。

第一次增资完成后，奥普卫厨股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万美元）	出资比例（%）
1	Tricosco	2,061	100.00
	合计	2,061	100.00

7、2016年12月，第三次股权转让及第二次增资

2016年12月8日，Tricosco与橙豆投资签署《股权转让协议》，Tricosco将其持有奥普卫厨的108.4737万美元出资额转让给橙豆投资（橙豆投资于2017年5月更名为“文泽投资”），转让价格为4,300万元人民币。同日，奥普卫厨召开董事会，同意上述股权转让事项。

2016年12月8日，奥普卫厨召开董事会，同意公司注册资本由2,061万美元增至2,169.4737万美元。增加的108.4737万美元注册资本分别由聚泽投资与明泽投资认购，其中33.7668万美元注册资本由聚泽投资出资1,338.55万元人民币认购，74.7069万美元注册资本由明泽投资出资2,961.45万元人民币认购。

2016年12月15日，杭州经济技术开发区管理委员会出具了《外商投资企业变更备案回执》（编号：杭经开商备201600058号）。

2016年12月21日，杭州市市场监督管理局向奥普卫厨核发本次变更后的

《营业执照》(9133010076546451X1)。

2017年2月16日,天健所出具了《验资报告》(天健验[2017]231号),验证截至2017年2月14日,奥普卫厨已收到聚泽投资及明泽投资缴纳的出资款合计4,300万元人民币,其中752.43万元人民币按照出资日汇率折合108.4737万美元计入实收资本,剩余3,547.57万元人民币计入资本公积。

第三次股权转让及第二次增资完成后,奥普卫厨由外商独资企业变更为中外合资企业。股权结构如下:

序号	股东名称	出资数额(万美元)	出资比例(%)
1	Tricosco	1,952.5263	90.00
2	橙豆投资	108.4737	5.00
3	明泽投资	74.7069	3.44
4	聚泽投资	33.7668	1.56
合计		2,169.4737	100.00

注:橙豆投资于2017年5月24日更名为文泽投资。

8、2017年5月,第四次股权转让及第三次增资

2017年4月15日,Tricosco分别与ZJUI、HSCA、PMT、香港红星及SKY签订《股权转让协议》,Tricosco将其持有奥普卫厨的100.24万美元出资额以3,750万美元转让给ZJUI,将其持有奥普卫厨的93.56万美元出资额以3,500万美元转让给HSCA,将其持有奥普卫厨的100.24万美元出资额以3,750万美元转让给PMT,将其持有奥普卫厨的93.56万美元出资额以3,500万美元转让给香港红星,将其持有奥普卫厨的40.10万美元出资额以1,500万美元转让给SKY。同日,奥普卫厨召开董事会,同意上述股权转让事项,其余股东放弃优先认购权。

2017年4月15日,奥普卫厨召开董事会,同意奥普卫厨注册资本由2,169.4737万美元增加至2,208.2144万美元,增加38.7407万美元,其中5.8111万美元注册资本由斐昱武胜出资1,500万元人民币认购,16.6585万美元注册资本由斐昱永淳出资4,300万元人民币认购,6.1985万美元注册资本由斐昱悦柏出资1,600万元人民币认购,10.0726万美元注册资本由宁波海湃出资2,600万元人

民币认购。

2017年5月15日,杭州市市场监督管理局向奥普卫厨核发本次变更后的《营业执照》。

2017年5月17日,杭州经济技术开发区管理委员会出具了《外商投资企业变更备案回执》(编号:杭经开商备201700106)。

2017年6月8日,天健所出具了《验资报告》(天健验[2017]232号),验证截至2017年5月27日,奥普卫厨已收到斐昱武胜、斐昱永淳、斐昱悦柏及宁波海湃缴纳的出资款合计10,000万元人民币,其中266.51万元人民币按照出资日汇率折合38.7407万美元计入实收资本,剩余9,733.49万元人民币计入资本公积。

第四次股权转让及第三次增资完成后,奥普卫厨的股权结构如下:

序号	股东名称	出资数额(万美元)	出资比例(%)
1	Tricosco	1,524.8300	69.05
2	橙豆投资	108.4737	4.91
3	明泽投资	74.7069	3.38
4	聚泽投资	33.7668	1.53
5	ZJUI	100.2413	4.54
6	PMT	100.2413	4.54
7	HSCA	93.5586	4.24
8	香港红星	93.5586	4.24
9	SKY	40.0965	1.82
10	斐昱永淳	16.6585	0.75
11	宁波海湃	10.0726	0.46
12	斐昱悦柏	6.1985	0.28
13	斐昱武胜	5.8111	0.26
合计		2,208.2144	100.00

注:橙豆投资于2017年5月24日更名为文泽投资。

9、2017年6月，整体变更设立为股份有限公司

2017年6月14日，奥普卫厨召开董事会，同意整体变更设立股份有限公司，并以截至2017年5月31日经天健所（天健审[2017]7261号）审计的净资产64,924.06万元，扣除其他综合收益8,561.98万元后的净资产56,362.07万元，按照1.56561316117:1比例折合股份公司的股份36,000万股，余额计入资本公积。同日，奥普卫厨全体股东一致决议同意此次变更。2017年6月14日，所有发起人股东签署了《杭州奥普卫厨科技有限公司变更为奥普家居股份有限公司之发起人协议》，并拟定了公司章程。

2017年6月14日，天健所出具了《验资报告》（天健验[2017]219号），对公司整体变更情况进行了审验。经其审验，截至2017年6月14日止，奥普家居股份有限公司（筹）已收到全体出资者所拥有的截至2017年5月31日止杭州奥普卫厨科技有限公司经审计的净资产64,924.06万元。

2017年6月20日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，审议并通过了股份公司设立的相关议案，同时选举产生了股份公司第一届董事会、监事会。整体变更后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）
1	Tricosco	248,589,449	69.0526
2	文泽投资	17,684,212	4.9123
3	PMT	16,342,103	4.5395
4	ZJUI	16,342,103	4.5395
5	HSCA	15,252,639	4.2368
6	香港红星	15,252,639	4.2368
7	明泽投资	12,179,290	3.3831
8	SKY	6,536,838	1.8158
9	聚泽投资	5,504,922	1.5291
10	斐昱永淳	2,715,796	0.7544
11	宁波海湃	1,642,112	0.4561

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）
12	斐昱悦柏	1,010,527	0.2807
13	斐昱武胜	947,370	0.2632
合计		360,000,000	100.0000

2017年6月20日，杭州经济技术开发区管理委员会出具了《外商投资企业变更备案回执》（编号：杭经开商备201700128）。

2017年6月22日，杭州市市场监督管理局向奥普家居核发本次整体变更后的《营业执照》。

此次变更完成后至招股说明书签署之日，公司股本总额、股东及股权结构均未发生任何变化。

（二）发行人境外上市架构情况

发行人原间接控股股东奥普集团曾于2006年12月在香港联合交易所公开发行股票并上市，且已于2016年9月完成香港联合交易所退市流程。上述上市及退市的主要过程如下：

1、奥普集团设立及境外上市前股权变更

（1）2006年7月，奥普集团设立

2006年7月14日，奥普集团在开曼群岛注册设立。Codan Trust Company (Cayman) Limited 获得奥普集团发行的1股股份（未实际缴足），并于同日转让给 SeeSi。转让完成后，SeeSi 持有奥普集团1股股份（未实际缴足），每股面值为0.1港元，股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	SeeSi	1	100

奥普集团设立时，SeeSi 已发行股数为71股，每股面值为1美元，其股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	Fang James	33	46.48
2	方胜康	32	45.07
3	卢颂康	5	7.04
4	柴俊麒	1	1.41
合计		71	100.00

（2）2006年9月，奥普集团增发股份

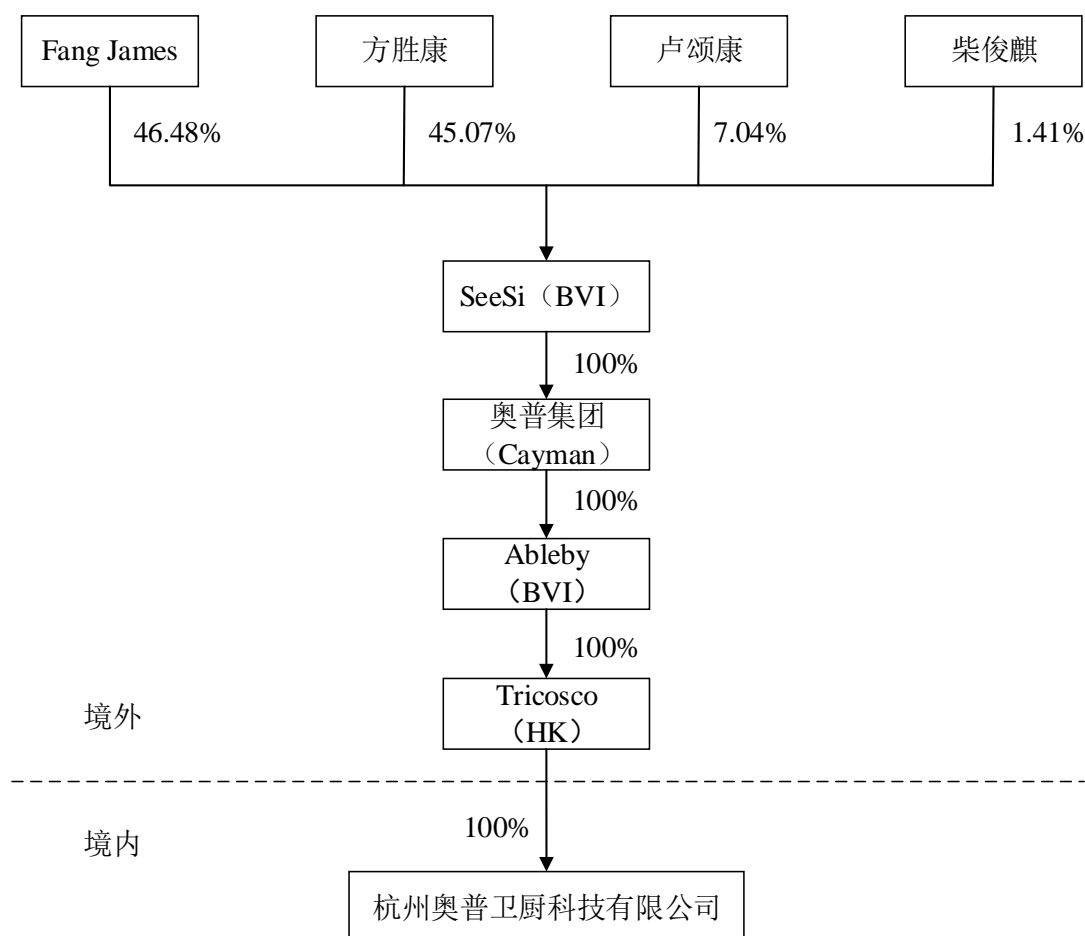
2006年9月1日，奥普集团与 SeeSi 签订换股协议。根据协议，奥普集团收购 SeeSi 持有的 Ableby 全部已发行股份，作为对价，奥普集团向 SeeSi 新发行 1 股实际缴足的股份，并将 SeeSi 已持有的 1 股未实际缴足的股份视为已实际缴足。

2006年9月1日，奥普集团与 SeeSi、Tricosco 签订转让协议。根据该协议，奥普集团向 SeeSi 新发行 199,999,998 股股份，收购 SeeSi 应收 Tricosco 的 10,363.62 万港元款项。

至此，SeeSi 合计持有奥普集团 200,000,000 股股份，股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	SeeSi	200,000,000	100

本次交易完成后，奥普集团的股权架构图如下：



2、奥普集团在香港联交所上市及挂牌期间股权变更

(1) 奥普集团在香港联交所上市

2006年12月，奥普集团在香港联合交易所公开发行人 48,000.00 万股，其中对 SeeSi 资本化发行 31,000.00 万股，对公众公开发行 17,000.00 万股。SeeSi 向公众转让老股 3,400.00 万股。

2006年12月13日，公司行使超额配股权，向公众超额配发 3,060.00 万股。

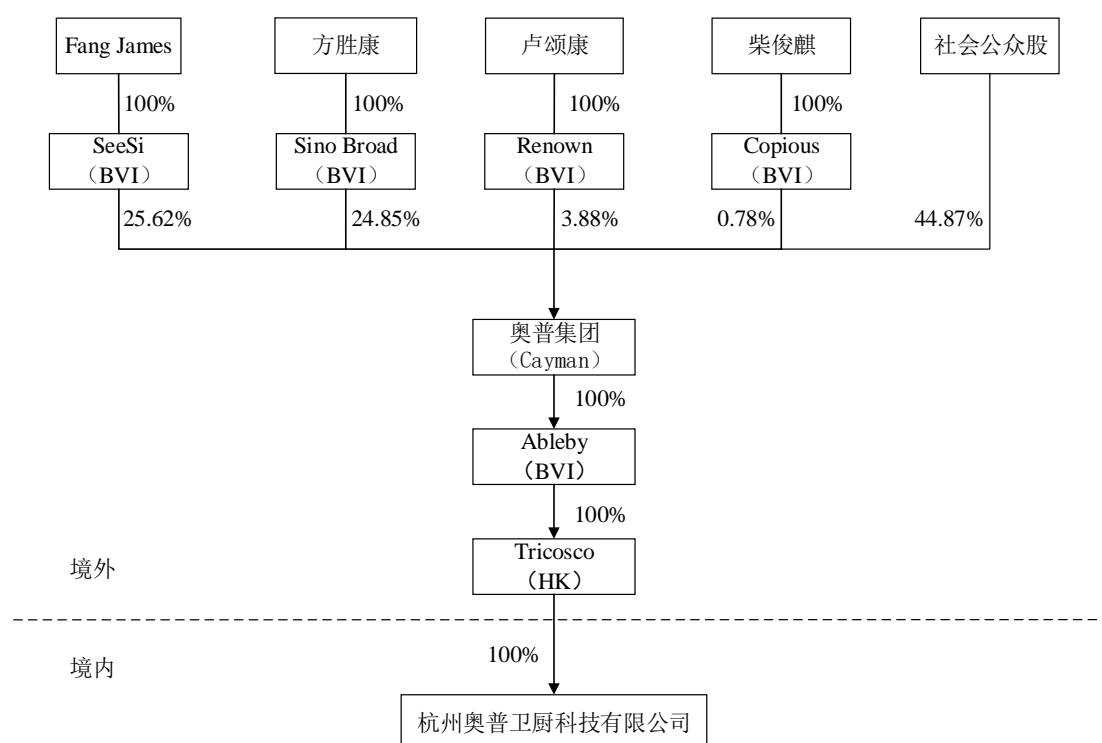
至此，奥普集团合计发行新股 51,060.00 万股，其中对 SeeSi 发行 31,000.00 万股，对公众发行 20,060.00 万股。SeeSi 向公众转让老股 3,400.00 万股。本次发行完成后，奥普集团股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
1	SeeSi	47,600.00	66.99
2	社会公众	23,460.00	33.01

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
	合计	71,060.00	100.00

（2）SeeSi 分拆

2014年11月21日，SeeSi召开董事会审议通过，方胜康、卢颂康、柴俊麒分别将其所持有SeeSi的32股、5股、1股转让给Fang James。作为对价，SeeSi分别向Sino Broad、Renown、Copious转让其所持有奥普集团的股份259,605,634股、40,563,380股、8,112,676股。上述交易完成后，奥普集团股权结构如下：



（3）Fang James 设立家族信托

2015年12月30日，Fang James作为委托人在英属维尔京群岛设立全权信托Fang Family Trust，受托人为Cantrust (Far East) Limited，全权受益人包括Fang James、其配偶及其子女。

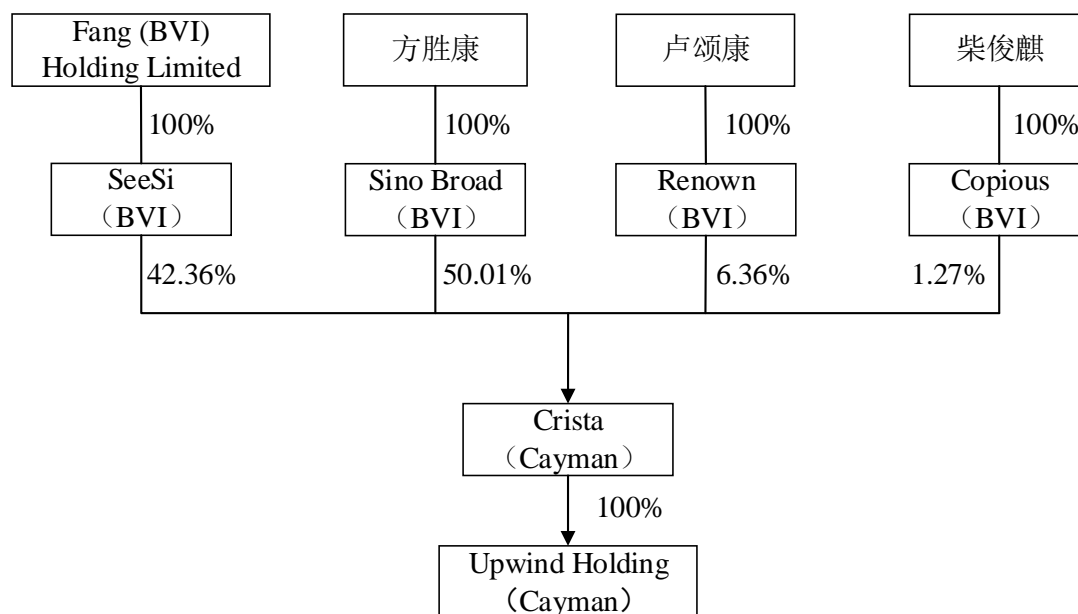
同日，Fang James和Fang (BVI) Holding Limited签署股权转让协议，Fang James将其持有的SeeSi的全部71股股票无偿转让给Fang (BVI) Holding Limited。Fang (BVI) Holding Limited设立于英属维尔京群岛，Rustem Limited持有其100%股权。Rustem Limited系名义持股人，代Cantrust (Far East) Limited持有Fang (BVI)

Holding Limited 的股权。

3、奥普集团从香港联合交易所私有化退市过程

(1) 设立私有化交易实施主体

2016年4月5日，Fang James、方胜康、卢颂康及柴俊麒通过各自控制的境外公司在开曼群岛设立了两层控股公司作为实施私有化的主体，自上至下分别为Crista、Upwind Holding，其具体构架如下：



Crista 设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	SeeSi	4,236	42.36
2	Sino Broad	5,001	50.01
3	Renown	636	6.36
4	Copious	127	1.27
合计		10,000	100.00

(2) 私有化实施

2016年5月18日，奥普集团收到要约人Upwind Holding提出了将奥普集团进行私有化的建议。根据该私有化建议，私有化将根据开曼群岛公司法第86条

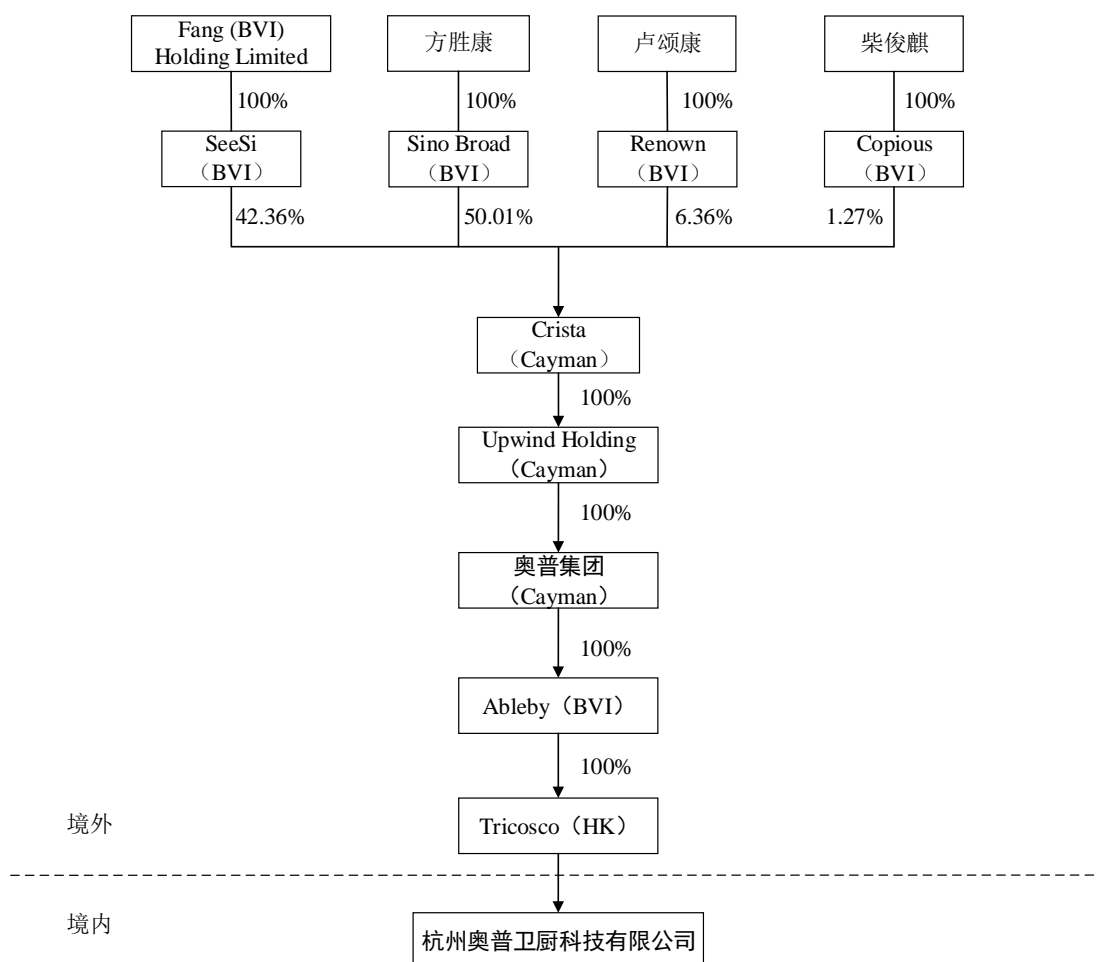
“协议计划”之方式予以实施，其主要内容包括：①除 Upwind Holding、方胜康、Fang James、Crista、SeeSi、Sino Broad、Renown 及 Copious 外的所有奥普集团股东（以下简称“计划股东”，计划股东持有的股份以下简称“计划股份”）持有的奥普集团股份将被注销，Upwind Holding 就每股计划股份向计划股东支付 2.71 港元（“每股股份注销价”）作为注销代价；②奥普集团的已发行股本将因计划股份被注销及剔除而减少，奥普集团将随即向 Upwind Holding 按面值发行相当于已注销的计划股份数目的股份，将奥普集团的股本增加至计划股份注销前的数额；③奥普集团的股份将被撤销在香港联交所的上市地位；④除计划股东以外的奥普集团直接股东（即方胜康、Fang James、Crista、SeeSi、Sino Broad、Renown 及 Copious）将向 Upwind Holding 转让其各自持有的奥普集团的股份，转让完成后，Upwind Holding 将持有奥普集团 100% 股权；⑤奥普集团尚有效的，并未行使的购股权亦将被注销，购股权持有人将就被注销之每份购股权取得 0.64 港元作为注销代价。

2016 年 9 月 14 日，开曼群岛大法院举行了法院会议，上述私有化计划在法院会议上获得计划股东批准，并于同日举行的奥普集团特别股东大会上获得股东批准。

2016 年 9 月 22 日，开曼群岛大法院批准上述私有化计划。

2016 年 9 月 30 日，香港联合交易所批准撤销奥普集团股份的上市地位，奥普集团私有化完成。

奥普集团完成私有化退市后的股权架构图如下：



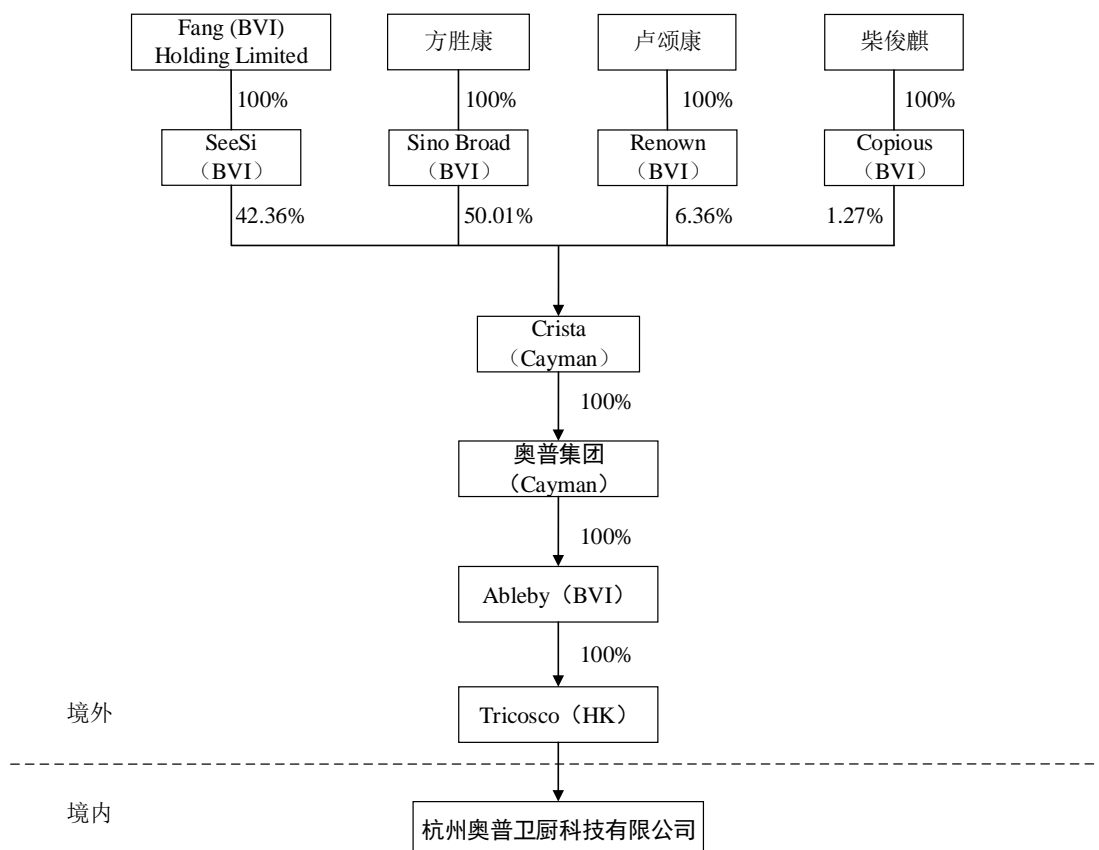
4、奥普集团于香港联合交易所退市后的境外股权调整

(1) 奥普集团吸收合并 Upwind Holding

2016年10月6日，经奥普集团与 Upwind Holding 董事会审议，同意奥普集团吸收合并 Upwind Holding，作为对价奥普集团向 Crista 发行 10,000 股普通股，每股 0.1 港元。

2016年10月18日，上述合并事项完成，Upwind Holding 于当日注销。

吸收合并完成后，发行人境外架构如下：



(2) Crista 层面股权调整

2017年1月至4月期间，Crista 层面进行了一系列股权调整，具体如下：

①Fang James 拆除家族信托持股结构

2017年1月19日，SeeSi 召开董事会，审议通过 Fang (BVI) Holding Limited 将其所持有 SeeSi 的 71 股股票无偿转让给 Fang James，同日完成上述转让的股权登记事宜。

②Crista 股份回购及增发

2017年3月9日，Crista 召开董事会，审议通过 Crista 以 1 美元/股回购 Sino Broad 所持有的 1,200 股股票，同时向 Sino Virtue 发行 1,200 股股票，每股面值 1 美元。Sino Virtue 于 2016 年 12 月 15 日在英属维尔京群岛设立，发行股数为 1 股，每股面值 1 美元，由方胜康持有。

③Renown 股权变更

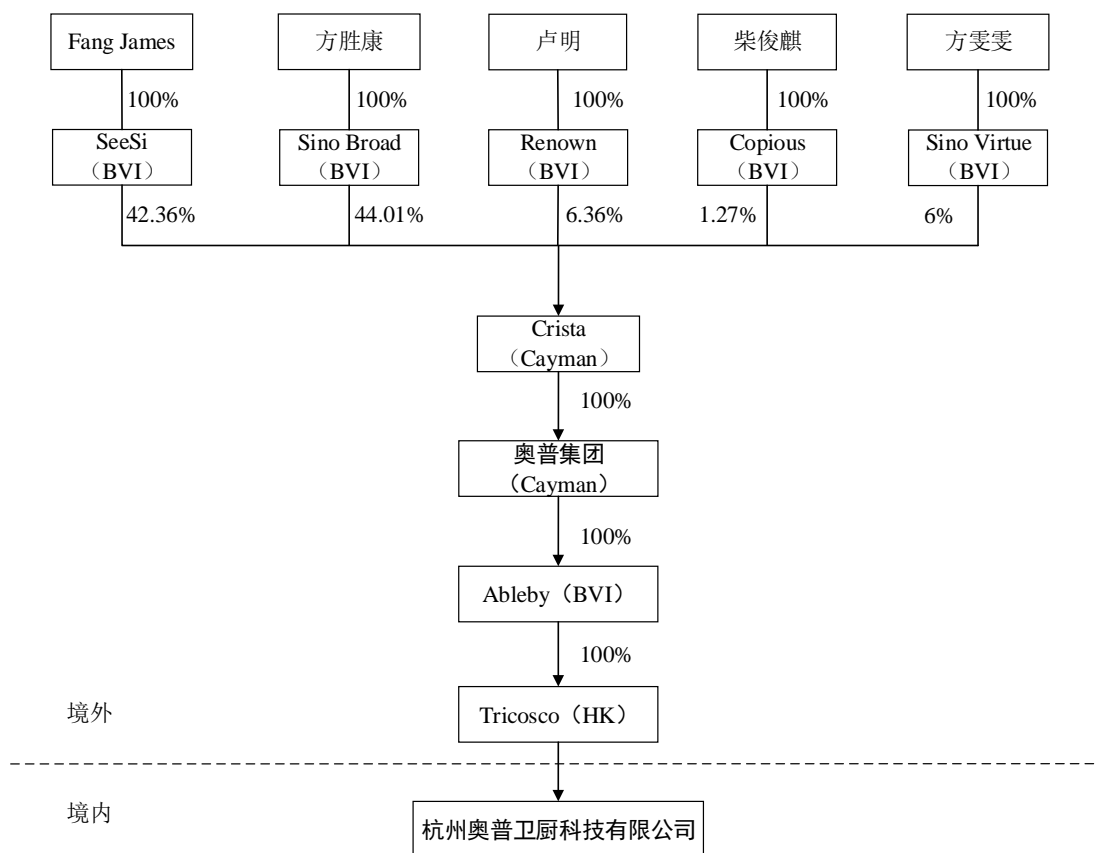
2017年3月10日，卢颂康与其女儿卢明签署《赠与契据》，卢颂康将其持

有 Renown 的 100% 股权无偿赠予卢明，同日 Renown 完成股东及董事变更登记。

④ Sino Virtue 股权变更

2017 年 4 月 6 日，方胜康与其女儿方雯雯签署《赠与契据》，方胜康将其持有 Sino Virtue 的 100% 股权无偿赠予方雯雯，同日 Sino Virtue 完成股东及董事变更登记。

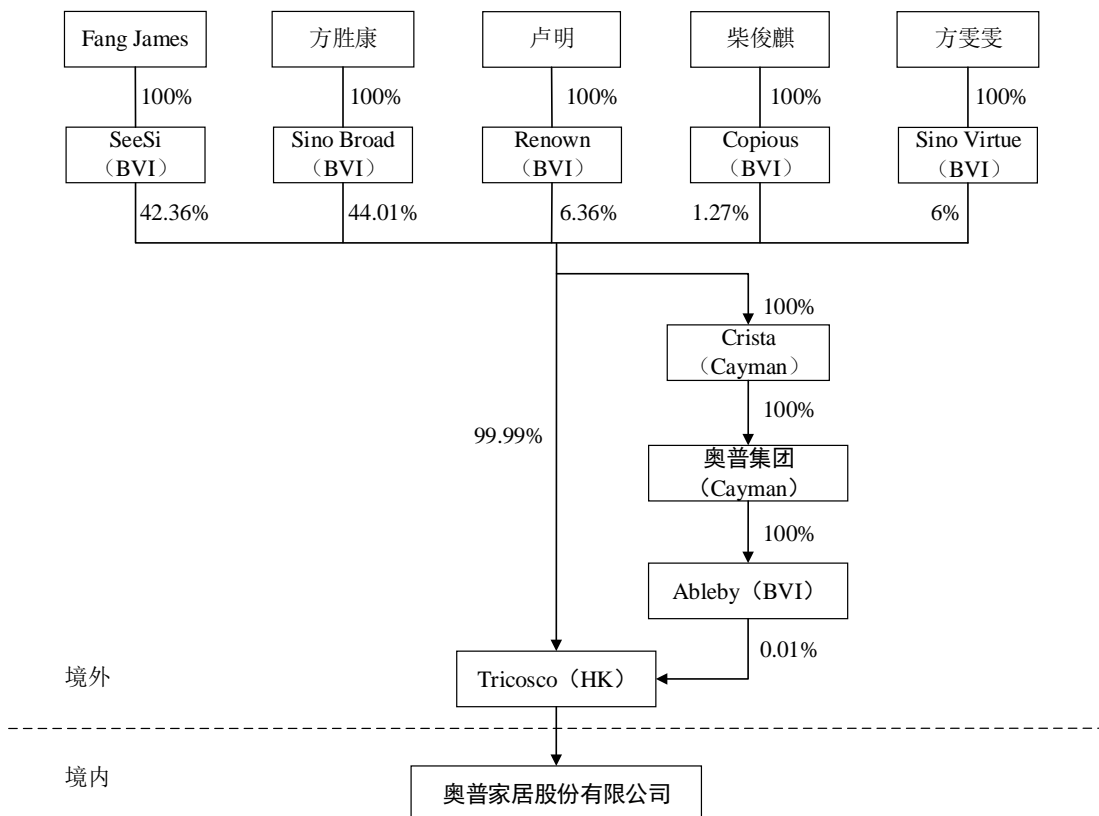
上述 Crista 层面股权调整完成后，发行人境外架构如下：



(3) Tricosco 层面股权调整

2017 年 7 月 22 日，Tricosco 召开董事会审议通过，向 SeeSi、Sino Broad、Renown、Sino Virtue 及 Copious 合计发行 10,000 股股票，每股面值 1 港元，SeeSi、Sino Broad、Renown、Sino Virtue 及 Copious 按照原间接持有 Tricosco 股权比例分别认购 4,236 股、4,401 股、636 股、600 股及 127 股。2017 年 8 月 8 日 Tricosco 完成股份变动登记。

上述股权调整完成后，发行人控股股东 Tricosco 股权架构如下：



(三) 外汇登记情况

2006年7月，国家外汇管理局浙江省分局向方胜康、卢颂康、柴俊麒三人分别核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》，就其在境外投资 SeeSi、Ableby、Tricosco 进行登记。

同年，国家外汇管理局浙江省分局向方胜康、卢颂康、柴俊麒三人核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》，就其在境外投资奥普集团进行登记。

2007年1月，国家外汇管理局浙江省分局向方胜康、卢颂康、柴俊麒三人核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》，就奥普集团于2006年12月在香港主板上市导致的股权结构调整等事项进行登记。

2017年8月，交通银行浙江省分行向方胜康、柴俊麒分别核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》，就2013年7月方胜康设立 Sino Broad、2014年5月柴俊麒设立 Copious 进行登记。

(四) 税收缴纳情况

报告期内，公司股权转让及股改所得税缴纳情况如下：

1、2016年12月股权转让所得税缴纳情况

2016年12月8日，Tricosco与橙豆投资签署《股权转让协议》，Tricosco将其持有奥普卫厨的108.4737万美元出资额转让给橙豆投资，转让价格为4,300万元。

Tricosco就本次股权转让缴纳了345.00万元的所得税，并已取得杭州市余杭区国家税务局余杭税务分局出具的完税凭证。

2、2017年4月股权转让所得税缴纳情况

2017年4月15日，Tricosco分别与ZJUI、HSCA、PMT、香港红星及SKY签订《股权转让协议》，Tricosco将其持有奥普卫厨的100.24万美元出资额以3,750万美元转让给ZJUI，将其持有奥普卫厨的93.56万美元出资额以3,500万美元转让给HSCA，将其持有奥普卫厨的100.24万美元出资额以3,750万美元转让给PMT，将其持有奥普卫厨的93.56万美元出资额以3,500万美元转让给香港红星，将其持有奥普卫厨的40.10万美元出资额以1,500万美元转让给SKY。

Tricosco就本次股权转让已缴纳了10,664.07万元的所得税，并已取得杭州经济技术开发区国家税务局出具的完税凭证。

3、2017年6月股改所得税缴纳情况

2017年6月20日，公司整体变更设立股份有限公司，各发起人均已按规定就本次整体变更缴纳了所得税。

(1) Tricosco、ZJUI、HSCA、PMT、香港红星及SKY分别就本次整体变更缴纳了911.00万元、119.78万元、111.79万元、119.78万元、111.79万元及47.91万元所得税，并取得了杭州经济技术开发区国家税务局出具的完税凭证。

(2) 文泽投资、聚泽投资及明泽投资分别就本次整体变更缴纳了259.23万元、80.70万元及178.53万元所得税，并已取得舟山市地方税务局直属一分局出具的完税凭证。

(3) 斐昱永淳、斐昱悦柏、斐昱武胜分别就本次整体变更缴纳了14.78万

元、24.88 万元及 13.88 万元所得税，并已取得海宁市地方税务局硖石税务分局出具的完税凭证。

(4) 宁波海湃就本次整体变更缴纳了 23.16 万元所得税，并已取得宁波市江北地方税务局慈城分局出具的完税凭证。

四、发行人设立以来重大资产重组情况

为有效整合公司相关业务和资产，理顺股权关系，保持业务完整性，提升管理效率，2016 年及 2017 年发行人进行了一系列的资产重组。

(一) 同一控制下的资产收购

1、收购成都博朗尼股权

成都博朗尼主要从事集成灶、整体橱柜及其他厨卫用品的研发、设计、生产、销售。本次收购前，奥普卫厨及 Tricosco 分别持有成都博朗尼 48.77% 及 51.23% 股权。

(1) 成都博朗尼设立以及被收购前历次股权结构调整情况

①2011 年 1 月设立

2011 年 1 月 6 日，崇州市商务局出具《关于同意设立中外合资企业“成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司”及章程的批复》（崇商发[2011]1 号），同意由杭州明泽投资有限公司与 Wind-Plus Group 共同投资设立成都博朗尼。

成都博朗尼设立时，注册资本为 6,500 万元，投资总额 13,000 万元，其中：Wind-Plus Group 出资 3,330 万元，占注册资本的 51.23%；杭州明泽投资有限公司出资 3,170 万元，占注册资本的 48.77%。

2011 年 1 月 13 日，成都博朗尼取得四川省人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资川府蓉崇商字[2011]0001 号）。2011 年 1 月 18 日公司取得成都市工商行政管理局核发的《营业执照》（注册号：510100400030676）。

成都博朗尼设立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	Wind-Plus Group	3,330	51.23
2	杭州明泽投资有限公司	3,170	48.77
合计		6,500	100.00

②2013年1月，第一次股权转让

2013年1月1日，成都博朗尼召开董事会，同意：Wind-Plus Group 将其持有的成都博朗尼 51.23%的股权转让给 Tricosco，杭州明泽投资有限公司将其持有的成都博朗尼 48.77%的股权转让给奥普卫厨。同日，Wind-Plus Group 和杭州明泽投资有限公司均声明放弃优先受让权，各方就此次股权转让分别签署了股权转让协议。

2013年1月17日，崇州市商务和投资促进局出具《关于同意成都奥普博朗尼科技有限公司股权转让及注册资金延期到位的批复》（崇商投发[2013]2号），同意上述股权转让相关事宜以及同意注册资金延期至2014年1月17日前到位。

2013年1月17日，成都博朗尼取得四川省人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资川府蓉崇商字[2011]0001号）。

本次股权转让完成后成都博朗尼股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	Tricosco	3,330	51.23
2	奥普卫厨	3,170	48.77
合计		6,500	100.00

③2013年12月，成都博朗尼注册资本全部到位

根据浙江海旭会计师事务所有限公司2013年12月23日出具的《验资报告》（浙海旭验字（2013）第116号），截至2013年12月4日，成都博朗尼实缴注册资本累计6,500万元，占已登记注册资本总额的100%。成都博朗尼于2013年12月27日换领了新的营业执照。

（2）2016年12月，奥普卫厨收购 Tricosco 所持成都博朗尼全部股权

为避免同业竞争，且为丰富公司产品品类、优化生产销售区域布局、充分发挥成都区位优势等，以进一步提升公司市场竞争力，经与 Tricosco 友好协商，由奥普卫厨收购 Tricosco 所持成都博朗尼的全部股权。

2016 年 11 月 21 日，成都博朗尼取得成都市投资促进委员会出具的《外商投资企业变更备案回执》（编号：蓉外资备 201600189），准予 Tricosco 将其所持成都博朗尼股权全部转让给奥普卫厨。

2016 年 11 月 25 日，坤元资产评估有限公司出具《杭州奥普卫厨科技有限公司拟收购股权涉及的成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2016]577 号）。经评估，截至 2016 年 9 月 30 日，成都博朗尼股东权益账面价值 5,471.70 万元，评估价值 5,475.32 万元，评估增值 3.62 万元，增值率为 0.07%。

2016 年 12 月 1 日，Tricosco 与奥普卫厨签署《股权转让协议》，Tricosco 将其持有成都博朗尼的全部股权按评估作价，以 2,800 万元转让给奥普卫厨。同日，成都博朗尼召开董事会，同意上述股权转让事项。

2016 年 12 月 27 日，成都博朗尼完成上述股权转让的工商变更备案事宜，并取得变更后的《营业执照》（注册号：915101005671783368）。

本次股权转让完成后，成都博朗尼成为奥普卫厨全资子公司。

2、收购奥普电器商标

（1）商标收购情况

奥普电器为 Tricosco 全资子公司，原主要从事浴霸、集成吊顶等产品的销售，并拥有包括“AUPU”、“奥普”等在内的已注册商标权 235 项，以及正在申请中的商标 25 项，共计 260 项商标权，明细参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产和无形资产”之“（二）无形资产”之“3、商标权”。

为解决同业竞争、关联交易问题，保证发行人经营相关资产的完整性，奥普卫厨于 2016 年 12 月底向奥普电器购买其所有已注册和在申请的商标权：

2016年12月6日，坤元资产评估有限公司出具《杭州奥普卫厨科技有限公司拟受让杭州奥普电器有限公司商标权价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2016]576号）对该260项商标权进行评估，评估基准日为2016年9月30日，该260项商标权的评估值为5,250万元。

2016年12月23日，奥普卫厨与奥普电器签订《商标转让协议》，双方一致同意根据上述评估作价，以5,250万元（含税）受让奥普电器全部260项商标权，协议签署时，上述商标权中，有四项存在争议。根据《商标转让协议》约定，若争议商标在争议终结日后成为瑕疵商标，则需在争议终结日后，以坤元资产评估有限公司届时出具的评估报告中所载的争议商标评估价值为基础，确定瑕疵商标之价值，并由奥普电器返还奥普卫厨等同于该等瑕疵商标价值的转让款。同日，奥普卫厨召开董事会，同意上述商标转让事项。

商标局已于2017年3月27日对上述标的商标出具了《商标转让申请受理通知书》。

奥普电器于2017年6月5日更名为杭州莫丽斯科技有限公司，同时营业范围变更为：仪器仪表、仪表零配件、电子元器件的生产、研发、销售；物业管理、自有房屋租赁。本次变更后，其主营业务与发行人不再相同或相似。

（2）瑕疵商标情况

签署《商标转让协议》时，存在争议的商标权如下：①2015年12月8日，浙江现代新能源有限公司对奥普电器8183677号“AUPU”商标提出无效宣告申请；②2015年11月13日，浙江现代新能源有限公司对奥普电器14965077号“AUPU 博朗尼”商标提出异议申请；③2015年9月11日，浙江现代新能源有限公司对奥普电器14965078号“AUPU 奥普博朗尼”商标提出异议申请；④2016年6月16日，美国皓齿制品有限公司对奥普电器3338895号“奥普”商标提出撤销申请。

①14965078号及14965077号商标情况

根据商标局分别于2017年2月27日及2017年4月28日的发文（[2017]商标异字第0000008180号）、（[2017]商标异字第0000018440号），奥普电器

14965078 号“AUPU 奥普博朗尼”及 14965077 号“AUPU 博朗尼”商标予以注册，已解除争议。

②3338895 号商标情况

2016 年 6 月 16 日，美国皓齿制品有限公司向商标局申请撤销奥普电器 3338895 号“奥普”商标在第 3 类“1.香波；2.浴液；3.化妆品；4.牙膏”部分核定使用商品上的注册。

2017 年 3 月 30 日，商标局发文（商标撤三字[2017]第 W004651 号），撤销奥普电器 3338895 号第 3 类“奥普”商标在“1.香波；2.浴液；3.化妆品；4.牙膏”部分核定使用商品上的注册（原核定商品为：1.香波；2.浴液；3.化妆品；4.牙膏；5.去污剂；6.家具和地板用抛光剂；7.研磨材料；8.香料；9.香；10.动物用化妆品），并将重新核发《商标注册证》。

2018 年 4 月 27 日，坤元资产评估有限公司出具《关于杭州奥普电器有限公司商标转让的情况说明》，由于 3338895 号第 3 类“奥普”商标自取得以来从未在销售商品中使用过，未来也不会使用该商标，而《杭州奥普卫厨科技有限公司拟受让杭州奥普电器有限公司商标权价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2016]576 号）系基于商标权的收入贡献确定价值，故上述事项不会对评估结果产生影响。

③8183677 号商标情况

2018 年 11 月 22 日，商评委裁定 8183677 号“AUPU”商标“在金属家具部件、金属管道、金属插销商品上予以维持，在其余商品上予以无效宣告”。发行人已就该裁定结果提起诉讼，并于 2019 年 1 月 14 日获北京知识产权法院受理。详情参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、本公司的重大诉讼或仲裁事项”之“（三）浙江现代新能源有限公司诉讼”。

（3）商标转让进展情况

截至本招股说明书签署之日，上述正在申请中的 25 项商标，其中 21 项已完成注册，1 项（申请号：18815479）予以驳回，3 项仍在申请之中；上述 235 项已注册商标权中 1 项境外商标（注册号：T05/02359C）不再转让。

2018年4月27日，坤元资产评估有限公司出具《关于杭州奥普电器有限公司商标转让的情况说明》，由于T05/02359C商标自取得以来从未在销售商品中使用过，未来也不会使用该商标，而《杭州奥普卫厨科技有限公司拟受让杭州奥普电器有限公司商标权价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2016]576号）系基于商标权的收入贡献确定价值，故不再转让T05/02359C商标不会对评估结果产生影响。

截至本招股说明书签署之日，255项已注册商标权及3项正在申请中的商标已完成转让注册。

（4）奥普电器无偿赠予商标情况

2017年3月6日，奥普电器与奥普卫厨签署补充协议，除上述商标转让以外，奥普电器将其拥有的1项已注册商标权（注册号：01391922）及1项正在申请中的商标（申请号：22097706）无偿赠予奥普卫厨。

截至本招股说明书签署之日，1项正在申请中的商标（申请号：22097706）已完成商标注册。

截至本招股说明书签署之日，2项已注册商标权已完成转让。

（二）非同一控制下的资产收购

1、收购浙江劲源资产

（1）浙江劲源基本情况

浙江劲源主要从事集成吊顶扣板的研发、生产和销售等，原系发行人主要供应商之一。唐国富系浙江劲源之实际控制人，唐国富2008年1月设立浙江劲源时，向发行人共同实际控制人之一方胜康借款180万元，且作为担保措施由方胜康指定陈金华名义持有浙江劲源18%股权。上述借款年利率为20%，唐国富按年向方胜康支付利息，并已于2017年1月偿还了本金。随着发行人集成吊顶业务规模逐年增长，且部分重要客户开始要求发行人所供应产品必须自制（发行人自身或控股子公司生产），故为了客户关系的维护以及供应稳定性，发行人与唐国富进行协商，于2016年末共同出资设立由发行人控股的嘉兴劲达，并由嘉兴

劲达于 2017 年 1 月收购了浙江劲源与集成吊顶扣板业务相关资产。

(2) 本次收购相关资产评估及作价情况

2017 年 1 月 8 日，坤元资产评估有限公司出具《嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司拟收购浙江劲源科技发展有限公司部分资产价值评估项目》（坤元评报[2017]69 号），对浙江劲源集成吊顶扣板业务相关资产进行评估，评估基准日为 2017 年 1 月 8 日。截至评估基准日，浙江劲源所拥有的集成吊顶扣板业务相关资产的评估值为 2,229.11 万元。

2017 年 1 月 9 日，嘉兴劲达与浙江劲源签署《资产转让协议》，嘉兴劲达向浙江劲源收购部分存货和设备类固定资产，收购价格为 2,229.11 万元。

(3) 本次资产收购的决策程序及执行情况

2017 年 1 月 9 日，奥普卫厨召开董事会，同意上述资产收购事宜。嘉兴劲达已向浙江劲源合计支付了 2,608.06 万元资产转让价款（含税）。

2、收购杭州博朗尼资产及业务

(1) 杭州博朗尼基本情况

杭州博朗尼原主要从事集成灶的研发、生产和销售等。为进一步丰富公司产品品类、充分发挥集成灶与公司现有产品的协同作用，进一步提升公司市场竞争力，奥普卫厨经与杭州博朗尼协商一致，收购杭州博朗尼与集成灶相关资产及业务。

(2) 本次收购相关资产评估及作价情况

2017 年 3 月 6 日，坤元资产评估有限公司出具《杭州奥普卫厨科技有限公司拟收购杭州奥普博朗尼卫厨科技有限公司部分资产价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2017]226 号），对杭州博朗尼集成灶业务相关资产进行评估，评估基准日为 2016 年 10 月 31 日。截至评估基准日，杭州博朗尼所拥有的集成灶业务相关资产的评估值为 1,931.78 万元。

2017 年 4 月 5 日，奥普卫厨与杭州博朗尼签署《资产及业务转让协议》，奥普卫厨向杭州博朗尼收购所有与“集成灶的生产、销售业务”相关的资产及业务。

收购价格以《杭州奥普卫厨科技有限公司拟收购杭州奥普博朗尼卫厨科技有限公司部分资产价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2017]226号）为定价基础，根据2017年3月31日实际盘点情况确定为2,060.66万元。

（3）本次资产收购的决策程序及执行情况

2017年4月5日，奥普卫厨召开董事会，同意上述资产收购事宜。奥普卫厨已向杭州博朗尼支付了2,355.97万元资产转让价款（含税）。与上述业务相关人员全部转入奥普卫厨，截至2017年6月，该些人员已全部与奥普卫厨签订劳动合同。

杭州博朗尼已于2017年6月21日更名为杭州普丽思科技有限公司，营业范围变更为技术开发、技术服务、技术咨询：仪器仪表、仪表零配件、电器元器件；批发、零售：仪器仪表、仪表零配件、电子元器件。本次变更后，其主营业务与发行人不再相同或相近。

3、收购中山博琅资产及业务

（1）中山博琅基本情况

中山博琅主要从事集成吊顶扣板的研发、生产和销售等，原系发行人主要供应商之一。随着公司集成吊顶扣板业务不断发展，为确保集成吊顶扣板供应的稳定性，发行人拟将集成吊顶扣板由原OEM模式调整为自制模式。发行人控股子公司中山劲启、成都劲启分别与中山博琅协商一致，收购中山博琅与集成吊顶扣板相关的资产。

（2）本次收购相关资产评估及作价情况

①中山劲启收购中山博琅部分资产

2017年6月20日，坤元资产评估有限公司出具《中山劲启材料科技有限公司拟收购中山博琅集成装饰材料有限公司部分资产价值评估项目》（坤元评报[2017]359号），评估基准日为2017年6月11日。截至评估基准日，中山劲启拟收购中山博琅部分资产评估值为1,658.78万元。

2017年6月20日，中山劲启与中山博琅、奉涛、李仕泽签订《资产转让协

议》，中山劲启向中山博琅、奉涛、李仕泽收购部分存货、设备类固定资产、专利和著作权等无形资产，收购价格为 1,658.78 万元。

②成都劲启收购中山博琅部分资产

2017 年 6 月 20 日，坤元资产评估有限公司出具《成都劲启材料科技有限公司拟收购中山博琅集成装饰材料有限公司部分资产价值评估项目》（坤元评报[2017]360 号），评估基准日为 2017 年 6 月 16 日。截至评估基准日，成都劲启拟收购中山博琅部分资产评估值为 911.36 万元。

2017 年 6 月 20 日，成都劲启与中山博琅签署《资产转让协议》，成都劲启向中山博琅收购部分存货和设备类固定资产，收购价格为 911.36 万元。

（3）本次资产收购的决策程序及执行情况

2017 年 6 月 20 日，奥普卫厨召开董事会，同意上述资产收购事宜。

中山劲启已向中山博琅合计支付了 1,935.82 万元资产转让价款（含税）。

成都劲启已向中山博琅合计支付了 1,066.30 万元资产转让价款（含税）。

4、收回杭州橙隆经销权

（1）杭州橙隆基本情况

杭州橙隆原系发行人浴霸线上经销商之一，主要经营天猫奥普官方旗舰店、淘宝奥普浴霸商城店、天猫奥普品牌商、京东奥普官方旗舰店四家网络平台店铺。杭州橙隆实际控制人为发行人实际控制人之一致行动人方雯雯，为发行人关联方，故为了减少关联交易，发行人于 2017 年 12 月收回其经销权，同时承接了其主要的资产及人员。

杭州橙隆历史沿革如下：

①2012 年 9 月设立

杭州橙隆前身杭州谭龙贸易有限公司设立时，注册资本为 50 万元，其中卢卿出资 30 万元，占注册资本的 60%；梅娟出资 20 万元，占注册资本的 40%。卢卿与梅娟系夫妻关系，卢卿系当时发行人间接股东卢颂康胞兄之子。

2012年9月4日,杭州华磊会计师事务所出具《验资报告》(杭华磊验字[2012]第433号),验证截至2012年9月4日,注册资本50万元已实收到位。

2012年9月7日,杭州市工商行政管理局江干分局向杭州谭龙贸易有限公司核发《营业执照》(注册号:330104000178768)。

杭州谭龙贸易有限公司设立时股权结构如下:

序号	股东名称	出资数额(万元)	出资比例(%)
1	卢卿	30	60
2	梅娟	20	40
合计		50	100

②2014年1月,第一次股权转让

2014年1月7日,杭州谭龙贸易有限公司召开股东会,全体股东一致同意卢卿及梅娟将其持有的股权分别以30万元与20万元转让给方向阳。同日卢卿及梅娟分别与方向阳签订股权转让协议。

2014年1月7日,杭州市工商行政管理局江干分局向杭州谭龙贸易有限公司核发了本次变更后的《营业执照》。

第一次股权转让完成后,杭州谭龙贸易有限公司股权结构如下:

序号	股东名称	出资数额(万元)	出资比例(%)
1	方向阳	50	100
合计		50	100

③2014年12月,第二次股权转让

2014年12月10日,方向阳与陈智民签署股权转让协议,方向阳将其持有杭州谭龙贸易有限公司100%股权以50万元转让给陈智民。

2014年12月10日,杭州市工商行政管理局江干分局向杭州谭龙贸易有限公司核发了本次变更后的《营业执照》。

第二次股权转让完成后,杭州谭龙贸易有限公司股权结构如下:

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	陈智民	50	100
合计		50	100

④2016年9月，第三次股权转让及更名

2016年9月12日，俞剑中与陈智民签署股权转让协议，俞剑中以50万元受让陈智民持有的杭州谭龙贸易有限公司100%股权，并决定将杭州谭龙贸易有限公司更名为杭州橙隆。

2016年9月23日，杭州市工商行政管理局江干分局向杭州橙隆核发了本次变更后的《营业执照》（913301040536695765）。

第三次股权转让完成后，杭州橙隆股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	俞剑中	50	100
合计		50	100

（2）杭州橙隆与发行人关系

杭州橙隆设立时，实际控制人为卢卿，系当时发行人间接股东卢颂康胞兄之子，不属于发行人关联方。

杭州橙隆后续股东方向阳、陈智民及俞剑中均系代名股东，实际控制人为方雯雯。方雯雯女士系发行人实际控制人之一致行动人，故自2014年1月起杭州橙隆属于发行人关联方。报告期内杭州橙隆与发行人交易情况参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、报告期内的关联交易”之“（一）经常性关联交易”之“1、销售商品、提供劳务”。

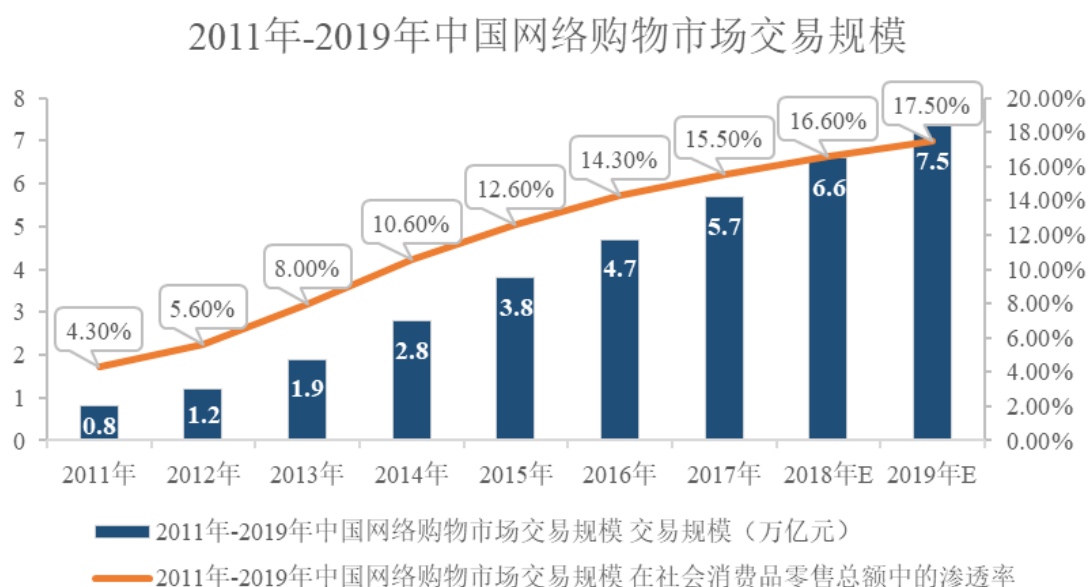
（3）报告期发行人实际控制人之一致行动人方雯雯控制杭州橙隆并与发行人开展关联交易的必要性和合理性

①必要性

A. 网络购物增长迅速，发行人需要具有实力的经销商

伴随着淘宝、京东等一批电子商务平台逐步发展，各大电商平台在城乡地区开设服务站下沉销售渠道，提升物流配送效率，拓展销售品类等方式吸引消费者进行网络购物，网络购物已逐步深入我国居民的生活，成为重要的消费方式。

根据中国产业信息网，截至 2016 年底，我国网络购物用户规模已经达到 4.67 亿，较 2015 年底增加 5,345 万，同比增长 12.9%。从市场规模来看，截至 2016 年底，我国网络购物市场的年交易规模达到 4.7 万亿元人民币，同比增长 24.7%，在社会消费品零售总额中的渗透率达到 14.3%，同比提升 1.7 个百分点。艾瑞咨询预计该渗透率到 2019 年将达到 17.5%，对应网络购物市场交易规模高达 7.5 万亿元，约为 2016 年的 1.6 倍。



数据来源：中国产业信息网、艾瑞咨询

在网络购物迅速发展的背景下，2012 年杭州橙隆原实际控制人卢卿向公司申请全国范围浴霸线上经销权（包括天猫旗舰店），经公司批准后，其于 2012 年 9 月设立杭州橙隆。

2013 年公司向杭州橙隆销售仅为 1,339.03 万元，且卢卿无意进一步加大投入，建立专业化的线上运营团队，故公司开始物色新的经销商。考虑到方雯雯对行业及公司的理解更为深刻，且具有较强的资金实力，有意组建专业线上运营团队，并于 2013 年底启动筹建工作。方雯雯及其运营团队符合公司对浴霸线上经

销商的甄选条件，有利于公司线上业务的开拓。

考虑到天猫品牌旗舰店更换经营主体程序较为繁琐，经公司与方雯雯、卢卿协商，2014年初卢卿将杭州橙隆股权转让给方雯雯，并由杭州橙隆继续担任公司浴霸线上经销商。

方雯雯及其运营团队接手杭州橙隆后，加大网上宣传、人员等方面的投入，经营业绩亦快速增长。2014年至2017年，发行人向杭州橙隆销售收入分别为5,585.58万元、7,161.76万元、8,535.19万元及9,703.75万元。

B. 有利于发行人了解终端消费习惯

天猫旗舰店等网络消费平台店铺直接面对全国范围内的终端消费者，使得经营者能够较好的了解到消费人群属性情况、生活及消费习惯、时尚潮流走向、产品意见反馈等信息。并且通过对消费行为数据的分析，有助于品牌企业改进产品研发、供应链管理、营销策略等，进而开发出更受广大消费者欢迎的产品。

方雯雯接手杭州橙隆后，更加有利于公司了解上述消费行为数据，有利于提升公司营销策略的精准性，有助于更好地发挥产品竞争优势。

②合理性

A. 方雯雯拥有较好的网络平台经营团队

经过前期准备，方雯雯在2014年初接手杭州橙隆时，已经形成了较为专业的运营团队，主要管理人员如下：

序号	员工姓名	职务	入职时间
1	李涛	财务部总监	2014年1月
2	刘铭	售前部总监	2014年1月
3	薛云飞	运营部店长	2014年2月
4	张翔宇	运营部总监	2014年1月
5	桑音	综合部总监	2014年1月
6	叶涛祥	物流部总监	2014年1月

经过多年的发展以及持续投入，截至2017年12月，杭州橙隆已拥有正式员

工 80 余人，设立有财务部、售前部、售后部、运营部、设计部、综合部、物流部等部门，已成为专业化线上运营公司。

B. 发行人对杭州橙隆销售政策与其他经销商一致，交易定价公允

发行人对杭州橙隆销售政策与其他经销商完全一致，销售价格均为统一出厂价，定价公允。

发行人为规范和减少关联交易，于 2017 年 12 月通过资产业务收购的方式收回了杭州橙隆经销权，上述收购完成后，发行人与杭州橙隆之间关联交易的情形已经得到消除，杭州橙隆已不再实际开展经营活动。

(4) 本次承接相关资产作价情况

经协商，发行人对杭州橙隆资产进行盘点，以截至 2017 年 12 月 14 日 0:00 杭州橙隆存货、设备、账户余额、交接订单等资产价值为最终交易价格，具体盘点及作价依据如下：

项目	数量（台/单）	盘点金额（万元）	作价依据
成品	14,231	166.20	按出厂价剔除返利
残次品	3,076	39.45	更换包装按出厂价剔除返利 9 折，更换包装加维修按出厂价剔除返利 8 折，其他按出厂价剔除返利 2 折
维修机	4,154	83.93	更换包装按出厂价剔除返利 9 折处理
样机	48	1.14	按出厂价剔除返利 5 折
固定资产	2,139	40.18	按账面价值计
交接账户余额	-	15.29	短信/品效宝/直通车/钻展剩余未使用金额
交接订单（已发货未确认收货）	11,754	877.89	扣除三年加权平均退货率 3.33%及天猫平台费 2.5%
合计	35,402	1,224.08	-

注：交接订单是指 2017 年 12 月 14 日 0:00 前杭州橙隆已经发货，但买家尚未确认收货的订单。由于天猫店面经营主体发生变更，该些订单买家确认收货后，款项将直接进入承接主体支付宝账户，故发行人剔除杭州橙隆三年加权平均退货率及天猫平台费影响后，将该些订单款项一次性支付给杭州橙隆。

2017 年 12 月 15 日，奥普家居与杭州橙隆签署《资产及业务转让协议》，奥

普家居向杭州橙隆收购部分存货、设备类固定资产以及天猫旗舰店相关资产，并收回其经销权，收购价格为 1,224.08 万元。

(5) 本次收购的决策程序及执行情况

2017 年 12 月 15 日，奥普家居独立董事发表事前认可意见，同意上述收购事宜。同日，奥普家居召开第一届董事会第三次会议，审议上述收购事宜，关联董事 Fang James、方胜康、吴兴杰回避表决，独立董事发表独立意见，同意上述收购事宜。

截至 2017 年 12 月 14 日，杭州橙隆名下的淘宝奥普浴霸商城店、天猫奥普品牌商、京东奥普官方旗舰店已全部关停，天猫奥普官方旗舰店经营主体已变更为发行人。

发行人已向杭州橙隆支付了 1,280.33 万元资产转让价款（含税）。杭州橙隆主要人员亦已于 2018 年 1 月 1 日与发行人签订劳动合同。

本次收购后，杭州橙隆已不再实际开展经营活动。

5、其他资产收购行为

报告期内，为优化产能布局以及销售渠道建设，公司 2017 年除上述收购行为外，还收购了中山博颂及上海逸盛部分资产，交易对价金额较小，且对公司总资产、营业收入、利润总额的影响均较小。

(三) 非主业资产剥离

报告期内，为满足业务战略发展要求，发行人将与主要业务不相关资产进行了剥离，主要为 2017 年 5 月出售成都牵银股权，具体情况如下：

成都牵银系奥普卫厨与杭州牵银于 2010 年 8 月共同出资设立，其中奥普卫厨持股 41.67%，杭州牵银持股 58.33%。成都牵银主要从事房地产开发经营。

2017 年 4 月 25 日，坤元资产评估有限公司出具《杭州奥普卫厨科技有限公司拟转让股权涉及的成都牵银投资有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2017]276 号），评估基准日为 2017 年 3 月 31 日。经其评估，

截止评估基准日，股东权益账面价值 374.24 万元，评估价值 6,153.16 万元，评估增值 5,778.92 万元，增值率为 1,544.16%。

根据经评估的净资产价值，奥普卫厨拥有的成都牵银 41.67% 股权，对应享有的净资产价值为 2,564.02 万元。

2017 年 5 月 5 日，奥普卫厨与奥普电器签订《股权转让协议》，奥普电器按成都牵银评估价值，以 2,564.02 万元受让奥普卫厨所持有的成都牵银全部股权。

2017 年 7 月 5 日，崇州市市场和质量监督管理局向成都牵银核发本次股权转让后的《营业执照》（统一社会信用代码：91510184556429558H）。

（四）资产重组对发行人业务的影响

2016 年以来奥普卫厨进行了多次资产重组，但重组标的规模较小，资产总额、营业收入及净利润均未超过公司相应项目的 20%，且不会导致发行人主营业务发生变更。业务重组的指标测算如下，相关数据已剔除收购标的与奥普卫厨关联交易金额。

1、2016 年业务整合情况

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额或总资产孰高（不含税）	营业收入	利润总额
成都博朗尼 51.23% 股权	同控、股权	6,269.94	341.65	-398.51
奥普电器所拥有的商标权	同控、资产	4,952.83	-	-
合计	-	11,222.77	341.65	-398.51
奥普卫厨 2015 年母公司审计数	-	88,016.73	94,163.26	29,020.82
占比	-	12.75%	0.36%	-1.37%

2016 年，奥普卫厨收购成都博朗尼股权以及奥普电器商标权。该两项收购标的的总资产或交易金额、营业收入以及利润总额各项合计值，分别占奥普卫厨相应指标的比例为 12.75%、0.36%和-1.37%，均不超过 20%。故奥普卫厨 2016

年业务、资产收购不构成重大资产重组，也未造成公司近三年主营业务发生变更。

2、2017 年业务整合情况

(1) 业务收购情况

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额或总资产孰高（不含税）	营业收入	利润总额
浙江劲源	非同、业务	2,229.11	1,509.47	58.27
杭州博朗尼相关业务及资产	非同、业务	2,060.66	4,257.66	-169.53
上海逸盛相关资产	非同、资产	976.80	-	-
中山博颂相关资产	非同、资产	54.69	-	-
中山博琅相关资产	非同、资产	2,570.14	-	-
杭州橙隆代理权	非同、业务	1,224.08	13,867.64	3,545.39
合计	-	9,115.48	19,634.77	3,434.13
奥普卫厨 2016 年合并审计数	-	118,491.32	124,973.25	26,172.21
占比	-	7.69%	15.71%	13.12%

注：上述金额已剔除收购标的与公司关联交易影响。

2017 年，奥普卫厨收购浙江劲源扣板业务、杭州博朗尼集成灶业务、上海逸盛资产、中山博琅以及中山博颂资产、杭州橙隆代理权。上述收购标的的总资产或交易金额、营业收入以及利润总额各项合计值，分别占奥普卫厨相应指标的比例为 7.69%、15.71% 和 13.12%，均不超过 20%。故奥普卫厨 2017 年业务、资产收购不构成重大资产重组。

(2) 业务出售情况

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额或总资产孰高	营业收入	利润总额
成都牵银 41.67% 的股权	股权出售	9,476.83	-	-934.64

标的名称	交易类型	交易金额或总资产孰高	营业收入	利润总额
合计	-	9,476.83	-	-934.64
奥普卫厨 2016 年合并审计数	-	118,491.32	124,973.25	26,172.21
占比	-	8.00%	-	-3.57%

注：上述金额已剔除收购标的与公司关联交易影响。

2017 年，奥普卫厨出售成都牵银股权。成都牵银的总资产（41.67%奥普卫厨享有部分）、营业收入以及利润总额各项合计值，分别占奥普卫厨相应指标的比例为 8.00%、0%和-3.57%，均不超过 20%。故奥普卫厨本次出售成都牵银股权不构成重大资产重组。

综上所述，2016 年以来奥普卫厨进行的多次资产重组不构成重大资产重组，发行人最近三年主营业务亦未发生变化。

3、各次资产重组采取资产收购的原因

报告期内，各次资产重组方式及是否构成业务的具体情况如下：

标的名称	收购方式	是否构成业务
成都博朗尼 51.23% 股权	股权	-
奥普电器所拥有的商标权	资产	否
浙江劲源	资产	是
杭州博朗尼	资产	是
中山博琅	资产	否
杭州橙隆	资产	是
中山博颂	资产	否
上海逸盛	资产	否

发行人采取资产收购的原因具体如下：

(1) 发行人收购奥普电器商标资产的原因系：奥普电器除商标资产外，其余资产主要系杭州市拱墅区 15,536 平方米土地、21,786 平方米房屋以及上海市静安区 1,363.97 平方米商业地产。前述资产与发行人主营业务不相关，奥普电器

欲独立运行该等物业资产，故发行人未收购其股权。

(2) 发行人收购浙江劲源、中山博琅、中山博颂资产的原因系：一方面通过收购其存货、固定资产等资产，可以达到增强发行人集成吊顶扣板、照明产品自主生产能力的目的；另一方面浙江劲源、中山博琅、中山博颂财务基础较为薄弱，为规避其他资产、负债可能存在的风险所致。

(3) 发行人收购杭州博朗尼资产的原因系：杭州博朗尼于 2012 年通过其控股股东杭州牵财投资有限公司投资了浙江乐富海邦投资有限公司，持有其 15% 股权。浙江乐富海邦投资有限公司主要从事房地产经营业务，在杭州余杭区未来科技城投资建设了乐富海邦园，目前尚在出售之中。房地产投资不符合发行人专注于家居行业的发展战略，故发行人收购杭州博朗尼与集成灶相关资产及业务。

(4) 发行人收购杭州橙隆、上海逸盛资产的原因系：杭州橙隆及上海逸盛均是发行人经销商，发行人按照经销商管理制度，依据变更经销商的相关流程，收回其经销权，并收购其相关资产。

五、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性

(一) 发行人历次验资情况

公司是由奥普卫厨整体变更设立，自成立以来一共进行过五次验资。

1、有限公司阶段的历次验资情况

序号	验资截止时间	验资金额 (万美元)	累计实收资本 金(万美元)	验资机构	验资报告编号
1	2004.9.22	61	61	杭州联信会计师事务所	杭联会验字(2004) 1-426号
2	2006.12.15	2,000	2,061	杭州联信会计师事务所	杭联会验字(2006) 713号
3	2017.2.14	108.4737	2,169.4737	天健会计师事务所(特殊 普通合伙)	天健验[2017]231号
4	2017.5.27	38.7407	2,208.2144	天健会计师事务所(特殊 普通合伙)	天健验[2017]232号

2、股改验资情况

根据天健所 2017 年 6 月 14 日出具的《验资报告》（天健验[2017]219 号），截至 2017 年 6 月 14 日止，奥普家居股份有限公司（筹）已收到全体出资者所拥有的截至 2017 年 5 月 31 日止杭州奥普卫厨科技有限公司经审计的净资产 64,924.06 万元。

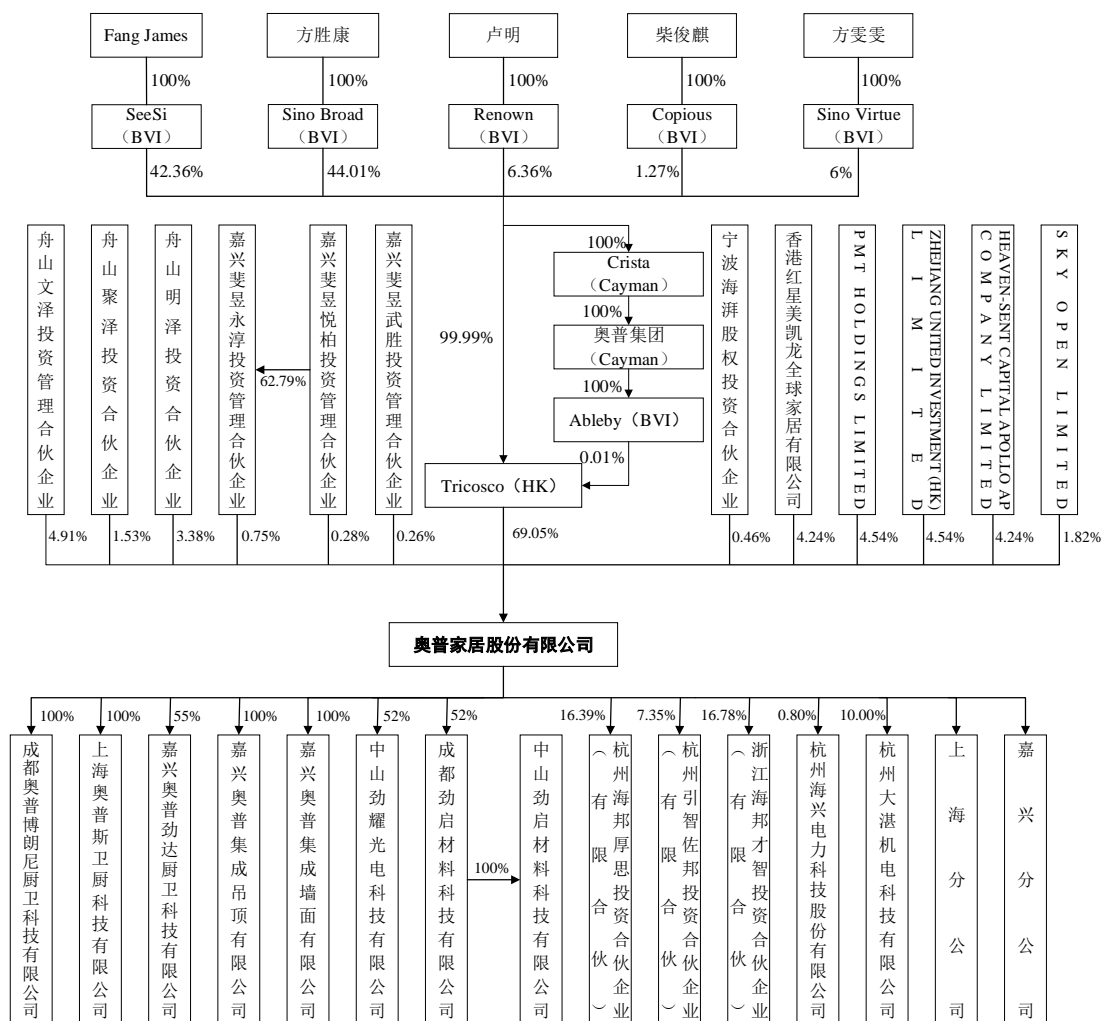
（二）设立时发起人投入资产的计量属性

公司设立时，全体发起人的出资方式为经天健所审计净资产折股，投入资产的计量属性为历史成本，公司未按评估值调账，未改变其计量属性。

六、发行人的股权结构及组织架构

（一）发行人的股权结构

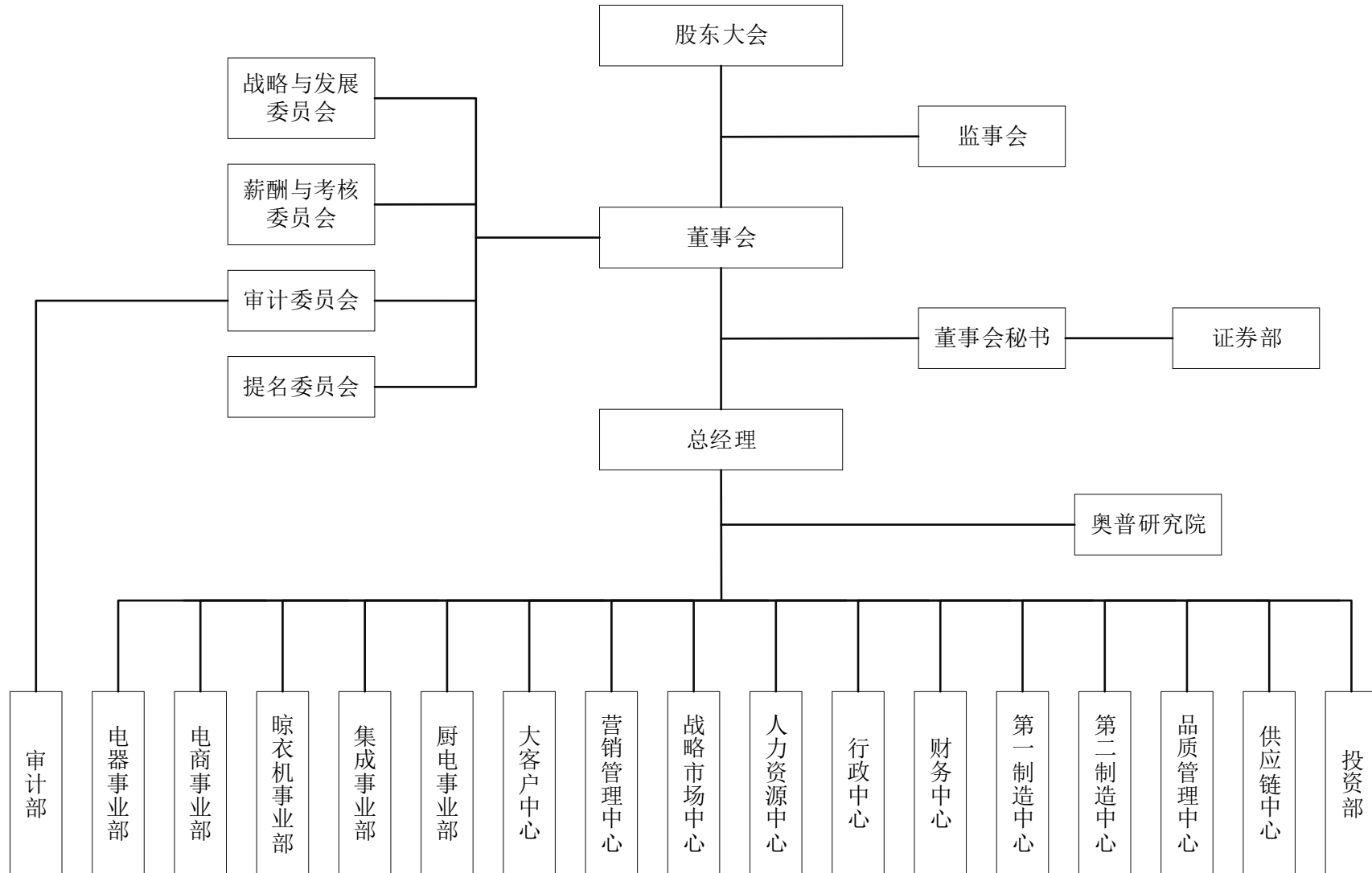
截至本招股说明书签署之日，公司的股权结构如下图所示：



(二) 发行人组织架构图

1、发行人现行组织架构图

根据《公司法》等有关法律法规规定并结合公司业务发展的需要，公司建立了规范的法人治理结构，具体如下图：



2、各部门主要职能

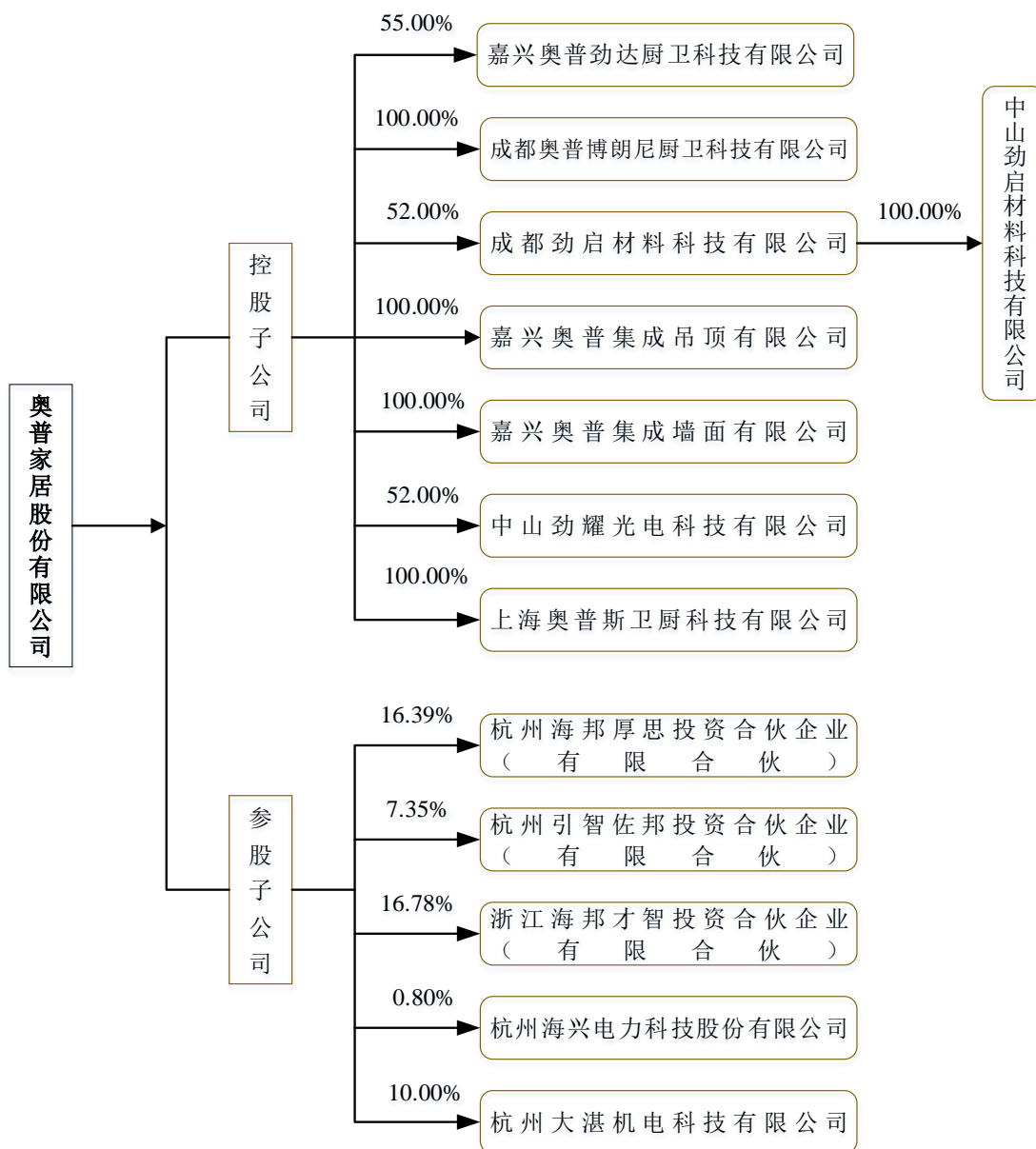
部门	主要职能
奥普研究院	下设集成研发中心、电器研发中心、战略研发中心、研发支持中心等，负责产品开发、设计及技术改进等工作。
营销管理中心	根据整体营销计划，制定产品生产计划，协调、监督销售合同履行、交货、回款的全过程，提供销售数据并考核；管理成品仓库，依据有效凭证进行产品出入库管理并定期盘点，成品出入库报表的编制与报备，制定装卸管理及考核制度，合理调度外协装卸人员，根据有效单据组织货物与运输。产品售后服务管理及售后服务质量监督，客户投诉、突发质量事件的处理，客服系统及客服热线的业务支持，客服人员、安装维修人员的培训、指导及监督，客户资料的搜集、整理、回访及客户满意度调查。
电器事业部	参与制定公司浴霸等多品类电器产品营销策略制定、渠道及市场开拓等，根据营销策略制定营销推广计划；参与公司全年电器产品线的规划，依据市场调研信息提供相关产品研发建议；根据品类定位及年度产品计划；提升电器产品终端竞争力，终端实行分级管理，推进全国电器产品终端建设及管理，组织制定电器产品市场推广政策及终端管理政策。配合公司整体销售规划进行线上销售管理并保障业绩及利润；通过线上线下优势整合，推动品牌线上体验标准化的建立；建立数据化信息管理，为各环节提供有效的决策数据，服务于公司销售链路的效率提升。
电商事业部	负责公司全品类产品线上市场销售，通过直营电商和渠道电商两种业务模式进行电商市场开拓；配合公司整体销售规划，完成线上销售。并通过数据化运营和市场反馈，提升产品竞争力和服务体验度；增加奥普品牌线上曝光和口碑传播；负责探索新零售线上线下业务融合；配合线下业务发展需要，开发公司营销系统和维护客户信息，提升运营效率。
晾衣机事业部	研究、策划、组织、实施整体产品战略规划、销售目标和实施计划；制定部门各类管理制度；团队组织、培训、考核与建设；合理进行费用预算规划和控制；收集、了解市场信息和有关情报；晾衣机产品开发、生产与管理；宣传、推广公司形象、品牌和产品。
集成事业部	根据全年集成品类规划，参与编制全年推广策略；拟定公司全年集成品类推广执行计划，编制全年市场各项推广费用预算并执行；负责集成品类新渠道模式开发及维护，调研行业及竞品市场信息，分析汇报经销商运营状况，以及跟踪推进集成品类新品、网点开发、终端优化等任务。扩充集团核心事业产品体系，通过延伸集团在通风取暖环境领域的市场优势，建立奥普新风系统的产品体系、销售体系和市场服务体系；对家装渠道、设计师渠道等渠道业务拓展，协助代理商进行家装渠道洽谈签约，组织对具有需求量，持续购买周期长的重点客户进行公共关系维护。
厨电事业部	负责公司集成灶等厨电类业务规划和业务推广，以及产品的开发、设计、销售等。对接各个部门对于厨电产品的需求，制定市场销售策略；管理销售预算及相关人力计划；配合事业部年度经营目标，分解销售指标，制定销售计划；策划新的渠道发展和客户开发。

部门	主要职能
大客户中心	房地产、酒店、商场等行业的业务拓展，协助经销商进行工程项目洽谈签约，组织对具有需求量，持续购买周期长的重点客户进行公共关系维护。
战略市场中心	参与公司产品战略规划，根据公司整体产品发展战略，配合各事业部门完成前期的产品定位及产品规划；完成产品项目的设计工作，配合研发部门完成产品的后期落地生产及销售工作。探索新品类产品的盈利模型、销售模型和动销模型。参与公司品牌建设及战略产品包装推广的制定、执行工作。
人力资源中心	依据公司发展规划，拟定人力资源工作计划，制定人力资源管理流程、制度并实施，组织拟定薪酬、绩效方案，编制考核薪酬及薪酬发放表，社会保险、公积金及劳动合同管理，考勤、人员异动及档案管理，组织拟定部门职能及人员编制，按计划实施招聘。
行政中心	下设办公室、法务部、信息部和基建部等部门，分别负责公司行政事务、法律事务、信息系统以及建设事务等相关事宜。
财务中心	组织制定公司的财务管理、核算、控制及内部结算制度并定期检查执行情况；编制年度财务预算、决算并监督落实、财务分析和预测；公司经营费用、成本的监控与管理；公司资金的规划、安全及管理；公司资金的规划、安全及管理；税收筹划、合理节税。组织控股公司、子公司、分公司财务工作，监督执行各项财务计划，完成公司财务目标。公司上市前的财务梳理与规划及上市后的信息披露。拟定信息化建设计划，组织协调相关信息系统实施工作，建立科学、有效的信息化系统。
第一制造中心	负责组织生产，保质保量完成生产任务；生产设备的使用、维护和管理，设备工具增添和更新计划的制定和实施；安全生产管理；生产过程质量控制和现场管理；提高生产工艺及装备的管理和技术水平；合理调配人员、设备、物料，降低能耗；员工培训、考核、团队建设。
第二制造中心	负责厨电产品的研发、制造、品质的保证及改善、制造成本的控制与降低、生产效率的提高以及生产设备管理、人才育成等工作。负责生产计划编制、修改、跟踪；物料供应：适时、适量、适质、适价、适地保证公司生产经营活动所需的物料供应；仓库管理。
供应链中心	根据公司发展战略和目标，建立具有竞争力的供应商合作团队；规划、指导和协调企业所需物资及相关服务的采购工作，保质保量提供生产所需物料，控制采购成本和费用，审核采购价格，协调供货及付款；提升各岗位人员的技术业务水平和团队意识。
品质管理中心	负责公司产成品质量管理，策划并实施供应商质量提升方案，监督零部件、制程成品、OEM 质量标准和检验规程的制定和执行，监督指导各项质量检验工作，保证产品的质量。逐步提高进货检验、过程检验、成品检验、质量统计与分析、质量改进、质量管理体系、产品测试试验的管理和技术水平。
投资部	投资与重组工作：主要为投资项目的收集、调查、谈判、可行性分析，企业的收购重组以及项目投后管理等工作。
证券部	证券事务工作，日常信息披露，董事会、股东会的组织召开等；投资者关系工作：主要为投资者到公司参观考察，路演及相关推介材料的编制，与业界分析师保持沟通等。

部门	主要职能
审计部	对公司内部监控机制的可靠性、有效性和完整性进行审查和评估；对公司组织结构、系统和程序是否恰当进行审查和评估，以确保成果与既定目标一致；对以确保遵守各项规章制度和既定内部政策为目标的各项制度进行审查和评估；对公司的人力、财力和物质资源的利用是否切实有效、厉行节约并有所保障进行审查和评估；对资产的安全和完整进行审查和评估等。

七、发行人控股子公司、参股公司简要情况

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 8 家控股子（孙）公司，5 家参股公司。具体如下：



（一）发行人控股子公司基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人控股子公司基本情况如下：

1、嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司

公司名称	嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司	成立时间	2016年12月8日	
注册资本	3,500万元			
实收资本	3,500万元			
公司住所	浙江省嘉兴市秀洲区王店镇八联村嘉海公路西侧1号厂房1楼			
法定代表人	唐国富	统一社会信用代码	91330411MA28AXA9XM	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		55.00%	
	唐国富		45.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位:万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月(已包含在经天健所审计的发行人合并财务报表中)	9,300.09	4,934.41	299.81
	2018.12.31/2018年度(经中汇会计师事务所(特殊普通合伙)审计)	8,534.06	4,634.60	166.72
经营范围	厨卫电器及零配件、集成吊顶、集成墙面、LED灯具的研发、生产、销售;金属板的技术研发;从事进出口业务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)			

2、上海奥普斯卫厨科技有限公司

公司名称	上海奥普斯卫厨科技有限公司	成立时间	2017年3月31日	
注册资本	1,000万元			
实收资本	300万元			
公司住所	上海市奉贤区奉城镇神州路299号5幢1058室			
法定代表人	吴兴杰	统一社会信用代码	91310120MA1HM8M221	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		100.00%	
	合计		100.00%	

主要财务数据 (单位: 万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月(已包含在经天健所审计的发行人合并财务报表中)	263.86	245.15	2.59
	2018.12.31/2018年度(经上海中狮会计师事务所有限公司审计)	254.23	242.55	-101.41
经营范围	从事卫生洁具技术、厨房设备技术领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让,工业通风置换产品、通风设备、照明电器、厨房设备、家用电器的批发、零售、安装、维修。			

3、成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司

公司名称	成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司	成立时间	2011年1月18日	
注册资本	6,500万元			
实收资本	6,500万元			
公司住所	成都崇州经济开发区晨蓝路118号			
法定代表人	Fang James	统一社会信用代码	915101005671783368	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位: 万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月(已包含在经天健所审计的发行人合并财务报表中)	4,519.42	4,448.17	-109.80
	2018.12.31/2018年度(经浙江正大会计师事务所有限公司审计)	4,605.37	4,557.97	-299.03
经营范围	集成环保灶、整体橱柜及其他厨卫用品的研发、设计、生产,销售公司产品。			

4、成都劲启材料科技有限公司

公司名称	成都劲启材料科技有限公司	成立时间	2017年5月4日	
注册资本	3,000万元			
实收资本	3,000万元			
公司住所	成都崇州经济开发区晨蓝路122号			
法定代表人	李仕泽	统一社会信用代码	91510184MA6CPC8RX5	

股东构成	股东名称		持股比例		
	奥普家居股份有限公司		52.00%		
	李仕泽		28.00%		
	奉涛		20.00%		
	合计		100.00%		
主要财务数据 (单位: 万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润	
	2019.6.30/2019年1-6月(已包含在经天健所审计的发行人合并财务报表中)	6,225.15	2,761.44	-48.63	
	2018.12.31/2018年度(经浙江正大会计师事务所有限公司审计)	5,390.97	2,810.07	-20.02	
经营范围	金属板的技术研发; 厨卫电器及零配件、集成吊顶、集成墙面、LED灯具的研发、生产、销售。				

注: 成都劲启财务数据为母公司口径。

5、嘉兴奥普集成吊顶有限公司

公司名称	嘉兴奥普集成吊顶有限公司		成立时间	2017年6月1日	
注册资本	20,000万元				
实收资本	18,500万元				
公司住所	浙江省嘉兴市秀洲区王店镇友谊路18号创业中心大楼六楼606室				
法定代表人	Fang James	统一社会信用代码	91330411MA29FWMQ0U		
股东构成	股东名称		持股比例		
	奥普家居股份有限公司		100.00%		
	合计		100.00%		
主要财务数据 (单位: 万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润	
	2019.6.30/2019年1-6月(已包含在经天健所审计的发行人合并财务报表中)	38,483.16	19,708.40	-92.27	
	2018.12.31/2018年度(经浙江正大会计师事务所有限公司审计)	27,652.24	18,300.67	-155.56	
经营范围	集成吊顶、铝扣板、厨房设备、卫浴设备的研发、制造、加工、销售。				

6、嘉兴奥普集成墙面有限公司

公司名称	嘉兴奥普集成墙面有限公司	成立时间	2017年6月1日	
注册资本	5,000万元			
实收资本	2万元			
公司住所	浙江省嘉兴市秀洲区王店镇友谊路18号创业中心大楼六楼608室			
法定代表人	Fang James	统一社会信用代码	91330411MA29FWMC62	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据(单位:万元)(已包含在经天健所审计的发行人合并财务报表中)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月	1.93	1.93	-0.04
	2018.12.31/2018年度	1.96	1.96	-0.04
经营范围	集成墙面、厨房设备、卫浴设备的研发、制造、加工、销售。			

7、中山劲启材料科技有限公司

公司名称	中山劲启材料科技有限公司	成立时间	2017年6月19日	
注册资本	1,000万元			
实收资本	1,000万元			
公司住所	中山市三角镇高平大道110号C栋一楼			
法定代表人	李仕泽	统一社会信用代码	91442000MA4WPNRC2D	
股东构成	股东名称		持股比例	
	成都劲启材料科技有限公司		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据(单位:万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月(已包含在经天健所审计的发行人合并财务报表中)	1,980.80	1,666.51	-4.66
	2018.12.31/2018年度(经浙江正大会计师事务所有限公司审计)	2,096.72	1,671.17	436.15
经营范围	金属板的技术研发; 研发、生产、加工、销售: 厨卫电器及零配件、集成吊顶、集成墙面、发光二极管、装饰材料、金属工艺品、模具。			

8、中山劲耀光电科技有限公司

公司名称	中山劲耀光电科技有限公司	成立时间	2017年6月12日		
注册资本	1,500万元				
实收资本	1,500万元				
公司住所	中山市三角镇高平大道110号A幢一、二层				
法定代表人	林敏	统一社会信用代码	91442000MA4WNLMU1W		
股东构成	股东名称		持股比例		
	奥普家居股份有限公司		52.00%		
	林敏		25.00%		
	奉涛		5.00%		
	李仕泽		18.00%		
	合计		100.00%		
主要财务数据 (单位:万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润	
	2019.6.30/2019年1-6月(已包含在经天健所审计的发行人合并财务报表中)	1,841.38	818.20	32.33	
	2018.12.31/2018年度(经浙江正大会计师事务所有限公司审计)	1,009.54	785.88	-659.23	
经营范围	研发、生产、加工、销售:发光二极管、照明灯具、灯用电器附件及其他照明器具、卫厨、家用电器、家电设备、晾衣架、五金产品、集成吊顶、电器开关、插座、其他建筑安全金属制品;工程和技术研发和试验发展;电子通信与自动控制技术研究、网络技术研究开发;计算机技术开发、技术服务;货物进出口、技术进出口。				

(二) 发行人参股公司基本情况

截至本招股说明书签署之日, 发行人参股公司基本情况如下:

1、海邦厚思

(1) 海邦厚思基本情况

截至本招股说明书签署之日, 发行人持有海邦厚思 16.39% 出资额, 其基本情况如下:

公司名称	杭州海邦厚思投资合伙企业(有限合伙)
成立时间	2016年3月2日

注册资本	12,200 万元			
实收资本	11,900 万元			
公司住所	杭州市余杭区仓前街道文一西路 1500 号 6 幢 4 单元 1214 室			
执行事务合伙人	杭州海邦韶泽投资管理有限公司（委派代表：谢力）			
统一社会信用代码	91330110MA27X071XD			
主要财务数据 (单位：万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019 年 1-6 月 (未经审计)	12,204.41	12,204.37	1.30
	2018.12.31/2018 年度（已 经浙江华夏会计师事务所 审计）	11,903.07	11,903.07	0.28
经营范围	服务：实业投资、投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。			

(2) 海邦厚思合伙人情况

截至 2019 年 6 月 30 日，海邦厚思合伙人情况如下：

合伙人	认缴出资额(万元)	是否关联方	是否客户或 供应商
杭州奥普卫厨科技有限公司	2,000.00	不适用	不适用
张辉阳	1,500.00	否	否
姚纳新	1,500.00	否	否
浙江华拓投资合伙企业（有限合伙）	1,000.00	否	否
上海浩金投资管理有限公司	1,000.00	否	否
瞿胤彦	500.00	否	否
毛江群	500.00	否	否
徐琪	500.00	否	否
谢菊花	500.00	否	否
冯锐	500.00	否	否
蒋晓燕	300.00	否	否
金灿	300.00	否	否

合伙人	认缴出资额(万元)	是否关联方	是否客户或供应商
胡立江	200.00	否	否
柳少惠	200.00	否	否
陶柳鸯	200.00	否	否
方青勇	200.00	否	否
杭州海邦韶泽投资管理有限公司	100.00	否	否
郑正龙	100.00	否	否
沈伟宇	100.00	否	否
金邦祥	100.00	否	否
宋文华	100.00	否	否
薛汉辉	100.00	否	否
赵三军	100.00	否	否
叶永财	100.00	否	否
陈维群	100.00	否	否
金余	100.00	否	否
游维炽	100.00	否	否
季恩磊	100.00	否	否
冉瑶琳	100.00	否	否
合计	12,200.00	-	-

(3) 海邦厚思对外投资情况

截至本招股说明书签署之日,海邦厚思全部资金投资于杭州海邦巨擎创业投资合伙企业(有限合伙)。

杭州海邦巨擎创业投资合伙企业(有限合伙)主要对外投资情况如下:

被投资单位	投资金额(万元)
明峰医疗系统股份有限公司	2,500.00
杭州福膜新材料科技股份有限公司	2,500.00

被投资单位	投资金额（万元）
江苏宝和数据股份有限公司	1,000.00
上海易教信息科技有限公司	1,719.00
上海华培动力科技股份有限公司	2,000.00
杭州奥泰生物技术股份有限公司	1,500.00
杭州安恒信息技术股份有限公司	1,917.00
昆山医源医疗技术有限公司	1,500.00
杭州袋虎信息技术有限公司	1,500.00

2、引智佐邦

（1）引智佐邦基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人持有引智佐邦 7.35% 出资额，其基本情况如下：

公司名称	杭州引智佐邦投资合伙企业（有限合伙）			
成立时间	2013 年 1 月 30 日			
注册资本	6,800 万元			
实收资本	5,627 万元			
公司住所	杭州余杭区文一西路 1500 号 2 幢 220 室			
执行事务合伙人	杭州海邦引智投资管理有限公司（委派代表：梁刚）			
统一社会信用代码	913301100609819634			
主要财务数据 （单位：万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019 年 1-6 月 （未经审计）	5,726.33	5,676.36	-0.45
	2018.12.31/2018 年度（已 经浙江华夏会计师事务所 审计）	5,725.88	5,675.82	27.78
经营范围	服务：投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。			

（2）引智佐邦合伙人情况

截至 2019 年 6 月 30 日，引智佐邦合伙人情况如下：

合伙人	认缴出资额(万元)	是否关联方	是否客户或供应商
陈美朵	1,000.00	否	否
奥普家居股份有限公司	500.00	不适用	不适用
浙江星罗恒渡投资有限公司	500.00	否	否
陈励君	500.00	否	否
谢菊花	500.00	否	否
姚纳新	500.00	否	否
杭州尚非投资管理有限公司	400.00	否	否
徐孝雅	400.00	否	否
华江丽	400.00	否	否
王江林	300.00	否	否
冯锐	300.00	否	否
张志刚	300.00	否	否
茅文蕾	200.00	否	否
陶柳鸯	200.00	否	否
徐琪	100.00	否	否
薛汉辉	100.00	否	否
华炳法	100.00	否	否
朱召法	100.00	否	否
丁慧玲	100.00	否	否
金灿	100.00	否	否
胡立江	100.00	否	否
杭州海邦引智投资管理有限公司	100.00	否	否
合计	6,800.00	-	-

(3) 引智佐邦对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，引智佐邦全部资金投资于杭州海邦新湖人才创业投资合伙企业（有限合伙）。

杭州海邦新潮人才创业投资合伙企业（有限合伙）主要对外投资情况如下：

被投资单位	投资金额（万元）
杭州雄伟科技开发股份有限公司	2,459.00
杭州育源生命科技有限公司	1,500.00
明峰医疗系统股份有限公司	3,000.00
浙江创泰科技有限公司	1,000.00
杭州叙简科技股份有限公司	2,300.00
浙江德康医疗器械有限公司	2,000.00

3、海邦才智

（1）海邦才智基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人持有海邦才智 16.78% 出资额，其基本情况如下：

公司名称	浙江海邦才智投资合伙企业（有限合伙）			
成立时间	2011 年 7 月 1 日			
注册资本	4,042.87 万元			
实收资本	149 元			
公司住所	浙江省杭州市余杭区仓前街道景兴路 999 号 6 幢 209-4-074			
执行事务合伙人	杭州海邦投资管理有限公司（委派代表：谢力）			
统一社会信用代码	91330110577340851P			
主要财务数据 （单位：万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019 年 1-6 月 （未经审计）	531.76	76.19	3,876.56
	2018.12.31/2018 年度（已 经浙江华夏会计师事务所 审计）	657.94	10.72	887.37
经营范围	实业投资；投资咨询（除证券、期货）。			

（2）海邦才智合伙人情况

截至 2019 年 6 月 30 日，海邦才智合伙人情况如下：

合伙人	认缴出资额(万元)	是否关联方	是否客户或供应商
浙江华拓投资合伙企业(有限合伙)	135.4890	否	否
奥普家居股份有限公司	678.2715	不适用	不适用
浙江广和投资有限公司	135.4890	否	否
上海浩金投资管理有限公司	271.3912	否	否
浙江中盛实业有限公司	135.4890	否	否
上海新湖创业投资有限公司	542.7924	否	否
杭州海邦投资管理有限公司	32.3642	否	否
浙江皓光农业开发有限公司	271.3912	否	否
姜际春	271.3912	否	否
郭秀琴	162.6676	否	否
任永坚	27.1784	否	否
杨宝庆	303.1014	否	否
华向前	135.4890	否	否
姚纳新	271.3912	否	否
曲天韵	54.3670	否	否
刘聪	27.1784	否	否
薛汉辉	27.1784	否	否
金灿	71.8380	否	否
谢菊花	135.4890	否	否
薛歆	271.3912	否	否
梅炜	27.1784	否	否
王铿	27.1784	否	否
冯锐	27.1784	否	否
合计	4,042.8735	-	-

(3) 海邦才智对外投资情况

截至本招股说明书签署之日,海邦才智全部资金投资于浙江海邦人才创业投

资合伙企业（有限合伙）。

浙江海邦人才创业投资合伙企业（有限合伙）主要对外投资情况如下：

被投资单位	投资金额（万元）
杭州海兴电力科技股份有限公司	2,000.00
纳晶科技股份有限公司	1,015.50
北京创毅讯联科技股份有限公司	1,000.00

4、海兴电力

发行人于 2012 年支付 4,000 万元投资款取得海兴电力 1.08% 的股权。后经海兴电力首次公开发行股票等各次股本变动，截至本招股说明书签署之日，公司持有海兴电力 393.78 万股股票。发行人对其投资系基于调研其盈利能力的基础上，以通过溢价退出实现资本增值目的而进行的财务投资。公司承诺自海兴电力股票上市之日起十二个月内不转让或委托他人管理该等股份，海兴电力于 2016 年 11 月 10 日在上交所发行上市，截至目前该等股票已经解禁，减持不存在限制。

海兴电力基本情况如下：

公司名称	杭州海兴电力科技股份有限公司			
成立时间	2001 年 7 月 6 日			
注册资本	49,040.15 万元			
实收资本	49,040.15 万元			
公司住所	浙江省杭州市莫干山路 1418 号（上城工业园区）			
法定代表人	周良璋			
统一社会信用代码	91330100730327355E			
主要财务数据 （单位：万元）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019 年 1-6 月 （未经审计）	668,233.22	488,912.15	28,051.97
	2018.12.31/2018 年度 （经安永华明会计师事务所审计）	640,896.63	489,857.28	33,011.00

经营范围	仪器仪表（智能电能表，内容详见制造计量器具许可证）及配件、测试设备、配电自动化产品及相关配件、模具、嵌入式软件、电力系统控制软件及工程、系统集成服务的研发、生产、成果转让及技术服务，销售本公司生产的产品，售电服务，节能技术服务，合同能源管理，电力工程设计咨询，电力工程总承包业务，电力设备承装、承修、承试，数据技术服务，电力建设及运行管理服务，新能源技术、电力技术的技术开发、技术咨询、技术服务。
-------------	--

5、杭州大湛机电科技有限公司

2019年5月，发行人向杭州大湛机电科技有限公司增资350万元，持有其10%股权。

杭州大湛机电科技有限公司基本情况如下：

公司名称	杭州大湛机电科技有限公司			
成立时间	2015年12月24日			
注册资本	1,111.11万元			
实收资本	1,111.11万元			
公司住所	杭州市江干区九环路9号4号楼3楼302室			
法定代表人	唐峰			
统一社会信用代码	91330104MA27WLD1XJ			
主要财务数据 (单位：万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月 (未经审计)	621.30	584.58	-93.07
经营范围	服务：空气制造设备、空调制冷设备、空气净化设备的技术开发、技术转让、技术咨询服务，网络信息技术的技术开发、技术服务，经济信息咨询（除商品中介），空气制造设备、空调制冷设备、空气净化设备的上门安装及维修；批发、零售：空气制造设备，空调制冷设备，空气净化设备；货物及技术进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			

截至2019年6月30日，杭州大湛机电科技有限公司股权结构如下表：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	蒋锦青	350.00	31.50
2	唐峰	300.00	27.00

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
3	杭州水离子科技合伙企业（有限合伙）	250.00	22.50
4	奥普家居股份有限公司	111.11	10.00
5	杭州清稞节能环保科技有限公司	50.00	4.50
6	田洪波	50.00	4.50
合计		1,111.11	100.00

（三）发行人控股子公司、参股公司等财务信息均非由申报会计师审计的原因

根据公司与申报会计师签署的审计业务约定书，申报会计师无需出具子公司审计报告，子公司根据其自身需求聘任审计机构，与申报会计师执行的申报审计工作具有一定的独立性。公司各子公司综合自身经营情况、考虑地域性差异、汇算清缴便利性以及审计费用情况等因素，自主选择审计机构。

公司对参股公司不具有重大影响，无法决定其审计机构的聘任。

八、发起人及实际控制人基本情况

（一）发起人基本情况

奥普家居共有 13 名发起人，其中 6 名境外法人，7 名境内合伙企业。其基本情况如下：

1、Tricosco Limited

Tricosco 持有公司 24,858.94 万股，占公司总股本的 69.05%，为公司控股股东。

具体情况参见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东和实际控制人”之“（二）控股股东”。

2、PMT HOLDINGS LIMITED

PMT 持有公司 1,634.21 万股，占公司总股本的 4.54%。其基本情况如下：

公司名称	PMT HOLDINGS LIMITED	成立时间	2017年1月5日	
已发行股数	22,000 美元			
公司住所	英国维尔京群岛托托拉岛罗德城 Trinity Chambers			
董事	DAMING ZHU	注册登记编号	1934080	
主要财务数据 (单位: 万美元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月	3,767.88	-	48.08
	2018.12.31/2018年度	3,767.88	-	24.47

截至2019年6月30日, PMT有2名境外法人股东, 股东出资情况如下表:

序号	股东名称	股份(美元)	持股比例(%)	股东类型
1	Vision Knight Capital(China) Entrepreneur Fund II, L.P.	1,000	4.5455	境外法人
2	Vision Knight Capital(China) Fund II, L.P.	21,000	95.4545	境外法人
合计		22,000	100.00	-

3、ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK) LIMITED

ZJUI持有公司1,634.21万股, 占公司总股本的4.54%。其基本情况如下:

公司名称	ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK) LIMITED	成立时间	2016年2月5日	
已发行股数	10,000 港元			
公司住所	ROOM 1501, 15/F, SPA CENTRE, 53-55 LOCKHART ROAD, WANCHAI, HONG KONG			
董事	陈耿	注册登记编号	2339058	
经营范围	股权投资、投资管理、投资咨询、资产管理			
主要财务数据(单位: 万美元)(未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月	11,039.87	5,226.20	-60.66
	2018.12.31/2018年度	10,623.79	4,787.86	273.38

截至2019年6月30日, ZJUI有1名境内法人股东, 股东出资情况如下表:

序号	股东名称	股份 (港元)	持股比例 (%)	股东类型
1	浙民投 (上海) 投资有限公司	10,000.00	100.00	境内法人
合计		10,000.00	100.00	-

4、HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED

HSCA 持有公司 1,525.26 万股，占公司总股本的 4.24%。其基本情况如下：

公司名称	HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED		成立时间	2017 年 3 月 27 日
已发行股数	0.0001 美元			
公司住所	开曼群岛大开曼岛椴树湾大道 23 号总督广场 Sertus 大楼 5-204 室			
董事	张晟	注册登记编号	321145	
主要财务数据 (单位: 万美元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019 年 1-6 月	3,567.71	3,567.09	44.88
	2018.12.31/2018 年度	3,522.84	3,522.22	22.58

截至 2019 年 6 月 30 日，HEAVEN-SENT 有 1 名境外法人股东，股东出资情况如下表：

序号	股东名称	出资额 (美元)	出资比例 (%)	股东类型
1	Heaven-Sent Capital Apollo Fund L.P.	0.0001	100.00	境外法人
合计		0.0001	100.00	-

5、香港红星美凯龙全球家居有限公司

香港红星美凯龙持有公司 1,525.26 万股，占公司总股本的 4.24%。其基本情况如下：

公司名称	香港红星美凯龙全球家居有限公司	成立时间	2015 年 9 月 18 日	
已发行股数	16,346,013 美元			
公司住所	香港铜锣湾勿地臣街 1 号时代广场 2 座 36 楼			
董事	车建兴、陈淑红	注册登记编号	2287810	
主要财务数据	截止日/期间	总资产	净资产	净利润

(单位: 万元)	2019.6.30/2019年1-6月(未经审计)	214,988.57	9,276.17	3,309.47
	2018.12.31/2018年度(经D&PARTNERS CPA LIMITED 审计)	211,352.64	5,966.70	-8,458.83

截至2019年6月30日, 香港红星美凯龙有1名境内法人股东, 股东出资情况如下表:

序号	股东名称	股份(美元)	持股比例(%)	股东类型
1	红星美凯龙家居集团股份有限公司	16,346,013	100.00	境内法人
合计		16,346,013	100.00	-

6、SKY OPEN LIMITED

SKY 持有公司 653.68 万股, 占公司总股本的 1.82%。其基本情况如下:

公司名称	SKY OPEN LIMITED	成立时间	2017年3月24日	
已发行股数	150,000 港元			
公司住所	香港上环永乐街116-118号昌生商业大厦3楼A室			
董事	Ip Kar Yuan, Kevin, Guan Yougui, Li Yu, Tsang Chun Yiu	注册登记编号	2507868	
主要财务数据 (单位: 万港元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月	11,760.52	-96.97	143.06
	2018.12.31/2018年度	11,766.63	-5.83	71.98

截至2019年6月30日, SKY 有6名境外自然人及2名境外法人股东, 股东出资情况如下表:

序号	股东名称	股份(港元)	持股比例(%)	股东类型
1	Guan Yougui	65,000	43.33	境外自然人
2	Tsang Chun Yiu	5,000	3.33	境外自然人
3	Wong Yan Ki Angel	10,000	6.67	境外自然人
4	Xu Qing	20,000	13.33	境外自然人
5	Zheng Diwen	10,000	6.67	境外自然人

序号	股东名称	股份（港元）	持股比例（%）	股东类型
6	Lu Lu	10,000	6.67	境外自然人
7	Gleaming Sunrise Global Enterprises Investments Limited	20,000	13.33	境外法人
8	Ever Bright Investments Limited	10,000	6.67	境外法人
合计		150,000	100.00	-

7、舟山文泽投资管理合伙企业（有限合伙）

文泽投资持有公司 1,768.42 万股，占公司总股本的 4.91%。截至 2019 年 6 月 30 日，其基本情况如下：

公司全称	舟山文泽投资管理合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016 年 11 月 7 日	
注册号	91330110MA2802249N			
注册资本	1,000 万元			
实收资本	999 万元			
主要经营场所	浙江省舟山港综合保税区企业服务中心 301-1840 室（自贸试验区内）			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	吴兴杰			
股权结构	合伙人名称	出资比例	合伙人类型	
	吴兴杰	99.90%	普通合伙人	
	方雯雯	0.10%	有限合伙人	
	合计	100.00%	-	
经营范围	投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公司融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）			
主要财务数据 （单位：万元） （未经审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019 年 1-6 月	4,323.95	1,017.12	18.90
	2018.12.31/2018 年度	4,564.28	998.22	282.75

吴兴杰与方雯雯为夫妻关系，方胜康与方雯雯为父女关系。吴兴杰系公司董事兼常务副总经理，具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“（一）董事”。方雯雯系公司战略市场中心总经理，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制人基本情况”之“（二）实际控制人基本情

况”。

根据文泽投资的经营范围及股东情况，文泽投资的合伙人为吴兴杰及方雯雯夫妇，其不属于以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金，亦不涉及从事私募投资基金管理活动的情形，无需办理私募投资基金或私募投资基金管理人备案登记手续。

8、舟山明泽投资合伙企业（有限合伙）

明泽投资持有公司 1,217.93 万股，占公司总股本的 3.38%。其基本情况如下：

公司全称	舟山明泽投资合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016 年 11 月 1 日		
注册号	91330901MA28K66X1N				
注册资本	6,000 万元				
实收资本	3,208.86 万元				
主要经营场所	浙江省舟山港综合保税区企业服务中心 301-1590 室				
企业类型	有限合伙企业				
执行事务合伙人	方国樑				
经营范围	股权投资，项目投资，实业投资，资产管理，投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）				
主要财务数据 (单位：万元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润	
	2019.6.30/2019 年 1-6 月	3,220.77	3,220.75	12.72	
	2018.12.31/2018 年度	3,208.05	3,208.03	194.69	

截至 2019 年 6 月 30 日，明泽投资有 1 名普通合伙人和 47 名有限合伙人，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	方国樑	副总经理、营销管理中心总监兼品质管理中心总监	191.66	3.1943	普通合伙人
2	吴兴杰	董事、常务副总经理、奥普研究院院长/上海奥普斯执行董事/成都博朗尼董事/嘉兴劲达董事长/成都劲启董事长/中山劲启董事长/中山劲耀董事长	3,484.73	58.0788	有限合伙人

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
3	王金辉	上海分公司总经理/上海奥普斯监事	139.39	2.3232	有限合伙人
4	范毅润	行政中心总监	104.54	1.7423	有限合伙人
5	顾大明	电器事业部南部战区总经理兼照明运营中心总经理	87.12	1.4520	有限合伙人
6	黄苏芳	集成事业部副总经理兼墙面运营中心总监	87.12	1.4520	有限合伙人
7	吴石钢	电器事业部北部战区总经理兼营销支持部经理	87.12	1.4520	有限合伙人
8	傅康	第二制造中心总监	87.12	1.4520	有限合伙人
9	娄彦艳	集成事业部门店设计中心县级门店部经理	69.70	1.1617	有限合伙人
10	沈明	奥普研究院集成研发中心总监	69.70	1.1617	有限合伙人
11	孙德富	总工程师、奥普研究院电器研发中心总监	69.70	1.1617	有限合伙人
12	黄浦	晾衣机事业部副总监	60.98	1.0163	有限合伙人
13	汪纪纯	监事会主席、大客户中心工程部副总监	60.98	1.0163	有限合伙人
14	马钰	人力资源中心总监、职工监事	60.98	1.0163	有限合伙人
15	崔强	行政中心法务部经理	60.98	1.0163	有限合伙人
16	沈利青	电器事业部北部战区苏皖大区总经理	52.27	0.8712	有限合伙人
17	李伟	集成事业部东部战区总经理	52.27	0.8712	有限合伙人
18	许兴伟	集成事业部北部战区总经理	52.27	0.8712	有限合伙人
19	王晶	电器事业部北部战区培训主管	52.27	0.8712	有限合伙人
20	王伟	电器事业部北部战区京北大区总经理	52.27	0.8712	有限合伙人
21	吕景丽	供应链中心零部件采购部经理兼PMC部经理	52.27	0.8712	有限合伙人
22	鲁华峰	营销管理部商务部经理	43.56	0.7260	有限合伙人
23	马东亮	电器事业部南部战区培训主管	43.56	0.7260	有限合伙人
24	方向阳	行政中心办公室主任	43.56	0.7260	有限合伙人
25	赵威峰	集成事业部墙面运营中心产品部经理	43.56	0.7260	有限合伙人
26	孔伟宇	会员服务中心配件中心经理	43.56	0.7260	有限合伙人
27	方黎	电器研发中心情报信息组主管	43.56	0.7260	有限合伙人
28	曾海平	品质管理中心集成品管部经理	43.56	0.7260	有限合伙人

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
29	王宏超	会员中心电器技术支持部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
30	张勇	集成事业部墙面运营中心销售部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
31	胡星	营销管理中心物流部副经理	34.85	0.5808	有限合伙人
32	万维兵	集成事业部中南战区总经理兼川渝大区经理	34.85	0.5808	有限合伙人
33	严星	电器事业部西北大区总经理	34.85	0.5808	有限合伙人
34	黄炎	战略市场中心设计部副总监	34.85	0.5808	有限合伙人
35	杨倪娜	集成事业部集成产品部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
36	陈锐	集成研发中心集成研发二部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
37	诸葛哲	电器事业部照明运营中心总经理助理	34.85	0.5808	有限合伙人
38	陈荣	财务中心信息部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
39	徐笑峰	审计部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
40	许海滨	第一制造中心工艺装备部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
41	荆自刚	财务中心财务会计部财务主管/成都劲启监事/ 中山劲启监事/中山劲耀监事/嘉兴劲达监事	34.85	0.5808	有限合伙人
42	俞榕	国际贸易部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
43	张景柱	集成事业部北部战区东北大区总经理	26.14	0.4357	有限合伙人
44	朱配建	电器事业部南部战区江西省区经理	26.14	0.4357	有限合伙人
45	金浩	集成事业部培训部经理	26.14	0.4357	有限合伙人
46	曹斌	电器事业部门店设计主管	26.14	0.4357	有限合伙人
47	王翠华	行政中心办公室主任助理	26.14	0.4357	有限合伙人
48	方胜康	董事、总经理/成都博朗尼董事、总经理	41.04	0.6842	有限合伙人
合计			6,000.00	100.0000	

因徐飞离职，方胜康于 2019 年 5 月收回其持有明泽投资 34.85 万元认缴出资额。

根据明泽投资的经营范围及股东情况，明泽投资的合伙人均为发行人员工，其不属于以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金，亦不涉及从事私募投资基金管理活动的情形，无需办理私募投资基金或私

募投资基金管理人备案登记手续。

9、舟山聚泽投资合伙企业（有限合伙）

截至本招股说明书签署日，聚泽投资持有公司 550.49 万股，占公司总股本的 1.53%。其基本情况如下：

公司全称	舟山聚泽投资合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016 年 11 月 1 日	
注册号	91330901MA28K66YXE			
注册资本	1,450.37 万元			
实收资本	1,450.37 万元			
主要经营场所	浙江省舟山港综合保税区企业服务中心 301-1589 室			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	刘文龙			
经营范围	股权投资，项目投资，实业投资，资产管理，投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）			
主要财务数据 （单位：万元） （未经审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019 年 1-6 月	1,447.81	1,447.81	-0.69
	2018.12.31/2018 年度	1,448.49	1,448.49	87.76

截至本招股说明书签署日，聚泽投资有 1 名普通合伙人和 44 名有限合伙人，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 （万元）	出资比例 （%）	合伙人类型
1	刘文龙	董事、财务总监、董事会秘书/成都劲启董事/中山劲启董事/中山劲耀董事	130.46	8.9948	普通合伙人
2	方胜康	董事、总经理/成都博朗尼董事、总经理	230.60	15.8985	有限合伙人
3	孙东波	电器事业部总经理	93.19	6.4249	有限合伙人
4	罗建光	投资部副总监/成都劲启董事/中山劲启董事/中山劲耀董事/嘉兴劲达董事	83.86	5.7823	有限合伙人
5	高守勇	奥普研究院战略研发中心总监	65.23	4.4974	有限合伙人
6	柳耐辛	原制造中心制造高级顾问，已退休	55.91	3.8550	有限合伙人

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
7	李飞	营销副总裁特别助理	55.91	3.8550	有限合伙人
8	刘剑青	品牌部项目经理	55.91	3.8550	有限合伙人
9	蔡春兵	原品牌部副总监、监事会主席，已离职	13.98	0.9637	有限合伙人
10	李洁	证券事务代表、财务中心上市管理部经理	46.59	3.2125	有限合伙人
11	张方利	原供应链中心总监助理兼供应商管理部经理，已离职	9.32	0.6425	有限合伙人
12	董明轩	电商事业部总经理	37.27	2.5700	有限合伙人
13	黄敬良	奥普研究院战略研发中心总监助理兼智控研发部经理	37.27	2.5700	有限合伙人
14	林畅衡	新零售项目部主任	37.27	2.5700	有限合伙人
15	牧小群	供应链中心外协研发部总监	37.27	2.5700	有限合伙人
16	吴瑾	原财务中心财务会计部经理，已离职	18.64	1.2850	有限合伙人
17	封勤雄	第一制造中心总监	32.61	2.2487	有限合伙人
18	郑子豪	供应链中心总监	32.61	2.2487	有限合伙人
19	张淑云	电器事业部副总经理	27.96	1.9275	有限合伙人
20	鲍贤增	集成事业部创新渠道中心副总监	27.96	1.9275	有限合伙人
21	李浩	集成事业部总经理	27.96	1.9275	有限合伙人
22	沈义杰	战略市场中心品牌部执行经理	23.29	1.6061	有限合伙人
23	连天	大客户中心商业项目发展部副总监助理	23.29	1.6061	有限合伙人
24	黄伟明	电器事业部南部战区湘鄂粤大区总经理	23.29	1.6061	有限合伙人
25	徐正旺	奥普研究院集成研发中心总监助理	23.29	1.6061	有限合伙人
26	黄颖	电器事业部照明运营中心市场部经理	18.64	1.2850	有限合伙人
27	李北希	电器事业部照明运营中心市场部产品经理	18.64	1.2850	有限合伙人
28	卢卿	大客户中心工程部经理助理	18.64	1.2850	有限合伙人
29	张心予	奥普研究院院长助理	18.64	1.2850	有限合伙人
30	张伟	大客户中心商业项目发展部副总监	18.64	1.2850	有限合伙人
31	汤庆俊	深圳分部工程专员	13.98	0.9637	有限合伙人

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
32	姚建伟	集成研发中心集成研发一部经理助理	9.32	0.6425	有限合伙人
33	汤俊杰	电器研发中心电器研发二部经理助理	9.32	0.6425	有限合伙人
34	刘焕银	奥普研究院集成研发中心研发经理	9.32	0.6425	有限合伙人
35	赵文雍	战略研发中心智控研发部经理	9.32	0.6425	有限合伙人
36	陈建刚	奥普研究院晾衣机研发部高级结构工程师	7.45	0.5140	有限合伙人
37	李国相	集成研发中心集成研发一部经理助理	7.45	0.5140	有限合伙人
38	洪满堂	集成研发中心集成研发二部经理助理	7.45	0.5140	有限合伙人
39	肖鑫	奥普研究院集成研发中心资深结构工程师	4.66	0.3212	有限合伙人
40	王海丰	奥普研究院集成研发中心资深结构工程师	4.66	0.3212	有限合伙人
41	陈鑫明	电器研发中心电器研发一部经理助理	4.66	0.3212	有限合伙人
42	常刚强	奥普研究院集成研发中心资深结构工程师	4.66	0.3212	有限合伙人
43	蔺凯	研发支持中心 CNAS 实验室经理助理	4.66	0.3212	有限合伙人
44	陈剑	战略研发中心晾衣机研发部经理助理	4.66	0.3212	有限合伙人
45	陈阳春	晾衣机事业部产品部经理助理	4.66	0.3212	有限合伙人
合计			1,450.37	100.0000	-

因蔡春兵、吴瑾、王建业、岑选林、张方利离职，方胜康于 2019 年 5 月分别收回蔡春兵、吴瑾、王建业、岑选林持有聚泽投资 2.2488%、0.9637%、1.2850% 和 0.4497% 的认缴出资额，于 2019 年 8 月收回张方利持有聚泽投资 2.5700% 的认缴出资额。

根据聚泽投资的经营范围及股东情况，除蔡春兵、吴瑾、张方利已离职，柳耐辛已退休外，聚泽投资的合伙人均为发行人员工，其不属于以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金，亦不涉及从事私募投资基金管理活动的情形，无需办理私募投资基金或私募投资基金管理人备案登记手续。

10、嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业（有限合伙）

斐昱永淳持有公司 271.58 万股，占公司总股本的 0.75%。其基本情况如下：

公司全称	嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业 (有限合伙)	成立时间	2016年3月7日	
统一社会信用代码	91330481MA28A7YM80			
注册资本	4,310万元			
实收资本	4,310万元			
主要经营场所	浙江海宁经编产业园区经都二路2号经编大楼1层110-2室			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	上海斐君投资管理中心(有限合伙)(委派代表:黄宏彬)			
经营范围	投资管理、股权投资			
主要财务数据 (单位:万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月 (未经审计)	4,308.61	4,308.61	-0.49
	2018.12.31/2018年 (经浙江正大会计师事务所 有限公司审计)	4,309.10	4,309.10	-0.77

截至2019年6月30日,斐昱永淳有1名普通合伙人和3名有限合伙人,其合伙人的主要出资情况如下表:

序号	合伙人姓名	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
1	上海斐君投资管理中心(有限合伙)	10	0.23	普通合伙人
2	徐逸敏	400	9.28	有限合伙人
3	温嘉欣	1,200	27.84	有限合伙人
4	嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业(有限合伙)	2,700	62.65	有限合伙人
合计		4,310	100.00	-

斐昱永淳作为私募投资基金已经于2017年8月1日在中国证券投资基金业协会备案登记,备案编码:SW3561;其管理人上海斐君投资管理中心(有限合伙)已依据《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律法规的要求办理了私募投资基金管理人登记手续,登记编号:P1010879。

11、嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业(有限合伙)

斐昱悦柏持有公司101.05万股,占公司总股本的0.28%。其基本情况如下:

公司全称	嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业(有限合伙)	成立时间	2016年3月4日	
统一社会信用代码	91330481MA28A7TT3Y			
注册资本	4,310万元			
实收资本	4,310万元			
主要经营场所	海宁市浙江海宁经编产业园区经都二路2号经编大楼1层110-5室			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	上海斐君投资管理中心(有限合伙)(委派代表:黄宏彬)			
经营范围	投资管理、股权投资			
主要财务数据 (单位:万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月(未经审计)	4,309.22	4,309.22	-0.51
	2018.12.31/2018年度(经浙江正大会计师事务所有限公司审计)	4,309.73	4,309.73	-0.76

截至2019年6月30日,斐昱悦柏有1名普通合伙人和7名有限合伙人,其合伙人的主要出资情况如下表:

序号	合伙人姓名	认缴出资额(万元)	出资比例(%)	合伙人类型
1	上海斐君投资管理中心(有限合伙)	10.00	0.2320	普通合伙人
2	杨敏华	1,200.00	27.8422	有限合伙人
3	罗迅	800.00	18.5615	有限合伙人
4	武晓芬	600.00	13.9211	有限合伙人
5	徐可	600.00	13.9211	有限合伙人
6	宋晓芳	500.00	11.6009	有限合伙人
7	王凌君	300.00	6.9606	有限合伙人
8	吴小青	300.00	6.9606	有限合伙人
合计		4,310.00	100.00	-

斐昱悦柏作为私募投资基金已经于2017年7月26日在中国证券投资基金业协会备案登记,备案编码:SW3548;其管理人上海斐君投资管理中心(有限合伙)已依据《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律法规的要求办理了私募投资基金管理人登记手续,登记编号:P1010879。

12、嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业（有限合伙）

斐昱武胜持有公司 94.74 万股，占公司总股本的 0.26%。其基本情况如下：

公司全称	嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业(有限合伙)	成立时间	2016年3月4日	
统一社会信用代码	91330481MA28A7TR7A			
注册资本	1,500 万元			
实收资本	1,500 万元			
主要经营场所	浙江海宁经编产业园区经都二路2号经编大楼1层110-7室			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	上海斐君投资管理中心（有限合伙）（委派代表：黄宏彬）			
经营范围	投资管理、股权投资管理			
主要财务数据 (单位：万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2019.6.30/2019年1-6月 (未经审计)	1,509.31	1,499.31	20.70
	2018.12.31/2018年度 (经上海永华会计师事务所(普通合伙)审计)	1,509.46	1,499.46	10.05

截至 2019 年 6 月 30 日，斐昱武胜有 1 名普通合伙人和 5 名有限合伙人，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	上海斐君投资管理中心（有限合伙）	1	0.0667	普通合伙人
2	杨晨	999	66.6000	有限合伙人
3	张继东	200	13.3333	有限合伙人
4	黄晓燕	100	6.6667	有限合伙人
5	周晓明	100	6.6667	有限合伙人
6	杨澍	100	6.6667	有限合伙人
合计		1,500	100.00	-

斐昱悦柏作为私募投资基金已经于 2017 年 7 月 26 日在中国证券投资基金业协会备案登记，备案编码：SW4159；其管理人上海斐君投资管理中心（有限合伙）已依据《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律法规的要求办理了私

募投资基金管理人登记手续，登记编号：P1010879。

13、宁波海湃股权投资合伙企业（有限合伙）

宁波海湃持有公司 164.21 万股，占公司总股本的 0.46%。其基本情况如下：

公司全称	宁波海湃股权投资合伙企业（有限合伙）	成立时间	2017 年 2 月 21 日		
统一社会信用代码	91330205MA284E0N68				
注册资本	3,000 万元				
实收资本	2,675 万元				
主要经营场所	宁波市江北区慈城镇慈湖人家 340 号 203 室				
企业类型	有限合伙企业				
执行事务合伙人	杭州立晟投资管理有限公司				
经营范围	股权投资，股权投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）				
主要财务数据 (单位：万元)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润	
	2019.6.30/2019 年 1-6 月（未经审计）	2,722.37	2,634.92	36.12	
	2018.12.31/2018 年度（经浙江华夏会计师事务所审计）	2,693.15	2,641.81	-32.10	

截至 2019 年 6 月 30 日，宁波海湃有 1 名普通合伙人和 14 名有限合伙人，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	杭州立晟投资管理有限公司	450.00	15.0000	普通合伙人
2	俞逸祺	500.00	16.6667	有限合伙人
3	王晓影	300.00	10.0000	有限合伙人
4	施彩霞	200.00	6.6667	有限合伙人
5	盛永建	200.00	6.6667	有限合伙人
6	周国华	200.00	6.6667	有限合伙人
7	金灿	200.00	6.6667	有限合伙人
8	包德贵	200.00	6.6667	有限合伙人
9	傅娟娟	150.00	5.0000	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
10	沈美文	100.00	3.3333	有限合伙人
11	杜本连	100.00	3.3333	有限合伙人
12	林华	100.00	3.3333	有限合伙人
13	韦先庆	100.00	3.3333	有限合伙人
14	周春兰	100.00	3.3333	有限合伙人
15	郑可柯	100.00	3.3333	有限合伙人
合计		3,000.00	100.0000	-

宁波海湃作为私募投资基金已经于2017年8月17日在中国证券投资基金业协会备案登记，备案编码：ST8168；其管理人杭州立晟投资管理有限公司已依据《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律法规的要求办理了私募投资基金管理人登记手续，登记编号：P1062029。

（二）实际控制人基本情况

1、实际控制人基本情况介绍

Fang James、方胜康为奥普家居的共同实际控制人，报告期内未发生变化。

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东为 Tricosco，持有发行人 69.0526% 的股权。其中，Fang James 通过 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权，方胜康通过 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01% 股权，两人合计间接持有 Tricosco 的 86.37% 股权。同时方胜康通过明泽投资间接持有发行人 0.0231% 股权，通过聚泽投资间接持有发行人 0.2431% 股权。Fang James 与方胜康系堂兄弟关系。

方雯雯系实际控制人方胜康之女，通过 Sino Virtue 间接持有 Tricosco 的 6% 股权，通过文泽投资间接持有发行人 0.0049% 股权；吴兴杰系实际控制人方胜康之女婿，通过文泽投资间接持有发行人 4.91% 股权，通过明泽投资间接持有发行人 1.96% 股权。方雯雯与吴兴杰夫妇为实际控制人的一致行动人。

上述股东合计持有发行人 70.92% 的股权。

Fang James、方胜康及吴兴杰的简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“（一）董事”。

方雯雯女士，加拿大籍，护照号：HG****12，1985年7月出生，本科学历。方雯雯女士曾任浙江太古可口可乐饮料有限公司总经理助理，2010年加入奥普卫厨，现任发行人战略市场中心总经理。

2、实际控制人的认定依据

Fang James 及方胜康为发行人共同实际控制人，具体认定依据如下：

(1) Fang James、方胜康在股权关系上对发行人形成共同控制

①2016年1月1日至2016年9月29日期间

在该上述期间内，奥普集团系香港联合交易所的上市公司，Fang James、方胜康一直通过共同控制奥普集团从而间接控制发行人。期间，奥普集团持有 Tricosco 的 100% 股权，Tricosco 直接持有发行人 100% 的股权。

A. 股权结构

2016年1月1日至2016年9月29日奥普集团退市前，Fang James、方胜康间接持有和控制奥普集团股份的具体情况如下：

单位：%

时间	FangJames 持股比例	方胜康持股比例	合计
截至 2014.12.31	25.8615	24.9722	50.8337
截至 2015.12.31	25.8032	25.0816	50.8848
截至 2016.9.29	25.8032	25.0816	50.8848

Fang James 及方胜康合计持有和控制奥普集团股份均超过 50%，形成对奥普集团的实际控制。

B. 信托持股

2016年1月1日至2016年9月29日期间，Fang James 控制了注册于英属维尔京群岛的信托 Fang Family Trust，Fang Family Trust 的受托人 Cantrust (Far East) Limited 通过 Rustem Limited 持有 Fang (BVI) Holding Limited 全部股权，Fang (BVI) Holding Limited 持有 SeeSi 的全部股权。

在上述期间，Fang James 作为 SeeSi 的唯一董事，有权根据 SeeSi 的《公司章程》，行使包括管理和控制奥普集团股份在内的业务经营权利。此外，Fang James 作为 Fang Family Trust 的委托人及任命人有权任免 Fang Family Trust 的受托人，且有权以书面通知要求 Fang Family Trust 的受托人按照 Fang James 的要求行使与 Fang (BVI) Holding Limited 股份有关的表决权及其他权利。因此，Fang James 对其通过 Fang Family Trust 控制的奥普集团股份具有实质和有效的控制。

根据麦振兴律师事务所出具的《法律意见书》，自信托成立日起至 2017 年 1 月 19 日 Fang (BVI) Holding Limited 将其持有的 SeeSi 的 100% 股权无偿转让给 Fang James，委托人（Fang James）一直透过信托为相关奥普集团股份的实际和有效控制人。2017 年 1 月 19 日后，Fang James 则透过 SeeSi 的 100% 股权为相关奥普集团股份的实际和有效控制人。

②2016 年 9 月 30 日至 2017 年 8 月 8 日期间

在上该述期间内，奥普集团于 2016 年 9 月 30 日完成境外私有化退市，Fang James、方胜康通过共同控制 Crista 的 50% 以上股权从而间接控制发行人。期间，Crista 间接持有发行人控股股东 Tricosco 的全部股权。

A. 股权结构

2016 年 9 月 30 日至 2017 年 4 月 5 日期间，Fang James、方胜康合计持有 Crista 的 92.37% 股权；2017 年 4 月 6 日至 2017 年 8 月 8 日期间，Fang James、方胜康合计持有 Crista 的 86.37% 股权。

根据 Crista 当时适用的《公司章程》，Crista 的董事选举、股本增加及其他日常经营事项需经持有 1/2 以上表决权的股东审议通过。Fang James、方胜康共同控制 Crista 的表决权超过 50%，从而共同控制 Crista。

2016 年 9 月 30 日至 2017 年 8 月 8 日期间，Crista 间接持有发行人股权情况如下：

单位：%

时间	Crista 间接持股比例
2016.9.30~2016.12.20	100.00

时间	Crista 间接持股比例
2016.12.21~2017.5.14	90.00
2017.5.15~2017.8.8	69.05

由上表所示，Crista 间接持有发行人的股权超过 50%。因此 2016 年 9 月 30 日至 2017 年 8 月 8 日期间，Fang James、方胜康通过持股公司共同控制 Crista 从而间接对发行人形成共同控制。

B. 信托持股

2016 年 9 月 30 日至 2017 年 1 月 18 日期间，Fang James 通过信托控制 SeeSi 全部股权，SeeSi 持有 Crista 的 42.36% 股权。Fang James 对其通过信托控制的 Crista 的股权具有实质和有效的控制。2017 年 1 月 19 日，Fang James 拆除信托持股结构，受让并开始直接持有 SeeSi 的全部股权。2017 年 1 月 19 日至 2017 年 8 月 8 日期间，Fang James 通过持股公司间接持有 Crista 股份。

③2017 年 8 月 8 日至今

2017 年 8 月 8 日至本招股说明书签署之日期间，Fang James 通过 100% 持股的 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权，方胜康通过 100% 持股的 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01% 股权，二人合计间接持有发行人控股股东 Tricosco 的 86.37% 股权。

因此 2017 年 8 月 8 日至本招股说明书签署之日期间，Fang James、方胜康通过持股公司共同控制 Tricosco 从而间接对发行人形成共同控制。

(2) Fang James、方胜康在经营决策上对发行人形成共同控制

自 2016 年 1 月 1 日至今，Fang James 一直担任发行人董事长，方胜康一直担任发行人董事、总经理，对公司经营决策具有重大影响。

发行人自 2016 年 1 月以来的历次董事会会议文件显示，Fang James、方胜康在发行人所有重大决策事项上均实现充分沟通、达成一致意见，在历次董事会上均持相同的表决意见。

因此，Fang James、方胜康对公司股东会（股东大会）、董事会决议以及董

事、高级管理人员的提名及任免有重大影响力，在经营决策上形成对公司的实际共同控制。

(3) Fang James、方胜康近三年持股情况无重大变动

2016年1月至2016年9月，Fang James、方胜康合计控制奥普集团50%以上的股权，从而对发行人形成共同控制。2016年9月奥普集团私有化退市至今，Fang James和方胜康合计控制控股股东Tricosco的50%以上股权，从而对发行人形成共同控制。

因此，Fang James、方胜康间接持有发行人的股权比例及对发行人共同控制的情况近三年内没有重大变化，不存在重大不确定性。

(4) Fang James、方胜康拥有共同控制权未影响发行人规范运作

报告期内，公司完善了内部管理、规范运作等方面的规章制度，公司股东会（股东大会）、董事会和监事会运作规范，Fang James、方胜康对公司的共同控制权未对公司的规范运作产生不良影响。

(5) Fang James、方胜康已签署一致行动协议

2004年11月4日，Fang James与方胜康签订了《共同控制协议》，根据该协议，Fang James与方胜康在Crista、奥普集团、Ableby、Tricosco及下属公司按公司章程规定讨论和决定所有股东会、董事会职权范围内事项时，Fang James与方胜康需在经充分讨论后于会议上继续保持同步，如有不同意见在讨论后仍有分歧，以Fang James的意见为准，该些事项包括但不限于该些公司的章程所详细列明的股东会、董事会职权范围内事项。

2017年7月5日，Fang James与方胜康签订新的《一致行动协议》，该协议进一步明确，Fang James和方胜康拟在涉及Tricosco和奥普家居的需由股东审议表决的事项、股东提案权、提名权等股东权利的行使、需由董事会审议的事项等与经营相关的、需要发行人股东或董事作出决策的事项中采取一致行动，若经协商后仍有分歧，则以Fang James的意见为准。本协议自签署之日起至奥普家居首次公开发行股票并上市后36个月内有效，可续签。

综上，Fang James、方胜康为发行人的共同实际控制人，且报告期内没有发生变化，二人的共同控制不会对发行人的规范运作产生不利影响。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东和实际控制人控制的其他企业参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、报告期内的关联方及关联关系”中的“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

（四）股份质押或其他争议情况

2016年5月27日，Upwind Holding（作为借款人）与法国巴黎银行签署贷款协议，贷款总金额为15,100万美元。2016年6月22日，Crista、Upwind Holding分别与法国巴黎银行签署股权质押协议，分别将自身及下属公司股权出质给法国巴黎银行。2016年10月27日，奥普集团与法国巴黎银行签署股权质押协议，将自身及下属公司股权出质给法国巴黎银行。

上述贷款已于2017年4月全部还清，上述股权质押已于2017年5月全部解除。

截至本招股说明书签署之日，公司股东和实际控制人直接或间接持有的公司股份均不存在被质押或冻结的情形，也不存在其他有争议的情况。

九、发行人有关股本的情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前，公司总股本为36,000万股，本次拟向社会公众发行4,001万股人民币普通股，本次发行的股份占发行后总股本的10%。在本次发行均为新股且发行4,001万股的情况下，发行前后公司股本结构情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股份（万股）	持股比例	股份（万股）	持股比例
1	Tricosco	24,858.94	69.05%	24,858.94	62.15%
2	文泽投资	1,768.42	4.91%	1,768.42	4.42%

序号	股东名称	发行前		发行后	
		数量	比例	数量	比例
3	PMT	1,634.21	4.54%	1,634.21	4.09%
4	ZJUI	1,634.21	4.54%	1,634.21	4.09%
5	HSCA	1,525.26	4.24%	1,525.26	3.81%
6	香港红星	1,525.26	4.24%	1,525.26	3.81%
7	明泽投资	1,217.93	3.38%	1,217.93	3.04%
8	SKY	653.68	1.82%	653.68	1.63%
9	聚泽投资	550.49	1.53%	550.49	1.38%
10	斐昱永淳	271.58	0.75%	271.58	0.68%
11	宁波海湃	164.21	0.46%	164.21	0.41%
12	斐昱悦柏	101.05	0.28%	101.05	0.25%
13	斐昱武胜	94.74	0.26%	94.74	0.24%
14	社会公众股	-	-	4,001.00	10.00%
合计		36,000.00	100.00%	40,001.00	100.00%

（二）公司前十名股东

截至本招股说明书签署之日，公司共有 13 名股东，公司股东中无自然人持股情况。公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）	股权性质
1	Tricosco	248,589,449	69.05	外资股
2	文泽投资	17,684,212	4.91	内资股
3	PMT	16,342,103	4.54	外资股
4	ZJUI	16,342,103	4.54	外资股
5	HSCA	15,252,639	4.24	外资股
6	香港红星	15,252,639	4.24	外资股
7	明泽投资	12,179,290	3.38	内资股
8	SKY	6,536,838	1.82	外资股
9	聚泽投资	5,504,922	1.53	内资股
10	斐昱永淳	2,715,796	0.75	内资股

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）	股权性质
	合计	356,400,041	99.00	-

（三）发行人股本中的国有股份或外资股份情况

本次发行前，公司不存在国有股份。

本次发行前，公司股东中的外资股情况如下：

序号	外资股东	股份数量（股）	持股比例（%）	注册地
1	Tricosco	248,589,449	69.05	香港
2	PMT	16,342,103	4.54	英属维尔京群岛
3	ZJUI	16,342,103	4.54	香港
4	HSCA	15,252,639	4.24	开曼群岛
5	香港红星	15,252,639	4.24	香港
6	SKY	6,536,838	1.82	香港
	合计	318,315,821	88.42	-

（四）发行人股东中的战略投资者持股及其简况

本次发行前的股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东之间的关联关系及各自持股比例

本次发行前各股东之间的主要关联关系及各自持股比例情况如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）	关联关系
1	Tricosco	248,589,449	69.05	（1）Fang James 通过 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权； （2）方胜康作为有限合伙人持有明泽投资 0.68% 的份额，作为有限合伙人持有聚泽投资 15.90% 的份额，并通过 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01% 股权； （3）吴兴杰作为普通合伙人持有文泽投资 99.90% 的份额，作为有限合伙人持有明泽
	文泽投资	17,684,212	4.91	

序号	股东名称	股份数量 (股)	持股比例 (%)	关联关系
	明泽投资	12,179,290	3.38	投资 58.08% 的份额； (4) 方雯雯作为有限合伙人持有文泽投资 0.10% 的份额，并通过 Sino Virtue 间接持有 Tricosco 的 6% 股权；
	聚泽投资	5,504,922	1.53	(5) 方胜康与 Fang James 系堂兄弟关系，且为共同实际控制人，方雯雯系方胜康女儿，吴兴杰系方雯雯配偶，方雯雯与吴兴杰系实际控制人的一致行动人； (6) 方黎系 Fang James 胞弟，作为有限合伙人持有明泽投资 0.726% 的份额。
2	斐昱永淳	2,715,796	0.75	斐昱永淳、斐昱武胜、斐昱悦柏的普通合伙人均为上海斐君投资管理中心（有限合伙）。斐昱悦柏作为有限合伙人持有斐昱永淳 62.65% 的份额。
	斐昱悦柏	1,010,527	0.28	
	斐昱武胜	947,370	0.26	

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

具体情况请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、股份限制流通及自愿锁定的承诺”。

十、发行人内部职工股的情况

公司没有发行过内部职工股。

十一、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股及股东数量超过二百人等情况

实际控制人之一 Fang James 曾通过信托方式控制发行人股份，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制人基本情况”之“（二）实际控制人基本情况”。

2017年1月19日，Fang James 拆除信托持股结构，受让并开始直接持有 SeeSi 的全部股权。自此，Fang James 通过信托方式控制发行人股份的情形得到消除。截至本招股说明书签署之日，发行人不存在信托持股情况。

除此之外，公司不曾存在工会持股、职工持股会持股、其他信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况。

十二、发行人员工及其社会保障情况

报告期各期末，公司在册员工人数分别是 661 人、1,553 人、1,514 人和 1,554 人，公司人员数量呈现上升趋势。

报告期内，公司在册员工数量逐期增加主要系为满足公司业务快速发展、产品品类扩充的需求，引入了较多年轻化的管理、销售、研发设计人员所致。

（一）公司员工结构情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司在册员工专业结构、受教育程度、年龄分布情况如下：

构成 \ 时间	2019 年 6 月 30 日	
	人数 (人)	占员工人数比例 (%)
员工总人数	1,554	100.00
专业构成		
管理人员	146	9.40
技术人员	87	5.60
销售人员	781	50.26
生产人员	540	34.75
文化程度构成		
大专及以上	859	55.28
中专及高中	279	17.95
高中以下	416	26.77
年龄构成		
30 岁以下	675	43.44
30-39 岁	517	33.27
40-49 岁	260	16.73

构成 \ 时间	2019年6月30日	
	人数(人)	占员工人数比例(%)
50岁以上	102	6.56

(二) 执行社会保障制度、住房制度改革情况

1、公司员工的社会保障、住房公积金缴纳情况

公司按国家和地方有关社会保障的法律法规,为满足条件的员工办理了基本养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险以及住房公积金。

(1) 公司缴纳社会保险的人数

报告期内,公司为在册员工缴纳社会保险情况如下:

单位:人

时间	在册员工人数	缴纳人数	差异人数	差异原因
2019年6月30日	1,554	1,467	87	其中52名员工为退休返聘;25名员工系当月入职或离职;4名员工系社保转接手续正在办理之中;6名员工因个人原因暂未缴纳
2018年12月31日	1,514	1,432	82	其中53名员工为退休返聘;2名员工为外籍人员;19名员工系当月入职或离职;8名员工因个人原因暂未缴纳
2017年12月31日	1,553	1,452	101	其中62名员工为退休返聘;4名员工为外籍人员;29名员工系当月入职或离职;6名员工因个人原因暂未缴纳
2016年12月31日	661	634	27	其中13名员工为退休返聘;2名员工为外籍人员;10名员工系当月入职或离职;2名员工因个人原因暂未缴纳

(2) 公司缴纳公积金的人数

报告期内,公司为在册员工缴纳公积金情况如下:

单位:人

时间	在册员工人数	缴纳人数	差异人数	差异原因
2019年6月30日	1,554	1,468	86	其中53名员工为退休返聘;1名员工为外籍人员;25名员工系当月入职或离职;1名员工系公积金转接手续正在办理之中;6名员工因个人原因暂未缴纳
2018年12月31日	1,514	1,429	85	其中53名员工为退休返聘;2名员工为外

时间	在册员工人数	缴纳人数	差异人数	差异原因
				籍人员；19 名员工系当月入职或离职；11 名员工因个人原因暂未缴纳
2017 年 12 月 31 日	1,553	1,455	98	其中 62 名员工为退休返聘；4 名员工为外籍人员；29 名员工系当月入职或离职；3 名员工因个人原因暂未缴纳
2016 年 12 月 31 日	661	602	59	其中 13 名员工为退休返聘；2 名员工为外籍人员；10 名员工系当月入职或离职；32 名员工尚处试用期；2 名员工因个人原因暂未缴纳

(3) 公司社会保险及公积金合规情况

根据发行人及控股子公司所在地社会保险及公积金主管部门出具的《证明》，报告期内，发行人及控股子公司均依法缴纳了社会保险费及住房公积金，无欠费情况，无行政处罚记录。

2、报告期内劳务派遣用工情况

(1) 报告期内劳务派遣用工基本情况

公司存在部分劳务派遣用工，报告期各期末，公司劳务派遣员工人数分别为 295 人、81 人、93 人和 75 人，占公司用工总数的比例分别为 30.86%、4.96%、5.79% 和 4.60%。

(2) 报告期内劳务派遣用工的规范情况

国家人力资源和社会保障部于 2014 年 1 月 24 日颁布《劳务派遣暂行规定》并自 2014 年 3 月 1 日起施行。发行人针对自身使用劳务派遣用工比例超过 10% 等实际情况，相应缩减并规范了劳务派遣用工，同时对相关生产和业务模式进行了调整和优化。截至本招股说明书签署之日，公司劳务派遣用工人数占公司总用工人数的比例符合相关法律法规要求。

根据杭州市人力资源和社会保障局及杭州钱塘新区劳动监察大队分别出具《征信意见书》，证明报告期初至 2019 年 6 月 30 日，未发现奥普家居股份有限公司有严重违反劳动保障法律法规的行为。

(三) 公司员工薪酬制度、各级别、各类岗位员工收入水平

1、员工薪酬制度

公司按照市场化原则，薪酬设计因岗而异，在关注薪酬情况的同时，重视员工的成就感、责任感等内部报酬，让员工分享公司发展成果。

公司员工薪酬制度由人力资源部管理，实行全员劳动合同制管理，入职 30 天内与新聘员工签订合同，薪酬调整机制包括年度调薪、即时调薪。年度调薪即员工薪酬调整原则上每年进行一次，职级序列升（降）级数与员工考评结果挂钩，对于业绩考核表现优异的员工，年度调薪中可作出补充性薪酬调整；即时调薪主要系因转正、工作调动或岗位调整、专业级别调整、违纪而进行的调薪。

公司按员工实际工作天数支付薪酬，在每月付薪日将薪酬转入员工个人名义开立的银行账户；公司为员工缴纳社会保险、住房公积金，员工个人所得按国家规定由公司代扣代缴。

2、各级别、各类岗位收入情况

（1）各级别收入情况

报告期内，公司各级别平均收入、大致范围情况如下表：

单位：万元/年

项目	2019年 1-6月	2018年	2017年	2016年
高层	43.85	51.83	49.62	50.21
中层	19.06	22.17	22.70	21.98
基层	9.98	10.20	8.82	8.05

报告期内，公司基层员工薪酬逐年提升；2018 年中层员工薪酬有所下滑，主要系分子公司中层人数增多，而其人均薪酬略低于杭州总部，导致整体平均薪酬有所下降。

（2）各类岗位收入情况

报告期内，公司各类岗位平均收入情况如下表：

单位：万元/年

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
管理人员	19.19	19.57	19.15	13.95
研发人员	29.34	22.07	18.69	19.19
销售人员	12.66	11.97	11.37	10.47
生产人员	7.53	7.94	6.94	8.88

2017年公司生产人员平均工资有所下降，主要原因系当期公司控股子公司嘉兴劲达、成都劲启、中山劲耀生产人员增加较多，而控股子公司生产人员平均薪资相对较低。

(3) 当地收入水平对比

根据杭州市统计年鉴，2016年、2017年、2018年，公司所在杭州市市区全社会在岗职工平均工资分别为6.12万元/年、6.70万元/年、7.37万元/年，公司平均薪酬水平平均高于当地平均水平。

3、未来薪酬制度及水平变化趋势

公司按照市场化原则，力图提供业内富有相对竞争力的薪酬，从而吸纳和保有优秀人才，未来公司薪酬制度将基本保持稳定，薪酬水平预计未来将保持稳中有升的态势，不会发生大幅变动。

十三、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况

(一) 股份锁定承诺

请参见招股说明书“重大事项提示”之“一、股份限制流通及自愿锁定的承诺”。

(二) 稳定公司股价承诺

请参见招股说明书“重大事项提示”之“三、上市后三年内稳定公司股价的相关措施”。

（三）持股5%以上股东持股意向及减持意向承诺

请参见招股说明书“重大事项提示”之“二、5%以上股东持股意向及减持意向的承诺”。

（四）避免同业竞争承诺

请参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

（五）避免或减少关联交易承诺

请参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“八、公司减少关联交易的措施”之“（三）控股股东及实际控制人出具的相关承诺”。

（六）招股说明书信息披露承诺

请参见招股说明书“重大事项提示”之“四、关于首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”。

（七）被摊薄即期回报填补措施承诺

请参见招股说明书“重大事项提示”之“五、关于被摊薄即期回报的措施及承诺”。

第六节 业务与技术

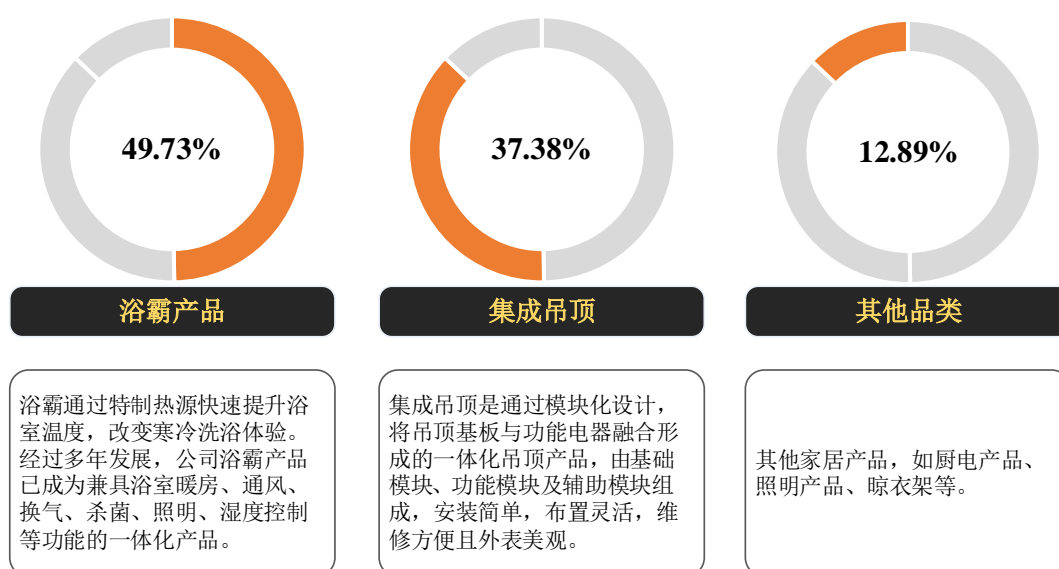
一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况

(一) 主营业务及主要产品

公司主要从事浴霸、集成吊顶等家居产品的研发、生产、销售及相关服务的提供。

公司秉承“为爱设计”的品牌理念，一直致力于为消费者提供舒适、安全、温暖的卫浴体验以及健康、纯净的家庭环境。经过多年发展，公司产品系列从浴霸、集成吊顶逐步扩展至厨电产品、照明产品和晾衣架等，全方位管理家庭生活空间，着力为消费者打造“温度”+“干湿度”+“纯净度”+“新鲜度”+“氛围度”的“五度”健康家居环境，逐步实现全屋空气管理。奥普产品卓越的性能与不断升级的产品功效推动公司品牌知名度不断提升，目前“奥普”已成为国内家居行业领军品牌之一，奥普产品已走进众多消费者的家中，成为万千家庭的优秀空气管家。

报告期内公司主要产品为浴霸、集成吊顶两大系列，2019年1-6月各类产品销售收入占公司主营业务收入的比重分别为：



（二）主营业务变化情况

公司自成立以来主营业务未发生过重大变化，主要产品品类逐步扩充丰富。

二、发行人所处行业的基本情况

公司属于家居行业。

（一）行业主管部门及管理体制

1、行业主管部门和管理体制

公司主营产品包括浴霸、集成吊顶等。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，发行人所属行业为“C38”电气机械和器材制造业；根据国民经济行业分类（GB/T 4754-2017），发行人属于“C38”电气机械和器材制造业下的“C385”家用电力器具制造业。

行业主管部门为国家发展与改革委员会、工业和信息化部、国家市场监督管理总局。

国家发展与改革委员会及其各地分支机构的主要职能是制定产业政策，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。工业和信息化部的主要职能为拟订实行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新等。国家市场监督管理总局的主要职能是负责市场综合监督管理，统一登记市场主体并建立信息公示和共享机制，组织市场监管综合执法工作，承担反垄断统一执法，规范和维护市场秩序，组织实施质量强国战略，负责工业产品质量安全、食品安全、特种设备安全监管，统一管理计量标准、检验检测、认证认可工作等。

行业自律组织主要包括为中国家用电器协会、中国建筑装饰协会。

中国家用电器协会的主要职能包括维护行业健康的竞争秩序，代表会员企业向政府反映企业的意见与要求，促进产品发展、维护产业安全等。中国建筑装饰协会的主要职能包括引导行业发展、企业技术发展方向，培育、建立和完善行业

运行机制与自律机制等。

2、行业主要法律、法规及其他规范性文件

序号	法律、法规名称	发布单位	发布/修订时间
1	《中华人民共和国价格法》	全国人大常委会	1997年
2	《住宅室内装饰装修管理办法》	住房和城乡建设部	2002年
3	《工业产品生产许可证管理条例》	国务院	2005年
4	《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会	2009年
5	《中华人民共和国建筑法》	中华人民共和国主席令 第46号	2011年
6	《中华人民共和国商标法》	全国人大常委会	2013年
7	《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人大常委会	2013年

(二) 行业主要政策及标准

1、主要政策

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要相关内容
1	《产业结构调整指导目录(2011年本)》	2011年	国务院、发改委	鼓励预制装配式整体卫生间和厨房标准化、模数化技术开发与推广；工厂化全装修技术推广。
2	《关于加快推进信息化与工业化深度融合的若干意见》	2011年	工信部、科技部、财政部、商务部、国资委	到2015年，信息化与工业化深度融合取得重大突破，信息技术在企业生产经营与管理的重要领域、主要环节得到充分有效应用。
3	《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》	2011年	中国家用电器协会	建议提出要通过10年努力，实现由家电大国成为家电强国的目标；“技术创新”与“节能环保”将成为家电产业升级的关键词，主要家电产品能效水平要平均提高15%。
4	《关于加快推动我国绿色建筑发展的实施意见》	2012年	财政部、住建部	实现住宅部品通用化，大力推广住宅全装修，推行新建住宅一次装修到位或菜单式装修。
5	《国家新型城镇化规划(2014-2020年)》	2014年	国务院	提出稳步提升城镇化水平和质量，有序推进农业转移人口市民化，推进符合条件农业转移人口落户城镇，力争到2020年常住人口城镇化率达到60%左右。

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要相关内容
6	《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》	2014年	国务院	运用互联网、大数据等信息技术，积极发展定制生产，满足多样化、个性化消费需求。
7	《中国制造 2025》	2015年	国务院	加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，把智能制造作为两化深度融合的主攻方向……推进制造过程智能化。在重点领域试点建设智能工厂/数字化车间，加快人机智能交互、工业机器人、智能物流管理、增材制造等技术和装备在生产过程中的应用，促进制造工艺的仿真优化、数字化控制、状态信息实时监测和自适应控制……发展基于互联网的个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式，推动形成基于消费需求动态感知的研发、制造和产业组织方式。
8	《促进绿色建材生产和应用行动方案》	2015年	工信部、住建部	扩大绿色建材的应用范围。围绕绿色建筑需求和建材工业发展方向，重点开展通用建筑材料、节能节地节水节材与建筑室内外环境保护等方面材料和产品的绿色评价工作。
9	《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》	2016年	国务院	鼓励家电、家具、汽车、电子等耐用消费品更新换代，适应绿色环保、方便快捷的生活需求。
10	《轻工业发展规划（2016-2020年）》	2016年	工信部	以“增品种”满足多样化消费新需求。推进个性化定制，重点在食品、家用电器、皮革、家具、五金制品、照明电器等行业发展个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式。开发绿色、智能、健康的多功能中高端产品，支持骨干企业加快绿色食品、高效照明产品、环境友好型洗涤用品、高效净化型吸油烟机、智能家电、智能卫浴、智能玩具、高档圆珠笔、高端机械手表、高档皮革制品、新颖健康文教体育用品、老年健康产品等开发和市场推广。

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要相关内容
11	关于促进建材工业稳增长调结构增效益的指导意见	2016年	国务院	推广新型墙材。发展本质安全、节能环保、轻质高强的墙体和屋面材料、外墙保温材料，以及结构与保温装饰一体化外墙板。推进叠合楼板、内外墙板、楼梯阳台、厨卫装饰等构配件工厂化生产。引导利用可再生资源制备新型墙体材料，支持利用农作物秸秆、竹纤维、木屑等开发生物质建材，发展生物质纤维增强的木塑、镁质建材等产品。加快推广应用水性涂料、胶黏剂及高分子防水材料、密封材料、热反射膜、管材等产品。
12	建材工业发展规划（2016-2020）	2016年	工信部	加快结构优化：改造提升传统产业；培育区域特色产业；壮大建材新兴产业；发展生产性服务业。推进绿色发展：推广绿色建材；加强清洁生产；发展循环经济；强化低碳发展。
13	《建筑业发展“十三五”规划》	2017年	住建部	推动建筑产业现代化：推广智能和装配式建筑，强化技术标准引领保障作用，加强关键技术研发支撑。推进建筑节能与绿色建筑发展：提高建筑节能水平，推广建筑节能技术，推进绿色建筑规模化发展，完善监督管理机制。
14	《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019年）》	2019年	发改委、工信部、民政部、财政部、住建部、交通运输部、农业农村部、商务部、国家卫生健康委、市场监管总局	支持绿色、智能家电销售：有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售，给予消费者适当补贴； 促进家电产品更新换代：有条件的地方也可对消费者交售旧家电（冰箱、洗衣机、空调、电视机、抽油烟机、热水器、灶具、计算机）并购买新家电产品给予适当补贴，推动高质量新产品销售。

2、主要行业标准或强制性标准

序号	标准名称	标准号	发布单位
1	《室内装饰装修材料有害物质限量标准》	—	国家质检总局和国家标准化委员会
2	《家用和类似用途电器的安全 第1部分：通用要求》	GB4706.1-2005	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
3	《住宅厨房、卫生间排气道》	JG/T194-2006	中华人民共和国建设部

序号	标准名称	标准号	发布单位
4	《家用和类似用途电器的安全 第2部分：室内加热器的特殊要求》	GB4706.23-2007	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
5	《家用燃气灶具》	GB16410-2007	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
6	《家用和类似用途电器的安全 第2部分：风扇的特殊要求》	GB4706.27-2008	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
7	《浴室电加热器具（浴霸）》	GB/T22769-2008	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
8	《红外线灯泡》	GB/T23140-2009	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
9	《强制性产品认证管理规定》	—	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
10	《家用和类似用途多功能吊顶装置》	GB/T26183-2010	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
11	《住宅整体厨房》	JG/T184-2011	中华人民共和国住建部
12	《强制性产品认证实施规则 家用燃气器具》	CNCA-C24-01:2019	国家认证认可监督管理委员会

（三）行业发展状况

1、行业发展历史

报告期内公司主要产品分为浴霸、集成吊顶两大类，各产品所处细分行业发展历史如下：

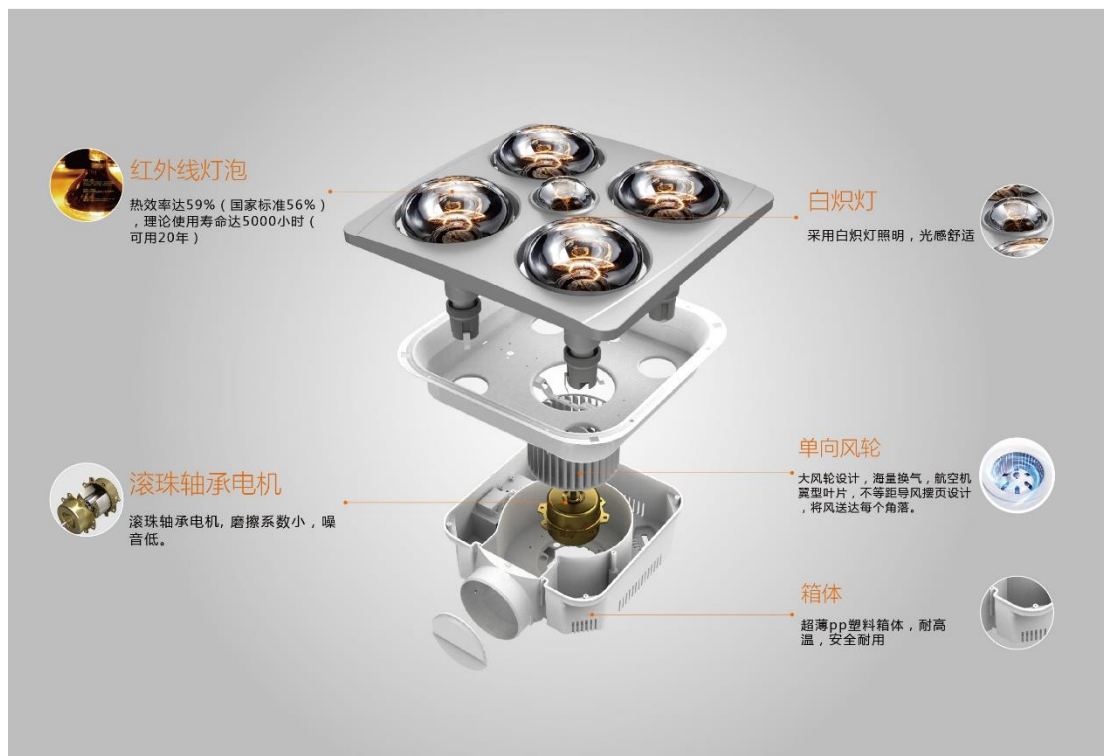
（1）浴霸行业发展历史

浴霸产品装有特制热源，能够快速提升浴室温度，改变了冬日人们寒冷的洗浴体验。经过多年发展，目前浴霸已经突破最初简单的照明、取暖、通风功能发展成为一种集照明、浴室暖房、通风、换气、杀菌、湿度控制等功能为一体的综合性电器，并逐渐成为卫浴间的必备品之一。

我国浴霸行业的发展历程主要经历了三个阶段：

①第一阶段

第一阶段（1999 年以前）：以奥普电器为代表的企业最初将浴霸产品引入中国市场，该阶段产品主要以功能型为主，主导产品为灯暖型浴霸，消费者购买浴霸的主要目的为改善寒冷卫浴体验。这一阶段的浴霸产品结构主要如下图：

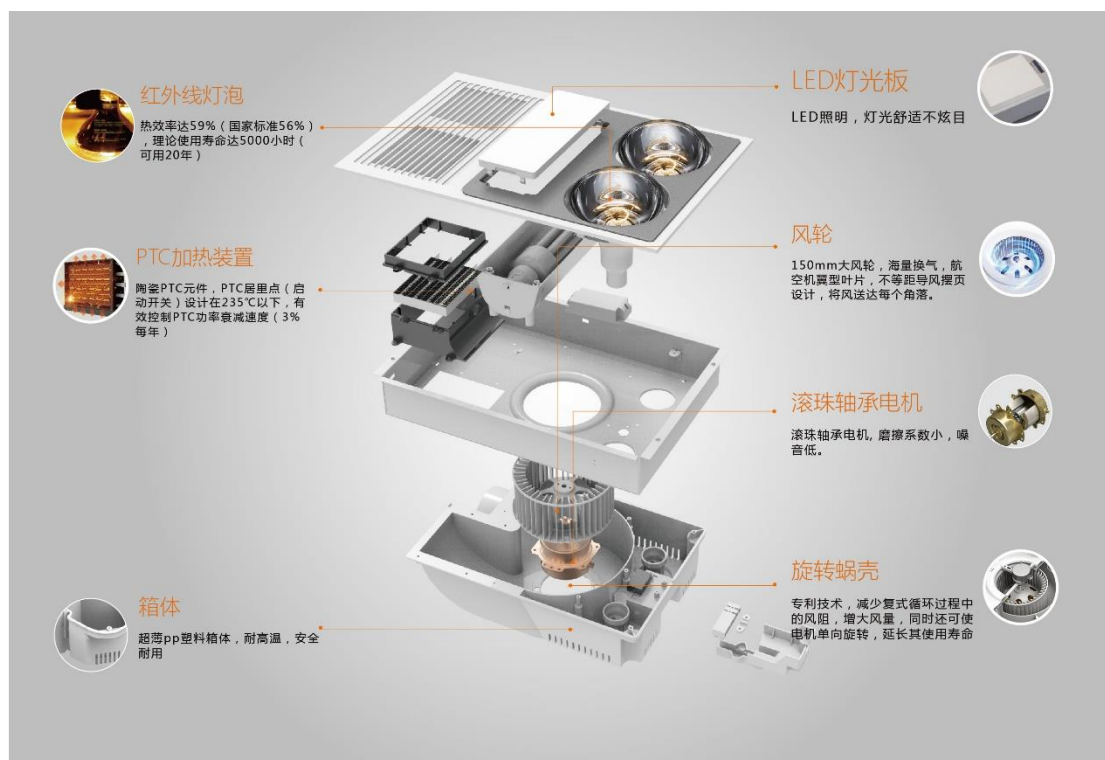


由于浴霸在秋冬等寒冷季节使用频率较高，市场呈现出一定季节性，销售高峰通常为每年冬季，夏季则为销售淡季。同时，由于该阶段浴霸功能相对单一，因此在冬日较为湿寒且未集中供暖的地区销量较好，而在气候较为温暖的地方或供暖系统使用较为普遍的地区则销量平平，存在一定区域性。

另外，该阶段由于浴霸产品刚出现，行业内企业较少，竞争不激烈，以奥普电器为代表的少数企业占据了行业主导地位，拥有产品定价权，市场集中度较高。

②第二阶段

第二阶段（1999 年~2015 年）：在以奥普为代表的企业不断努力下，浴霸产品系列不断升级和丰富，并逐步普及，而纯平浴霸的推出进一步提升了装修安装的适配度。市场上主导产品为灯暖、风暖以及灯风暖结合型浴霸。此类浴霸产品结构如下图：

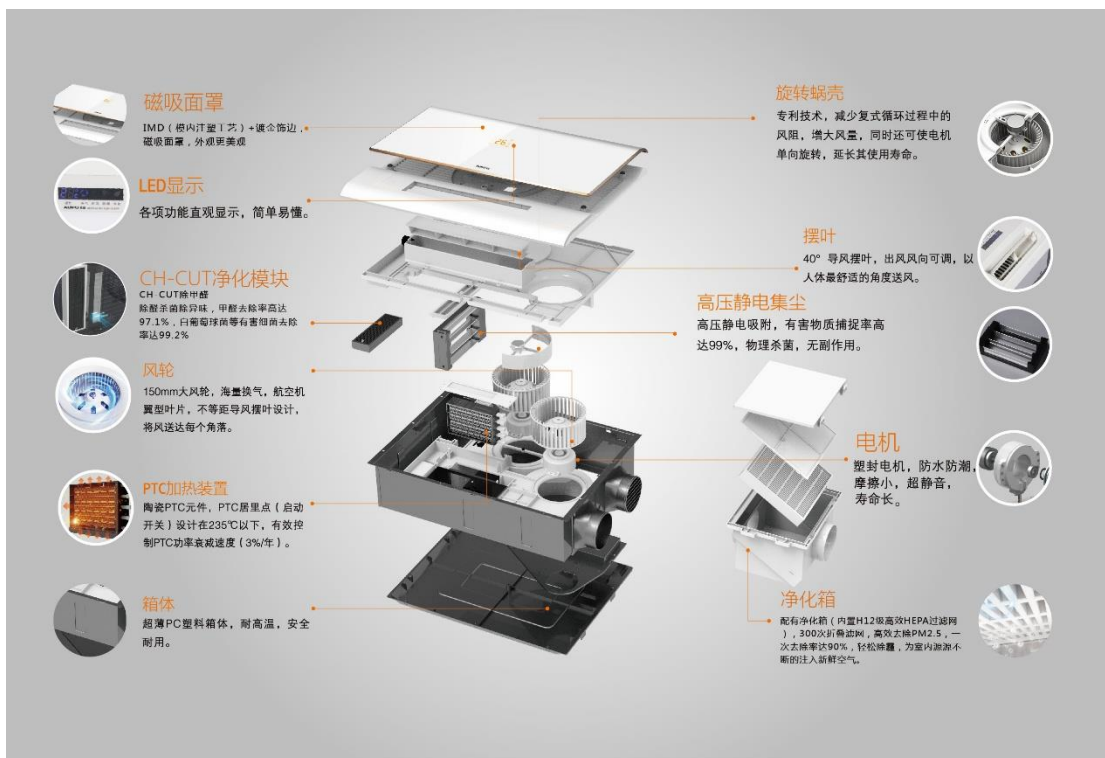


随着我国居民收入水平提高、城镇化进程推进，消费者理念发生改变，浴霸不再是单一的功能性产品，消费者普遍将集合照明、取暖及换气功能的浴霸视为卫生间的必备家居产品之一，季节性因素、区域性因素对销量的影响较第一阶段明显下降。

这一阶段，部分品牌家用电器生产商以及无自主品牌、或自主品牌知名度较低的区域性电器生产商亦开始进行浴霸产品的生产和销售，行业内企业数量逐渐增多，行业内竞争渐趋激烈，市场集中度有所降低。

③第三阶段

第三阶段（2015年至今）：2015年以来，家居行业逐步向着定制化、智能化等方向发展，浴霸作为卫浴家用电器，亦开始融入智能管理功能，如声控系统、远程预热、自动感应等，旨在为消费者提供更为舒适便捷的沐浴体验。此外，随着近年来消费者对室内空气质量的关注度不断提高，逐步产生了净化室内空气、检测空气质量、系统性调控室内干湿平衡等消费需求，浴霸已实现从单一取暖功能向承载浴室整体空气管理功能的转型升级。这一阶段代表产品结构如下图所示：



这一阶段，消费者关注点逐步从产品价格向产品功能、品牌、质量等方面转变。以奥普家居为代表的品牌生产商凭借自身研发能力、质量控制能力、营销能力等优势，不断推出符合新一代消费理念的新产品，产品附加值不断提升。而部分规模较小、设计能力较弱的企业则无法及时应对消费观念的变化，行业集中度逐渐提升。

(2) 集成吊顶行业发展历史

传统吊顶通常采用石膏板、PVC板或金属板等材料加铺防水层、吸音材料等，对室内顶层空间进行处理，以遮盖梁柱、管线，并具备隔热、隔音及装饰效果，同时为照明、换气、取暖等功能电器提供支撑平台。由于传统吊顶通常为整体施工、全面铺设，因此相应电器电路等需一次性确定完毕，吊顶装修完毕后，较难进行改造。

与传统吊顶相对应，集成吊顶是通过模块化设计将吊顶基板与功能电器融合形成的一体化吊顶产品。集成吊顶具有易于拆卸、组装，因此具有清洗方便、可随意增减功能电器的特点，同时整体美观度亦超过了传统吊顶。

集成吊顶通常由基础模块、功能模块及辅助模块组成。辅助模块包括吊杆、

龙骨及修边条等，是集成吊顶的支撑架构，并兼具辅助修饰作用；基础模块为相同规格的装饰基板，是集成吊顶实现整体设计风格的主要载体；功能模块包括功能电器、面板及连接件等，是功能电器经模块化处理而来，装卸简便，并与基础模块保持外观一致。

从 2004 年发展至今，集成吊顶已经成为现代家庭装修中不可忽视的角色。集成吊顶行业发展经历了以下阶段：

①第一阶段

第一阶段（2004 年～2008 年）：这一阶段集成吊顶刚刚出现，运用范围尚不广泛，家庭装修中卫生间、厨房等地最先开始使用集成吊顶。卫生间通常需要在不同区域进行取暖照明、通风换气及湿度管理，而集成吊顶的模块化特点能够使各电器在合适的位置发挥其功效；厨房则需要及时排除油烟且便于清洗，集成吊顶较传统吊顶而言拆卸、清洗更为便捷。因此卫生间与厨房率先成为集成吊顶普及度较高的地方。

由于在这一阶段集成吊顶在家庭装修中普及度尚低，因此行业内企业数量较少，只有本公司及友邦吊顶等少数企业从事集成吊顶的设计、生产及销售。

②第二阶段

第二阶段（2008 年～2015 年）：这一阶段，集成吊顶经过多年的发展，逐步被消费者所接受，在家庭装修中的普及度有所上升，适用范围也从卫生间、厨房延伸至阳台、起居室等地。应用范围的扩大对集成吊顶的外观设计、整体风格规划等方面提出了较高要求，集成吊顶在家庭装修中的运用从功能性为主逐渐向装饰性进行过渡。

在此阶段，集成吊顶行业内企业出现了分化：一类为入行较早、具有一定品牌知名度、综合实力较强的行业知名企业，如本公司、友邦吊顶等，凭借自身突出的设计研发能力，开发出色彩丰富、风格多样、整体造型美观、功能布局合理的集成吊顶产品，从而为消费者完成家庭整体吊顶的布局安排；另一类规模较小、设计研发能力不强的企业，主要生产集成吊顶的各部件，如扣板、龙骨等，再销售给其他企业，或直接销售给终端消费者并为其完成组装，该类企业通常无法为

消费者提供家庭装修的整体设计规划,也无法为消费者提供集成吊顶中的功能模块部件,消费者需要另外购买所需电器。

由于集成吊顶的各部件生产工艺相对简单、生产难度较低,故行业内小规模企业数量众多。同时由于此阶段精装房普及程度尚低,尤其是在二、三线及以下的城市中,消费者购买毛坯房并自行装修的占比较高,对于价格较为敏感的消费会选择向当地中小型企业购买集成吊顶,故集成吊顶行业整体集中度不高。

③第三阶段

第三阶段(2015年至今):这一阶段,随着我国居民生活水平不断提高,人们对生活品质追求的提升,对居住环境舒适、个性化要求的加强,以及对家装便利性等要求的提高,消费者对集成吊顶的需求日益增强,其普及程度亦进一步提升,逐渐扩展到餐厅、书房、卧室等地,并向着全屋吊顶集成化发展。同时,吊顶产品经过多年不断推陈出新,其造型、外观、材质及生产工艺等均有了较大提升,如扣板的生产工艺从最初的覆膜、滚涂发展出了彩印、拉丝等工艺;吊顶造型方面从最初的单一平面发展至通过调整安装结构,铺放高低龙骨等方式打造的层次吊顶、凹凸吊顶等,视觉效果较以往更为出色。

在此阶段,一方面集成吊顶产品的不断发展、产品造型与款式的不断丰富、工艺的提升对行业内企业提出了更高的要求;另一方面消费者对于家庭装修标准不断提高,对家庭整体风格设计、吊顶便利性与美观性的有效结合等方面的需求不断提升,进一步挑战集成吊顶行业企业设计能力与生产制造能力。行业中部分设计能力较弱的企业由于无法应对不断更新的消费观念,经营业绩相对不佳,逐渐成为品牌企业的代工厂,为品牌企业贴牌生产集成吊顶各部件;另一部分小规模企业则逐步退出市场。但集成吊顶部分低端产品的生产壁垒较低,中小规模企业数量仍然较多,市场较为分散。

2、行业发展现状

(1) 行业规模

报告期内公司主要产品为浴霸、集成吊顶,同时亦不断扩充家居产品品类,开发了厨电、照明、晾衣架等产品。浴霸、厨电、照明、晾衣架等属于家居行业

中家用电器子行业，集成吊顶则主要用于住宅装修，属于家居行业中的住宅装饰装修子行业。家用电器行业和住宅装饰装修行业的行业规模分别如下：

①我国家用电器行业规模

近年来，我国经济持续快速发展，人民生活水平逐渐提高，家用电器制造行业得到较快发展，2007年至2017年我国家用电器零售额从1,833.08亿元增长至3,991.02亿元，年复合增长率为7.33%，增长速度较快；家用电器零售额占GDP的比重除2008年较低以外，2007年-2017年各年均均在0.5%至0.8%水平，占比较为稳定，我国家用电器行业规模随我国经济发展水平不断提升。

2007年-2017年我国家用电器零售情况



数据来源：Wind

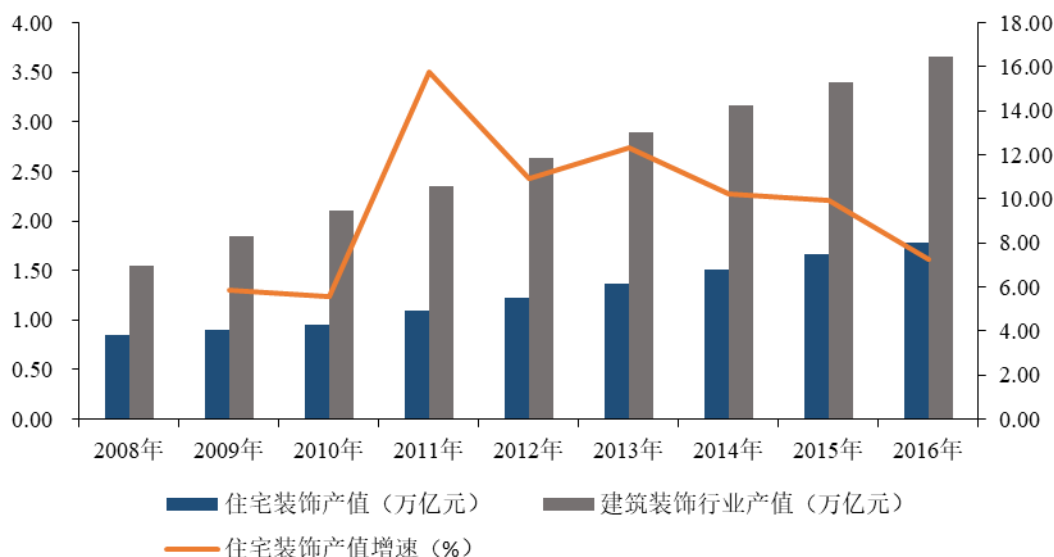
浴霸、厨电、照明、晾衣架等家用电器的零售额亦随着行业快速增长，行业内企业销售额不断增长。

未来随着我国经济水平不断发展，城镇化水平的不断提高，国民消费能力的提升、对生活品质追求的提升、主要消费群体消费观念的转变以及人们对健康环保的关注度等不断提升，家用电器行业市场规模将继续扩大。

②我国住宅装饰装修行业规模

近年来我国装饰装修行业总产值保持增长，从 2008 年的 1.55 万亿元增长至 2016 年的 3.66 万亿元，其中住宅装饰装修产值占建筑装饰行业总产值约 50%，住宅装饰装修总产值规模亦稳定增长，从 2008 年的 0.85 万亿元增长至 2016 年的 1.78 万亿元，年复合增长率为 9.68%。

2008年-2016年我国住宅装饰总产值及增长率



数据来源：建筑装饰行业协会

随着经济发展，我国居民的平均可支配收入水平不断提高，对生活品质的要求亦不断提高，居住条件的改善性消费成为居民的主要消费需求之一。我国住宅装饰装修市场规模将持续增长，集成吊顶相对传统吊顶优势较多，拥有广阔的市场空间和较大的市场潜力。

(2) 行业发展受房地产市场的影响

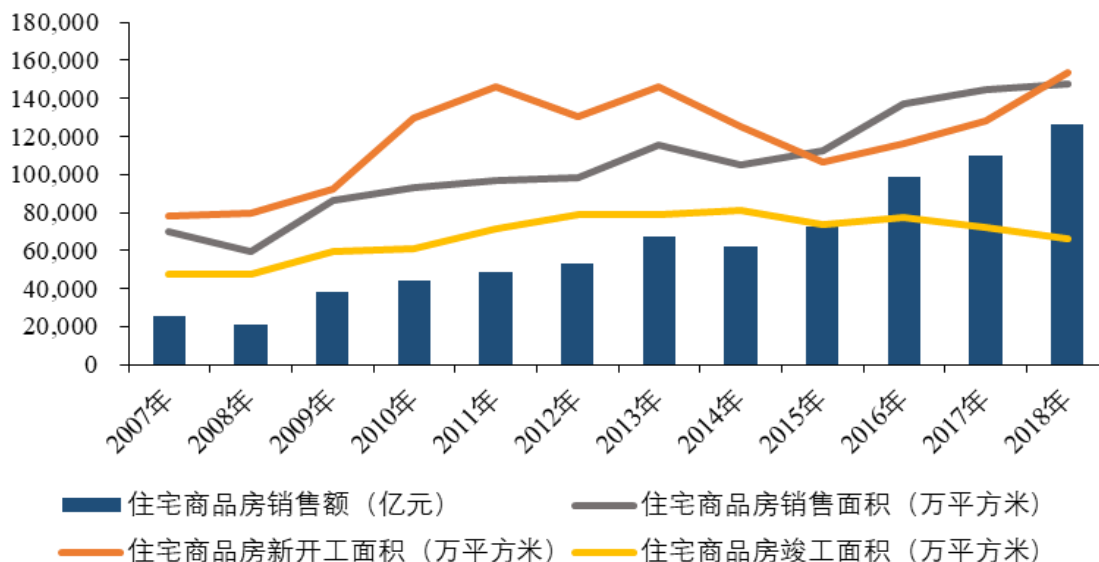
公司产品所在行业为家居行业，家居行业与房地产行业有一定的相关性，故房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求。家居行业的消费需求一方面源自新建住宅的装修；另一方面源自存量住宅的装修，其中包括存量毛坯房初始装修，消费者在住房屋翻新装修，以及二手房翻新装修。

①住宅用新房销售稳定增长带动家庭装修需求

近年来，我国房地产市场发展较快，住宅商品房建造面积、竣工面积、销售面积及销售额均呈现上升趋势：2007年至2018年，我国商品住宅竣工面积从4.78

亿平方米增加到 6.60 亿平方米，销售面积从 7.01 亿平方米增长至 14.79 亿平方米，销售额从 2.56 万亿元增长至 12.64 万亿元。

2007-2018年住宅商品房销售、开工、竣工情况



数据来源：国家统计局

近年来房地产业发展较快，为抑制投机性房地产需求，国家陆续出台了一系列房地产市场调控政策，以促进该行业的平稳、健康发展，一定程度上减缓了我国房地产业的发展速度。但由于我国人口的增长、城镇化推进、改善性需求以及拆迁需求等因素的综合影响，在一定期间内消费者仍存在住宅刚性需求。根据社科院 2014 年 6 月份发布的《中国住房发展报告》预计，我国城市住房需求在 2025 年之前将保持上升势头。由于住宅刚性需求的存在，未来一段时间内我国住宅商品房市场有较大几率仍将保持稳定增长的趋势，进而带动新建住宅装修需求，为家居行业创造了良好的市场环境。

②存量住宅装修需求促使家居行业需求保持稳定

除新建住宅装修需求推动外，存量住宅装修需求亦是推动家居行业增长的重要因素。存量住宅的装修包括存量毛坯房初始装修，消费者在住房屋翻新装修，以及二手房翻新装修。

A. 存量毛坯房初始装修

消费者已购的尚未装修的毛坯房装修需求通常较为稳定,随着我国居民收入水平不断提高,消费观念不断升级等影响,其对家居产品的需求将保持稳定增长。

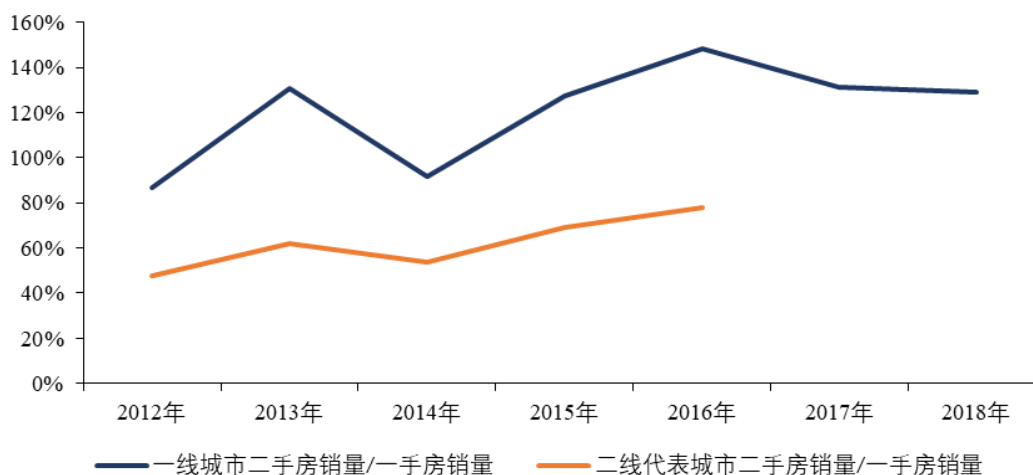
B. 消费者在住房屋翻新装修

通常每 10 年为一个房屋重新装修周期,10 年以上房龄住宅用商品房具有较大的重新装修需求。从 2000 年起国内商品房销售进入了快速增长期,因而目前国内二次装修需求相对较高;同时,随着近年来居民家庭对居住条件的要求不断提升以及对居住空间、便利性等方面的要求不断提升,消费者对旧房重新设计、规划、翻新、装修的需求亦不断提升。

C. 二手房翻新装修

二手房重新装修需求也是带动家居行业增长的重要因素。根据 CREIS 中指数据房地产数据信息系统的统计数据显示,2012 年至 2018 年,我国一线城市、二线代表城市二手房销量相对于一手房销量增长幅度明显,二手房市场的稳定增长带动了房屋装修需求,对家居行业的繁荣起到促进作用。目前我国房地产调控政策对二手房市场有一定影响,也在一定程度上影响了家居行业销售情况。

**2012年-2018年一线城市与二线代表城市二手房销量
与一手房销量比**



数据来源: CREIS 中指数据房地产数据信息系统

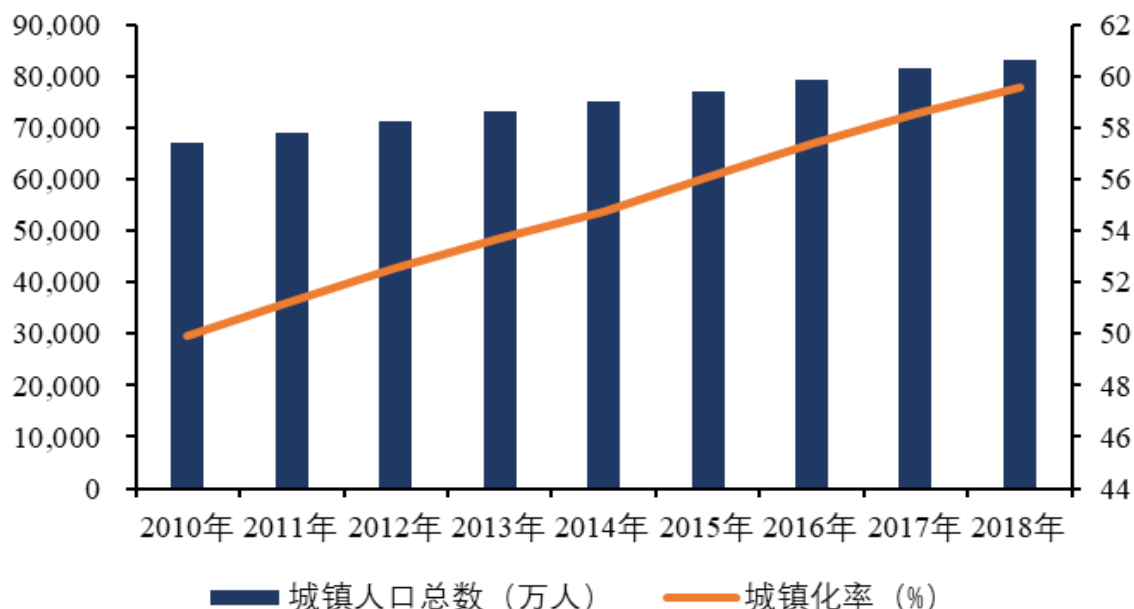
二线代表城市包括:天津、杭州、成都、南京、郑州;2017、2018 年无二线代表城市二手房销量/一手房销量数据

（四）行业发展前景

1、城镇化进程加快为家居行业提供了广阔的市场空间

近年来，我国城镇化进程稳步推进，“十二五”到“十三五”规划期间我国的城镇化率从 51% 提高到了 56%，平均每年有近 2,027 万人入城。2014 年 3 月，国务院印发《国家新型城镇化规划（2014~2020 年）》，其中提出发展目标为，2020 年常住人口城镇化率达到 60% 左右，户籍人口城镇化率达到 45% 左右，努力实现 1 亿左右农业人口转移和其他常住人口在城镇落户。根据国家统计局公布的数据，2018 年末我国城镇常住人口占总人口比重为 59.58%，尽管中国房地产中长期需求面临结构性调整，但城镇化进程的发展使房地产市场仍存在继续增长的空间，未来将持续有大量农业人口向城镇转移。农村居民转化为城镇居民是住房刚性需求的重要组成部分，由此带来的新增住房需求较大，进而将带动家居行业消费增长。

2010年-2018年我国城镇人口数量及城镇化率



数据来源：国家统计局

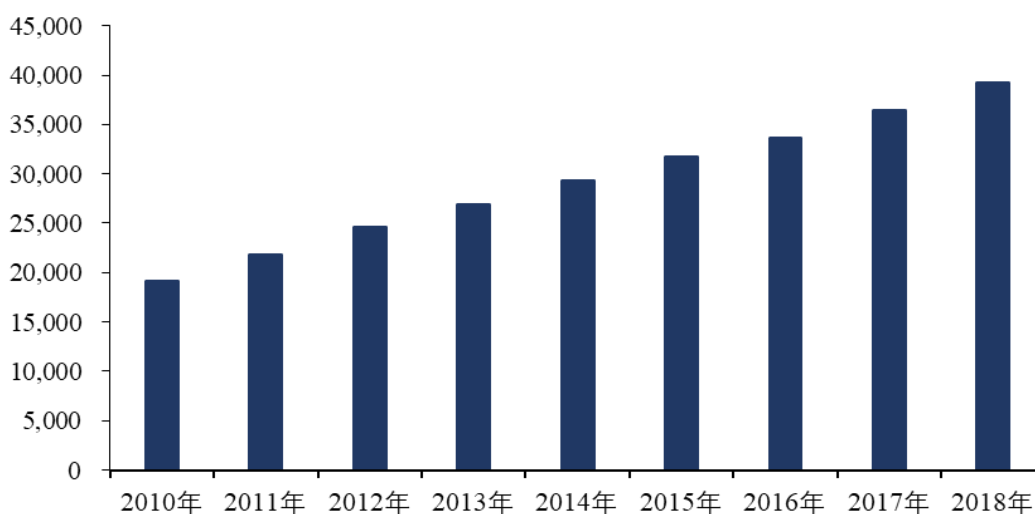
2、居民可支配收入增长为家居行业持续增长创造了必要条件

随着经济发展，我国居民的平均可支配收入水平不断提高。在 2010 年到 2018

年期间,我国城镇家庭人均年可支配收入以 9.41%的年均复合增长率从 19,109.44 元达到了 39,250.80 元。

人均可支配收入的增长使得居民购买力水平上升,人们对生活环境改善的需求增长,消费者在选购家居产品时,除价格因素外开始更加关注产品质量、功能、安全以及环保等问题,对家居环境的美观性、舒适性和个性化提出更高要求,家居行业有望迎来消费高峰,行业未来发展空间较为广阔。

**2010年-2018年城镇居民家庭
人均年可支配收入（元）**

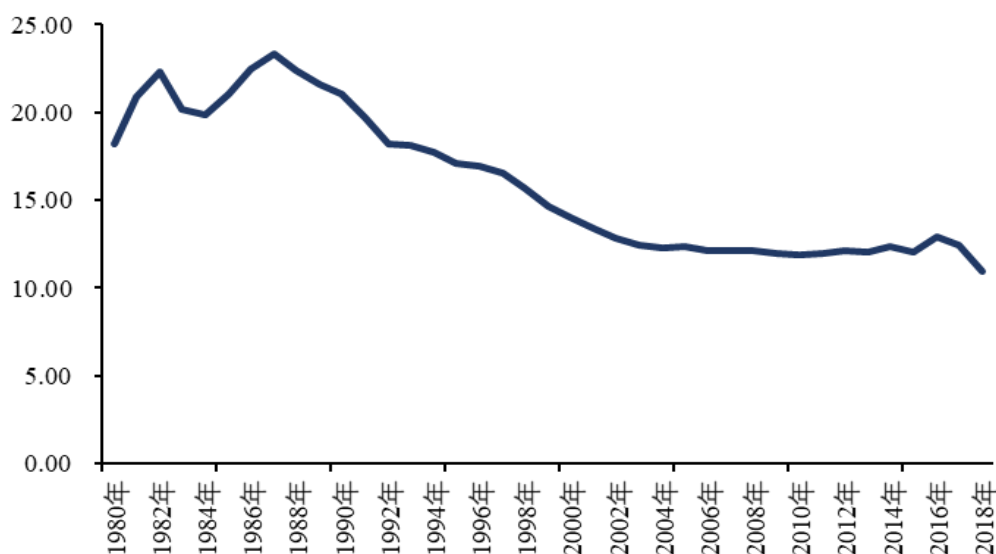


数据来源：国家统计局

3、第三次婚育高峰带来的适龄人群增长拉动需求

1980年至1990年间为我国第三次生育高峰,该时期出生的人口目前已经进入婚育适龄阶段,有较强的购房、装修需求,同时该部分人群未来生育小孩会有购置、装修改善性住房的需求。未来一段时间内,我国将长期处于婚育适龄人口高峰期,同时在“二胎政策”催化下,居民对于房屋居住面积、空间设计合理性等方面的要求亦会不断提高,进而带动对家居产品的需求持续增长。

我国1980年至2018年人口出生率（‰）



数据来源：国家统计局

4、精装房比例提升扩大集成化产品普及范围

我国自 2002 年住建部颁布《商品住宅装修一次到位实施细则》以来，一直鼓励和支持住宅精装修的发展，并陆续出台了一系列相关鼓励政策。近年来，以上海、深圳、杭州为代表的部分一、二线城市出台了大量推进住宅精装修发展的鼓励性政策，住宅精装修在全国的逐步推广成为住宅装饰装修行业的重要发展契机，亦为集成化产品的进一步推广提供了良好的市场环境。

集成吊顶产品采用模块化组装，工厂生产后现场安装，较少产生建筑垃圾，符合国家环保及建筑产业化政策，受到了国家政策的支持与鼓励。以上海为例，2016 年 8 月 18 日上海市住建委发布的《关于进一步加强本市新建全装修住宅建设管理的通知》中明确指出，“从 2017 年 1 月 1 日起，凡出让的本市新建商品房建设用地，全装修住宅面积占新建商品住宅面积（三层及以下的低层住宅除外）的比例为：外环线以内的城区应达到 100%，除奉贤区、金山区、崇明区之外，其他地区应达到 50%。奉贤区、金山区、崇明区实施全装修的比例为 30%，至 2020 年应达到 50%。本市保障性住房中，公共租赁住房（含集中新建和商品住房中配建）的全装修比例为 100%。”该通知同时提出“要推广支撑体与填充体分离 SI 内装技术，鼓励整体卫浴和厨房等模块化以及集成吊顶、设备管线等内装工业化生产方式应用。”

未来，在国家政策的要求下，全国各地住宅商品房精装房比例将越来越高，而在国家倡导绿色建筑及装配式工业建筑的政策背景下，家庭装修集成化产品，如集成吊顶、集成墙面等将迎来新一轮快速发展期，前景较为广阔。

5、消费升级促进行业发展

随着我国人均收入水平的不断提升，居民消费能力、消费观念的不断升级，家居产品的迭代速度将随之增快，促使家居产品生产商不断加强产品研发创新、加快更新换代频率，使产品向着智能化、高端化、个性化等方向发展才能满足消费需求。低端家居产品技术含量较低，仅靠低价吸引顾客，将在未来的产品竞争中逐渐被淘汰，市场竞争将趋于良性。

（五）行业发展趋势

1、家用电器多功能化、智能化趋势明显

家用电器产品经过多年更新、迭代，产品品类多样，功能各异。伴随着消费升级浪潮，我国居民家庭消费观念越来越具有前瞻性。家用电器产品趋于一体化、智能化、高端化。

同时，随着无线网络技术、人工智能技术等不断发展，家用电器产品将逐步向着智能化发展，远程操作、自动调节等功能将逐步得到应用，进一步提升消费者的家居生活体验。根据捷孚凯（GfK 中国）数据显示，2016 年智能家居市场零售总额为 2,091 亿元，处于高速发展阶段，未来家用电器产业有望加速升级。

2、集成吊顶普及度有望进一步提升

集成吊顶作为家居装修的升级品，更符合国家工业化建筑产业政策，与传统吊顶相比有较为明显的优势：

项目	传统吊顶	集成吊顶
外观对比	外观通常较为简单、颜色单一，各电器零散分布。	统一的装饰风格，可根据客户需求定制层次造型，各电器集成、布局优化。
安装对比	需预设电器出口，完成安装后吊顶即固定，装卸、拆洗电器不易。	各功能模块可按客户喜好更换安装位置，拆卸简便，产生的建筑垃圾较少。

项目	传统吊顶	集成吊顶
安全性对比	热电集中，电线、电子部件老化速度相对较快。	强弱电分离，各电器部件可进行独立布线，延长电器使用寿命。
电器分布对比	暖灯通常呈点状排列，受热面较小；电器多项功能通常集中在一点，在房间整体中分布不均。	可根据所需取暖、照明、通风等功能的空间不同，随意增添、安装相应功能模块，使房间整体空间的功能电器分布合理化，最大化电器使用效果。

但集成吊顶在我国发展时间相对较短，目前市场普及度较低。我国一、二线城市因经济较为发达、居民收入水平较高、精装房比例较高等原因，集成吊顶普及度略高。未来随着居民收入水平和对生活品质追求的进一步提高，以及三、四线城市、农村的经济发展加快、消费能力释放，集成吊顶甚至集成墙面等产品在家庭装修中所占比例将逐步提升，行业有望加速发展。

3、消费习惯变迁带动线上渠道销量不断提高

当今时代，互联网的普及和电子商务的兴起使消费模式发生了巨大的改变。互联网为消费者和生产者提供了高效的交流平台，降低了沟通成本，大大提高了销售效率，为家居行业提供了新的宣传渠道与销售渠道，有力地推动了家居行业的发展。家居行业内的主要企业目前都已建立官方网上商城或者在天猫、京东等电子商务平台开设专卖店拓展线上销售渠道。线上销售渠道打破了购物时空的限制，为消费者节约了购物时间，同时方便其在不同品牌间进行比较，未来线上销售将成为家居行业新的增长动力。

4、行业集中度逐步提升，品牌将成为经营重点

目前，我国家居行业企业众多，行业集中度较低，未来行业集中度将逐步提高，优势品牌将占据市场主导地位。品牌将成为家居产品吸引消费者的关键因素之一，因此品牌经营是行业内企业经营的核心和重点。加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，提升产品竞争力和品牌附加值，成为未来家居行业发展的重要趋势。

5、自主设计研发能力主导溢价能力

随着消费者对家庭装修理念的转变，其对家居产品的关注点从“实惠”、“实

用”，逐渐提升到注重产品“格调品位”、“功能性”、“健康环保”和“文化内涵”等方面，功能完善、外观出众且具有较高品牌知名度的产品溢价能力较强。未来随着消费观念的升级，品牌家居企业的自主设计研发水平将直接主导其产品的溢价能力。

6、产品节能环保化趋势明显

随着我国环境污染与能源消耗问题日益严重，节能环保成为我国工业发展的重要方向。家用电器的节能性、环保性、安全性在消费者需求和国家政策的引导下有望进一步提高，家居产品亦将逐步向着环保、健康的方向发展，减少废料、降低污染、节约物料消耗将成为家居产品未来的发展趋势。

（六）行业竞争状况分析

1、行业竞争格局

（1）浴霸竞争格局

①市场供求情况

浴霸行业属于家用电器行业中的小家电行业，主要应用于家庭浴室。经过多年发展，目前浴霸已经突破最初简单的照明、取暖、通风功能发展成为一种集照明、浴室暖房、通风、换气、杀菌、湿度控制等功能为一体的综合性电器，并逐渐成为卫浴间的必备品之一。

未来，浴霸市场预计将保持稳定增长，主要取决于：①作为成熟的家电产品，集合照明、取暖及换气功能的浴霸已成为部分地区的必备家居产品之一；②新一代浴霸产品的更新升级，将更好地满足消费者健康环保、智能家居等方面的需求，从而获得更大的市场；③宏观经济环境整体稳中有升，消费者持续增长的购买力、中国不断的城市化趋势将驱动浴霸市场进一步发展。

②市场竞争状况

浴霸行业内企业众多，且行业集中度仍然较低，市场化程度较高，竞争依然较为激烈。浴霸市场目前竞争格局主要由专业浴霸制造企业、照明企业、综合家电制造企业以及众多小众品牌企业构成。专业浴霸制造企业如奥普家居专注于浴

霸领域，在产品制造、技术开发、品牌认可度方面具有优势；照明企业如欧普照明等，主要从事家居照明灯具、商业照明灯具、光源综合等产品的生产及销售，但近年来产品线开始向浴霸扩充；综合家电制造企业如美的集团、松下电器等，主要涉及白色电器、厨房电器等家用电器领域，对浴霸关注度相对较低，以自产结合 OEM 贴牌为主要生产模式；小众品牌企业数量多，规模小，研发设计能力弱，品牌知名度较低，缺乏稳定的销售渠道，主要以低价产品在低端市场竞争。

公司的主要竞争对手欧普照明、松下电器、美的集团，其主要产品均非浴霸产品，均未披露浴霸产品的产销情况；飞雕电器、上海龙胜亦无公开披露信息。

未来随着浴霸由单一取暖功能向承载浴室整体空气管理功能的转型升级，行业集中度将持续提升。

（2）集成吊顶竞争格局

①市场供求情况

集成吊顶行业属于其他制造行业的装修装饰材料制造行业，主要应用于住宅及办公场所装修。

从需求端而言，一方面目前吊顶装修市场主要份额仍被传统吊顶（如石膏吊顶）所占据，另一方面集成吊顶目前主要用于厨房及卫生间，使用场景相对较少。未来随着消费者对集成吊顶的消费习惯进一步普及，以及购买力和城市化率的持续提升，集成吊顶行业需求将持续稳步增长。

未来，国内集成吊顶市场预计仍将持续增长，主要取决于：①相较于传统吊顶，集成吊顶在外观、安装、安全性、电器分布等方面具有明显优势；②宏观经济环境整体稳中有升，消费者持续增长的购买力、中国不断的城市化趋势将驱动集成吊顶市场进一步发展；③由厨卫空间逐渐向全屋、墙面的延伸，将大幅拓展集成吊顶的应用领域。

从供给端而言，目前我国从事集成吊顶生产的企业较多，行业集中度较低，不同企业之间的竞争力差距较大。行业内大部分企业普遍规模偏小，甚至存在“前店后厂”的作坊式企业。因此，尽管集成吊顶整体供应相对充足，但品质较高、设计新颖、智能环保的集成吊顶产品却相对匮乏，产品的升级与革新有待提升。

②市场竞争状况

集成吊顶竞争格局可分为与传统吊顶的竞争以及集成吊顶行业内部之间的竞争。

集成吊顶行业作为新兴行业，消费者的认知度仍有待提高，尽管集成吊顶产品在厨卫装修市场占比较大，但相对整体的住宅装修吊顶市场而言占比仍然较小，主要市场份额仍为传统吊顶所占据。

从集成吊顶行业内部来看，目前我国从事集成吊顶生产的企业较多，行业集中度较低，不同企业之间的竞争力差距较大。以奥普家居、友邦吊顶、浙江奥华等为代表的少数几家企业具备较强的自主研发能力和产品设计能力，拥有较好的品牌形象和全国性的销售网络，市场竞争力较强。行业内大部分企业普遍规模偏小，甚至存在“前店后厂”的作坊式企业。这些企业研发设计能力弱，通常只能生产集成吊顶中的扣板、辅件等，不具备生产集成吊顶中承担功能模块的主机设备的能力，且该类企业缺乏品牌知名度和稳定的销售渠道，产品品质不高，竞争力不强。

根据前瞻产业研究院分析整理，国内集成吊顶企业数量众多，行业集中度较低，但区域集中度较高，主要集中于以浙江嘉兴为中心的长三角生产基地，以及以广州、佛山为中心的珠三角生产基地，其中长三角产销量约占行业 60%，珠三角约占 30%。

尽管企业数量众多，但不同企业间竞争力差距相对较大。以奥普家居、友邦吊顶、美尔凯特、法狮龙等为代表的少数几家企业具备较强的自主研发能力和产品设计能力，拥有较好的品牌形象和全国性的销售网络，市场竞争力较强。

公司及行业内主要竞争对手 2018 年产销情况如下表：

公司名称	销售收入（万元）	销售数量（万片）	产能
奥普家居	63,834.54	4,909.30	5,249.28 万片
友邦吊顶	67,585.62	5,288.62	2017 年末约 4,000 万片
美尔凯特	26,800.00	无公开数据	
法狮龙	51,725.67	2,099.13	2,247.34 万片

公司名称	销售收入（万元）	销售数量（万片）	产能
巴迪斯		无公开数据	
浙江奥华		无公开数据	

2、行业利润水平的变动趋势

家居行业正处于高速发展期，行业内企业众多、集中度低。行业呈现两极分化：品牌定位明确，自主研发设计能力突出，营销网络完善的企业在竞争中脱颖而出，拥有较高的利润率；而规模较小，自主设计研发能力较弱，缺乏自有品牌的企业则利润率较低。未来随着行业的发展，市场竞争将进一步体现为以品牌为核心的综合实力竞争，品牌影响力大、综合服务能力强企业享有更高的品牌溢价，获得更多消费者的认可，利润空间有望进一步扩大。

3、主要行业壁垒

（1）品牌壁垒

家居行业经过多年发展，已形成了相当的规模，国内品牌企业众多。目前，部分品牌在浴霸和集成吊顶领域已具有很高的品牌知名度，树立了良好的品牌形象，在市场竞争中占有优势。而品牌建设不仅需要大量资金长期投入，还需要持续推出高品质产品的支撑、长时间品牌文化的积淀以及高超的品牌管理技巧。行业新进者较难在短时间内累积较好的口碑、较高的品牌知名度，故品牌成为进入本行业的重要壁垒。

（2）设计研发能力壁垒

浴霸、集成吊顶等家居产品与消费者的日常生活相关度较大，产品需要外观优美、功能齐全、性能优异，才能在众多产品中脱颖而出，满足消费者不断提升的需求。产品的不断进步、升级对厂商的研发设计能力提出更高要求。只有拥有较强研发设计实力的企业才能在产品设计上不断创新，使产品跟上科技进步以及消费趋势，获得消费者认可，最终在市场竞争中胜出。而提升研发设计能力需要打造一支高素质的研发设计团队，以长久的产品生产经验、丰富的产品种类作为基础，以及大量的应用案例作为支撑，对行业新进入者构成壁垒。

（3）营销网络壁垒

目前，浴霸行业及集成吊顶行业普遍采用经销商模式。经销商的数量及市场覆盖范围、经销商销售实力以及服务能力等是影响企业营销网络有效性的重要因素。吸引优秀经销商加盟，建设强大的营销网络不仅需要财力、人力的持续投入，还需要企业具备强大的品牌号召力及产品吸引力，对于经销商渠道的后续管理与维护支持更需要雄厚的企业实力和相应的管理及设计人才。此外，销售终端的很多店面位置均具有稀缺性和不可复制性，因此营销网络构成了行业进入壁垒。

（4）产品质量壁垒

浴霸以及集成吊顶的使用环境决定了，其对防水、防湿、防爆等安全性条件有着极高要求，而成熟的生产工艺与质量控制体系是产品质量、安全性的重要保障。目前行业龙头如本公司等企业，经过多年研发不断改进产品工艺，采用新型发热材料提升产品发热效率，延长产品老化时间，提升产品抗冲击能力等，使产品质量及安全性均得到较大的提升。由于生产工艺的改进和完善需要一定时间的累积，因此新进企业难以在短期内形成成熟的生产工艺而生产出质量过硬的产品，因此本行业具备产品质量壁垒。未来随着行业标准的不断提升，对产品的质量要求更加具体化、严格化，产品质量壁垒将进一步升高。

（七）行业经营模式

行业内企业普遍采用以经销商渠道为主的销售模式，经销商自建专卖店、专营店。行业内企业将产品销售给经销商，由经销商负责向最终消费者销售，并提供安装与售后服务。友邦吊顶、浙江美大、老板电器、华帝股份、欧普照明等均以经销商模式为主要销售方式。

除经销商渠道外，行业内还有 KA 渠道、大宗客户渠道、直营渠道等销售渠道。KA 渠道是指向大型商场如苏宁、国美等销售产品，并由该类商场向终端消费者进行销售；大宗客户渠道是指企业直接向房地产企业、家装企业等大宗客户销售产品；直营渠道分为线下直营渠道及线上直营渠道，线下直营渠道是指企业通过自营店铺直接向终端消费者销售产品，线上直营渠道是指企业通过淘宝、京东、天猫等电商平台或自营线上商店、手机 APP 等渠道向终端消费者直接销售

产品。

(八) 影响本行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

(1) 国家相关政策的扶持为行业发展提供有利的政策环境

住房和城乡建设部 2008 年发布《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》，要求各地制定出台相关扶持政策，引导和鼓励新建商品住宅一次装修到位或采用菜单式装修模式，分步实施，逐步达到取消毛坯房、直接向消费者提供全装修成品房的目标。近年来，随着各地方政府实施细则的陆续出台，“全装修”、“成品房交付”、“绿色建造”将成为商品住房发展的大趋势，在带动家居行业发展的同时，推进我国建筑产业现代化并全面提升商品住宅质量品质。

发改委、工信部、民政部、财政部、住建部、交通运输部、农业农村部、商务部、国家卫生健康委和市场监管总局于 2019 年 1 月 28 日联合发布《进一步优化供给推动消费平稳增长促进形成强大国内市场的实施方案（2019 年）》的通知，其中对家电支持内容主要如下。

支持绿色、智能家电销售：有条件的地方可对产业链条长、带动系数大、节能减排协同效应明显的新型绿色、智能化家电产品销售，给予消费者适当补贴。

促进家电产品更新换代：有条件的地方也可对消费者交售旧家电(冰箱、洗衣机、空调、电视机、抽油烟机、热水器、灶具、计算机)并购买新家电产品给予适当补贴，推动高质量新产品销售。

(2) 宏观经济稳健发展为行业发展提供了良好的经济环境

我国宏观经济呈现稳步增长的态势，居民收入水平不断提高，消费者对生活品质的要求亦不断提高，消费结构不断升级，有利于家居行业的发展。未来我国宏观经济运行稳定的态势将为行业内企业创造良好的经济环境。

(3) 城镇化进程加快为家居行业提供了广阔的市场空间

未来随着我国城镇化进程稳步推进，持续有大量农村人口向城镇转移，由此

带来的新增住房需求较大，进而带动家居行业的消费增长。

(4) 成熟的产业链有利于行业发展

家居行业经过多年发展，已形成一条较为成熟的产业链。上游原材料、生产设备供应较为充足，分布较为广泛，能够较好的满足行业内企业的采购需求；下游客户消费能力不断提高，销售渠道畅通；同时，物流行业的快速发展也使得行业内企业的采购成本、销售成本都大幅降低。愈发成熟的产业链将对家居行业的发展起到促进作用。

2、不利因素

(1) 行业竞争不规范

家居行业市场集中度较低，存在较多规模较小的企业。部分企业为夺取市场份额，采用以次充好、低价竞争的策略，扰乱了正常的竞争秩序，同时误导消费者，对行业形象造成了一定伤害，对行业利润水平产生了不利影响。

(2) 房地产市场发展影响行业需求

家居行业消费需求与房地产市场的发展存在一定关联性。近年来，国家房地产市场取得了长足发展，但也造成了房价的大幅上涨，出现了偏离普通民众实际购买力的情形。为保持房地产市场平稳健康发展，国家出台了一系列政策对房地产市场进行调控，将会在一定程度上对家居行业需求产生影响。

(九) 公司所处行业与上下游行业的关联性

1、上游行业

公司所处行业为家居行业，主要产品为浴霸、集成吊顶以及其他家居产品。上游行业主要为金属板材、五金件、塑料及机电零部件。由于本行业对原材料的需求在品种规格上较为分散，不存在对某一种原材料的高度依赖，且原材料之间的替代性较强。因此，本行业企业对上游行业企业依赖程度较小，部分大型企业对上游供应商具有一定的议价能力，可以减轻上游行业波动带来的不利影响。

2、下游行业

家居行业的下游主要包括住宅装修消费者、精装修楼盘的房地产开发商、家装公司等。房地产行业的波动一定程度上会对行业的需求端造成影响，但一方面消费家居行业尚处于行业快速发展期，消费者消费观念的改变带来的市场需求较大；另一方面，我国城镇化建设正在稳步推进之中，城市住房的刚性需求没有减弱，对家居产品需求相对稳定。故本行业现阶段受下游行业周期性的影响有限。

（十）行业技术水平及技术特点

1、浴霸行业技术水平及技术特点

浴霸行业的核心技术主要体现在发热元件制造、风道结构及风轮叶形结构设计、空气净化技术、智能控制系统等方面。灯暖型浴霸发热元件主要为红外灯泡，风暖型浴霸发热元件主要为 PTC 陶瓷发热片，发热元件的发热效率、使用寿命及安全性等是影响产品质量的关键因素；浴霸风道结构及风轮叶形设计水平则主要影响暖风在房间内的可达区域、循环方式等，对消费者的使用感受有着较大影响；空气净化技术主要体现在产品的除尘、除菌等功能上，对于提升室内空气质量起到关键作用；智能控制系统可实现远程预热、自动故障诊断、语音控制等功能，亦可提升消费者使用感受。

2、集成吊顶行业技术水平及技术特点

集成吊顶行业的核心技术主要体现在新产品设计能力、金属表面处理及表面涂层的工艺等方面。行业中企业目前主要采用铝材作为集成吊顶扣板的主要材料，包括本公司在内的少数优势企业通过不断改进生产工艺、改进涂层的化学成分及涂覆工艺以提升产品防霉、防潮、抗菌等性能，并逐渐开发出了以新型材料为主的大尺寸集成吊顶扣板，使得产品美观性和健康性均有较大提升。行业内优势企业通过不断创新、不断提升产品质量及美观度，引导消费者偏好，引领市场变化趋势；而大量小规模企业则通过模仿，跟随市场趋势。集成吊顶行业发展时间尚短，未来行业技术存在较大的进步空间。

（十一）行业的周期性、区域性、季节性

1、行业的周期性

家居行业与宏观经济发展状况、居民可支配收入水平及房地产行业发展情况相关度较高。目前我国正处于消费升级的阶段，家用电器产品下游市场需求较为旺盛，而集成吊顶等新型一体化装修材料的普及度正在快速提升中，故现阶段行业处于快速发展期，周期性不明显。

2、行业的区域性

从消费端看，家居行业没有明显的区域性特征，但由于家居产品与人均可支配收入水平相关度较高，因此呈现东部沿海地区等经济发达地区消费量相对较高的情况。

从产品制造端看，家居产品制造业具有一定区域性，产业集群效应较为明显，行业内企业主要集中于长江三角洲与珠江三角洲地区。上述两个地区相应的配套设施齐备，供应商资源丰富，物流体系发达，区域内家居行业企业众多且具有较强的竞争力。

3、行业的季节性

总体而言，家居产品的销售量与家庭装修意愿相关度较高，受到我国传统消费习惯和节假日效应的影响，每年国庆节至春节前是国内家装的高峰时段，因此每年的三、四季度销售量相对更高，行业呈现出一定的季节性特征。

三、发行人的竞争地位

（一）公司的行业地位

公司作为业内较早从事浴霸及集成吊顶产品研发、生产和销售的企业，始终注重产品功能研发、设计和安全性等方面的投入，引领行业内产品质量标准，并多年在行业内保持领先地位。公司是全国工商联家具装饰业商会智能家居专委会副会长单位，中国建筑装饰装修材料协会天花吊顶材料分会常务副会长，中国建筑装饰协会住宅部品产业分会副会长以及中国家用电器协会会员。公司参与拟定了行业多个国家标准：公司作为起草工作组组长，于 2008 年组织拟定浴霸国家标准——《浴室电加热器具（浴霸）》（GB/T22769-2008），于 2010 年组织拟定集成吊顶国家标准——《家用和类似用途多功能吊顶装置》

(GB/T26183-2010)。

公司成立以来荣获了多项荣誉，近年来获得的荣誉主要有：2017 年公司荣获中国建筑装饰协会颁发的“2016 年度中国建材家居影响力民族品牌”、“2016 中国建材家居百家品牌企业”，获得中国建筑装饰协会、清华大学颁发的“2016-2017 年度中国十佳家居建材品牌”等荣誉。公司集成吊顶产品 2017 年荣获中装协天花吊顶协会颁发的“集成吊顶行业十大品牌”，荣获中国建筑装饰协会颁发的“2016 年度中国家居装饰装修材料行业百强企业（吊顶）”。公司浴霸产品 2017 年获得中国家用电器研究院颁发的“好产品”奖。报告期内公司获得的主要奖项与荣誉参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人技术水平与研发状况”之“（五）公司拥有的主要资质及荣誉”。

（二）主要竞争对手

1、浴霸行业主要竞争对手

名称	企业简介
飞雕电器	<p>成立于 2000 年 4 月，位于上海市，注册资本 10,960 万元。飞雕电器是国内率先进行开关插座生产和销售的企业之一，已推出移动插座、照明、水暖、浴霸、换气扇、家用线缆等建筑水电系统产品。</p> <p>飞雕电器资深工程技术研发人员近百人，先后获得国家 and 地方专利两百多项。</p>
欧普照明	<p>成立于 2008 年 10 月，位于上海市。截至 2018 年末，欧普照明总资产 73.33 亿元，归属于母公司股东的净资产 43.37 亿元，股本 7.56 亿元。</p> <p>欧普照明主要产品为光源和灯具，同时也提供照明整体解决方案，其产品主要应用于通用照明领域。2018 年度，欧普照明的照明应用产品等产量为 35,596 万件，销量为 34,415 万件。</p> <p>2018 年度，欧普照明实现营业收入 80.04 亿元，归属于母公司股东的净利润 8.99 亿元。欧普照明 2018 年研发费用为 3.17 亿元，截至 2018 年末研发人员数量为 555 人，占员工总数比例为 9.51%。</p> <p>欧普照明未公开披露其浴霸产品细分情况。</p>

名称	企业简介
松下电器	<p>松下电器（Panasonic Corporation）始创于 1918 年（松下电气器具制作所），松下电器（中国）有限公司成立于 1994 年 8 月，位于北京市，注册资本 176,498.5382 万美元。</p> <p>松下电器（中国）主要事业领域包括家电冷热设备、环境方案、互联解决方案、汽车电子和机电系统、以及其他解决方案、服务等。其中，环境解决方案经营范围包括照明、开关插座、低压配电、电动工具、导轨、全热交换器、进气风机、风幕机、天埋扇、浴霸、空气净化器、空气净化器、浴霸、风幕机等产品，相继获得 ISO9001、ISO14001 等国际管理体系的认证，实施国际标准化管理；并通过了康居认证、节能认证、高新技术产品认证等。</p>
美的集团	<p>美的集团股份有限公司，成立于 2000 年 4 月，位于广东省佛山市。截至 2018 年末，美的集团总资产 2,637.01 亿元，归属于母公司股东的净资产 830.72 亿元，股本 666.30 亿元。</p> <p>美的集团是一家消费电器、暖通空调、机器人与自动化系统、智能供应链（物流）的科技集团，提供多元化的产品种类与服务，包括以厨房家电、冰箱、洗衣机及各类小家电为核心的消费电器业务。</p> <p>2018 年度，美的集团实现营业收入 2,618.20 亿元，归属于母公司股东的净利润 202.31 亿元。美的集团 2018 年研发费用为 83.77 亿元，截至 2018 年末研发人员数量为 12,321 人，占员工总数比例为 10.74%。</p> <p>美的集团未公开披露其浴霸产品细分情况。</p>
上海龙胜	<p>上海龙胜实业有限公司，成立于 2002 年 3 月，位于上海市，注册资本 5,000 万元。</p> <p>上海龙胜主要从事管业（PP-R 给水，PE-RT 采暖等）、家居水配件、开关插座、低压电气、浴霸、换气扇、集成吊顶等家居水电建材产品研发、制造、销售。</p> <p>上海龙胜是上海市高新技术企业，拥有发明、实用新型、外观等专利百余项，是室内加热器安全强制性国家标准（GB4706.23-2007）的起草单位之一。</p>

注：上述企业排名不分先后，企业简介主要来源于各企业官方网站公布信息。

2、集成吊顶行业主要竞争对手

名称	企业简介
友邦吊顶	<p>友邦吊顶主要产品为集成吊顶、背景墙等，主要应用于厨卫、客餐厅和阳台等家装领域以及酒店、写字楼、机场等公装领域，拥有“友邦”、“YOUBON”、“ACOLL”等集成吊顶品牌。</p> <p>2018 年度，友邦吊顶集成吊顶功能模块产量为 144.92 万套，销量为 149.95 万套；集成吊顶基础模块产量为 5,249.27 万片，销量 5,288.62 万片。</p> <p>2018 年度，友邦吊顶实现营业收入 7.25 亿元，归属于母公司股东的净利润 1.04 亿元。</p> <p>友邦吊顶 2018 年研发费用为 3,444.67 万元，截至 2018 年末研发人员数量为 131 人，占员工总数比例为 11.58%，拥有专利 915 项，其中发明专利 13 项。</p>
浙江奥华	<p>成立于 2002 年 2 月，位于浙江省嘉兴市，注册资本 2,800 万元。</p> <p>浙江奥华主要从事室内空调、照明、新风、智能控制、饰材、集成吊顶、晾衣机等产品研发、生产及销售，拥有“奥华”集成吊顶品牌。</p> <p>浙江奥华系国家高新技术企业，根据浙江奥华官方网站介绍，其拥有 178 项集成吊顶行业专利技术，其中国家发明专利 5 项，实用新型专利 27 项。</p>
美尔凯特	<p>成立于 2014 年 9 月，位于浙江省嘉兴市，注册资本 3,333 万元人民币。</p> <p>美尔凯特产品涵盖厨房集成吊顶、卫浴集成吊顶、阳台集成吊顶和餐厅客厅集成吊顶四大产品线。公司年生产能力达 40 万套高端集成吊顶。</p> <p>根据美尔凯特 2018 年度社会责任报告，2018 年美尔凯特实现销售收入 2.68 亿元，利润总额 3,700 万元。</p> <p>美尔凯特为浙江省高新技术企业。</p>
法狮龙	<p>成立于 2007 年 3 月，位于浙江省嘉兴市。截至 2018 年末，法狮龙总资产 5.08 亿元，归属于母公司股东的净资产 3.38 亿元，股本 0.97 亿元。</p> <p>法狮龙主要从事集成吊顶、集成墙面等产品的研发、生产和销售，产品主要用于建筑室内装修、装饰。2018 年度，法狮龙集成吊顶功能模块产量为 76.2 万件，OEM 产量 6.8 万件，销量为 81.64 万件；集成吊顶基础模块产量为 2,164.95 万片，OEM 产量为 12.22 万片，销量为 2,099.13 万片。</p> <p>2018 年度，法狮龙实现营业收入 5.17 亿元，归属于母公司股东的净利润 0.82 亿元。法狮龙 2018 年研发费用为 2,024.11 万元，截至 2018 年末研发人员数量为 76 人，占员工总数比例为 11.73%，拥有专利 141 项，其中发明专利 9 项。</p>

名称	企业简介
巴迪斯	<p>佛山市巴迪斯新型建材有限公司，成立于 2004 年 8 月，位于广东省佛山市，注册资本 1,000 万元。</p> <p>巴迪斯主要从事集成吊顶、集成墙面、集成电器、工程天花及铝幕墙的生产及销售服务。</p>

注：上述企业排名不分先后，企业简介主要来源于各企业官方网站公布信息。

（三）公司的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）品牌优势

公司自成立以来一直从事浴霸、集成吊顶等产品的设计、研发、生产和销售等，并着力培育“奥普”品牌。“奥普”品牌由奥普电器始创于 1993 年，后由公司承接。经过二十余载的市场开拓，“奥普”品牌已成为浴霸及集成吊顶行业的知名品牌，在消费者中有较高的知名度和美誉度，品牌优势已成为公司的核心优势之一。“奥普”品牌风格时尚，产品质量优秀，在消费者中拥有较高口碑，曾荣获“浙江名牌产品”、“浙江省著名商标”、“消费者最信赖品牌”、“中国家电行业最具影响力品牌”、“集成家居十大品牌”等多项荣誉。2014 年起，公司在原有浴霸及集成吊顶产品基础上逐步开拓其他家居产品，致力于让“奥普”成为知名家居品牌。

（2）质量控制优势

公司长久以来一直重视产品质量的控制，着眼于对产品工艺进行持续改进，对生产流程进行全面监测，并严格把控质量检测环节，使奥普产品品质得到可靠保证。经过多年的市场检验，奥普品牌得到了消费者的充分认可与信赖，积累了较高的知名度与美誉度。

奥普产品质量优势来源于公司先进的质量检测系统。公司建有行业领先的检测中心——奥普检测中心。奥普检测中心于 2017 年 10 月获得了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的《实验室认可证书》（注册号：CNAS L10305），认可奥普检测中心符合《检测和校准实验室能力的通用要求》，具备有关服务、

检测能力。奥普检测中心掌握着业内核心技术，拥有全面领先的检测能力。检测中心可以对浴霸整机进行综合检测，测试项目包括电气安全综合测试、使用性能测试、老化寿命测试等；还可以对浴霸各零部件进行单独检测，测试项目包括材料性能测试、光学测试、ROHS 测试等。奥普检测中心通过专业、严格的检测确保产品质量，为消费者提供安全、可靠的产品。

(3) 营销网络优势

公司拥有覆盖广泛的多层级、多渠道的销售网络，并通过品牌宣传、明星活动、口碑传播、O2O 等多种方式引流，主要销售渠道有经销商渠道、大宗客户渠道、KA 渠道、外销渠道和直营渠道等。截至 2019 年 6 月 30 日，公司在全国拥有 862 家经销商，共开设了 1,638 家专卖店、3,159 家专营店，系家居行业内在销售网络覆盖、渠道资源丰富、渠道管理规范等方面领先的企业。

近年来，公司坚持对销售服务网络精耕细作，继续完善店面覆盖、优化店面选址、升级店面设计及产品展示等，致力于为消费者提供更好的消费体验。公司制定有《奥普招商政策》、《奥普浴霸终端建设政策与管理规定》、《奥普集成吊顶专卖店开店政策与建设管理规定》等经销商及专卖店标准化管理手册，不断完善经销商筛选标准以及对经销商的店面管理、企业文化以及服务培训、考核等多项市场网络运营及健全制度，与经销商实现良性互动及共同发展。

得益于公司优秀的企业文化、完善的销售管理制度以及多年来对销售网络的建立健全，经销商对公司有较高的认同感及忠诚度。报告期内，经销商队伍较为稳定，且随着公司对经销商管理的不断优化深入，经销商销售实力亦不断提升。公司在不断夯实现有销售渠道的基础上，加强现有渠道客户成功经验的可复制性，为公司销售网络的进一步完善打下了坚实的基础。

(4) 设计研发优势

公司长期以来重视产品品质与美观相融合，产品设计风格受到众多消费者的喜爱。经过多年的发展，公司已经培育了一支行业领先的设计师队伍，不断更新产品系列，提升产品功能、品质与美观度。公司目前已推出新风、智爱、暖锋、纯平等多个系列浴霸产品，大师、欧梵、印象、自由 π 等多个系列集成吊顶产品，

上述产品在同行业众多产品中获得较高的市场认可。同时，公司充分利用外部资源，与中国建筑科学研究院、中国美术学院及独立设计工作室达成合作，共同进行产品开发。

截至本招股说明书签署之日，公司拥有以“奥普”为代表的商标权 299 项、专利权 531 项，研发设计能力处于行业前列。

(5) 服务优势

家居产品与消费者日常生活紧密相关，企业的综合服务能力是影响消费者体验的重要因素，亦是家居行业企业核心竞争力之一。公司秉承客户至上的服务理念，设立有全国统一的会员服务中心，统一、标准的客服流程以及完善的经销商培训体系，一方面有利于为消费者提供优质服务，另一方面有利于公司获取终端消费反馈数据，为研发、营销及服务提升等提供支持。公司于 2016 年荣获中国电子商务协会客户联络中心专业委员会评选的“2016 客户口碑最佳联络中心”奖。公司优秀的服务能力，为公司业务的扩张奠定了基础。

2、竞争劣势

(1) 生产能力不足

公司成立以来业务发展迅速，目前生产场地、生产能力已不能满足业务快速扩张的需要，且随着公司产品系列的丰富以及产品应用场景的扩展，公司生产能力限制将日益明显，不利于公司的发展。因此，公司存在建立新生产基地的需求。

(2) 融资渠道单一，平台吸引力有待进一步加强

目前我国家居行业集中度较低，各品牌竞争激烈，公司为增强综合竞争力、巩固行业领先优势，迫切需要资金和平台支持以进一步完善销售渠道、提升研发能力、扩充产能、吸引优秀人才等。

公司目前融资渠道较为单一，且因缺少上市平台优势对优质标的资源以及优秀人才的吸引力相对较低，制约了公司的长远发展。因此，公司存在扩充融资渠道、提升平台吸引力的需求。

四、发行人主营业务情况

奥普家居秉承“为爱设计”的理念，致力于成为消费者的优秀空气管家。公司主要从事浴霸、集成吊顶等产品的研发、生产、销售及相关服务的提供，以改善家庭空气温度、干湿度、纯净度、新鲜度以及氛围度为核心，逐步从卫浴取暖走向全屋空气管理，向消费者提供全方位的智能化空气管理产品。

（一）主要产品介绍

报告期内，公司产品系列以浴霸、集成吊顶为主，并逐步扩充至厨电、照明和晾衣架等家居产品，产品风格多样、功能齐全、个性化突出，满足了不同消费群体的需求。

1、浴霸产品

浴霸装有特制热源，能够快速提升浴室温度，改变了冬日人们寒冷的洗浴体验。经过多年发展，目前浴霸已经突破最初简单的照明、取暖、通风功能发展成为一种集照明、浴室暖房、通风、换气、杀菌、湿度控制等功能为一体的综合性电器，并逐渐成为卫浴间的必备品之一。

公司主要浴霸产品示意图如下：



沐浴之旅
OPEN THE SMART AND PURE
AND FRESH TRIP TO BATH

型号：QDP2726C
功能优势：外观时尚，具有四种智能模式，为您开启时尚智能沐浴生活。

型号：QDP2726A
功能优势：集智能洗漱、智能沐浴、智能干燥、智能换气四大智能模式于一身，智能沐浴，享你所想。

型号：QDPX3528A
功能优势：集新风取暖与智能净化于一身，有效解决浴室“冷”、“脏”、“闷”、“臭”、“湿”五大问题。

型号：QDP3026AS
功能优势：一键洗漱、一键沐浴、一键换气，多种智能模式，为您提供人性化功能体验，点亮科技智能生活。五种LED照明模式，跟随季节切换灯光，自由调控，随心选择。

cm箱体 超薄体验

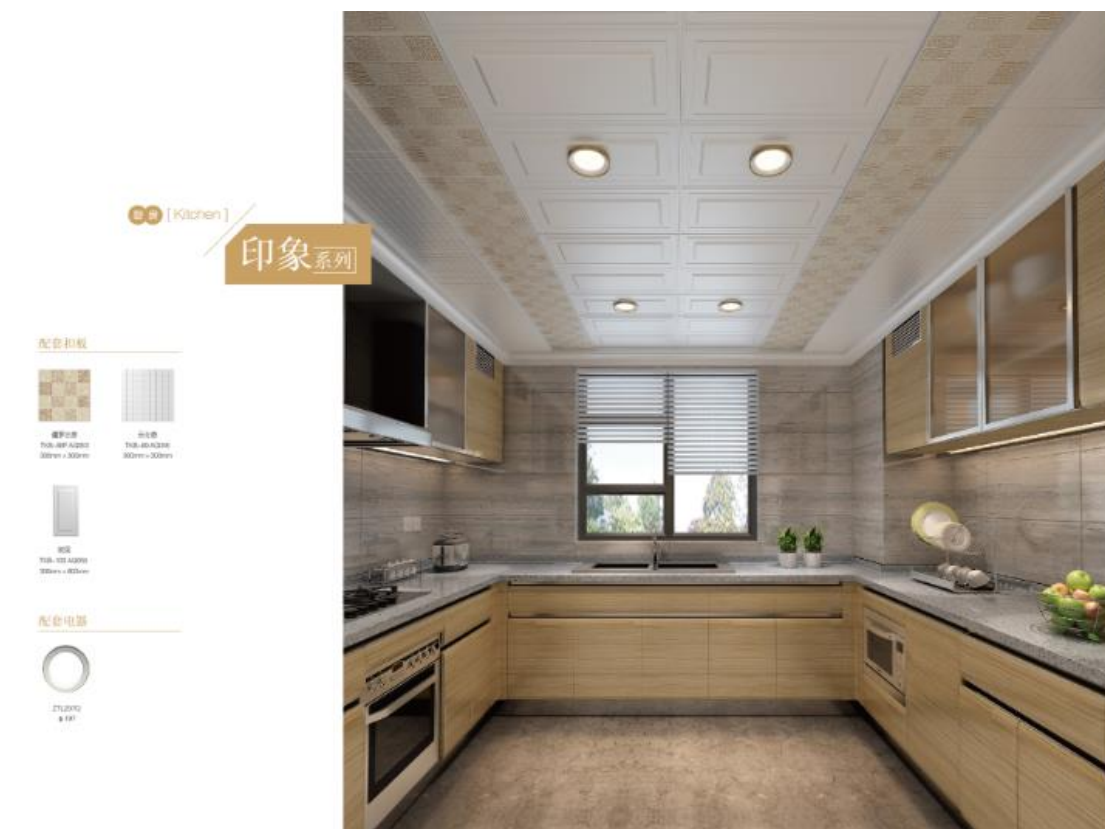
型号：QDP2126A
功能优势：具有“薄”、“暖”、“亮”、“大”四大优势，引领纤薄时尚，沐浴温暖生活。

2、集成吊顶产品

集成吊顶是通过模块化设计将吊顶基板与功能电器融合形成的一体化吊顶产品。集成吊顶具有易于拆卸、组装，因此具有清洗方便、可随意增减功能电器

的特点。

公司主要集成吊顶产品如下：



厨房 [Kitchen]

净享系列



配套扣板



净悠
TKB-109C扣板 AG002
350mm x 350mm



净馨
TKB-132A扣板 AG002
116.6mm x 350mm

配套电器



ZTL1616A
350mm x 350mm

卫浴 [Bathroom]

英伦系列

配套扣板



内嵌式嵌入式扣板
TKB-020A扣板 AG002
300mm x 300mm



内嵌式嵌入式扣板
TKB-020B扣板 AG002
300mm x 300mm

配套电器



ZTL110600
【嵌内】
275mm x 275mm



ZTL110600
【嵌内】
116.6mm x 350mm





卫浴 [Bathroom]

欧梵系列

配套扣板



凡尔赛玫瑰
T18-7-玫瑰系列4227
300mm x 300mm



皇家郁金香
T18-8-郁金香系列4227
300mm x 300mm



维也纳玫瑰
T18-9-玫瑰系列4227
300mm x 300mm



威尼斯玫瑰
T18-10-玫瑰系列4227
300mm x 300mm



威尼斯玫瑰
T18-11-玫瑰系列4227
300mm x 300mm

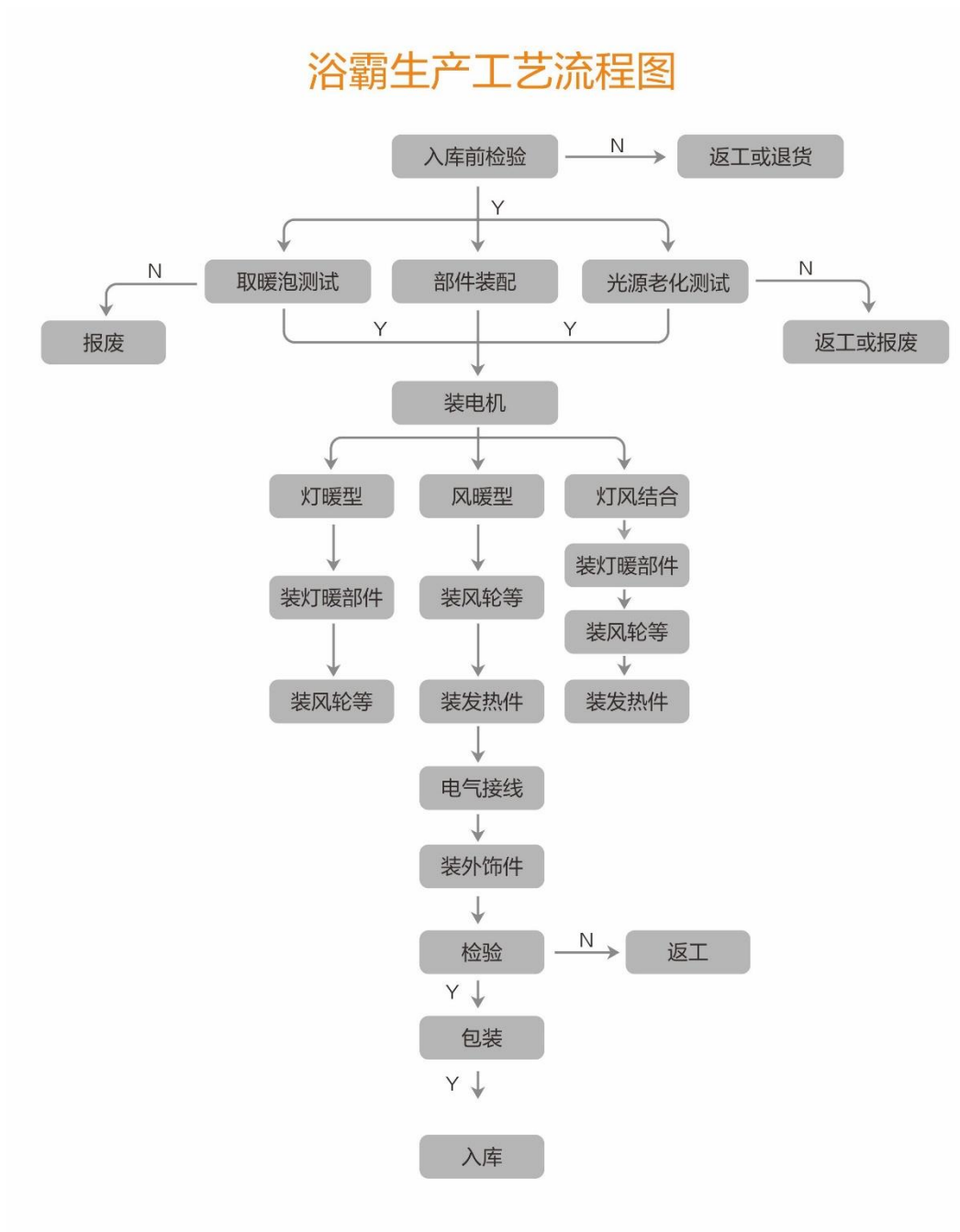
配套电器



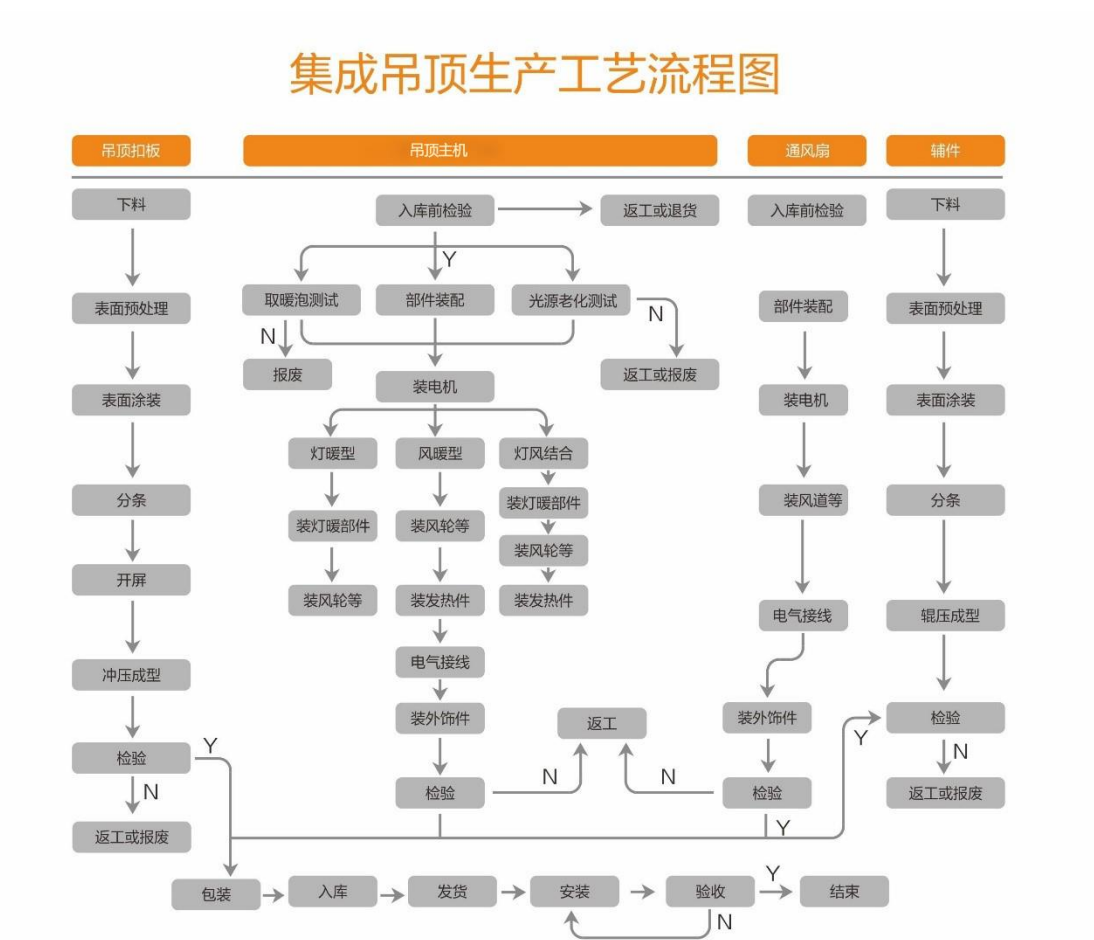
ZLD1506A
配件玫瑰
150mm x 300mm

(二) 主要产品的工艺流程图

1、浴霸生产工艺流程图



2、集成吊顶生产工艺流程图



(三) 主要经营模式

1、采购模式

(1) 采购模式简介

公司主要物料为生产加工所需的各类原材料，主要包括电器类配件（电机、箱体等）、塑料类配件、铝材、钣金件、五金件等。

公司制造中心下设生产部、采购部、品管部等部门，会同财务部对采购过程进行监控和管理。每月中旬，采购部职能人员根据生产部提供的次月《月度生产计划书》编制次月《月度采购计划》。采购计划人员在收到《月度采购计划》两日内，结合最近一次的月末材料仓库的库存编制《采购计划分配表》。《采购计划分配表》经采购部经理和制造中心总监审批后生效，采购员按《采购计划分配表》

向供应商下发《采购订单》。品管部负责对采购产品进行检验，合格产品予以入库。财务部负责核定采购价格及最终付款。

(2) 供应商管理

① 供应商选择

公司制定了《供应商管理程序》、《采购管理程序》、《采购合同管理规范》等文件规范供应商选择流程。根据上述规定，采购部依据公司需求，确定潜在供应商；有意向的潜在供应商填报《供应商调查表》并提供供应商资质；采购部经过初步筛选后，与研发中心、品管部对筛选出的供应商共同进行现场评审，并由公司制造总监做最终审核。

现场评审合格的供应商根据研发中心的技术图纸和要求生产样品；供应商在送样同时，必须提供样品检测报告、关键原料清单；有认证要求的，需提供 3C 证书和 3C 检测报告或 CQC 证书；属于危险品的还需提供《产品安全数据清单》。

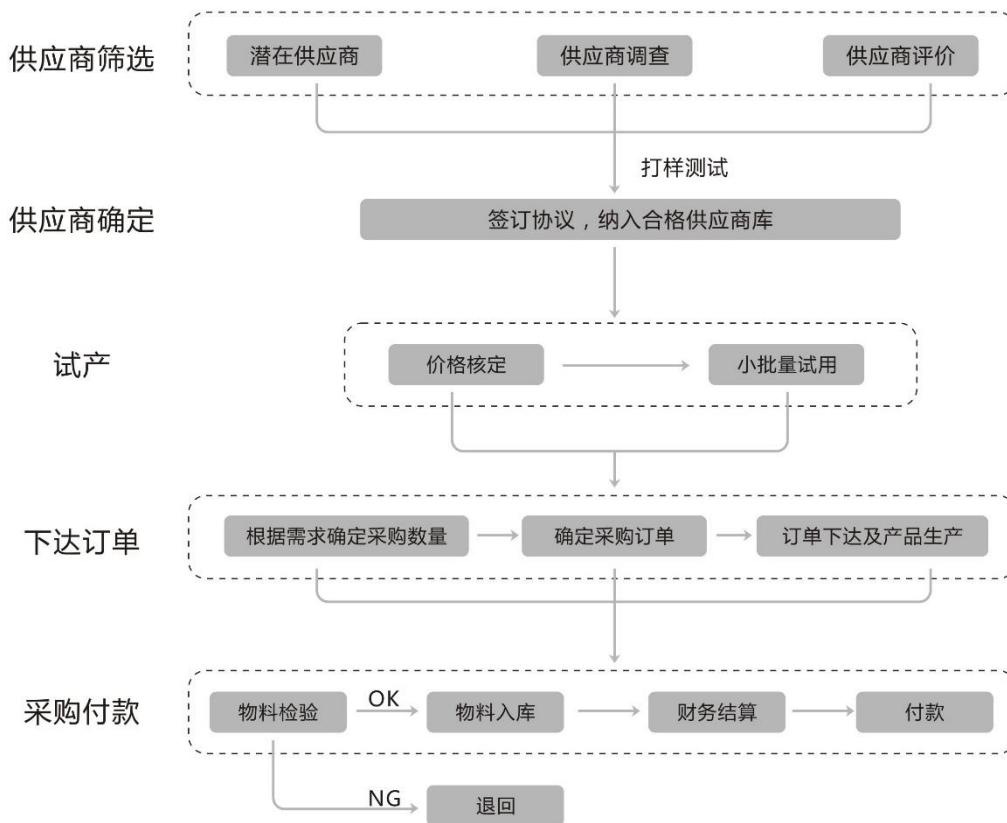
采购部收到样品后填写《样品检验申请单》，并附上研发中心提供的产品技术资料交品管部，品管部据此对样品检验。样品试样合格，且由研发中心、品管部、采购部共同协商确定试用后，在《样品检验申请单》中注明，由研发中心组织安排试用，生产部配合。公司将试样/试用合格的供应商列为合格供应商，并与其签订《供货协议》、《供应商质量保证协议》等合同。

② 供应商考核及评级

公司构建了较为完整的供应商分析考核体系：按照不同产品类别、不同供应商分类设定不同的供应商绩效评估模板，公司设研发中心、品管部、采购部等部门分别对供应商进行各自职责范围内的评估定级。对评价不合格的供应商将及时从名册中移除予以淘汰，对于评级降低的供应商将减少合作。同时公司制定有《供应商月度和年度考核表》，每月、每年对现有供应商的价格、交付及时率、事故率、产品品质等多个方面进行考核，对于考核达标的供应商，公司将与之继续合作；对于考核不达标的供应商，公司将依据情况选择是否淘汰。

(3) 采购流程

采购流程图



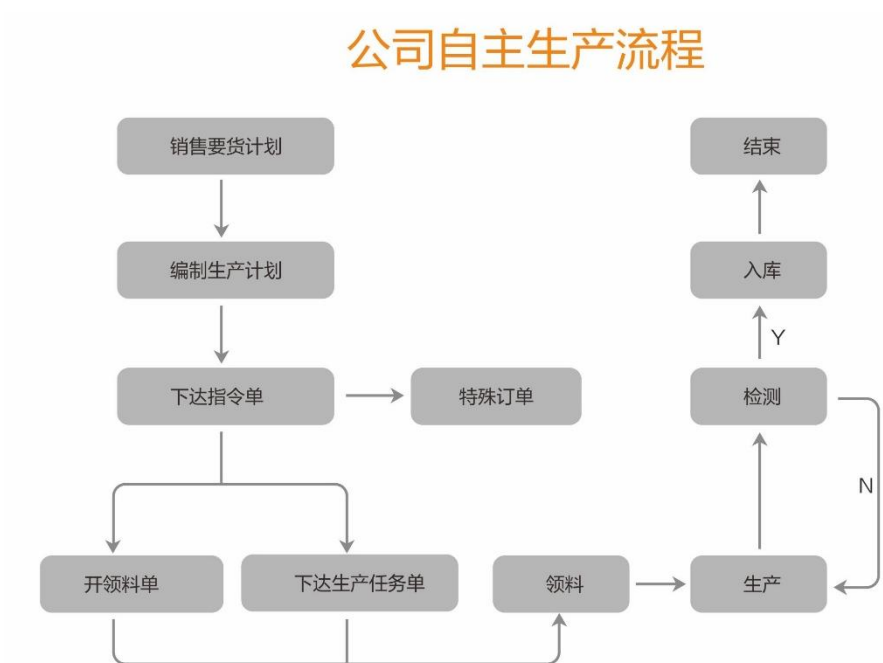
2、生产模式

报告期内，公司采取自主生产和外协生产相结合的生产模式。报告期内，公司中高端系列浴霸、集成吊顶主机等主要采取自主生产方式，部分低端系列浴霸采取外协生产方式。2016年，公司集成吊顶扣板采用外协生产方式，2017年公司开始自主生产。

(1) 自主生产模式

公司生产部根据商务部、国际贸易部等部门接到的订单情况结合当月销售计划以及目前库存水平，于每月底编制次月的月度生产计划。根据月度生产计划，生产部向各车间下发生产指令单，领料员根据生产指令单前往原材料仓库领料，并交由各生产车间开始执行生产指令。生产指令单完工后由品管部检验，检验合格后交由仓库接收入库，并生成产成品入库单。

公司自主生产流程如下：



(2) 外协生产模式

报告期内公司外协生产主要包括 OEM 生产和委托加工两种模式。公司采用 OEM 方式生产部分型号的浴霸产品及集成吊顶扣板、辅件等；采用委托加工方式对部分原材料如铝卷、铝锭等进行初步加工。

① 发行人 OEM 生产情况

OEM 生产模式下，公司与外协厂商签订产成品采购合同，外协厂商按公司的产品设计，自行采购原材料、生产并提供产成品，最终使用公司品牌。报告期内，公司 OEM 生产整体占比不高。

报告期内，公司主营产品收入，按生产方式及产品品类构成如下：

单位：万元

产品类别	2019 年 1-6 月销售收入		2018 年度销售收入		2017 年度销售收入		2016 年度销售收入	
	生产方式- 自制	生产方式- -OEM	生产方式- 自制	生产方式- -OEM	生产方式- 自制	生产方式- -OEM	生产方式- 自制	生产方式- -OEM
浴霸及集成吊顶主机	42,125.18	11,386.58	92,335.06	21,006.67	96,136.92	15,740.44	74,334.07	16,517.83

产品类别	2019年1-6月销售收入		2018年度销售收入		2017年度销售收入		2016年度销售收入	
	生产方式-自制	生产方式-OEM	生产方式-自制	生产方式-OEM	生产方式-自制	生产方式-OEM	生产方式-自制	生产方式-OEM
集成吊顶扣板	14,834.86	45.79	30,219.66	471.00	22,376.27	7,287.81	-	24,858.44
集成吊顶配件	1,883.73	1,313.09	3,585.08	2,653.59	2,029.37	4,446.14	1,463.73	4,180.56
厨电产品	990.38	729.82	3,521.04	188.16	2,663.44	479.36	-	-
其他	3,929.88	4,943.53	2,929.11	10,087.36	457.92	5,877.50	3.71	2,576.87
合计	63,764.03	18,418.81	132,589.94	34,406.78	123,663.91	33,831.25	75,801.51	48,133.70

报告期内发行人通过不同生产模式生产产品对外销售对应的销售规模及毛利率情况如下：

时间	销售收入（万元）		毛利率（%）	
	生产方式-自制	生产方式-OEM	生产方式-自制	生产方式-OEM
2019年1-6月	63,764.03	18,418.81	51.14	44.79
2018年度	132,589.94	34,406.78	51.21	42.07
2017年度	123,663.91	33,831.25	50.49	37.45
2016年度	75,801.51	48,133.70	52.98	43.58

报告期内，发行人主要通过自制方式生产，2017年通过自制方式生产产品对应的收入大幅增加，主要系因为当年集成吊顶扣板从OEM方式转为自制所致。由于集成吊顶扣板毛利率低于浴霸、吊顶主机等自制产品，高于吊顶配件、晾衣架等其他OEM产品，该结构变化导致发行人2017年自制、OEM产品毛利率均有所下滑。2018年，发行人自制方式生产产品实现的销售毛利率小幅上升，主要原因系发行人线上直营渠道销售占比提升，以及大宗客户渠道销售占比下降所致；发行人通过OEM方式生产产品实现的销售毛利率增长较多，主要系一方面公司通过OEM方式生产的产品结构发生变化所致，另一方面则亦受益于发行人线上直营渠道销售的上升。

发行人自制产品毛利率普遍高于OEM产品，主要系一方面对于同型号产品，自制成本低于OEM采购成本；另一方面自制产品普遍属于高端产品，毛利率偏

高。各主要产品类别的 OEM 具体情况如下：

A. 浴霸及集成吊顶主机

公司浴霸及集成吊顶主机 OEM 产品主要包括两部分：第一，部分相对低端的浴霸，主要交由浙江来斯奥电气有限公司等 OEM 厂商生产。第二，部分照明模块，主要系集成吊顶主机中 LED 平板灯、嵌入式天花灯等照明模块，供应商主要系昆山诚泰电气股份有限公司。

报告期内公司 OEM 采购的浴霸及集成吊顶主机对外实现的销售收入、成本及占整体比例情况如下：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
OEM 模式生产的浴霸及集成吊顶主机对应实现的营业收入	11,386.58	21.28	21,006.67	18.53	15,740.44	14.07	16,517.83	18.18
OEM 模式生产的浴霸及集成吊顶主机对应发生的营业成本	4,903.01	21.56	9,399.08	19.31	8,215.87	15.94	8,617.35	20.72
OEM 模式生产的浴霸及集成吊顶主机对应的销售毛利率		56.94		55.26		47.80		47.83
浴霸及集成吊顶主机整体毛利率		57.51		57.05		53.92		54.23

如上表所示，发行人采用 OEM 生产的浴霸及集成吊顶主机最终销售实现的毛利率低于整体毛利率，主要系由于产品类别差异所致。

2017 年公司通过 OEM 方式生产的浴霸及集成吊顶主机最终销售对应的收入、成本金额及占比均有所下降，主要系公司中低端浴霸销量降低所致。2017 年下半年以来，公司将 ZDL、ZTL 系列平板灯由自制调整为 OEM，从而使得 2018 年以来公司通过 OEM 方式生产的浴霸及集成吊顶主机，对应实现的收入、成本金额及占比均有所上升。

2018 年以来公司通过 OEM 方式生产的浴霸及集成吊顶主机，对应实现的毛利率上升较多，主要系一方面 ZDL 及 ZTL 系列平板灯销售毛利率较高，另一方面公司通过 OEM 方式生产的浴霸及集成吊顶主机，通过线上直营渠道销售规模

大幅上升，而线上直营渠道销售毛利率普遍较高所致。

B. 集成吊顶扣板

2016年，公司集成吊顶扣板均采用OEM方式生产，供应商为浙江劲源、中山博琅。2017年上半年，公司陆续收购浙江劲源及中山博琅与集成吊顶扣板业务相关资产，扣板生产方式由OEM调整为自制。

报告期内公司通过OEM方式生产的扣板，对应实现的销售收入、成本及占整体扣板收入和成本比例等情况如下：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
OEM采购的扣板营业收入	45.79	0.31	471.00	1.53	7,287.81	24.57	24,858.44	100.00
OEM采购的扣板营业成本	20.92	0.25	328.91	1.85	4,322.28	24.57	14,986.00	100.00
OEM采购的扣板毛利率	54.31		30.17		40.69		39.71	
整体扣板毛利率	42.69		42.18		40.69		39.71	

2017年上半年公司陆续收购浙江劲源及中山博琅与集成吊顶扣板业务相关资产后，采用OEM方式生产的扣板大幅降低，相应产品对应的销售收入、成本金额及占比亦大幅下降。2018年，公司OEM采购的扣板主要系部分定制扣板，由于其销量相对较小，而生产工序较多，故仍采用OEM方式生产。2019年1-6月，公司外购扣板占比进一步下降，但由于该部分扣板多为高端定制化产品，毛利率相对较高。

C. 厨电产品

公司通过OEM方式生产的厨电产品主要系电蒸炉、电烤箱、手工水槽、水龙头等配套厨电产品，主要OEM供应商系中山市米乐电器有限公司、中山市玛亚厨具有限公司、台州舒典洁具有限公司等。此外，2017年公司收购杭州博朗尼集成灶业务过程中，亦购得其部分厨电产品，视同通过OEM方式生产。

报告期内公司通过OEM方式生产的厨电产品，对应实现的销售收入、成本情况如下：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
通过 OEM 方式生产的厨电产品对应的营业收入	729.82	42.43	188.16	5.07	479.36	15.25
通过 OEM 方式生产的厨电产品对应的营业成本	535.74	40.73	114.41	3.41	404.43	15.89
通过 OEM 方式生产的厨电产品对应的毛利率	26.59		39.19		15.63	
整体厨电产品毛利率	23.53		9.44		19.01	

2017 年公司通过 OEM 方式生产的厨电产品销售收入、成本金额及占比相对较高主要系当年收购杭州博朗尼存货所致。

2018 年公司通过 OEM 方式生产的厨电产品，对应实现的收入、成本金额及占比相对较低，对厨电产品整体成本、毛利率影响均相对较小。

2019 年 1-6 月公司厨电产品生产线搬迁，故将部分主推厨电产品型号仍采用自制方式生产，而其他厨电产品改为 OEM 方式生产，故 OEM 方式生产的厨电产品对应的营业收入增长较多。

②发行人委托加工生产情况

委托加工模式下，公司与外协厂商签订委托加工合同，由公司提供主要物料，外协厂商按照公司要求加工相应物料，公司向其支付加工费。公司委托加工材料主要系集成吊顶扣板的原材料铝卷、铝锭等。外协厂商主要完成铝卷、铝锭的初步处理，包括滚涂、挤压、印刷、剪板等工序。

2016 年公司通过 OEM 方式生产集成吊顶扣板，无委托加工生产；2017 年、2018 年及 2019 年 1-6 月公司委托加工生产费分别为 927.90 万元、603.79 万元和 272.03 万元。

为保证外协生产产品的质量，公司制定有《供应商管理程序》、《成品采购入库流程》、《产品监测控制程序》、《委外加工用材料及加工后产品管理规范》等制度对外协加工流程进行管控。公司采购部负责外协厂商的开拓、评价及跟踪管理

工作，对外协厂商的技术实力、生产状况、设备规模、质量水平、服务水平等各方面进行评审，综合多方面的因素选择最合适的外协供应商。公司与合作外协厂商签订成品采购合同或委托加工合同，详细约定产品质量标准、双方权利与义务等内容。此外，公司会持续对合作的外协厂商，依据订单执行情况及成品质量检测结果等指标进行复评，确保其所供产品品质可靠。

(3) 发行人 OEM 生产及委托加工金额

报告期内公司外协生产主要包括 OEM 生产和委托加工两种模式。公司采用 OEM 方式生产部分型号的浴霸、集成吊顶主机及扣板、辅件等；采用委托加工方式对部分原材料如铝卷、铝锭等进行滚涂、挤压、印刷、剪板等初步加工，主要为部分工序的委托加工。

报告期内，发行人 OEM 生产和委托加工分产品或工序的金额具体如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
OEM 生产金额	11,843.63	21,442.72	24,233.83	29,250.60
其中：浴霸及集成吊顶主机	5,284.34	9,152.00	7,727.93	8,126.48
集成吊顶扣板	39.92	203.66	6,014.38	13,846.21
集成吊顶配件	1,793.73	3,122.80	2,986.18	3,555.96
厨电产品	554.76	146.48	751.22	-
晾衣架	1,598.87	3,192.35	2,927.32	922.66
照明产品	1,483.48	2,608.96	702.58	304.07
各类促销礼品	210.06	1,243.17	1,673.33	1,573.06
其他	878.46	1,773.29	1,450.89	922.16
委托加工金额	272.03	603.79	927.90	-
其中：印刷	244.66	383.68	214.53	-
挤压	1.62	130.33	317.47	-
滚涂	-	2.39	376.79	-
剪板	-	64.58	-	-
其他	25.75	22.82	19.11	-

(4) 发行人 OEM 生产情况

①双方主要权利义务关系

发行人与 OEM 厂商签订《采购协议》，其中对双方权利及义务进行了明确约定，具体如下：

A. 发行人授权 OEM 生产商按技术资料及双方确认的封样件生产各类产品；

B. 发行人向 OEM 生产商提供商标品牌权利证书、委托书及相关技术资料，OEM 生产商对发行人所提供的技术资料负有保密责任，并不得使用甲方所提供的商标、权利技术、模具和相关资料用于向任何第三方生产、销售等业务；

C. OEM 生产商向发行人供应的产品，如有相关法律法规制定的或发行人要求的认证（包括但不限于 CCC、CQC、UL、VDE 等），OEM 生产商必须按要求通过认证，每年定期送检相关检测机构进行质量检测、每年定期做型式试验并向发行人出具型式检验报告及有关认证证书复印件，相关费用由 OEM 生产商自行承担。

②发行人 OEM 厂商采购情况

报告期内，发行人前五大 OEM 生产商主要信息、OEM 采购金额情况如下：

OEM 生产商名称	主营业务	实际控制人	OEM 采购金额(万元)	占 OEM 采购总额比例 (%)
2019 年 1-6 月				
浙江来斯奥电气有限公司	浴霸、取暖器、通风扇生产、加工	姚松良	2,930.74	24.75
昆山市诚泰电气股份有限公司	光电产品零组件、成套电器设备的生产研发及销售	盛玉林	1,715.05	14.48
宁波斯洛曼智能科技有限公司	智能晾衣架研发、生产	毛克勇	1,278.35	10.79
江阴市旭龙金属制品有限公司	轻钢龙骨等金属制品制造	黄明	775.10	6.54
中山市莱普帝斯电器有限公司	集成灶等厨电产品生产	郭坤炳	545.61	4.61
合计			7,244.85	61.17

OEM 生产商名称	主营业务	实际控制人	OEM 采购 金额(万元)	占 OEM 采购总额 比例 (%)
2018 年度				
浙江来斯奥电气有限公司	浴霸、取暖器、通风扇生产、 加工	姚松良	6,150.25	28.68
昆山市诚泰电气股份有限公司	光电产品零组件、成套电器 设备的生产研发及销售	盛玉林	2,395.81	11.17
宁波斯洛曼智能科技有限公司	智能晾衣架研发、生产	毛克勇	1,984.76	9.26
江苏绿怡智能科技有限公司	智能晾衣架研发、生产	陈位丰	1,203.21	5.61
江阴市旭龙金属制品有限公司	轻钢龙骨等金属制品制造	黄明	1,120.01	5.22
合计			12,854.03	59.95
2017 年度				
浙江来斯奥电气有限公司	浴霸、取暖器、通风扇生产、 加工	姚松良	7,572.00	31.25
中山博琅集成装饰材料有限公司	集成吊顶扣板设计、生产	奉涛、白雪松	4,132.87	17.05
江苏绿怡智能科技有限公司	智能晾衣架研发、生产	陈位丰	2,795.43	11.54
浙江劲源科技发展有限公司	集成吊顶扣板设计、生产	唐国富	1,333.77	5.50
江阴市旭龙金属制品有限公司	轻钢龙骨等金属制品制造	黄明、叶惠	1,198.71	4.95
合计			17,032.78	70.29
2016 年度				
浙江劲源科技发展有限公司	集成吊顶扣板设计、生产	唐国富	14,101.86	48.21
浙江来斯奥电气有限公司	浴霸、取暖器、通风扇生产、 加工	姚松良	8,041.00	27.49
中山博琅集成装饰材料有限公司	集成吊顶扣板设计、生产	奉涛、白雪松	2,959.85	10.12
江苏绿怡智能科技有限公司	智能晾衣架研发、生产	陈位丰	922.66	3.15
杭州普丽思科技有限公司	集成灶、展架研发、生产	方胜康	395.16	1.35
合计			26,420.53	90.32

注：上述供应商已按照同一实际控制口径予以合并；上述采购金额仅为供应商该类 OEM 产品采购金额

杭州普丽思科技有限公司系发行人共同实际控制人之一方胜康控制的企业，

属于发行人关联方。2017年4月，发行人收购了杭州普丽思与集成灶业务相关资产。

为整合集成吊顶扣板供应链，保证发行人集成吊顶扣板供应稳定性，发行人分别于2017年1月及2017年6月收购浙江劲源、中山博琅集成吊顶扣板业务相关资产。

除上述三家OEM生产商以外，报告期内发行人其余前五大OEM生产商均不与发行人存在关联关系。

③采购金额及占比发生变动

报告期发行人前五大OEM生产商采购金额合计分别为26,420.53万元、17,032.78万元、12,854.03万元和7,244.85万元，占OEM采购总额比例分别为90.32%、70.29%、59.95%和61.17%，呈逐年下降趋势。主要原因系一方面发行人分别于2017年1月及2017年6月收购了浙江劲源、中山博琅集成吊顶扣板业务相关资产，集成吊顶扣板生产模式由OEM方式调整为自制；另一方面，近年来发行人优化供应商队伍，降低部分原材料的采购集中度，亦使得对前五大OEM生产商采购金额及占比下降。

④发行人对OEM厂商依赖程度及交易金额占OEM厂商收入总额比例

报告期内，发行人对浙江劲源及浙江来斯奥电气有限公司采购金额及占比较高。发行人已于2017年1月收购浙江劲源集成吊顶扣板相关资产及业务，开始自主生产集成吊顶扣板。

发行人对浙江来斯奥电气有限公司依赖程度较低，一方面发行人向浙江来斯奥电气有限公司主要系采购中低端浴霸产品，技术难度要求较低；另一方面随着发行人中低端浴霸销售占比开始下降，以及自身浴霸产能逐步提升，发行人对浙江来斯奥电气有限公司采购额从2017年起开始下降。

报告期内，发行人与OEM厂商交易金额占OEM厂商收入总额比例情况如下：

OEM 生产商名称	交易金额 (万元)	OEM 生产商收入 总额 (万元)	占比 (%)
2019 年 1-6 月			
浙江来斯奥电气有限公司	2,930.74	7,691.87	38.10
昆山市诚泰电气股份有限公司	1,715.05	17,510.08	9.79
宁波斯洛曼智能科技有限公司	1,278.35	1,594.49	80.17
江阴市旭龙金属制品有限公司	775.10	853.90	90.77
中山市莱普帝斯电器有限公司	545.61	2,720.56	20.06
2018 年度			
浙江来斯奥电气有限公司	6,150.25	21,149.96	29.08
昆山市诚泰电气股份有限公司	2,395.81	34,569.30	6.93
宁波斯洛曼智能科技有限公司	1,984.76	3,820.45	51.95
江苏绿怡智能科技有限公司	1,203.21	4,480.90	26.85
江阴市旭龙金属制品有限公司	1,120.01	1,441.77	77.68
2017 年度			
浙江来斯奥电气有限公司	7,572.00	21,396.32	35.39
中山博琅集成装饰材料有限公司	4,132.87	4,616.60	89.52
江苏绿怡智能科技有限公司	2,795.43	7,178.40	38.94
浙江劲源科技发展有限公司	1,333.77	2,475.80	53.87
江阴市旭龙金属制品有限公司	1,198.71	1,871.62	64.05
2016 年度			
浙江劲源科技发展有限公司	14,101.86	15,798.40	89.26
浙江来斯奥电气有限公司	8,041.00	16,946.68	47.45
中山博琅集成装饰材料有限公司	2,959.85	3,468.64	85.33
江苏绿怡智能科技有限公司	922.66	3,258.67	28.31
杭州普丽思科技有限公司	395.16	4,659.10	8.48

注：上述 OEM 生厂商收入总额为纳税申报表收入数（不含税）

(5) 发行人委托加工情况

①双方主要权利义务关系

发行人与委托加工厂商签订《采购协议》，其中对双方权利及义务进行了明确约定，具体如下：

A. 发行人授权委托加工厂商按技术资料及双方确认的封样件生产各类产品，产品的品种、规格、数量、结算价格以双方确认的《订购单》为准；

B. 委托加工厂商需满足发行人技术标准要求，并按甲方确认的质量标准和订单计划投入生产。

②发行人委托加工厂商情况

报告期内，发行人前五大委托加工厂商主要信息、采购金额情况如下：

委托加工商名称	主营业务	实际控制人	金额（万元）	占委托加工费比例（%）
2019年1-6月				
中山艺臣集成装饰材料有限公司	装饰材料、金属工艺品生产加工销售	王长平	118.70	43.64
嘉兴维可陶集成家居有限公司	扣板制造加工	李凌杰	73.55	27.04
长葛市润隆铝业有限公司	铝合金制品加工、销售	贾山岭	13.86	5.10
嘉兴君雅智能家居有限公司	集成墙面表面处理	王海泉	12.36	4.54
浙江登高颂装饰材料有限公司	集成墙面及集成吊顶加工	邓洪雄	6.98	2.57
合计			225.45	82.88
2018年度				
嘉兴维可陶集成家居有限公司	扣板制造加工	李凌杰	261.06	43.24
中山艺臣集成装饰材料有限公司	装饰材料、金属工艺品生产加工销售	王长平	191.49	31.72
湖北福云居智能建筑股份公司	木塑室内装饰材料	王勇	98.62	16.33
江阴市旭龙金属制品有限公司	龙骨制造加工销售	黄明	31.71	5.25
内蒙古普尔玛家居有限公司	家具及家具构件制造、销售、进出口	孙大庆	9.13	1.51
合计			592.01	98.05

委托加工商名称	主营业务	实际控制人	金额(万元)	占委托加工费比例(%)
2017年度				
江阴市旭龙金属制品有限公司	龙骨制造加工销售	黄明	279.44	30.12
海盐佳湖装饰材料有限公司	扣板研发生产加工	韩晓峰	272.65	29.38
嘉兴维可陶集成家居有限公司	扣板制造加工	李凌杰	80.48	8.67
长葛市瑞佳铝业有限公司	铝板材切割加工销售	薛超峰	80.30	8.65
长葛市东美致盛装饰材料有限公司	扣板及铝材制品生产销售	邢宝强	64.11	6.91
合计			776.99	83.74

③采购金额及占比发生变动

发行人 2016 年通过 OEM 方式生产集成吊顶扣板，无委托加工生产。2017 年起发行人集成吊顶扣板由 OEM 调整为自制，故需将部分铝材加工工序由委托加工商完成，2017 年、2018 年及 2019 年 1-6 月发行人委托加工生产费分别为 927.90 万元、603.79 万元和 272.03 万元。

④发行人对委托加工厂商依赖程度及交易金额占委托加工厂商收入总额比例

发行人委托加工工序主要系印刷、滚涂和挤压，技术难度较低，可替代厂商较多，且发行人对单家委托加工厂商交易金额均较低，故发行人对委托加工厂商依赖程度较低。

报告期内，发行人与委托加工厂商交易金额占委托加工厂商收入总额比例情况如下：

委托加工厂商名称	交易金额(万元)	委托加工厂商收入总额(万元)	占比(%)
2019年1-6月			
中山艺臣集成装饰材料有限公司	118.70	123.35	96.23
嘉兴维可陶集成家居有限公司	73.55	93.40	78.75
长葛市润隆铝业有限公司	13.86	2,319.66	0.60

委托加工厂商名称	交易金额（万元）	委托加工厂商收入总额（万元）	占比（%）
嘉兴君雅智能家居有限公司	12.36	7.66	161.36
浙江登高颂装饰材料有限公司	6.98	809.50	0.86
2018 年度			
嘉兴维可陶集成家居有限公司	261.06	273.96	95.29
中山艺臣集成装饰材料有限公司	191.49	192.88	99.28
湖北福云居智能建筑股份公司	98.62	410.17	24.04
江阴市旭龙金属制品有限公司	31.71	1,441.77	2.20
内蒙古普尔玛家居有限公司	9.13	未提供	
2017 年度			
江阴市旭龙金属制品有限公司	279.44	1,871.62	14.93
海盐佳湖装饰材料有限公司	272.65	12,064.67	2.26
嘉兴维可陶集成家居有限公司	80.48	45.03	178.74
长葛市瑞佳铝业有限公司	80.30	未提供	
长葛市东美致盛装饰材料有限公司	64.11	未提供	

注：上述委托加工厂商收入总额为纳税申报表收入数（不含税）

如上表所示，2017 年发行人与嘉兴维可陶集成家居有限公司交易金额占其自身收入总额比例超过 100% 以及 2019 年 1-6 月发行人与嘉兴君雅智能家居有限公司交易金额占其自身收入总额比例超过 100%，主要系发行人确认采购入库时点与其开票时点存在差异所致。

3、销售模式

公司目前的销售渠道主要有经销商渠道、大宗客户渠道、KA 渠道、直营渠道和外销渠道。

经销商渠道系发行人主要销售渠道，报告期内各年占发行人主营业务收入的比例均在 75% 以上；大宗客户渠道系发行人重要销售渠道之一，该渠道下发行人客户主要系房地产开发企业以及家装公司，与该等企业合作有益于提升发行人行业内品牌知名度；KA 渠道亦为发行人重要销售渠道之一，该渠道下发行人客户

主要系各大知名卖场，如苏宁、国美等；直营渠道分为线上直营渠道与线下直营渠道，其客户主要为终端消费者，直营渠道系发行人 2017 年开拓的重要销售渠道；外销渠道是发行人辅助销售渠道，主要是为国外知名电器品牌代工以及少量自有品牌外销。

同时，除传统的口碑引流、广告引流以及活动引流等方式外，发行人近年来亦根据市场需求通过电子商务平台等方式拓宽引流方式。针对不同产品，发行人电子商务平台的销售模式亦有所区别。浴霸产品 2017 年以前由发行人授权经销商在天猫、京东等电子商务平台开设网店对外销售产品，2017 年末发行人收回天猫旗舰店经营权，由公司通过该平台直接向消费者销售产品。集成吊顶产品的电子商务平台主要起到引流作用，发行人在天猫、京东等平台开设的旗舰店由发行人自主管理，有购买意向的消费者，线上缴纳部分意向金之后发行人根据消费者地址匹配线下合适经销商，后续设计、测量、下单、安装验收以及销售结算等均由该经销商直接负责。因此，集成吊顶产品通过发行人电子商务平台引流完成的销售订单由经销商负责维护，销售收入亦通过经销商实现。

报告期内，各销售渠道的收入构成情况如下：

单位：万元；%

销售渠道	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
经销商渠道	61,690.20	75.06	126,046.66	75.49	135,134.45	85.80	102,417.31	82.64
大宗客户渠道	9,467.61	11.52	14,673.09	8.79	16,182.56	10.27	14,896.19	12.02
外销渠道	1,252.43	1.52	2,778.19	1.66	2,096.88	1.33	4,003.40	3.23
KA 渠道	679.38	0.83	1,974.24	1.18	2,242.61	1.42	2,395.45	1.93
直营及其他	9,093.22	11.06	21,524.54	12.89	1,838.65	1.17	222.86	0.18
合计	82,182.83	100.00	166,996.73	100.00	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00

注：如无特殊说明，本章节“销售模式”部分所列示收入均为主营业务收入口径。

公司拥有覆盖广泛的多层级、多渠道的销售网络，并通过品牌宣传、明星活动、口碑传播、O2O 等多种方式引流，报告期内，公司主要销售渠道有经销商渠道、大宗客户渠道、外销渠道、KA 渠道及直营渠道。

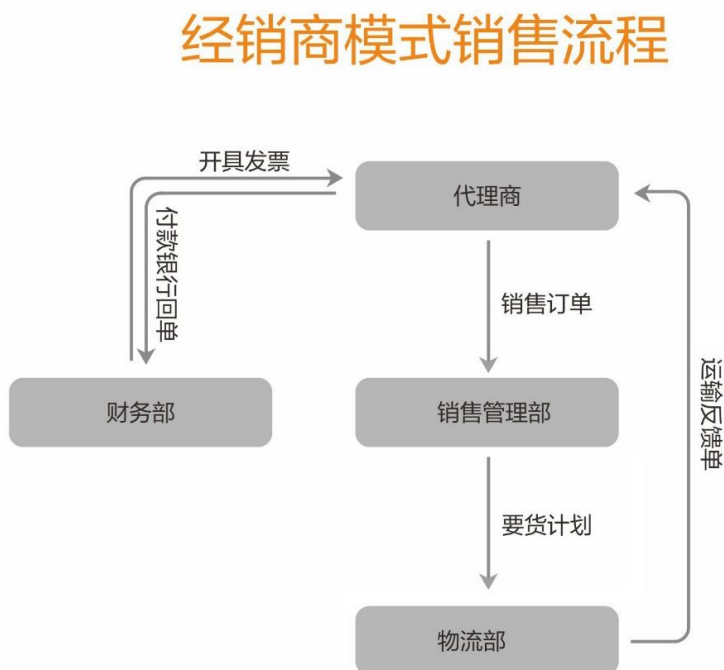
报告期内，发行人销售渠道的拓宽、丰富和调整等主要系发行人根据市场需求以及发展阶段等，不断完善、优化销售渠道的结果，其主要销售模式仍以经销商渠道为主，销售模式不存在重大变更。

（1）销售流程

①经销商模式下的销售流程

经销商模式下，公司商务部每日会向经销商发送产品库存状况及报价单，经销商根据终端消费者订单情况、自身库存情况以及未来销售预测向公司商务部下订单，商务部在审核订单内容无误后录入 ERP 系统，系统将对经销商进行信用检查，若该经销商未全额支付该笔订单款项，则系统不予通过该笔订单。经销商全额支付订单款项后，由物流部组织发货。

经销商模式销售流程图如下：



②大宗客户模式下的销售流程

大宗客户模式下，公司与大宗客户在确定产品方案后签订框架合同，客户通过其供应商管理系统下单，公司商务部每日定时登录大宗客户供应商管理系统查询订单情况。收到大宗客户订单后，商务部将对订单内容进行审核，确认无误后在大宗客户供应商管理系统中进行订单确认并录入公司 ERP 系统，由物流部安

排发货。物流部备货人员将订单中涉及的每一件产品均全部备齐后，通过物流公司将产品发送至大宗客户指定接收地点。大宗客户根据运输交接单进行验货，确认无误后在其供应商管理系统中确认收货。公司商务部每月初与大宗客户在其供应商管理系统中对上月的交易进行确认，并生成对账单。财务部根据对账单向大宗客户开具发票，并连同对账单一并邮寄至大宗客户，大宗客户根据合同约定方式与公司结算。

③KA 模式下的销售流程

KA 渠道销售由上海分公司负责。KA 模式下，各大 KA 卖场在对公司产品相关资料文件审核通过后，与公司总部签订框架协议。KA 卖场每月底向上海分公司出具代销清单，上海分公司根据各大卖场的库存情况以及销售情况进行备货。产品通过物流公司运送至 KA 卖场指定仓库，仓库管理人员签署签收确认单。上海分公司对 KA 卖场每月底出具的代销清单进行核对，确认无误后向 KA 卖场开具发票，KA 卖场收到发票后根据合同约定方式结算。

④外销模式下的销售流程

外销模式下，公司通过自身英文网站、B2B 平台、海外展会等方式与客户建立联系，经过多次报价流程后建立合作。客户以邮件等方式通知公司下单，公司国际贸易部向客户发送形式发票（PI）或合同条款，客户经确认后支付预付款或开立信用证。国际贸易部收到预付款或信用证后，通知生产部生产，生产部完成生产并安排客户验货，验货通过后国际贸易部安排出货并收取尾款，随后公司向客户提供清关单据及提单。月底公司在中国电子口岸平台上获得当月出口的海关申报信息，根据申报信息开具发票。订单交付后通过邮件或电话等方式进行跟踪与维护。

⑤直营模式下的销售流程

发行人直营渠道分为线下直营渠道和线上直营渠道。

线下直营渠道：2017 年发行人设立上海奥普斯，收购上海逸盛部分资产并接管其部分店面，开始进行线下直营销售。线下直营模式下，发行人产品通过终端店面直接对消费者进行销售，消费者支付相应款项后，由公司员工负责产品安

装及售后维护。

线上直营渠道：2017年12月，发行人收回浴霸产品天猫旗舰店运营权，开始运营线上直营渠道。线上直营模式下，消费者通过平台下达订单，并支付订单款项，发行人随即发货至客户指定地点，后续安装由第三方机构提供，售后服务由公司负责。

⑥各产品销售单价的制定政策和确定方式

公司对于各主要产品的销售单价制定政策略有不同，具体如下：

对于浴霸、集成吊顶等成熟、优势产品，公司销售单价的制定政策主要是参照已有的产品体系进行定价，根据新品的市场定位，确定其目标毛利率水平；再交由研发、采购、制造、品管等多部门共同确定该产品定价水平的合理性及可行性，最终完成立项。对于工程订单等大宗客户订单，公司会根据实际工程项目的采购规模，逐项议价。

对于厨电、照明等相对新品，公司销售单价的制定政策除基于新品的市场定位，确定目标毛利率水平外，为开拓新品市场，产品经理还会对市场信息进行收集分析，比较并参考同类竞品的定价水平从而确定产品定价；最终定价仍需交由研发、采购、制造、品管等多部门共同确定该产品定价水平的合理性及可行性，从而完成产品立项。

（2）经销模式

①经销商情况

经销模式是公司主要的销售方式。公司选择品牌意识、市场开拓能力、销售能力较强，资金实力雄厚且信誉良好的经销商与之签订经销商授权合同，授权其在一定区域范围内销售公司产品。公司与经销商的合作模式为区域代理模式，经销商仅在授权范围内行使被授权的权利，不得超出。同时，除奥普家居外，经销商在合同期内不得代理、经销、参股或制造发行人产品的竞争产品和可替代产品。

经过多年耕耘，报告期内，发行人经销商队伍逐步优化。各报告期期末，公司各类产品经销商情况如下：

单位：家

类别	项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
浴霸	经销商数量	173	170	169	115
	专卖店数量	445	323	221	188
	专营店数量	3,116	2,442	1,495	597
	KA 门店	1,102	1,266	1,047	817
	分销网点	3,098	4,293	3,948	3,710
集成吊顶	经销商数量	423	416	364	285
	专卖店数量	1,020	1,008	880	750
其他产品	经销商数量	169	165	133	1
	专卖店数量	173	151	121	-
	专营店数量	43	46	68	-
	分销网点	-	-	11	-
同时经营多种产品	经销商数量	97	98	100	101
合计	经销商数量	862	849	766	502
	专卖店数量	1,638	1,482	1,222	938
	专营店数量	3,159	2,488	1,563	597
	KA 门店	1,102	1,266	1,047	817
	分销网点	3,098	4,293	3,959	3,710

注：上表中浴霸、集成吊顶及其他产品经销商数量为单一经营浴霸、集成吊顶或其他产品的经销商的数量，其他产品主要包括厨电产品等其他产品。同时经营多种产品的经销商为经营两种或两种以上发行人产品的经销商。

广泛的销售渠道使公司能够充分利用经销商资源迅速开拓市场、扩大市场份额，同时也能广泛收集市场信息，了解消费者需求变化，不断增强公司综合服务能力。报告期内公司分地区各类产品经销商情况如下：

A. 仅经营浴霸产品的经销商情况

区域	经销商数量（家）			
	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
华东	81	81	78	35
华北	12	10	13	12
华中	30	28	26	24
华南	5	7	7	4
西南	21	21	20	18
西北	12	11	8	5
东北	12	12	17	17
合计	173	170	169	115

B. 仅经营集成吊顶产品的经销商情况

区域	经销商数量（家）			
	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
华东	176	176	160	132
华北	40	38	28	17
华中	90	87	72	60
华南	11	11	11	5
西南	63	61	50	39
西北	22	26	23	17
东北	21	17	20	15
合计	423	416	364	285

C. 仅经营其他产品的经销商情况

区域	经销商数量（家）			
	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
华东	82	84	73	1
华北	12	13	10	-

区域	经销商数量（家）			
	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
华中	38	35	29	-
华南	4	2	1	-
西南	19	19	16	-
西北	6	4	2	-
东北	8	8	2	-
合计	169	165	133	1

注：其他产品主要系厨电产品。

D. 同时经营多种产品的经销商情况

区域	经销商数量（家）			
	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
华东	47	47	48	48
华北	16	16	16	16
华中	11	11	13	16
华南	2	2	2	2
西南	11	11	11	10
西北	7	8	7	7
东北	3	3	3	2
合计	97	98	100	101

注：同时经营多种产品的经销商为经营两种或两种以上发行人产品的经销商。

E. 全部经销商情况

区域	2019.6.30			2018.12.31			2017.12.31			2016.12.31		
	经销商数量(家)	销售收入(万元)	平均销售收入(万元/家)	经销商数量(家)	销售收入(万元)	平均销售收入(万元/家)	经销商数量(家)	销售收入(万元)	平均销售收入(万元/家)	经销商数量(家)	销售收入(万元)	平均销售收入(万元/家)
华东	386	31,451.08	81.48	388	67,529.21	174.04	359	75,005.78	208.93	216	57,391.47	265.70
华北	80	8,363.69	104.55	77	16,389.90	212.86	67	18,057.17	269.51	45	15,368.10	341.51
华中	169	9,702.61	57.41	161	18,472.52	114.92	140	18,156.04	129.69	100	12,230.87	122.31
华南	22	1,292.47	58.75	22	2,797.24	127.15	21	2,146.82	102.23	11	1,089.84	99.08
西南	114	7,119.57	62.45	112	13,804.27	123.25	97	13,710.70	141.35	67	10,487.58	156.53
西北	47	2,262.13	48.13	49	4,337.51	88.52	40	4,833.55	120.84	29	3,353.58	115.64
东北	44	1,498.65	34.06	40	2,716.02	67.90	42	3,224.39	76.77	34	2,495.87	73.41
合计	862	61,690.20	71.71	849	126,046.66	148.46	766	135,134.45	176.42	502	102,417.31	204.02

公司华东、华北区域经销商 2017 年平均销售收入有所下滑，主要原因系公司当期华东、华北地区新增经销商数量较多，部分经销商与公司签订合同时间较晚，且部分为厨电等产品经销商，公司对该类经销商的销售收入尚低，故华东、华北地区经销商平均销售收入下降。2018 年，公司经销商平均销售收入有所下滑，主要原因系公司 2018 年集成吊顶为提升渠道下沉力度，加强了对县域代理商的招商，新增县域经销商较多，而其销售收入普遍较低所致。

根据公司对主要经销商的日常考核管理情况，2016年-2018年，公司经销商终端销售实现情况相对较好，2019年1-6月受宏观环境变化影响，经销商终端销售实现率有所下滑，但整体仍保持在较高水平。

F. 个体工商户及法人经销商情况

报告期内，发行人经销商中个体工商户及法人的数量、销售收入情况具体如下表：

单位：家；万元

类别	2019.6.30/2019年1-6月		2018.12.31/2018年度		2017.12.31/2017年度		2016.12.31/2016年度	
	数量	销售收入	数量	销售收入	数量	销售收入	数量	销售收入
个体工商户	633	18,980.63	619	38,159.75	573	38,300.13	354	26,212.83
法人	229	42,709.57	230	87,886.91	193	96,834.32	148	76,204.48
合计	862	61,690.20	849	126,046.66	766	135,134.45	502	102,417.31

报告期内，发行人经销商数量以个体工商户为主，因为发行人大部分经销商主要为家庭经营模式，普遍规模较小，并仅限于在当地营业，不涉及跨区经营情况，使得经销商更倾向于选择个体工商户的方式。报告期内，发行人经销商渠道下，个体工商户销售收入占比分别为25.59%、28.34%、30.27%和30.77%，占比相对较低。

②报告期内，发行人经销商变化情况

报告期内，发行人经销商变化情况具体如下表：

单位：家

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
经销商数量	862	849	766	502
退出家数	101	147	84	129
小于等于10万元	99	125	46	84
大于10万元小于等50万元	2	18	24	34
大于50万元	-	4	14	11

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
新进家数	114	230	348	146
小于等于 10 万元	60	78	149	59
大于 10 万元小于等 50 万元	51	132	159	62
大于 50 万元	3	20	40	25

报告期内，发行人经销商数量呈逐年增长的趋势，主要系发行人致力于经销商渠道广度以及区域覆盖等方面的拓展，加大经销商招商力度，使得经销商数量逐年增长。

③报告期内，发行人新增经销商情况

报告期内，发行人新增经销商占经销商渠道收入比例如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
新增经销商收入	1,553.86	5,631.08	9,079.25	4,426.05
经销商渠道销售收入	61,690.20	126,046.66	135,134.45	102,417.31
占比（%）	2.52	4.47	6.72	4.32

按照新增当年收入区间，报告期内发行人新增经销商情况如下：

单位：万元

时间	新增当年收入区间	数量（家）	当年销售收入	毛利率（%）
2019年1-6月	小于等于 10 万元	60	249.71	44.22
	大于 10 万元小于等于 50 万元	51	1,090.66	54.87
	大于 50 万元	3	213.49	46.42
	合计	114	1,553.86	52.00
2018 年度	小于等于 10 万元	78	441.20	29.33
	大于 10 万元小于等 50 万元	132	3,259.95	44.64
	大于 50 万元	20	1,929.92	50.89

时间	新增当年收入区间	数量（家）	当年销售收入	毛利率（%）
	合计	230	5,631.08	45.58
2017 年度	小于等于 10 万元	149	779.85	33.98
	大于 10 万元小于等 50 万元	159	3,955.20	36.43
	大于 50 万元	40	4,344.20	43.34
	合计	348	9,079.25	39.52
2016 年度	小于等于 10 万元	59	244.60	46.81
	大于 10 万元小于等 50 万元	62	1,523.16	52.41
	大于 50 万元	25	2,658.29	50.89
	合计	146	4,426.05	51.19

报告期内，公司新增经销商毛利率分别为 51.19%、39.52%、45.58% 和 52.00%，同期公司经销商渠道毛利率分别为 50.76%、47.62%、49.20% 和 51.26%。2016 年、2019 年 1-6 月新增经销商毛利率与经销商渠道基本一致；2017 年，新增经销商毛利率大幅降低，主要原因系 2017 年公司新增厨电经销商较多，而其毛利率普遍偏低所致；2018 年收入小于等于 10 万元区间的新增经销商毛利率较低，亦是部分新增厨电经销商毛利率较低所致。

④报告期内，发行人撤销经销商情况

按照撤销当年收入区间，报告期内发行人撤销经销商情况如下：

单位：万元

时间	撤销当年收入区间	数量（家）	当年销售收入	毛利率（%）
2019 年 1-6 月	小于等于 10 万元	99	31.31	60.25
	大于 10 万元小于等于 50 万元	2	29.98	33.94
	大于 50 万元	-	-	-
	合计	101	61.30	47.38
2018 年度	小于等于 10 万元	125	110.25	59.40

时间	撤销当年收入区间	数量(家)	当年销售收入	毛利率(%)
	大于10万元小于等50万元	18	360.29	56.35
	大于50万元	4	254.75	55.61
	合计	147	725.29	56.55
2017年度	小于等于10万元	46	199.58	44.26
	大于10万元小于等50万元	24	569.71	48.49
	大于50万元	14	11,240.51	51.20
	合计	84	12,009.80	50.95
2016年度	小于等于10万元	84	225.73	40.92
	大于10万元小于等50万元	34	717.93	54.51
	大于50万元	11	1,158.24	53.46
	合计	129	2,101.90	52.47

报告期内，公司撤销经销商当期销售收入合计分别为 2,101.90 万元、12,009.80 万元、725.29 万元和 61.30 万元，占当年经销商渠道销售收入比例分别为 2.05%、8.89%、0.58% 和 0.10%。2017 年撤销经销商销售收入占经销商渠道收入比例较高，主要系因为公司收回了杭州橙隆及上海逸盛的经销权。发行人收回杭州橙隆的具体情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(二) 非同一控制下的资产收购”。

2018 年，公司撤销经销商数量较多，主要系部分经销商经营规模较小，于当期与公司解除代理商协议，其中当期销售金额低于 10 万元的经销商为 125 家。

⑤前员工经销商情况

报告期内，发行人存在部分经销商的实际控制人系前员工的情形，具体如下：

A. 发行人前员工经销商情况

报告期内，发行人存在部分前员工为经销商的情形，主要情况如下：

经销商名称	主要前员工姓名	离职时间	离职前在发行人处担任的职务
北京中天诚投科贸有限公司	于海涛	2013年1月	北京分公司总经理
成都长青基业商贸有限公司	陈光仪	2013年7月	重庆分公司总经理
杭州奥祺佳贸易有限公司	陈栋	2013年8月	浙江分公司总经理
杭州格博卫浴有限公司	孙立军	2013年8月	营销副总裁
南通恒久电器有限公司	徐军	2013年8月	市场总监
天津舒居商贸有限公司	王东亮	2008年7月	郑州直营经理
厦门市优力安实业有限公司	许贤春	2007年1月	福建营销中心经理
温州峰诺商贸有限公司	李峰	2015年3月	行政总监助理
青岛青屹安居商贸有限公司	李丽花	2015年4月	浴霸事业部总监助理
兰州泽元商贸有限公司	谢恒	2014年12月	太原大区总经理助理
镇江张衡	张衡	2016年2月	南京大区浴霸业务员
天津中天融盛科技有限公司	郭帅	2007年	关联方奥普电器天津分公司员工
恩施杨传军	杨传军	2017年7月	杭州大区区域经理
常熟蒋奇	蒋奇、韩安锋	2017年12月	南京大区区域经理
宜春杜俊泽	杜俊泽	2018年4月	渠道发展中心 KA 渠道部 KA 主管
十堰易超	易超	2018年9月	鲁豫冀大区河北省区经理
丹东宋丹	宋丹	2018年12月	东北大区区域经理
德阳山峰	夏小林	2019年1月	川渝大区区域经理
宣城吴彬	吴彬	2019年2月	西北大区区域经理
赣州廖晖	廖晖	2019年3月	苏皖大区区域经理

发行人上述前员工经销商中，北京中天诚投科贸有限公司参股股东方舒系发行人实际控制人 Fang James 及方胜康堂兄弟之子，具体请详见本章节“3、（8）各销售渠道主要客户情况”之“①经销商渠道”相关内容。除此之外，上述前员工经销商与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员、本次申请发行中介机构均不存在亲属关系或其他关联关系。

B. 发行人对前员工经销商销售情况

报告期内，发行人对该部分经销商的销售金额以及占发行人经销商渠道销售

金额的比例如下：

经销商名称	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	销售金额 (万元)	占经销商 渠道比例	销售金额 (万元)	占经销商 渠道比例	销售金额 (万元)	占经销商 渠道比例	销售金额 (万元)	占经销商 渠道比例
北京中天诚投科贸有限公司	4,599.38	7.46%	9,319.30	7.39%	9,309.94	6.89%	8,354.31	8.16%
成都长青基业商贸有限公司	2,211.91	3.59%	3,751.61	2.98%	4,466.75	3.31%	3,467.22	3.39%
杭州奥祺佳贸易有限公司	1,866.23	3.03%	3,643.39	2.89%	2,562.91	1.90%	1,429.39	1.40%
杭州格博卫浴有限公司	713.68	1.16%	2,954.97	2.34%	2,599.41	1.92%	1,085.67	1.06%
南通恒久电器有限公司	583.96	0.95%	1,531.90	1.22%	1,394.42	1.03%	1,008.13	0.98%
天津舒居商贸有限公司	347.13	0.56%	654.02	0.52%	976.94	0.72%	677.19	0.66%
厦门市优力安实业有限公司	359.79	0.58%	909.26	0.72%	866.21	0.64%	737.23	0.72%
温州峰诺商贸有限公司	182.76	0.30%	745.66	0.59%	597.21	0.44%	256.94	0.25%
青岛青屹安居商贸有限公司	362.01	0.59%	590.14	0.47%	501.37	0.37%	333.95	0.33%
兰州泽元商贸有限公司	371.90	0.60%	677.57	0.54%	804.70	0.60%	551.00	0.54%
镇江张衡	190.33	0.31%	305.72	0.24%	228.38	0.17%	169.90	0.17%
天津中天融盛科技有限公司	117.70	0.19%	137.75	0.11%	-	-	-	-
恩施杨传军	22.39	0.04%	10.21	0.01%	-	-	-	-
常熟蒋奇	69.36	0.11%	-	-	-	-	-	-
宜春杜俊泽	31.16	0.05%	66.92	0.05%	-	-	-	-
十堰易超	6.06	0.01%	-	-	-	-	-	-
丹东宋丹	5.99	0.01%	-	-	-	-	-	-
德阳山峰	23.36	0.04%	-	-	-	-	-	-
宣城吴彬	9.14	0.01%	-	-	-	-	-	-
赣州廖晖	22.73	0.04%	-	-	-	-	-	-
合计	12,096.98	19.61%	25,298.40	20.07%	24,308.24	17.99%	18,070.93	17.66%

C. 发行人对前员工经销商销售毛利率情况

2016年至2019年上半年，发行人向前员工经销商实现的销售收入及销售毛利率情况如下表：

单位：万元；%

经销商名称	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
北京中天诚投科贸有限公司	4,599.38	52.52	9,319.30	50.45	9,309.94	48.33	8,354.31	52.89
成都长青基业商贸有限公司	2,211.91	50.33	3,751.61	51.54	4,466.75	52.48	3,467.22	51.43
杭州奥祺佳贸易有限公司	1,866.23	50.16	3,643.39	51.08	2,562.91	51.54	1,429.39	51.62
杭州格博卫浴有限公司	713.68	47.37	2,954.97	47.12	2,599.41	40.46	1,085.67	42.87
南通恒久电器有限公司	583.96	52.71	1,531.90	52.66	1,394.42	50.74	1,008.13	52.43
厦门市优力安实业有限公司	359.79	55.78	909.26	50.65	866.21	51.00	737.23	48.94
温州峰诺商贸有限公司	182.76	56.11	745.66	54.72	597.21	58.08	256.94	54.81
兰州泽元商贸有限公司	371.90	57.65	677.57	55.61	804.70	52.15	551.00	56.93
天津舒居商贸有限公司	347.13	50.54	654.02	48.37	976.94	51.65	677.19	51.40
青岛青屹安居商贸有限公司	362.01	50.71	590.14	46.64	501.37	43.37	333.95	45.19
镇江张衡	190.33	53.60	305.72	55.50	228.38	54.17	169.90	53.16
天津中天融盛科技有限公司	117.70	44.51	137.75	50.08	-	-	-	-
宜春杜俊泽	31.16	58.83	66.92	57.09	-	-	-	-
恩施杨传军	22.39	52.94	10.21	54.43	-	-	-	-
常熟蒋奇	69.36	58.26	-	-	-	-	-	-
德阳山峰	23.36	61.04	-	-	-	-	-	-
赣州廖晖	22.73	59.64	-	-	-	-	-	-
宣城吴彬	9.14	55.26	-	-	-	-	-	-
十堰易超	6.06	48.85	-	-	-	-	-	-
丹东宋丹	5.99	60.77	-	-	-	-	-	-
前员工经销商汇总	12,096.98	51.68	25,298.40	50.65	24,308.24	49.27	18,070.93	51.68

经销商名称	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
经销商渠道	61,690.20	49.72	126,046.66	49.20	135,134.45	47.62	102,417.31	50.76

由上表，报告期内，发行人向前员工经销商实现的销售毛利率略高于经销商渠道平均毛利率，主要系前员工经销商浴霸产品占比相对较高，而浴霸产品毛利率高于集成吊顶产品所致。具体分析如下：

报告期内，发行人前员工经销商、经销商渠道的浴霸及集成吊顶销售占比、销售毛利率情况如下：

单位：%

项目	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	前员工经销商	经销商渠道	前员工经销商	经销商渠道	前员工经销商	经销商渠道	前员工经销商	经销商渠道
浴霸销售占比	75.02	50.47	69.20	47.21	73.52	56.55	79.07	61.34
浴霸销售毛利率	53.22	55.01	52.35	53.59	51.83	52.69	52.54	53.11
集成吊顶销售占比	17.97	36.64	25.04	41.69	23.99	36.73	20.11	36.35
集成吊顶销售毛利率	51.21	53.63	50.25	50.85	43.33	43.95	48.79	48.25

如上表所示，发行人对前员工经销商的浴霸销售占比高于经销商渠道平均水平，而浴霸毛利率较高，从而导致了发行人对前员工经销商的整体销售毛利率略高于经销商渠道平均水平。发行人对前员工经销商的浴霸及集成吊顶销售毛利率略低于同类产品经销商渠道平均水平，主要系部分前员工经销商规模较大，销售折扣及返利比例相对较高所致。

D. 发行人对前员工经销商销售政策情况

报告期内，发行人对全部经销商均执行统一的销售政策，不存在特殊的政策或利益安排；前员工经销商不存在为发行人分担成本、费用等利益输送情形，亦不存在为发行人调节收入压货、囤货等情形。

⑥经销商门店情况

报告期各期末，发行人全部经销商合计拥有专卖店 938 个、1,222 个、1,482 个和 1,638 个，专营店 597 个、1,563 个、2,488 个和 3,159 个。

报告期内，发行人经销商专营店增长较快，主要原因系公司为提升品牌形象，鼓励浴霸经销商新开专营店或将分销网点改造为专营店，并给予补贴支持。

报告期内，各区域专卖店及专营店店面数量情况具体如下：

店面类型	区域	数量（个）			
		2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
专卖店	华东	715	660	538	431
	华北	201	187	161	143
	华中	281	234	194	140
	华南	64	40	40	26
	西南	230	214	160	109
	西北	88	85	76	51
	东北	59	62	53	38
	合计	1,638	1,482	1,222	938
专营店	华东	1,208	976	567	191
	华北	470	381	238	125
	华中	587	402	267	102
	华南	32	26	26	13
	西南	648	507	327	108
	西北	140	120	77	25
	东北	74	76	61	33
	合计	3,159	2,488	1,563	597

⑦报告期内，前十大经销商店面情况

A. 2019 年 1-6 月前十大经销商店面情况

经销商名称	经销商类型	店面情况	销售金额 (万元)
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	专卖店 37 家, 专营店 42 家	4,599.38
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	专卖店 24 家, 专营店 73 家	2,232.63
成都长青基业商贸有限公司	浴霸经销商	专卖店 9 家, 专营店 238 家	2,211.91
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸经销商	专卖店 12 家, 专营店 26 家	1,866.23
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	专卖店 14 家, 专营店 46 家	1,781.70
上海驰琳实业有限公司	集成吊顶经销商	专卖店 15 家	1,309.18
南京品聚汇方商贸有限公司	浴霸经销商	线上经销商	928.26
扬州爱满屋家居电器有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	专卖店 13 家, 专营店 48 家	850.11
郑州中旗辰盟家用电器有限公司	浴霸经销商	线上经销商	834.13
长沙市王建松	集成吊顶经销商	专卖店 20 家	823.65

注：北京中天诚投科贸有限公司、成都长青基业商贸有限公司、杭州奥祺佳贸易有限公司实际控制人系发行人前员工。

B. 2018 年前十大经销商店面情况

经销商名称	经销商类型	店面情况	销售金额 (万元)
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	30 家专卖店、36 家专营店	9,319.30
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	10 家专卖店、25 家专营店	4,863.80
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	20 家专卖店、64 家专营店	3,766.45
成都长青基业商贸有限公司	浴霸经销商	6 家专卖店、195 家专营店	3,751.61
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸经销商	10 家专卖店、38 家专营店	3,643.39
上海驰琳实业有限公司	集成吊顶经销商	16 家专卖店	2,981.23
杭州格博卫浴有限公司	集成吊顶经销商	18 家专卖店	2,954.97
长沙市王建松	集成吊顶经销商	19 家专卖店	1,940.99
扬州爱满屋家居电器有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	15 家专卖店、35 家专营店	1,810.60
郑州中旗辰盟家用电器有限公司	浴霸经销商	线上经销商	1,789.95

C. 2017 年前十大经销商店面情况

经销商名称	经销商类型	店面情况	销售金额 (万元)
杭州橙隆贸易有限公司	浴霸经销商	线上经销商	9,703.75
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	27家专卖店、25家专营店	9,309.94
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	5家专卖店、14家专营店	4,608.43
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	17家专卖店、25家专营店	4,541.34
成都长青基业商贸有限公司	浴霸经销商	6家专卖店、118家专营店	4,466.75
杭州格博卫浴有限公司	集成吊顶经销商	16家专卖店	2,599.41
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸经销商	8家专卖店、24家专营店	2,562.91
长沙市王建松	集成吊顶经销商	17家专卖店	2,335.70
南京品聚汇方商贸有限公司	浴霸经销商	线上经销商	1,817.15
扬州爱满屋家居电器有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	10家专卖店、20家专营店	1,734.53

D. 2016年度前十大经销商店面情况

经销商名称	经销商类型	店面情况	销售金额 (万元)
杭州橙隆贸易有限公司	浴霸经销商	线上经销商	8,535.19
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	20家专卖店、34家专营店	8,354.31
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	6家专卖店、16家专营店	3,742.41
成都长青基业商贸有限公司	浴霸经销商	6家专卖店、58家专营店	3,467.22
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	5家专卖店、12家专营店	3,237.26
上海逸盛实业有限公司	浴霸经销商	18家专卖店、8家专营店	2,649.37
长沙市王建松	集成吊顶经销商	14家专卖店	1,505.94
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸经销商	6家专卖店、8家专营店	1,429.39
上海驰琳实业有限公司	集成吊顶经销商	10家专卖店	1,408.32
扬州爱满屋家居电器有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	10家专卖店、14家专营店	1,401.97

③经销商管理政策

随着发行人经销商队伍的不断扩大，为加强管理，发行人对经销商制定了切实有效的管理制度。

公司经销商管理主要分为两个层面：第一层面，经销商渠道各产品事业部负责制定经销商管理政策、产品规划、年度销售任务、分时段促销活动以及区域性宣传推广活动等事项；第二层面，经销商渠道各产品事业部下属各销售大区负责经销商招商、开店、展会、培训等地方性具体事务。此外，营销管理中心下属商务部负责统计经销商订单、经销商返利及经销商回款等数据，并安排经销商发货等后台支持事项。

公司对经销商管理采取扁平化、区域化的经销商管理体系，从经销商资格认定管理、经销商订货和结算管理、市场秩序和经销商销售价格管理、运输费用的承担、保证金的缴纳比例、经销商门店装修费用的承担、广告宣传费用的承担、经销商培训管理、退换货政策、经销商返利政策等方面不断提升对经销商的服务与管理，促进公司销售业绩的目标实现。

A. 经销商资格认定管理

公司制定有经销商资格认定标准，对潜在经销商门店资源、代理经验、资金实力、销售渠道资源，以及该潜在经销商对公司品牌认可程度等因素进行综合评估，经评估符合公司招商政策的经销商，公司与经销商签订经销合同，并向其颁发《授权委托书》。

公司每年对经销商进行资格评定，评定内容包括销售任务完成情况、公司市场规范制度执行情况、宣传推广活动参与情况等方面。对于评定合格的经销商，公司与其续签经销合同；未通过评定的经销商，公司将结合评定结果、该经销商所处地区的市场情况等多方面因素，酌情选择是否与该经销商续签合同。

B. 经销商订货和结算管理

发行人对经销商采取“先款后货”的收款模式。经销商向公司下订单后，公司对该经销商进行信用检查，若该经销商未全额支付该笔订单款项，则公司不予通过该笔订单；经销商全额支付订单款项后，公司组织发货。

公司与经销商的结算方式主要为电汇结算、银行承兑汇票等。经销商回款必须支付至发行人所开立的银行账户，法人经销商使用非公户、个体工商户使用非业主本人银行账户支付货款的，发行人一律退回。

C. 经销商定价管理

经销商渠道下，公司制定了产品价格体系，对不同系列、规格的产品均规定了出厂基准价。为促进销售，公司一般会根据当年市场策略、主推产品计划以及促销活动等，在活动期间公司会适当在产品基准价的基础上给予经销商一定折扣。

公司亦对各产品制定了终端零售指导价，对经销商的最终销售价格进行指导。

D. 运输费用的承担

公司对满足特定条件的发货给予减免运费的支持，根据经销商本年度合同目标任务金额不同、单次订货金额的不同而有所不同，具体物流运输政策如下：

经销商年度目标任务金额	经销商单次订单发货金额 (不含配件及其它物料)	物流运输政策
>100 万元	≥8 万元	免物流运输费用
	[2 万元, 8 万元)	按订单金额的 5% 支付运费
	<2 万元	按订单金额的 10% 支付运费和订单服务费
	经销商自提 (金额不限)	按 200 元/次支付订单服务费
(50 万元, 100 万元]	≥5 万元	免物流运输费用
	[2 万元, 5 万元)	按订单金额的 5% 支付运费
	<2 万元	按订单金额的 10% 支付运费和订单服务费
	经销商自提 (金额不限)	按 200 元/次支付订单服务费
≤50 万元	≥3 万元	免物流运输费用
	[1 万元, 3 万元)	按订单金额的 5% 支付运费
	<1 万元	按订单金额的 10% 支付运费和订单服务费
	经销商自提	按 200 元/次支付订单服务费

公司产品到达经销商指定仓库后，由经销商负责卸货及卸货费用，运输方式

由发行人视具体情况而定。

E. 保证金的缴纳比例

公司向经销商收取的保证金主要分为合同保证金、合同任务保证金和 O2O 保证金。

a. 合同保证金

2016 年至 2017 年，合同保证金系双方签署销售合同后经销商按 1 万元进行缴纳，合同终止后发行人无息返还。若经销商续签合同，保证金自动转入下一年；若经销商连续签约两年以上并在合同存续期间未发生市场违规行为，已缴纳的合同保证金可转为货款使用。

2018 年起，合同保证金调整为 2 万元。2019 年 1-6 月，公司暂停收取新增经销商合同保证金。

b. 合同任务保证金

合同任务保证金视经销商销售任务完成情况进行缴纳。公司每半年对经销商当年销售任务完成情况进行考核，若经销商未完成上半年销售任务，发行人将在下半年向经销商加收合同任务保证金；若经销商完成当年全年销售任务，合同任务保证金可转为货款使用；若经销商完成下半年销售任务，但未完成全年销售任务，当年已收合同任务保证金不予返还，次年上半年不再加收合同任务保证金；若经销商亦未完成下半年销售任务，当年已收合同任务保证金不予返还，次年上半年继续收取合同任务保证金。

报告期内，合同任务保证金缴纳标准如下：

2016 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日，按照单次进货额的 5% 收取。2018 年 1 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日为新政策过渡期，不收取 2018 年上半年合同任务保证金。2018 年 7 月起执行调整后的新政策，按照单次进货额的 3% 收取。2019 年上半年暂停收取合同任务保证金。

c. O2O 保证金

O2O 保证金为经销商与发行人签订《AUPU 集成吊顶 O2O 代理销售服务协议

议》时按 2 万元一次性缴纳，该 O2O 服务协议终止时，该笔保证金可转为货款使用。

F. 经销商门店装修费用的承担

为保证公司品牌形象、产品辨识度，公司对经销商终端店面形象进行统一设计并依据门店面积、长度等标准向验收合格的经销商提供限额内的装修补贴，补贴的兑现方式为销售折让。具体补贴政策如下：

a. 浴霸类电器门店装修补贴如下：

门店类型	补贴标准			
	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
专卖店	按面积补贴 500-1,000 元/ m ² ，门头 300-380 元/ m ²	按面积补贴 500 元/ m ² ，门头 300-380 元/ m ²	按面积补贴 500-700 元/ m ² ，门头 380 元/ m ²	柜楣 300 元/m，柜体 700 元/m，门头 3,000 元/店
专营店	按展柜长度补贴 1,400-1,800 元/m，门头 280 元/ m ²	按展柜长度补贴 1,400-1,600 元/m，门头根据实际用材审批	按展柜长度补贴 1,600 元/m，门头 280 元/ m ²	柜楣 300 元/m，柜体 700 元/m，门头 3,000 元/店
KA 门店	按展柜长度补贴 1,800 元/m	按展柜长度补贴 1,600 元/m，按中岛长度补贴 1,200 元/m	按展柜长度补贴 1,600 元/m，按中岛长度补贴 1,200 元/m	柜楣 300 元/m，柜体 800-1,000 元/m，门头视实际情况
销售网点	门头 280 元/ m ² ，不超过 1,000 元/店	门头 280 元/ m ² ，不超过 1,000 元/店	门头 280 元/ m ² ，不超过 1,000 元/店	无

经销商按照发行人门店设计图纸装修，经发行人销售大区验收后，财务部按照上述标准测算金额与当年经销商累计提货额 2%孰低原则审批装修补贴金额。

b. 集成吊顶门店装修补贴如下：

门店实际使用面积 (S)	补贴标准			
	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
$S < 70\text{m}^2$	无	无	无	无
$70\text{m}^2 \leq S < 110\text{m}^2$	400 元/ m ²	400 元/ m ²	400 元/ m ²	400 元/ m ²
$110\text{m}^2 \leq S < 150\text{m}^2$	500 元/ m ²	500 元/ m ²	500 元/ m ²	500 元/ m ²

门店实际使用面积 (S)	补贴标准			
	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
$150\text{m}^2 \leq S < 200\text{m}^2$	700 元/ m^2	700 元/ m^2	700 元/ m^2	700 元/ m^2
$200\text{m}^2 \leq S < 300\text{m}^2$	900 元/ m^2	900 元/ m^2	900 元/ m^2	900 元/ m^2
$S \geq 300\text{m}^2$	1,000 元/ m^2	1,000 元/ m^2	1,000 元/ m^2	1,000 元/ m^2
额外补贴	植入新风、晾衣架或集成墙面等新品类者, 按照 10,000 元/品类额外补贴	植入新风、晾衣架或集成墙面等新品类者, 按照 5,000 元/品类额外补贴	无	无

经销商按照发行人门店设计图纸装修, 经发行人销售大区验收后, 财务部按照上述标准测算金额与当年经销商累计提货额 5% 孰低原则审批装修补贴金额。

发行人为进一步支持大型集成吊顶经销商开设门店, 于 2018 年起制定了大型经销商门店装修补贴政策: 对于大型经销商新装修门店, 发行人均按照实际装修成本 (硬装部分, 不含样品) 全额补贴, 不受当年提货额 5% 的限制。

c. 厨电门店装修补贴如下:

2018 年起, 公司对厨电经销商制定装修补贴政策, 厨电门店根据门店面积不同, 装修补贴标准亦有所不同, 具体如下:

门店实际使用面积 (S)	补贴标准
$S < 60\text{m}^2$	无
$60\text{m}^2 \leq S < 80\text{m}^2$	200 元/ m^2
$80\text{m}^2 \leq S < 120\text{m}^2$	300 元/ m^2
$S \geq 120\text{m}^2$	400 元/ m^2

经销商按照发行人门店设计图纸装修, 经发行人销售大区验收后, 财务部按照上述标准审批装修补贴金额。

G. 广告宣传费用的承担

发行人广告宣传费用主要分为三个部分, 具体如下:

第一，发行人品牌部负责全国范围内的广告投放，品牌部每年均会拟定媒体投放策略及广告投放预算，该部分费用均由发行人承担；

第二，发行人各产品、渠道事业部每年根据销售计划以及下属各销售大区当地实际情况，制定全年区域性广告投放及推广活动计划、预算，并由发行人总经理审批，该部分费用均由发行人承担；

第三，发行人亦鼓励经销商在当地进行因地制宜的广告宣传。发行人各销售大区根据经销商销售情况以及当地市场竞争情况，每年均会给予经销商一定额度的广告宣传补贴。经销商依据广告实际投放凭证向公司申请广告宣传补贴，在额度内部分由发行人承担，超出额度部分由经销商自行承担。发行人承担以上广告宣传费的方式为费用报销。

H. 经销商培训管理

为不断提升经销商销售能力、运营能力以及对公司品牌战略的认同度，公司设立了经销商培训部门。经销商培训主要分为以下三个层面：对经销商实际控制人经营理念、管理能力、营销服务理念进行培训；对经销商管理团队运营能力进行培训，如市场策划能力、拓展能力、区域分销商管理能力等；对经销商一线销售人员、导购人员营销能力及产品知识进行培训。

公司每年举行约 200 场培训，参加培训人次总计超过 1 万人次。实施培训的师资由外部专业培训机构联合公司内部培训师体系协同完成。

I. 退换货政策

公司对经销商的销售模式为买断式销售，公司仅承担因质量原因或安全隐患造成的产品退换货。

经销商退换货前需首先向公司反馈产品出现的问题，同时填写《退换货登记表》，在登记表上描述退换货的详细信息，此表随货物同时发往公司，公司收到后组织品管部、质检部、研发部等相关部门对产品进行检测。如确认为产品质量问题，符合退换货条件的，则公司为经销商办理退换货手续；不符合退换货条件的，由客服人员通知经销商，并将货物发还给经销商，不做退换货处理。

对于符合经销商退货的,发行人不直接予退款,而是转为该经销商预付货款,供下次提货时使用,亦不存在同经销商共管异地仓库及已销售产品的情形。。

J. 经销商销售返利政策

发行人经销商销售返利主要分为浴霸经销商销售返利、集成吊顶经销商销售返利和厨电经销商销售返利,销售返利的发放系销售折让方式。

a. 浴霸经销商销售返利政策

浴霸经销商销售返利政策主要包括两类:基础销售返利政策以及特别销售返利政策。

基础销售返利:

2016年至2018年公司与经销商签订年度销售任务,并每半年对经销商进行考核(线上经销商每年度进行考核);2019年1-6月,公司每季度对经销商进行考核,若经销商完成当期销售任务,公司则以经销商当期提货额的一定比例对其进行销售奖励。报告期内浴霸经销商基础销售返利政策情况如下:

年份	基础销售返利政策
2016年	若经销商完成当期销售任务,则公司以其当期提货额的2%对其进行销售奖励
2017年	若经销商完成当期销售任务且完成合同规定产品品类的销售任务,则公司以其当期提货额的2%对其进行销售奖励;若经销商完成当期销售任务但未完成合同规定产品品类的销售任务,则当期销售奖励减半
2018年	若经销商完成当期销售任务且完成合同规定产品品类的销售任务,则公司以其当期提货额的2%对其进行销售奖励(其中晾衣架产品为3%);若经销商未完成当期浴霸销售任务,则无法获得销售奖励
2019年1-6月	若经销商完成当期浴霸销售任务,则销售奖励为:第一季度按浴霸提货额的2%,第二季度至第四季度按浴霸提货额的1%,若任何一个季度没有完成浴霸销售任务,则本年度以后季度均降为浴霸提货额的0.5%。 若经销商完成全年销售任务且完成合同规定产品品类的销售任务,则公司按全年提货额的1%对其进行销售奖励(其中晾衣架产品、照明产品为2%);若经销商完成当期销售任务但未完成合同规定产品品类的销售任务,则当期销售奖励减半

特别销售返利政策(线上经销商宣传补贴):

近年来线上经销商推广费用快速增长，为了鼓励线上经销商的发展，2017年起公司对于经销商线上渠道宣传推广给予了一定比例的补贴，具体如下：

若线上经销商完成当期销售任务，对于线上经销商在线上平台宣传推广所产生的相关费用，公司按照其当期线上产品提货额的 3% 以及相关费用实际发生额的 60% 孰低进行销售奖励。

b. 集成吊顶经销商销售返利政策

集成吊顶经销商销售返利政策主要包括两类：基础销售返利政策以及特别销售返利政策。

基础销售返利政策：

公司与集成吊顶经销商签订年度销售任务并分解至各季度，公司每季度对经销商进行考核，若经销商完成当季度销售任务，则根据季度提货额进行销售奖励；若经销商未完成当季度销售任务的，则当季度无销售奖励。

报告期内，公司以经销商提货额（其中 2016 年系全部产品提货额，2017 年、2018 年及 2019 年 1-6 月系剔除家装类产品的提货额）的 1.5% 对其进行销售奖励，同时设置累计销售任务达成奖励作为附加奖励。累计任务达成奖励标准如下：

年度目标任务	一季度	二季度		三季度		四季度	
		发放条件	发放标准	发放条件	发放标准	发放条件	发放标准
<100 万元	0	完成一、二季度累计任务	二季度提货额 0.5%	完成一、二、三季度累计任务	三季度提货额 1%	完成一、二、三、四季度累计任务	四季度提货额 1.5%
[100 万元, 500 万元)	0		二季度提货额 1%		三季度提货额 1.5%		四季度提货额 2%
≥500 万元	0		二季度提货额 2%		三季度提货额 2.5%		四季度提货额 3%

特别销售返利政策（工程、家装渠道销售返利）：

随着精装修房的逐步普及，工程、家装等大宗客户渠道已成为行业产品销售及品牌宣传的重要渠道之一。公司在发展自身大宗客户渠道的基础上，同样鼓励经销商积极发展此类业务。因此，2018 年公司对于集成吊顶经销商新增了关于

工程、家装渠道的销售返利政策，主要分为指定工程、家装客户销售返利以及指定工程、家装产品销售返利两类，具体如下：

指定工程、家装客户销售返利：针对与公司建立了战略合作关系的中大型工程、家装渠道客户，公司按照经销商向这些客户销售的产品提货额的 10% 进行销售奖励。

指定工程、家装产品销售返利：针对指定工程、家装类产品型号（如 QDP9016 浴霸、QTP8022 集成吊顶主机、TKB-95 型号扣板等），公司与集成吊顶经销商约定该等特定产品的年度销售任务，若集成吊顶经销商完成该等特定产品的年度销售任务，则按照该等特定产品提货额的 3% 进行销售奖励；若集成吊顶经销商超额完成该等特定产品的年度销售任务且超过约定的该等特定产品当期销售任务的 20%，则奖励比例（当年特定产品的提货额）上调至 5%。

c. 厨电经销商销售返利政策

2017 年，公司开始开拓厨电市场，故对厨电经销商制定了销售返利政策：若厨电经销商完成当年销售任务，2017 年及 2018 年，公司以其当年提货额的 3% 对其进行销售奖励；2019 年，对于当年提货额超过 200 万元的经销商按提货额的 2% 对其进行销售奖励，对于当年提货额超过 50 万元的经销商按提货额的 1% 对其进行销售奖励，对于当年提货额小于 50 万元的经销商无销售奖励。

K. 经销商服务返利政策

2016 年至 2017 年，发行人浴霸经销商（不包括线上经销商）享有服务返利。

公司与经销商签订浴霸服务合同，对经销商的服务范围、服务区域、服务内容等进行约定，并约定相关服务的收费标准及考核细则。公司每半年对经销商进行一次服务质量考核，根据考核分数给予经销商售后服务返利，返利金额不超过当年经销商提货额的 2%。

2018 年，公司对经销商服务返利政策进行了调整，浴霸经销商与集成吊顶经销商均可享有服务返利，服务返利主要包括服务支持补贴、服务优秀奖励，以每半年度为一个考核周期。服务支持补贴主要系根据终端消费者对经销商的服务满意度情况给予经销商一定金额的奖励；服务优秀奖励主要对终端消费者投诉

率、服务配合度等方面综合评分较高的部分经销商给予一定金额的奖励。

2019年1-6月，公司对经销商服务返利政策进一步细化，对于浴霸经销商，主要系根据终端消费者对经销商的服务满意度情况给予经销商一定金额的奖励；对于集成吊顶经销商，主要系根据经销商晾衣机的销售情况进行奖励。

(3) 大宗客户业务模式

大宗客户渠道系发行人重要销售渠道之一，该渠道下发行人客户主要系房地产开发商以及家装公司。

随着精装修住宅商品房的逐步普及，房地产开发商已成为公司重要客户类型之一。公司近年来开始拓展房地产开发商业务，报告期内已与广州恒大、万科等知名房地产商合作。

随着互联网家装行业逐步发展，家装公司也逐步成为公司重要客户类型之一。公司于2015年开始拓展家装公司业务，报告期内已与生活家、爱空间等国内知名互联网家装公司合作。

考虑到房地产及家装公司等大宗客户回款周期较长，且部分大宗客户资信状况不稳定，近年来，发行人主要与少量优质大宗客户进行战略合作。

(4) KA 业务模式

KA渠道亦为发行人重要销售渠道之一，该渠道下发行人客户主要系各大知名卖场，如苏宁、国美等。发行人KA业务采用代销模式，即发行人向KA卖场提供商品，KA卖场无需预付货款，待KA卖场完成销售，并扣除与发行人约定的商业折扣、费用及相关保证金后，结算货款给发行人。KA卖场未售出的商品可要求发行人收回，在代销期间，未售出的商品所有权归发行人所有。

(5) 外销业务模式

公司外销主要分为两种业务模式，第一种是公司以代工（ODM）的形式与国际知名品牌合作；另一种则是公司直接将自有品牌的产品出售给海外经销商。

报告期内，公司主要海外客户情况如下：

序号	海外客户名称	国家或地区	城市	销售产品	合作方式
1	施耐德电气有限公司	澳大利亚	墨尔本 / 悉尼	浴霸	ODM
2	美国 Aero Pure Fan	美国	哈那汗	通风扇	ODM
3	台湾晶诚国际有限公司	中国台湾	台北	通风扇	ODM
4	美国 FANTECH LNC	美国	堪萨斯市	通风扇	ODM
5	马来西亚 Blue Orange	马来西亚	加影	通风扇	ODM
6	香港德国宝 German Pool	中国香港	香港	浴霸	ODM
7	韩国 Complife	韩国	首尔	浴霸	ODM
8	台湾同船股份有限公司	台湾	新北市	浴霸	经销商

报告期各期，发行人前五大海外客户销售情况如下：

时间	客户名称	销售金额（万元）	占外销收入比例（%）
2019年 1-6月	施耐德电气有限公司	835.73	66.73
	美国 AeroPureFan	174.50	13.93
	马来西亚 BlueOrange	101.18	8.08
	韩国 Complife	79.22	6.33
	台湾同船股份有限公司	23.26	1.86
	合计	1,213.90	96.92
2018年 度	施耐德电气有限公司	1,651.14	58.69
	马来西亚 BlueOrange	264.09	9.39
	台湾晶诚国际有限公司	251.28	8.93
	美国 AeroPureFan	231.15	8.22
	美国 FANTECHLNC	105.24	3.74
	合计	2,502.90	88.97
2017年 度	施耐德电气有限公司	1,183.72	56.45
	台湾晶诚国际有限公司	251.19	11.98
	美国 AeroPureFan	153.53	7.32
	马来西亚 BlueOrange	146.21	6.97

时间	客户名称	销售金额（万元）	占外销收入比例（%）
	美国 FANTECHLNC	78.79	3.76
	合计	1,813.45	86.48
2016 年 度	Tricosco	1,671.63	41.76
	施耐德电气有限公司	1,082.78	27.05
	台湾晶诚国际有限公司	253.39	6.33
	香港德国宝 GermanPool	245.08	6.12
	韩国 Complife	242.17	6.05
	合计	3,495.04	87.30

（6）直营业务模式

直营模式系公司 2017 年开展的业务模式，主要包括线下直营及线上直营。其中，线上直营于 2017 年 12 月开展；线下直营于 2017 年 6 月开展。

①线上直营

截至 2019 年 6 月末，公司线上直营平台已开设奥普官方旗舰店（天猫）、奥普浴霸官方品牌店（淘宝）、奥普官方旗舰店（京东）、奥普照明旗舰店（京东）、奥普晾衣架旗舰店（京东）、奥普家居官方旗舰店（苏宁）、奥普官方旗舰店（拼多多）、奥普智能家居官方旗舰店（唯品会）、奥普旗舰店（网易考拉）等 9 家网络平台店铺。

②线下直营

截至 2019 年 6 月末，公司经营中的线下直营专卖店数量为 2 家，分布如下：

序号	专卖店名称	专卖店地址
1	红星美凯龙金桥店	浦东新区金藏路 86 号 6 楼 8080-01
2	红星美凯龙真北店	普陀区真北路 1208 号二楼 B8315

（7）主要客户的销售金额、内容、占比、客户性质等信息及变化原因

①发行人主要客户情况

报告期内，发行人前十大客户具体如下：

客户名称	主要销售产品	金额（万元）	销售占比（%）	客户性质
2019年1-6月				
广州恒大材料设备有限公司	浴霸、集成吊顶	4,641.51	5.65	大宗客户
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶	4,599.38	5.60	经销商
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶	2,232.63	2.72	经销商
成都长青基业商贸有限公司	浴霸	2,211.91	2.69	经销商
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸	1,866.23	2.27	经销商
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶	1,781.70	2.17	经销商
万科企业股份有限公司	集成吊顶	1,768.43	2.15	大宗客户
上海驰琳实业有限公司	集成吊顶	1,309.18	1.59	经销商
南京品聚汇方商贸有限公司	浴霸	928.26	1.13	经销商
扬州爱满屋家居电器有限公司	浴霸、集成吊顶	850.11	1.03	经销商
合计		22,189.34	27.00	-
2018年度				
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶	9,319.30	5.58	经销商
广州恒大材料设备有限公司	浴霸、集成吊顶	6,100.88	3.65	大宗客户
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶	4,863.80	2.91	经销商
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶	3,766.45	2.26	经销商
成都长青基业商贸有限公司	浴霸	3,751.61	2.25	经销商
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸	3,643.39	2.18	经销商
万科企业股份有限公司	集成吊顶	3,303.80	1.98	大宗客户
上海驰琳实业有限公司	集成吊顶	2,981.23	1.79	经销商
杭州格博卫浴有限公司	集成吊顶	2,954.97	1.77	经销商
成都市生活家装饰工程有限公司	浴霸、集成吊顶	2,212.40	1.32	大宗客户
合计		42,897.83	25.69	-
2017年度				

客户名称	主要销售产品	金额（万元）	销售占比（%）	客户性质
广州恒大材料设备有限公司	浴霸、集成吊顶	11,309.89	7.18	大宗客户
杭州橙隆贸易有限公司	浴霸	9,703.75	6.16	经销商、发行人关联方
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶	9,309.94	5.91	经销商
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶	4,608.43	2.93	经销商
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶	4,541.34	2.88	经销商
成都长青基业商贸有限公司	浴霸	4,466.75	2.84	经销商
杭州格博卫浴有限公司	集成吊顶	2,599.41	1.65	经销商
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸	2,562.91	1.63	经销商
成都市生活家装饰工程有限公司	浴霸、集成吊顶	2,488.42	1.58	大宗客户
长沙市王建松	集成吊顶	2,335.70	1.48	经销商
合计		53,926.54	34.24	-
2016 年度				
广州恒大材料设备有限公司	浴霸、集成吊顶	10,175.10	8.21	大宗客户
杭州橙隆贸易有限公司	浴霸	8,535.19	6.89	经销商、发行人关联方
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶	8,354.31	6.74	经销商
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶	3,742.41	3.02	经销商
成都长青基业商贸有限公司	浴霸	3,467.22	2.80	经销商
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶	3,237.26	2.61	经销商
上海逸盛实业有限公司	浴霸、集成吊顶	2,649.37	2.14	经销商
成都市生活家装饰工程有限公司	浴霸、集成吊顶	2,303.33	1.86	大宗客户
Tricosco	浴霸	1,671.63	1.35	外销客户、发行人关联方
长沙市王建松	集成吊顶	1,505.94	1.22	经销商
合计		45,641.76	36.83	-

注：上述销售数据为发行人对客户的主营业务收入，并已按照同一实际控制口径对客户予以合并。

②报告期内公司主要客户变化原因

客户名称	2019年1-6月排名	2018年度排名	2017年度排名	2016年度排名
广州恒大材料设备有限公司	1	2	1	1
北京中天诚投科贸有限公司	2	1	3	3
江苏晨皓贸易有限公司	3	4	5	4
成都长青基业商贸有限公司	4	5	6	5
杭州奥祺佳贸易有限公司	5	6	8	11
无锡市茵特拉根电子有限公司	6	3	4	6
万科企业股份有限公司	7	7	45	300+
上海驰琳实业有限公司	8	8	18	12
南京品聚汇方商贸有限公司	9	17	11	18
扬州爱满屋家居电器有限公司	10	12	12	13
长沙市王建松	13	11	10	10
成都市生活家装饰工程有限公司	15	10	9	8
杭州格博卫浴有限公司	17	9	7	16
杭州橙隆贸易有限公司	-	-	2	2
上海逸盛实业有限公司	-	-	50+	7
Tricosco	-	-	300+	9

报告期内发行人主要客户较为稳定，其中各年前五大客户基本稳定，前十大客户略有变化，部分客户变化原因如下：

A. 杭州橙隆变化原因

2016年及2017年，杭州橙隆为公司经销商，2017年12月，公司收回了杭州橙隆经销权，具体情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”。

2018年起杭州橙隆不再担任公司经销商。

B. 上海逸盛变化原因

2016年及2017年1-6月，上海逸盛为公司上海地区经销商之一；2017年下半年，公司开始在上海地区开展直营业务，并通过全资子公司上海奥普斯收购了上海逸盛相关资产，收购完成后上海逸盛不再担任公司经销商，因此公司2017年对上海逸盛销售额较往年下降。

C. Tricosco 变化原因

发行人为方便外销业务管理，曾于2016年下半年将部分外销业务转由控股股东 Tricosco 负责，故其当年成为公司第九大客户。2017年3月起，为避免关联交易，公司重新收回外销业务，故对 Tricosco 的销售额下降。

D. 杭州奥祺佳贸易有限公司变化原因

报告期内，公司对杭州奥祺佳贸易有限公司各期收入分别为1,429.39万元、2,562.91万元、3,643.39万元和1,866.23万元，收入增速较快。主要原因系该经销商一方面开店数量大幅增长、积极开拓下游客户，另一方面其实际控制人另行新设杭州泽佳同创贸易有限公司，主要从事工程业务，2017年起成为公司前十大客户。

E. 杭州格博卫浴有限公司变化原因

报告期内，公司对杭州格博卫浴有限公司各期收入分别为1,085.67万元、2,599.41万元、2,954.97万元和713.68万元。2017年杭州格博卫浴有限公司收入增幅较大，主要原因系该经销商进一步加大投入力度，提升开店数量，积极举办、参与产品促销活动；同时其实际控制人于2017年新设立重庆海创家居用品有限公司并取得发行人重庆地区集成吊顶授权销售，经销区域扩大，当期收入增速明显，2017年起成为公司前十大客户。

F. 长沙市王建松变化原因

报告期内，公司对长沙市王建松各期收入分别为1,505.94万元、2,335.70万元、1,940.99万元和823.65万元。长沙市王建松一直在长沙地区经营本公司集成吊顶产品，具备较为丰富的行业经验和客户资源，2016年及2017年均系公司前十大客户。2018年由于当地市场景气度下降，致使当年销售收入有所减少，系公司当年第十一大客户。

G. 上海驰琳实业有限公司变化原因

报告期内，公司对上海驰琳实业有限公司各期收入分别为 1,408.32 万元、1,472.13 万元、2,981.23 万元和 1,309.18 万元。2018 年上海驰琳实业有限公司收入增幅较大，主要原因系一方面该经销商代理区域新增上海地区部分郊区，另一方面其进一步加大投入力度，提升开店数量，积极举办、参与产品促销活动，2018 年成为公司前十大客户。

H. 万科企业股份有限公司变化原因

报告期内，公司对万科企业股份有限公司各期收入分别为 10.07 万元、543.23 万元、3,303.80 万元和 1,768.43 万元。公司 2016 年末与万科签订集中采购协议后，2017 年以来收入增幅明显，2018 年起万科成为公司前十大客户。

I. 南京品聚汇方商贸有限公司

南京品聚汇方商贸有限公司系发行人线上经销商，报告期内，公司对南京品聚汇方商贸有限公司各期收入分别为 1,062.54 万元、1,817.15 万元、1,479.11 万元和 928.26 万元，2019 年 1-6 月成为发行人前十大客户。

J. 扬州爱满屋家居电器有限公司

报告期内，公司对扬州爱满屋家居电器有限公司各期收入分别为 1,401.97 万元、1,734.53 万元、1,810.60 万元和 850.11 万元，收入逐期增长，2019 年 1-6 月成为发行人前十大客户。

③公司对主要客户的信用政策、结算政策、运输政策、配套政策、折扣政策、退换货政策情况

公司报告期各期前十大客户中，经销商客户的信用政策、结算政策、运输政策、配套政策、折扣政策、退换货政策情况以及变化情况请参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（三）主要经营模式”之“3、销售模式”之“（2）经销模式”之“⑧经销商管理体系”。

公司对报告期各期前十大客户中，非经销商客户的信用政策、结算政策、运输政策、配套政策、折扣政策、退换货政策情况如下表：

客户名称	信用、结算政策	运输政策	配套政策	折扣政策	退换货政策
广州恒大材料设备有限公司	2016年1月至2017年8月，月末对账，次月末付款，付款方式主要为6个月期限商业承兑汇票；2017年9月至2018年，新发生应付款项于次年9月份一次性以现金形式无息支付；2019年1月起，月末对账，次月末付款，付款方式为12个月商业承兑汇票。	公司承担	质保期3年	货物价格根据约定单价结算，并承诺供货价格为业内最低	买断式销售，接受质量问题退换货
万科企业股份有限公司	验收合格且客户在其平台确认接收，付款资料齐全后的45日内付款	公司承担	质保期24个月	中国国内市场的最低销售价格	买断式销售，接受质量问题退换货
成都市生活家装饰工程有限公司	月末对账，开票后7天内付款；2017年起，每月18日以前收到发票，当月25日付款，否则于次月25日付款	公司承担	质保期2年	按大客户级别的价格供货，给予同等合作级别、采购规模下的最低价格	买断式销售，接受质量问题退换货
Tricosco	Tricosco系公司控股股东，同属奥普集团旗下主体，故未约定账期。Tricosco在收到外销客户货款后，再向发行人支付货款	公司负责Tricosco向其外销客户的运输的内陆运输费用	无	最终销售价格9折	买断式销售，接受质量问题退换货

如上表所示，报告期内，发行人主要客户中广州恒大、生活家曾调整了结算政策，其余客户结算政策未发生变化。

(8) 各销售渠道主要客户情况

①经销商渠道

报告期各期，发行人前十大经销商客户销售情况如下：

时间	客户名称	销售金额 (万元)	主营业务收入 占比 (%)	经销商渠道收 入占比 (%)	客户性质
2019	北京中天诚投科贸有限公司	4,599.38	5.60	7.46	前员工经销商

时间	客户名称	销售金额 (万元)	主营业务收入 占比 (%)	经销商渠道收 入占比 (%)	客户性质
年 1-6 月	江苏晨皓贸易有限公司	2,232.63	2.72	3.62	无关联关系
	成都长青基业商贸有限公司	2,211.91	2.69	3.59	前员工经销商
	杭州奥祺佳贸易有限公司	1,866.23	2.27	3.03	前员工经销商
	无锡市茵特拉根电子有限公司	1,781.70	2.17	2.89	无关联关系
	上海驰琳实业有限公司	1,309.18	1.59	2.12	无关联关系
	南京品聚汇方商贸有限公司	928.26	1.13	1.50	无关联关系
	扬州爱满屋家居电器有限公司	850.11	1.03	1.38	无关联关系
	郑州中旗辰盟家用电器有限公司	834.13	1.01	1.35	无关联关系
	长沙市王建松	823.65	1.00	1.34	无关联关系
	小计	17,437.18	21.22	28.27	/
2018 年度	北京中天诚投科贸有限公司	9,319.30	5.58	7.39	前员工经销商
	无锡市茵特拉根电子有限公司	4,863.80	2.91	3.86	无关联关系
	江苏晨皓贸易有限公司	3,766.45	2.26	2.99	无关联关系
	成都长青基业商贸有限公司	3,751.61	2.25	2.98	前员工经销商
	杭州奥祺佳贸易有限公司	3,643.39	2.18	2.89	前员工经销商
	上海驰琳实业有限公司	2,981.23	1.79	2.37	无关联关系
	杭州格博卫浴有限公司	2,954.97	1.77	2.34	前员工经销商
	长沙市王建松	1,940.99	1.16	1.54	无关联关系
	扬州爱满屋家居电器有限公司	1,810.60	1.08	1.44	无关联关系
	郑州中旗辰盟家用电器有限公司	1,789.95	1.07	1.42	无关联关系
	小计	36,822.29	22.05	29.21	/
2017 年度	杭州橙隆贸易有限公司	9,703.75	6.16	7.18	关联方
	北京中天诚投科贸有限公司	9,309.94	5.91	6.89	前员工经销商
	无锡市茵特拉根电子有限公司	4,608.43	2.93	3.41	无关联关系
	江苏晨皓贸易有限公司	4,541.34	2.88	3.36	无关联关系
	成都长青基业商贸有限公司	4,466.75	2.84	3.31	前员工经销商
	杭州格博卫浴有限公司	2,599.41	1.65	1.92	前员工经销商

时间	客户名称	销售金额 (万元)	主营业务收入 占比 (%)	经销商渠道收 入占比 (%)	客户性质
	杭州奥祺佳贸易有限公司	2,562.91	1.63	1.90	前员工经销商
	长沙市王建松	2,335.70	1.48	1.73	无关联关系
	南京品聚汇方商贸有限公司	1,817.15	1.15	1.34	无关联关系
	扬州爱满屋家居电器有限公司	1,734.53	1.10	1.28	无关联关系
	小计	43,679.91	27.73	32.32	/
2016 年度	杭州橙隆贸易有限公司	8,535.19	6.89	8.33	关联方
	北京中天诚投科贸有限公司	8,354.31	6.74	8.16	前员工经销商
	江苏晨皓贸易有限公司	3,742.41	3.02	3.65	无关联关系
	成都长青基业商贸有限公司	3,467.22	2.80	3.39	前员工经销商
	无锡市茵特拉根电子有限公司	3,237.26	2.61	3.16	无关联关系
	上海逸盛实业有限公司	2,649.37	2.14	2.59	无关联关系
	长沙市王建松	1,505.94	1.22	1.47	无关联关系
	杭州奥祺佳贸易有限公司	1,429.39	1.15	1.40	前员工经销商
	上海驰琳实业有限公司	1,408.32	1.14	1.38	无关联关系
	扬州爱满屋家居电器有限公司	1,401.97	1.13	1.37	无关联关系
	小计	35,731.38	28.83	34.89	/

注：上述销售金额为发行人对客户销售收入，并已按照同一实际控制口径对客户予以合并。

如上表所示，报告期各期，公司经销商渠道前十大客户中，杭州橙隆（原名杭州谭龙贸易有限公司）系关联方，部分经销商实际控制人系公司前员工，除此之外，其他经销商与公司不存在关联关系。

A. 杭州橙隆贸易有限公司

公司名称	杭州橙隆贸易有限公司	统一社会信用代码	913301040536695765
注册资本	50 万元人民币	法定代表人	俞剑中
成立时间	2012 年 9 月 7 日	登记状态	存续
住所	浙江省杭州市江干区亿龙商务楼	曾用名	杭州谭龙贸易有限公司

	416 室		
经营范围	批发、零售：家电，服装，鞋帽，饰品，箱包，床上用品，日用百货；其他无需报经审批的一切合法项目。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
2014 年 1 月 7 日之前	卢卿、梅娟	卢卿、梅娟	卢卿系当时发行人间接股东卢颂康胞兄之子，梅娟系卢卿之妻。 方雯雯系发行人实际控制人之一致行动人，方向阳、陈智民及俞剑中均系代名股东。
2014 年 1 月 7 日至 2014 年 12 月 10 日	方向阳	方雯雯	
2014 年 12 月 10 日至 2016 年 9 月 12 日	陈智民	方雯雯	
2016 年 9 月 12 日至今	俞剑中	方雯雯	
发行人合作历史	2012 年起成为发行人浴霸线上经销商，主要经营天猫奥普官方旗舰店、淘宝奥普浴霸商城店、天猫奥普品牌商、京东奥普官方旗舰店等四家网络平台店铺。		
发行人产品用途	浴霸产品经销。		
与发行人关联关系	2014 年 1 月起属于发行人关联方，实际控制人为发行人实际控制人之一致行动人方雯雯女士。		

B. 北京中天诚投科贸有限公司

公司名称	北京中天诚投科贸有限公司	统一社会信用代码	91110108569543480L
注册资本	500 万元人民币	法定代表人	方舒
成立时间	2011 年 1 月 21 日	登记状态	存续
住所	北京市海淀区万寿路西街 2 号 4 层 402 室	曾用名	-
经营范围	技术开发、技术服务；销售五金交电、建筑材料、家用电器、日用品、化妆品。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
2016 年 6 月 22 日之前	方舒	方舒、于海涛	于海涛离职前系发行人北京分公司总经理（2013 年 1 月 31 日离职）； 方舒系 Fang James 堂兄之子、方胜康堂弟之子。
2016 年 6 月 22 日至今	方舒、于海涛	方舒、于海涛	
发行人合作历史	方舒设立北京中天诚投科贸有限公司，最初为发行人北京地区浴霸经销商，2012 年北京分公司改制，北京中天诚投科贸有限公司承接北京分公司人员、业务、资产，成为发行人北京地区经销商，同时经营京东渠道业务。		

发行人产品用途	浴霸、集成吊顶产品经销。
与发行人关联关系	于海涛系发行人前员工，方舒系 Fang James 堂兄之子、方胜康堂弟之子。

C. 无锡市茵特拉根电子有限公司

公司名称	无锡市茵特拉根电子有限公司	统一社会信用代码	91320202555837592K
注册资本	200 万元人民币	法定代表人	鲍海铭
成立时间	2010 年 4 月 22 日	登记状态	存续
住所	无锡市锡沪东路 18 号 B269、B270	曾用名	-
经营范围	电子产品、五金交电、通讯设备（不含无线电发射设备）、通用机械及配件、电气机械及器材、日用品、办公用品、装潢材料、家具、照明电器、建筑材料、家用电器、专用设备的销售；会务服务、展览展示服务。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	鲍海铭、闵添	鲍海铭	无
发行人合作历史	无锡市茵特拉根电子有限公司成立初即为发行人无锡地区经销商，现同时经营苏宁易购业务。		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶产品经销。		
与发行人关联关系	无		

D. 江苏晨皓贸易有限公司

公司名称	江苏晨皓贸易有限公司	统一社会信用代码	91320000790897712X
注册资本	3,518 万元人民币	法定代表人	王立香
成立时间	2006 年 8 月 22 日	登记状态	存续
住所	南京市秦淮区龙蟠中路 231 号 1604 室	曾用名	-
经营范围	国内贸易；电器的安装维修及服务；展览展示服务；道路货物运输。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	王立香、胡超	胡跃成	无
发行人合作历史	江苏晨皓贸易有限公司成立初即为发行人南京地区经销商。		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶产品经销。		
与发行人关联关系	无		

E. 成都长青基业商贸有限公司

公司名称	成都长青基业商贸有限公司	统一社会信用代码	91510106332112455X
注册资本	100 万元人民币	法定代表人	陈光仪
成立时间	2015 年 4 月 30 日	登记状态	存续
住所	成都市金牛区金府路 799 号 2 栋 11 层 18 号	曾用名	-
经营范围	批发、零售：家用电器、日用品、建材。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	葛建国、陈光仪	陈光仪	陈光仪离职前系发行人重庆分公司总经理（2013 年 7 月 31 日离职）
发行人合作历史	2013 年发行人重庆分公司改制，陈光仪设立重庆圣蕾贸易有限公司承接重庆分公司资产、人员、业务，成为发行人重庆地区浴霸经销商。后由于发行人成都地区经销商业绩不及预期，陈光仪设立成都长青基业商贸有限公司，成为发行人成都地区浴霸经销商。		
发行人产品用途	浴霸产品经销。		
与发行人关联关系	陈光仪系发行人前员工。		

F. 杭州格博卫浴有限公司

公司名称	杭州格博卫浴有限公司	统一社会信用代码	91330105685816220A
注册资本	50 万元人民币	法定代表人	孙立军
成立时间	2009 年 3 月 20 日	登记状态	存续
住所	拱墅区美都广场 E 座 1018 室	曾用名	-
经营范围	卫浴产品、家用电器、装饰材料的销售；家用电器的上门安装、上门维修（凡涉及许可证、资质证书的，凭有效许可证、资质证书经营）；会展服务；文化艺术交流活动策划；展示设计；图文设计。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至 2012 年 4 月 24 日	李丹青、沈红明、孙立军	孙立军	孙立军离职前系发行人营销副总裁（2008 年离职）； 郑志珍系发行人前员工（2006 年离职）
2012 年 4 月 24 日至今	郑志珍、李丹青、沈红明、孙立军	孙立军、郑志珍	
2018 年 8 月 21 日至今	郑志珍、孙立军、	孙立军、郑志珍	

	励荔、沈红明		
发行人合作历史	孙立军 2008 年自公司离职，后自主创业于 2009 年 4 月成为发行人经销商。孙立军控制有杭州格博卫浴有限公司、重庆海创家居用品有限公司，分别为发行人杭州、重庆地区集成吊顶经销商。		
发行人产品用途	集成吊顶产品经销。		
与发行人关联关系	孙立军、郑志珍系发行人前员工。		

G. 杭州奥祺佳贸易有限公司

公司名称	杭州奥祺佳贸易有限公司	统一社会信用代码	91330105082119506Q
注册资本	50 万元人民币	法定代表人	陈栋
成立时间	2013 年 10 月 29 日	登记状态	存续
住所	拱墅区美都广场商铺 5 号	曾用名	-
经营范围	家用电器、建筑材料、装饰材料、家具、机械设备、灯具、灯饰的销售		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	王萍、陈栋	陈栋	陈栋离职前系浙江分公司总经理（2013.8.31 离职）； 王萍系奥普前员工（2013.8.31 离职）
发行人合作历史	2013 年发行人浙江分公司改制，杭州奥祺佳贸易有限公司承接浙江分公司资产、人员、业务，成为发行人杭州地区浴霸经销商；后陈栋于 2016 年新设杭州泽佳同创，同样系发行人杭州地区浴霸经销商。		
发行人产品用途	浴霸产品经销。		
与发行人关联关系	陈栋、王萍系发行人前员工。		

H. 长沙市王建松

公司名称	长沙市海奥建材有限公司	统一社会信用代码	91430111680346581C
注册资本	50 万元人民币	法定代表人	王建松
成立时间	2008 年 11 月 12 日	登记状态	存续
住所	长沙市雨花区劳动东路一段 178 号长沙国际广场 1 楼 A1-2/3 号	曾用名	-
经营范围	建筑材料、厨卫用品的销售。		

股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	刘海、王建华、王建松	王建松	无
发行人合作历史	长沙市海奥建材有限公司成立初即为发行人长沙地区集成吊顶经销商。		
发行人产品用途	集成吊顶产品经销。		
与发行人关联关系	无		

I. 南京品聚汇方商贸有限公司

公司名称	南京品聚汇方商贸有限公司	统一社会信用代码	91320111075854617H
注册资本	100 万元人民币	法定代表人	付辉
成立时间	2013 年 8 月 14 日	登记状态	存续
住所	南京市浦口区滨江大道 1 号明发滨江新城 157-163 幢 2089 室	曾用名	-
经营范围	生活日用品、日用百货、照明灯具、卫生洁具、装饰材料、陶瓷制品、办公用品、家用电器、通讯产品、化妆品、礼品、电子产品、床上用品、避孕套、避孕帽、妊娠诊断试纸、I类医疗器械、润滑油、玩具、服装、鞋帽、针纺织品、眼镜、洗发用品、皮革制品、健身器材、手机销售；电子科技研发；企业营销策划；计算机网络工程施工；食品研发；餐饮管理；健康信息咨询。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	付辉、胥克芹	付辉、胥克芹	无
发行人合作历史	南京品聚汇方商贸有限公司于 2015 年成为发行人浴霸线上经销商，主要经营浴霸淘宝店。		
发行人产品用途	浴霸产品经销。		
与发行人关联关系	无		

J. 扬州爱满屋家居电器有限公司

公司名称	扬州爱满屋家居电器有限公司	统一社会信用代码	9132109157668031XU
注册资本	100 万元人民币	法定代表人	房建
成立时间	2011 年 6 月 3 日	登记状态	存续
住所	扬州商城灯厨市场内	曾用名	-
经营范围	家用电器、五金交电、电脑及配件、软件、通讯器材、摄影摄像器材、音响配件、电子电器产品配件、整体橱柜、地板、地砖、卫生洁具、水暖器材、工艺品、珠宝、玉器批		

	发及零售；上述产品信息咨询服务。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	房建、张桁媛	房建、张桁媛	无
发行人合作历史	扬州爱满屋家居电器有限公司成立之初即为发行人扬州地区浴霸、集成吊顶经销商。		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶产品经销。		
与发行人关联关系	无		

K. 上海逸盛实业有限公司

公司名称	上海逸盛实业有限公司	统一社会信用代码	9131011760783778XD
注册资本	50 万元人民币	法定代表人	徐逸敏
成立时间	1995 年 4 月 14 日	登记状态	存续
住所	上海市松江区新浜镇黄家埭村新中路 42 号	曾用名	-
经营范围	家用燃气灶具、家具、热水器安装维修及销售,灯具、仪器仪表、五金交电、日用百货、纺织品、装潢材料(除危险品)、汽车配件,橡塑制品批发零售;灯具加工,节能灯修理,绿化工程,建筑装潢,附设分支机构。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	李佩琳、徐逸敏	徐逸敏	徐逸敏通过斐昱永淳间接持有发行人 0.07% 股权
发行人合作历史	上海逸盛 2006 年成为发行人上海地区浴霸经销商,发行人于 2017 年收回其经销权。		
发行人产品用途	浴霸产品经销。		
与发行人关联关系	徐逸敏通过斐昱永淳间接持有发行人 0.07% 股权		

L. 上海驰琳实业有限公司

公司名称	上海驰琳实业有限公司	统一社会信用代码	91310112747260708L
注册资本	50 万元人民币	法定代表人	应伟东
成立时间	2003 年 1 月 30 日	登记状态	存续
住所	闵行区北翟路 3318 号	曾用名	-
经营范围	家电、太阳能热水器、厨卫用具、灯具、低压电器开关、水槽、五金交电、水暖洁具、		

	电热水器的生产、经营、橱柜的研发设计、建筑装潢设计、厨卫微电脑的研发设计、电气设备、厨具设备、电子产品、服装、针纺织品的生产、销售，投资管理，园林绿化，商务咨询（除经纪），通讯器材、集成吊顶的销售。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	应伟东、周金玉	应伟东、周金玉	无
发行人合作历史	上海驰琳实业有限公司于 2014 年成为发行人集成吊顶经销商。		
发行人产品用途	集成吊顶产品经销。		
与发行人关联关系	无		

M. 郑州中旗辰盟家用电器有限公司

公司名称	郑州中旗辰盟家用电器有限公司	统一社会信用代码	91410102074229131D
注册资本	100 万元人民币	法定代表人	马小清
成立时间	2013 年 7 月 12 日	登记状态	存续
住所	郑州市中原区秦岭路 9 号院 26 号楼 6 层 604 号	曾用名	-
经营范围	批发兼零售：家用电器，电气设备及配件，五金交电，装修材料，日用百货，厨房用具，卫生洁具，灯具灯饰；通风设备，晾衣架的销售及安装；计算机软硬件的技术开发、技术咨询、技术转让；信息技术咨询；互联网信息服务。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	李松、马小清	马小清	无
发行人合作历史、产品用途	2014 年成为发行人浴霸经销商		
与发行人关联关系	无		

N. 其他前员工经销商

a. 南通恒久电器有限公司

公司名称	南通恒久电器有限公司	统一社会信用代码	91320602MA1MA3A9B
注册资本	50 万元	法定代表人	徐军
成立时间	2015 年 6 月 16 日	登记状态	存续
住所	南通市崇川区濠东路 88-4 号	曾用名	-
经营范围	家用电器、家居饰品、建筑装饰材料、通讯器材、五金产品的销售。		

与发行人关联关系	实际控制人徐军曾系发行人员工（2013年8月离职）
-----------------	---------------------------

b. 天津舒居商贸有限公司

公司名称	天津舒居商贸有限公司	统一社会信用代码	91120104052075469B
注册资本	100万元	法定代表人	孙松梅
成立时间	2012年8月28日	登记状态	存续
住所	天津市南开区白堤路馨达园12号楼804	曾用名	-
经营范围	五金交电、灯具、家用电器、建筑材料、电子产品、仪器仪表、家具、日用品、化妆品、服饰、珠宝首饰批发兼零售；建筑安装、建筑装饰、建筑装饰设计。		
与发行人关联关系	法定代表人孙松梅丈夫王东亮曾系发行人员工（2013年8月离职）		

c. 厦门市优力安实业有限公司

公司名称	厦门市优力安实业有限公司	统一社会信用代码	9135020661227487W
注册资本	100万元	法定代表人	许贤春
成立时间	1996年4月16日	登记状态	存续
住所	厦门市湖里区宜宾路37号第四次A单元	曾用名	-
经营范围	1、批发零售电器、计算机软硬件、数码产品、建材、五金、家具、酒店设备、办公用品、工艺品、化妆品、服装鞋帽；2、生产、加工、销售:装修材料。		
与发行人关联关系	法定代表人许贤春曾系发行人员工（2007年1月离职）		

d. 温州峰诺商贸有限公司

公司名称	温州峰诺商贸有限公司	统一社会信用代码	91330304336987283F
注册资本	100万元	法定代表人	李峰
成立时间	2015年4月15日	登记状态	存续
住所	温州市瓯海经济开发区北纬一路30号C20-203室	曾用名	-
经营范围	销售（含网上销售）：家用电器、电子产品；售后服务。		
与发行人关联关系	法定代表人李峰曾系发行人员工（2015年3月离职）		

e. 青岛青屹安居商贸有限公司

公司名称	青岛青屹安居商贸有限公司	统一社会信用代码	91370213334111413D
注册资本	100 万元	法定代表人	刘营
成立时间	2015 年 5 月 21 日	登记状态	存续
住所	山东省青岛市市北区重庆南路 209 号 626 室	曾用名	-
经营范围	批发、零售：家用电器、五金交电、电器设备、电子产品、数码产品、电线电缆、建筑材料、装饰装潢材料、厨卫用品、陶瓷制品、电子设备及配件、金属材料（不含稀贵金属）；上门安装家用电器；上门维修家用电器；软件研发。		
与发行人关联关系	法定代表人刘营妻子、股东李丽花曾系发行人员工（2015 年 4 月离职）		

f. 兰州泽元商贸有限公司

公司名称	兰州泽元商贸有限公司	统一社会信用代码	91620102556286948W
注册资本	500 万元	法定代表人	谢惠兰
成立时间	2010 年 7 月 19 日	登记状态	存续
住所	甘肃省兰州市城关区天水北路 1114 号	曾用名	-
经营范围	家用电器、办公用品、日用百货、电子产品（不含卫星地面接收设施）、五金交电、机械设备、金属材料、建筑材料的批发零售		
与发行人关联关系	控股股东谢恒曾系发行人员工（2014 年 12 月离职）		

g. 镇江张衡

公司名称	镇江恒奥电器有限公司	统一社会信用代码	91321191MA1MEMK7XU
注册资本	100 万元	法定代表人	张衡
成立时间	2016 年 1 月 21 日	登记状态	在业
住所	镇江市新区丁卯桥路 371 号 17 幢第 1 层 110 室	曾用名	-
经营范围	家用电器、五金交电、电子产品、电子系统设备、办公用品、照相器材、工程机械配件设备、文教体育用品、通信设备、电子原器件、仪器仪表及日用百货的销售。		
与发行人关联关系	法定代表人张衡曾系发行人员工（2016 年 2 月离职）		

h. 恩施杨传军

个体工商户，杨传军原系发行人杭州大区区域经理，于 2017 年 7 月离职，2018 年正式成为发行人恩施地区浴霸经销商。

i. 常熟蒋奇

个体工商户，蒋奇原系发行人南京大区区域经理，于 2017 年 12 月离职，2019 年正式成为发行人常熟地区浴霸经销商。

j. 宜春杜俊泽

个体工商户，杜俊泽原系发行人渠道发展中心 KA 渠道部 KA 主管，于 2018 年 4 月离职，2018 年正式成为发行人宜春地区浴霸经销商。

k. 十堰易超

公司名称	十堰金伟易达贸易有限公司	统一社会信用代码	91420300MA499AMT6U
注册资本	500 万元	法定代表人	易超
成立时间	2019 年 5 月 28 日	登记状态	在业
住所	湖北省十堰市张湾区浙江路 36 号红星美凯龙商业楼 1 楼	曾用名	-
经营范围	建材（不含危险化学品）、金属材料（不含危险化学品）、木材、装饰（不含危险化学品）、水性涂料、家用电器、日用百货、五金交电、卫浴批发兼零售；室内外装饰装修工程。		
与发行人关联关系	法定代表人易超曾系发行人员工（2018 年 9 月离职）		

l. 丹东宋丹

个体工商户，宋丹原系发行人东北大区区域经理，于 2018 年 12 月离职，2019 年正式成为发行人丹东地区浴霸经销商。

m. 德阳山峰

个体工商户，山峰与夏小林合伙经营，其中夏小林原系发行人川渝大区区域经理，于 2019 年 1 月离职，2019 年正式成为发行人德阳地区浴霸经销商。

n. 宣城吴彬

个体工商户，吴彬原系发行人西北大区区域经理，于 2019 年 2 月离职，2019 年正式成为发行人宣城地区浴霸经销商。

o. 赣州廖晖

个体工商户，廖晖原系发行人苏皖大区区域经理，于 2019 年 3 月离职，2019 年正式成为发行人赣州地区浴霸经销商。

p. 天津中天融盛科技有限公司

公司名称	天津中天融盛科技有限公司	统一社会信用代码	91120104MA05P24H83
注册资本	500 万元	法定代表人	孙玉虎
成立时间	2018 年 10 月 18 日	登记状态	在业
住所	天津市南开区南泥湾路与延安路交口北方城三区 33-1-505 内 026	曾用名	-
经营范围	科学研究和技术服务业；商务服务业；批发和零售业；建筑业。		
与发行人关联关系	负责人郭帅系发行人关联方奥普电器天津分公司员工（2007 年离职）		

②大宗客户渠道

报告期内，发行人大宗客户渠道前五大客户销售情况如下：

时间	客户名称	销售金额 (万元)	主营业务收 入占比(%)	大宗客户渠 道收入占比 (%)	客户性质
2019 年 1-6 月	广州恒大材料设备有限公司	4,641.51	5.65	49.03	房地产开发商
	万科企业股份有限公司	1,768.43	2.15	18.68	房地产开发商
	成都市生活家装饰工程有限公司	787.74	0.96	8.32	家装公司
	佛山维尚家具制造有限公司	503.39	0.61	5.32	家装公司
	金螳螂供应链管理（苏州）有限公司	322.09	0.39	3.40	家装公司
	小计	8,023.16	9.76	84.74	/
2018 年度	广州恒大材料设备有限公司	6,100.88	3.65	41.58	房地产开发商
	万科企业股份有限公司	3,303.80	1.98	22.52	房地产开发商

时间	客户名称	销售金额 (万元)	主营业务收入 占比(%)	大宗客户渠 道收入占比 (%)	客户性质
	成都市生活家装饰工程有限公司	2,212.40	1.32	15.08	家装公司
	金螳螂供应链管理(苏州)有限公司	671.69	0.40	4.58	家装公司
	佛山市巴迪斯新型建材有限公司	515.94	0.31	3.52	扣板品牌商
	小计	12,804.69	7.67	87.27	/
2017 年度	广州恒大材料设备有限公司	11,309.89	7.18	69.89	房地产开发商
	成都市生活家装饰工程有限公司	2,488.42	1.58	15.38	家装公司
	万科企业股份有限公司	543.23	0.34	3.36	房地产开发商
	优采宝(杭州)网络科技有限公司	395.97	0.25	2.45	家装公司
	佛山市巴迪斯新型建材有限公司	298.07	0.19	1.84	扣板品牌商
	小计	15,035.58	9.55	92.91	/
2016 年度	广州恒大材料设备有限公司	10,175.10	8.21	68.31	房地产开发商
	成都市生活家装饰工程有限公司	2,303.33	1.86	15.46	家装公司
	爱空间科技(北京)有限公司	639.49	0.52	4.29	家装公司
	速美集家科技有限公司	129.15	0.10	0.87	家装公司
	优采宝(杭州)网络科技有限公司	120.85	0.10	0.81	家装公司
	小计	13,367.92	10.79	89.74	/

注：上述销售数据为发行人对客户销售收入，并已按照同一实际控制口径对客户予以合并。

如上表所示，报告期各期，公司大宗客户渠道前五大客户均与公司不存在关联关系，且客户之间亦不存在关联关系。

A. 广州恒大材料设备有限公司

公司名称	广州恒大材料设备有限公司	统一社会信用代码	914401016618073543
注册资本	10,000 万元人民币	法定代表人	苏鑫
成立时间	2007 年 4 月 30 日	登记状态	存续
住所	广州市海珠区工业大道南金诚路 22 号首层商铺	曾用名	-

经营范围	商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；技术进出口；建筑材料检验服务；货物进出口（专营专控商品除外）		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	深圳恒大材料物流集团有限公司	苏鑫	无
发行人合作历史	2015 年开始合作		
发行人产品用途	集成吊顶、浴霸等产品的精装修房项目		
与发行人关联关系	无		

B. 成都市生活家装饰工程有限公司

公司名称	成都市生活家装饰工程有限公司	统一社会信用代码	915101005671625614
注册资本	100 万元人民币	法定代表人	白志明
成立时间	2010 年 12 月 23 日	登记状态	存续
住所	成都市锦江区华兴正街 9 号 3 栋 1-4 楼 2 号	曾用名	-
经营范围	室内装饰设计及施工；销售：建辅建材、装饰材料、化工原料（不含危险品）、日用百货、建筑五金、工艺美术品。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至 2019 年 1 月 23 日	熊小琴、白志明、白杰	熊小琴、白志明、白杰	无
2019 年 1 月 23 日至今	四川时代联创投资有限公司		
发行人合作历史	2016 年开始合作		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶等产品的家庭装修		
与发行人关联关系	无		

C. 优采宝（杭州）网络科技有限公司

公司名称	优采宝（杭州）网络科技有限公司	统一社会信用代码	91330106341927525P
注册资本	2,000 万元人民币	法定代表人	黄彩英
成立时间	2015 年 6 月 24 日	登记状态	存续

住所	浙江省杭州市西湖区三墩镇申花路798号915室	曾用名	-
经营范围	服务：网络技术、计算机软硬件、电子产品的技术开发、技术服务、技术咨询，供应链管理，仓储服务（除易燃易爆物品、化学危险品及易制毒化学品），企业管理咨询，物业管理，经济信息咨询（除商品中介），物流信息咨询，设计、制作、代理、发布国内广告（除网络广告）；货运：普通货运；站场：货运站（场）经营（货运代理、仓储理货）；承接室内外装饰工程（涉及资质证凭证经营）；批发、零售：家居用品，陶瓷制品，卫浴用品，家用电器，家具，木制品，装饰材料，建筑材料；其它无需报经审批的一切合法项目。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至2016年11月30日	杭州东建网络科技有限公司、刘敏	刘敏	无
2016年11月30日至2016年12月12日	完整家居（浙江）有限公司、刘敏	刘敏	无
2016年12月12日至2019年7月4日	完整家居（浙江）有限公司	刘敏	无
2019年7月4日至今	杭州东绿投资管理有限公司	黄彩英	无
发行人合作历史	2015年开始合作		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶等产品的家庭装修		
与发行人关联关系	无		

D. 佛山市巴迪斯新型建材有限公司

公司名称	佛山市巴迪斯新型建材有限公司	统一社会信用代码	9144060576574129XP
注册资本	1,000万元人民币	法定代表人	龙喜胜
成立时间	2004年8月11日	登记状态	存续
住所	佛山市南海区里水镇得胜村军民路一环东1号	曾用名	-
经营范围	加工、制造、销售：铝合金天花板，金属制品，铝合金幕墙板，家用电器，灯饰，卫浴集成吊顶，燃气灶，消毒柜，抽油烟机，集成环保灶；货物进出口、技术进出口。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	龙喜胜	龙喜胜	无
发行人合作历史	2017年发行人控股子公司中山劲启与其开始合作，向其提供集成吊顶扣板		

发行人产品用途	集成吊顶扣板产品销售
与发行人关联关系	无

E. 万科企业股份有限公司

公司名称	万科企业股份有限公司	统一社会信用代码	91440300192181490G
注册资本	1,099,521.0218 万元人民币	法定代表人	郁亮
成立时间	1984 年 5 月 30 日	登记状态	存续
住所	深圳市盐田区大梅沙环梅路 33 号 万科中心	曾用名	-
经营范围	兴办实业（具体项目另行申报）；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；进出口业务（按深经发审证字第 113 号外贸企业审定证书规定办理）；房地产开发。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
参见万科 A 上市公司公开披露信息			无
发行人合作历史	2016 年及之前，就具体工程项目展开合作；2016 年末，正式签署集成吊顶集中采购协议。		
发行人产品用途	集成吊顶、浴霸等产品的精装修房项目		
与发行人关联关系	无		

F. 速美集家科技有限公司

公司名称	速美集家科技有限公司	统一社会信用代码	91110113099062358L
注册资本	5,000 万元人民币	法定代表人	高萌
成立时间	2014 年 5 月 5 日	登记状态	存续
住所	北京市密云区鼓楼东大街 3 号山水大厦 3 层 313 室-2215(云创谷经济开发中心集中办公区)	曾用名	北京速美集屋装饰有限公司、速美集家装饰有限责任公司
经营范围	家居装饰及设计；专业承包；销售建筑材料（不含砂石及砂石制品）、装饰材料、家具、厨卫设备、工艺美术品（不含文物）、日用品、家用电器、电子产品；信息技术服务。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
成立至今	东易日盛家居装饰集团股份有限公司	高萌	无
发行人合作历史	2016 年开始合作		

发行人产品用途	集成吊顶、浴霸等产品的家庭装修
与发行人关联关系	无

G. 金螳螂供应链管理（苏州）有限公司

公司名称	金螳螂供应链管理（苏州）有限公司	统一社会信用代码	91320594MA1MB25F9R
注册资本	5,000 万元人民币	法定代表人	杨鹏
成立时间	2015 年 11 月 10 日	登记状态	存续
住所	苏州工业园区金尚路 89 号	曾用名	-
经营范围	供应链管理及咨询、供应链软件研发、物流信息咨询；销售：建筑材料、室内外装饰材料、陶瓷制品、卫生洁具、家具、家纺用品、室内外装饰用品、家用电器、日用百货、电动工具、健身器材、音响设备、酒店设备、机械设备、体育用品、工艺礼品、计算机、计算机软件及辅助设备、电子产品、通讯设备、玩具、服装服饰、鞋帽、针纺织品、文化用品，从事上述商品的进出口业务；承接：建筑工程、室内外装饰工程、水电安装工程；婚庆服务、保洁服务、文化艺术交流活动策划、经济贸易咨询、摄影服务、翻译服务、婚介服务、会务服务、展览展示服务、图文设计制作、汽车租赁服务、电子商务技术开发、计算机网络技术开发及技术咨询、市场调查、企业管理咨询、商务信息咨询、财务信息咨询。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
截至 2019 年 8 月 15 日	金螳螂家装电子商务（苏州）有限公司	杨鹏	无
发行人合作历史、产品用途	2017 年开始合作		
产品用途	集成吊顶、浴霸等产品的家庭装修		
与发行人关联关系	无		

③外销渠道

报告期内，发行人外销渠道前五大客户销售情况如下：

时间	客户名称	销售金额 (万元)	主营业务收入 占比(%)	外销渠道收 入占比(%)	客户性质	销售区域
2019 年 1-6 月	施耐德电气有限公司	835.73	1.02	66.73	ODM 客户	澳大利亚
	美国 AeroPureFan	174.50	0.21	13.93	ODM 客户	美国
	马来西亚 BlueOrange	101.18	0.12	8.08	ODM 客户	马来西亚
	韩国 Complife	79.22	0.10	6.33	ODM 客户	韩国

时间	客户名称	销售金额 (万元)	主营业务收入 占比(%)	外销渠道收 入占比(%)	客户性质	销售区域
	台湾同船股份有限公司	23.26	0.03	1.86	经销商	台湾
	小计	1,213.90	1.48	96.92	/	/
2018 年度	施耐德电气有限公司	1,651.14	0.99	59.43	ODM 客户	澳大利亚
	马来西亚 Blue Orange	264.09	0.16	9.51	ODM 客户	马来西亚
	美国 Aero Pure Fan	231.15	0.14	8.32	ODM 客户	美国
	台湾晶诚国际有限公司	216.22	0.13	7.78	ODM 客户	台湾
	美国 FANTECH LNC	105.24	0.06	3.79	ODM 客户	美国
	小计	2,467.83	1.48	88.83	/	/
2017 年度	施耐德电气有限公司	1,183.72	0.75	56.45	ODM 客户	澳大利亚
	台湾晶诚国际有限公司	251.19	0.16	11.98	ODM 客户	台湾
	美国 Aero Pure Fan	153.53	0.10	7.32	ODM 客户	美国
	马来西亚 Blue Orange	146.21	0.09	6.97	ODM 客户	马来西亚
	美国 FANTECH LNC	78.79	0.05	3.76	ODM 客户	美国
	小计	1,813.44	1.15	86.48	/	/
2016 年度	Tricosco	1,671.63	1.35	41.76	关联方	韩国、澳大利 亚、马来 西亚等
	施耐德电气有限公司	1,082.78	0.87	27.05	ODM 客户	澳大利亚
	台湾晶诚国际有限公司	253.39	0.20	6.33	ODM 客户	台湾
	香港德国宝 German Pool	245.08	0.20	6.12	ODM 客户	香港
	韩国 Complife	242.17	0.20	6.05	ODM 客户	韩国
	小计	3,495.05	2.82	87.30	/	/

注 1：上述销售数据为发行人对客户的销售收入，并已按照同一实际控制口径对客户予以合并。

注 2：Tricosco 销售客户均为发行人外销客户，销售区域与发行人一致。

如上表所示，报告期各期，公司外销渠道前五大客户中，Tricosco 系公司控股股东，除此之外，其他客户与公司不存在关联关系。上述外销客户之间均不存在关联关系。

上述外销客户基本情况如下：

序号	客户名称	客户基本介绍	合作历史	客户品牌	是否关联关系
1	施耐德电气有限公司	Schneider Electric (Australia) PTY LTD, 全球化电气企业, 海外上市公司	2007 年		否
2	台湾晶诚国际有限公司	台湾公司, 成立于 2005 年, 主营业务为家具、寝具、厨房器具等	2006 年		否
3	美国 Aero Pure Fan	美国公司, 主营业务为通风扇等	2009 年		否
4	马来西亚 Blue Orange	马来西亚公司, 成立于 2008 年, 主营业务为批零、贸易等	2007 年		否
5	美国 FANTECH LNC	美国公司, 主营业务为通风扇等各类风机	2011 年		否
6	Tricosco	发行人控股股东	2016 年	无	是
7	香港德国宝 German Pool	香港公司, 主营业务为热水器, 家电, 橱柜, 商用炉具	2012 年		否
8	韩国 Complife	韩国公司, 主营业务为浴霸、照明	2011 年		否
9	台湾同船股份有限公司	台湾公司, 主营业务为建材	2010 年	奥普品牌	否

注：客户基本情况来源于公开资料查询。

④KA 渠道

报告期内，发行人 KA 渠道前五大客户销售情况如下：

时间	客户名称	销售金额(万元)	主营业务收入占比(%)	KA 渠道收入占比(%)
2019 年 1-6 月	国美电器有限公司	248.59	0.30	36.59
	苏宁易购集团股份有限公司	235.33	0.29	34.64
	百安居(中国)投资有限公司	154.53	0.19	22.75
	好美家装潢建材有限公司	40.40	0.05	5.95
	上海九百家居装饰商城有限公司	0.54	0.00	0.08
	小计	679.38	0.83	100.00

时间	客户名称	销售金额(万元)	主营业务收入占比(%)	KA 渠道收入占比(%)
2018年度	国美电器有限公司	767.71	0.46	38.89
	苏宁易购集团股份有限公司	600.93	0.36	30.44
	百安居(中国)投资有限公司	508.96	0.30	25.78
	好美家装潢建材有限公司	86.04	0.05	4.36
	上海九百家居装饰商城有限公司	10.60	0.01	0.54
	小计	1,974.24	1.18	100.00
2017年度	国美电器有限公司	886.95	0.56	39.55
	苏宁易购集团股份有限公司	730.45	0.46	32.57
	百安居(中国)投资有限公司	554.84	0.35	24.74
	好美家装潢建材有限公司	56.17	0.04	2.50
	上海九百家居装饰商城有限公司	14.20	0.01	0.63
	小计	2,242.61	1.42	100.00
2016年度	国美电器有限公司	1,040.62	0.84	43.44
	苏宁易购集团股份有限公司	759.26	0.61	31.70
	百安居(中国)投资有限公司	501.32	0.40	20.92
	好美家装潢建材有限公司	67.55	0.05	2.82
	上海九百家居装饰商城有限公司	17.71	0.01	0.74
	小计	2,386.46	1.93	99.62

注：上述销售金额为发行人对客户销售收入，并已按照同一实际控制口径对客户予以合并。

如上表所示，报告期各期，公司 KA 渠道前五大客户均与公司不存在关联关系，且客户之间亦不存在关联关系。

A. 国美电器有限公司

公司名称	国美电器有限公司	统一社会信用代码	91110000748102517U
注册资本	100,000 万元人民币	法定代表人	董晓红
成立时间	2003 年 4 月 2 日	登记状态	存续

住所	北京市通州区潞城镇新城工业区一区9号	曾用名	-
经营范围	批发、零售百货、机械电器设备、建筑材料、五金交电、化工（不含一类易致毒化学品及化学危险品）、装饰材料、针纺织品、通讯器材；上述销售商品的安装和维修服务；经济信息咨询（不含中介服务）；组织国内产品出口业务；自营产品的进出口业务；批发、零售化妆品、日用品、服装、鞋帽、玩具、厨房用具、汽车、计算机软件、家具、卫生间用具、饰品、电子产品；仓储保管；装卸服务；专业承包。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请手续）；餐饮服务（限分支机构经营）；销售食品；电子出版物零售；工程设计。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
报告期内	中国鹏润管理有限公司、宏希投资有限公司、海洋城国际有限公司	董晓红	无
发行人合作历史	合作逾10年		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶产品销售		
与发行人关联关系	无		

B. 苏宁易购集团股份有限公司

公司名称	苏宁易购集团股份有限公司	统一社会信用代码	91320000608950987L
注册资本	931,003.9655 万元人民币	法定代表人	张近东
成立时间	1996年5月15日	登记状态	存续
住所	南京市山西路8号金山大厦1-5层	曾用名	苏宁云商集团股份有限公司、苏宁电器股份有限公司
经营范围	家用电器、电子产品、办公设备、通讯产品及配件的连锁销售和服务，空调配件的销售，制冷空调设备及家用电器的安装与维修，计算机软件开发、销售、系统集成，百货、自行车、电动助力车、摩托车、汽车的连锁销售，实业投资，场地租赁，柜台出租，国内商品展览服务，企业形象策划，经济信息咨询服务，人才培训，商务代理，仓储，微型计算机配件、软件的销售，微型计算机的安装及维修，废旧物资的回收与销售，乐器销售，工艺礼品、纪念品销售，国内贸易，代办（移动、电信、联通）委托的各项业务，移动通讯转售业务，货物运输代理，仓储，装卸搬运。出版物省内连锁，普通货运，预包装食品（含熟食卤味、冷冻冷藏、酒类、婴幼儿配方乳粉、乳制品）、散装食品的批发与零售，保健食品的零售，国内快递、国际快递（邮政企业专营业务除外），第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务），餐饮服务（限分公司经营）（按《餐饮服务许可证》所列范围经营），建筑材料、装潢材料、摄像器材的销售、自营各类商品及技术的进出口业务，设计、制作、代理、发布国内各类广告，代订酒店，初级农产品的销售，车载设备，智能家居，智能电子设备，音像制		

	品的零售，医疗器械销售，商品的网上销售，化妆品、汽车摩托车零配件、汽车装潢、初级农产品、粮油及制品、母婴用品、纺织品、计生用品的销售，儿童用品的研发与销售，儿童室内游戏娱乐服务，游乐设备租赁服务，图书，报刊批发零售，摄影服务，开放式货架销售，育儿知识培训服务，家政服务，汽车维修与保养，飞机销售与租赁、摄影服务、文印服务、汽车及配件销售，石油制品、汽车用品、II类医疗器械销售，礼品卡销售，经营性互联网信息服务。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
截至 2019 年 8 月 15 日	前三大股东：张近东持股 20.96%、淘宝（中国）软件有限公司持股 19.99%、苏宁电器集团有限公司持股 16.80%	张近东等	无
发行人合作历史	合作逾 10 年		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶产品销售		
与发行人关联关系	无		

C. 百安居（中国）投资有限公司

公司名称	百安居（中国）投资有限公司	统一社会信用代码	913100007178658969
注册资本	32,924.3966 万美元	法定代表人	徐莹
成立时间	2006 年 4 月 21 日	登记状态	存续
住所	上海市浦东新区三林镇三林路 234 号 4 号楼 308 室	曾用名	-
经营范围	一、在国家允许外商投资的领域依法进行投资；二、受其所投资企业的书面委托（经董事会一致通过），向其提供下列服务（具体内容详见批准证书）；三、在中国境内设立科研开发中心或部门，从事新产品及高新技术的研究开发，转让或许可其研究开发成果并提供相应的技术服务；四、为其投资者提供咨询服务，为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务；五、承接其投资方、关联公司或其他境外公司的服务外包业务；六、购买所投资企业生产的产品进行系统集成后在国内外销售，如所投资企业生产的产品不能完全满足系统集成需要，允许其在国内外采购系统集成配套产品，但所购买的系统集成配套产品的价值不应超过系统集成所需全部产品价值的百分之五十；七、为其所投资企业的产品的国内经销商、代理商以及与公司、其母公司或其关联公司签有技术转让协议的国内公司、企业提供相关的技术培训；八、为其所投资企业提供机器和办公设备的经营性租赁服务，或依法设立经营性租赁公司；九、参与有对外承包工程经营权的中国企业的境外工程承包；十、从事商品进出口、批发、佣金代理（拍卖除外）、技术进出口，以及售后服务和其他相关的配套业务；十一、食用农产品（粮食除外）、食品流通；十二、餐饮服务（限分支机构经营）		

股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
2015年1月1日至2015年3月6日	B&Q (CHINA) B.V.	-	无
2015年3月6日至2017年10月26日	CMW (CHINA) B.V.	JACQUES MARIE BERNARD HAYAUX DU TILLY	无
2017年10月26日至今	CMS HOLDINGS(HK) CO., LIMITED	徐莹	无
发行人合作历史	合作逾10年		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶产品销售		
与发行人关联关系	无		

D. 好美家装潢建材有限公司

公司名称	好美家装潢建材有限公司	统一社会信用代码	91310109630742113W
注册资本	34,500 万元人民币	法定代表人	汪龙生
成立时间	1998年4月14日	登记状态	存续
住所	上海市虹口区水电路1015号2层	曾用名	-
经营范围	销售建筑装潢材料,五金产品,工艺美术品(除金饰品),化工原料及产品(除危险品),家具,家用电器,炊事用具,文化体育用品,纺织品,日用百货,包装材料,陶瓷制品,花卉,防护用品,办公用品,室内装潢,商务咨询,会务服务,自营和代理各类商品及技术的进出口业务(除国家限定或禁止进出口的商品及技术),经营进料加工和“三来一补”业务,经营对销贸易和转口贸易。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
报告期内	百联集团有限公司	汪龙生	无
发行人合作历史	合作逾10年		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶产品销售		
与发行人关联关系	无		

E. 上海九百家居装饰商城有限公司

公司名称	上海九百家居装饰商城有限公司	统一社会信用代码	91310106630301035K
------	----------------	----------	--------------------

注册资本	5,000 万元人民币	法定代表人	赵勇
成立时间	1995 年 8 月 15 日	登记状态	存续
住所	上海市静安区南京西路 993 号 1001B 室	曾用名	-
经营范围	百货, 家具, 办公用品, 建筑、装潢材料, 水暖器材, 洁具, 电工器材, 灯具, 玻璃, 五金交电, 非金银工艺美术品, 油漆, 经济信息服务, 在分支机构经营食品(不含熟食)、烟。		
股权及主要人员变动情况	股东姓名	主要人员	主要人员与股东及奥普关系
报告期内	上海九百(集团)有限公司、上海超元房地产有限公司	赵勇	无
发行人合作历史	合作逾 10 年		
发行人产品用途	浴霸、集成吊顶产品销售		
与发行人关联关系	无		

⑤直营及其他渠道

报告期内, 发行人直营及其他渠道前五大客户销售情况如下:

时间	客户名称	销售金额 (万元)	主营业务收入 占比 (%)	直营及其他 渠道收入占 比 (%)	备注
2019 年 1-6 月	海盐佳利科技有限公司	87.29	0.11	0.96	零售客户
	嘉兴美而镁电器有限公司	25.40	0.03	0.28	零售客户
	浙江海邦集成吊顶有限公司	21.84	0.03	0.24	零售客户
	自然人 1	5.86	0.01	0.06	零售客户
	自然人 2	4.55	0.01	0.05	零售客户
	小计	144.94	0.17	1.54	/
2018 年度	海盐佳利科技有限公司	85.56	0.05	0.40	零售客户
	嘉兴美而镁电器有限公司	80.99	0.05	0.38	零售客户
	浙江海邦集成吊顶有限公司	69.49	0.04	0.32	零售客户
	重庆西铝厨卫装置制造有限公司	33.69	0.02	0.16	零售客户

时间	客户名称	销售金额 (万元)	主营业务收入 占比(%)	直营及其他 渠道收入占 比(%)	备注
	浙江爱尔菲集成家居有限公司	21.69	0.01	0.10	零售客户
	小计	291.42	0.17	1.35	/
2017 年度	季桂平	36.26	0.02	1.97	零售客户
	浙江海邦集成吊顶有限公司	34.39	0.02	1.87	零售客户
	浙江来斯奥电气有限公司	20.71	0.01	1.13	零售客户
	重庆铝能金属材料有限公司	18.28	0.01	0.99	零售客户
	上海筑巢网络科技有限公司	15.28	0.01	0.83	电商客户
	小计	124.92	0.08	6.79	/
2016 年度	奥普电器	93.95	0.08	42.16	关联销售
	自然人客户 1	4.75	0.00	2.13	零售客户
	自然人客户 2	4.45	0.00	2.00	零售客户
	自然人客户 3	3.84	0.00	1.72	零售客户
	自然人客户 4	3.10	0.00	1.39	零售客户
	小计	110.09	0.09	49.40	/

如上表所示，报告期各期，公司直营及其他渠道前五大客户中，奥普电器系公司关联方，浙江来斯奥电气有限公司系公司供应商，除此之外，其他客户与公司不存在关联关系。上述直营及其他渠道客户之间均不存在关联关系。

(9) 香港红星入股的原因及公司通过红星美凯龙销售的情况

①香港红星入股的原因

香港红星为红星美凯龙全资子公司，红星美凯龙为我国家具建材市场的龙头企业之一。经过行业内多年的合作，红星美凯龙对公司了解较为深刻，比较看好公司的发展前景，希望成为公司股东，分享公司快速发展的收益，本次入股亦有利于双方未来在家居行业实现更广泛的合作。

②红星美凯龙为公司经销商提供的服务

红星美凯龙主营业务为专业家居商场的经营、管理和专业咨询服务,为商户、消费者和投资商提供全方位的服务,主要表现在:为商户搭建统一的营销、展示平台;为消费者提供“家居一站式购物”的便利;为家居卖场投资商提供从选址到商场规划设计、招商、开业策划等全过程咨询服务和后续运营、管理服务。

报告期内,公司及部分经销商在“红星美凯龙”家居商场内租赁场地、销售产品。

③公司通过红星美凯龙实现销售的情况

截至2019年6月30日,由公司在国内红星美凯龙开设了2家直营店,均为浴霸专卖店,具体如下:

序号	专卖店名称	专卖店地址
1	红星美凯龙金桥店	浦东新区金藏路86号6楼8080-01
2	红星美凯龙真北店	普陀区真北路1208号二楼B8315

报告期内,公司通过红星美凯龙直营店实现销售的情况如下:

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
浴霸销售数量(台)	574	1,135	975	-
浴霸销售金额(万元)	60.00	165.14	135.38	-
其他产品(万元)	12.30	14.40	1.39	-

④公司经销商通过红星美凯龙实现销售的情况

截至2019年6月30日,由公司经销商在国内红星美凯龙开设的经营发行人产品的专卖店为234家,各地区分布情况如下:

单位:家

区域	浴霸	集成吊顶	集成灶
华东	25	88	10
华北	10	22	2
华中	5	26	2

区域	浴霸	集成吊顶	集成灶
华南	-	2	-
西南	5	20	-
西北	2	4	1
东北	-	9	1
合计	47	171	16

报告期内，公司经销商通过红星美凯龙实现销售的情况如下：

产品类型	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	销售数量 (台)	销售金额 (万元)	销售数量 (台)	销售金额 (万元)	销售数量 (台)	销售金额 (万元)	销售数量 (台)	销售金额 (万元)
浴霸	6,021	813.00	13,064	1,758.40	12,403	1,382.40	4,800	535.20
集成吊顶	-	16,267.01	-	24,871.38	-	19,387.30	-	16,022.89
集成灶	673	473.60	2,102	1,690.57	1,302	1,129.50	899	792.20

注：由于集成吊顶包含主机、扣板及配件等，红星美凯龙及经销商未统计销售明细，故无法准确计算销售套数。

4、发行人产品定价模式

发行人因销售渠道不同，产品定价有所不同，具体如下：

经销商渠道下，公司制定了产品价格体系，对不同系列、规格的产品均规定了出厂基准价。公司对经销商销售价格进行管理，一方面对经销商批发给其区域内分销商的价格进行指导；另一方面对经销商销售给消费者的终端零售价格有相应的指导价格。为促进销售，公司一般会根据当年市场策略、主推产品计划等，适当调整产品价格体系中不同产品的基准价。

大宗客户渠道下，发行人客户系房地产开发商以及家装公司等，该企业通常对拟建楼盘以及拟装修房屋的集成吊顶或浴霸产品进行招标，招标过程中该企业对产品风格设计、产品质量口碑、交货时间、投标企业品牌美誉度以及最终消费者对产品品牌的要求等多个方面进行考核后，选定其集成吊顶或浴霸产品供应商，并签订销售合同。公司根据投标产品成本以及竞争情况，向大宗客户进行

报价，经筛选中标后，公司与大宗客户签订销售合同。

KA 渠道下，KA 卖场根据公司指导价进行销售。

外销渠道下，公司对外销客户的报价为成本加成模式，公司对客户的报价按照产品成本乘以价格系数，价格系数由客户所在地、税费等多项因素计算而成。

5、物流及仓储模式

公司在杭州、海宁、嘉兴、上海等地设有仓库，产品生产完毕后进入成品仓库，由公司物流部人员负责依照订单时间、发货区域等因素统一规划发货。

经销商模式下，公司发货至经销商指定地点，公司设有免运费订单金额标准，对于达到该标准的订单，运输费用由公司承担；对于未达到该标准的订单，运输费用由经销商自行承担。大宗客户模式、KA 模式及直营模式下，公司发货至客户指定的工程地点、仓库、指定收货地址等，运输费用由公司承担。外销模式下，商品到达装船地点的运输费用由发行人承担，后续海运费、卸货费用等由客户承担。

（四）主要产品产销情况

1、报告期内主要产品的产能利用率与产销率

报告期内公司生产电器类产品（包括浴霸、集成吊顶主机）以及集成吊顶扣板的产能、产量及其销量情况如下：

（1）浴霸及集成吊顶主机产能

单位：万台

时间	产能	自制产量	产能利用率	外购数量	销量	产销率
2019年1-6月	208.18	106.43	51.12%	76.66	176.72	96.52%
2018年度	441.30	215.68	48.87%	128.12	361.40	105.12%
2017年度	411.29	335.71	81.62%	71.18	388.78	95.55%
2016年度	327.25	253.31	77.40%	69.34	310.77	96.32%

注：此处产销率计算公式为销量/（自主产量+外购数量）。

（2）集成吊顶扣板产能

单位：万片

时间	产能	自主产量	产能利用率	外购数量	销量	产销率
2019年1-6月	2,634.64	2,507.92	95.19%	11.89	2,566.34	101.85%
2018年度	5,249.28	4,804.32	91.52%	18.22	4,909.30	101.80%
2017年度	4,470.50	4,067.19	90.98%	1,413.92	4,705.97	85.85%

注：此处产销率计算公式为销量/（自主产量+外购数量）。

2、报告期内主要产品销售情况

(1) 主营业务收入分产品情况

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
浴霸	40,868.57	49.73	86,436.52	51.76	86,169.09	54.71	72,507.48	58.50
集成吊顶	30,720.65	37.38	63,834.54	38.23	61,847.84	39.27	48,847.15	39.41
厨电	1,720.20	2.09	3,709.19	2.22	3,142.80	2.00	-	-
其他	8,873.42	10.80	13,016.47	7.79	6,335.42	4.02	2,580.58	2.08
合计	82,182.83	100.00	166,996.73	100.00	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00

(2) 主营业务收入分区域情况

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
华东	42,099.67	51.23	92,931.17	55.65	79,816.36	50.68	61,435.11	49.57
华北	8,757.67	10.66	16,493.78	9.88	18,475.17	11.73	16,192.70	13.07
华中	9,696.21	11.80	18,490.57	11.07	18,252.49	11.59	12,230.87	9.87
华南	8,174.32	9.95	13,194.96	7.90	14,490.58	9.20	11,405.86	9.20
西南	8,331.32	10.14	16,054.53	9.61	16,237.32	10.31	12,817.83	10.34
西北	2,265.86	2.76	4,337.51	2.60	4,884.28	3.10	3,353.58	2.71
东北	1,605.35	1.95	2,716.02	1.63	3,242.07	2.06	2,495.87	2.01

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
境内小计	80,930.41	98.48	164,218.54	98.34	155,398.28	98.67	119,931.81	96.77
境外	1,252.43	1.52	2,778.19	1.66	2,096.88	1.33	4,003.40	3.23
合计	82,182.83	100.00	166,996.73	100.00	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00

注：线上直营渠道收入均计入华东。

3、报告期内主要客户情况

报告期各期，前十大客户具体情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（三）主要经营模式”之“3、销售模式”之“（7）主要客户的销售金额、内容、占比、客户性质等信息及变化原因”。

4、发行人销售及收款内控情况

公司销售及收款业务的规范与控制均在与各渠道客户所签订的购销合同/授权合同中做详细规定。

报告期内，发行人对经销商采用“先款后货”的收款模式；大宗客户、外销模式下，双方按合同约定结算货款；KA模式下，发行人为代销模式，即发行人向KA卖场提供商品，待KA卖场完成销售并扣除与发行人约定的商业折扣、费用及相关保证金后，双方按合同约定结算货款；直营模式下，发行人产品销售完成后，向消费者收取货款。

（五）主要原材料和能源供应情况

1、报告期内主要原材料采购情况

（1）原材料采购情况

报告期内，公司主要原材料为电器及配件、塑料类配件、铝材、钣金件、包装物等。报告期各期，公司原材料采购情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年		2016年	
	金额	原材料采购占比	金额	原材料采购占比	金额	原材料采购占比	金额	原材料采购占比
电器及配件	9,231.02	32.17%	19,614.13	33.09%	25,483.43	43.04%	19,658.58	58.02%
铝材	6,599.95	23.00%	12,699.15	21.42%	9,497.18	16.04%	115.19	0.34%
塑料配件	4,961.11	17.29%	10,572.24	17.83%	11,425.45	19.30%	8,931.37	26.36%
包装材料	1,878.46	6.55%	4,486.43	7.57%	4,596.65	7.76%	2,688.05	7.93%
钢材	824.97	2.87%	2,457.63	4.15%	1,116.34	1.89%	-	-
钣金件	987.57	3.44%	1,771.04	2.99%	2,185.43	3.69%	2,181.19	6.44%
五金件	215.08	0.75%	1,490.14	2.51%	1,420.51	2.40%	60.26	0.18%
膜类	488.85	1.70%	1,145.90	1.93%	1,343.17	2.27%	0.57	0.00%
木塑材料	684.00	2.38%	1,118.44	1.89%	145.99	0.25%	-	-
玻璃类	35.69	0.12%	135.99	0.23%	134.83	0.23%	-	-
其他	2,677.96	9.73%	3,790.69	6.39%	1,854.97	3.13%	247.90	0.73%
合计	28,698.88	100.00%	59,281.78	100.00%	59,203.96	100.00%	33,883.11	100.00%

(2) 原材料细分采购变动分析

报告期，发行人铝材、膜类采购金额及比例大幅提升，主要原因系2017年公司控股子公司嘉兴劲达及成都劲启开始从事集成吊顶扣板的生产所致；发行人木塑材料采购金额2018年增幅较大，主要原因系发行人加大集成墙面产品生产规模；2018年，发行人电器及配件、塑料配件采购金额有一定程度下滑，主要原因系发行人外购浴霸及集成吊顶主机比例有所提升；2017年、2018年发行人五金件采购额大幅提升，主要系厨电产品生产所需，2019年1-6月发行人厨电产品生产规模缩小，故五金件采购金额下降较多。

(3) 分产品主要原材料采购情况

①浴霸及集成吊顶主机主要原材料

报告期内，发行人浴霸及集成吊顶主机产品主要材料为电器及配件、塑料配件，具体采购金额及占比如下：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
电器及配件	9,231.02	100.00	19,614.13	100.00	25,483.43	100.00	19,658.58	100.00
其中：电机	2,502.13	27.11	4,996.12	25.47	5,286.16	20.74	3,862.89	19.65
PTC 发热体	1,126.24	12.20	2,213.69	11.29	2,580.86	10.13	2,044.77	10.40
电源板	972.57	10.54	2,085.65	10.63	1,859.02	7.30	912.61	4.64
LED 灯板	796.85	8.63	1,416.57	7.22	3,150.55	12.36	2,712.83	13.80
控制板	496.08	5.37	1,487.94	7.59	1,267.29	4.97	902.07	4.59
驱动器	501.67	5.43	989.65	5.05	2,167.94	8.51	1,090.34	5.55
其他	2,835.48	30.72	6,424.51	32.75	9,171.61	35.99	8,133.07	41.37
塑料配件	4,961.11	100.00	10,572.24	100.00	11,425.45	100.00	8,931.37	100.00
其中：面罩	1,207.17	24.33	2,519.84	23.83	2,594.42	22.71	1,895.90	21.23
箱体	571.62	11.52	1,179.97	11.16	1,432.99	12.54	1,031.60	11.55
风轮	419.62	8.46	854.28	8.08	985.15	8.62	767.62	8.59
其他	2,762.71	55.69	6,018.15	56.92	6,412.89	56.13	5,236.25	58.63

报告期内，浴霸及集成吊顶主机原材料中电器及配件主要包括电机、PTC 发热体、电源板、LED 灯板、控制板和驱动器等原材料，这些原材料采购合计金额占电器及配件采购金额比例分别为 58.63%、64.01%、67.25%和 69.18%，小幅上升。

报告期内，浴霸及集成吊顶主机原材料中塑料配件主要包括面罩、箱体、风轮等原材料，这些原材料采购合计金额占塑料配件采购金额的比例分别为 41.37%、43.87%、43.07%和 44.31%，基本保持稳定。

电器及配件中，电机、PTC 发热体采购金额及比例总体保持稳定；电源板、控制板报告期采购金额及比例有所上升，主要系产品智能化水平提升所致；LED 灯板、驱动器采购金额及比例 2018 年有所下滑，主要系 2017 年下半年起部分 LED 平板灯产品由自制转为 OEM 采购所致。

塑料配件中，主要部件采购占比总体保持稳定。

报告期内，公司浴霸及集成吊顶主机主要原材料采购结构变化符合浴霸及集成吊顶主机变化趋势。

②集成吊顶扣板主要原材料

报告期内，公司集成吊顶扣板主要原材料为铝材，各期采购金额分别为115.19万元、9,497.18万元、12,699.15万元和6,599.95万元。2017年，公司铝材采购金额大幅上升主要系集成吊顶扣板由OEM采购转为自制。2017年、2018年及2019年1-6月，集成吊顶扣板主要材料及结构占比未发生变化。

③厨电产品主要原材料

发行人集成灶产品原材料主要分为钢板、五金类零部件、塑胶类零部件及电器类零部件，其中钢板采购主要包括不锈钢钢板、冷轧板以及热浸锌钢板；五金类部件包括框架组件、火盖座、阀体总成等部件；塑胶类零部件主要为风门、弯头、硅胶管、密封圈等配件，品种及数量较多；电器类零部件主要为电机、风机、电源连接线、电路板、电容等配件，品种及数量较多。

按照钢板、五金类、塑胶类及电器类零部件划分，报告期内，发行人集成灶主要材料及采购结构如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年		2017年	
	采购金额	占比(%)	采购金额	占比(%)	采购金额	占比(%)
钢板	31.57	11.74	340.09	13.98	342.53	15.68
五金类	132.71	49.36	1,431.81	58.85	1,357.86	62.17
塑胶类	12.45	4.63	125.37	5.15	133.36	6.11
电器类	92.14	34.27	535.78	22.02	350.53	16.05
合计	268.87	100.00	2,433.05	100.00	2,184.28	100.00

如上表所示，报告期发行人集成灶主要材料采购结构总体保持稳定，其中2018年电器类零部件采购金额占比较2017年有所上升，钢板、塑胶类零部件占比略有下滑，主要原因系所生产集成灶产品型号变化。

(4) 公司原材料整体采购规模分析

公司主营产品为浴霸和集成吊顶，公司自主生产所需要的原材料主要为电器及配件、塑料类配件、铝材等。报告期内，公司整体采购规模逐年增加，主要系随着销售规模的增加，采购规模相应增加。报告期内，公司主营业务成本、原材料采购和成品采购情况如下：

项目	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年
	金额(万元)	变动幅度(%)	金额(万元)	变动幅度(%)	金额(万元)	变动幅度(%)	金额(万元)
主营业务成本	41,323.66	-	84,615.63	2.70	82,390.40	31.21	62,793.82
采购总额	40,524.51	-	80,724.49	-3.25	83,437.79	32.16	63,133.71
其中：原材料采购额	28,698.88	-	59,281.78	0.13	59,203.96	74.73	33,883.11
OEM 采购额	11,843.63	-	21,442.72	-11.52	24,233.83	-17.15	29,250.60

2017年原材料采购额同比增长较多，成品采购额同比下降，主要系因为公司新设控股子公司嘉兴劲达及成都劲启从事集成吊顶扣板的生产，使得扣板原材料如铝材等采购额大幅增加，相应OEM采购扣板大幅减少。2018年原材料采购额与2017年基本持平；2018年OEM采购额同比继续下降，主要系发行人集成吊顶扣板自制率进一步提升所致。

2、报告期内主要供应商情况

(1) 前十大供应商的主要情况

报告期内，公司前十大供应商情况如下：

供应商名称	主要采购产品	金额(万元)	采购占比(%)	首次合作时间	关联关系
2019年1-6月					
海盐佳湖装饰材料 有限公司	铝卷等	4,383.84	10.82	2016年5月	否
浙江来斯奥电气有 限公司	OEM、面罩等	2,947.54	7.27	2006年3月	否
昆山市诚泰电气股 份有限公司	LED平板灯、 LED驱动器	2,185.45	5.39	2017年7月	否
嵊州市松华电器有	箱体、开关	1,432.27	3.53	2004年9月	否

供应商名称	主要采购产品	金额（万元）	采购占比（%）	首次合作时间	关联关系
限公司					
宁波斯洛曼智能科技有限公司	晾衣架等	1,283.19	3.17	2017年3月	否
杭州灵杰电器有限公司	LED灯板、驱动器	1,222.10	3.02	2006年8月	否
慈溪市日月电器有限公司	灯圈、风栅等	1,208.20	2.98	2004年9月	否
佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司	铝材等	1,193.02	2.94	2017年10月	否
杭州江南电机股份有限公司	电机	1,051.96	2.60	2004年9月	否
杭州欧宝机电有限公司	面罩等	876.10	2.16	2006年6月	否
合计		17,508.42	43.88	-	-
2018年度					
浙江来斯奥电气有限公司	OEM、面罩等	6,205.09	7.69	2006年3月	否
海盐佳湖装饰材料有限公司	铝卷等	6,157.19	7.63	2016年5月	否
嵊州市松华电器有限公司	箱体、开关	3,279.90	4.06	2004年9月	否
慈溪市日月电器有限公司	灯圈、风栅等	3,000.80	3.72	2004年9月	否
杭州灵杰电器有限公司	LED灯板、驱动器	2,919.27	3.62	2006年8月	否
长葛市润隆铝业有限公司	铝卷	2,796.44	3.46	2016年3月	否
昆山市诚泰电气股份有限公司	LED平板灯、LED驱动器	2,697.75	3.34	2017年7月	否
杭州欧宝机电有限公司	面罩等	2,438.50	3.02	2006年6月	否
江阴市俊杰金属涂层有限公司	龙骨科	2,357.78	2.92	2017年4月	否

供应商名称	主要采购产品	金额（万元）	采购占比（%）	首次合作时间	关联关系
杭州江南电机有限公司	电机	2,200.98	2.73	2004年9月	否
合计		34,053.71	42.18	-	-
2017年					
浙江来斯奥电气有限公司	OEM、面罩等	7,819.20	9.37	2006年3月	否
中山博琅集成装饰材料有限公司	扣板等	4,496.09	5.39	2013年12月	2017年6月相关资产被发行人控股子公司收购
嵊州市松华电器有限公司	箱体、开关等	4,063.93	4.87	2004年9月	否
海盐佳湖装饰材料有限公司	铝卷等	3,535.97	4.24	2016年5月	否
慈溪市日月电器有限公司	灯圈、风栅等	3,459.67	4.15	2004年9月	否
中山领引照明科技有限公司	LED灯、LED驱动器	3,404.60	4.08	2011年12月	否
德清县新城照明器材有限公司	照明泡、LED灯板	2,787.53	3.34	2007年3月	否
杭州灵杰电器有限公司	LED灯板、驱动器	2,656.08	3.18	2006年8月	否
江苏绿怡智能科技有限公司	晾衣架	2,801.29	3.36	2014年8月	否
长葛市瑞佳铝业有限公司	铝卷	2,361.52	2.83	2015年11月	否
合计		37,385.88	44.81	-	-
2016年					
浙江劲源科技发展有限公司	铝扣板等	14,288.93	22.63	2008年1月	2017年1月相关资产被发行人控股子公司收购
浙江来斯奥电气有限公司	OEM、面罩等	8,267.85	13.10	2006年3月	否
慈溪市日月电器有	灯圈、风栅等	3,527.85	5.59	2004年9月	否

供应商名称	主要采购产品	金额（万元）	采购占比（%）	首次合作时间	关联关系
限公司					
嵊州市松华电器有限公司	箱体、开关等	3,295.00	5.22	2004年9月	否
中山博琅集成装饰材料有限公司	扣板	3,179.17	5.04	2013年12月	2017年6月相关资产被发行人控股子公司收购
中山领引照明科技有限公司	LED灯、LED驱动器	3,035.22	4.81	2011年12月	否
杭州灵杰电器有限公司	LED灯板、驱动器	2,798.26	4.43	2006年8月	否
杭州江南电机有限公司	电机	2,117.73	3.35	2004年9月	否
德清县新城照明器材有限公司	照明泡、LED灯板	1,941.25	3.07	2007年3月	否
杭州欧宝机电有限公司	面罩等	1,421.72	2.25	2006年6月	否
合计		43,872.99	69.49	-	-

注：上述供应商已按照同一实际控制口径予以合并

为整合集成吊顶扣板供应链，保证发行人集成吊顶扣板供应稳定性，发行人分别于2017年1月及2017年6月收购浙江劲源、中山博琅集成吊顶扣板业务相关资产。

除上述两家供应商以外，报告期内发行人其余前十大供应商均与发行人不存在关联关系。

（2）采购金额及占比发生变动

报告期发行人前十大供应商采购金额占比分别为69.49%、44.81%、42.18%和43.20%，2017年前十大供应商采购金额占比下降较多，主要原因一方面系发行人控股子公司嘉兴劲达收购浙江劲源相关资产，浙江劲源不再与发行人发生业务往来，另一方面系随着发行人低端浴霸销量占比下降，使得公司向浴霸OEM供应商浙江来斯奥电气有限公司采购金额降低。

(3) 主要供应商发生变动的原因

供应商名称	2019年1-6月排名	2018年度排名	2017年度排名	2016年度排名
海盐佳湖装饰材料有限公司	1	2	4	-
浙江来斯奥电气有限公司	2	1	1	2
昆山诚泰电气股份有限公司	3	7	23	-
嵊州市松华电器有限公司	4	3	3	4
宁波斯洛曼智能科技有限公司	5	12	50+	-
杭州灵杰电器有限公司	6	5	8	7
慈溪市日月电器有限公司	7	4	5	3
佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司	8	11	50+	-
杭州江南电机有限公司	9	10	11	8
杭州欧宝机电有限公司	10	8	12	10
长葛市润隆铝业有限公司	12	6	15	-
德清县新城照明器材有限公司	15	13	7	9
江阴市俊杰金属涂层有限公司	18	9	36	-
中山领引照明科技有限公司	50+	28	6	6
江苏绿怡智能科技有限公司	50+	15	9	-
中山博琅集成装饰材料有限公司	-	-	2	5
长葛市瑞佳铝业有限公司	-	-	10	31
浙江劲源科技发展有限公司	-	-	13	1

除浙江劲源、中山博琅以外，报告期内，发行人前五大供应商较为稳定，前十大供应商有所变化，主要原因如下：

①海盐佳湖装饰材料有限公司

海盐佳湖装饰材料有限公司主营扣板研发、生产、加工业务。2017年，发行人扣板由OEM采购转为自制模式，2017年海盐佳湖装饰材料有限公司成为发行人新增铝材供应商。2018年，发行人向其采购金额进一步加大，其成为发行

人前十大供应商。主要系出于综合成本的考虑，发行人将原先向长葛市瑞佳铝业有限公司采购铝材，再委托海盐佳湖装饰材料有限公司进一步加工的模式，改为直接向海盐佳湖装饰材料有限公司采购铝材。

②长葛市润隆铝业有限公司

长葛市润隆铝业有限公司系发行人 2017 年新增铝材供应商，并于 2018 年成为发行人前十大供应商，主要原因系 2017 年初发行人通过控股子公司收购了集成吊顶扣板供应商浙江劲源相关资产，发行人集成吊顶扣板从 OEM 采购调整为自制，为保证铝材供应稳定性，铝材供应商主要沿用了浙江劲源原合作较好的供应商。

③昆山市诚泰电气股份有限公司

昆山市诚泰电气股份有限公司系发行人 2017 年新增 LED 平板灯、LED 驱动器供应商，并于 2018 年成为发行人前十大供应商。2018 年发行人向其采购金额增加较多，主要原因系 2018 年起，发行人部分 LED 平板灯产品由自制转为 OEM 采购，发行人向其新增成品 LED 平板灯采购所致。

④宁波斯洛曼智能科技有限公司

宁波斯洛曼智能科技有限公司系发行人 2017 年新增晾衣架供应商，并于 2019 年 1-6 月成为发行人前十大供应商。2018 年及 2019 年 1-6 月发行人向其采购金额逐年上升，主要原因系发行人晾衣架业务发展较快所致。

⑤江阴市俊杰金属涂层有限公司

江阴市俊杰金属涂层有限公司系发行人 2017 年新增龙骨科供应商，并于 2018 年成为发行人前十大供应商，主要原因系发行人 2018 年自产龙骨比例有所提升，故增加了向江阴市俊杰金属涂层有限公司的采购。

⑥佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司

佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司系发行人 2017 年新增铝材供应商，并于 2019 年 1-6 月成为发行人前十大供应商，主要原因系发行人 2017 年初集成吊顶扣板由 OEM 转为自制后，开始向佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司采购铝

材，故 2018 年及 2019 年 1-6 月，发行人向佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司的采购金额增长较多。

⑦德清县新城照明器材有限公司

德清县新城照明器材有限公司系发行人 PTC 发热体、LED 灯板及驱动器供应商，报告期内供应商排名基本稳定。2018 年发行人向其采购金额有所下滑，主要原因一方面系发行人 LED 灯板及驱动器引入新的供应商，同时停止向德清县新城照明器材有限公司采购相关产品；另一方面系发行人 PTC 发热体采购总额下降，从而导致向德清县新城照明器材有限公司采购量相应下降。

⑧江苏绿怡智能科技有限公司

江苏绿怡智能科技有限公司系发行人晾衣架供应商，其于 2017 年新增为发行人前十大供应商，主要系发行人晾衣架业务规模增长较快所致。2018 年及 2019 年 1-6 月发行人向江苏绿怡智能科技有限公司采购额下降较多，主要系随着发行人晾衣架业务的逐步增长，发行人进一步优化和丰富供应商队伍，增加了对其他晾衣架供应商的采购所致。

⑨中山领引照明科技有限公司

中山领引照明科技有限公司系发行人 LED 灯及 LED 驱动器供应商，主要向发行人供应 ZDL 及 ZTL 型号 LED 灯板及驱动器，发行人向其 2018 年及 2019 年 1-6 月采购金额下降较多，主要系发行人 ZDL 及 ZTL 型号 LED 灯板由自制转为 OEM 所致。

⑩中山博琅集成装饰材料有限公司

中山博琅原系发行人集成吊顶扣板供应商，发行人控股子公司中山劲启、成都劲启于 2017 年 6 月收购中山博琅集成吊顶扣板相关资产后，中山博琅不再是发行人供应商。

⑪浙江劲源科技发展有限公司

浙江劲源原系发行人集成吊顶扣板供应商，发行人控股子公司嘉兴劲达于 2017 年 1 月收购浙江劲源集成吊顶扣板相关资产后，浙江劲源不再是发行人供

应商。

⑫长葛市瑞佳铝业有限公司

长葛市瑞佳铝业有限公司原系发行人铝材供应商，其于 2017 年新增为发行人前十大供应商，主要系嘉兴劲达向其采购铝材，并委托海盐佳湖装饰材料有限公司进一步加工；2017 年嘉兴劲达出于综合成本的考虑，改为直接向海盐佳湖装饰材料有限公司采购成品铝材，停止向长葛市瑞佳铝业有限公司采购铝材，故其 2018 年不再是发行人前十大供应商。

(4) 发行人客户同为供应商的情形

①客户同为供应商的情形

报告期内，发行人供应商浙江来斯奥电气有限公司于 2017 年向发行人控股子公司嘉兴劲达采购 20.71 万元扣板。除此以外，不存在其他发行人客户同为供应商的情形。

②业务合理性

2017 年 3 月至 5 月期间，发行人控股子公司嘉兴劲达向浙江来斯奥电气有限公司销售 20.71 万元扣板，占当年发行人营业收入比例为 0.0131%。发行人向浙江来斯奥电气有限公司销售扣板均系 TKB-27 扣板 AF101（0.58mm）型号，主要系浙江来斯奥电气有限公司办公室装修所需。2017 年 6 月起，发行人及其控股子公司均不再对浙江来斯奥电气有限公司销售产品。

③交易价格的公允性

2017 年，发行人向浙江来斯奥电气有限公司销售扣板价格为 1.17 元/片，销售毛利率为 21.55%，低于同期发行人集成吊顶扣板毛利率，主要原因系：嘉兴劲达为发行人从事集成吊顶扣板生产的控股子公司，其集成吊顶扣板主要销售给发行人，此次嘉兴劲达销售给浙江来斯奥电气有限公司按照与发行人的销售结算价定价。

3、报告期内主要能源供应情况

发行人生产中所使用的能源主要为电，能够满足公司的生产需求。报告期内，

公司的主要能源供应情况如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
数量（万度）	350.36	402.84	346.86	222.15
单价（元/度）	0.84	1.03	1.06	1.17
金额（万元）	295.09	416.03	367.20	259.83

报告期内，公司用电量逐年上升，主要系公司经营规模逐年增长所致。

2019年1-6月，公司电费单价下降较多，主要系控股子公司嘉兴劲达电费单价较低，而用电量快速增长所致。

4、报告期内原材料和能源占成本的比重

报告期内，公司原材料和能源占当期生产成本的比重如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年	2016年度
原材料	89.34%	89.66%	91.54%	91.82%
电费	0.89%	0.64%	0.53%	0.65%

5、收购中山博琅、浙江劲源后的供应商发生变化情况

2016年、2017年，为保证集成吊顶扣板供应的稳定性，公司整合集成吊顶扣板供应链，分别于2017年1月、2017年6月收购浙江劲源、中山博琅集成吊顶扣板业务相关资产。收购后，公司集成吊顶扣板由OEM采购模式，调整为自制+委托加工模式，供应商亦相应发生变化，具体如下。

（1）收购中山博琅后的供应商变化情况

收购中山博琅后，公司主要变化供应商及采购金额情况如下：

单位：万元

供应商名称	主要采购产品	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
中山博琅集成装饰材料有限公司	集成吊顶扣板	-	-	4,496.09	3,179.17
佛山市南海利亚龙铝装	铝材	1,193.02	2,158.43	269.03	-

供应商名称	主要采购产品	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
饰板有限公司					
四川力同铝业有限公司	铝材	635.84	1,073.82	133.73	7.11
广州市秀锦装饰材料有限公司	铝材	31.18	295.06	186.11	-
佛山市佳纳装饰材料有限公司	铝材	117.47	193.24	223.34	-
佛山市南海锌美铝业有限公司	铝材灯槽、角线	37.49	95.96	101.49	-
合计		2,015.00	3,816.51	5,409.79	3,186.28

如上表所示，公司于2017年6月收购中山博琅后，原中山博琅供应商佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司、四川力同铝业有限公司、广州市秀锦装饰材料有限公司等成为公司控股子公司成都劲启、中山劲启供应商。

(2) 收购浙江劲源后的供应商变化情况

收购浙江劲源后，公司主要变化供应商及采购金额情况如下：

单位：万元

供应商名称	主要采购产品	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
浙江劲源科技发展有限公司	集成吊顶扣板	-	-	2,247.23	14,288.93
海盐佳湖装饰材料有限公司	铝材	4,383.84	6,157.19	3,535.97	-
长葛市润隆铝业有限公司	铝材	675.23	2,796.44	1,723.94	-
江阴市旭龙金属制品有限公司	铝材	776.71	1,154.08	1,478.15	-
长葛市瑞佳铝业有限公司	铝材	-	-	2,361.52	-
嘉兴市亿豪新材料有限公司	铝材	-	-	825.31	-
合计		5,835.78	10,107.71	12,172.12	14,288.93

如上表所示，公司于2017年1月收购浙江劲源后，原浙江劲源供应商海盐佳湖装饰材料有限公司、长葛市润隆铝业有限公司、江阴市旭龙金属制品有限公司等成为公司控股子公司嘉兴劲达供应商。

(六) 发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人客户、

供应商之间的关联关系

1、发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人客户关联关系情况

报告期内，发行人浴霸线上经销商杭州橙隆、杭州尚琳为发行人关联方。杭州橙隆、杭州尚琳的实际控制人为发行人实际控制人之一致行动人方雯雯，其中杭州尚琳已于 2016 年起不再系发行人经销商，亦与发行人不再有业务往来。为减少关联交易，发行人已于 2017 年 12 月收回杭州橙隆经销权，并同时承接了其主要的资产及人员。有关情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(二) 非同一控制下的资产收购”之“4、收回杭州橙隆经销权”。

报告期内，发行人上海地区经销商上海逸盛之实际控制人徐逸敏通过斐昱永淳间接持有发行人 0.07% 股权。发行人于 2017 年 5 月收回上海逸盛经销权，并同时承接了其重要资产。

除此以外，报告期内发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人客户之间不存在关联关系。

2、发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人供应商关联关系情况

(1) 浙江劲源情况

唐国富系发行人 2016 年集成吊顶扣板供应商浙江劲源之实际控制人，唐国富 2008 年 1 月设立浙江劲源时，向发行人共同实际控制人之一方胜康借款 180 万元，且作为担保措施由方胜康指定陈金华名义持有浙江劲源 18% 股权。上述借款年利率为 20%，唐国富按年向方胜康支付利息，并已于 2017 年 1 月偿还了本金。2017 年 1 月，发行人新设的控股子公司嘉兴劲达收购浙江劲源相关资产及业务，有关情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(二) 非同一控制下的资产收购”之“1、收购浙江劲源资产”，本次收购完成后，浙江劲源不再是发行人供应商，目前已无经营活动。

唐国富系发行人控股子公司嘉兴劲达少数股东，并担任嘉兴劲达董事兼总经理

理。唐国富与发行人股东、董事、监事及高级管理人员不存在关联关系。

(2) 中山博琅情况

白雪松及奉涛系发行人 2016 年、2017 年 1-6 月集成吊顶扣板供应商中山博琅持股之主要股东。2017 年 6 月，发行人新设的控股子公司成都劲启与中山劲启收购中山博琅相关资产及业务，有关情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(二) 非同一控制下的资产收购”之“3、收购中山博琅资产及业务”，本次收购完成后，中山博琅不再是发行人供应商，并已注销。

白雪松配偶李仕泽、奉涛系发行人控股子公司成都劲启与中山劲耀之少数股东，其中李仕泽担任成都劲启及中山劲启的董事兼总经理，担任中山劲耀董事；奉涛担任成都劲启及中山劲启的董事。李仕泽、奉涛与发行人股东、董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系。

除上述情况外，报告期内发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人供应商之间不存在关联关系。

(七) 发行人安全生产与环境保护

1、安全生产

(1) 安全生产管理情况

公司制定有安全生产管理制度，设有安全生产领导小组和安全员。安全管理工作实行逐级责任制，总经理、常务副总经理对各级安全工作负责。公司以“安全第一，预防为主，综合治理”为指导方针，加强公司综合安全管理，落实安全管理责任，有效控制伤亡和其他重大事故，预防或减少一般安全事故。

根据《中华人民共和国安全生产法》、《浙江省安全生产条例》等法律法规以及上级政府安全生产综合目标管理办法的要求，公司制定安全目标管理责任书。公司在每年年初，同各部门负责人签署当年安全目标管理责任书，根据各部门职责，制定不同的安全生产目标和安全生产管理责任，并在当年年底根据制定的目标责任内容进行考核，实施奖惩措施。

此外，特种设备按照要求定期年检且特种设备操作人员实行持证上岗制；安全全员对职业危害因素进行监测，在各操作岗位及工厂入口处张贴告知卡及宣传标语，加强对安全知识的宣导。为保证安全生产工作，公司定期或不定期召开安全生产例会，并组织人员参与安全生产培训。

(2) 安全生产达标情况

根据杭州经济技术开发区安全生产监督管理局以及杭州钱塘新区应急管理局出具的《证明》，公司自报告期初至 2019 年 6 月 30 日，均未受到安全生产行政处罚，未发生生产安全死亡事故。

2、环境保护

(1) 主要污染物处理情况

报告期内，公司严格遵守国家和地方的环保法律法规，履行了建设项目环境影响评价和“三同时”制度；主要污染物的排放达到国家和地方规定的相关标准。公司采取了完善的污染防治与控制措施，其主要污染物处理措施如下：

①废水治理

按《污水综合排放标准》（GB8978-1996）执行，检测结果全部达标。公司生产过程中无工业污水排放，少量生活污水由当地市政污水管网接入当地污水处理厂集中处理达标后进行排放。

②固体废弃物处置

有关生产环节产生的固体废弃物由公司统一收取、统一保存，再由废物运输公司按规定车辆、规定线路负责运输，最后由废物处理公司负责处理，对环境不会产生污染，确保了清洁生产。

③噪声处置

生产过程中的噪声控制管理按《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）执行，检测结果达标。

(2) 环境保护达标情况

报告期内，根据浙江鸿博环境检测有限公司出具的《检验检测报告》，发行人排污、噪声等均达标。

五、发行人主要固定资产和无形资产

（一）固定资产

1、固定资产整体情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值	净值率（%）
房屋建筑物	18,575.85	6,949.82	11,626.03	62.59
通用设备	3,250.73	1,979.36	1,271.37	39.11
专用设备	5,108.85	1,276.28	3,832.57	75.02
运输工具	1,118.43	752.13	366.30	32.75
其他设备	289.14	180.15	108.99	37.69
合计	28,343.00	11,137.75	17,205.25	60.70

2、主要生产设备

截至 2019 年 6 月 30 日，公司拥有的主要生产设备如下：

序号	设备名称	数量	原值（万元）	净值（万元）	成新率
1	生产流水线	54	1,405.26	1,190.87	84.74%
2	模具	560	737.72	320.17	43.40%
3	冲床	54	526.36	433.13	82.29%
4	切割设备	15	193.50	153.41	79.28%
5	台压机	11	111.67	91.89	82.28%
6	油压机	23	95.77	82.66	86.30%
7	激光焊接机	4	65.61	50.05	76.28%
8	搬运车	47	61.82	44.32	71.68%

序号	设备名称	数量	原值（万元）	净值（万元）	成新率
9	包覆机	11	61.85	52.55	84.97%
10	平板灯测试设备	3	49.32	30.45	61.74%
11	液压机	7	43.72	30.99	70.89%
12	平板灯检测线	16	41.32	36.06	87.26%
13	打包机	23	30.11	14.83	49.26%
14	压缩机	4	30.32	9.69	31.97%
15	PTC 测试线	1	16.67	14.04	84.22%
16	红外泡测试线	1	10.28	1.03	10.02%
17	喷码机	5	8.92	4.98	55.83%
18	其他设备	512	1,598.84	1,252.20	78.32%
合计		1,351	5,089.06	3,813.32	74.93%

截至 2019 年 6 月 30 日，公司主要产品生产有关的生产线具体情况如下：

产品类别	生产线条数	资产原值（万元）
集成吊顶扣板	26	720.31
浴霸及集成吊顶主机	15	145.38
厨电产品	2	85.04
集成墙面	7	128.10
晾衣机	1	15.11
PVC 片材地板	3	311.39
合计	54	1,405.33

3、房屋所有权

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司主要拥有如下房屋所有权：

序号	房屋所有权人	不动产权证号	坐落	建筑面积 (m ²)	用途	取得方式
1	发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0341407号	杭州经济技术开发区白杨街道21号大街210号1幢、5幢等7套	96,494.19	非住宅	自建
2	发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0326920号	保利天地中心11幢302室	47.41	非住宅	购买
3	发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0326977号	保利天地中心11幢304室	47.41	非住宅	购买
4	发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325644号	保利天地中心11幢1706室	47.41	非住宅	购买
5	发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325621号	保利天地中心10幢507室	94.27	非住宅	购买
6	发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325518号	保利天地中心11幢1502室	47.41	非住宅	购买
7	发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325953号	保利天地中心10幢509室	94.27	非住宅	购买
8	发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0326866号	保利天地中心11幢523室	47.41	非住宅	购买
9	成都博朗尼	川(2017)崇州市不动产权第0004156号	崇州市崇阳镇晨蓝路118号1栋1-6层1号、2栋1-1F夹层1号、3栋1-1F夹层1号	29,363.80	工业用地/厂房/科研楼	自建

2017年11月1日，公司与交通银行股份有限公司杭州城西支行签署《抵押合同》(2017DY003)，将上表中不动产权证号为“浙(2017)杭州市不动产权第0341407号”不动产抵押，用于公司于2017年1月1日至2021年12月31日期间与交通银行股份有限公司杭州城西支行签订的全部主合同提供抵押担保，抵押担保的最高债权额为人民币18,000万元整。

发行人子公司成都博朗尼坐落于崇州市崇阳镇晨蓝路地块东南角的五号车间，由于部分超出规划红线，无法办理不动产权证，存在一定瑕疵。该栋厂房建筑面积为6,077.03平方米，占发行人已建成房屋总面积的比例为4.59%；该房产账面原值为853.64万元，占发行人房屋及建筑物账面原值的比例为4.60%；账面价值为639.16万元，占发行人房屋及建筑物账面价值的5.50%。该处房产目前未

开展实际生产经营活动。

虽然发行人该处厂房存在一定瑕疵,但其并非发行人生产经营活动的必要场所,且发行人已于 2017 年 10 月取得崇州市城乡规划局出具的《证明》,以及崇州市住房和城乡建设局出具的《证明》,确认崇州市城乡规划局以及崇州市住房和城乡建设局不会就上述瑕疵房屋的问题要求公司拆除或搬迁,亦不会对公司进行任何处罚,公司的该情况不属于重大违法违规。根据发行人律师出具的《法律意见书》,该瑕疵不会对发行人生产经营活动造成重大影响。

同时,发行人控股股东 Tricosco、实际控制人 Fang James 与方胜康亦出具承诺:如果上述瑕疵房屋被行政主管部门处以行政处罚等,由此给发行人或其下属企业造成任何损失、索赔、成本和费用(包括但不限于拆除、处罚的直接损失,或因拆迁可能产生的搬迁费用、固定配套设施损失、停工损失、被有权部门罚款或者被有关当事人追索而支付的赔偿等),其将就发行人及其下属企业实际遭受的任何损失、索赔、成本和费用,向发行人及其下属企业承担全额连带赔偿责任。

4、房屋租赁情况

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司、分公司租赁房产情况：

(1) 房屋承租情况

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
1	奥普家居	杨荣华	成房权证监证字第 4277822 号	杨荣华	成都市成华区双成 5 路 66 号 9 栋 2 单元 30 层 3005 号	90.05	住宿	2018.10.25-2019.10.24
2	奥普家居	范存芳	成房权证监证字第 5049224 号	范存芳	成都市成华区双成二路 39 号 10 栋 1-2602	70.77	住宿	2018.11.15-2019.11.14
3	奥普家居	田野	川（2018）成都市不动产权第 0012876 号	田野	成都市成华区五桂桥北路 8 号 8 栋 1 单元 2204 号	109.83	住宿	2019.3.1-2020.2.28
4	奥普家居	鲁鹏	宁房权证秦转字第 257072 号	鲁鹏	南京市秦淮区应天大街 15 号碧水云天家园 8 幢 1 单元 102 室	103.04	住宿	2018.7.15-2019.7.14
5	奥普家居	吴乐萍	苏（2017）宁雨不动产权第 0016361 号 苏（2017）宁雨不动产权第 0016403 号	吴乐萍	雨花台区南京南站西片区绿地之窗商务广场 C-2 栋 805/806 室	151.37	办公	2018.3.10-2020.3.9
6	奥普家居	翟浩腾	宁房权证雨转字第 298376 号	翟浩腾	春江新城龙泉坊 06 幢 2 单元 301 室	97.64	住宿	2018.10.21-2019.10.20

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
7	奥普家居	肖德香	房屋拆迁补偿安置协议	肖德香	雨花台区梅香路5号4幢2单元1008室	85.19	住宿	2018.10.22-2019.10.21
8	奥普家居	解菊	浙(2017)杭州市不动产权第0374134号	解菊	杭州市拱墅区孔雀蓝轩3幢1单元1805室	89.63	住宿	2018.12.15-2019.12.14
9	奥普家居	黄琪玮	杭房权证拱改字第16340297号	黄琪玮	拱墅区新安天苑18幢1单元901室	86.67	住宿	2018.8.24-2019.8.23
10	奥普家居	赵娜	兰房权证七里河区字第77183号	赵娜	兰州市七里河区建兰路街道吴家园西街69-16号1单元9层9A2室	114.80	办公室	2018.8.10-2019.8.10
11	奥普家居	刘况	商品房买卖合同(销售(字)201615422709)	刘况	山东省济南市天桥区海尔云世界6号2单元703室	83.90	住宿	2018.10.15-2019.10.14
12	奥普家居	房崇鹏	商品房买卖合同(销售(字)201519676081)	房崇鹏	山东省济南市天桥区海尔云世界1号楼1单元2401室	114.88	住宿	2018.10.22-2019.10.21
13	奥普家居	程晨	郑房权证字第1501155832号	程晨	郑州市郑东新区商鼎路6号5号楼2单元15层1502号	89.70	住宿	2018.12.28-2019.12.27
14	奥普家居	山东省诚信行物业管理有限公司	房屋产权人济南市天桥区北园街道办事处板桥社区居民委员会出具产权证明	济南市天桥区北园街道办事处板桥社区居民委员会	山东省济南市天桥区历山北路与小清河南路交界口西南角鑫苑名家综合楼20层08房间	145	办公室	2018.10.20-2019.10.19
15	奥普家居	赵俊利	石房权证西字第430052375号	赵俊利	石家庄维明南大街225号恒大城	133.44	办公、住	2018.12.09-2019.12.08

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
					3-3-2304		宿	
16	奥普家居	姚卫强	杭房权证经移字第 12112573 号	姚卫强	杭州市江干区保利东湾 15 幢 1 单元 2301 室	136.47	住宿	2018.9.27-2019.9.26
17	奥普家居	孙中明	X 京房权证字丰第 097893 号	孙中明	北京市丰台区星河苑 2 号院 16 号楼 9 层 1 单元 902	139.53	住宿	2019.1.15-2020.1.14
18	奥普家居	程伟红	房权证兰房（七私）产字第 50243 号	程伟红	兰州市七里河区敦煌路 278 号 11 幢 A0303 室	103.06	住宿	2019.3.1-2020.2.29
19	奥普家居	付明	辽（2017）沈阳市不动产权第 0090440 号	付明	沈阳市和平区昆明南街 152 号 2 单元 15 楼 2 室	71.81	住宿	2019.6.1-2020.5.31
20	奥普家居	佟鑫	辽（2018）沈阳市不动产权第 0078253 号	佟鑫	沈阳市和平区南五马路 17 号 1-9-1	141.34	办公室	2019.6.1-2020.5.31
21	奥普家居	周圣楠	粤（2016）广州市不动产权第 07203954 号	周圣楠	广州市番禺区洛浦街迎宾路 68 号东 海花园 8 座 305 房	92.11	住宿	2018.11.16-2020.11.15
22	奥普家居	申玲玲	长房权证岳麓字第 712105557 号	申玲玲	长沙大区岳麓大道西城龙庭 5-207 室	39.35	住宿	2019.3.18-2020.3.17
23	奥普家居	陶燕娟	杭房权证经移字第 10048621 号	陶燕娟	杭州市江干区世贸江滨花园一期碧 景湾 15 幢 1 单元 2203 室	83.56	住宿	2018.9.11-2019.9.10
24	奥普家居	钟雁超	X 京房权证丰字第 079855 号	钟雁超	北京市丰台区马家堡西路 32 号院 6	117.17	住宿	2018.12.13-2019.12.12

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
					号楼 8 层 E 单元 901			
25	奥普家居	王志斌、乔国伟	商品房买卖合同（合同编号： 2-1-3004）	王志斌	太原市小店区体育南路千禧锦绣苑 2 幢 1 单元 3004 号	82.18	住宿	2018.11.28-2020.11.27
26	奥普家居	冯鸿飞	商品房买卖合同（合同编号： 20141993280）	朱霞，冯鸿飞	太原市小店区光信园信嘉园 10 号楼 1 单元 1201 室	143.04	办公	2018.12.10-2019.12.9
27	奥普家居	张成	粤房地权证中府字第 0112011388 号	彭树坤	中山市三角镇高平大道 110 号 C 栋一 楼	2,861.00	工业	2018.10.1-2020.11.30
28	奥普家居	张成	粤房地权证中府字第 0112011388 号	彭树坤	广东中山市三角镇高平大道 110 号 B2 单元	2,861.00	办公、仓 储	2017.10.20-2020.11.30
29	奥普家居	浙江上物金属有限公司	嘉房权证秀洲字第 00604944 号	浙江上物金属有限公司	嘉兴市王店镇梅嘉路东侧	16,350.00	办公、仓 储	合同期限届满后，由于出租方与嘉兴市秀洲区王店镇人民政府正在办理产权转让变更相关手续，因此未与发行人签署书面续租合同，王店镇人民政府出具书面确认同意发行人继续使用该等物业
30	奥普家居	杭州栋梁储运有限公司	无房产证，属农村集体用地	九堡村经济合作社	绕城公路以东，常青牛奶场以南	2,500.00	仓库	2018.12.7-2019.12.6

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
31	奥普家居	杭州裕廊腾飞数据处理有限公司	暂未取得房产证, 杭州经济技术开发区房产管理局出具说明	杭州裕廊腾飞数据处理有限公司	杭州经济开发区白杨街道科技园路20号新加坡科技园8幢1201-1218室	1,562.29	办公室	2018.1.1-2019.12.31
32	奥普家居	王中生	浙(2016)杭州市不动产权第0136792号	王中生	浙江省杭州市经济开发区天元公寓1幢5单元1602室	147.56	宿舍	2018.12.13-2019.12.12
33	奥普家居	黄鹏烨	浙(2016)杭州市不动产权第0025293号	黄鹏烨	浙江省杭州市经济开发区天元公寓天元公寓3幢3单元1403室	138.87	宿舍	2019.3.22-2020.3.21
34	奥普家居	宓月明、周敏	杭房证经移字第07005142号	宓月明	浙江省杭州市经济开发区天元公寓3幢3单元2101室	171.22	宿舍	2019.4.30-2020.4.29
35	奥普家居	孔莉莉	云(2017)盘龙区不动产权第0037012号	周云伟、孔莉莉	云南省昆明市盘龙区金色大道金色家园17栋1单元301室	140.98	办公、住宿	2019.6.1-2019.11.30
36	奥普家居	张庆尧	成房权证监证字第4260676号	张庆尧	成都市成华区双成五路66号9栋2单元3层301	81.59	办公	2019.5.23-2020.5.22
37	奥普家居	雷慧	湘(2018)长沙市不动产权第0036202号	雷慧	长沙市岳麓区映日路和泓梅溪四季二期5-1104	97.69	住宿	2019.2.17-2020.2.16
38	奥普家居	李向阳	浙(2017)杭州市不动产权第0063033号	李向阳	世贸江滨花园瑞景湾8幢1单元802室	87.98	宿舍	2019.3.1-2020.3.1
39	奥普家居	何一愚	秦改字第01649号	何一愚	南京市秦淮区红花村南五幢1单元405室	73.52	住宿	2019.5.10-2020.5.9

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
40	奥普家居	叶凤蕾	苏(2018)宁雨不动产权第0025029号	叶凤蕾、秦素军	春江新城升景坊17幢2单元303室	74.48	住宿	2019.5.9-2020.5.8
41	奥普家居	杨哲	豫(2018)郑州市不动产权第0387472号	杨哲	郑州市郑东新区商鼎路6号2号楼1单元18层1802	80.76	住宿	2019.3.1-2020.2.28
42	奥普家居	刘昌莲	西安市房产权证莲湖区字第1050108010-14-5-20701号	刘昌莲	西安市莲湖区丰登西路5幢2单元220701室	113.98	住宿	2019.5.7-2020.5.7
43	奥普家居	罗莉	武房权证市字第2010011661-2号	罗莉、王新	武汉市汉江区马场角横路5号富豪花园L栋1单元2层1室	145.12	住宿	2019.6.1-2020.5.31
44	奥普家居	胡丹	红谷滩新区字第D00637763号	胡丹、刘春波	江西省南昌市红谷滩新区奥克斯盛世经典14-1-401室	131.75	办公、住宿	2018.12.19-2019.12.18
45	奥普家居	史金枝	郑房权证字第1601060964号	史金枝	河南省郑州市郑东新区商都路27号12层100号	103.92	办公	2019.5.27-2020.5.26
46	奥普家居	张中科	甘(2016)兰州市不动产权第0008215号	张中科	甘肃省兰州市埋河区西津西路188号19层	82.71	办公	2019.6.1-2020.5.31
47	奥普家居	刘宪民	商品房买卖合同(合同编号:销售(字)201616362971)	刘宪民	山东省济南市天桥区海尔云世界2号2单元2103室	85.22	住宿	2019.3.3-2020.3.2
48	奥普家居	杨振云	豫2017郑州市不动产权第0198198号	杨振云	河南省郑州市郑东新区商都路21号7号楼1单元18层54号	138.93	住宿	2019.6.5-2020.6.4

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
49	奥普家居	胡世芳、刘蓓	苏(2017)宁雨不动产权 0132597号	胡世芳、刘蓓	南京市雨花台区玉盘西街4号406室	77.47	办公	2019.6.11-2020.6.10
50	奥普家居	杨林	房地权证合产字第8110174258 号	杨林	安徽省合肥市政务区天鹅湖路以南 65号湖东景园B7幢2304	134.16	办公、住 宿	2019.6.11-2020.6.10
51	奥普家居	叶华勇	闽2018泉州市不动产权证第 0052586号	叶华勇	福建省泉州市丰泽区中骏裕景湾8号 楼1501	126.24	办公、住 宿	2018.12.1-2019.11.30
52	奥普家居	丁波泥	商品房买卖合同(合同编号: XX160080366)	丁波泥、角志连	湖南省长沙市岳麓区天祥水晶湾办 公楼365-366号	126.01	办公	2019.6.1-2020.5.31
53	奥普家居	卢贵英	长房权证岳麓字第716004622 号	卢贵英	湖南省长沙市岳麓区枫林三路859号 宜居雅苑2-3-4-11栋3114	130.03	住宿	2019.4.8-2020.4.7
54	奥普家居	向水秀	邕房权证字第02331748号	向水秀	广西省南宁市兴宁区秀厢大道澳华 花园25号楼3单元504	121.37	办公、住 宿	2019.6.15-2020.6.14
55	奥普家居	中山市造明公社众创管 理有限公司	中府国用(2007)第170541号	中山康辉化工有限公司	广东省中山市横栏镇长安北路133号 37栋109	115.00	宿舍	2019.6.1-2020.6.1
56	奥普家居	张成	粤房地权证中府字第 0112011388号	彭树坤	广东中山市三角镇高平大道110号C 栋二楼	2,861.00	仓库	2019.6.1-2020.11.30
57	上海分公司	上海闻企建材有限公司	沪房地嘉字2009第009974号	上海闻企建材有限公司	嘉定区金园一路588号3号2楼部分 厂房或仓库	1,100.00	仓库	2015.5.1-2020.4.30

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
58	上海分公司	上海恒勋资产管理有限公司	沪房地闸字(2014)第011567号	上海恒勋资产管理有限公司	上海市广中西路359、365号1807室	333.54	办公	2016.11.15-2019.11.14
59	上海分公司	上海闻企建材有限公司	沪房地嘉字2009第009974号	上海闻企建材有限公司	嘉定区金园一路588号4号3楼部分厂房或仓库	525.00	仓库	2019.3.25-2020.12.31
60	嘉兴集成墙面	嘉兴市王店家电创业中心建设有限公司	嘉房权证秀洲字第00436274号	嘉兴市王店家电创业中心建设有限公司	嘉兴市秀洲区王店镇梅东路东侧、友谊路南侧友谊路18号创业中心大楼六楼608室	60.00	办公	2019.5.1-2020.4.30
61	嘉兴集成吊顶	嘉兴市王店家电创业中心建设有限公司	嘉房权证秀洲字第00436274号	嘉兴市王店家电创业中心建设有限公司	嘉兴市秀洲区王店镇梅东路东侧、友谊路南侧友谊路18号创业中心大楼六楼606室	60.00	办公	2019.5.1-2020.4.30
62	嘉兴劲达	嘉兴松尚电器有限公司	浙(2019)嘉秀不动产权第0000777号	嘉兴松尚电器有限公司	嘉兴市王店镇八联村嘉海公路西侧1号厂房、3号厂房	30,758.65	厂房	2019.1.1-2019.12.31
63	中山劲耀	张成	粤房地权证中府字第0112011388号	彭树坤	广东中山市三角镇高平大道110号A幢一、二层	5,632.00	仓库	2017.9.15-2020.9.14
64	中山劲耀	林兆辉	粤房地权证中府字第0111008889号	林兆辉	中山市三角镇高平大道109号B幢首层	460	仓库	2018.11.9-2019.11.9
65	上海奥普斯	上海红星美凯龙装饰家具城有限公司	沪房地普字2004第014972号	上海红星美凯龙装饰家具城有限公司	上海市普陀区真北路1208号	68.09	展位	2019.4.1-2019.8.31

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
66	上海奥普斯	上海红星美凯龙家居艺术设计博览有限公司	沪房地浦字 2011 第 031053 号	上海红星美凯龙家居艺术设计博览有限公司	上海市浦东新区金藏路 86 号	114.61	展位	2019.3.25-2020.3.31
67	成都劲启	江兵	川(2018)崇州市不动产权第 0000341 号	江兵	崇阳镇九龙花园 1 栋三单元 3 楼 1 号	83.00	住宅	2019.5.1-2020.4.30
68	成都劲启	杨亚翎	川(2018)崇州市不动产权第 0003555 号	杨亚翎	崇阳镇九龙花园 10 栋三单元 401 号	82.00	住宅	2019.5.1-2020.4.30
69	成都劲启	蒋锐	商品房买卖合同(合同编号: CH-01-0605)	蒋锐	成都市涌泉七星街 191 号金河谷四期 55 号 2405 号	110.05	住宅	2018.11.1-2019.10.31
70	成都劲启	王晨琿	川(2018)成都市不动产权第 0188595 号	王晨琿	成都市青羊区华南三路 88 号 13 栋 8 层 801 号	86.59	住宅	2018.7.25-2019.7.24

发行人租赁浙江上物金属有限公司的厂房因出租方正在与嘉兴市王店镇政府办理产权转让变更手续，暂无法就该厂房与发行人签署书面续租合同。2018年6月1日，王店镇人民政府出具书面确认同意发行人继续使用该等物业。

上述租赁房产中，其中59处租赁房产权证清晰，合法有效；其中11处无房产权证，具体情况如下：

8处租赁房产出租方已提供商品房买卖合同或拆迁补偿安置协议；2处租赁房产由房屋产权人或主管部门出具产权证明或说明；1处租赁房产无房屋所有权证，存在瑕疵，但租赁物业系作为发行人仓库，非重要经营场所，且周围存在可替代房源。

综上所述，上述租赁房产存在的瑕疵对公司及其子公司的持续经营不会造成重大影响。

（2）房屋对外出租情况

截至2019年6月30日，发行人不存在物业对外出租的情形。

（二）无形资产

1、无形资产整体情况

截至2019年6月30日，发行人无形资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	账面价值	净值率（%）
土地使用权	7,708.49	683.24	7,025.24	91.14
软件	2,142.74	1,100.77	1,041.97	48.63
商标使用权	4,952.83	1,279.48	3,673.35	74.17
专利权	755.92	160.42	595.50	78.78
合计	15,559.97	3,223.91	12,336.06	79.28

2、土地使用权

截至2019年6月30日，发行人及其控股子公司主要拥有如下土地使用权：

土地使用人	权证编号	坐落	地类(用途)	取得方式	终止日期	使用权面积(m ²)
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0341407号	杭州经济开发区白杨街道21号大街210号1幢、5幢等7套	工业用地	出让	2054.9.8	38,671
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0326977号	杭州经济开发区保利天地中心11幢304室	商服用地	出让	2048.2.20	3.2
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0326866号	杭州经济开发区保利天地中心11幢523室	商服用地	出让	2048.2.20	3.2
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325518号	杭州经济开发区保利天地中心11幢1502室	商服用地	出让	2048.2.20	3.2
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325644号	杭州经济开发区保利天地中心11幢1706室	商服用地	出让	2048.2.20	3.2
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325953号	杭州经济开发区保利天地中心10幢509室	商服用地	出让	2048.2.20	9.4
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325621号	杭州经济开发区保利天地中心10幢507室	商服用地	出让	2048.2.20	9.4
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0326920号	杭州经济开发区保利天地中心11幢302室	商服用地	出让	2048.2.20	3.2
成都博朗尼	川(2017)崇州市不动产权第0004156号	崇州市崇阳镇晨蓝路118号1栋1-6层1号、2栋1-1F夹层1号、3栋1-1F夹层1号	工业用地	出让	2062.1.20	68,415.02
嘉兴集成吊顶	浙2017嘉秀不动产权第0025707号	嘉兴市秀洲区王店镇友谊路北侧、梅秀路西侧	工业用地	出让	2067.9.24	27,865.00
嘉兴集成吊顶	浙2017嘉秀不动产权第0025708号	嘉兴市秀洲区王店镇友谊路北侧、梅秀路东侧	工业用地	出让	2067.9.24	88,451.00

2017年11月1日,公司与交通银行股份有限公司杭州城西支行签署《抵押合同》(2017DY003),将上表中不动产权证号为“浙(2017)杭州市不动产权第0341407号”不动产抵押,用于公司于2017年1月1日至2021年12月31日期间与交通银行股份有限公司杭州城西支行签订的全部主合同提供抵押担保,抵押担保的最高债权额为人民币18,000万元整。

嘉兴银行股份有限公司秀洲支行于2018年12月15日给予嘉兴集成吊顶1.8

亿元授信额度，嘉兴集成吊顶将上表中不动产权证号为“浙 2017 嘉秀不动产权第 0025707 号”和“浙 2017 嘉秀不动产权第 0025708 号”两宗土地用于抵押担保。

3、商标权






报告期内，公司向奥普电器收购 260 项商标权及无偿受让 2 项商标权，具体交易过程请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（一）同一控制下的资产收购”之“2、收购奥普电器商标”。

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有的已注册商标权 299 项，其中常用商标 102 项，防御性商标 197 项。发行人常用商标如下：

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
1		3787153	发行人	11	2025.7.27
2		3004852	发行人	11	2023.11.20
3		1919478	发行人	11	2023.1.27
4	奥普集成浴顶	6820610	发行人	6	2020.6.20
5	奥普集成吊顶	6820611	发行人	6	2020.6.20
6	奥普卫浴集成	6820614	发行人	11	2020.7.6
7	奥普集成浴顶	6820615	发行人	11	2020.7.13
8	奥普集成吊顶	6820616	发行人	11	2020.7.13
9	奥普卫浴集成	6820618	发行人	19	2020.6.20
10	奥普集成浴顶	6820619	发行人	19	2020.6.20

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
11	奥普集成吊顶	6820620	发行人	19	2020.6.20
12	奥普卫浴集成	6820623	发行人	20	2022.10.20
13	奥普	7972068	发行人	11	2021.6.27
14	AUPU	7972069	发行人	11	2024.1.13
15	AUPU 奥普	8028178	发行人	11	2023.9.20
16	AUPU	8183677	发行人	6	2023.9.27
17	奥普	8183673	发行人	20	2025.5.6
18	AUPU	8183676	发行人	20	2024.8.6
19	奥普	8183712	发行人	21	2024.8.6
20	AUPU	8183675	发行人	21	2021.7.6
21	AUPU 奥普	8593177	发行人	19	2024.5.13
22	AUPU 奥普	8593176	发行人	20	2024.6.13
23	1+N 浴顶 定制卫浴上屏空间	5244152	发行人	6	2029.8.20
24	1+N	5244151	发行人	6	2029.4.13
25	1+n	5109462	发行人	6	2029.3.20
26	奥普	1187759	发行人	11	2028.6.27

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
27		730979	发行人	11	2025.2.20
28		6294797	发行人	11	2020.7.6
29		1803772	发行人	11	2022.7.6
30		906035	发行人	11	2026.11.27
31		3338907	发行人	11	2024.4.13
32		1201387	发行人	11	2028.8.20
33		4788583	发行人	11	2028.6.6
34		6294784	发行人	11	2020.3.27
35		5663506	发行人	11	2020.4.27
36	奥普顶级	6761106	发行人	11	2020.6.20
37		6282708	发行人	11	2020.6.20
38	易特能	5605740	发行人	11	2029.9.27
39	新农普	6187119	发行人	11	2020.3.6
40	1+n浴顶	5109455	发行人	11	2029.3.20
41	1+n	5109461	发行人	11	2029.3.20
42		5244154	发行人	11	2029.4.20

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
43		5244155	发行人	11	2029.4.20
44	奥普凉霸	13599441	发行人	11	2025.2.27
45	奥普凉霸	13599446	发行人	11	2025.2.27
46	奥普纯平	13599453	发行人	11	2025.2.27
47	奥普 1+N 浴顶	14158773	发行人	11	2025.4.20
48	AUPU超级	6761107	发行人	11	2020.10.20
49	AUPU顶级	6761109	发行人	11	2020.10.20
50	奥普	3338889	发行人	9	2023.11.13
51	奥普	3338598	发行人	40	2024.7.27
52	奥普凉霸	13599447	发行人	9	2025.4.27
53	奥普凉霸	13599445	发行人	21	2025.6.6
54	奥普凉霸	13599444	发行人	20	2025.2.20
55	奥普纯平	13599450	发行人	21	2025.2.20
56		4217012	发行人	40	2028.1.20
57		4217079	发行人	21	2027.8.20
58		14612616	发行人	19	2025.7.27
59		14612617	发行人	19	2025.10.27

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
60	奥普	11281023	发行人	20	2024.11.13
61	奥普博朗尼	7042600	发行人	20	2020.6.20
62	奥普浴宝	16060711	发行人	11	2027.11.13
63	AUPU 奥普	8593178	发行人	6	2028.1.13
64	奥普纯平	13599454	发行人	6	2027.8.27
65	奥普 1+N 浴顶	14158774	发行人	6	2027.3.13
66	奥普	18067718	发行人	17	2026.11.20
67	奥普	18067717	发行人	19	2026.11.20
68	AUPU	18067716	发行人	17	2026.11.20
69	AUPU	18067715	发行人	19	2026.11.20
70	AUPU	18624562	发行人	6	2027.1.27
71	AUPU	18624561	发行人	19	2027.1.27
72	奥普照明管家	18815480	发行人	11	2027.12.6
73	奥普灯管家	18815487	发行人	11	2028.1.6
74	奥普照明专家	18815486	发行人	11	2028.1.6
75	奥普照明大师	18815485	发行人	11	2028.2.13

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
76	奥普空气管家	18815484	发行人	11	2027.2.13
77	奥普空气大师	18815483	发行人	11	2027.2.13
78	奥普空气专家	18815482	发行人	11	2027.2.13
79	奥普气候管家	18815481	发行人	11	2027.2.13
80	AUPU	13599437	发行人	9	2028.2.20
81	AUPU	013898861	发行人	6、11、21	2025.3.30
82	AUPU	01491228	发行人	11	2021.12.15
83	AUPU 奥普	1441826	发行人	11	2021.8.19
84	AUPU	251516	发行人	11	2024.5.06
85	아푸 AUPU	40-0889393	发行人	6	2021.11.9
86	아푸 AUPU	40-0863851	发行人	11	2021.5.6
87	AUPU	3016222	发行人	11	2025.11.14
88	奥普	301781875	发行人	6、19	2020.12.5
89	AUPU	301781884	发行人	6、19	2020.12.5
90	奥普	300654381	发行人	11	2026.6.6
91	AUPU	300654390	发行人	11	2026.6.6

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
92	AUPU 奥普	302552003	发行人	11	2023.3.18
93	AUPU	T05/02360G	发行人	11	2023.3.18
94	奥普	T05/03410B	发行人	11	2025.3.17
95	AUPU	300682515	发行人	35	2026.7.17
96	AUPU 奥普	302552058	发行人	35	2023.3.18
97	AUPU	TMA641675	发行人	11	2020.6.7
98	奥普	01391922	发行人	11	2019.12.31
99	AUPU	27483881	发行人	24	2028.11.13
100	奥普	1470123	发行人	6	2021.8.31
101	奥普 专注清新空气事业的奉献	27040756	发行人	11	2028.10.20
102	AUPU 奥普	29938549	发行人	21	2029.3.6

4、专利权

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 531 项专利权，其中发明专利 15 项、实用新型 266 项、外观设计 250 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
1	新型碳纤维加热器	发明专利	200710069946.3	2027.7.6	奥普家居
2	一种顶棚的安装方法	发明专利	200710071034.X	2027.8.28	奥普家居
3	一种具有除甲醛及空气净化功能的扣板	发明专利	201210520709.5	2032.12.6	奥普家居
4	具有新风功能的浴室取暖器	发明专利	201310046168.1	2033.2.6	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
5	龙骨连接件及便于运输的龙骨	发明专利	201310438643.X	2033.9.23	奥普家居
6	微动感应开关	发明专利	201510373586.0	2035.6.28	奥普家居
7	一种微动开关	发明专利	201510408408.7	2035.7.12	奥普家居
8	一种微动感应开关	发明专利	201510406603.6	2035.7.12	奥普家居
9	换气装置	发明专利	201610030626.6	2036.1.18	奥普家居
10	具有新风功能的换气装置	发明专利	201610126929.8	2036.3.7	奥普家居
11	可切换进风方向的换气装置	发明专利	201610128219.9	2036.3.7	奥普家居
12	可进新风的双向风机及取暖器	发明专利	201610096082.3	2036.2.22	奥普家居
13	通过一个风门切换风向的具有新风功能的双风机取暖器	发明专利	201610099771.X	2036.2.23	奥普家居
14	带加热及保温装置的集成橱柜	实用新型	200920190307.7	2019.7.30	奥普家居
15	带风门的侧吸下排式油烟机	实用新型	200920190304.3	2019.7.30	奥普家居
16	一种照明装置	实用新型	200920191176.4	2019.8.13	奥普家居
17	免拆清洗油烟机	实用新型	200920191177.9	2019.8.13	奥普家居
18	橱柜面板结构及集成电气橱柜	实用新型	200920316256.8	2019.12.1	奥普家居
19	指示工作状态的风口	实用新型	200920316793.2	2019.12.8	奥普家居
20	可伸缩安装支架	实用新型	201020200328.5	2020.5.24	奥普家居
21	嵌入式电热水器	实用新型	201020200726.7	2020.5.24	奥普家居
22	一种具有整体式储物柜的集成环保灶	实用新型	201020261157.7	2020.7.16	奥普家居
23	一种灶台可升降的集成环保灶	实用新型	201020261307.4	2020.7.16	奥普家居
24	双向调节安装支架	实用新型	201020275081.3	2020.7.29	奥普家居
25	可装饰物的吊顶	实用新型	201020576729.0	2020.10.26	奥普家居
26	一种油烟机与公共烟道的排烟接口	实用新型	201120048108.X	2021.2.24	奥普家居
27	具有饰面的框式装饰板	实用新型	201120068861.5	2021.3.16	奥普家居
28	室内吊顶装饰结构	实用新型	201120069027.8	2021.3.16	奥普家居
29	电器安装配件及电器安装固定结构	实用新型	201120069167.5	2021.3.16	奥普家居
30	360度旋转的环保灶排风管道	实用新型	201120097434.X	2021.4.6	奥普家居
31	分体侧吸下排式油烟机	实用新型	201120430935.5	2021.11.3	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
32	可自由组合的装饰梁	实用新型	201120536721.6	2021.12.20	奥普家居
33	装饰嵌件	实用新型	201120572003.4	2021.12.31	奥普家居
34	吊顶配件与扣板的装配结构	实用新型	201220191880.1	2022.4.28	奥普家居
35	新型扣板	实用新型	201220230475.6	2022.5.21	奥普家居
36	碳纤维发热片及碳纤维发热器	实用新型	201220230503.4	2022.5.21	奥普家居
37	一种具有除甲醛功能的饰面膜及扣板	实用新型	201220677912.9	2022.12.6	奥普家居
38	一种具有负离子功能的饰面膜及扣板	实用新型	201220677092.3	2022.12.6	奥普家居
39	一种大空间储藏室集成灶	实用新型	201220686227.2	2022.12.10	奥普家居
40	一种可控制吸烟口的集成灶	实用新型	201220684658.5	2022.12.10	奥普家居
41	红外泡耐冲击试验仪	实用新型	201320067181.0	2023.2.6	奥普家居
42	铝型材框直角对接结构	实用新型	201320101590.8	2023.3.6	奥普家居
43	易拆卸与安装的点火针固定结构	实用新型	201320232484.3	2023.4.28	奥普家居
44	方便清洗的集成灶	实用新型	201320232695.7	2023.4.28	奥普家居
45	新型换气通风窗	实用新型	201320327922.4	2023.6.7	奥普家居
46	浴室取暖器的隔热保护装置	实用新型	201320328951.2	2023.6.7	奥普家居
47	防止油烟回流的集成灶吸风口及集成灶	实用新型	201320390622.0	2023.7.1	奥普家居
48	一种接线端子台	实用新型	201320555870.6	2023.9.6	奥普家居
49	灵敏熄火保护装置	实用新型	201320589587.5	2023.9.23	奥普家居
50	龙骨连接件及便于运输的龙骨	实用新型	201420034011.7	2023.9.23	奥普家居
51	龙骨连接件及便于运输的龙骨	实用新型	201420034436.8	2023.9.23	奥普家居
52	带导风板的横流式吹风机	实用新型	201420105208.5	2024.3.10	奥普家居
53	吊顶用 LED 灯具	实用新型	201420616437.3	2024.10.23	奥普家居
54	角位连接结构及二级吊顶	实用新型	201420663750.2	2024.11.7	奥普家居
55	防腐蚀长寿命浴室取暖器	实用新型	201520007534.7	2025.1.7	奥普家居
56	具有降冰功能的自动电止逆风门	实用新型	201520262053.0	2025.4.27	奥普家居
57	易拆易洗烟机系统的集成灶	实用新型	201520262272.9	2025.4.27	奥普家居
58	全自动智能集成灶	实用新型	201520262566.1	2025.4.27	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
59	用在排风排烟产品上的回型涡流排烟系统	实用新型	201520262971.3	2025.4.27	奥普家居
60	光波加热清洗的集成灶烟机	实用新型	201520261298.1	2025.4.27	奥普家居
61	智能吊顶集成控制器	实用新型	201520298288.5	2025.5.11	奥普家居
62	具有警示作用的暖风出风口及取暖器	实用新型	201620034784.4	2026.1.14	奥普家居
63	降低换气扇噪音的结构	实用新型	201620044959.X	2026.1.18	奥普家居
64	固定弹簧的结构	实用新型	201620054724.9	2026.1.20	奥普家居
65	通风面板	实用新型	201620054732.3	2026.1.20	奥普家居
66	接线装置	实用新型	201620058732.0	2026.1.21	奥普家居
67	风口可被遮蔽的室内电器	实用新型	201620093633.6	2026.1.29	奥普家居
68	可进新风的双向风机及取暖器	实用新型	201620133774.6	2026.2.22	奥普家居
69	通过一个风门切换风向的具有新风功能的双风机取暖器	实用新型	201620136540.7	2026.2.23	奥普家居
70	可切换进风方向的换气装置	实用新型	201620172835.X	2026.3.7	奥普家居
71	具有换气、新风功能的取暖装置	实用新型	201620246481.9	2026.3.28	奥普家居
72	分体式集成灶及整体台面橱柜	实用新型	201620927411.X	2026.8.22	奥普家居
73	集成灶的多功能置物吸烟口	实用新型	201620925189.X	2026.8.22	奥普家居
74	集成灶的双侧进风静音排烟装置	实用新型	201620919969.3	2026.8.22	奥普家居
75	可调节室外新鲜空气与室内循环空气进风比例的取暖装置	实用新型	201621195637.1	2026.11.2	奥普家居
76	带有导风栅的离心吹风扇	实用新型	201621344787.4	2026.12.8	奥普家居
77	具有分离油烟功能的换气扇	实用新型	201621341382.5	2026.12.8	奥普家居
78	多功能空气调节装置	实用新型	201621405689.7	2026.12.20	奥普家居
79	一种进气方向可控的换气装置	实用新型	201621405056.6	2026.12.20	奥普家居
80	一种新风取暖装置	实用新型	201621402923.0	2026.12.20	奥普家居
81	晾衣机晾衣杆的支撑架结构	实用新型	201720046101.1	2027.1.12	奥普家居
82	适于小空间使用的晾衣机	实用新型	201720045118.5	2027.1.12	奥普家居
83	可切换新风与换气功能的净化装置	实用新型	201720077307.0	2027.1.20	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
84	一种具有取暖功能的新风机	实用新型	201720284990.5	2027.3.22	奥普家居
85	一种新风机用热交换芯	实用新型	201720285037.2	2027.3.22	奥普家居
86	吊顶式新风机的滤芯更换装置及吊顶式新风机	实用新型	201720286544.8	2027.3.22	奥普家居
87	电动晾衣机的机电一体化机芯	实用新型	201720299329.1	2027.3.24	奥普家居
88	晾衣机主机端盖固定结构	实用新型	201720344638.6	2027.4.1	奥普家居
89	电动晾衣机的晾杆隐藏结构	实用新型	201720344732.1	2027.4.1	奥普家居
90	晾衣机超载与失载双重保护装置	实用新型	201720344845.1	2027.4.1	奥普家居
91	安装在管状晾衣杆端部内的一键上升遥控器	实用新型	201720410617.X	2027.4.19	奥普家居
92	模块化电动晾衣机	实用新型	201720582624.8	2027.5.23	奥普家居
93	热交换芯体的单片及热交换芯体	实用新型	201720728150.3	2027.6.21	奥普家居
94	烧烤、烹饪两用的侧吸下排集成灶	实用新型	201720808202.8	2027.7.5	奥普家居
95	易于取放碗碟篮的集成灶	实用新型	201720805483.1	2027.7.5	奥普家居
96	多风道出风阀及新风取暖器	实用新型	201720808540.1	2027.7.5	奥普家居
97	晾衣机卷线轮压线装置	实用新型	201720824037.5	2027.7.10	奥普家居
98	晾衣机定位卷线装置	实用新型	201720824250.6	2027.7.10	奥普家居
99	安装方便的厨房电器	实用新型	201720972445.5	2027.8.4	奥普家居
100	具有防干烧保护的燃气灶及集成灶	实用新型	201721024846.4	2027.8.16	奥普家居
101	能够调节进风口大小的烟机及集成灶	实用新型	201721027454.3	2027.8.16	奥普家居
102	强鼓式灶具燃烧器	实用新型	201721027575.8	2027.8.16	奥普家居
103	一种免清洗自动过滤油烟的集成灶	实用新型	201721027592.1	2027.8.16	奥普家居
104	一种利用余热的节能燃气灶及集成灶	实用新型	201721027704.3	2027.8.16	奥普家居
105	集成灶	实用新型	201721027705.8	2027.8.16	奥普家居
106	风压异常时关闭系统的灶具燃烧系统	实用新型	201721027710.9	2027.8.16	奥普家居
107	防溅洒集油盒及集成灶	实用新型	201721027594.0	2027.8.16	奥普家居
108	保温柜及集成灶	实用新型	201721027548.0	2027.8.16	奥普家居
109	具有吸烟角度调节功能的集成灶	实用新型	201721036437.6	2027.8.18	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
110	能够隐藏调料盒的集成灶	实用新型	201721037020.1	2027.8.18	奥普家居
111	具有可升降拢烟板的集成灶	实用新型	201721037037.7	2027.8.18	奥普家居
112	厨房空调	实用新型	201721093183.1	2027.8.29	奥普家居
113	送风装置	实用新型	201721093462.8	2027.8.29	奥普家居
114	具有 PTC 加热保护的取暖器	实用新型	201721174250.2	2027.9.13	奥普家居
115	一种便于快速清理除尘网的取暖器	实用新型	201721173447.4	2027.9.13	奥普家居
116	一种浴室多功能取暖器	实用新型	201721173497.2	2027.9.13	奥普家居
117	一种智能浴室取暖装置	实用新型	201721235523.X	2027.9.25	奥普家居
118	一种带有操作板的智能浴霸	实用新型	201721235828.0	2027.9.25	奥普家居
119	一种带有显示面板的浴霸	实用新型	201721235703.8	2027.9.25	奥普家居
120	一种家电产品配置设备	实用新型	201721235859.6	2027.9.25	奥普家居
121	一种智能晾衣机	实用新型	201721235875.5	2027.9.25	奥普家居
122	一种带过热保护的风暖装置	实用新型	201721237066.8	2027.9.25	奥普家居
123	一种经济实用的浴室取暖装置	实用新型	201721237068.7	2027.9.25	奥普家居
124	一种带无线充电功能的晾衣机遥控器	实用新型	201721237336.5	2027.9.25	奥普家居
125	一种用于浴霸风机电容失效的保护装置	实用新型	201721237656.0	2027.9.25	奥普家居
126	一种智能电子物料焊接送料系统	实用新型	201721237985.5	2027.9.25	奥普家居
127	一种具有保护电路的继电器	实用新型	201721238106.0	2027.9.25	奥普家居
128	一种带有遥控器的浴霸	实用新型	201721238362.X	2027.9.25	奥普家居
129	一种具有过零控制电路的继电器	实用新型	201721238388.4	2027.9.25	奥普家居
130	一种用于浴霸风机电容失效的检测电路	实用新型	201721238399.2	2027.9.25	奥普家居
131	一种双兼容的浴霸显示板	实用新型	201721254369.0	2027.9.27	奥普家居
132	一种双兼容的浴霸线控板	实用新型	201721255986.2	2027.9.27	奥普家居
133	一种防止拉绳脱离的拉绳固定装置	实用新型	201721254134.1	2027.9.27	奥普家居
134	晾衣机端盖卡接结构	实用新型	201721254366.7	2027.9.27	奥普家居
135	风力发电的无源智能出风口	实用新型	201721277238.4	2027.9.30	奥普家居
136	开闭可控的智能出风口	实用新型	201721277531.0	2027.9.30	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
137	电动晾衣机卷线装置	实用新型	201721325973.8	2027.10.16	奥普家居
138	晾晒夹	实用新型	201721338982.0	2027.10.18	奥普家居
139	防止进风口与出风口短路的结构	实用新型	201721372570.9	2027.10.24	奥普家居
140	装配结构环形 PTC 加热器结构	实用新型	201721372766.8	2027.10.24	奥普家居
141	360°出风的取暖器	实用新型	201721373982.4	2027.10.24	奥普家居
142	新风取暖装置	实用新型	201721374366.0	2027.10.24	奥普家居
143	防止内部空气回流的离心风机	实用新型	201721374369.4	2027.10.24	奥普家居
144	环形 PTC 加热器	实用新型	201721380290.2	2027.10.24	奥普家居
145	一种带视觉提示的智能出风口	实用新型	201721406400.8	2027.10.27	奥普家居
146	一种具有环境参数检测功能的智能出风口	实用新型	201721406545.8	2027.10.27	奥普家居
147	可移动且防跳绳的晾衣机卷线结构	实用新型	201721428451.0	2027.10.31	奥普家居
148	一种具有失载保护的新风机更换部件用升降装置	实用新型	201721433057.6	2027.10.31	奥普家居
149	一种新风机更换部件用的升降装置	实用新型	201721422035.X	2027.10.31	奥普家居
150	一种吊顶的门结构	实用新型	201721428559.X	2027.10.31	奥普家居
151	新风机控制盒的空气检测结构	实用新型	201721499523.0	2027.11.10	奥普家居
152	新风机控制盒空气质量显示结构	实用新型	201721500252.6	2027.11.10	奥普家居
153	新风机控制盒空气质量检测装置可拆卸结构	实用新型	201721492832.5	2027.11.10	奥普家居
154	一种具有旁通门的新风机	实用新型	201721575333.2	2027.11.22	奥普家居
155	一种双扇叶换气扇	实用新型	201721575595.9	2027.11.22	奥普家居
156	一种能够隐藏功能模块的面罩	实用新型	201721575654.2	2027.11.22	奥普家居
157	一种用于风机的抑制噪音结构	实用新型	201721576072.6	2027.11.22	奥普家居
158	一种带有功能模块的换气扇	实用新型	201721577530.8	2027.11.22	奥普家居
159	一种带吧台的电动晾衣架	实用新型	201721600414.3	2027.11.25	奥普家居
160	一种电动晾衣架上移动式卷线轮的刹车装置	实用新型	201721601699.2	2027.11.25	奥普家居
161	一种晾衣机的刹车联轴器	实用新型	201721602882.4	2027.11.25	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
162	具有自动挂烫功能的晾衣机	实用新型	201721685730.5	2027.12.7	奥普家居
163	新风机风口配件风量调节结构	实用新型	201721688672.1	2027.12.7	奥普家居
164	免拆卸的线缆穿线结构	实用新型	201721685939.1	2027.12.7	奥普家居
165	空气质量传感器的容纳盒结构	实用新型	201721705877.6	2027.12.8	奥普家居
166	可拆装的静电除尘装置	实用新型	201721778228.9	2027.12.19	奥普家居
167	大面板集成吊顶	实用新型	201721786190.X	2027.12.19	奥普家居
168	电动晾衣机中拉绳失载保护装置	实用新型	201721852594.4	2027.12.26	奥普家居
169	一种电动晾衣机的动力组件	实用新型	201721852852.9	2027.12.26	奥普家居
170	一种电动晾衣机中的拉绳换向机构	实用新型	201721852488.6	2027.12.26	奥普家居
171	一种晾衣机中的出风面板及主机	实用新型	201721852646.8	2027.12.26	奥普家居
172	一种电动晾衣机中的卷线装置	实用新型	201721852816.2	2027.12.26	奥普家居
173	晾衣机中晾衣架遇阻保护装置	实用新型	201721852818.1	2027.12.26	奥普家居
174	长风轮晾衣机的主机	实用新型	201721853184.1	2027.12.26	奥普家居
175	具有长出风口的出风面板	实用新型	201721852473.X	2027.12.26	奥普家居
176	一种双暖流浴室取暖器	实用新型	201721886234.6	2027.12.28	奥普家居
177	一种折反射透镜	实用新型	201820008954.0	2028.1.3	奥普家居
178	一种全方位换气的换气扇	实用新型	201820015407.5	2028.1.5	奥普家居
179	一种新型跷板开关以及应用其的浴室多功能取暖器	实用新型	201820028163.4	2028.1.8	奥普家居
180	一种浴室多功能取暖器	实用新型	201820028393.0	2028.1.8	奥普家居
181	一种亮度呈层次分布的多光源面板灯	实用新型	201820035339.9	2028.1.10	奥普家居
182	一种亮度呈层次分布的面板灯	实用新型	201820040623.5	2028.1.10	奥普家居
183	一种换气扇安装结构	实用新型	201820051661.0	2028.1.12	奥普家居
184	一种换气扇安装支架结构	实用新型	201820055840.1	2028.1.12	奥普家居
185	晾衣架机芯电机刹车装置	实用新型	201820082370.8	2028.1.18	奥普家居
186	电动晾衣架的绕绳装置	实用新型	201820082476.8	2028.1.18	奥普家居
187	电动晾衣架卷线装置	实用新型	201820083050.4	2028.1.18	奥普家居
188	二级装饰顶面结构	实用新型	201820090718.8	2028.1.19	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
189	实现失载保护与上升限位的晾衣机保护装置	实用新型	201820149189.4	2028.1.29	奥普家居
190	电动晾衣机的摆臂式失载保护装置	实用新型	201820149450.0	2028.1.29	奥普家居
191	双向流全热新风装置	实用新型	201820149701.5	2028.1.29	奥普家居
192	电动晾衣机绕线装置	实用新型	201820154375.7	2028.1.29	奥普家居
193	带面板产品的充气袋缓冲包装结构	实用新型	201820146654.9	2028.1.29	奥普家居
194	一种能引入氧气的带有光触媒的空气净化装置	实用新型	201820191015.4	2028.2.5	奥普家居
195	新风吹风机	实用新型	201820305722.1	2028.3.6	奥普家居
196	一种吸顶式吹风扇	实用新型	201820351439.2	2028.3.15	奥普家居
197	一种进风口、出风口位于同侧的吸顶式贯流吹风扇	实用新型	201820352280.6	2028.3.15	奥普家居
198	吊顶风扇	实用新型	201820380748.2	2028.3.20	奥普家居
199	换气扇安装支架	实用新型	201820617441.X	2028.4.27	奥普家居
200	一种集成灶中的烟机	实用新型	201820676668.1	2028.5.8	奥普家居
201	一种具有电池盒的集成灶	实用新型	201820724953.6	2028.5.16	奥普家居
202	一种石墨烯制热板	实用新型	201820806897.0	2028.5.28	奥普家居
203	灯具安装装置	实用新型	201821091159.9	2028.7.10	奥普家居
204	除醛、抗菌的装修板材	实用新型	201720659498.1	2027.6.8	奥普家居
205	一种集成灶的电路板盒及其固定结构	实用新型	201820674744.5	2028.5.8	奥普家居
206	一种具有空气净化功能的浴霸	实用新型	201820805314.2	2028.5.28	奥普家居
207	一种具有空气净化功能的浴霸滤网	实用新型	201820806651.3	2028.5.28	奥普家居
208	一种石墨烯电热墙暖板	实用新型	201820808320.3	2028.5.28	奥普家居
209	一种新风取暖装置	实用新型	201820963123.9	2028.6.21	奥普家居
210	一种换气装置	实用新型	201820963125.8	2028.6.21	奥普家居
211	一种集成吊顶电器的安装支架及一种集成吊顶电器	实用新型	201820964362.6	2028.6.21	奥普家居
212	壁挂式晾衣机	实用新型	201821058231.8	2028.7.5	奥普家居
213	晾衣机熨烫装置	实用新型	201821058660.5	2028.7.5	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
214	一种驱动调光装置	实用新型	201821089546.9	2028.7.10	奥普家居
215	一种嵌入式模块化晾衣机	实用新型	201821105510.5	2028.7.12	奥普家居
216	一种嵌入式一体化晾衣机	实用新型	201821105597.6	2028.7.12	奥普家居
217	集成墙上的照明装置	实用新型	201821160670.X	2028.7.20	奥普家居
218	一种集成墙面及一种集成墙面产品安装结构	实用新型	201821209721.3	2028.7.27	奥普家居
219	一种具有空气净化功能的晾衣机	实用新型	201821225311.8	2028.8.1	奥普家居
220	一种无线无源开关	实用新型	201821241622.3	2028.8.2	奥普家居
221	一种装配式灯具	实用新型	201821254763.9	2028.8.6	奥普家居
222	一种灯具的安装结构	实用新型	201821325281.8	2028.8.16	奥普家居
223	一种晾衣机中的晾衣架	实用新型	201821326356.4	2028.8.16	奥普家居
224	面板在顶部的安装结构	实用新型	201821378834.6	2028.8.24	奥普家居
225	一种圈线装置及晾衣机	实用新型	201821388029.1	2028.8.27	奥普家居
226	一种智能浴霸开关	实用新型	201821389215.7	2028.8.27	奥普家居
227	双出风方向风阀	实用新型	201821517675.3	2028.9.17	奥普家居
228	管道分流装置	实用新型	201821517172.6	2028.9.17	奥普家居
229	一种厨卫吹风扇	实用新型	201821538173.9	2028.9.20	奥普家居
230	一种厨卫无叶吹风扇	实用新型	201821539558.7	2028.9.20	奥普家居
231	多通道取暖的浴室取暖器	实用新型	201821539557.2	2028.9.20	奥普家居
232	一种调光照明系统	实用新型	201821538171.X	2028.9.20	奥普家居
233	具有漏电保护装置的浴霸控制器	实用新型	201821579494.3	2028.9.27	奥普家居
234	图案导光板 LED 灯	实用新型	201821852054.0	2028.11.12	奥普家居
235	一种具有可转动灯座的灯具	实用新型	201821925179.1	2028.11.21	奥普家居
236	一种具有语音识别功能的浴室取暖装置	实用新型	201821380532.2	2028.8.27	奥普家居
237	晾杆组件及晾衣机	实用新型	201821693955.X	2028.10.18	奥普家居
238	优化收纳高度的晾衣机	实用新型	201821545940.9	2028.9.21	奥普家居
239	一种嵌入式晾衣机	实用新型	201821547259.8	2028.9.21	奥普家居
240	室内空气消毒装置	实用新型	201820254583.4	2028.2.12	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
241	多功能取暖器(QTP1121A)	外观设计	200930148535.3	2019.8.3	奥普家居
242	浴室取暖器(FB305G)	外观设计	201030270304.2	2020.8.12	奥普家居
243	浴室取暖器(QDP1020B)	外观设计	201130011473.9	2021.1.21	奥普家居
244	嵌入式照明灯具(ZTL114A)	外观设计	201130460427.7	2021.12.6	奥普家居
245	嵌入式照明灯具(ZTL118A)	外观设计	201130460428.1	2021.12.6	奥普家居
246	浴室取暖器(QDP1020C)	外观设计	201230074796.7	2022.3.26	奥普家居
247	装饰嵌件	外观设计	201230074866.9	2022.3.26	奥普家居
248	扣板(TKB-52G)	外观设计	201230099006.0	2022.4.9	奥普家居
249	照明灯(ZTL114Y)	外观设计	201230099008.X	2022.4.9	奥普家居
250	风口(QTP918Y)	外观设计	201230099031.9	2022.4.9	奥普家居
251	取暖灯(FT1003Y)	外观设计	201230099041.2	2022.4.9	奥普家居
252	浴室取暖器面罩(HDP1021C)	外观设计	201230149110.6	2022.5.4	奥普家居
253	浴室取暖器面罩(QDP1020C)	外观设计	201230149116.3	2022.5.4	奥普家居
254	浴室取暖器(QDP1016B)	外观设计	201230519309.3	2022.10.29	奥普家居
255	浴室取暖器(QZ108A)	外观设计	201230519784.0	2022.10.29	奥普家居
256	集成灶(纯平头部)	外观设计	201230655223.3	2022.12.27	奥普家居
257	集成灶(弧形头部)	外观设计	201230655542.4	2022.12.27	奥普家居
258	照明面罩(ZT907K)	外观设计	201330060460.X	2023.3.12	奥普家居
259	浴室取暖器面罩(FT906K)	外观设计	201330060486.4	2023.3.12	奥普家居
260	浴室取暖器面罩(HT922K)	外观设计	201330060487.9	2023.3.12	奥普家居
261	浴室取暖器面罩(QT920K)	外观设计	201330060488.3	2023.3.12	奥普家居
262	浴室取暖器面罩(FT808K)	外观设计	201330060491.5	2023.3.12	奥普家居
263	浴室取暖器(QDP1016C)	外观设计	201330236948.3	2023.6.7	奥普家居
264	吸顶式通风机(BP16-21DD)	外观设计	201330565130.6	2023.11.21	奥普家居
265	浴室多功能取暖器(HDP5621A)	外观设计	201330565132.5	2023.11.21	奥普家居
266	浴室多功能取暖器(QDP5016C)	外观设计	201330565134.4	2023.11.21	奥普家居
267	通风机(BP16-22D)	外观设计	201330565151.8	2023.11.21	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
268	吸顶式通风扇(BP16-20DD)	外观设计	201330565179.1	2023.11.21	奥普家居
269	浴室多功能取暖器(QDP5016B)	外观设计	201330565181.9	2023.11.21	奥普家居
270	通风扇(BP16-23D)	外观设计	201330565240.2	2023.11.21	奥普家居
271	多功能通风扇面罩(BP17-21DCD)	外观设计	201330583248.1	2023.11.28	奥普家居
272	浴室多功能取暖器(HDP5021A)	外观设计	201330583602.0	2023.11.28	奥普家居
273	多功能通风扇面罩(BP17-20DCD)	外观设计	201330583610.5	2023.11.28	奥普家居
274	浴室多功能取暖器(QDP5020A)	外观设计	201330584583.3	2023.11.28	奥普家居
275	浴室多功能取暖器(FDP5217A)	外观设计	201330656441.3	2023.12.31	奥普家居
276	浴室多功能取暖器(FDP1217A)	外观设计	201330656455.5	2023.12.31	奥普家居
277	浴室多功能取暖器(FDP1217B)	外观设计	201330656582.5	2023.12.31	奥普家居
278	浴室取暖器(FT1003D)	外观设计	201430008416.9	2024.1.13	奥普家居
279	浴室多功能取暖器(QBP2022B)	外观设计	201430008445.5	2024.1.13	奥普家居
280	浴室多功能取暖器(QBP2022A)	外观设计	201430008451.0	2024.1.13	奥普家居
281	浴室多功能取暖器(QDP2026A)	外观设计	201430008465.2	2024.1.13	奥普家居
282	浴室多功能取暖器(HDP2021A)	外观设计	201430008466.7	2024.1.13	奥普家居
283	照明面板(ZTL112D)	外观设计	201430008499.1	2024.1.13	奥普家居
284	取暖器出风口(QTP2026DX-2)	外观设计	201430008500.0	2024.1.13	奥普家居
285	取暖器进风口(QTP2026DX-1)	外观设计	201430008527.X	2024.1.13	奥普家居
286	浴室多功能取暖器(FDP2010A)	外观设计	201430008613.0	2024.1.13	奥普家居
287	灯具(ZTL207Q)	外观设计	201430008709.7	2024.1.13	奥普家居
288	通风口(QTP2026QX)	外观设计	201430008711.4	2024.1.13	奥普家居
289	浴室取暖器(FT1003Q)	外观设计	201430008712.9	2024.1.13	奥普家居
290	浴室多功能取暖器(QDP2026B)	外观设计	201430008735.X	2024.1.13	奥普家居
291	吹风机面板(CT903D)	外观设计	201430008778.8	2024.1.13	奥普家居
292	集成灶(6G)	外观设计	201430011775.X	2024.1.16	奥普家居
293	集成灶(L6)	外观设计	201430011784.9	2024.1.16	奥普家居
294	集成灶(6B)	外观设计	201430011793.8	2024.1.16	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
295	浴室多功能取暖器(FDP5512)	外观设计	201430143956.8	2024.5.22	奥普家居
296	浴室多功能取暖器(QDP6024A)	外观设计	201430307153.1	2024.8.26	奥普家居
297	扣板(TKB-88G)	外观设计	201430418677.8	2024.10.30	奥普家居
298	扣板(TKB-88F)	外观设计	201430418704.1	2024.10.30	奥普家居
299	扣板(TKB-88A)	外观设计	201430418882.4	2024.10.30	奥普家居
300	扣板(TKB-88E)	外观设计	201430418892.8	2024.10.30	奥普家居
301	扣板(TKB-88B)	外观设计	201430418920.6	2024.10.30	奥普家居
302	扣板(TKB-88C)	外观设计	201430419080.5	2024.10.30	奥普家居
303	扣板(TKB-80)	外观设计	201430419255.2	2024.10.30	奥普家居
304	扣板(TKB-81)	外观设计	201430419280.0	2024.10.30	奥普家居
305	扣板(TKB-87)	外观设计	201430419617.8	2024.10.30	奥普家居
306	扣板(TKB-82)	外观设计	201430419809.9	2024.10.30	奥普家居
307	浴室取暖器(QDP6026A)	外观设计	201530565570.0	2025.12.30	奥普家居
308	浴室取暖器(QDP2526B)	外观设计	201530565571.5	2025.12.30	奥普家居
309	浴室取暖器(QDP2526A)	外观设计	201530565572.X	2025.12.30	奥普家居
310	浴室取暖器(HDP2325B)	外观设计	201530565601.2	2025.12.30	奥普家居
311	浴室取暖器(HDP2325A)	外观设计	201530565602.7	2025.12.30	奥普家居
312	浴室取暖器(QDP2326E)	外观设计	201530565603.1	2025.12.30	奥普家居
313	浴室取暖器(QDP2326D)	外观设计	201530565609.9	2025.12.30	奥普家居
314	浴室取暖器(QDP2326C)	外观设计	201530565611.6	2025.12.30	奥普家居
315	浴室取暖器(QDP2326B)	外观设计	201530565612.0	2025.12.30	奥普家居
316	浴室取暖器(QDP2326A)	外观设计	201530565613.5	2025.12.30	奥普家居
317	浴室取暖器(QDPX3226A)	外观设计	201530565614.X	2025.12.30	奥普家居
318	浴室取暖器(QDP2322D)	外观设计	201530565620.5	2025.12.30	奥普家居
319	装饰板	外观设计	201530565621.X	2025.12.30	奥普家居
320	扣板(TKB-104)	外观设计	201530565625.8	2025.12.30	奥普家居
321	浴室取暖器(QDP2322C)	外观设计	201530565627.7	2025.12.30	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
322	浴室取暖器(QDP5022B)	外观设计	201530565629.6	2025.12.30	奥普家居
323	风口配件(QTP2026QL-G)	外观设计	201530565632.8	2025.12.30	奥普家居
324	浴室取暖器(QDP5022A)	外观设计	201530565636.6	2025.12.30	奥普家居
325	嵌入式 LED 灯具(ZTL207G)	外观设计	201530565638.5	2025.12.30	奥普家居
326	风口配件(KF)	外观设计	201530566506.4	2025.12.30	奥普家居
327	浴室取暖器(HDP6125A)	外观设计	201530566516.8	2025.12.30	奥普家居
328	风口配件(KY)	外观设计	201530566529.5	2025.12.30	奥普家居
329	浴室取暖器(QTP8022B)	外观设计	201530566530.8	2025.12.30	奥普家居
330	扣板(塑料 A)	外观设计	201530566537.X	2025.12.30	奥普家居
331	扣板(塑料 B)	外观设计	201530566564.7	2025.12.30	奥普家居
332	浴室取暖器(QTP8022A)	外观设计	201530566568.5	2025.12.30	奥普家居
333	扣板(TKB-88)	外观设计	201530566586.3	2025.12.30	奥普家居
334	浴室取暖器(QTP8018C)	外观设计	201530566595.2	2025.12.30	奥普家居
335	浴室取暖器(QTP8018B)	外观设计	201530566606.7	2025.12.30	奥普家居
336	扣板(TKB-100)	外观设计	201530566611.8	2025.12.30	奥普家居
337	浴室取暖器(QTP8018A)	外观设计	201530566612.2	2025.12.30	奥普家居
338	浴室取暖器(QDP6022A)	外观设计	201530566614.1	2025.12.30	奥普家居
339	面板(1)	外观设计	201630016923.6	2026.1.18	奥普家居
340	集成灶(7f-d)	外观设计	201630119905.0	2026.4.12	奥普家居
341	集成灶(7e)	外观设计	201630119913.5	2026.4.12	奥普家居
342	集成灶(7c)	外观设计	201630119914.X	2026.4.12	奥普家居
343	集成灶(5s)	外观设计	201630119950.6	2026.4.12	奥普家居
344	浴室取暖器(QTP8018D)	外观设计	201630389645.9	2026.8.15	奥普家居
345	浴室取暖器(QDP6326AS)	外观设计	201630389670.7	2026.8.15	奥普家居
346	室内加热器(QT922F 风暖)	外观设计	201730086570.1	2027.3.22	奥普家居
347	浴室多功能取暖器(QTP1618B)	外观设计	201730086571.6	2027.3.22	奥普家居
348	浴室多功能取暖器(QTP1618A)	外观设计	201730086572.0	2027.3.22	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
349	浴室多功能取暖器 (QTP1622B)	外观设计	201730086575.4	2027.3.22	奥普家居
350	通风扇(PT801F)	外观设计	201730087131.2	2027.3.22	奥普家居
351	浴室多功能取暖器 (QTP1622A)	外观设计	201730087132.7	2027.3.22	奥普家居
352	浴室多功能取暖器 (QTPX3620C)	外观设计	201730087135.0	2027.3.22	奥普家居
353	浴室多功能取暖器 (QTP3620B)	外观设计	201730087136.5	2027.3.22	奥普家居
354	浴室多功能取暖器 (QTP3620A)	外观设计	201730087153.9	2027.3.22	奥普家居
355	浴室多功能取暖器 (QDP2126B)	外观设计	201730087154.3	2027.3.22	奥普家居
356	浴室多功能取暖器 (QDP2126A)	外观设计	201730087155.8	2027.3.22	奥普家居
357	通风扇(BP16-25D 吸顶式)	外观设计	201730087164.7	2027.3.22	奥普家居
358	晾衣机一键上升遥控器	外观设计	201730131293.1	2027.4.19	奥普家居
359	浴室多功能取暖器(QDPX3528A)	外观设计	201730154909.7	2027.5.2	奥普家居
360	浴室多功能取暖器(QDPX3528B)	外观设计	201730155268.7	2027.5.2	奥普家居
361	晾衣机主机	外观设计	201730252226.5	2027.6.19	奥普家居
362	集成灶(6F)	外观设计	201730290543.6	2027.7.5	奥普家居
363	集成灶(F1701)	外观设计	201730290571.8	2027.7.5	奥普家居
364	集成灶	外观设计	201730352742.5	2027.8.4	奥普家居
365	灯具驱动盒	外观设计	201730352743.X	2027.8.4	奥普家居
366	浴室取暖器 (QDP3021A)	外观设计	201730356126.7	2027.8.7	奥普家居
367	吊灯 (清睿三头-餐厅)	外观设计	201730426415.X	2027.9.9	奥普家居
368	顶灯 (浪花-卧室)	外观设计	201730426441.2	2027.9.9	奥普家居
369	顶灯 (珠光圆形-卧室)	外观设计	201730426442.7	2027.9.9	奥普家居
370	顶灯 (四叶草-卧室)	外观设计	201730426443.1	2027.9.9	奥普家居
371	照明灯 (四叶草-餐吊)	外观设计	201730426444.6	2027.9.9	奥普家居
372	壁灯 (四叶草)	外观设计	201730426445.0	2027.9.9	奥普家居
373	吊灯 (海芋三头-餐厅)	外观设计	201730426446.5	2027.9.9	奥普家居
374	吊灯 (海芋-客厅)	外观设计	201730426447.X	2027.9.9	奥普家居
375	照明灯 (清睿-餐吊)	外观设计	201730426448.4	2027.9.9	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
376	顶灯（珠光方形-卧室）	外观设计	201730426449.9	2027.9.9	奥普家居
377	照明灯（海芋-餐吊）	外观设计	201730426450.1	2027.9.9	奥普家居
378	镜前灯（四叶草）	外观设计	201730426451.6	2027.9.9	奥普家居
379	壁灯（锦绣）	外观设计	201730426452.0	2027.9.9	奥普家居
380	照明灯（升级-面包）	外观设计	201730426453.5	2027.9.9	奥普家居
381	镜前灯（清睿）	外观设计	201730426456.9	2027.9.9	奥普家居
382	吊灯（清睿漩涡-餐厅）	外观设计	201730426457.3	2027.9.9	奥普家居
383	照明灯（馨圆-餐吊）	外观设计	201730426458.8	2027.9.9	奥普家居
384	顶灯（清睿五头-客厅）	外观设计	201730426459.2	2027.9.9	奥普家居
385	壁灯（海芋）	外观设计	201730426471.3	2027.9.9	奥普家居
386	吊灯（海芋-卧室）	外观设计	201730426472.8	2027.9.9	奥普家居
387	吊灯（馨圆-餐厅）	外观设计	201730426473.2	2027.9.9	奥普家居
388	吊灯（清睿环形-餐厅）	外观设计	201730426474.7	2027.9.9	奥普家居
389	吊灯（锦绣-餐厅）	外观设计	201730426475.1	2027.9.9	奥普家居
390	顶灯（波光-客厅）	外观设计	201730426477.0	2027.9.9	奥普家居
391	顶灯（清睿圆形-卧室）	外观设计	201730426478.5	2027.9.9	奥普家居
392	顶灯（清睿方形-卧室）	外观设计	201730426479.X	2027.9.9	奥普家居
393	顶灯（清睿长方形-客厅）	外观设计	201730426480.2	2027.9.9	奥普家居
394	照明灯（基础-面包）	外观设计	201730426481.7	2027.9.9	奥普家居
395	顶灯（波光-卧室）	外观设计	201730426482.1	2027.9.9	奥普家居
396	照明灯（升级-面包C）	外观设计	201730442138.1	2027.9.18	奥普家居
397	顶灯（客厅圆-穹顶+同悦）	外观设计	201730442161.0	2027.9.18	奥普家居
398	吊灯（客厅-花语）	外观设计	201730442172.9	2027.9.18	奥普家居
399	台灯（悬浮）	外观设计	201730442175.2	2027.9.18	奥普家居
400	吊灯（餐厅-悬浮2）	外观设计	201730442181.8	2027.9.18	奥普家居
401	吊灯（餐厅-悬浮1）	外观设计	201730442183.7	2027.9.18	奥普家居
402	吊灯（卧室-花语）	外观设计	201730442190.7	2027.9.18	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
403	顶灯（卧室-馨圆 5S）	外观设计	201730442202.6	2027.9.18	奥普家居
404	壁灯（花语）	外观设计	201730442211.5	2027.9.18	奥普家居
405	照明灯（升级-面包 B）	外观设计	201730442367.3	2027.9.18	奥普家居
406	照明灯（升级-面包 A）	外观设计	201730442369.2	2027.9.18	奥普家居
407	照明灯（升级-面包 2S）	外观设计	201730442393.6	2027.9.18	奥普家居
408	照明灯（星空-面包 3S）	外观设计	201730442407.4	2027.9.18	奥普家居
409	吊灯（卧室-悬浮）	外观设计	201730442437.5	2027.9.18	奥普家居
410	顶灯（卧室-馨圆 B）	外观设计	201730442491.X	2027.9.18	奥普家居
411	顶灯（客厅方-穹顶-同悦）	外观设计	201730442492.4	2027.9.18	奥普家居
412	顶灯（卧室-馨圆 A）	外观设计	201730442495.8	2027.9.18	奥普家居
413	吊灯（餐厅-花语）	外观设计	201730442651.0	2027.9.18	奥普家居
414	吊灯（客厅-悬浮）	外观设计	201730442741.X	2027.9.18	奥普家居
415	通风扇（BP15-6D）	外观设计	201730459356.6	2027.9.26	奥普家居
416	通风扇(BP15-5D)	外观设计	201730459359.X	2027.9.26	奥普家居
417	晾衣架（CC-01）	外观设计	201730495232.3	2027.10.18	奥普家居
418	晾衣机主机（DD-01）	外观设计	201730495234.2	2027.10.18	奥普家居
419	浴室取暖器（QDP9018A）	外观设计	201730495243.1	2027.10.18	奥普家居
420	浴室取暖器（A6）	外观设计	201730495244.6	2027.10.18	奥普家居
421	母婴晾衣机	外观设计	201730495247.X	2027.10.18	奥普家居
422	遥控器（AT10-01）	外观设计	201730495261.X	2027.10.18	奥普家居
423	晾衣机主机（MZ-01）	外观设计	201730495262.4	2027.10.18	奥普家居
424	控制器（AR10-01）	外观设计	201730495263.9	2027.10.18	奥普家居
425	遥控器（AT20-02）	外观设计	201730495277.0	2027.10.18	奥普家居
426	遥控器（AT10-02）	外观设计	201730495278.5	2027.10.18	奥普家居
427	晾衣机（3G-01）	外观设计	201730495292.5	2027.10.18	奥普家居
428	遥控器（AT20-01）	外观设计	201730495293.X	2027.10.18	奥普家居
429	加热器（环形 PTC）	外观设计	201730507156.3	2027.10.24	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
430	筒灯（25寸升级款）	外观设计	201730572625.X	2027.11.20	奥普家居
431	浴室取暖器（3032A）	外观设计	201730678912.9	2027.12.18	奥普家居
432	台灯（GWL056）	外观设计	201830016831.7	2028.1.15	奥普家居
433	餐厅吊灯（GWL068）	外观设计	201830016828.5	2028.1.15	奥普家居
434	吊灯（GWL060）	外观设计	201830016830.2	2028.1.15	奥普家居
435	落地灯（GWL061）	外观设计	201830016832.1	2028.1.15	奥普家居
436	餐厅吊灯（GWL064）	外观设计	201830016939.6	2028.1.15	奥普家居
437	吊灯（GWL067）	外观设计	201830016775.7	2028.1.15	奥普家居
438	吊灯（GWL057）	外观设计	201830016774.2	2028.1.15	奥普家居
439	卧室灯（GWL062）	外观设计	201830016829.X	2028.1.15	奥普家居
440	客厅灯（GWL063）	外观设计	201830016834.0	2028.1.15	奥普家居
441	吊灯（GWL069）	外观设计	201830016928.8	2028.1.15	奥普家居
442	吊灯（GWL058）	外观设计	201830016930.5	2028.1.15	奥普家居
443	吊灯（GWL059）	外观设计	201830016936.2	2028.1.15	奥普家居
444	照明灯（迪奥纹）	外观设计	201830046061.0	2028.1.31	奥普家居
445	照明灯（多方块）	外观设计	201830046062.5	2028.1.31	奥普家居
446	照明灯（小花儿）	外观设计	201830046545.5	2028.1.31	奥普家居
447	浴室多功能取暖器（QDP1020D）	外观设计	201830046317.8	2028.1.31	奥普家居
448	浴室多功能取暖器（HDP1021D）	外观设计	201830046563.3	2028.1.31	奥普家居
449	顶灯（天平）	外观设计	201830055107.5	2028.2.6	奥普家居
450	顶灯	外观设计	201830055108.X	2028.2.6	奥普家居
451	吊灯（餐厅）	外观设计	201830055112.6	2028.2.6	奥普家居
452	顶灯（锦绣）	外观设计	201830055113.0	2028.2.6	奥普家居
453	顶灯（天景）	外观设计	201830055185.5	2028.2.6	奥普家居
454	顶灯（吧台）	外观设计	201830055196.3	2028.2.6	奥普家居
455	吊灯（集成吊顶 GWL075）	外观设计	201830081155.1	2028.3.5	奥普家居
456	落地灯（微光 GWL074）	外观设计	201830081156.6	2028.3.5	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
457	餐厅吊灯（微光 GWL072）	外观设计	201830081150.9	2028.3.5	奥普家居
458	客厅灯（馨圆 GWL070）	外观设计	201830081154.7	2028.3.5	奥普家居
459	卧室灯（微光 GWL071）	外观设计	201830081170.6	2028.3.5	奥普家居
460	台灯（微光 GWL073）	外观设计	201830081182.9	2028.3.5	奥普家居
461	吹风扇（凉霸 BC10-3A）	外观设计	201830095232.9	2028.3.15	奥普家居
462	多功能浴室取暖器（HDP5221A）	外观设计	201830193643.1	2028.5.3	奥普家居
463	浴霸滤网模块	外观设计	201830193655.4	2028.5.3	奥普家居
464	照明灯（馨圆幻影）	外观设计	201830369479.5	2028.7.10	奥普家居
465	浴室多功能取暖器（QDPX3528B）	外观设计	201730155268.7	2027.5.2	奥普家居
466	落地灯（平井）	外观设计	201830509602.9	2028.9.11	奥普家居
467	餐吊（起飞）	外观设计	201830509616.0	2028.9.11	奥普家居
468	餐厅灯（平井）	外观设计	201830510136.6	2028.9.11	奥普家居
469	餐吊（双圆）	外观设计	201830510137.0	2028.9.11	奥普家居
470	客厅灯（平井）	外观设计	201830510471.6	2028.9.11	奥普家居
471	客厅灯（星轨方形）	外观设计	201830510550.7	2028.9.11	奥普家居
472	扣板（TKB-168A）	外观设计	201830540702.8	2028.9.26	奥普家居
473	扣板（TKB-167A）	外观设计	201830540711.7	2028.9.26	奥普家居
474	扣板（TKB-169A）	外观设计	201830540712.1	2028.9.26	奥普家居
475	扣板（TKB-174）	外观设计	201830540724.4	2028.9.26	奥普家居
476	浴室取暖器（QDP2219AB）	外观设计	201830540768.7	2028.9.26	奥普家居
477	浴室取暖器（A8）	外观设计	201830541014.3	2028.9.26	奥普家居
478	扣板（TKB-170B）	外观设计	201830541041.0	2028.9.26	奥普家居
479	浴室取暖器（QTP1626A）	外观设计	201830566292.4	2028.10.11	奥普家居
480	照明灯（平井餐5头）	外观设计	201830630518.2	2028.11.8	奥普家居
481	照明灯（平井客13头）	外观设计	201830630743.6	2028.11.8	奥普家居
482	浴室多功能取暖器（QDP2528A）	外观设计	201830693269.1	2028.12.3	奥普家居
483	灯头（夕通用模块）	外观设计	201830509500.7	2028.9.11	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
484	吊灯（伞）	外观设计	201830509605.2	2028.9.11	奥普家居
485	隐装功能模块集成吊顶	发明专利	201410149880.9	2034.4.15	成都劲启
486	多功能集成空气循环系统	发明专利	201510788408.4	2035.11.16	成都劲启
487	一种防坠落集成吊顶	实用新型	201320862462.5	2023.12.25	成都劲启
488	集成吊顶的组合扣板	实用新型	201320862486.0	2023.12.25	成都劲启
489	一种组合式集成吊顶组件	实用新型	201320862591.4	2023.12.25	成都劲启
490	框式吊顶结构框	实用新型	201320866378.0	2023.12.26	成都劲启
491	一种吊顶立式收边结构	实用新型	201320877734.9	2023.12.30	成都劲启
492	一种改良的集成吊顶侧挡板的安装结构	实用新型	201420180749.4	2024.4.15	成都劲启
493	一种集成吊顶	实用新型	201420341223.X	2024.6.25	成都劲启
494	一种集成吊顶	实用新型	201420341130.7	2024.6.25	成都劲启
495	一种二级吊顶龙骨挂件	实用新型	201420858073.X	2024.12.30	成都劲启
496	一种吊顶假梁	实用新型	201420858524.X	2024.12.30	成都劲启
497	二级吊顶平行龙骨连接件	实用新型	201420855466.5	2024.12.30	成都劲启
498	一种二级吊顶连接件	实用新型	201420857002.8	2024.12.30	成都劲启
499	一种吊顶连接件及使用吊顶连接件的吊顶	实用新型	201420857167.5	2024.12.30	成都劲启
500	一种主龙骨垂直连接件	实用新型	201420858155.4	2024.12.30	成都劲启
501	一种二级吊顶的通风口结构	实用新型	201420858291.3	2024.12.30	成都劲启
502	一种二级吊顶结构	实用新型	201420858292.8	2024.12.30	成都劲启
503	集成装饰梁架吊顶体	实用新型	201720079604.9	2027.1.22	成都劲启
504	花纹扣板（304×304）	外观设计	201430305632.X	2024.8.25	成都劲启
505	吊顶扣板（宫系列1）	外观设计	201430304575.3	2024.8.25	成都劲启
506	带框扣板（304×304）	外观设计	201430304666.7	2024.8.25	成都劲启
507	条扣（直边）	外观设计	201430305095.9	2024.8.25	成都劲启
508	吊顶板（4）	外观设计	201930014768.8	2029.1.11	成都劲启
509	可拆式被杆固定结构	实用新型	201721404451.7	2027.10.27	中山劲耀
510	晾衣杆封口结构	实用新型	201721436461.9	2027.10.27	中山劲耀

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期至	专利权人
511	挂绳式被杆连接结构	实用新型	201721404495.X	2027.10.27	中山劲耀
512	伸缩衣杆封口固定结构	实用新型	201721401909.3	2027.10.27	中山劲耀
513	电动晾衣机的面板装配结构	实用新型	201721402821.3	2027.10.27	中山劲耀
514	支撑板与衣杆连接结构	实用新型	201721404506.4	2027.10.27	中山劲耀
515	一种新型环保扣板	实用新型	201821006847.0	2028.6.28	嘉兴劲达
516	一种高可塑性扣板	实用新型	201821006978.9	2028.6.28	嘉兴劲达
517	一种新型除菌扣板	实用新型	201821006895.X	2028.6.28	嘉兴劲达
518	一种高强度镜框式铝合金扣板	实用新型	201821006899.8	2028.6.28	嘉兴劲达
519	一种铝合金烘干设备	实用新型	201821006908.3	2028.6.28	嘉兴劲达
520	一种成型工艺自动冲压铝型材膜机	实用新型	201821006979.3	2028.6.28	嘉兴劲达
521	一种铝合金的切割设备	实用新型	201821006939.9	2028.6.28	嘉兴劲达
522	一种铝合金拉伸设备	实用新型	201821006913.4	2028.6.28	嘉兴劲达
523	一种铝扣板自动下料装置	实用新型	201821006875.2	2028.6.28	嘉兴劲达
524	一种铝板自动上料装置	实用新型	201821006910.0	2028.6.28	嘉兴劲达
525	一种铝合金覆膜装置	实用新型	201821006977.4	2028.6.28	嘉兴劲达
526	一种铝合金光洁处理设备	实用新型	201821006896.4	2028.6.28	嘉兴劲达
527	一种基于铝扣板塑框固定治具	实用新型	201821006898.3	2028.6.28	嘉兴劲达
528	一种铝合金辊滚涂设备	实用新型	201821006909.8	2028.6.28	嘉兴劲达
529	一种铝合金表面酸洗除杂设备	实用新型	201821006940.1	2028.6.28	嘉兴劲达
530	一种铝扣板自动翻板设备	实用新型	201821006849.X	2028.6.28	嘉兴劲达
531	空心板	外观设计	201730577347.7	2027.11.22	嘉兴劲达

（三）他人许可发行人使用其资产情况

1、商标许可使用

2012年1月，奥普电器与发行人签订商标使用许可合同，允许发行人无偿使用“奥普”及“AUPU”相关商标，许可期限自2012年1月1日至2021年12月31日。

2016年12月，发行人已向奥普电器收购上述商标，具体收购过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（一）同一控制下的资产收购”之“2、收购奥普电器商标”。

2、专利许可使用

截至2019年6月30日，发行人共有4项他人许可专利使用权，具体情况如下：

序号	专利持有人	专利名称	专利号	专利有效期	专利许可期间	许可费用
1	顾建军	一种家用多居室取暖机	99127566.7	2019.12.29	2017.1.1-2019.12.29	125 万元
2	顾建军	一种节能安全型浴霸	200510060913.3	2025.9.26	2017.1.1-2019.12.31	
3	顾建军	一种分体式浴霸	200610052062.2	2026.6.16	2017.1.1-2019.12.31	
4	浙江友邦集成吊顶股份有限公司	多电器吊顶集成方法及组成装置	200510049679.4	2025.4.26	2017.12.27-2025.4.26	100 万元

（四）发行人与其他各类冠名“奥普”的商号之间的关联关系、侵权行为及其他纠纷情况

1、冠名“奥普”商号且为公司经销商的商号情况

报告期内，公司的少数经销商冠名“奥普”商号，主要系“奥普”品牌美誉度较高、市场影响力较大并得到了消费者的认可，为扩大经营规模、充分发挥品牌影响力、表明自己为公司经销商的身份，因此，部分经销商在其商号中使用了“奥普”字样。

根据公司日常经营管理方式，在取得公司的同意的情况下，经销商可以使用“奥普”作为其商号的一部分，同时，约定经销商应当自觉维护“奥普”商号的荣誉，对于无法履行该义务、有损公司品牌形象的经销商，公司有权取消其经销权利。

报告期内，公司与商号中使用“奥普”字样的经销商不存在关联关系，该等经销商与公司之间亦不存在侵权行为或其他纠纷情况。

2、其他冠名“奥普”的企业情况

除上述冠名“奥普”的公司经销商外，公司与其他冠名“奥普”商号的企业之间亦不存在关联关系。截至本招股说明书签署之日，公司与其他非经销商且使用“奥普”商号的企业，以及公司与其他企业、自然人之间发生的商标、专利等知识产权相关未决诉讼或纠纷情况如下：

序号	案件名称	案件情况简述	案件所处阶段	终审/终裁时间
1	奥普电器与浙江现代新能源有限公司、云南奥普伟业金属建材有限公司商标异议纠纷	<p>2015年奥普电器向商标局申请注册14965078号“奥普博朗尼AUPU”商标,以及14965077号“博朗尼AUPU”商标。浙江新能源有限公司随即向商标局提出异议,以其自有1737521号商标和10412475号商标作为引证商标,要求商标局不予注册发行人上述两项商标;同时浙江现代新能源有限公司向商标局请求无效宣告发行人注册号为8183677号“AUPU”商标。</p> <p>2009年和2015年奥普电器分别向商评委请求无效宣告浙江现代新能源有限公司之1737521号商标和10412475号商标。</p> <p>(1)浙江现代新能源有限公司1737521号商标</p> <p>2019年2月19日,商评委出具商评字[2015]第0000048255号重审第0000000328号裁定书,对1737521号商标予以无效宣告。</p> <p>(2)浙江现代新能源有限公司10412475号商标</p> <p>2016年商评委出具商评字[2016]第0000044311号裁定书,裁定对浙江现代新能源有限公司10412475号商标予以无效宣告。</p> <p>(3)发行人14965078号、14965077号商标</p> <p>2017年,商标局出具(2017)商标异字第0000008180号文件,对第14965078号“奥普博朗尼AUPU”商标予以注册;以及(2017)商标异字第0000018440号文件,对第14965077号“AUPU博朗尼”商标予以注册。</p> <p>(4)发行人8183677号商标</p> <p>浙江现代新能源有限公司向商标局请求无效宣告注册号为8183677号“AUPU”商标,2018年11月22日,商评委出具《关于第8183677号“AUPU”商标无效宣告请求裁定书》(商评字[2018]第0000217529号),裁定8183677号“AUPU”商标“在金属家具部件、金属管道、金属插销商品上予以维持,在其余商品上予以无效宣告”。发行人已就该裁定结果向北京知识产权法院提起诉讼,2019年1月14日,北京知识产权法院立案受理该等行政纠纷。</p> <p>(5)浙江现代新能源有限公司第1475893号商标</p>	<p>奥普电器第14965078号、14965077号两项商标注册权纠纷审理结束,商标注册已完成。</p> <p>奥普电器8183677号商标权无效宣告请求案,发行人已就商评委裁定结果提起诉讼并获受理。</p> <p>浙江现代新能源有限公司的1475893号商标尚在审理之中。</p>	<p>浙江现代新能源有限公司1737521号商标已于2019年2月被商评委裁定无效。</p> <p>浙江现代新能源有限公司10412475号商标已被二审判决维持原无效宣告裁定。</p> <p>奥普电器第14965078号、14965077号两项商标注册权纠纷终裁时间为2017年6月28日。</p> <p>奥普电器8183677号商标权无效宣告请求案一审时间待定。</p>

序号	案件名称	案件情况简述	案件所处阶段	终审/终裁时间
		<p>原奥普电器对浙江现代新能源有限公司的第 1475893 号 35 类奥普商标提出无效宣告、商评委作维持决定，奥普电器提行政诉讼一审。2018 年 12 月法院作一审判决（（2016）京 73 行初 3939 号）：撤销商评委原裁定、责令其重新作出裁定。商评委不服前述裁定，于 2019 年 1 月向北京市高级人民法院提交上诉状，目前尚在审理中。</p> <p>原奥普电器对浙江现代新能源有限公司第 1475893 号 35 类奥普商标提出撤销一案，因不服商标局商标撤三字[2017]第 Y005302 号决定，于 2017 年 6 月向商评委复审，2018 年 1 月，根据商评字[2018]第 0000026403 号决定书，1475893 号 35 类奥普商标予以撤销。浙江现代新能源有限公司不服前述裁定，于 2018 年 4 月向北京知识产权法院提了行政诉讼一审，奥普电器作为第三人参加，开庭日为 2018 年 12 月 21 日，目前尚在审理中。</p>		浙江现代新能源有限公司 1475893 号商标撤销请求一审时间待定。
2	发行人与南京市雨花台区汪婕厨卫销售中心、中山市奥普电器有限公司、中山市阪神电器有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷	<p>(1) 2018 年 4 月发行人作为原告，诉南京市雨花台区汪婕厨卫销售中心等侵害商标权及不正当竞争。</p> <p>(2) 2019 年 5 月 27 日，江苏省南京市中级人民法院判决被告停止侵权、停止域名使用、赔偿经济损失 300 万元等。</p> <p>(3) 南京市雨花台区汪婕厨卫销售中心等三被告不服一审判决，已提起上诉，目前尚在审理之中。</p>	审理中	待定
3	发行人诉萧山世纪建材装饰市场楼泉装饰材料商行、海盐县格意兰电器厂、爱谱电器杭州实业有限公司不正当竞争纠纷一案	<p>(1) 2018 年 5 月 29 日发行人起诉，起诉赔偿金额 30 万元，萧山区人民法院案号：（2018）浙 0109 民初 9627 号。</p> <p>(2) 2019 年 3 月 22 日一审判决被告停止使用“奥普电器（中国）股份有限公司”字样；赔偿 15 万元；刊登声明消除侵权影响；停止生产销售涉案产品。</p> <p>(3) 发行人不服一审判决，已提起上诉，2019 年 7 月 1 日开庭审理。</p>	等待判决	待定
4	发行人诉代伟鹏、阳光奥普（北京）科技有限公司、叶怀中、朱嘉蔚侵害商标权及不正当竞争	<p>(1) 2018 年 11 月发行人作为原告，诉代伟鹏、阳光奥普（北京）科技有限公司、叶怀中、朱嘉蔚侵害商标权及不正当竞争。</p>	审理中	待定

序号	案件名称	案件情况简述	案件所处阶段	终审/终裁时间
	争纠纷一案	(2) 2019年6月嘉兴市南湖区人民法院判决被告停止侵权、变更公司名称、赔偿损失等。 (3) 2019年7月叶怀中不服一审判决,已提起上诉,目前尚在审理之中。		
5	发行人诉史换、青岛奥普厨卫电器有限公司、嘉兴市秀洲区王店科洋电器厂侵害商标权纠纷一案	(1) 2019年2月发行人作为原告,诉史换、青岛奥普厨卫电器有限公司、嘉兴市秀洲区王店科洋电器厂侵害商标权。 (2) 2019年2月22日,嘉兴市中级人民法院出具(2019)浙0411民初1089号案件受理通知书。 (3) 2019年7月嘉兴市秀洲区人民法院判决被告停止不正当竞争行为、变更公司名称、赔偿损失等。	已判决,待生效	待定
6	发行人诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、中山普洁厨宝电器有限公司、佛山市顺德区康琳电器实业有限公司侵害商标权及不正当纠纷一案	(1) 2019年2月发行人作为原告,诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、中山普洁厨宝电器有限公司、佛山市顺德区康琳电器实业有限公司侵害商标权及不正当竞争。 (2) 2019年2月22日,佛山市禅城区人民法院出具(2019)粤0604民初4820号案件受理通知书。	等待开庭	待定
7	发行人诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、佛山市顺德区康琳电器实业有限公司侵害商标权及不正当纠纷一案	(1) 2019年2月发行人作为原告,诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、佛山市顺德区康琳电器实业有限公司侵害商标权及不正当竞争。 (2) 2019年2月25日,佛山市禅城区人民法院出具(2019)粤0604民初4850号案件受理通知书。	等待开庭	待定
8	发行人诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、佛山市亚超电气有限公司、中山市新恒业电气有限公司侵害商标权及不正当纠纷一案	(1) 2019年2月发行人作为原告,诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、佛山市亚超电气有限公司、中山市新恒业电气有限公司侵害商标权及不正当竞争。 (2) 2019年2月25日,佛山市禅城区人民法院出具(2019)粤0604民初4849号案件受理通知书。	等待开庭	待定

序号	案件名称	案件情况简述	案件所处阶段	终审/终裁时间
9	发行人诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、中山普洁厨宝电器有限公司、中山市横栏镇宇的斯灯饰电器厂侵害商标权及不正当纠纷一案	<p>(1) 2019年4月发行人作为原告，诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、中山普洁厨宝电器有限公司、中山市横栏镇宇的斯灯饰电器厂侵害商标权及不正当竞争。</p> <p>(2) 2019年6月5日开庭审理。</p>	等待判决	待定
10	发行人诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、中山普洁厨宝电器有限公司侵害商标权及不正当纠纷一案	<p>(1) 2019年4月发行人作为原告，诉管昭、昆山奥普世纪电器有限公司、中山普洁厨宝电器有限公司侵害商标权及不正当竞争。</p> <p>(2) 2019年6月5日开庭审理。</p>	等待判决	待定

（五）发行人拥有的特许经营权

截至本招股说明书签署之日，本公司未拥有特许经营权。

六、发行人技术与研发状况

（一）发行人技术水平

公司通过不断的技术创新和研发，在浴霸、集成吊顶产品生产设计方面形成多项核心技术，主要情况如下：

序号	核心技术	简要说明
1	红外线灯泡技术	一种新型高效红外线灯泡，属于取暖热源，其包括泡壳、灯头、灯丝、两个电极连接头，其泡壳的头部呈抛物面状，内壁位头部后侧的部位镀有反射层，泡壳的底部设置有隔热片，泡壳内部充有高纯度氮气，因此反射后的热辐射较为集中，可以相应提高取暖器的热效率。
2	基于静电除尘装置的应用开发	<p>一种新型高压静电除尘装置，其高压电晕的正极为钨丝或是钼丝，负极为铝片。些装置主要由电源部分、负极部分和高压电晕正极部分组成，并且其正、负极两部分通过导柱、导柱孔配合，再通过导条与电源部分衔接。</p> <p>通过最佳配置放电电极的电压范围、放电电极材料、放电电极与集尘极之间的距离范围、臭氧发生量等因素；以及通过变更不同的放电电极的材料（钼丝、钨丝及铜丝）和直径，集尘电极的材料（铝板、钢板）和厚度等因素达到最优除尘效果。</p> <p>该除尘装置，具有结构简单、无噪声等特点；可有效提高卫生间内空气质量，去除 PM2.5 和细菌（白葡萄球菌）。</p>
3	一种具有除甲醛及空气净化功能涂料的应用开发	一种具有除甲醛及空气净化功能的扣板，属于功能材料，其是在扣板基材表面覆饰面膜构成，饰面膜是在底膜上依次覆图案层、功能涂料层、保护膜层形成，底膜覆在扣板基材表面，功能涂料层根据相关材料配比而成，所述功能涂料使得扣板具有除甲醛及空气净化功能，该扣板可有效降低室内甲醛的含量，降低甲醛的危害。
4	基于纳米 TiO ₂ 的新型涂料的应用开发	<p>一种纳米 TiO₂ 新型材料，通过涂料运用于吊顶扣板和木塑墙面中，弥补市场上缺少针对家庭杀菌的装修材料，达到除菌、净化的目的。</p> <p>含有纳米 TiO₂ 的涂料，将此涂料与集成吊顶铝扣板和集成木塑墙面相结合，可应用于家庭室内特别是卫生间等细菌密集、易繁殖的场所，具体功能如下：</p> <p>（1）在除菌功效上，对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌的除菌率较为显著；</p> <p>（2）实现自清洁功能，实现家居打扫的便捷性，和家居空间的整洁。</p>
5	一种常温催化甲醛分解的纳米复合材料的	一种常温催化甲醛分解的纳米复合材料。该纳米复合材料包括具有纳米级有序介孔结构的二氧化硅载体，因而具有较大的表面积；其介孔内部和表面负载了大量具有高活性的锰氧化物、铜氧化物和铈氧化物的混合

序号	核心技术	简要说明
	应用开发	金属氧化物催化剂，混合的催化剂颗粒分散于具有有序介孔的二氧化硅载体的孔道中，具有良好的分散作用，具有更高的催化活性，而且能提供足够的空间吸附大量的有害气体进行催化分解。

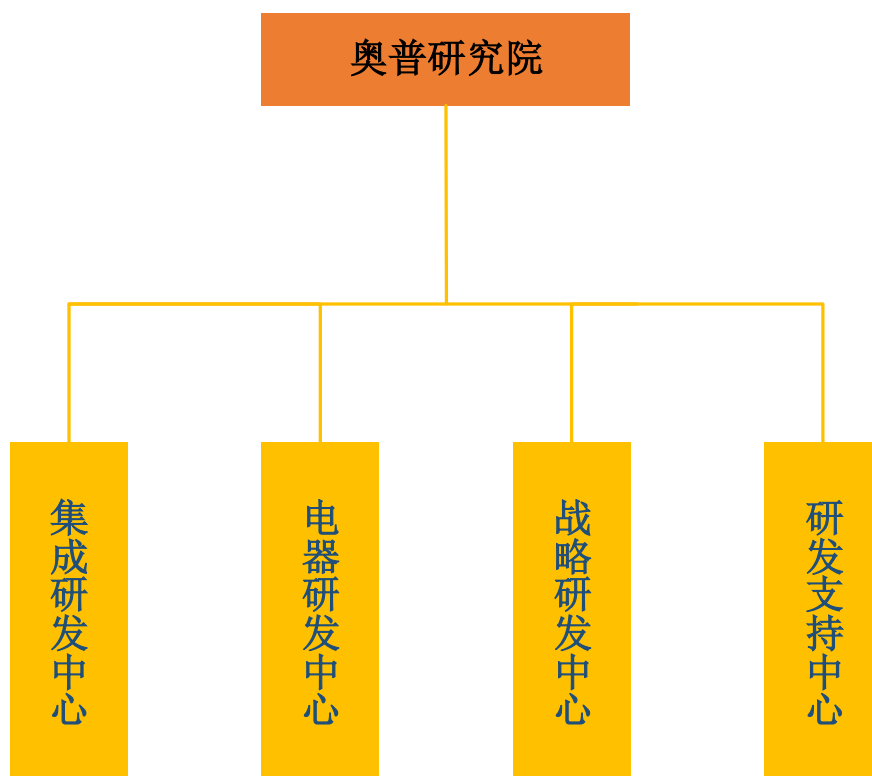
（二）发行人主要产品生产技术所处的阶段

公司主营产品为浴霸、集成吊顶等家居产品，生产工艺技术已经十分成熟，目前处于大批量生产阶段。

（三）发行人研发状况

1、研发机构设置与管理

公司重视研发工作，人才配备齐全，机构设置合理。公司研发部门组织结构如下：



2、研发资金投入情况

报告期内，公司研发投入情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
研发投入	3,522.98	10,530.78	8,000.10	5,213.34
营业收入	82,671.98	168,440.59	158,413.64	124,973.25
研发投入占当期营业收入的比例	4.26%	6.25%	5.05%	4.17%

3、在研项目情况

序号	研究内容	研发目标	进展情况	开发方式
1	基于物联网技术的老人安全淋浴救护系统（含智能手环）的开发及应用	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
2	一种常温催化甲醛分解的纳米复合材料的应用研究	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
3	带有浴室多通道取暖功能的干湿分区一体化产品	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
4	基于直流变频技术的浴室多功能取暖器	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
5	具有自动感应紫外杀菌功能的新型智能语音电动晾衣机	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
6	合金材料自动上下料装置的研发	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
7	基于全新风道结构设计的高舒适度 360°取暖浴霸	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
8	具有隔音功效的集成墙面板的研发	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
9	墙面板覆膜工艺的研发	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
10	合金材料的光洁处理设备的研发	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
11	2019年阳台柜项目	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
12	具有防潮除菌的集成墙面板的研发	专利技术、产品	项目研发中	自主研发

（四）发行人创新机制与安排

产品研发及创新能力是家居行业核心竞争力之一。公司自成立以来，一直重视产品研发，坚持持续创新，实现公司技术水平的提升和技术向产品的转化。公司产品研发由奥普研究院负责，奥普研究院以产品是否对用户具有价值，以及是否符合公司的高品质要求为宗旨，根据公司的业务发展规划、销售部门的反馈、

客户及消费者的反馈、销量分析以及研发人员对市场的研判等因素确定产品研发方向。公司制定有《奥普设计和开发控制程序》，规范公司新产品从企划到投产流程，确保新产品开发速度、质量、成本满足规定要求，为公司技术创新和技术实力的提升提供良好的制度保证。

公司不断在产品设计、材料开发、生产流程、质量检测以及客户服务流程等多个方面进行研究及创新，研发能力在行业中始终保持领先地位。

1、公司拥有高素质的设计研发团队

公司通过人才引进及内部培养等方式，建立了高素质的研发设计团队。公司目前拥有研发人员 87 人，设计研发人员具有良好的科学素养和职业精神、扎实的专业基础，具备较强的学习能力和敏锐的时尚嗅觉。公司高素质的设计研发团队持续为消费者提供了在外观、功能、材质、质量等众多方面均达到较高水平的优质产品，获得了消费者的高度认同。

2、公司与外部设计机构或团队保持合作，增强研发实力

公司除自身拥有优秀的研发设计团队外，与外部知名研发设计机构或团队亦有紧密的合作。报告期内，公司与中国建筑科学研究院达成合作，进行室内空气净化技术方面的研究；与中国美术学院达成合作，进行“未来厨卫生活态设计系统研发与应用”专项研究；公司还与多名独立设计工作室达成合作，进行产品外观设计开发等。未来公司在保持自身设计研发优势的同时，将继续充分利用外部资源，不断提升公司研发设计实力。

3、公司拥有高水平检测中心

奥普检测中心于 2017 年 10 月获得了中国合格评定国家认可委员会(CNAS)颁发的《实验室认可证书》(注册号: CNAS L10305), 认可奥普检测中心符合《检测和校准实验室能力的通用要求》，具备有关服务、检测能力。奥普检测中心掌握业内领先技术以及核心检测能力，严格履行检测职能，检测中心自主研发了多项检测项目，对原材料以及产成品的性能、安全性、耐用性等多个方面进行综合测评，一方面保证了奥普产品优异的质量，另一方面通过检测结果，不断对产品进行改进、优化，使奥普产品不断进步，品质与性能不断提高。

奥普检测中心目前对产品进行的主要检测项目如下：

序号	检测项目	检测概述
1	4℃冷水喷淋防爆测试	取暖泡在 4℃冷水喷淋环境下做 100%非抽样测试，并对取暖泡进行 5000 小时高强度使用寿命测试
2	10 公斤力抗冲击测试	对红外灯泡的外部玻璃壳防爆测试
3	360° 电光源综合参数测试	用于灯具、光源产品检测，对产品的光通度、光学参数及电参数分析
4	LED 灯具产品老化测试	对 LED 灯进行老化寿命测试，按时进行数据采集和使用过程中各个部件的质量情况的跟踪
5	低噪静音室检测	奥普静音室可有效隔离室外噪音对测试室内的影响，更好的完成对带电机产品进行噪声检测
6	空气性能检测系统	测试电机类浴霸、环保灶、通风扇等产品的风量
7	浴霸测试房检测	在 3 平方米模拟淋浴房内进行浴霸产品全方位热效能测试
8	全面抗阻燃水平垂直燃烧测试	用于对浴霸罩面等塑料部件可燃性及着火危险性的测定
9	甲醛净化率测试	检测具有净化甲醛功能的材料板在规定时间内净化甲醛的效率或持久率
10	燃气灶具烟气分析测试	利用高精度便携式烟气分析仪进行灶具专业烟气分析

未来，公司仍将坚持以创新促发展，不断自主研发技术含量高的新产品、新材料、新工艺、新技术，提升企业的技术水平和竞争力，使公司的技术水平始终处于行业前列。

（五）公司拥有的主要资质及荣誉

1、公司拥有主要资质

（1）生产许可证

序号	企业名称	资质名称	证书编号	认证/许可范围	有效期	发证机关
1	奥普家居	全国工业产品生产许可证	XK21-007-02372	家用燃气灶	2022年3月12日	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局

(2) 产品 3C 证书

公司浴霸、浴室多功能取暖器、通风扇、灯具等产品均取得中国国家强制性产品认证（CCC 产品认证），截止 2019 年 6 月 30 日，公司已取得浴霸、通风扇、浴室多功能取暖器等多项产品的 3C 认证共计 278 项。

(3) 海外认证

公司浴霸、通风扇等产品已出口至澳大利亚、台湾、香港、北美等多个国家和地区，浴霸、通风扇等产品已获得如 SAA 认证、CE 认证、KC 认证、RoHS 认证、UL 认证等多项海外认证。

2、公司拥有的主要荣誉

发行人作为组长或组员单位参与拟定了行业多个国家标准，主要如下：

序号	国家标准名称	公司角色
1	GB4706.27《家用和类似用途电器的安全 第2部分：风扇的特殊要求》	组员单位
2	GB4706.23-2007《家用和类似用途电器的安全 第2部分：室内加热器的特殊要求》	主要组员单位
3	国家标准《红外线灯泡》	第一起草单位
4	国家标准《家用和类似用途多功能吊顶装置》	起草工作组组长
5	国家标准《浴室电加热器具（浴霸）》	起草工作组组长

同时，多年来公司荣获行业内多项大奖，报告期内主要荣获的荣誉如下：

序号	荣誉证书名称	颁发单位	获奖时间	获奖单位
1	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会	2019年	发行人
2	全国质量检验稳定合格产品	中国质量检验协会	2019年	发行人
3	绿色建筑选用产品	国家建筑材料测试中心	2019年	发行人
4	省级企业研究院	浙江省科技厅	2019年	发行人
5	2018年度天花吊顶行业“顶天艺术奖”	中国建筑装饰装修材料协会、天花吊顶材料分会	2019年	发行人
6	浙江名牌产品（AUPU 奥普吊顶装置）	浙江省质量技术监督局	2018年	发行人

序号	荣誉证书名称	颁发单位	获奖时间	获奖单位
7	QDP3032A 获得年度产品创新成果	中国家用电器研究院	2018 年	发行人
8	基于智能巡航技术的奥普新风取暖系统产品获得年度技术创新成果	中国家用电器研究院	2018 年	发行人
9	2016 年度中国建材家居影响力民族品牌	中国建筑装饰协会	2017 年	发行人
10	2016 中国建材家居百家品牌企业	中国建筑装饰协会	2017 年	发行人
11	CCSA 2017 中国家居风尚大奖	2017 中国家居风尚大典	2017 年	发行人
12	2016 年度产品创新品牌	腾讯家居	2017 年	发行人
13	2017 年度工业设计创新成果—中国家用电器创新成果证书（新风取暖 QDPX3528A）	中国家用电器研究院	2017 年	发行人
14	2017 年度工业设计创新成果—中国家用电器创新成果证书（基于自动升降技术的新风系统）	中国家用电器研究院	2017 年	发行人
15	QDPX6526A 获得好产品奖	中国家用电器研究院	2017 年	发行人
16	QDPX3226B 获得好产品奖	中国家用电器研究院	2017 年	发行人
17	2016-2017 年度中国十佳家居建材品牌	中国建筑装饰协会、清华大学美术学院	2017 年	发行人
18	集成吊顶行业十大领军品牌	中国建筑装饰装修材料协会、天花吊顶材料分会	2017 年	发行人
19	2016 年度中国家居装饰装修材料行业百强企业（吊顶）	中国建筑装饰装修材料协会	2017 年	发行人
20	2017 年度集成灶十大品牌	SDCC 中国智能化装饰委员会、中国集成灶网	2017 年	发行人
21	集成吊顶领军企业 10 强	中国建筑装饰协会	2016 年	发行人

发行人上述荣誉、奖项的颁发机构包括行业协会、行业权威机构等，相关荣誉、奖项具备较好的公平性和较强的公信力。

七、发行人境外经营情况

报告期内发行人不存在境外经营情况。

八、发行人质量控制状况

（一）质量控制体系

公司通过了质量管理体系(ISO9001:2008)和国际环境管理体系(ISO14001:2004)认证。根据 ISO 质量管理体系要求并结合实际生产经营情况,公司制定了产品检测管理、质检程序文件、质量记录清单(来料、巡检、成品)、作业指导书以及质量奖惩等质量控制文件,并设立奥普检测中心,构建了完整的质量控制体系。公司在执行《家用和类似用途电器的安全 第 1 部分:通用要求》(GB4706.1-2005)、《家用和类似用途电器的安全 第 2 部分:室内加热器的特殊要求》(GB4706.23-2007)、《浴室加热器具(浴霸)》(GB/T22769-2008)、《家用和类似用途多功能吊顶装置》(GB/T26183-2010)等国家标准和行业标准。

（二）产品质量控制措施

公司品质管理中心按照产品技术标准和客户要求,履行严格的质量控制制度,主要质控措施如下:

1、原材料及成品的理化性能方面,公司每月定期对原材料和成品进行抽样,送至奥普检测中心检测;

2、生产过程中严格执行作业指导书和工序检验指导书,加大关键指标和关键控制点的检验力度和频次;

3、检验过程实行自检、互检、专检相结合,避免不合格品进入下一环节;同时执行首件检验、巡回检验,使生产过程主要环节始终处于受控状态;

4、检验过程实行外观检验、规格尺寸检验、性能指标检验,并定期对库存原材料、半成品、产成品进行复检,使产品全方位性能指标处于受控状态;

5、公司设立专门的培训部门定期对经销商进行相关产品知识、工艺、安装、管理办法等相关培训,确保经销商在销售、设计、安装、售后服务等方面的质量;

6、公司设立售后服务部门,并不定期的安排专人对客户进行回访,对客户遗留问题发生率、顾客满意度、顾客投诉情况等方面进行了统计分析,并将信息反馈给对应的责任部门进行改善,以提高客户满意度。

（三）产品质量纠纷

公司建立了严格、完善的质量管理体系，实施了科学的质量管理措施，严格遵守和执行国家关于产品质量方面的法律法规及标准，具有业内高水平的检测中心，同时配备了专业的质量管理人员和先进的测试设备，从而确保了产品质量。公司产品在报告期内无重大赔偿、退货和质量纠纷问题。

2018年，公司部分产品抽检存在瑕疵，部分供货因产品外观质量问题发生退货，具体请参见本章节之“八、发行人质量控制状况”之“（五）产品质量情况”。

（四）质量控制效果

凭借全面、高效的质量管理体系，规范、合理的质量控制措施，公司于2016年获得中国质量协会颁发的“全国卫厨行业质量领先品牌（2013年-2016年）”、“全国质量诚信标杆典型企业”、“全国质量检验稳定合格产品（2013年-2016年）”称号；2017年获得中国质量协会颁发“全国质量信得过产品（2012年-2017年）”，2018年获得国家质量监督检验检疫总局产品质量申诉处理中心颁发的“全国百佳质量诚信标杆示范企业”等众多荣誉。

（五）产品质量情况

1、发行人产品质量瑕疵情况

（1）报告期内，发行人产品质量抽检瑕疵情况

2018年4月2日，台州市椒江区人民政府网发布了《台州市椒江区市场监督管理局2018年流通领域浴霸检测结果公示》，其中涉及发行人2家经销商4批次样品检测结果不合格，具体情况如下：

序号	抽检报告编号	抽检报告时间	抽检单位	涉及经销商	涉及产品及型号	抽检结果	处罚决定
1	DQJ20185072	2018.2.22	台州市椒江区市场监督管理局	台州市名锦电子商务有限公司	浴室多功能取暖器(QDP5020A)	“耐热和耐燃”不合格	没收浴霸1台,没收违法所得5,982元,罚款79,900元
2	DQJ20185073	2018.2.27	台州市椒江区市场监督管理局	吴小洪	浴室多功能取暖器(HB317F)	“耐热和耐燃”不合格	没收浴霸1台,没收违法所得416元,罚款7,584元
3	DQJ20185074	2018.2.23	台州市椒江区市场监督管理局	吴小洪	浴室多功能取暖器(FD210C)	“标志和说明”不合格	-
4	DQJ20185076	2018.2.22	台州市椒江区市场监督管理局	吴小洪	浴室多功能取暖器(FB305B)	“标志和说明”不合格	-

台州市椒江区市场监督管理局于 2018 年 5 月 8 日向吴小洪出具了《行政处罚决定书》（椒市监处字[2018]155 号）：没收奥普浴室多功能取暖器 1 台，没收违法所得 416 元、罚款 7,584 元。

台州市椒江区市场监督管理局于 2018 年 5 月 29 日向台州市名锦电子商务有限公司出具了《行政处罚决定书》（（椒）市监处字[2018]195 号）：没收备样的 1 台奥普浴室多功能取暖器，没收违法所得 5,982 元、罚款 79,900 元。

（2）发行人整改落实情况

发行人知悉相关事项后，及时核查原因，按要求落实整改，并进一步加大产品质量等相关宣导，主要整改落实情况如下：

① “标志和说明”不合格产品整改落实情况

本次抽检结果“标志和说明”不合格的产品包括浴室多功能取暖器（FD210C）与浴室多功能取暖器（FB305B），发行人要求仓储人员、业务人员以及经销商分别对自身库存产品以及经销商库存进行检查整改，对于“标志和说明”不满足要求的，按照要求增加相关产品标识。

② “耐热和耐燃”不合格产品整改落实情况

本次抽检结果“耐热和耐燃”不合格的产品包括浴室多功能取暖器（QDP5020A）与浴室多功能取暖器（HB317F）。

首先，发行人立即组织对上述两款产品抽检不合格原因进行排查，该两款产品生产情况具体如下：

序号	型号	批号	生产日期	问题原材料
1	HB317F	161102B141110001	2016.11.3	塑料面板
2	QDP5020A	161128K587170001	2016.12.2	塑料面板

根据调查，本次抽检不合格原因主要系塑料面板供应商在该批次塑料面板的生产过程中存在失误，导致部分部件未达到阻燃要求。

其次，对现有库存塑料面板以及使用涉事供应商塑料面板生产的其他批次产

品进行了全面抽检测试，保证现有库存原材料以及其他批次产品各项性能均符合国家相关规定；

再次，对上述批次产品的经销商库存情况进行了统计，并要求经销商停止对外出售该批次产品；

最后，根据上述排查，进一步完善供应商管理以及自身质量检测等，主要措施如下：

A. 要求所涉供应商进行至少为期一周的整改，且整改期间暂停供货，整改经发行人验收后，方可供货。同时，公司按照供应商管理制度，要求所涉供应商进行相关经济补偿，并降低其供应商评级。此外，进一步优化完善对所有供应商产品质量控制的制度以及业务流程，加强供应商生产过程巡检与成品检测力度，日常非连续监测周期从每 6 个月 1 次调整为 3 个月 1 次，确保未来不再发生类似事件；

B. 将库存 HB317F 与 QDP5020A 型号室多功能取暖器主动重新进行委托检测，根据国家电子安全质量监督检验中心（浙江）出具的《检测报告》，发行人送检的上述型号的产品均符合检测要求；

C. 组织品管部人员进行培训学习，要求在后续采购及生产过程中提高检验频次、加强流程监督。

（3）主管部门出具的相关证明

2018 年 7 月 12 日、2019 年 1 月 15 日、2019 年 7 月 22 日，杭州市市场监督管理局经济技术开发区分局分别出具《证明》，2016 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日止，发行人无因违法违规行为被行政处罚的记录。

2018 年 8 月 10 日，台州市椒江区市场监督管理局出具说明，奥普家居上述产品检测不合格事宜不属于重大违法违规行为。

2、发行人产品外观质量问题情况

（1）扣板产品外观质量问题

2017 年 10 月，公司部分专供广州恒大的集成吊顶扣板产品出现外观质量问

题，具体表现为扣板表面保护膜撕取后，光照 30 小时后会呈现红色 LOGO 印记。

根据调查，本次外观质量问题主要系供应商所使用制作扣板表面保护膜 LOGO “AUPU” 的油墨溶剂存在质量问题。

(2) 发行人整改落实情况

①扣板的调换补发

广州恒大反馈相关外观质量问题后，发行人第一时间安排相关人员到客户项目上门检查并确认相关情况，对于该批扣板，发行人按 1:1 比例将经品管部检验合格后的扣板进行了补发，截至 2018 年 10 月已全部进行了调换。

对于问题扣板，公司专门成立问题处理小组，针对已发出的相关货物进行实地质量筛查并保持监测，未发现出现类似质量问题。同时，发行人已发函向广州恒大就该批扣板出现问题的原因进行了沟通解释。

根据保荐机构对广州恒大实地走访确认，上述扣板已由奥普家居全部补发完毕，双方不存在纠纷。

②后续整改落实措施

对于本次扣板质量问题，公司加强了对于采购原材料的检查力度，扩充品质检验队伍，增加巡检频次从而加强对生产流程的监督。

对于供应商遴选，公司将进一步对供应商生产设备、原材料的抽样检查，确保其生产工艺及原材料符合公司质量要求。

对于广州恒大退回的问题扣板，公司退回原供应商或作为废品处理，并相应计提了存货跌价损失。

除上述情况外，报告期内发行人无其他产品事故情况。

3、报告期内，发行人产品质量问题引起的消费者投诉或纠纷情况

发行人制定了《消费者投诉处理工作规范》、《消费者投诉处理工作流程》，并设立客户服务中心和售后服务专线，负责对售后问题进行接待、记录、处理消费者投诉；接到消费者投诉后，立即受理并与投诉相关部门反馈、全力协助处理

事件，并落实弥补措施。报告期内，发行人收到的消费者投诉，基本根据售后保障制度及时落实，且发行人亦根据消费者对产品质量问题的反馈，进一步优化产品设计方案、强化生产流程控制，从而提升产品品质。

报告期内，公司未出现因产品质量问题引起的与消费者发生重大诉讼或纠纷情形。

杭州市市场监督管理局经济技术开发区分局出具的《证明》，报告期初至2019年6月30日，发行人无因违法违规被杭州市市场监督管理局经济技术开发区分局行政处罚的记录。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人的独立运营情况

(一) 发行人独立经营情况

公司自设立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东和实际控制人及其他关联方，拥有独立完整的采购、生产、销售和研发等业务体系，具备面向市场独立经营的能力。

1、资产完整独立

公司系由奥普卫厨整体变更设立，设立时，各发起人的出资均已足额到位，公司与各股东之间产权关系独立、明确，且不存在资产、资金被控股股东、实际控制人占用而损害公司利益的情形。公司具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、著作权、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的采购和销售体系。

2、人员独立

公司拥有独立的人事及工资管理制度和规范的考核体系。公司的董事、监事和高级管理人员均严格按照《公司法》和《公司章程》等相关规定产生，公司总经理、副总经理、董事会秘书等高级管理人员在股份公司成立后均在公司或其子公司领取薪酬，且未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务，也没有在与公司业务相同或相似或存在利益冲突的其他企业任职。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。

3、财务独立

公司独立核算、自负盈亏，设有独立的财务部门，配备有专职财务人员，并且建立了独立的会计核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对其子公司的财务管理制度。公司拥有独立的银行账户，依法独立纳税，不存

在与任何其他单位或个人共用银行账户的情形。

4、机构独立

公司根据《公司法》和《公司章程》的要求，设置股东大会作为最高权力机构、设置董事会为决策机构、设置监事会为监督机构，并设有相应的办公机构和经营部门，各职能部门分工协作，形成有机的独立运营主体，不受控股股东和实际控制人的干预，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

5、业务独立

公司主要从事浴霸、集成吊顶等家居产品的设计、研发、生产、销售及相关服务的提供。公司拥有独立完整的设计、研发、采购、生产和销售系统。公司直接面向市场独立经营，独立对外签署合同，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行原材料采购或产品销售等的情形，公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公允的关联交易。

(二) 保荐机构对公司独立性的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人作为生产经营性企业，拥有独立完整的研发、采购、生产、销售系统，在资产、业务、人员、机构、财务方面与发行人股东相互独立，具有独立完整的业务及面向市场自主经营的能力。发行人实际控制人及其控制的企业与发行人不存在从事相同或相近业务的情况，不存在严重影响发行人独立性或显失公平的关联交易。发行人对于公司独立性的前述披露真实、准确、完整。

二、同业竞争

(一) 实际控制人、控股股东及其控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署之日，Tricosco 为公司控股股东，Fang James、方胜康为公司共同实际控制人。

截至本招股说明书签署之日，公司共同实际控制人 Fang James、方胜康分别或共同控制的其他企业（公司控股股东 Tricosco 除外）的具体情况请参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、报告期内的关联方及关联关系”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

经核查，截至本招股说明书签署之日，公司控股股东及实际控制人 Fang James 和方胜康控制的其他企业，其主营业务与奥普家居的业务区别明显，或正在办理注销手续或未开展实际业务，均未从事与浴霸、集成吊顶、厨电等与发行人相同或类似业务，与发行人之间不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

1、控股股东关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东 Tricosco 就避免同业竞争出具了《关于避免与奥普家居股份有限公司同业竞争的承诺函》，其主要内容如下：

“（1）截至本承诺函出具之日，本公司直接或间接控制的下属企业并未在中国境内或境外以任何方式直接或间接从事与奥普家居及其下属企业相竞争的业务，包括但不限于未单独或连同、代表任何人士、商号或公司（企业、单位），发展、经营或协助经营、参与、从事。

（2）本公司承诺，在本公司持有奥普家居股份期间，本公司不会在中国境内或境外：①单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事与奥普家居及其下属企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；②不会直接或间接控股、收购竞争企业，拥有从事与奥普家居及其下属企业可能产生同业竞争企业的控制性股份、股权；③不会以任何方式为竞争企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。

（3）自本承诺函签署之日起，若奥普家居将来开拓新的业务领域，而导致本公司及本公司下属企业所从事的业务与奥普家居构成竞争，本公司承诺将终止从事该业务，或由奥普家居在同等条件下优先收购该业务所涉资产或股权（权益），或遵循公平、公正的原则将该业务所涉资产或股权转让给无关联关系的第三方。

(4) 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本公司不再是奥普家居的控股股东；②奥普家居的股票终止在任何证券交易所上市（但奥普家居的股票因任何原因暂停买卖除外）。

(5) 如违反上述承诺，本公司愿意依法承担违反上述承诺而给奥普家居造成的全部经济损失。”

2、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

公司实际控制人 Fang James、方胜康，就避免同业竞争分别出具了《关于避免与奥普家居股份有限公司同业竞争的承诺函》，其主要内容如下：

“（1）截至本承诺函出具之日，本人直接或间接控制的下属企业并未在中国境内或境外以任何方式直接或间接从事与奥普家居及其下属企业相竞争的业务，包括但不限于未单独或连同、代表任何人士、商号或公司（企业、单位），发展、经营或协助经营、参与、从事。

（2）本人承诺，在本人持有奥普家居股份期间，本人不会在中国境内或境外：①单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事与奥普家居及其下属企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；②不会直接或间接控股、收购竞争企业，拥有从事与奥普家居及其下属企业可能产生同业竞争企业的控制性股份、股权；③不会以任何方式为竞争企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。

（3）自本承诺函签署之日起，若奥普家居将来开拓新的业务领域，而导致本人直接或间接控制的企业所从事的业务与奥普家居构成竞争，本人承诺将终止从事该业务，或由奥普家居在同等条件下优先收购该业务所涉资产或股权（权益），或遵循公平、公正的原则将该业务所涉资产或股权转让给无关联关系的第三方。

（4）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本人不再是奥普家居的实际控制人；②奥普家居的股票终止在任何证券交易所上市（但奥普家居的股票因任何原因暂停买卖除外）。

（5）如违反上述承诺，本人愿意依法承担违反上述承诺而给奥普家居造成的全部经济损失。”

三、报告期内的关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号——关联方披露》等有关法律法规和规范性文件对于关联方的披露要求，本公司报告期内的主要关联方及关联关系情况披露如下：

（一）控股股东、实际控制人

本公司控股股东 Tricosco 持有公司 24,858.94 万股，占公司股本总数的 69.05%。

本公司共同实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯合计直接或间接持有公司股本总数的 70.92%。其中 Fang James 通过 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权，方胜康通过 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01% 股权，一致行动人方雯雯通过 Sino Virtue 间接持有 Tricosco 的 6% 股权，三人合计间接持有 Tricosco 的 92.37% 股权。同时方胜康通过明泽投资间接持有发行人 0.0231% 股权，通过聚泽投资间接持有发行人 0.2431% 股权；一致行动人方雯雯通过文泽投资间接持有发行人 0.0049% 股权；一致行动人吴兴杰通过文泽投资间接持有发行人 4.91% 股权，通过明泽投资间接持有发行人 1.96% 股权。

（二）其他持有公司5%以上股权的股东

除控股股东 Tricosco 外，无其他持有公司 5% 以上股权的股东。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业

1、控股股东控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除奥普家居及其下属全资、控股子公司外，公司控股股东 Tricosco 控制的其他企业之基本情况及最近一年一期的财务数据如下。

(1) 基本情况

序号	公司名称	注册资本	经营范围	成立时间	关联关系
1	杭州莫丽斯科技有限公司	274.60 万美元	仪器仪表、仪表零配件、电子元器件的生产、研发、销售；物业管理、自有房屋租赁	1993.7.29	Tricosco 持股 100%
2	杭州景驰科技有限公司	60.40 万美元	仪器仪表、仪表零配件、电子元器件的研发、生产、销售；服务：物业管理、自有房屋出租。（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（国家禁止的、限制的除外，涉及许可证的凭证经营）	2019.1.4	Tricosco 持股 100%
3	成都玫瑰苑房地产开发有限公司	1,000 万元	房地产开发经营；房屋工程建设；房屋出租；物业管理	2015.11.20	杭州莫丽斯持股 100%

(2) 最近一期主要财务数据

杭州莫丽斯、杭州景驰科技有限公司及成都玫瑰苑房地产开发有限公司最近一年一期主要财务数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	2019.6.30/2019 年 1-6 月			2018.12.31/2018 年度		
		总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1	杭州莫丽斯科技有限公司	27,078.43	6,808.49	-496.95	29,363.43	7,305.44	-589.37
2	杭州景驰科技有限公司	8,542.28	249.53	-250.44	-	-	-
2	成都玫瑰苑房地产开发有限公司	0.01	-0.07	-0.02	-	-0.05	-

注：2018 年杭州莫丽斯财务数据已经浙江海旭事务所会计师事务所有限公司审计，其他财务数据未经审计。

2、共同实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除奥普家居及其下属全资、控股子公司外，公司共同实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯控制的其他企业的基本情况及最近一年一期的财务数据如下：

(1) 境内企业

①基本情况

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
1	杭州蒲草投资管理合伙企业(有限合伙)	3,000	服务：投资管理	2016.4.20	Fang James 持股 99%，杭州蒲尔投资管理有限公司持股 1%
2	杭州牵财投资有限公司	10	实业投资，经济信息咨询（除证券期货、商品中介），投资管理	2009.9.10	方胜康持股 92%
3	杭州明泽投资有限公司	600	实业投资，投资管理、投资咨询（除证券、期货），企业管理咨询	2010.12.15	方胜康持股 61%，方雯雯持股 17%
4	杭州普丽思科技有限公司	100	技术开发、技术服务、技术咨询：仪器仪表、仪表零配件、电子元器件；批发、零售：仪器仪表、仪表零配件、电子元器件（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）	2009.11.2	杭州牵财投资有限公司持股 60%，Tricosco 持股 40%
5	舟山宇泽投资合伙企业(有限合伙)	30,000	股权投资（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	2011.12.12	方胜康持有 91.33% 份额
6	杭州东礼服饰有限公司	300	批发、零售：服饰、服装；服务：企业营销策划、企业形象策划、商务信息咨询（除商品中介）、组织文化艺术交流活动（除演出及演出中介）、展览展示服务	2010.8.2	杭州普丽思科技有限公司持股 100%

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
7	舟山文泽投资管理合伙企业 (有限合伙)	1,000	投资管理、投资咨询(未经金融等监管部门批准,不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务)	2016.11.7	吴兴杰持有 99.99% 份额, 方雯雯持有 0.01% 份额
8	杭州橙隆贸易有限公司	50	批发、零售: 家电, 服装, 鞋帽, 饰品, 箱包, 床上用品, 日用百货; 其他无需报经审批的一切合法项目	2012.9.7	方雯雯系实际控制人
9	杭州尚琳电子商务有限公司	50.50	家用电器、灯具、日用百货、家居用品的网上销售	2013.12.11	方雯雯系实际控制人

②最近一年一期主要财务数据:

单位: 万元

序号	公司名称	2019.6.30/2019 年 1-6 月			2018.12.31/2018 年度		
		总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1	杭州蒲草投资管理合伙企业 (有限合伙)	150.50	150.50	-	150.50	150.50	-
2	杭州牵财投资有限公司	1,444.12	5.38	0.001	2,744.73	1,805.38	-0.01
3	杭州明泽投资有限公司	605.45	599.83	-	605.45	599.83	-
4	杭州普丽思科技有限公司	3,871.35	802.55	-16.77	4,171.82	3,719.32	-69.27
5	舟山宇泽投资合伙企业(有限合伙)	10,762.24	6,261.99	1,158.25	12,152.99	5,103.74	5,485.44
6	杭州东礼服饰有限公司	294.57	300.99	-6.52	303.09	307.52	-24.52
7	杭州橙隆贸易有限公司	11,501.11	11,398.17	-3.33	11,505.65	11,401.49	-282.74
8	杭州尚琳电子商务有限公司	907.68	254.94	-0.22	910.62	255.16	-22.65

注: 2018 年杭州普丽思、东礼服饰财务数据已经浙江海旭事务所会计师事务所有限公司审计, 其他财务数据未经审计。

文泽投资主要财务数据参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制人基本情况”之“(一) 发起人基本情况”。

(2) 境外企业

①基本情况

序号	公司名称	注册地	发行股本	主营业务	成立时间	关联关系
1	奥普集团	开曼群岛	10,000 港元	股权投资	2006.7.14	Crista 持股 100%
2	Ableby	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2006.5.18	奥普集团持股 100%
3	Crista	开曼群岛	20,000 美元	股权投资	2016.4.5	SeeSi 持股 42.36%，Sino Broad 持股 44.01%，Sino Virtue 持股 6%
4	Gate Key Group Limited	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2016.11.2	方雯雯持股 100%
5	SeeSi	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2006.5.18	Fang James 持股 100%
6	Sino Virtue	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2016.12.15	方雯雯持股 100%
7	Sino Broad	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2013.7.10	方胜康持股 100%
8	Tricosco	香港	10,001 港元	股权投资	2006.6.20	SeeSi 持股 42.36%，Sino Broad 持股 44.01%，Sino Virtue 持股 6.00%
9	Wind-Plus Electrical	英属维尔京群岛	71 美元	股权投资	2003.3.18	Fang James 持股 39.44%，方胜康持股 52.11%
10	Wind-Plus Group	香港	10,000 港元	股权投资	2010.12.17	Wind-Plus Electrical 持股 100%

②最近一年一期主要财务数据（未经审计）

单位：万元

序号	公司名称	2019.6.30/2019 年 1-6 月			2018.12.31/2018 年度		
		总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1	奥普集团	46,320.76	14,547.47	-	46,320.76	14,547.47	18.95
2	Ableby	0.02	0.02	-	0.02	0.02	3.15
3	Crista	16.23	16.23	-	16.23	16.23	2.37

Tricosco 主要财务数据参见招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东和实际控制人”之“(二) 控股股东”。

Gate Key Group Limited、SeeSi、Sino Virtue、Sino Broad、Wind-Plus Electrical、Wind-Plus Group 最近一期未实际开展生产经营业务，未编制财务报表。

(四) 发行人直接或间接控制的公司

请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股公司简要情况”。

（五）其他关联自然人及其控制的企业

除共同实际控制人及其一致行动人外，本公司其他主要关联自然人包括公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，以及最近 12 个月内曾担任过公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员。

公司现任董事、监事、高级管理人员情况请参见招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”。

其他关联自然人控制的企业包括上述关联自然人（共同实际控制人及其一致行动人除外）直接或间接控制，或担任董事、高级管理人员的企业。除下述企业外，其他关联企业的具体情况请参见“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“三、董事、监事、高级管理人员对外投资情况”及“五、董事、监事、高级管理人员兼职情况”的相关内容。

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
1	杭州蒲尔投资管理有限公司	10	投资管理、投资咨询（除证券、期货）	2016.3.31	Fang James 配偶强燕持股 100%
3	杭州钰京财务管理咨询有限公司	10	财务管理咨询；代理记账；企业注册登记代理（法律法规需审批的项目除外）；投资咨询（除证券、期货）；商标事务代理	2011.12.6	刘文龙配偶姚凤新持股 100%
4	杭州牵银	3,500	服务：实业投资，投资管理，投资咨询（除证券、期货）；其他无需报经审批的一切合法项目	2010.5.10	方雯雯母亲姚惠菊持股 77.14%

（六）报告期内其他关联方

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
1	成都牵银	6,000	房地产开发经营（凭资质证经营）；文化旅游资源开发；汽车及配件、机电产品、农副产品销售。	2010.6.9	杭州莫丽斯持股 20%，方胜康曾担任董事长兼总经理（2017 年 8 月辞任）
2	成都御府房地产	1,000	房地产开发经营；房屋工程建设；房屋	2010.8.2	方胜康曾担任

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
	开发有限公司		出租；物业管理服务		执行董事兼总经理(2017年7月辞任)
3	魔居客(北京)科技有限公司	526.32	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；包装装潢设计；教育咨询；工程和技术研究与试验发展；销售化工产品(不含危险化学品)、建筑材料、装饰材料、五金交电、机械设备、家具、日用杂货、家用电器、针纺织品、工艺美术品、厨房用具；施工总承包；工程勘察设计；专业承包	2016.1.20	吴兴杰曾担任董事(2017年5月辞任)
4	三江购物俱乐部股份有限公司	54,767.84	食品经营：餐饮服务、食品经营；药品经营；普通货物公路运输；第二类增值电信业务中的信息服务业务(限互联网信息服务业务)以下限分支机构经营：音像制品、书报刊零售及网上销售；(以上均在许可证有效期限内经营)纺织、服装及日用品、化工产品、一类医疗器械、二类医疗器械、文化体育用品、食用农产品、通讯器材、家用电器、五金交电、家居用品、数码产品及配件、照相器材、化妆品、办公用品、汽车用品、汽摩配件、珠宝首饰、工艺品、计算机软硬件及配件、机械设备、消防器材、建筑装饰材料、花卉的批发、零售及网上销售；柜台租赁；广告、商品信息咨询；农产品、水产品的初级加工；票务代理；话费、公交卡充值服务；受委托代居民收水电煤及其他费用；服装、百货的委托加工；食品生产；包装物的回收；农产品的收购；自营和代理货物和技术的进出口，除国家限制经营或禁止进出口的货物和技术外	1995.9.22	周夏飞曾担任独立董事(2017年11月辞任)
5	上海张江医疗器械产业发展有限公司	32,000	医疗器械领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，高科技成果转化，房地产开发与经营，建筑业(按许可资质经营)，创业投资，物业管理，建材销售。	2004.3.24	方国樑胞弟方伟樑曾担任董事(2018年7月辞任)
6	上海杰昌实业有限公司	12,000	房地产开发和经营，仓储(除危险品)，物业管理，商务咨询(除经纪)	2001.8.13	方国樑胞弟方伟樑曾担任董事(2018年12月辞任)

注：截至招股说明书签署日，成都牵银、成都御府房地产开发有限公司、魔居客(北京)科技有限公司、三江购物俱乐部股份有限公司及上海张江医疗器械产业发展有限公司上述关联关系均已终止超过12个月，已不属于公司关联方。

四、报告期内的关联交易

（一）经常性关联交易

1、销售商品、提供劳务

报告期内，公司向关联方销售产品与提供劳务的情况如下所示：

单位：万元

关联方名称	交易类型	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
Tricosco	销售商品	-	-	53.26	1,671.63
杭州莫丽斯	销售商品	-	-	-	93.95
杭州橙隆	销售商品	-	-	9,703.75	8,535.19
魔居客	销售商品	-	-	6.72	22.16
合计		-	-	9,763.73	10,322.93
主营业务收入		82,182.83	166,996.73	157,495.16	123,935.21
占比		-	-	6.20%	8.33%
Tricosco	其他业务收入	-	-	-	3.79
杭州橙隆	其他业务收入	-	-	24.42	27.07

2016年及2017年，公司向关联方销售金额分别为10,322.93万元、9,763.73万元，占公司主营业务收入比例分别为8.33%、6.20%。2018年起，发行人与关联方之间未再发生关联销售。

发行人向关联方销售的商品主要是浴霸、集成吊顶等主营业务产品，其中杭州橙隆系发行人经销商。以上产品销售均系按照市场价格进行定价，不存在损害公司利益的情形。2017年12月，发行人收回杭州橙隆代理权，详细情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“4、收回杭州橙隆经销权”。自2018年1月起，发行人与关联方之间未再发生类似关联销售。

2、采购商品、接受劳务

报告期内，公司向关联方采购商品与接受劳务的情况如下所示：

单位：万元

关联方名称	交易类型	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
杭州普丽思	采购商品	-	-	75.56	395.16
	采购资产	-	-	-	0.75
东礼服饰	采购商品	-	-	-	5.52
合计		-	-	75.56	401.43
主营业务成本		41,323.66	84,615.63	82,390.40	62,793.82
占比		-	-	0.09%	0.64%

报告期内，公司向杭州普丽思、东礼服饰两家公司的关联采购金额占公司主营业务成本比例较小，对公司经营成果的影响亦较小；且该等交易按照市场价格进行定价，不存在损害公司利益的情形。同时，自2017年6月起，发行人与关联方之间未再产生类似关联交易。

3、关联租赁

(1) 发行人出租情况

单位：万元

承租方	租赁资产	2019年1-6月 租赁收入	2018年租赁 收入	2017年租赁 收入	2016年租赁 收入
杭州普丽思	房屋建筑物	-	-	-	55.86
东礼服饰	房屋建筑物	-	-	-	23.66
杭州橙隆	房屋建筑物	-	-	-	3.74

(2) 发行人承租情况

单位：万元

出租方	租赁资产	2019年1-6月 租赁费	2018年租赁 费	2017年租赁 费	2016年租赁 费
杭州莫丽斯	房屋建筑物	-	-	-	118.54

2016年，发行人上海分公司向关联方奥普电器租赁了681.99平方米办公场所，除此之外，发行人及其控股子公司、分公司未租赁其他关联方房产。为避免关联交易，2017年起至今，发行人上海分公司不再向奥普电器租赁房产。

报告期各期末,发行人及其控股子公司已建成房屋总面积为 132,360.61 平方米。2016 年发行人上海分公司向关联方奥普电器租赁房产面积占发行人已建成房屋总面积的比例为 0.52%, 占比较小。

2016 年末,公司与杭州普丽思、东礼服饰、杭州橙隆及杭州莫丽斯房屋租赁合同均到期并不再续租。

4、向关键管理人员支付薪酬

报告期内,公司向关键管理人员(董事、监事、高级管理人员)支付报酬分别为 439.75 万元、616.29 万元、735.00 万元和 341.58 万元。

(二) 偶发性关联交易

1、资产重组涉及关联交易

(1) 收购成都博朗尼股权

报告期内,公司向 Tricosco 收购成都博朗尼 51.23% 股权。具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(一) 同一控制下的资产收购”之“1、收购成都博朗尼股权”。

(2) 收购奥普电器商标

报告期内,公司向奥普电器收购 260 项商标权及无偿受让 2 项商标权。具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(一) 同一控制下的资产收购”之“2、收购奥普电器商标”。

(3) 收购杭州博朗尼资产及业务

报告期内,公司向杭州博朗尼收购所有与“集成灶的生产、销售业务”相关的资产及业务。具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(二) 非同一控制下的资产收购”之“2、收购杭州博朗尼资产及业务”。

(4) 出售成都牵银股权

报告期内,公司向奥普电器出售成都牵银 41.67% 股权。具体过程参见招股

说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（三）非主业资产剥离”。

（5）收回杭州橙隆经销权

报告期内，公司收回了杭州橙隆经销权。具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“4、收回杭州橙隆经销权”。

2、关联担保

报告期内，公司不存在对关联方提供担保的情形。

报告期内，存在杭州莫丽斯为公司提供贷款担保的情形，具体情况如下：

担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
杭州莫丽斯	4,000	2016.7.28	2019.7.28	否
杭州莫丽斯	8,000	2017.9.15	2027.9.15	否
杭州莫丽斯	5,828	2017.11.3	2027.11.3	否

注：上述担保额度不可叠加使用，即杭州莫丽斯为发行人担保金额最高额为 8,000 万元。

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人对上述担保使用情况如下：

担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
杭州莫丽斯	2,913.00	2018.11.30	2019.11.29	否
	2,925.00	2018.12.28	2019.12.26	否
	1,991.00	2019.5.30	2019.11.30	否

3、关联借款

报告期内，公司存在向部分关联方提供委托贷款的情形，具体借款明细如下：

序号	关联方名称	委托贷款银行	委托贷款合同编号	借款金额 (万元)	借款期限	借款利率	借款用途	偿还日期
1	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010220150000840	5,300	2015.11.8 至 2016.11.8	6.15%	经营	展期, 重签借款合同见序号 3
2	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010220150000837	950	2015.12.24 至 2016.12.24	6.15%	采购卫浴产品	展期, 重签借款合同见序号 3
3	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000147	6,250	2016.11.3 至 2019.11.2	6.15%	购货	2017.5.26
4	成都牵银	农业银行杭州文三路支行	33010620130000384	6,500	2013.6.4, 期限 36 个月	6.15%	经营	2016.5.27 偿还 2,000 万; 2016.5.31 偿还 800 万; 2016.6.2 偿还 1,700 万; 2016.6.6 偿还 2,000 万
5	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000070	2,000	2016.5.30 至 2019.5.29	6.15%	购货	2017.5.26
6	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000076	800	2016.6.1 至 2019.5.31	6.15%	购货	2017.5.26
7	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000077	1,700	2016.6.3 至 2019.6.2	6.15%	购货	2017.5.26
8	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000078	2,000	2016.6.7 至 2019.6.6	6.15%	购货	2017.5.26
9	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000021	900	2016.3.15 至 2019.3.14	5.225%	购货	2017.5.26
10	杭州普丽思	交通银行杭州城西分行	2015WD001	900	2015.2.5 至 2018.2.5	7%	经营	2016.4.18 偿还 200 万; 2017.5.23 偿还 700 万

截至 2017 年末, 上述借款及利息均已全部偿还。2018 年 1 月 1 日至招股说明书签署日, 发行人无关联借款。

（三）关联方往来余额

1、应收项目

单位：万元

项目名称	关联方	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收账款	Tricosco	-	-	-	1,696.84
应收利息	杭州普丽思	-	-	-	110.83
	成都牵银	-	-	-	332.08
预付账款	杭州普丽思	-	-	-	12.19
其他应收款	Ableby	-	-	-	0.40
	Wind-Plus Group	-	-	-	25.61
	马钰	-	-	-	3.10
	蔡春兵	-	-	-	1.00
	杭州橙隆	-	-	37.69	-
	魔居客	-	-	-	450.00
其他非流动资产	杭州普丽思	-	-	-	700.00
	成都牵银	-	-	-	13,650.00

注：公司向杭州普丽思及成都牵银提供的委托贷款计为其他非流动资产科目。

2、应付项目

单位：万元

项目名称	关联方	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付票据	杭州普丽思	-	-	-	235.99
预收款项	杭州橙隆	-	-	-	8.04
其他应付款	Tricosco	-	-	-	36.55
	刘文龙	-	-	-	0.24

如上所示，截至 2019 年 6 月末，发行人已无关联方往来余额。

（四）关联方资金往来情况

报告期内，发行人与关联方之间资金往来具体情况如下：

1、2016 年度

单位：万元

关联方	往来科目	期初余额	本期增加		本期减少		期末余额
			金额	内容	金额	内容	
杭州莫丽斯	其他应收款	2,682.28	1,198.11	1、发行人代付杭州莫丽斯厂房建设用款等合计 987.10 万元； 2、杭州莫丽斯代收发行人 95.40 万元货款； 3、发行人代杭州莫丽斯支付费用 115.61 万元。	3,880.39	发行人收到杭州莫丽斯往来款 3,880.39 万元。	-
	其他应付款	390.28	142.60	发行人应付杭州莫丽斯房租 142.60 万元。	532.88	发行人支付杭州莫丽斯往来款 532.88 万元。	-
Tricosco	其他应付款	24.70	11.84	发行人、奥普集团、Tricosco 签署三方协议，由 Tricosco 承接发行人对奥普集团债务 11.84 万元。	-	-	36.55
奥普集团	其他应收款	-	18.00	发行人代奥普集团支付董事薪酬 18.00 万元。	18.00	1、奥普集团代发行人支付费用 29.84 万元； 2、发行人、奥普集团、Tricosco 签署三方协议，由 Tricosco 承接发行人对奥普集团债务 11.84 万元。	-
杭州牵银	其他应收款	3.00	-	-	3.00	发行人收到杭州牵银往来款 3 万元。	-

关联方	往来科目	期初余额	本期增加		本期减少		期末余额
			金额	内容	金额	内容	
魔居客	其他应收款	-	450.00	发行人支付魔居客往来款 450 万元。	-	-	450.00
东礼服饰	其他应付款	3.87	1.83	发行人向东礼服饰定制橱柜。	5.70	发行人支付东礼服饰定制橱柜款。	-

2、2017 年度

单位：万元

关联方	往来科目	期初余额	本期增加		本期减少		期末余额
			金额	内容	金额	内容	
杭州莫丽斯	其他应收款	-	99.86	1、发行人代杭州莫丽斯支付费用 0.02 万元； 2、杭州莫丽斯代收发行人 99.84 万元货款。	99.86	发行人收到杭州莫丽斯往来款 99.86 万元。	-
	其他应付款	-	4,033.59	1、杭州莫丽斯预付发行人成都牵银股权转让款 4,000 万元； 2、发行人、杭州莫丽斯、Tricosco 签署三方协议，由杭州莫丽斯承接 Tricosco 对发行人债权 33.59 万元。	4,033.59	1、成都牵银股权转让款冲抵 2,564.02 万元； 2、发行人退还杭州莫丽斯多支付成都牵银股权转让款 1,435.98 万元； 3、发行人支付杭州莫丽斯往来款 33.59 万元。	-
Tricosco	其他应付款	36.55	-	-	36.55	1、货款冲抵 2.56 万元； 2、发行人、杭州莫丽斯、Tricosco 签署三方协议，由杭州莫丽斯承接 Tricosco 对发行人债权 33.59 万元。	-

关联方	往来科目	期初余额	本期增加		本期减少		期末余额
			金额	内容	金额	内容	
Ableby	其他应收款	0.40	-	-	0.40	发行人收到 Ableby 股东支付往来 0.40 万元。	-
Wind-Plus Group	其他应收款	25.61	-	-	25.61	发行人收到 Wind-Plus Group 股东支付往来 25.61 万元。	-
魔居客	其他应收款	450.00	-	-	450.00	1、发行人收到魔居客支付往来 40 万元； 2、魔居客股东承接魔居客对发行人债务 410 万元。	-
杭州橙隆	其他应收款	-	37.69	杭州橙隆交接，“交接订单资产”作价预估差异形成。	-	-	37.69

3、2018 年度

关联方	往来科目	期初余额	本期增加		本期减少		期末余额
			金额	内容	金额	内容	
杭州橙隆	其他应收款	37.69	-	-	37.69	杭州橙隆交接尾款	-

报告期内，除上表所列之资金往来，发行人与关联方还存在委托贷款情况，具体请参见本章节之“四、报告期内的关联交易”之“（二）偶发性关联交易”之“3、关联借款”部分。

（五）关联交易对经营状况和财务状况的影响

发行人向关联方销售的商品主要是浴霸、集成吊顶等，其中杭州橙隆系发行人经销商。以上产品销售均系按照市场价格进行定价，不存在损害公司利益的情形。2017年12月，发行人收回杭州橙隆经销权，自2018年1月起，发行人与关联方之间未再发生类似关联销售。

报告期内，公司向杭州普丽思、东礼服饰两家公司的关联采购金额占公司主营业务成本比例较小，对公司经营成果的影响亦较小；且该等交易按照市场价格进行定价，不存在损害公司利益的情形。自2017年6月起，发行人与关联方之间再未发生类似关联采购。

报告期内，公司与关联方之间发生的偶发性关联交易主要为资产重组、关联租赁、关联担保以及关联借款，其中资产重组涉及的关联交易均根据评估价格或公司相关政策定价，且有利于提高公司资产及业务完整性；关联租赁价格公允，且涉及金额较小；未对关联方提供担保；关联借款均系通过银行委贷方式，定价公允，且亦已于报告期内全部清偿完毕。

公司与各关联方发生的各类关联交易往来款项支付正常，对本公司财务状况和经营成果均无重大不利影响。

五、比照关联交易要求披露的重要交易

（一）与浙江劲源的交易情况

1、发行人与浙江劲源之间的利益相关关系

2006年开始，集成吊顶产品凭借其安装方便、功能性更强、风格多样化等优势，越来越受到消费者的青睐，发行人亦决定拓宽产品品类，尽快发展集成吊顶产品。

当时集成吊顶属于新兴产品，发行人尚不具备相关生产技术。经发行人研发人员市场调研了解到唐国富一直从事集成吊顶扣板生产机器的研发工作，具备较好的集成吊顶扣板生产技术。2007年发行人与唐国富洽谈，希望由其为发行人

供应集成吊顶扣板。由于唐国富缺少足够的投资资金，唐国富向发行人共同实际控制人之一方胜康等人借款用于设立浙江劲源以开展集成吊顶扣板的生产。方胜康同意借款 180 万元，并通过陈金华名义持有浙江劲源 18% 股权，以作为借款的担保措施。自 2008 年成立至 2016 年期间，浙江劲源一直系发行人主要的集成吊顶扣板供应商，2017 年 1 月发行人新设的控股子公司嘉兴劲达（发行人持股 55%，唐国富持股 45% 并担任董事兼总经理）收购浙江劲源主要资产后，浙江劲源已无实际经营生产活动。

在借款存续期间，唐国富按照年利率 20% 按期向方胜康支付借款利息，并于 2017 年 1 月将借款本金全部偿还，至此上述债权债务关系已经结束。根据《上市公司信息披露管理办法》、《上海证券交易所股票上市规则》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》等法规相关规定，方胜康与唐国富及浙江劲源存在的上述关系，不属于关联关系，浙江劲源不属于发行人关联方。

2、发行人与浙江劲源的交易情况

报告期内，发行人在 2016 年度有向浙江劲源采购集成吊顶扣板、集成吊顶配件以及钣金类原材料等产品，并委托其进行集成吊顶扣板产品的试验、试制，以确保产品可以更好地适应市场变化及满足客户需求。2017 年 1 月发行人控股子公司嘉兴劲达收购了浙江劲源与集成吊顶扣板相关资产及业务后，发行人与浙江劲源不再发生交易。具体情况如下：

（1）发行人向浙江劲源采购商品与接受劳务情况

①采购产品情况

报告期内，发行人向浙江劲源采购情况如下：

单位：万元

类别	品类	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
OEM 产 品	集成吊顶扣板	-	-	569.64	10,939.93
	集成吊顶配件	-	-	111.56	3,031.37
	低值易耗品等其他	-	-	-	130.56
	小计	-	-	681.20	14,101.86

类别	品类	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
	占同类别比例	-	-	2.81%	48.21%
原材料	钣金类	-	-	29.90	160.97
	其他	-	-	4.10	26.10
	小计	-	-	34.00	187.07
	占同类别比例	-	-	0.06%	0.55%
合计		-	-	715.20	14,288.93
占主营业务成本比例		-	-	0.87%	22.76%

注：以上 2017 年度向浙江劲源采购的金额 715.20 万元，系年初收购浙江劲源资产的交易完成前发生的少量采购额

发行人向浙江劲源采购产品定价均是根据市场价格协商确定，采购价格公允。

②委托试制情况

报告期内，发行人委托浙江劲源进行试制检测情况如下：

单位：万元

品类	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
试制检测费	-	-	-	1,029.15
占发行人研发费用比例	-	-	-	19.74%

2016 年发行人向浙江劲源支付的试制检测费系根据发行人研发项目的内容、进度，委托浙江劲源进行相应型号产品的试验、试制，并根据材料消耗、加工难度等支付相应的试制检测费。

(2) 发行人控股子公司嘉兴劲达收购浙江劲源资产及业务情况

随着发行人集成吊顶业务规模逐年增长，且部分重要客户开始要求发行人所供应产品必须自制（发行人自身或控股子公司生产），故为了客户关系的维护以及供应稳定性，发行人与唐国富进行协商，于 2016 年末共同出资设立由发行人控股的嘉兴劲达（发行人持股 55%，唐国富持股 45%并担任董事兼总经理）来负责集成吊顶产品的生产。

2017年1月，发行人控股子公司嘉兴劲达收购了浙江劲源与集成吊顶扣板相关的资产及业务，具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“1、收购浙江劲源资产”。上述收购定价依据坤元资产评估有限公司出具《嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司拟收购浙江劲源科技发展有限公司部分资产价值评估项目》（坤元评报[2017]69号），交易价格公允。本次收购完成后，浙江劲源不再是发行人供应商。

3、发行人与浙江劲源的交易往来款项余额情况

报告期各期末，发行人与浙江劲源往来款项余额情况如下：

单位：万元

科目名称	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付账款	-	-	-	1,953.01
应付票据	-	-	-	1,410.00
预付账款	-	-	-	800.00

2016年末800万元预付账款系嘉兴劲达预付浙江劲源的资产收购款。

4、发行人与浙江劲源的其他资金往来情况

报告期内，发行人与浙江劲源除前述采购、产品试制及资产收购交易发生的资金往来外，不存在其他资金往来。

（二）与中山博琅的交易情况

1、发行人与中山博琅之间的利益相关关系

白雪松及奉涛系发行人2016年、2017年1-6月集成吊顶扣板供应商中山博琅持股之主要股东。2017年6月，发行人新设的控股子公司成都劲启与中山劲启收购中山博琅相关资产及业务，有关情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“3、收购中山博琅资产及业务”，本次收购完成后，中山博琅不再是发行人供应商，并已注销。

白雪松配偶李仕泽、奉涛系发行人控股子公司成都劲启与中山劲耀之少数股东，其中李仕泽担任成都劲启及中山劲启的董事兼总经理，担任中山劲耀董事；奉涛担任成都劲启及中山劲启的董事。李仕泽、奉涛与发行人股东、董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系。

根据《上市公司信息披露管理办法》、《上海证券交易所股票上市规则》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》等法规相关规定，中山博琅不属于发行人关联方。

2、发行人与中山博琅的交易情况

报告期内，发行人在 2016 年及 2017 年 1-6 月向中山博琅采购集成吊顶扣板、集成吊顶配件以及钣金类原材料等产品。2017 年 6 月发行人控股子公司成都劲启及中山劲启收购了中山博琅与集成吊顶扣板相关资产及业务后，发行人与中山博琅不再发生交易。具体情况如下：

(1) 发行人向中山博琅采购商品与接受劳务情况

报告期内，发行人向中山博琅采购情况如下：

单位：万元

类别	品类	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
OEM 产 品	集成吊顶扣板	-	-	2,676.93	2,904.51
	集成吊顶配件	-	-	67.36	34.30
	低值易耗品等其他	-	-	-	21.03
	小计	-	-	2,744.29	2,959.85
	占同类别比例	-	-	11.32%	10.12%
原材料	钣金类	-	-	12.31	174.08
	其他	-	-	32.96	45.25
	小计	-	-	45.27	219.33
	占同类别比例	-	-	0.08%	0.65%
合计		-	-	2,789.56	3,179.17
占主营业务成本比例		-	-	3.39%	5.06%

注：2017 年采购金额不含中山劲启及成都劲启收购中山博琅的存货。

发行人向中山博琅采购产品定价均是根据市场价格协商确定，采购价格公允。

（2）发行人控股子公司成都劲启及中山劲启收购中山博琅资产及业务情况

中山博琅主要从事集成吊顶扣板的研发、生产和销售等，原系发行人主要供应商之一。随着公司集成吊顶扣板业务不断发展，为确保集成吊顶扣板供应的稳定性，发行人拟将集成吊顶扣板由原 OEM 模式调整为自制模式。发行人控股子公司中山劲启、成都劲启分别与中山博琅协商一致，收购中山博琅与集成吊顶扣板相关的资产。

2017 年 6 月，发行人控股子公司成都劲启及中山劲启收购了中山博琅与集成吊顶扣板相关的资产及业务，具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“3、收购中山博琅资产及业务”。上述收购定价依据坤元资产评估有限公司出具《中山劲启材料科技有限公司拟收购中山博琅集成装饰材料有限公司部分资产价值评估项目》（坤元评报[2017]359 号）及《成都劲启材料科技有限公司拟收购中山博琅集成装饰材料有限公司部分资产价值评估项目》（坤元评报[2017]360 号），交易价格公允。本次收购完成后，中山博琅不再是发行人供应商，并已注销。

3、发行人与中山博琅的交易往来款项余额情况

报告期各期末，发行人与中山博琅往来款项余额情况如下：

单位：万元

科目名称	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付账款	-	-	-	724.41
应付票据	-	-	-	235.00
其他应收款	-	-	-	3.53

2016 年末中山博琅其他应收款 3.53 万元系成都博朗尼向中山博琅销售了部分包装物所致。

4、发行人与中山博琅的其他资金往来情况

报告期内，发行人与中山博琅除前述采购及资产收购交易发生的资金往来外，不存在其他资金往来。

六、规范关联交易的制度安排

为严格执行中国证监会有关规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间订立的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则，根据《公司法》、《证券法》、《企业会计准则—关联方关系及其交易的披露》等有关法律、法规，公司在《公司章程》及公司相关文件中对关联交易决策权力与决策程序作出了明确规定。

（一）决策权限

1、公司与关联法人拟发生的交易金额低于 300 万元，或低于公司最近一期经审计净资产绝对值的 0.5%的关联交易（公司提供担保除外），由总经理决定后方可实施。

公司与关联自然人拟发生的交易金额低于 30 万元的关联交易（公司提供担保除外），由总经理决定后方可实施。

2、公司与关联法人拟发生的交易金额在 300 万元（含本数）以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值的 0.5%（含本数）以上的关联交易，应当提交公司董事会审议通过后方可实施。

公司与关联自然人拟发生的交易金额在 30 万元（含本数）以上的关联交易，应当提交公司董事会审议通过后方可实施。

3、公司与关联人之间拟发生的交易金额在 3,000 万元（含本数）以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，董事会应当将该关联交易提交公司股东大会审议，该关联交易经股东大会批准后方可实施。

公司与关联人就同一标的或者公司与同一关联人在连续 12 个月内发生的关联交易累计金额达到 2 或 3 所述标准的，公司应当按照相应程序作出决策。

上述同一关联人，包括与该关联人受同一法人或其他组织或者自然人直接或

间接控制的，或相互存在股权控制关系；以及由同一关联自然人担任董事或高级管理人员的法人或其他组织。

公司与关联人共同出资设立公司，应当以公司的出资额作为交易金额，适用本制度的相关规定。

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。

（二）回避制度

1、公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。

2、股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东应当放弃对该议案的投票权，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决权总数。

七、发行人最近三年关联交易的执行情况及公司独立董事、董事会、股东大会意见

（一）报告期内关联交易决策程序的执行情况

1、报告期内股份公司设立之前发生的关联交易

股份公司设立之前，《公司章程》未对关联交易作特别规定，奥普卫厨也未制定关联交易相关管理制度。关联交易均按交易额大小由总经理、董事会批准执行。

2、报告期内股份公司设立之后发生的关联交易

股份公司设立后，公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《融资与对外担保管理制度》及《独立董事工作制度》等与关联交易相关的规则与制度，其对关联交易决策权力和程序进行相关规定，对公司与关联人发生的重大关联交易由董事会提交股东大会批准，对非重大关联交易由董事会批准。公司董事会、股东大会审议关联交易时，关联董事

及关联股东需回避表决。

（二）公司独立董事、全体董事、股东对报告期内关联交易的确 认情况

公司分别于2018年3月19日召开第一届董事会第四次会议和第一届监事会第三次会议、2018年4月9日召开2017年年度股东大会，审议通过了《关于对公司2015年度、2016年度及2017年度关联交易予以确认的议案》。发行人独立董事马国鑫、杜立民、周夏飞于2018年3月19日出具了《独立董事意见》，确认发行人报告期内发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议或合同所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格依据市场定价原则或者按照不损害发行人或其他股东利益的原则确定，不存在损害发行人及其他股东利益的情况。发行人报告期内发生的关联交易，均已按照发行人当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序。

公司于2018年9月12日召开第一届董事会第五次会议和第一届监事会第四次会议，审议通过了《关于对公司2018年1-6月与关联方杭州橙隆贸易有限公司往来余额结算予以确认的议案》，确认截至2017年12月31日的关联往来余额已支付完毕。

八、公司减少关联交易的措施

（一）公司与关联方资产重组

为减少关联交易，公司与关联方进行了资产重组，具体情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”。

（二）制定完善相关制度

为规范公司的关联交易行为和减少不必要的关联交易，公司制定并完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《融资与对外担保管理办法》及《独立董事制度》等与关联交易相关的规则与制度，其对关联交易决策权力和程序进行相关规定，对公司与关联人发生的重大关

联交易由董事会提交股东大会批准，对非重大关联交易由董事会批准。公司董事会、股东大会审议关联交易时，关联董事及关联股东需回避表决。

（三）控股股东及实际控制人出具的相关承诺

为规范与发行人之间的关联交易，发行人控股股东 Tricosco 和共同实际控制人 Fang James、方胜康均已分别作出《关于避免或减少关联交易的承诺函》，具体承诺内容如下：

“1、在不对奥普家居及其控股子公司、其他股东的利益构成不利影响的前提下，本公司/本人、本公司及其下属企业/本人及本人关系密切的近亲属所控制或施加重大影响的企业将采取措施尽量避免和减少与奥普家居及其子公司之间的关联交易。

2、对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，将与奥普家居及其子公司依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件和公司章程的规定履行批准程序；关联交易价格将依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性；保证按照有关法律、法规和公司章程的规定履行关联交易的信息披露义务；保证不利用关联交易非法转移奥普家居的资金、利润，不利用关联交易损害奥普家居及其他非关联股东的利益。

3、本公司/本人承诺在奥普家居董事会、股东大会对涉及本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业的有关关联交易事项进行表决时，履行回避表决的义务。

4、本公司/本人承诺不利用自身的地位及控制性影响谋求奥普家居及其控制的其他企业在业务合作等方面给予本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业优于市场第三方的权利；同时不利用自身的地位及控制性影响谋求本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业与奥普家居及其控制的其他企业达成交易的优先权利。

5、本承诺自签署之日起生效，且本公司/本人将忠实履行上述承诺，并承担由于违反上述承诺给奥普家居造成的直接、间接的经济损失及产生的法律责任。”

第八节 董事、监事、高级管理人员

一、董事、监事及高级管理人员简介

(一) 董事

公司董事会由 7 人组成，其中独立董事 3 名，本届董事会人员名单及任期如下：

序号	姓名	职务	任期
1	Fang James	董事长	2017.6.22-2020.6.21
2	方胜康	董事	2017.6.22-2020.6.21
3	吴兴杰	董事	2017.6.22-2020.6.21
4	刘文龙	董事	2017.6.22-2020.6.21
5	马国鑫	独立董事	2017.6.22-2020.6.21
6	杜立民	独立董事	2017.6.22-2020.6.21
7	周夏飞	独立董事	2017.6.22-2020.6.21

董事简介如下：

1、Fang James 先生简介

Fang James 先生，原中文名为方杰，奥普卫厨创始人之一，澳大利亚国籍，1964 年 8 月出生，本科学历。Fang James 先生曾担任杭州市侨商协会会长，并获得首届华侨华人专业人士杰出创业奖。Fang James 先生曾先后任上海师范大学教师，澳大利亚 LIGHT UP 灯具公司总经理，自 1993 年起担任奥普电器董事长，自 2004 年起担任奥普卫厨董事长。2017 年 6 月至今担任奥普家居董事长。

2、方胜康先生简介

方胜康先生，奥普卫厨创始人之一，中国香港籍，1953 年 2 月出生，大专学历，浙江省高级经济师，杭州市第十届人大代表，曾获得杭州市劳动模范称号。方胜康先生曾任杭州华光电冰箱厂厂长，自 1993 年起担任奥普电器董事，自 2004

年起担任奥普卫厨董事兼总经理。2017年6月至今担任奥普家居董事兼总经理。

3、吴兴杰先生简介

吴兴杰先生，中国国籍，无境外永久居留权，1981年6月出生，博士学位。吴兴杰先生曾先后任深圳金涌泉投资基金管理公司基金经理，杭州奥普博朗尼卫厨科技有限公司总经理助理，2013年加入奥普卫厨，任总裁助理，2014年6月开始任奥普卫厨总裁。2017年6月至今任奥普家居董事、常务副总经理。

4、刘文龙先生简介

刘文龙先生，中国国籍，无境外永久居留权，1976年10月出生，本科学历，非执业注册会计师。刘文龙先生曾先后任济南轻骑摩托车有限公司财务主管、浙江华泰丝绸有限公司财务经理，2004年6月加入奥普卫厨，任财务总监。2017年6月至今任奥普家居董事、董事会秘书、财务总监。

5、马国鑫先生简介

马国鑫先生，中国国籍，无境外永久居留权，1953年9月出生，本科学历。马国鑫先生曾先后任杭州医疗器械厂主任、副经理，浙江省家用电器协会筹备组成员、主任、副秘书长。现任浙江省家用电器协会副理事长兼秘书长，2017年6月至今任奥普家居独立董事。目前同时兼任奇精机械股份有限公司独立董事、杭州老板电器股份有限公司独立董事。

6、杜立民先生简介

杜立民先生，中国国籍，无境外永久居留权，1979年6月出生，博士学位。杜立民先生曾先后任厦门大学博士后研究人员，浙江大学讲师、副研究员、研究员职位。2017年6月至今任奥普家居独立董事。

7、周夏飞女士简介

周夏飞女士，中国国籍，无境外永久居留权，1965年6月出生，研究生学历，非执业注册会计师。现任浙江大学经济学院财政系副主任、副教授、硕士生导师。2017年6月至今任奥普家居独立董事。目前同时兼任上海朗阁教育科技股份有限公司独立董事、衢州南高峰化工股份有限公司独立董事、横店集团得邦

照明股份有限公司独立董事、浙江山峪科技股份有限公司独立董事、百合花集团股份有限公司独立董事。

（二）监事

公司监事会由 3 人组成，其中马钰是由职工代表大会选举产生的监事，本届监事会名单及任期如下：

序号	姓名	职务	任期
1	汪纪纯	监事会主席	2019.1.30-2020.6.21
2	黄苏芳	监事	2017.6.22-2020.6.21
3	马钰	职工代表监事	2017.6.22-2020.6.21

监事简介如下：

1、汪纪纯先生简介

汪纪纯先生，中国国籍，无境外永久居留权，1987 年 11 月出生，职高学历。汪纪纯先生 2006 年加入奥普卫厨，曾先后担任品管部检验员、检验主管、电子商务部经理、大客户中心工程部经理，现任大客户中心工程部副总监。2019 年 1 月至今担任奥普家居监事会主席。

2、黄苏芳女士简介

黄苏芳女士，中国国籍，无境外永久居留权，1980 年 7 月出生，大专学历。黄苏芳女士曾先后担任浙江华州文仪有限公司商务专员，浙江华立集团商务专员，2006 年加入奥普卫厨先后担任浴顶事业部经理、集成事业部市场部经理、集成事业部总经理助理，现任集成事业部副总经理兼墙面运营中心总监。2017 年 6 月至今担任奥普家居监事。

3、马钰女士简介

马钰女士，中国国籍，无境外永久居留权，1982 年 4 月出生，硕士学历。马钰女士 2007 年 6 月加入奥普卫厨，先后担任人力资源专员、培训主管、招聘主管、人力资源部经理、人力资源中心副总监，现任人力资源中心总监。2017

年6月至今担任奥普家居职工代表监事。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员名单及任期如下：

序号	姓名	职务	任期
1	方胜康	总经理	2017.6.22-2020.6.21
2	吴兴杰	常务副总经理	2017.6.22-2020.6.21
3	方国樑	副总经理	2017.6.22-2020.6.21
4	孙德富	总工程师	2017.6.22-2020.6.21
5	刘文龙	财务总监兼董事会秘书	2017.6.22-2020.6.21

方胜康先生、吴兴杰先生、刘文龙先生简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（一）董事”。

其他管理人员简介如下：

1、方国樑先生简介

方国樑先生，中国国籍，无境外永久居留权，1959年3月出生，大专学历。方国樑先生2004年加入奥普卫厨，先后担任江苏分公司总经理、营销总监。2017年6月至今担任奥普家居副总经理。

2、孙德富先生简介

孙德富先生，中国国籍，无境外永久居留权，1966年12月出生，大专学历。孙德富先生2004年加入奥普卫厨，先后担任产品研发部经理、总监。2017年6月至今担任奥普家居总工程师。

（四）董事、监事、高级管理人员的提名与选聘情况

1、董事提名与选聘情况

本届董事会为公司第一届董事会，董事 Fang James、方胜康、刘文龙由公司

控股股东 Tricosco 提名, 董事吴兴杰由公司股东文泽投资提名, 独立董事马国鑫、杜立民由公司控股股东 Tricosco 提名, 独立董事周夏飞由公司股东明泽投资提名。董事 Fang James、方胜康、吴兴杰、刘文龙、马国鑫、杜立民、周夏飞均通过 2017 年 6 月 20 日召开的公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生。

2017 年 6 月 20 日, 公司第一届董事会第一次会议选举 Fang James 为公司董事长。

2、监事提名与选聘情况

本届监事会为公司第一届监事会, 监事蔡春兵由公司控股股东 Tricosco 提名, 监事黄苏芳由公司股东明泽投资提名, 并经 2017 年 6 月 20 日召开的公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生。公司职工监事马钰经 2017 年 6 月 20 日召开的公司职工代表大会选举产生。

2017 年 6 月 20 日, 公司第一届监事会第一次会议选举蔡春兵为本届监事会主席。

由于监事会主席蔡春兵因个人原因向监事会提交书面辞职报告。2019 年 1 月 30 日, 公司召开 2019 年第一次临时股东大会, 同意选举由 Tricosco 提名的汪纪纯为股东代表监事, 任期与第一届监事会任期相同。同日, 公司第一届监事会第六次会议选举汪纪纯为第一届监事会主席。

3、高级管理人员提名与选聘情况

公司现任总经理方胜康、董事会秘书刘文龙由公司董事长 Fang James 提名, 公司现任常务副总经理吴兴杰、副总经理方国樑、总工程师孙德富、财务总监刘文龙由公司总经理方胜康提名, 方胜康、吴兴杰、方国樑、孙德富、刘文龙经 2017 年 6 月 20 日召开的第一届董事会第一次会议决议聘任。

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份情况

(一) 持股情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有公司股份如下表所示：

序号	姓名	职务或与公司关系	直接持股数量(万股)	间接持股数量(万股)	持股比例(%)	是否质押或冻结
1	Fang James	董事长	-	10,530.25	29.25	否
2	方胜康	董事、总经理	-	11,036.27	30.66	否
3	吴兴杰	董事、常务副总经理	-	2,474.01	6.87	否
4	方雯雯	方胜康女儿、吴兴杰配偶、战略市场中心总经理	-	1,493.31	4.14	否
5	刘文龙	董事、董事会秘书、财务总监	-	49.52	0.14	否
6	方国樑	副总经理	-	38.90	0.11	否
7	孙德富	总工程师	-	14.15	0.04	否
8	汪纪纯	监事会主席、大客户中心工程部 副总监	-	12.38	0.03	否
9	黄苏芳	监事、集成事业部副总经理、墙面运营中心总监	-	17.68	0.05	否
10	马钰	职工监事、人力资源中心总监	-	12.38	0.03	否
11	方黎	电器研发中心情报信息组主管	-	8.84	0.02	否

注：间接持股情况=持/占有中间主体股份或份额×中间主体持有公司股份比例。

除上表外，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在以任何其他方式直接或间接持有本公司股份的情况。

(二) 最近三年持股变动情况

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有本公司股份的变动情况如下：

姓名	职务或与公司关系	持股比例(%)				
		2016年末	2017年末	2018年末	2019年6月末	发行前
Fang James	董事长	38.12	29.25	29.25	29.25	29.25
方胜康	董事、总经理	46.06	30.52	30.52	30.62	30.66

姓名	职务或与公司关系	持股比例（%）				
		2016年末	2017年末	2018年末	2019年6月末	发行前
吴兴杰	董事、常务副总经理	6.99	6.87	6.87	6.87	6.87
方雯雯	方胜康女儿、吴兴杰配偶、战略市场中心总经理	0.01	4.14	4.14	4.14	4.14
刘文龙	董事、董事会秘书、财务总监	0.10	0.14	0.14	0.14	0.14
方国樑	副总经理	0.11	0.11	0.11	0.11	0.11
孙德富	总工程师	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
汪纪纯	监事会主席、大客户中心工程部 副总监	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
黄苏芳	监事、集成事业部副总经理、墙面运营中心总监	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
马钰	职工监事、人力资源中心总监	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
方黎	电器研发中心情报信息组主管	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02

三、董事、监事、高级管理人员对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事长 Fang James、董事兼总经理方胜康、董事兼常务副总经理吴兴杰控制的其他企业情况见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、报告期内的关联方及关联关系”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

截至本招股说明书签署之日，公司董事长 Fang James、董事兼总经理方胜康、董事兼常务副总经理吴兴杰其他对外投资情况（非控股）以及其他董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下表所示：

姓名	职务	对外投资公司名称	持股比例（%）	主营业务
Fang James	董事长	Smart Rise International Limited	6.95	投资管理
方胜康	董事、总经理	明泽投资	0.68	投资管理
		聚泽投资	15.90	投资管理
		苏州慧闻纳米科技有限公司	0.88	纳米材料及传感器的技术开发
吴兴杰	董事、常务副总	深圳前海优品优居网络科技有限公司	2.48	家居互联网综合

姓名	职务	对外投资公司名称	持股比例 (%)	主营业务
	经理			服务商
		深圳金涌泉投资企业（有限合伙）	5.43	投资管理
		明泽投资	58.08	投资管理
刘文龙	董事、董事会秘书、财务总监	聚泽投资	8.99	投资管理
方国樑	副总经理	明泽投资	3.19	投资管理
孙德富	总工程师	明泽投资	1.16	投资管理
汪纪纯	监事会主席	明泽投资	1.02	投资管理
黄苏芳	监事	明泽投资	1.45	投资管理
马钰	职工监事	明泽投资	1.02	投资管理

除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员无其他对外重大投资情况，上述人员的对外投资均不与发行人业务产生利益冲突。

四、董事、监事、高级管理人员薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员最近一期从公司领取的税前收入情况如下：

单位：万元

姓名	职务	2019年1-6月薪酬	领薪单位
Fang James	董事长	54.00	发行人
方胜康	董事、总经理	54.00	发行人
吴兴杰	董事、常务副总经理	46.76	发行人
刘文龙	董事、董事会秘书、财务总监	36.76	发行人
马国鑫	独立董事	4.00	发行人
杜立民	独立董事	4.00	发行人
周夏飞	独立董事	4.00	发行人
方国樑	副总经理	46.92	发行人
孙德富	总工程师	28.82	发行人
汪纪纯	监事会主席、大客户中心工程部副总监	14.49	发行人

姓名	职务	2019年1-6月薪酬	领薪单位
黄苏芳	监事、集成事业部副总经理、墙面运营中心总监	23.26	发行人
马钰	职工监事、人力资源中心总监	24.56	发行人

在本公司任职的董事、监事、高级管理人员，除领取薪酬外，无其他特殊待遇或退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员兼职情况

截至本招股说明书签署之日，董事、监事、高级管理人员在公司及控股子公司以外的其他单位兼职情况如下：

姓名	职务	兼职单位	职务	兼职单位与公司的关系
Fang James	董事长	杭州莫丽斯	董事兼总经理	控股股东全资子公司
		杭州普丽思	董事	实际控制人控制的公司
		Tricosco	董事	发行人控股股东
		SeeSi	董事	实际控制人控制的公司
		Crista	董事	实际控制人控制的公司
		奥普集团	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		Ableby	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		Wind-Plus Electrical	董事	实际控制人控制的公司
		Wind-Plus Group	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
方胜康	董事兼总经理	杭州莫丽斯	董事长	控股股东全资子公司
		杭州牵财投资有限公司	执行董事	实际控制人控制的公司
		杭州明泽投资有限公司	执行董事	实际控制人控制的公司
		杭州普丽思	董事长	实际控制人控制的公司
		东礼服饰	执行董事	实际控制人控制的公司之全资子公司

姓名	职务	兼职单位	职务	兼职单位与公司的关系
		成都玫瑰苑房地产开发有限公司	执行董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		杭州景驰科技有限公司	执行董事	控股股东全资子公司
		Tricosco	董事	发行人控股股东
		Sino Broad	董事	实际控制人控制的公司
		Crista	董事	实际控制人控制的公司
		奥普集团	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		Ableby	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		Wind-Plus Electrical	董事	实际控制人控制的公司
		Wind-Plus Group	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
吴兴杰	董事、常务副总经理	文泽投资	执行事务合伙人	实际控制人一致行动人控制的公司、发行人股东
		奥普集团	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		杭州莫丽斯	董事	控股股东之全资子公司
刘文龙	董事、财务总监、董事会秘书	聚泽投资	执行事务合伙人	发行人股东
方国樑	副总经理	明泽投资	执行事务合伙人	发行人股东
马国鑫	独立董事	奇精机械股份有限公司	独立董事	无
		老板电器	独立董事	无
周夏飞	独立董事	横店集团得邦照明股份有限公司	独立董事	无
		上海朗阁教育科技股份有限公司	独立董事	无
		衢州南高峰化工股份有限公司	独立董事	无
		浙江山峪科技股份有限公司	独立董事	无
		百合花集团股份有限公司	独立董事	无

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员均无其他兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员中，Fang James 与方胜康是堂兄弟关系，吴兴杰与方雯雯是夫妻关系，方胜康与方雯雯是父女关系。其他董事、监事、高级管理人员之间均不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员与公司签署协议及承诺情况

本公司与董事、监事、高级管理人员分别签订了《劳动合同》或《聘用合同》，并正常履行。

公司董事、监事、高级管理人员均签署了《股份锁定承诺》、《关于首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺》、《关于被摊薄即期回报的措施及承诺》等文件，具体请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十三、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况”的相关内容。

截至本招股说明书签署之日，上述合同、承诺履行正常，未发生违约情况。

八、董事、监事及高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署之日，公司所有董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合《公司法》、《证券法》等相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，其聘任均符合《公司章程》规定的程序。

九、报告期内董事、监事及高级管理人员变动情况

截至本招股说明书签署之日，公司历次董事、监事及高级管理人员变动均履行了《公司章程》所规定的程序。近三年及一期，公司董事、监事及高级管理人员变动情况如下：

（一）董事变动情况

2016年1月至2017年1月，奥普卫厨董事会均由 Fang James、方胜康及柴俊麒组成，其中 Fang James 为董事长。

2017年1月15日，根据奥普卫厨董事会决议，免去柴俊麒董事职务，同时增选吴兴杰为奥普卫厨董事。

2017年6月20日，本公司创立大会暨第一次临时股东大会选举 Fang James、方胜康、吴兴杰、刘文龙、马国鑫、杜立民、周夏飞为股份公司第一届董事会董事，其中 Fang James 为董事长，马国鑫、杜立民、周夏飞为独立董事。

公司最近三年内董事的上述变化，主要是由于整体变更设立股份有限公司及规范公司经营管理而进行的必要调整，且公司董事长未发生变化。

公司董事的上述变化不属于最近三年发生重大变化的情况。

(二) 监事变动情况

2016年1月至2017年5月，蔡春兵任奥普卫厨监事。

2017年6月14日，公司召开职工代表大会一致选举马钰为本公司第一届监事会职工代表监事。2017年6月20日，本公司创立大会暨第一次临时股东大会选举蔡春兵、黄苏芳为股份公司第一届监事会股东代表监事。其中，蔡春兵为本公司第一届监事会主席。

监事会主席蔡春兵因个人原因向监事会提交书面辞职报告。2019年1月30日，公司2019年第一次临时股东大会选举汪纪纯为第一届监事会股东代表监事。同日，公司第一届监事会第六次会议选举汪纪纯为第一届监事会主席。

(三) 高级管理人员变动情况

2016年1月至2017年5月，方胜康担任奥普卫厨总经理。

2017年6月20日，本公司第一届董事会第一次会议，决议聘任方胜康为总经理，吴兴杰为常务副总经理，方国樑为副总经理，孙德富为总工程师，刘文龙为董事会秘书兼财务总监。

公司最近三年高级管理人员的上述变化，主要是由于设立股份有限公司及规范公司管理等而进行的必要调整，总经理方胜康未发生变化。

公司高级管理人员的上述变化不属于最近三年发生重大变化的情况。

（四）奥普集团董事及高级管理人员变动情况

2016年1月至2016年9月奥普集团完成私有化的期间内，奥普卫厨为香港上市公司奥普集团的全资子公司，对奥普卫厨重大事项具有最终决策权的董事会建立在奥普集团层面。

上述期间内，奥普集团的董事一直系 Fang James、方胜康、吴兴杰、卢颂康、林晓峰、吴德龙、沈建林、甘为民，高级管理人员一直系方胜康、范毅润及陈家发，均未发生变动。

自奥普集团于2016年9月30日完成私有化退市至今，奥普集团的管理层不再控制发行人的经营管理，发行人的高级管理人员直接在发行人层面参与运营及管理。

综上，公司董事、监事及高级管理人员在报告期内未发生重大变动。

第九节 公司治理

公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等相关法律、行政法规、规范性文件的要求，对《公司章程》进行了修订，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，逐步形成了规范的公司治理结构。公司自设立以来，股东大会、董事会、监事会等机构和人员均能够按照有关法律、法规、公司章程和相关议事规则的规定，独立有效地进行运作并切实履行应尽的职责和义务，没有违法、违规的情形发生。

一、公司治理制度及运行情况

（一）股东大会制度及其运行情况

股东大会是公司的权力机构，依据《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》的规定规范运作。

1、股东大会的建立

2017年6月20日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》、《重大投资经营决策管理制度》、《融资与对外担保管理制度》等相关议案，选举产生了公司第一届董事会和第一届监事会，建立了规范的股东大会制度。

2、股东大会的职权

公司的股东大会依法行使下列职权：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换董事、股东代表出任的监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会的报告；（4）审议批准监事会的报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（8）对发行公司债券作出决议；（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（10）修改公司章程；（11）对公司聘用、解聘会

计师事务所，或更改公司的会计准则或政策作出决议；（12）审议批准公司章程规定的对外担保事项；（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计合并报表总资产 30% 的事项；（14）审议批准变更募集资金用途事项；（15）审议股权激励计划；（16）签署任何可能导致发生上述（1）至（15）项事项的协议，或以任何方式同意作出上述（1）至（15）项的行动；（17）审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会运行情况

自 2017 年 6 月 20 日公司召开创立大会暨第一次临时股东大会以来，公司随后分别于 2017 年 10 月 9 日、2018 年 4 月 9 日、2019 年 1 月 30 日、2019 年 3 月 15 日、2019 年 8 月 10 日、2019 年 9 月 27 日、2019 年 11 月 8 日召开了 7 次股东大会。

公司历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等的要求规范运作。

（二）董事会制度及其运行情况

公司制定了《董事会议事规则》，公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利、履行义务，董事会运行规范。

1、董事会构成

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，包括 1 名会计专业人士。董事会设董事长 1 名。董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事由股东大会选举或更换，任期 3 年，可连选连任。

2、董事会职权

董事会行使下列职权：（1）负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行股票、债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公司重大收购、收购公司股份或者合并、分立和解散方案；（8）在股东大会

授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司常务副总经理、副总经理、财务总监、总工程师等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订公司章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（16）法律、行政法规、部门规章、公司章程或股东大会授予的其他职权。

超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

3、董事会运行情况

自 2017 年 6 月 20 日公司召开第一次董事会会议以来，公司随后分别于 2017 年 9 月 22 日、2017 年 12 月 15 日、2018 年 3 月 19 日、2018 年 9 月 12 日、2019 年 3 月 4 日、2019 年 7 月 26 日、2019 年 8 月 12 日、2019 年 10 月 14 日、2019 年 11 月 8 日召开了 9 次董事会会议。

（三）监事会制度及其运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，公司的监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利、履行义务，监事会运行规范。

1、监事会构成

公司监事会由 3 名监事组成，其中包括股东代表监事 2 名和职工代表监事 1 名。监事会设主席一人，由全体监事过半数选举产生。监事每届任期 3 年，股东代表监事由股东大会选举或更换，职工代表监事由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。监事可以连选连任。

2、监事会职权

监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、

高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；（9）股东大会授予的其他职权。

3、监事会运行情况

自2017年6月20日公司召开第一次监事会会议以来，公司随后分别于2017年9月22日、2018年3月19日、2018年9月12日、2019年1月14日、2019年1月30日、2019年3月15日、2019年7月26日召开了7次监事会会议。

（四）独立董事制度及运行情况

公司独立董事自聘任以来，认真履行职责，在规范公司运作、保护中小股东权益、提高董事会决策水平等方面起到了积极作用，进一步完善了公司法人治理结构。

1、独立董事构成

本公司设有3名独立董事，包括1名会计专业人士。独立董事候选人可由董事会、监事会或单独或合并持有公司已发行股份百分之一以上的股东提名，经股东大会选举决定。独立董事任期三年。独立董事任期届满可连选连任，但是连任时间不得超过6年。

2、独立董事履行职权的制度安排

公司制定了《独立董事工作制度》，对独立董事的任职资格、权责范围做出了明确规定。独立董事除具有《公司法》等法律、法规及公司章程赋予的董事职权外，还具有以下职权：（1）向董事会提议召开临时股东大会。董事会拒绝召开的，可以向监事会提议召开临时股东大会；（2）提议召开董事会会议；（3）对公司董事、高级管理人员的薪酬计划、激励计划等事项进行审核；（4）向董事会提

议聘用或解聘会计师事务所；（5）对重大关联交易予以事先认可；（6）在股东大会召开前公开向股东征集投票权；（7）基于履行职责的需要聘请审计机构或咨询机构。

独立董事除履行上述职责外，还应当就以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；（5）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项。

3、独立董事履职情况

公司独立董事依据《公司章程》、《独立董事工作制度》和相关法律、法规的要求，认真履行职责，积极出席公司董事会会议和参与董事会下设的战略委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会的工作。独立董事及时了解公司经营情况，参与讨论和决策有关重大事项，对需要独立董事发表意见的事项发表了意见，对公司法人治理结构的完善和规范化运作等方面发挥了积极有效的作用，有效保护了全体股东特别是中小股东的利益。

（五）董事会秘书制度及运行情况

1、董事会秘书制度安排

公司设董事会秘书一名，董事会秘书为公司的高级管理人员，董事会秘书对董事会负责，遵守法律、法规及公司章程的规定，承担高级管理人员的有关法律责任，对公司负有诚信和勤勉义务。董事会秘书为公司与证券交易所的指定联系人，负责管理公司信息披露事务部门。

2、董事会秘书工作职责

根据《董事会秘书工作细则》，董事会秘书的主要职责是：负责公司信息披露管理事务；协助公司董事会加强公司治理机制建设；负责公司投资者关系管理事务，完善公司投资者的沟通、接待和服务工作机制；负责公司股权管理事务；

协助公司董事会制定公司资本市场发展战略，协助筹划或者实施公司资本市场再融资或者并购重组事务；负责公司规范运作培训事务，组织公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员接受相关法律法规和其他规范性文件的培训；提示公司董事、监事、高级管理人员履行忠实、勤勉义务；履行《公司法》、中国证监会和上海证券交易所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书制度运行情况

公司董事会秘书根据公司章程和《董事会秘书工作细则》履行职责，按照法定程序组织董事会会议和股东大会，协助公司董事、监事和高级管理人员了解法律法规及规范性文件规定的责任，促使董事会依法行使职权，对完善公司的法人治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

（六）专门委员会的设置情况

董事会下设 4 个专门委员会：战略与发展委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会。专门委员会成员全部由董事组成，其中提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会中有 1 名独立董事是会计专业人士。目前，各专门委员会成员的具体名单如下：

委员会名称	召集人	任期
战略与发展委员会	Fang James	Fang James、方胜康、吴兴杰、刘文龙、马国鑫
提名委员会	杜立民	杜立民、马国鑫、周夏飞
审计委员会	周夏飞	周夏飞、马国鑫、杜立民
薪酬与考核委员会	马国鑫	马国鑫、杜立民、周夏飞

战略与发展委员会的主要职责权限：（1）对公司发展战略和中、长期发展规划方案进行研究、提出建议及提交董事会审议决定，并对其实施进行评估、监控；（2）对公司增加或减少注册资本、发行公司债券、合并、分立、解散事项的方案进行研究，并提出建议及提交董事会审议决定；（3）对公司重大业务重组、对外收购、兼并及资产出让进行研究，并提出建议及提交董事会审议决定；（4）对公司拓展新型市场、新型业务进行研究，并提出建议及提交董事会审议决定；（5）对须经董事会审议的公司投融资、资产经营等项目进行研究，并提出建议及提交

董事会审议决定；（6）对公司重大机构重组和调整方案进行研究，并提出建议及提交董事会审议决定；（7）指导和监督董事会有关决议的执行。

提名委员会的主要职责权限：（1）研究公司董事、高级管理人员的选择标准、程序及方法，向董事会提出建议；（2）广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；（3）对董事候选人和总经理人选进行审查并提出建议；（4）董事会授予的其他职权。

审计委员会的主要职责权限：（1）提议聘请、续聘或更换外部审计师，以及确定相关审计费用，并报董事会批准；（2）评估外部审计师工作，监督外部审计师的独立性、工作程序、质量和结果；（3）监督公司的内部审计制度及其实施；（4）指导、评估内部审计机构的工作，对公司内部审计机构负责人的任免提出建议；（5）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（6）审核公司的财务信息及其披露；（7）审查并监督公司的内控制度的有效运行；（8）董事会授予的其他职权。

薪酬与考核委员会的主要职责权限：（1）研究董事与高级管理人员业绩考核的标准，进行考核并向董事会提出建议；（2）研究和审查董事与高级管理人员的薪酬政策与方案并向董事会提出建议；（3）董事会授予的其他职权。

各专门委员会自设立以来，均严格按照相关规定履行职责，对完善公司的治理结构起到良好的促进作用。

二、公司报告期内违法违规为情况

公司已依法建立健全的股东大会制度、董事会制度、监事会制度、独立董事制度和董事会秘书制度，自变更设立股份公司至今，本公司严格按照《公司法》及相关法律法规、《公司章程》的规定规范运作、依法经营。

报告期内发行人及其控股子公司受到行政处罚的主要情形如下：

1、2016年1月8日，因发行人对商品作引人误解的虚假宣传，红安县工商行政管理局出具了《行政处罚决定书》（红工商处字〔2016〕2号），责令停止违法行为、消除影响并处罚28,000元。

对于上述事件，发行人在收到上述决定书之后已经及时缴纳罚款，并积极采

取了相关整改措施。鉴于上述行政处罚涉及事项情节较轻，罚款金额相对较小，且发行人已及时缴纳罚款，对相关行为进行了整改，因此，该行政处罚未对发行人生产经营造成重大影响。

除上述行政处罚外，报告期内发行人及其控股子公司不存在其他行政处罚的情况。

三、公司资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用本公司资金或资产的情形。本公司也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业违规提供担保的情形。

关联方往来款项情况见“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、报告期内的关联交易”。

四、公司管理层对内控制度的评价及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内控制度的评价

管理层对公司的内部控制制度进行自查和评估后认为：本公司内控制度基本健全，符合有关法律法规规定，且能够得到有效实施，能够保证公司经营活动的健康开展，能够保证公司财务报告及相关会计信息的真实性、准确性和完整性，并能较好地防范企业经营风险。报告期内，公司内部控制重点控制活动未存在重大缺陷、重大问题和重大异常事项，因此公司的内部控制是健全且执行有效的。随着公司治理的深入、管理的不断深化，公司将进一步对内部控制制度给予补充和完善，使之始终适用公司发展的需要。

（二）注册会计师的鉴证意见

天健所对公司的内部控制制度进行了审核，并于2019年8月12日出具了天健审[2019]8609号《关于奥普家居股份有限公司内部控制的鉴证报告》，认为：公司于2019年6月30日按照《企业内部控制基本规范》在所有重大方面保持了有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

一、发行人的财务报表

(一) 合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动资产：				
货币资金	706,633,130.23	659,206,437.82	708,785,737.29	355,389,561.53
应收票据	133,672,532.36	95,416,793.97	74,007,248.98	60,540,358.02
应收账款	75,668,855.05	75,230,979.08	75,262,308.34	59,757,745.83
预付款项	20,298,126.33	8,099,194.34	16,775,657.72	18,083,325.36
其他应收款	19,544,213.62	17,248,453.69	44,149,717.60	21,740,811.89
存货	178,248,886.89	163,217,481.67	174,581,410.04	96,713,267.20
其他流动资产	23,573,525.17	19,650,313.59	3,324,905.35	18,210,706.07
流动资产合计	1,157,639,269.65	1,038,069,654.16	1,096,886,985.32	630,435,775.90
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	75,628,276.00	137,477,271.00	170,772,553.40
长期股权投资	-	-	-	1,817,108.09
其他权益工具投资	82,357,232.64	-	-	-
固定资产	172,052,509.14	170,666,126.18	173,551,094.87	155,350,263.72
在建工程	242,555,641.70	201,183,162.79	6,172,452.33	1,299,134.59
无形资产	123,360,607.62	128,424,118.66	130,715,796.05	74,550,985.19
长期待摊费用	7,617,432.84	9,109,864.93	5,323,319.77	4,381,633.61
递延所得税资产	13,747,902.59	11,388,429.71	8,809,261.46	2,216,231.63
其他非流动资产	4,022,462.48	2,177,876.55	4,455,540.96	144,089,520.00
非流动资产合计	645,713,789.01	598,577,854.82	466,504,736.44	554,477,430.23

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
资产合计	1,803,353,058.66	1,636,647,508.98	1,563,391,721.76	1,184,913,206.13

2、合并负债和所有者权益表

单位：元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动负债：				
应付票据	226,796,500.00	172,430,000.00	146,120,000.00	100,849,895.00
应付账款	241,926,969.92	227,372,242.35	196,445,269.05	158,000,723.59
预收款项	76,555,011.46	65,115,963.75	60,817,556.55	53,794,792.00
应付职工薪酬	13,623,556.97	27,131,750.89	27,825,160.94	18,158,571.51
应交税费	38,413,239.17	29,316,862.00	39,790,224.69	25,854,833.12
其他应付款	63,834,282.46	60,413,380.33	244,594,196.80	32,264,539.93
流动负债合计	661,149,559.98	581,780,199.32	715,592,408.03	388,923,355.15
非流动负债：				
递延收益	25,007,940.00	25,007,940.00	25,007,940.00	-
递延所得税负债	2,162,959.90	1,678,616.40	10,538,558.40	14,427,845.76
非流动负债合计	27,170,899.90	26,686,556.40	35,546,498.40	14,427,845.76
负债合计	688,320,459.88	608,466,755.72	751,138,906.43	403,351,200.91
所有者权益：				
股本	360,000,000.00	360,000,000.00	360,000,000.00	168,085,320.56
资本公积	216,660,597.11	216,660,597.11	216,660,597.11	153,389,195.88
其他综合收益	12,256,772.74	9,512,159.60	59,718,497.60	81,757,792.64
盈余公积	45,914,615.84	45,914,615.84	15,008,762.88	84,469,511.54
未分配利润	439,680,818.08	356,695,670.76	125,097,831.95	278,290,159.85
归属于母公司所有者权益	1,074,512,803.77	988,783,043.31	776,485,689.54	765,991,980.47
少数股东权益	40,519,795.01	39,397,709.95	35,767,125.79	15,570,024.75
所有者权益合计	1,115,032,598.78	1,028,180,753.26	812,252,815.33	781,562,005.22
负债和所有者权益合计	1,803,353,058.66	1,636,647,508.98	1,563,391,721.76	1,184,913,206.13

3、合并利润表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业收入	826,719,829.31	1,684,405,887.30	1,584,136,359.37	1,249,732,505.26
减：营业成本	415,343,014.54	851,319,657.11	827,756,651.53	631,861,678.85
税金及附加	8,103,454.12	17,304,406.99	15,321,187.50	11,820,854.18
销售费用	153,682,274.27	318,186,742.57	272,587,617.33	177,610,417.51
管理费用	37,001,485.51	73,410,428.11	88,251,716.14	123,151,090.83
研发费用	35,229,829.90	105,307,802.72	80,000,969.90	52,133,350.65
财务费用	-6,492,585.71	-10,319,359.88	-2,821,180.14	-5,807,203.35
其中：利息费用	48,928.29	133,102.21	49,273.25	-
利息收入	6,891,465.72	9,628,742.19	4,922,399.26	5,013,616.17
加：其他收益	8,964,470.17	23,306,245.00	3,984,519.40	-
投资收益（损失以“-”号填列）	7,985,800.80	2,375,997.00	31,316,773.19	6,468,060.55
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-1,817,108.09	-4,016,283.93
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-8,779,369.07	-	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-5,181,747.56	-10,567,330.62	-4,750,232.13	-3,781,459.55
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	484,780.68	-6,422.90	-873,664.65
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	186,841,511.02	344,795,901.74	333,584,034.67	260,775,252.94
加：营业外收入	1,095,429.83	1,477,428.64	419,051.85	3,051,314.28
减：营业外支出	366,918.17	1,268,882.19	2,245,683.48	2,104,432.29
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	187,570,022.68	345,004,448.19	331,757,403.04	261,722,134.93
减：所得税费用	24,262,790.30	44,070,172.26	47,020,446.67	51,031,279.16
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	163,307,232.38	300,934,275.93	284,736,956.37	210,690,855.77

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
号填列)				
(一) 按经营持续性分类				
持续经营净利润	163,307,232.38	300,934,275.93	284,736,956.37	210,690,855.77
(二) 按所有权归属分类				
归属于母公司所有者的净利润	162,185,147.32	302,103,691.77	281,339,855.33	210,870,831.02
少数股东损益	1,122,085.06	-1,169,415.84	3,397,101.04	-179,975.25
五、其他综合收益的税后净额	2,744,613.14	-50,206,338.00	-22,039,295.04	81,757,792.64
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	2,744,613.14	-50,206,338.00	-22,039,295.04	81,757,792.64
(一) 不能重分类进损益的其他综合收益	2,744,613.14	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	2,744,613.14	-	-	-
(二) 将重分类进损益的其他综合收益	-	-50,206,338.00	-22,039,295.04	81,757,792.64
可供出售金融资产公允价值变动损益		-50,206,338.00	-22,039,295.04	81,757,792.64
六、综合收益总额	166,051,845.52	250,727,937.93	262,697,661.33	292,448,648.41
归属于母公司所有者的综合收益总额	164,929,760.46	251,897,353.77	259,300,560.29	292,628,623.66
归属于少数股东的综合收益总额	1,122,085.06	-1,169,415.84	3,397,101.04	-179,975.25
八、每股收益				
(一) 基本每股收益	0.45	0.84	0.78	-
(二) 稀释每股收益	0.45	0.84	0.78	-

4、合并现金流量表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016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	878,105,559.92	1,882,088,510.85	1,772,957,774.65	1,350,714,346.66
收到的税费返还	162,569.74	315,159.11	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	131,414,040.59	98,630,759.22	60,822,310.38	45,591,135.01
经营活动现金流入小计	1,009,682,170.25	1,981,034,429.18	1,833,780,085.03	1,396,305,481.67
购买商品、接受劳务支付的现金	392,653,272.66	925,055,148.46	893,109,034.53	651,886,078.59
支付给职工以及为职工支付的现金	108,572,779.35	193,699,123.64	149,740,392.17	57,828,213.50
支付的各项税费	79,823,968.45	192,908,766.87	177,636,471.75	139,398,922.95
支付其他与经营活动有关的现金	238,729,182.78	400,597,721.29	348,128,805.65	212,349,974.21
经营活动现金流出小计	819,779,203.24	1,712,260,760.26	1,568,614,704.10	1,061,463,189.25
经营活动产生的现金流量净额	189,902,967.01	268,773,668.92	265,165,380.93	334,842,292.42
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	6,782,715.00	180,506,932.50	139,850,585.00
取得投资收益收到的现金	7,985,800.80	2,375,997.00	11,915,938.25	6,872,343.28
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,577,729.50	28,433,527.70	910,066.34	394,164.88
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	18,006,805.48	91,164,374.29
投资活动现金流入小计	9,563,530.30	37,592,239.70	211,339,742.57	238,281,467.45
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	59,074,008.65	175,817,374.73	114,709,109.96	62,562,084.62
投资支付的现金	3,500,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00	152,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	28,000,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	18,000,000.00
投资活动现金流出小计	62,574,008.65	179,817,374.73	146,709,109.96	232,562,084.62
投资活动产生的现金流量净额	-53,010,478.35	-142,225,135.03	64,630,632.61	5,719,382.83
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	4,800,000.00	121,735,470.00	53,814,530.00
其中：子公司吸收少数股东投资收	-	4,800,000.00	16,800,000.00	15,750,000.00

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
到的现金				
筹资活动现金流入小计	-	4,800,000.00	121,735,470.00	53,814,530.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	79,200,000.00	244,600,000.00	140,000,000.00	253,541,108.38
筹资活动现金流出小计	79,200,000.00	244,600,000.00	140,000,000.00	253,541,108.38
筹资活动产生的现金流量净额	-79,200,000.00	-239,800,000.00	-18,264,530.00	-199,726,578.38
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-102,916.25	1,106,166.64	-1,752,318.28	1,084,217.62
五、现金及现金等价物净增加额	57,589,572.41	-112,145,299.47	309,779,165.26	141,919,314.49
加：期初现金及现金等价物余额	546,376,437.82	658,521,737.29	348,742,572.03	206,823,257.54
六、期末现金及现金等价物余额	603,966,010.23	546,376,437.82	658,521,737.29	348,742,572.03

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动资产：				
货币资金	622,005,681.42	640,099,658.56	657,016,665.25	354,128,534.90
应收票据	133,138,829.03	95,416,793.97	72,518,341.41	60,540,358.02
应收账款	73,709,652.49	72,007,139.79	73,354,180.93	59,757,745.83
预付款项	12,313,641.99	5,502,946.16	13,421,458.96	10,031,181.28
其他应收款	113,322,762.56	20,711,771.11	44,649,195.68	14,095,171.94
存货	143,697,742.86	133,245,537.23	137,822,722.15	95,914,929.45
流动资产合计	1,098,188,310.35	966,983,846.82	998,782,564.38	594,467,921.42
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	75,628,276.00	137,477,271.00	170,772,553.40
长期股权投资	302,506,257.39	287,506,257.39	155,306,257.39	48,976,238.63
其他权益工具投资	82,357,232.64	-	-	-

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
固定资产	106,835,950.05	111,465,789.52	117,361,841.41	114,810,655.48
在建工程	-	-	2,416,303.15	1,299,134.59
无形资产	59,783,629.67	64,291,967.79	65,174,468.13	60,478,244.78
长期待摊费用	7,457,704.61	8,893,762.08	4,994,467.68	4,381,633.61
递延所得税资产	4,502,117.05	2,743,423.74	1,339,034.49	2,216,231.63
其他非流动资产	3,562,080.48	56,896.55	3,925,695.75	144,089,520.00
非流动资产合计	567,004,971.89	550,586,373.07	487,995,339.00	547,024,212.12
资产总计	1,665,193,282.24	1,517,570,219.89	1,486,777,903.38	1,141,492,133.54

2、母公司负债和所有者权益表

单位：元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动负债：				
应付票据	208,726,500.00	177,800,000.00	155,920,000.00	100,849,895.00
应付账款	188,903,263.84	167,781,021.19	188,692,554.25	157,830,578.93
预收款项	75,766,956.52	64,559,926.91	60,280,607.48	53,615,383.81
应付职工薪酬	11,947,602.67	24,913,234.45	26,466,635.25	18,158,571.51
应交税费	37,873,202.21	28,789,575.22	30,552,782.46	25,842,435.71
其他应付款	58,045,040.67	56,607,599.59	238,138,711.05	33,872,363.26
流动负债合计	581,262,565.91	520,451,357.36	700,051,290.49	390,169,228.22
非流动负债：				
递延所得税负债	2,162,959.90	1,678,616.40	10,538,558.40	14,427,845.76
非流动负债合计	2,162,959.90	1,678,616.40	10,538,558.40	14,427,845.76
负债合计	583,425,525.81	522,129,973.76	710,589,848.89	404,597,073.98
所有者权益：				
股本	360,000,000.00	360,000,000.00	360,000,000.00	168,085,320.56
资本公积	209,806,669.37	209,806,669.37	209,806,669.37	117,418,053.48
其他综合收益	12,256,772.74	9,512,159.60	59,718,497.60	81,757,792.64

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
盈余公积	45,914,615.84	45,914,615.84	15,008,762.88	84,469,511.54
未分配利润	453,789,698.48	370,206,801.32	131,654,124.64	285,164,381.34
所有者权益合计	1,081,767,756.43	995,440,246.13	776,188,054.49	736,895,059.56
负债和所有者权益合计	1,665,193,282.24	1,517,570,219.89	1,486,777,903.38	1,141,492,133.54

3、母公司利润表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业收入	820,730,440.05	1,664,885,634.63	1,570,253,327.83	1,246,472,976.88
减：营业成本	426,686,591.91	863,030,238.03	841,193,026.59	629,429,977.88
税金及附加	7,031,209.08	14,729,450.08	14,069,769.93	11,213,630.58
销售费用	151,435,250.81	311,279,783.13	268,410,300.24	177,447,795.48
管理费用	25,412,992.57	55,020,389.31	74,703,545.91	119,467,885.66
研发费用	33,913,358.62	96,651,393.41	77,327,974.05	52,133,350.65
财务费用	-6,553,836.00	-10,353,171.56	-2,837,307.55	-5,759,986.46
其中：利息收入	2,673,638.37	9,484,978.70	4,863,703.11	5,011,823.12
加：其他收益	8,551,037.18	23,252,381.22	3,984,519.40	-
投资收益（损失以“-”号填列）	7,985,800.80	2,375,997.00	31,119,879.90	4,610,713.97
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	2,007,195.90	-5,873,630.51
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-8,821,821.27	-	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-4,765,812.20	-7,838,179.25	-5,438,246.85	-3,173,762.28
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	480,677.61	-	-873,664.65
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	185,754,077.57	352,798,428.81	327,052,171.11	263,103,610.13
加：营业外收入	1,079,192.39	1,229,297.69	397,179.01	3,027,412.99

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
减：营业外支出	106,850.11	1,239,043.53	1,968,829.78	2,057,928.80
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	186,726,419.85	352,788,682.97	325,480,520.34	264,073,094.32
减：所得税费用	23,943,522.69	43,730,153.33	44,458,593.81	51,031,260.83
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	162,782,897.16	309,058,529.64	281,021,926.53	213,041,833.49
（一）按经营持续性分类				
持续经营净利润	162,782,897.16	309,058,529.64	281,021,926.53	213,041,833.49
五、其他综合收益的税后净额	2,744,613.14	-50,206,338.00	-22,039,295.04	81,757,792.64
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	2,744,613.14	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	2,744,613.14	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-	-50,206,338.00	-22,039,295.04	81,757,792.64
可供出售金融资产公允价值变动损益		-50,206,338.00	-22,039,295.04	81,757,792.64
六、综合收益总额	165,527,510.30	258,852,191.64	258,982,631.49	294,799,626.13

4、母公司现金流量表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016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	866,336,779.54	1,855,098,529.28	1,757,606,049.18	1,347,195,911.58
收到的税费返还	162,569.74	216,784.93	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	127,400,902.47	99,549,403.39	20,822,666.58	47,283,523.88
经营活动现金流入小计	993,900,251.75	1,954,864,717.60	1,778,428,715.76	1,394,479,435.46
购买商品、接受劳务支付的现金	412,044,104.93	944,448,963.08	878,700,688.33	641,804,781.64
支付给职工以及为职工支付的现金	97,694,311.43	175,408,250.00	139,699,345.79	57,258,427.13

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
支付的各项税费	76,475,693.68	173,844,811.62	171,994,434.38	138,490,820.68
支付其他与经营活动有关的现金	315,635,605.39	379,251,959.39	338,726,231.86	203,906,924.09
经营活动现金流出小计	901,849,715.43	1,672,953,984.09	1,529,120,700.36	1,041,460,953.54
经营活动产生的现金流量净额	92,050,536.32	281,910,733.51	249,308,015.40	353,018,481.92
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	6,782,715.00	180,506,932.50	139,850,585.00
取得投资收益收到的现金	7,985,800.80	2,375,997.00	11,915,938.25	6,872,343.28
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,381,993.76	28,385,880.84	798,066.34	332,281.02
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	91,164,374.29
投资活动现金流入小计	9,367,794.56	37,544,592.84	193,220,937.09	238,219,583.59
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,346,511.77	19,244,499.68	35,220,984.36	62,408,484.62
投资支付的现金	18,500,000.00	136,200,000.00	83,220,000.00	171,250,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	28,000,000.00	-
投资活动现金流出小计	25,846,511.77	155,444,499.68	146,440,984.36	233,658,484.62
投资活动产生的现金流量净额	-16,478,717.21	-117,899,906.84	46,779,952.73	4,561,098.97
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	104,935,470.00	38,064,530.00
筹资活动现金流入小计	-	-	104,935,470.00	38,064,530.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	79,200,000.00	244,600,000.00	140,000,000.00	253,541,108.38
筹资活动现金流出小计	79,200,000.00	244,600,000.00	140,000,000.00	253,541,108.38
筹资活动产生的现金流量净额	-79,200,000.00	-244,600,000.00	-35,064,530.00	-215,476,578.38
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-102,916.25	1,106,166.64	-1,752,318.28	1,037,345.83
五、现金及现金等价物净增加额	-3,731,097.14	-79,483,006.69	259,271,119.85	143,140,348.34
加：期初现金及现金等价物余额	527,269,658.56	606,752,665.25	347,481,545.40	204,341,197.06

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
六、期末现金及现金等价物余额	523,538,561.42	527,269,658.56	606,752,665.25	347,481,545.40

二、审计意见

本公司已聘请天健所对本公司2016年12月31日、2017年12月31日、2018年12月31日、2019年6月30日的合并及母公司的资产负债表，2016年度、2017年度、2018年度、2019年1-6月的合并及母公司的利润表、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进行了审计。

天健所认为：奥普家居财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了奥普家居2016年12月31日、2017年12月31日、2018年12月31日、2019年6月30日的合并及母公司财务状况，以及2016年度、2017年度、2018年度、2019年1-6月的合并及母公司经营成果和现金流量。天健所对上述报表出具了无保留意见审计报告（天健审[2019]8608号）。

三、关键审计事项

关键审计事项是天健所根据职业判断，认为对2019年1-6月、2018年度及2017年度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，天健所不对这些事项单独发表意见。

关键审计事项	审计应对
收入确认	
<p>奥普家居2019年1-6月、2018年度、2017年度主营业务收入分别为8.21亿元、16.70亿元、15.75亿元，为合并利润表重要组成项目。由于奥普家居相关产品销售业务量大且交易频繁，产生错报的固有风险较高，且收入是奥普家居公司的关键业绩指标之一，从而存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，天健所将收入确认识别为关键审计事项。</p>	<p>天健所对奥普家居公司收入确认关键审计事项实施的主要审计程序包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、了解和评价与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性； 2、选取样本检查销售合同，识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款与条件，评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求； 3、抽查与客户间的销售订单、交付文件、会计记录、销售发票、收款记录等文件，并选取客户函证应收款项余额及年度结算额，

关键审计事项	审计应对
	评价交易的真实性； 4、获取资产负债表日前后记录的交易流水，核对交付文件等关键证据，评价收入是否记录于恰当的会计期间。
销售费用	
<p>奥普家居 2017 年度销售费用 27,258.76 万元，较 2016 年度增加 9,497.72 万元，增长幅度 53.48%。其中职工薪酬增加 3,758.96 万元、广告宣传费增加 3,966.51 万元，占销售费用增加额的 81.34%。由于职工薪酬及广告宣传费变动较大，天健所将其确认识别为关键审计事项。</p>	<p>天健所对奥普家居销售费用关键审计事项实施的主要审计程序包括：</p> <p>1、获取职工薪酬计提、发放相关的审批记录，检查与账面记录是否一致；</p> <p>2、结合公司员工人数变动情况，分析公司工资总额、人均工资变动情况，就其变动情况与管理层解释的一致性进行比较；</p> <p>3、了解本期广告宣传费投放策略及广告费支出波动的原因；</p> <p>4、针对大额广告宣传费项目，获取其合同台账记录及相关合同，抽查费用结算、付款情况，并就大额广告宣传费是否按照权责发生制核算进行复核。</p> <p>5、就大额广告宣传费投入情况向供应商函证。</p>

四、财务报表编制基础、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 个月内的持续经营假设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

子公司名称	成立年月	注册资本	持股比例	表决权比例	合并会计报表期间
1、同一控制下企业合并取得的子公司					
成都博朗尼	2011.1	6,500 万元	100.00%	100.00%	报告期初至 2019 年 6 月末
2、通过设立或投资等方式取得的子公司					
上海奥普斯	2017.3	1,000 万元	100.00%	100.00%	成立至 2019 年 6 月末
嘉兴集成吊顶	2017.6	20,000 万元	100.00%	100.00%	成立至 2019 年 6 月末
嘉兴集成墙面	2017.6	5,000 万元	100.00%	100.00%	成立至 2019 年 6 月末
嘉兴劲达	2016.12	3,500 万元	55.00%	55.00%	成立至 2019 年 6 月末
成都劲启	2017.5	3,000 万元	52.00%	52.00%	成立至 2019 年 6 月末
中山劲启	2017.6	1,000 万元	52.00%	52.00%	成立至 2019 年 6 月末
中山劲耀	2017.6	1,500 万元	52.00%	52.00%	成立至 2019 年 6 月末

五、报告期内采用的主要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 2016 年 1 月 1 日起至 2019 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）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）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。

（八）外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日即期汇率的近似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。

（九）金融工具

1、2019年1-6月

（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，按照交易价格进行初始计量。

②金融资产的后续计量方法

A. 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。

B. 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。

C. 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。

D. 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

A. 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。

B. 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。

C. 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相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

D. 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

A. 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。

B. 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

①金融工具减值计量和会计处理

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、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。

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，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。

公司在评估信用风险是否显著增加时考虑如下因素：

- A. 公司对金融工具信用管理方法是否发生变化。
- B. 债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化。
- C. 债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化。

- D. 债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化。
- E. 是否存在预期将导致债务人履行其偿债义务的能力发生显著变化的业务、财务或经济状况的不利变化。
- F. 信用风险变化所导致的内部价格指标是否发生显著变化。
- G. 若现有金融工具在报告日作为新金融工具源生或发行，该金融工具的利率或其他条款是否将发生显著变化。
- H. 同一金融工具或具有相同预计存续期的类似金融工具的信用风险的外部市场指标是否发生显著变化。这些指标包括：信用利差、针对借款人的信用违约互换价格、金融资产的公允价值小于其摊余成本的时间长短和程度、与借款人相关的其他市场信息（如借款人的债务工具或权益工具的价格变动）。
- I. 金融工具外部信用评级实际或预期是否发生显著变化。
- J. 对债务人实际或预期的内部信用评级是否下调。
- K. 同一债务人发行的其他金融工具的信用风险是否显著增加。
- L. 作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化。
- M. 预期将降低借款人按合同约定期限还款的经济动机是否发生显著变化。
- N. 借款合同的预期变更，包括预计违反合同的行为是否可能导致的合同义务的免除或修订、给予免息期、利率跳升、要求追加抵押品或担保或者对金融工具的合同框架做出其他变更。

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。

②按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——应收金融机构款项组合	客户类型	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——合并范围内关联往来组合	客户类型	
其他应收款——其他组合	除上述以外的其他往来单位	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

③按组合计量预期信用损失的应收款项

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收票据——银行承兑汇票	承兑人	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
应收账款——合并范围内关联往来组合	客户类型	
应收票据——商业承兑汇票	承兑人	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，编制账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
应收账款——其他组合	除上述以外的其他客户类型	

④应收款项的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账 龄	应收账款及应收票据——商业承兑汇票 预期信用损失率（%）
1年以内（含，下同）	5
1-2年	20

账 龄	应收账款及应收票据——商业承兑汇票 预期信用损失率（%）
2-3 年	50
3 年以上	100

（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。

2、2016 年度、2017 年度及 2018 年度

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产

时可能发生的交易费用，但下列情况除外：①持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；②在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；②与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；③不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A. 按照《企业会计准则第13号——或有事项》确定的金额；B. 初始确认金额扣除按照《企业会计准则第14号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。②可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

(3) 金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止

确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；②未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产的账面价值；②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

(4) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

(5) 金融资产的减值测试和减值准备计提方法

①资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外

的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

②对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

③可供出售金融资产

A. 表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

- a. 债务人发生严重财务困难；
- b. 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；
- c. 公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- d. 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- e. 因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；
- f. 其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

B. 表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具

投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（十）应收款项

1、2019年1-6月

参见本章节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（九）金融工具”之“1、2019年1-6月”之“（5）金融工具减值”相关内容。

2、2016年度、2017年度及2018年度

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	金额 500 万元以上（含）或占应收款项账面余额 10% 以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

①具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

合并范围内关联往来组合	单独进行减值测试，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，如经测试未发现减值的，则不计提坏账准备
-------------	--

②账龄分析法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内（含，下同）	5	5
1-2年	20	20
2-3年	50	50
3年以上	100	100

（3）单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收银行承兑票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（十一）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营

过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

(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。

(十二) 划分为持有待售的非流动资产或处置组

1、持有待售的非流动资产或处置组的分类

公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；（2）出售极可能发生，即公司已经就出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。

公司专为转售而取得的非流动资产或处置组，在取得日满足“预计出售将在一年内完成”的条件，且短期（通常为3个月）内很可能满足持有待售类别的其他划分条件的，在取得日将其划分为持有待售类别。

因公司无法控制的下列原因之一，导致非关联方之间的交易未能在一年内完成，且公司仍然承诺出售非流动资产或处置组的，继续将非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）买方或其他方意外设定导致出售延期的条件，公司针对

这些条件已经及时采取行动,且预计能够自设定导致出售延期的条件起一年内顺利化解延期因素;(2)因发生罕见情况,导致持有待售的非流动资产或处置组未能在一年内完成出售,公司在最初一年内已经针对这些新情况采取必要措施且重新满足了持有待售类别的划分条件。

2、持有待售的非流动资产组或处置组的计量

(1) 初始计量和后续计量

初始计量和在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时,其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的,将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额,减记的金额确认为资产减值损失,计入当期损益,同时计提持有待售资产减值准备。

对于取得日划分为持有待售类别的非流动资产或处置组,在初始计量时比较假定其不划分为持有待售类别情况下的初始计量金额和公允价值减去出售费用后的净额,以两者孰低计量。除企业合并中取得的非流动资产或处置组外,由非流动资产或处置组以公允价值减去出售费用后的净额作为初始计量金额而产生的差额,计入当期损益。

对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额,先抵减处置组中商誉的账面价值,再根据处置组中的各项非流动资产账面价值所占比重,按比例抵减其账面价值。

持有待售的非流动资产或处置组中的非流动资产不计提折旧或摊销,持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。

(2) 资产减值损失转回的会计处理

后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的,以前减记的金额予以恢复,并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回,转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

后续资产负债表日持有待售的处置组公允价值减去出售费用后的净额增加

的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后非流动资产确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值，以及非流动资产在划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，根据处置组中除商誉外各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

(3) 不再继续划分为持有待售类别以及终止确认的会计处理

非流动资产或处置组因不再满足持有待售类别的划分条件而不再继续划分为持有待售类别或非流动资产从持有待售的处置组中移除时，按照以下两者孰低计量：①划分为持有待售类别前的账面价值，按照假定不划分为持有待售类别情况下本应确认的折旧、摊销或减值等进行调整后的金额；②可收回金额。

终止确认持有待售的非流动资产或处置组时，将尚未确认的利得或损失计入当期损益。

(十三) 长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，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）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

（2）合并财务报表

①通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的：

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

②通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的：

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（十四）固定资产

1、固定资产的确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限

超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

项目	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	20	10.00	4.50
通用设备	年限平均法	5	10.00	18.00
专用设备	年限平均法	10	10.00	9.00
运输工具	年限平均法	5	10.00	18.00
其他设备	年限平均法	5	10.00	18.00

（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。

（十六）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1）当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：①资产支出已经发生；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并

且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

(3) 当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

(十七) 无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）	摊销方法
土地使用权	50 或取得时至终止日之间的持有年限	直线法
软件	5	直线法
商标权	10	直线法
专利及著作权	10	直线法

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该

无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场,无形资产将在内部使用的,能证明其有用性;(4)有足够的技术、财务资源和其他资源支持,以完成该无形资产的开发,并有能力使用或出售该无形资产;(5)归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

(十八) 部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产,在资产负债表日有迹象表明发生减值的,估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产,无论是否存在减值迹象,每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的,按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

(十九) 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。

(二十) 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。

（二十一）预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

2、公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

（二十二）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。

(二十三) 收入

1、收入确认原则

(1) 销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

(2) 提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额

能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量), 采用完工百分比法确认提供劳务的收入, 并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的, 若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿, 按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入, 并按相同金额结转劳务成本; 若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿, 将已经发生的劳务成本计入当期损益, 不确认劳务收入。

(3) 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时, 确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定; 使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

公司主要销售浴霸、集成吊顶等产品。内销产品收入确认需满足以下条件: 公司已根据合同约定将产品交付给购货方, 且产品销售收入金额已确定, 已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入, 产品相关的成本能够可靠地计量。外销产品收入确认需满足以下条件: 公司已根据合同约定将产品报关, 取得提单, 且产品销售收入金额已确定, 已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入, 产品相关的成本能够可靠地计量。

3、收入确认的具体原则、所需取得的凭证、收入确认的时点

(1) 经销模式

收入确认的具体原则: 根据合同或订单约定, 公司已经将产品运送至客户指定地点, 由客户对货物到货情况进行确认, 商品所有权上的主要风险和报酬发生转移; 产品销售收入金额已确定, 已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入; 产品相关的成本能够可靠地计量。

收入确认所需取得的凭证: 销售订单、销售出库单、物流运输单、经签收的《发货数据、到货时间及异常情况反馈表》。

收入确认的时点：公司已根据合同/订单约定将产品交付给经销商，且经销商签收确认时。

(2) 大宗客户模式

收入确认的具体原则：根据合同或订单约定，公司已经将产品运送至大宗客户指定接收地点，由客户或其指定人员对货物到货情况进行确认，商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入；产品相关的成本能够可靠地计量。

收入确认所需取得的凭证：销售订单、销售出库单、经签收的《发货数据、到货时间及异常情况反馈表》。

收入确认的时点：公司已根据合同/订单约定将产品交付给大客户，且大客户签收确认时。

(3) KA 模式

收入确认的具体原则：根据合同或订单约定，公司已经将产品运送至 KA 卖场指定仓库并且各卖场已完成销售并出具销售清单，商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入；产品相关的成本能够可靠地计量。

收入确认所需取得的凭证：销售订单、销售出库单、代销清单。

收入确认的时点：客户按月出具销售清单，公司根据代销清单开票并确认收入。

(4) 外销模式

收入确认的具体原则：根据合同或订单约定将产品报关，取得提单，商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入；产品相关的成本能够可靠地计量。

收入确认所需取得的凭证：销售订单、销售出库单、报关单、提单。

收入确认的时点：将产品报关并取得提单时。

(5) 直营模式

①线下直营

收入确认的具体原则：公司产品通过终端店面直接对消费者进行销售，客户支付货款，提货并签署定/销货单，商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入；产品相关的成本能够可靠地计量。

收入确认所需取得的凭证：收款凭证、定/销货单。

收入确认的时点：客户提货并签署定/销货单时。

②线上直营

收入确认的具体原则：公司根据客户订单将产品发运至客户指定地点，经客户确认收货后公司收到货款，商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；产品销售收入金额已确定，并已经收回货款；产品相关的成本能够可靠地计量。

收入确认所需取得的凭证：电商平台订单、收货确认记录、收款记录。

收入确认的时点：消费者在电商平台确认收货、公司收到相关款项时确认收入。

(二十四) 政府补助

1、2017年度和2018年度和2019年1-6月

(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，计入当期损益和冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益和冲减相关成本。

(4) 与公司日常经营活动相关的政府补助的会计处理方法

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。

2、2016 年度

(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，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

(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。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

(二十五) 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。

(二十六) 经营租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本

或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十七）分部报告

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度等为依据确定经营分部。公司的经营分部是指同时满足下列条件的组成部分：1、该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；2、管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；3、能够通过分析取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。

（二十八）税项

1、主要税种及税率

税 种	计税依据	税 率
增值税	销售货物或提供应税劳务	13%、16%、17%；出口货物享受“免、抵、退”税政策，退税率按国家规定执行
营业税	应纳税营业额	5%[注]
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除30%后余值的1.2%计缴；从租计征的，按租金收入的12%计缴	1.2%、12%
城市维护建设税	应缴流转税税额	1%、5%、7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	15%、20%、25%

注：根据财政部、国家税务总局《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36号），自2016年5月1日起全国范围内全面推开营业税改征增值税试点，公司不再适用营业税相关政策。

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明

纳税主体名称	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
奥普家居股份有限公司	15%	15%	15%	15%
嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司	25%	25%	25%	20%
嘉兴奥普集成墙面有限公司	20%	20%	20%	—
中山劲耀光电科技有限公司	20%	20%	20%	—
上海奥普斯卫厨科技有限公司	20%	20%	25%	—
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%	25%

2、税收优惠

(1) 根据《关于浙江省 2015 年第一批高新技术企业备案的复函》(国科火字〔2015〕256 号文)、《关于浙江省 2018 年高新技术企业备案的复函》(国科火字〔2019〕70 号文), 公司被认定为高新技术企业, 享受自 2015 年至 2017 年三年内、2018 年至 2020 年三年内按 15% 的税率计缴企业所得税的优惠。

(2) 根据《财政部、国家税务总局关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》(财税〔2015〕34 号), 嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司 2016 年度属于小型微利企业, 所得减按 50% 计入应纳税所得额, 按 20% 的税率缴纳企业所得税。

(3) 根据《财政部、税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》(财税〔2015〕34 号), 中山劲耀光电科技有限公司与嘉兴奥普集成墙面有限公司 2017 年度属于小型微利企业, 所得减按 50% 计入应纳税所得额, 按 20% 的税率缴纳企业所得税。

(4) 根据《财政部、税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》(财税〔2018〕77 号), 小型微利企业所得减按 50% 计入应纳税所得额, 按 20% 的税率缴纳企业所得税。中山劲耀光电科技有限公司、嘉兴奥普集成墙面有限公司、上海奥普斯卫厨科技有限公司符合小型微利企业的相关要求, 2018 年适用 20% 的企业所得税税率。

(5) 根据《财政部、税务总局关于实施小型微利企业普惠性税收减免政策的通知》(财税〔2019〕13 号), 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。中山劲耀光电科技有限公司、嘉兴奥普集成墙面有限公司、上海奥普斯卫厨科技有限公司预计符合小型微利企业的相关要求，2019 年 1-6 月暂按 20% 的企业所得税税率计缴企业所得税。

(二十九) 主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

企业会计准则变化引起的会计政策变更：

(1) 本公司自 2017 年 5 月 28 日起执行财政部制定的《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 6 月 12 日起执行经修订的《企业会计准则第 16 号——政府补助》。本次会计政策变更采用未来适用法处理。

(2) 本公司编制 2017 年度报表执行《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2017〕30 号)，将原列报于“营业外收入”和“营业外支出”的非流动资产处置利得和损失和非货币性资产交换利得和损失变更为列报于“资产处置收益”。此项会计政策变更采用追溯调整法，调减 2016 年度营业外支出 87.37 万元。

(3) 执行新金融工具准则的影响

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》(以下简称新金融工具准则)。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个主要的计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量

且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益(处置时的利得或损失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益)，且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、租赁应收款。

①执行新金融工具准则对公司 2019 年 1 月 1 日财务报表无影响。

②2019 年 1 月 1 日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比如下表：

项 目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值(万元)	计量类别	账面价值(万元)
可供出售金融资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(可供出售类资产)	7,562.83	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	7,562.83

③2019 年 1 月 1 日，公司原金融资产和金融负债账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产和金融负债账面价值的调节表如下：

单位：万元

项 目	按原金融工具准则列示的账面价值(2018 年 12 月 31 日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值(2019 年 1 月 1 日)
金融资产				
(1) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益				
可供出售金融资产				
按原 CAS 22 列示的余额	7,562.83			
减：转出至以公允价值计量且其变动计入其他综合收益		-7,562.83		

项 目	按原金融工具 准则列示的账 面价值(2018年 12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具 准则列示的账 面价值(2019年 1月1日)
--权益工具投资				
加：自可供出售金融资产（原 CAS 22 转入 指定		7,562.83		
按新 CAS 22 列示的余额				7,562.83
以公允价值计量且其变动计入 其他综合收益的总金融资产	7,562.83	-	-	7,562.83

2、会计估计变更

公司无需要披露的会计估计变更。

六、分部信息

(一) 地区分部

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	主营业务 收入	主营业务 成本	主营业务 收入	主营业 务成本	主营业务 收入	主营业 务成本	主营业务 收入	主营业 务成本
境内	80,930.41	40,553.50	164,218.54	82,866.63	155,398.28	81,161.93	119,931.81	60,441.39
境外	1,252.43	770.16	2,778.19	1,749.00	2,096.88	1,228.47	4,003.40	2,352.43
合计	82,182.83	41,323.66	166,996.73	84,615.63	157,495.16	82,390.40	123,935.21	62,793.82

(二) 产品分部

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
浴霸	40,868.57	49.73	86,436.52	51.76	86,169.09	54.71	72,507.48	58.50
集成吊顶	30,720.65	37.38	63,834.54	38.23	61,847.84	39.27	48,847.15	39.41
厨电	1,720.20	2.09	3,709.19	2.22	3,142.80	2.00	-	-

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
其他	8,873.42	10.80	13,016.47	7.79	6,335.42	4.02	2,580.58	2.08
合计	82,182.83	100.00	166,996.73	100.00	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00

七、最近一年及一期内收购兼并情况

发行人最近一年及一期不存在收购兼并的情形。

八、报告期内非经常性损益情况

报告期内，公司的非经常性损益情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-0.88	36.95	2,543.93	-88.53
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	142.50	236.95	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	896.45	2,330.62	240.49	147.72
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	0.68	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-19.97	-195.10
对外委托贷款取得的损益	-	-	358.09	887.71
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	73.73	32.38	-162.89	22.74
其他符合非经常性损益定义的损益项目	1,226.48	237.60	-1,535.17	-8,400.03
小计	2,195.78	2,780.05	1,662.10	-7,625.50
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	308.37	406.34	137.20	159.13
少数股东损益	3.21	3.07	-2.79	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,884.20	2,370.65	1,527.69	-7,784.63
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净	14,334.31	27,839.72	26,606.30	28,871.72

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
利润				

九、最近一期末主要资产情况

（一）最近一期末主要固定资产情况

本公司主要固定资产包括房屋及建筑物、通用设备、专用工具、运输工具、其他设备等，截至2019年6月30日本公司拥有的固定资产情况具体如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	净值率（%）
房屋建筑物	18,575.85	6,949.82	-	11,626.03	62.59
通用设备	3,250.73	1,979.36	-	1,271.37	39.11
专用设备	5,108.85	1,276.28	-	3,832.57	75.02
运输工具	1,118.43	752.13	-	366.30	32.75
其他设备	289.14	180.15	-	108.99	37.69
合计	28,343.00	11,137.75	-	17,205.25	60.70

（二）最近一期末长期股权投资情况

截至2019年6月30日，公司无长期股权投资。

（三）最近一期末无形资产情况

截至2019年6月30日，公司拥有的无形资产情况具体如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	净值率（%）
土地使用权	7,708.49	683.24	-	7,025.24	91.14
软件	2,142.74	1,100.77	-	1,041.97	48.63
商标使用权	4,952.83	1,279.48	-	3,673.35	74.17
专利权	755.92	160.42	-	595.50	78.78

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	净值率(%)
合计	15,559.97	3,223.91	-	12,336.06	81.34

十、最近一期末主要负债情况

(一) 短期借款

截至2019年6月30日，公司无短期借款。

(二) 长期借款

截至2019年6月30日，公司无长期借款。

(三) 其他非流动负债

截至2019年6月30日，公司无其他非流动负债。

(四) 关联方余额

截至2019年6月30日，公司无关联方余额。

十一、报告期各期末股东权益情况

报告期各期末，本公司合并范围的股东权益情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
股本	36,000.00	36,000.00	36,000.00	16,808.53
资本公积	21,666.06	21,666.06	21,666.06	15,338.92
其他综合收益	1,225.68	951.22	5,971.85	8,175.78
盈余公积	4,591.46	4,591.46	1,500.88	8,446.95
未分配利润	43,968.08	35,669.57	12,509.78	27,829.02
归属于母公司所有者 权益合计	107,451.28	98,878.30	77,648.57	76,599.20
少数股东权益	4,051.98	3,939.77	3,576.71	1,557.00

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
所有者权益合计	111,503.26	102,818.08	81,225.28	78,156.20

（一）股本

报告期内，公司股本变动情况如下：

单位：万元

股东名称	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
Tricosco	24,858.94	24,858.94	24,858.94	15,291.92
文泽投资	1,768.42	1,768.42	1,768.42	849.55
聚泽投资	550.49	550.49	550.49	147.87
明泽投资	1,217.93	1,217.93	1,217.93	519.19
PMT	1,634.21	1,634.21	1,634.21	-
ZJUI	1,634.21	1,634.21	1,634.21	-
HSCA	1,525.26	1,525.26	1,525.26	-
香港红星	1,525.26	1,525.26	1,525.26	-
SKY	653.68	653.68	653.68	-
斐昱永淳	271.58	271.58	271.58	-
宁波海湃	164.21	164.21	164.21	-
斐昱悦柏	101.05	101.05	101.05	-
斐昱武胜	94.74	94.74	94.74	-
合计	36,000.00	36,000.00	36,000.00	16,808.53

报告期各期末，公司股本分别为 16,808.53 万元、36,000.00 万元、36,000.00 万元和 36,000.00 万元。

2017 年公司股本变动的主要原因系 2017 年 6 月整体变更设立股份有限公司。

（二）资本公积

报告期内，公司资本公积情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
股本溢价	21,666.06	21,666.06	21,666.06	15,338.92
合计	21,666.06	21,666.06	21,666.06	15,338.92

2017 年末公司资本公积较 2016 年末大幅增加的原因，主要系：1、聚泽投资等 5 家合伙企业对公司增资形成资本公积 10,141.67 万元；2、实施股权激励确认资本公积 1,925.77 万元；3、2017 年 6 月公司整体变更为股份有限公司，将截至 2017 年 5 月 31 日扣除其他综合收益后的净资产除 36,000.00 万元计入股本外，其他均计入资本公积。

（三）其他综合收益

报告期各期末，公司其他综合收益分别为 8,175.78 万元、5,971.85 万元、951.22 万元和 1,225.68 万元，均系可供出售金融资产公允价值变动所致。

（四）盈余公积

报告期内，公司盈余公积情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
储备基金	-	-	-	8,446.95
法定盈余公积	4,591.46	4,591.46	1,500.88	-
合计	4,591.46	4,591.46	1,500.88	8,446.95

公司报告期各期末盈余公积增加主要系按母公司净利润的 10% 提取盈余公积所致，2016 年末公司储备基金已达到注册资本 50% 以上，按照《公司章程》可不再提取。2017 年末公司盈余公积大幅减少主要系 2017 年 6 月整体变更设立股份有限公司，折股转出原账面储备基金所致。2018 年末公司盈余公积大幅增加主要系公司按母公司当期实现的净利润的 10% 提取法定盈余公积 3,090.59 万元所致。

（五）未分配利润

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
期初未分配利润	35,669.57	12,509.78	27,829.02	31,935.77
加：本期归属于母公司所有者净利润	16,218.51	30,210.37	28,133.99	21,087.08
减：提取储备基金	-	-	-	508.84
提取法定盈余公积	-	3,090.59	1,500.88	-
应付普通股股利	7,920.00	3,960.00	34,500.00	24,685.00
净资产折股	-	-	7,452.35	-
期末未分配利润	43,968.08	35,669.57	12,509.78	27,829.02

报告期各期末，公司未分配利润分别为 27,829.02 万元、12,509.78 万元、35,669.57 万元和 43,968.08 万元。2017 年末未分配利润减少主要系 2017 年 6 月公司整体变更设立股份有限公司，折股转出原账面未分配利润所致；2018 年末及 2019 年 6 月末未分配利润增加，主要系公司经营积累所得。

（六）少数股东权益

2016 年末公司少数股东权益为 1,557.00 万元，系公司控股子公司嘉兴劲达的少数股东权益；2017 年末、2018 年末及 2019 年 6 月末公司少数股东权益分别为 3,576.71 万元、3,939.77 万元及 4,051.98 万元，均系公司控股子公司嘉兴劲达、中山劲耀、成都劲启的少数股东权益。嘉兴劲达、中山劲耀、成都劲启的相关情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股公司简要情况”。

十二、报告期内现金流量情况

报告期内，公司合并范围内的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	18,990.30	26,877.37	26,516.54	33,484.23
投资活动产生的现金流量净额	-5,301.05	-14,222.51	6,463.06	571.94
筹资活动产生的现金流量净额	-7,920.00	-23,980.00	-1,826.45	-19,972.66

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
现金及现金等价物净增加额	5,758.96	-11,214.53	30,977.92	14,191.93

十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

(一) 资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的重大资产负债表日后事项。

(二) 或有事项

刘忠向西安市碑林区人民法院提起诉讼，要求杭州牵银投资有限公司、奥普家居以及陈龙对未偿还本金、利息及损失 619.71 万元承担赔偿责任，并向法院申请财产保全，公司银行存款 619.71 万元被西安市碑林区人民法院冻结。截至本招股说明书签署，该案件尚在审理过程中，因本公司并非上述款项的借款人和担保人，预计无需承担赔偿责任，故未计提预计负债。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在其他需要披露的重要或有事项。

(三) 其他重要事项

2017年12月11日，公司子公司嘉兴奥普集成吊顶有限公司与上海隆盛建筑工程(集团)有限公司签订施工合同，合同总额25,300.00万元，该项目于2017年12月29日开工。截至2019年6月30日，公司已支付工程款19,806.27万元。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的其他重要事项。

十四、公司主要财务指标

报告期内，公司主要财务指标如下表所示：

指标	2019.6.30/ 2019年1-6月	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度	2016.12.31/ 2016年度
资产负债率(合并)(%)	38.17	37.18	48.05	34.04

指标	2019.6.30/ 2019年1-6月	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度	2016.12.31/ 2016年度
资产负债率（母公司）（%）	35.04	34.41	47.79	35.44
流动比率（倍）	1.75	1.78	1.53	1.62
速动比率（倍）	1.48	1.50	1.29	1.37
应收账款周转率（次/年）	20.62	21.12	22.17	27.80
存货周转率（次/年）	4.63	4.92	6.05	7.51
息税折旧摊销前利润（万元）	20,397.64	37,695.67	35,585.14	27,845.17
利息保障倍数（倍）	4,168.89	2,832.08	7,222.00	-
每股净资产（元/股）	3.10	2.86	2.26	2.17
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.53	0.75	0.74	0.93
每股净现金流量（元/股）	0.160	-0.312	0.860	0.394
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	4.76%	5.58%	7.16%	6.74%

注：上述财务指标，若无特别说明，均以合并口径计算，计算各期每股指标时股数均取最近一期末股份公司股本数（36,000万股），具体计算公式如下：

- 1、资产负债率=总负债÷总资产
- 2、流动比率=流动资产÷流动负债
- 3、速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债
- 4、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额，2019年1-6月应收账款周转率=2×营业收入÷应收账款平均余额
- 5、存货周转率=营业成本÷存货平均余额，2019年1-6月存货周转率=2×营业成本÷应收账款平均余额
- 6、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销
- 7、利息保障倍数=息税前利润÷利息费用（含资本化利息支出）
- 8、每股净资产=期末归属于母公司所有者权益÷最近期末股本总额
- 9、每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷最近期末股本总额
- 10、每股净现金流量=现金流量净额÷最近期末股本总额
- 11、无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例=无形资产（扣除土地使用权）÷期末净资产

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）有关规定，本公司的净资产收益

率和每股收益如下：

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
2019年1-6月			
归属于公司普通股股东的净利润	15.72%	0.45	0.45
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	13.89%	0.40	0.40
2018年度			
归属于公司普通股股东的净利润	34.62%	0.84	0.84
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	31.90%	0.77	0.77
2017年度			
归属于公司普通股股东的净利润	40.83%	0.78	0.78
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	38.76%	0.74	0.74
2016年度			
归属于公司普通股股东的净利润	31.37%	-	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	44.98%	-	-

十五、公司历次资产评估及验资情况

（一）公司历次资产评估情况

公司委托具有从事“证券期货相关业务资产评估资格”（证书编号：0571013001）的坤元资产评估有限公司对截至2017年5月31日的公司净资产进行了评估。坤元资产评估有限公司于2017年6月9日出具了《资产评估报告》（坤元评报[2017]346号），经其评估，截至2017年5月31日，公司资产净额评估值为73,642.43万元。本次资产评估仅作为公司整体变更时折股参考，公司未根据评估结果进行账务处理。

（二）公司历次验资情况

公司历次验资情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性”之“(一) 发行人历次验资情况”的相关内容。

十六、会计差错更正

(一) 股份支付

2016年12月，发行人通过增资和转让方式引入了相关高管及员工的持股平台；2017年4月，发行人共同实际控制人之一方胜康将其持有员工持股平台的部分出资额转让给相关高管及员工。

发行人2016年股份支付以具有证券期货从业资格的第三方资产评估机构评估的公允价值144,908.78万元作为当期计提股份支付费用的依据，确认2016年股份支付费用2,816.31万元；2017年股份支付以外部投资者入股的估值水平560,000.00万元作为当期确认股份支付费用的依据，确认2017年股份支付费用3,014.70万元。

因发行人确认2016年股份支付时一方面对公允价值估计略低于同期同行业上市公司实施股权激励或并购重组的估值水平，另一方面共同实际控制人之一方胜康持有员工持股平台的份额未纳入股份支付范畴，发行人于2019年8月对股份支付进行会计差错更正。调整情况如下：

1、发行人按照奥普集团2016年9月30日于香港联合交易所私有化估值244,350.87万元（折合118.56元/美元注册资本）作为2016年12月确认股份支付公允价值的参考依据；

2、在2016年员工持股平台增资入股时，共同实际控制人之一方胜康持有的份额亦按照奥普集团私有化价格确认2016年股份支付；

3、2017年方胜康将其持有员工的持股平台部分份额转让给员工时，按照2017年奥普家居公允价值补确认股份支付。

上述会计差错更正后，发行人确认2016年股份支付费用依据的公允价值为244,350.87万元（折合118.56元/美元注册资本），对应发行人2015年归属于母

公司所有者的净利润的市盈率倍数为 9.97 倍，对应发行人 2016 年归属于母公司所有者的净利润（不含股份支付）的市盈率倍数为 8.24 倍。发行人 2016 年股份支付费用已更正为 8,560.74 万元，补确认股份支付费用 5,744.44 万元，会计差错更正后的 2016 年归属于母公司所有者的净利润为 21,087.08 万元；发行人 2017 年股份支付费用已更正为 1,925.77 万元，补确认股份支付费用-1,088.93 万元，会计差错更正后的 2017 年归属于母公司所有者的净利润为 28,133.99 万元。本次会计差错更正已经发行人第一届董事会第七次会议和 2019 年第二次临时股东大会审议通过。

上述会计差错更正对发行人财务报表影响如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
归属于母公司所有者的净利润	-	-	1,088.93	-5,744.44
资本公积	-	-	-	5,744.44
未分配利润	-	-	-	-5,744.44
净资产	-	-	-	-
资产总额	-	-	-	-

上述会计差错更正前后，发行人净利润均符合首发管理办法规定的发行条件。上述会计差错更正仅为股份支付单一事项的会计处理，不涉及发行人日常生产经营，发行人内控制度设计完善、执行有效，财务规范性良好，上述会计差错更正不会影响发行人内控制度的有效性。上述会计差错更正使得发行人 2017 年 5 月 31 日股改基准日账面净资产中的未分配利润减少，资本公积增加，不影响发行人股改基准日净资产。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司董事会提请投资者注意，以下讨论分析应该结合本公司经审计的财务报表及附注和本招股说明书披露的其他财务信息一并阅读。

若无特别说明，均以合并报表数据作为分析基础。

一、财务状况分析

（一）资产结构分析

报告期内，公司资产结构如下：

单位：万元；%

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	115,763.93	64.19	103,806.97	63.43	109,688.70	70.16	63,043.58	53.21
非流动资产	64,571.38	35.81	59,857.79	36.57	46,650.47	29.84	55,447.74	46.79
资产总额	180,335.31	100.00	163,664.75	100.00	156,339.17	100.00	118,491.32	100.00

报告期各期末公司资产总额分别为 118,491.32 万元、156,339.17 万元、163,664.75 万元和 180,335.31 万元，变动幅度分别为 31.94%、4.69% 和 10.19%，呈逐年增长态势。2017 年末，公司资产总额较 2016 年末增加 31.94%，其中流动资产较上期末增加 73.99%，非流动资产较上期末减少 15.87%；2018 年末及 2019 年 6 月末，公司资产总额均较上期末小幅增加，资产规模及结构基本保持稳定。

公司 2017 年末流动资产增加较多，主要系货币资金增加所致。

1、主要流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产金额分别为 63,043.58 万元、109,688.70 万元、103,806.97 万元和 115,763.93 万元，变动幅度分别为 73.99%、-5.36% 和 11.52%。

报告期各期末，公司流动资产结构如下：

单位：万元；%

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产合计	115,763.93	100.00	103,806.97	100.00	109,688.70	100.00	63,043.58	100.00
其中：货币资金	70,663.31	61.04	65,920.64	63.50	70,878.57	64.62	35,538.96	56.37
应收票据	13,367.25	11.55	9,541.68	9.19	7,400.72	6.75	6,054.04	9.60
应收账款	7,566.89	6.54	7,523.10	7.25	7,526.23	6.86	5,975.77	9.48
预付账款	2,029.81	1.75	809.92	0.78	1,677.57	1.53	1,808.33	2.87
其他应收款	1,954.42	1.69	1,724.85	1.66	4,414.97	4.03	2,174.08	3.45
存货	17,824.89	15.40	16,321.75	15.72	17,458.14	15.92	9,671.33	15.34
其他流动资产	2,357.35	2.04	1,965.03	1.89	332.49	0.30	1,821.07	2.89

(1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金分别为 35,538.96 万元、70,878.57 万元、65,920.64 万元和 70,663.31 万元，变动幅度分别为 99.44%、-6.99%和 7.19%。各期末货币资金结构如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
库存现金	0.66	0.09	0.10	0.50
银行存款	66,205.63	62,947.26	64,485.40	34,677.09
其他货币资金	4,457.02	2,973.30	6,393.08	861.37
合计	70,663.31	65,920.64	70,878.57	35,538.96

2017 年末公司货币资金增加较多主要是一方面公司正常经营积累，另一方面公司收到明泽投资、聚泽投资以及控股子公司少数股东的投资款合计 12,173.55 万元。

2018 年末公司货币资金有所减少，主要系当期支付股利较多所致。

2019 年 6 月末公司货币资金较上期末小幅增加，主要系公司正常经营积累。

2016 年、2017 年公司其他货币资金主要为银行保证金；2018 年公司其他货

币资金除银行保证金外，尚有网络运营平台电子钱包账户余额 830 万元及未支出的非受限资金 860 万元；2019 年 6 月末公司其他货币资金主要系银行保证金 1,055.30 万元以及网络运营平台电子钱包账户余额 2,642.57 万元。

(2) 应收票据

报告期各期末，公司的应收票据余额分别为 6,336.63 万元、7,756.09 万元、10,489.16 万元和 15,171.03 万元，变动幅度分别为 22.40%、35.24% 和 44.64%。公司的应收票据构成如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
银行承兑汇票	559.06	2,090.99	648.74	684.77
商业承兑汇票	14,611.96	8,398.17	7,107.35	5,651.86
合计	15,171.03	10,489.16	7,756.09	6,336.63

公司期末应收票据主要系部分客户使用商业票据、银行承兑汇票付款所致。报告期内，公司应收商业承兑汇票均为应收大宗客户广州恒大票据；其余客户如通过票据支付则均需必须使用银行承兑汇票，且金额相对较小。

2018 年公司应收票据增长较快主要系公司应收广州恒大票据增加所致，报告期各期末，公司应收广州恒大票据余额情况如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
银行承兑汇票	-	800.00	-	-
商业承兑汇票	14,611.96	8,398.17	7,107.35	5,651.86
合计	14,611.96	9,198.17	7,107.35	5,651.86

2018 年公司对广州恒大销售收入同比下降，但期末公司应收广州恒大票据余额却同比增长，主要系因为广州恒大于 2018 年下半年对截至 2018 年 8 月末应付公司的 10,412.66 万元货款进行结算，其中现金 1,214.49 万元、银行承兑汇票 800 万元以及商业承兑汇票 8,398.17 万元。2019 年起，公司与广州恒大结算政策变更为月末对账，次月以一年期商业承兑汇票付款，从而使得 2019 年 6 月末商

业承兑汇票增长较多。

公司采用账龄分析法计提坏账准备的商业承兑汇票情况如下：

单位：万元

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
1年以内	7,457.46	372.87	4,881.02	244.05	7,107.35	355.37	5,651.86	282.59
1-2年	7,154.50	1,430.90	3,517.15	703.43	-	-	-	-
合计	15,171.03	1,803.77	8,398.17	947.48	7,107.35	355.37	5,651.86	282.59

注：按原应收账款账龄连续计算的原则对应收商业承兑汇票计提坏账准备

报告期内，公司应收票据均在承兑期内完成承兑，未出现出票人破产等导致应收票据未来现金流低于其账面价值的情况，且均已按照坏账政策对商业承兑汇票充分计提了坏账准备。截至2019年6月末，不存在因出票人未履约而将应收票据转至应收账款的情形。

报告期内，发行人收到的商业承兑汇票均系银行托收，不存在背书或贴现的情形。

(3) 应收账款

报告期各期末，公司应收账款余额分别为6,329.78万元、7,963.95万元、7,986.78万元和8,050.78万元，变动幅度分别为25.82%、0.29%和0.80%，2017年增幅较大主要系大宗客户渠道应收账款增加所致。

①应收账款分类

公司应收账款分类情况如下：

单位：万元

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	8,050.78	483.89	7,986.78	463.69	7,963.95	437.72	6,329.78	354.01
其中：账龄组合	8,050.78	483.89	7,986.78	463.69	7,963.95	437.72	6,329.78	354.01
个别认定组合	-	-	-	-	-	-	-	-

②应收账款信用期分类

按是否处于信用期列示的应收账款情况如下：

单位：万元；%

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例	余额	比例
信用期内	6,142.79	76.30	7,177.82	89.87	7,282.40	91.44	5,444.44	86.01
信用期外	1,907.99	23.70	808.96	10.13	681.55	8.56	885.34	13.99
合计	8,050.78	100.00	7,986.78	100.00	7,963.95	100.00	6,329.78	100.00

③应收账款余额变动分析

报告期内，公司应收账款与营业收入的变动趋势如下：

单位：万元

项目	2019.6.30/ 2019年1-6月	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度	2016.12.31/ 2016年度
应收账款余额	8,050.78	7,986.78	7,963.95	6,329.78
应收票据余额	15,171.03	10,489.16	7,756.09	6,336.63
营业收入	82,671.98	168,440.59	158,413.64	124,973.25
应收账款余额占营业收入比重（%）	9.74	4.74	5.03	5.06
应收账款及应收票据余额占营业收入比重（%）	28.09	10.97	9.92	10.14

报告期内，公司应收账款金额整体较小，占营业收入比例亦较低，主要系公司经销商渠道销售收入占比较高，而公司对经销商按照“先款后货”方式销售所

致。

2017 年公司应收账款增长较多，主要系公司对广州恒大、成都生活家、万科等大宗客户销售规模增长所致；2018 年公司应收账款进一步增长，主要系 2018 年公司与万科合作规模提升，应收账款增加所致。

报告期内公司分渠道应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
大宗客户渠道	7,346.46	7,134.00	7,165.41	3,896.12
外销渠道	258.05	376.51	223.25	1,800.57
KA 渠道	361.41	324.98	482.07	595.20
经销商渠道	6.02	2.89	6.91	2.74
其他	78.85	148.40	86.30	35.15
应收账款合计	8,050.78	7,986.78	7,963.95	6,329.78

④应收账款账龄分析

公司按账龄组合列示的应收账款账龄情况如下：

单位：万元；%

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1 年以内	7,747.14	96.23	7,790.65	97.54	7,863.97	98.74	6,217.39	98.22
1 至 2 年	245.99	3.06	139.42	1.75	50.38	0.63	76.58	1.21
2 至 3 年	20.61	0.26	20.90	0.26	30.33	0.38	15.97	0.25
3 年以上	37.03	0.46	35.82	0.45	19.28	0.24	19.83	0.31
合计	8,050.78	100.00	7,986.78	100.00	7,963.95	100.00	6,329.78	100.00

2018 年末，发行人 1 至 2 年的应收账款金额有所提高，主要是应收万科的 1 至 2 年款项 103.69 万元所致。2019 年 6 月末，发行人 1 至 2 年的应收账款主要系应收万科的 1 至 2 年款项 212.14 万元。

公司按账龄组合计提应收账款的坏账准备计提情况如下：

单位：万元；%

账龄	计提坏账准备比例 (%)	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
		余额	比例	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1 年以内	5	387.36	80.05	389.53	84.01	393.20	89.83	310.87	87.81
1 至 2 年	20	49.20	10.17	27.88	6.01	10.08	2.30	15.32	4.33
2 至 3 年	50	10.31	2.13	10.45	2.25	15.16	3.46	7.99	2.26
3 年以上	100	37.03	7.65	35.82	7.73	19.28	4.40	19.83	5.60
合计	-	483.89	100.00	463.69	100.00	437.72	100.00	354.01	100.00

报告期内，公司一年以内应收账款占比均超过 95%，且均已按照坏账政策充分计提了坏账准备。2016 年成都博朗尼核销应收账款 0.83 万元，除此之外报告期内发行人无核销应收账款情况。

⑤主要应收账款客户情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司应收账款前五名单位列示如下：

单位名称	款项性质	期末余额(万元)	账龄	余额占比 (%)
万科企业股份有限公司	货款	3,558.23	1 年以内	44.20
		212.14	1-2 年	2.64
		1.23	2-3 年	0.02
广州恒大材料设备有限公司	货款	1,270.02	1 年以内	15.78
		1.90	1-2 年	0.02
成都市生活家装饰工程有限公司	货款	621.50	1 年以内	7.72
		2.22	1-2 年	0.03
佛山维尚家具制造有限公司	货款	614.41	1 年以内	7.63
金螳螂供应链管理（苏州）有限公司	货款	273.63	1 年以内	3.40
		0.46	1-2 年	0.01
小计		6,555.75	-	81.43

注：上述客户已按照同一实际控制口径予以合并。

截至 2019 年 6 月末，公司前五名客户应收账款占公司应收账款余额的 81.43%，主要系资质较好的大宗客户，上述客户均按照合同约定付款，且应收账款账龄较短。万科存在账龄一年以上应收账款主要系工程项目尚未完成验收结算所致。公司对期末应收账款均已根据会计政策相应计提坏账准备。

⑥分销售渠道信用政策情况

公司分销售渠道主要客户的信用政策情况如下：

所属渠道	客户名称	信用政策
经销商渠道	北京中天诚投科贸有限公司	款到发货
	江苏晨皓贸易有限公司	款到发货
	成都长青基业商贸有限公司	款到发货
大宗客户渠道	广州恒大材料设备有限公司	2016 年 1 月至 2017 年 8 月，月末对账，次月末付款，付款方式主要为 6 个月期限商业承兑汇票；2017 年 9 月至 2018 年，新发生应付款项于次年 9 月份一次性以现金形式无息支付；2019 年 1 月起，月末对账，次月末付款，付款方式为 12 个月商业承兑汇票。
	万科企业股份有限公司	验收合格并提供全套付款资料后，45 个工作日内付款
	成都市生活家装饰工程有限公司	月末对账，开票后 7 天内付款；2017 年起，每月 18 日以前收到发票，当月 25 日付款，否则于次月 25 日付款
	爱空间科技（北京）有限公司	货到 30 天
外销渠道	施耐德电气有限公司	次次月 10 号付款
KA 渠道	百安居（中国）投资有限公司	确认代销销售金额并开票后，每两周付款
	苏宁易购集团股份有限公司	确认销售清单并开票后 30 天

⑦应收账款在期后的收回情况

报告期各期末应收账款在期后的收回金额和比例情况如下表：

单位：万元

时间	应收账款 余额	收回款项金额			收回款 项比例
		2017年	2018年	2019年1-7月	
2016.12.31	6,329.78	6,229.80	43.26	6.65	99.21%
2017.12.31	7,963.95	-	7,767.81	81.90	98.57%
2018.12.31	7,986.78	-	-	6,012.11	75.28%
2019.6.30	8,050.78	-	-	1,615.19	20.06%

(4) 预付账款

报告期各期末，公司预付账款余额分别为 1,918.98 万元、1,898.87 万元、809.92 万元及 2,029.81 万元，变动幅度分别为-1.05%、-57.35%和 150.62%。

报告期内公司预付账款主要为公司为宣传推广预先支付给广告公司的广告费用，以及采购与生产经营相关产品预先支付给供应商的货款。

2018 年末，公司预付账款余额下降较多，主要原因系 2018 年公司降低了高铁广告投入，相应的预付广告费下降较多；此外，2017 年末预付账款中包含预付杭州佰兹尼电器有限公司 221.30 万元，故余额相对较高。

2019 年 6 月末，公司预付账款余额增加较多，主要系公司预付长葛市润隆铝业有限公司 730.00 万元货款所致。

公司预付账款账龄情况如下：

单位：万元；%

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	1,936.50	95.40	723.61	89.34	1,670.56	87.98	1,696.58	88.41
1 至 2 年	93.31	4.60	86.31	10.66	7.00	0.37	222.40	11.59
2 至 3 年	0.004	0.00	0.004	0.00	221.30	11.65	-	-
合计	2,029.81	100.00	809.92	100.00	1,898.87	100.00	1,918.98	100.00

2016年末，公司预付杭州佰兹尼电器有限公司221.30万元，由于其出现经营问题，无法继续履行采购合同，且上述款项可能无法收回，公司对上述预付款计提了110.65万元坏账准备。2017年末，由于杭州佰兹尼电器有限公司已无法联系，上述款项收回可能性较低，公司全额计提了坏账准备。2018年杭州佰兹尼宣告破产，公司收回39.97万元，剩余181.33万元预付款全部核销。

报告期各期末，公司期末预付账款中持有本公司5%以上（含5%）股权的股东或其他关联方的欠款请参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、报告期内的关联交易”之“（三）关联方往来余额”。

（5）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款余额分别为2,396.96万元、4,796.16万元、1,938.60万元和2,169.61万元，变动幅度分别为100.09%、-59.58%和11.92%，具体如下：

①应收利息

报告期各期末，公司应收利息分别为482.31万元、175.32万元、164.71万元和424.75万元，变动幅度分别为-63.64%、-6.05%和157.88%。

2016年末主要系公司向成都牵银提供委托贷款所产生的利息收入。2017年末、2018年末主要系公司定期存款所产生的利息收入，故较之2016年末下降较多。

报告期各期末，发行人应收利息均系向金融机构收取的存款利息以及应向关联方收取的委托贷款利息，其信用风险较低，故未计提坏账准备。

②除应收利息的其他应收款

报告期各期末，公司除应收利息的其他应收款（本小节简称“其他应收款”）余额分别为1,914.66万元、4,620.84万元、1,773.89万元和1,744.87万元，变动幅度分别为141.34%、-61.61%和-1.64%。公司其他应收款主要为押金保证金、员工备用金以及单位往来款等。

A. 其他应收款分类

报告期内公司其他应收款分类如下：

单位：万元；%

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	1,744.87	100.00	1,773.89	100.00	4,620.84	100.00	1,914.66	100.00
其中：账龄组合	1,744.87	100.00	1,773.89	100.00	4,620.84	100.00	1,914.66	100.00
个别认定组合	-	-	-	-	-	-	-	-

报告期各期末公司其他应收款余额按性质分类情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
押金保证金	1,152.20	1,158.26	3,605.53	125.25
应收退税款	-	127.88	-	-
应收暂付款	52.63	60.18	5.24	35.41
往来款	-	-	447.69	1,250.00
备用金	305.43	286.31	441.58	372.94
资产处置款	-	19.57	19.57	70.00
其他	234.61	121.68	101.21	61.05
合计	1,744.87	1,773.89	4,620.84	1,914.66

2016 年末，公司往来款余额为控股子公司嘉兴劲达与其参股股东唐国富往来款 800 万元，以及公司与易事科技的往来款 450 万元。2017 年末，公司押金保证金余额较高，主要系土地购置所缴纳的履约保证金合计 3,308.60 万元所致。此外，2018 年，由于公司进一步加强了对备用金及时还款核销的管理，期末员工备用金余额较上期末下降相对较多。

2018 年末，公司其他应收款余额下降较多主要系公司与杭州市国土资源局解除土地使用权出让合同，杭州市国土资源局退回公司已缴纳的土地使用权出让金所致。2019 年 6 月末，公司其他应收款余额与 2018 年末基本一致。

B. 其他应收款按账龄分析

公司按账龄组合列示的其他应收款账龄情况如下：

单位：万元；%

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1年以内	1,501.13	86.03	1,468.05	82.76	4,047.78	87.60	1,731.49	90.43
1至2年	89.90	5.15	190.81	10.76	475.71	10.29	57.46	3.00
2至3年	63.36	3.63	25.69	1.45	27.38	0.59	1.77	0.09
3年以上	90.48	5.19	89.35	5.04	69.97	1.51	123.93	6.47
合计	1,744.87	100.00	1,773.89	100.00	4,620.84	100.00	1,914.66	100.00

公司按账龄组合计提其他应收款的坏账准备计提情况如下：

单位：万元；%

账龄	计提坏账准备比例(%)	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
		坏账准备	比例	坏账准备	比例	坏账准备	比例	坏账准备	比例
1年以内	5	75.06	34.88	73.40	34.34	202.39	53.09	86.57	38.84
1至2年	20	17.98	8.36	38.16	17.85	95.14	24.96	11.49	5.16
2至3年	50	31.68	14.72	12.84	6.01	13.69	3.59	0.89	0.40
3年以上	100	90.48	42.05	89.35	41.80	69.97	18.35	123.93	55.60
合计	-	215.19	100.00	213.75	100.00	381.19	100.00	222.88	100.00

C. 其他应收款的主要应收单位情况

截至2019年6月末，公司其他应收款前五名单位列示如下：

单位名称	款项性质	期末余额(万元)	账龄	余额占比(%)
杭州市中级人民法院	押金保证金	600.00	1年以内	34.39
房东张成	其他	3.29	1年以内	0.19
	押金保证金	38.30	1-2年	2.20

单位名称	款项性质	期末余额 (万元)	账龄	余额占比 (%)
王翠华	其他	30.48	1年以内	1.75
上海煜璞贸易有限公司	押金保证金	30.00	1年以内	1.72
重庆京东海嘉电子商务有限公司	押金保证金	30.00	1年以内	1.72
合计		732.07	-	41.96

截至2019年6月末,公司其他应收款前五名占其他应收账款余额的41.96%。

公司应收杭州中级人民法院600万元押金保证金系:依照《民事裁定书》((2017)浙01民初208号),冻结被告浙江风尚建材股份有限公司等单位2,000万元财产,杭州市中级人民法院要求公司提交的现金担保。具体案件情况请参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、本公司的重大诉讼或仲裁事项”之“(三)浙江现代新能源有限公司诉讼”相关内容。

(6) 存货

报告期各期末,公司存货账面余额分别为9,785.94万元、17,567.79万元、17,013.18万元和18,842.27万元,变动幅度分别为79.52%、-3.16%和10.75%。

① 存货账面余额

报告期各期末公司存货账面余额结构如下:

单位:万元;%

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
原材料	3,569.03	18.94	3,112.11	18.29	2,753.94	15.68	1,100.12	11.24
在产品	655.55	3.48	458.52	2.70	577.02	3.28	201.81	2.06
库存商品	13,023.07	69.12	12,015.12	70.62	12,444.69	70.84	7,656.51	78.24
发出商品	1,516.46	8.05	1,325.70	7.79	1,646.96	9.37	824.00	8.42
委托加工物资	63.40	0.34	83.39	0.49	135.79	0.77	-	-
低值易耗品	14.76	0.08	18.34	0.11	9.37	0.05	3.50	0.04
合计	18,842.27	100.00	17,013.18	100.00	17,567.79	100.00	9,785.94	100.00

报告期各期末，公司主要存货为库存商品、发出商品、原材料，三者合计占存货余额的比例分别为 97.90%、95.89%、96.71%和 96.11%。

公司主营产品为浴霸、集成吊顶及厨电产品，期末原材料主要为电器及配件、铝材、塑料配件、钣金件等配件，库存商品主要为浴霸、集成吊顶。

报告期内公司存货整体上随公司经营规模增长而逐年上升。

2017 年末，公司原材料较 2016 年末增幅较大的主要原因系：公司集成吊顶扣板生产模式由 OEM 调整为自制，导致对外采购铝材导致原材料增加。

2017 年末，公司库存商品较 2016 年末增幅较大的主要原因系：随着营业收入增长，浴霸、集成吊顶库存商品相应增长；2017 年公司丰富产品门类，新增部分照明及厨电产品，库存商品相应增加；公司集成吊顶扣板由之前 OEM 模式调整为自制模式亦使得库存商品有所增加。

2017 年末，公司委托加工物资余额 135.79 万元，主要系嘉兴劲达采购铝材交付委托加工厂商加工成铝薄板所致。

2018 年末，公司存货结构与 2017 年基本相近，随着新品类产品逐渐展开生产，原材料占比有所提升。

2019 年 6 月末，公司存货结构与 2018 年基本相近。

②存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备如下表所示：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
存货余额	18,842.27	17,013.18	17,567.79	9,785.94
减：存货跌价准备	1,017.38	691.43	109.65	114.62
存货净额	17,824.89	16,321.75	17,458.14	9,671.33

公司存货跌价准备系库存商品、原材料所计提，公司根据库存商品估计售价或合同价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定库存商品的可变现净值、根据原材料所生产的产成品的估计售价或合同价减去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原材料的可变现净值,当库存商品、原材料期末账面成本低于可变现净值时计提存货跌价准备。

2018年末及2019年6月末,公司存货跌价准备较上期末增长较多,主要系公司对库存商品分别计提了683.31万元和1,017.38万元跌价准备所致。报告期各期末,公司库存商品按产品类别的存货跌价准备计提情况如下:

单位:万元

存货类别	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
浴霸	162.57	46.50	16.89	8.55
集成吊顶	499.10	410.96	25.72	19.52
厨电产品	173.14	57.09	54.55	-
照明产品	120.76	113.98	4.34	27.94
其他	61.81	54.78	8.15	58.61
合计	1,017.38	683.31	109.65	114.62

由上表,2016年、2017年公司存货跌价准备金额变动较小。2018年,公司库存商品计提存货跌价准备增加,主要系:第一,公司为促进销售,对于部分型号的照明产品及部分应用于家装渠道的集成吊顶产品,以低于账面价值的金额进行了销售,故对该些型号存货计提了存货跌价准备;第二,公司供应广州恒大的部分扣板产品出现外观质量问题,公司对于该部分扣板按1:1比例全部进行了调换,对于退回的问题扣板,公司退回原供应商或作为废品处理,并计提了存货跌价损失228.57万元,具体请参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“八、发行人质量控制状况”之“(五)产品质量情况”之“2、发行人产品外观质量问题情况”;第三,公司大力开拓照明、厨电等新产品,设计研发了较多不同型号产品,对于销售情况较差的型号亦计提了存货跌价准备。

③存在发出商品的原因

公司根据客户订单向客户发货。经销商模式下,公司发货至经销商指定地点,大宗客户模式、KA模式及直营模式下,公司发货至客户指定的工程地点、仓库、指定收货地址等。公司产品发出至客户确认收货前,公司产品所有权上的主要风险和报酬还未转移给购货方,不满足收入确认条件。

公司将上述已经发出但不满足收入确认条件的产品确认为发出商品，符合企业会计准则的规定。

④按存货类型的存货余额及结构情况

报告期各期末，公司原材料、库存商品及发出商品具体情况如下：

A. 原材料情况

报告期各期末，发行人原材料明细情况如下：

单位：万元；%

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电器及配件	1,035.19	29.00	943.81	30.33	821.39	29.83	747.37	67.94
铝材	1,087.86	30.48	783.05	25.16	757.21	27.50	42.43	3.86
膜类	347.59	9.74	340.47	10.94	373.51	13.57	-	-
五金件	305.46	8.56	283.58	9.11	158.76	5.77	6.37	0.58
包装材料	146.77	4.11	150.14	4.82	184.78	6.71	191.38	17.40
塑料配件	149.30	4.18	136.40	4.38	183.44	6.66	52.12	4.74
其他	496.86	13.92	474.66	15.25	274.33	9.96	60.46	5.50
合计	3,569.03	100.00	3,112.11	100.00	2,753.42	100.00	1,100.12	100.00

2017 年末，发行人原材料增幅较大，主要系发行人集成吊顶扣板生产模式调整，新设控股子公司嘉兴劲达及成都劲启，主要从事集成吊顶中的扣板生产，导致原材料中铝材、膜类材料大幅增加；同时，发行人新增厨电业务，导致五金件等原材料亦有所增加。

2018 年末原材料较 2017 年末增幅较大的主要原因系晾衣架、照明等新品类产品逐渐展开生产，电器及配件较 2017 年有所增长，此外集成墙面生产所需之木塑材料等原材料亦增幅较大。

B. 库存商品情况

报告期各期末，发行人库存商品（不含发出商品）明细情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
浴霸	4,079.17	3,878.32	4,768.86	4,141.00
集成吊顶	3,726.97	3,930.43	4,356.92	1,660.14
厨电产品	1,301.22	988.80	923.54	-
晾衣架产品	1,466.06	1,108.05	946.94	115.02
照明产品	1,299.47	979.93	203.90	203.17
促销品	328.76	595.58	858.85	1,405.66
其他	821.42	534.01	385.68	131.52
合计	13,023.07	12,015.12	12,444.69	7,656.51

如上表所示，公司 2017 年末库存商品增长较多，主要系集成吊顶扣板、厨电产品、晾衣架产品增加较多所致；2018 年末及 2019 年 6 月末，公司库存商品余额基本稳定，其中厨电、晾衣架、照明等新产品增加较多。

C. 发出商品情况

报告期各期末，发行人发出商品明细情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
浴霸	979.66	988.40	1,443.37	605.32
集成吊顶	360.26	217.59	158.36	205.76
厨电	20.55	68.62	16.56	-
其他	155.99	51.09	28.68	12.93
合计	1,516.46	1,325.70	1,646.96	824.00

发行人发出商品包括上海分公司、上海奥普斯分布于 KA 卖场、直营门店内的库存商品，以及已发货未实现收入的产品。

2017 年末，公司发出商品增幅较大，主要系一方面随着经营规模扩大，发出商品亦有所增加；另一方面公司大宗客户及直营渠道增长较快，致使发出商品相应增加。

2018 年末，公司发出商品有所下降，主要系一方面 KA 渠道收入有所下滑，使得发出商品有所下降；另一方面公司 2018 年降低了参与家居会展、家博会等销售活动频次，亦导致发出商品有所下降。

⑤ 存货中有具体订单支持情况

报告期各期末，公司存货中部分库存商品、发出商品有具体订单支持，原材料、在产品等其他存货无具体订单支持。

A. 发出商品订单支持情况说明

经销商模式下，经销商根据终端消费者订单情况、自身库存情况以及未来销售预测向公司商务部下达订单，经销商全额支付订单款项后，由物流部组织发货。

大宗客户模式下，收到大宗客户订单，确认无误后在大宗客户供应商管理系统中进行订单确认并录入信息系统，由物流部安排发货。物流部备货人员将订单中涉及的每一件产品均全部备齐后，通过物流公司将产品发送至大宗客户指定接收地点。

KA 渠道销售模式下，KA 卖场每月底向上海分公司出具代销清单以及库存清单，上海分公司根据各大卖场的库存情况以及销售情况进行备货。产品通过物流公司运送至 KA 卖场指定仓库，仓库管理人员签署签收确认单。

线上直营模式下，消费者通过平台下达订单，并支付订单款项，发行人随即发货至客户指定地点。

综上所述，公司经销商渠道、大宗客户渠道及线上直营渠道的发出商品均有对应订单；KA 渠道发出商品无对应订单。

B. 库存商品订单支持情况说明

报告期各期末，公司库存商品订单支持情况具体如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
期末已收到订单但尚未确认收入的估算成本	905.68	805.65	1,489.56	1,788.84
期末库存商品余额	13,023.07	12,015.12	12,444.69	7,656.51
期末库存商品订单支持率	6.95%	6.71%	11.97%	23.36%

报告期各期末公司库存商品、发出商品的订单支持率相对较低，主要系因为公司为降低经销商等其他客户提货周期，会依据销售预测进行备货，具体备货情况如下文。

⑥存货备货情况

报告期各期末，公司库存商品、发出商品、原材料的备货情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
库存商品备货	12,117.39	11,209.47	10,955.13	5,867.67
KA 渠道发出商品备货	328.91	548.18	667.46	566.65
原材料备货	3,569.03	3,112.11	2,753.94	1,100.12
合计	16,015.33	14,869.76	14,376.53	7,534.44

公司库存商品备货一般为经销商渠道未来一个月的销售计划，但实际库存商品备货金额略高，主要原因系：①经销商上报的销售计划与实际订单之间存在一定差异，使得部分备货库存商品未完成销售；②公司产品类型、产品型号不断增加，而为保证生产效率与经济性，各产品型号均有最低生产量，故新产品备货量相对较高；③公司线上直营渠道增长较快，而线上直营渠道存在活动期间（如双11等活动）集中销售的情况，公司为保证发货的及时性以及生产计划稳定性，会提前2-3个月开始进行备货；④大宗客户订单金额较大，且对公司交货日期要求较高，随着大宗客户渠道销售收入上升，该部分备货金额亦相应增长。

报告期各期末，公司KA渠道发出商品备货金额基本稳定。

报告期各期末，公司原材料备货金额增长较快。主要系2017年起公司集成吊顶扣板由OEM转为自制，使得铝材与膜类等原材料备货增加较多，一方面铝

材及膜类采购价格波动相对较大，公司会进行一定备货；另一方面铝材及膜类等原材料相对紧缺，为确保生产稳定性，亦需要提前备货。

(7) 其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 1,821.07 万元、332.49 万元、1,965.03 万元和 2,357.35 万元，变动幅度分别为-81.74%、491.00%和 19.97%，具体明细如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
待抵扣增值税进项税及留抵税额	2,301.42	1,868.24	322.65	21.07
理财产品	-	-	-	1,800.00
预缴所得税	55.94	96.79	9.84	-
合计	2,357.35	1,965.03	332.49	1,821.07

2016 年公司其他流动资产金额较高，主要系购买短期理财产品所致；2017 年短期理财产品收回，当期其他流动资产金额较低；2018 年末及 2019 年 6 月末，公司其他流动资产较上期末增长较多，主要系公司控股子公司嘉兴集成吊顶尚处于前期建设阶段，未产生效益，故未抵扣增值税进项税所致。

2、主要非流动资产分析

报告各期末，公司非流动资产金额分别为 55,447.74 万元、46,650.47 万元和 59,857.79 万元和 64,571.38 万元，变动幅度分别为-15.87%、28.31%和 7.87%。

报告期内，公司的非流动资产结构如下：

单位：万元；%

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
非流动资产合计	64,571.38	100.00	59,857.79	100.00	46,650.47	100.00	55,447.74	100.00
其中：可供出售金融资产	-	-	7,562.83	12.63	13,747.73	29.47	17,077.26	30.80
长期股权投资	-	-	-	-	-	-	181.71	0.33

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其他权益工具投资	8,235.72	12.75	-	-	-	-	-	-
固定资产	17,205.25	26.65	17,066.61	28.52	17,355.11	37.20	15,535.03	28.02
在建工程	24,255.56	37.56	20,118.32	33.62	617.25	1.32	129.91	0.23
无形资产	12,336.06	19.10	12,842.41	21.46	13,071.58	28.02	7,455.10	13.45
长期待摊费用	761.74	1.18	910.99	1.52	532.33	1.14	438.16	0.79
递延所得税资产	1,374.79	2.13	1,138.84	1.89	880.93	1.89	221.62	0.40
其他非流动资产	402.25	0.62	217.79	0.36	445.55	0.96	14,408.95	25.99

(1) 可供出售金融资产

2016 年末、2017 年末及 2018 年末，公司可供出售金融资产余额分别为 17,077.26 万元、13,747.73 万元和 7,562.83 万元，变动幅度分别为-19.50%和 -44.99%。2017 年末、2018 年末公司可供出售金融资产变动主要系海兴电力股票公允价值变动所致，2018 年末海兴电力股票价格下降较多，使得期末可供出售金融资产余额减少较多。

2019 年 6 月末，根据 2019 年 1 月 1 日起执行的财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》的相关规定，前述可供出售金融资产重分类至其他权益工具投资科目。2019 年 6 月末公司其他权益工具投资为 8,235.72 万元。

(2) 长期股权投资

2016 年末，公司长期股权投资余额为 181.71 万元，系公司对成都牵银的出资。2017 年 5 月公司向奥普电器出售所持有成都牵银的全部股权，因此 2017 年起公司已无长期股权投资。

上述股权出售详细过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（三）非主业资产剥离”。

(3) 其他权益工具投资

截至 2019 年 6 月末，公司其他权益工具投资明细如下：

单位：万元

项目	2019.6.30
海兴电力 393.78 万股股票	5,441.97
海邦才智 16.78% 份额	-
引智佐邦 7.35% 份额	443.75
海邦厚思 16.39% 份额	2,000.00
杭州大湛机电科技有限公司 10% 股权	350.00
合计	8,235.72

海邦才智、引智佐邦、海邦厚思分别成立于 2011 年、2013 年以及 2016 年，投资期限均为 7 年期，均为专业的投资机构。其对外投资项目运营正常，不存在减值迹象，因此未计提减值准备。发行人已于 2018 年收回海邦才智全部投资。

发行人参股以上公司的目的系更有效的利用货币资金，获取更高投资收益。投资期限到期后，发行人将不再进行类似风险投资。公司最近一期末金额较大的财务性投资情况请参见本节之“一、财务状况分析”之“(五)最近一期末金额较大的财务性投资情况”。

发行人 2019 年 5 月投资杭州大湛机电科技有限公司 350 万元，持股 10%。杭州大湛机电科技有限公司主要从事纳米水离子技术在空气净化等领域的应用、研发及设计，且在国内具有一定技术优势。考虑到纳米水离子技术未来可以进一步增强发行人浴霸、集成吊顶、新风系统等产品的空气净化能力，提高产品竞争力，巩固发行人在行业中的领先地位，故发行人决定投资参股杭州大湛机电科技有限公司。

(4) 固定资产

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 15,535.03 万元、17,355.11 万元、17,066.61 万元和 17,205.25 万元，变动幅度分别为 11.72%、-1.66% 和 0.81%。

公司固定资产主要为房屋及建筑物，截至 2019 年 6 月末，公司固定资产平均成新率 60.70%。报告期各期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30			2018.12.31		
	账面原值	累计折旧	账面价值	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	18,575.85	6,949.82	11,626.03	18,575.85	6,525.24	12,050.61
通用设备	3,250.73	1,979.36	1,271.37	3,128.25	1,778.16	1,350.09
专用设备	5,108.85	1,276.28	3,832.57	4,277.87	1,093.28	3,184.59
运输工具	1,118.43	752.13	366.30	1,150.78	781.22	369.57
其他设备	289.14	180.15	108.99	281.54	169.78	111.76
合计	28,343.00	11,137.75	17,205.25	27,414.30	10,347.68	17,066.61
项目	2017.12.31			2016.12.31		
	账面原值	累计折旧	账面价值	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	18,575.85	5,686.70	12,889.15	18,575.85	4,825.38	13,750.47
通用设备	2,887.34	1,461.07	1,426.27	2,106.53	1,192.73	913.80
专用设备	3,364.48	757.82	2,606.66	1,100.41	558.81	541.60
运输工具	1,074.38	689.53	384.85	859.98	597.96	262.02
其他设备	182.93	134.75	48.18	176.30	109.17	67.13
合计	26,084.98	8,729.87	17,355.11	22,819.07	7,284.04	15,535.03

报告期内，公司固定资产基本保持稳定。截至 2019 年 6 月末，公司有账面原值为 13,282.62 万元的房屋建筑物用于担保，具体情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产和无形资产”之“（一）固定资产”之“3、房屋所有权”。

（5）在建工程

报告期各期末，公司在建工程分别为 129.91 万元、617.25 万元、20,118.32 万元及 24,255.56 万元，变动幅度分别为 375.12%、3,159.37%和 20.56%。

2016 年末公司在建工程较少，均系原办公楼及厂房装修改造工程；2017 年奥普（嘉兴）生产基地建设项目开始施工，使得 2017 年末、2018 年末及 2019 年 6 月末在建工程金额快速增加。

截至 2019 年 6 月末，公司在建工程 24,255.56 万元，均为奥普（嘉兴）生产基地建设项目。

（6）无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 7,455.10 万元、13,071.58 万元、12,842.41 万元和 12,336.06 万元，变动幅度为 75.34%、-1.75%和-3.94%。

公司无形资产主要包括土地使用权、商标权、软件、专利权。截至 2019 年 6 月末，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	账面价值/ 原值 (%)	分类占比 (%)
土地使用权	7,708.49	683.24	-	7,025.24	91.14	56.95
商标权	4,952.83	1,279.48	-	3,673.35	74.17	29.78
软件	2,142.74	1,100.77	-	1,041.97	48.63	8.45
专利权	755.92	160.42	-	595.50	78.78	4.83
合计	15,559.97	3,223.91	-	12,336.06	79.28	100.00

报告期各期末，公司无形资产账面原值和账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30		2018.12.31	
	账面原值	账面价值	账面原值	账面价值
土地使用权	7,708.49	7,025.24	7,708.49	7,102.81
商标权	4,952.83	3,673.35	4,952.83	3,920.99
软件	2,142.74	1,041.97	2,025.34	1,184.36
专利权	755.92	595.50	755.92	634.25
合计	15,559.97	12,336.06	15,442.57	12,842.41
项目	2017.12.31		2016.12.31	
	账面原值	账面价值	账面原值	账面价值
土地使用权	7,708.49	7,257.95	2,554.35	2,190.24

商标权	4,952.83	4,416.27	4,952.83	4,911.56
软件	1,187.63	778.16	611.32	353.30
专利权	661.58	619.19	-	-
合计	14,510.53	13,071.58	8,118.50	7,455.10

2017 年末，公司无形资产账面原值较 2016 年大幅增长，主要系 2017 年公司购置土地所致。2017 年末，公司专利权账面原值 661.58 万元，主要系公司 2017 年收购杭州博朗尼、周尚书、中山博琅等专利资产。

2018 年末，公司无形资产账面原值较 2017 年末增长 6.42%，主要系当期公司进行信息系统升级，购买了较多相关软件。

2019 年 6 月末，公司无形资产账面原值较 2018 年末减少 1.79%，主要系当期公司

截至本招股说明书签署日，公司有账面原值为 6,150.63 万元的土地使用权用于担保，具体情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产和无形资产”之“（二）无形资产”之“2、土地使用权”。

（7）长期待摊费用

报告期各期末，长期待摊费用分别为 438.16 万元、532.33 万元、910.99 万元和 761.74 万元，变动幅度分别为 21.49%、71.13%和-16.38%，均为公司装修费用，2018 年公司综合楼、检测大楼装修投入增加，故长期待摊费用有所上升。

（8）递延所得税资产

报告期各期末，递延所得税资产金额分别为 221.62 万元、880.93 万元、1,138.84 万元和 1,374.79 万元，变动幅度分别为 297.50%、29.28%和 20.72%。

公司递延所得税资产主要由资产减值准备、内部交易未实现利润、可抵扣亏损、递延收益构成，具体明细如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
资产减值准备	524.10	340.01	136.41	112.68

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
内部销售未实现利润	68.36	63.86	45.73	108.94
可抵扣亏损	157.14	109.78	73.58	-
递延收益	625.20	625.20	625.20	-
合计	1,374.79	1,138.84	880.93	221.62

如上表所示，2017 年末公司递延所得税资产增长较多，主要系当期公司收到嘉兴产业园项目 2,500.79 万元政府补助产生。2018 年末及 2019 年 6 月末公司递延所得税资产进一步增长，主要系资产减值准备增加所致。

（9）其他非流动资产

报告期各期末公司其他非流动资产分别为 14,408.95 万元、445.55 万元、217.79 万元和 402.25 万元，变动幅度分别为-96.91%、-51.12%和 84.70%。

公司其他非流动资产主要是委托贷款以及预付资产购置款，具体如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
委托贷款	-	-	-	14,350.00
预付资产购置款	402.25	217.79	445.55	58.95
合计	402.25	217.79	445.55	14,408.95

2016 年末委托贷款为公司向成都牵银及杭州博朗尼提供的委托贷款，相关委托贷款情况参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、报告期内的关联交易”之“（三）关联方往来余额”。

2018 年末，公司其他非流动资产金额下降主要系预付 203.91 万元的数控冲床到货所致。

2019 年 6 月末，公司其他非流动资产金额增加较多主要系预付 318.47 万元用友 NC 软件费所致。

（二）负债结构分析

报告期内，公司的主要负债情况如下：

单位：万元；%

项目	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债合计	66,114.96	96.05	58,178.02	95.61	71,559.24	95.27	38,892.34	96.42
应付票据	22,679.65	32.95	17,243.00	28.34	14,612.00	19.45	10,084.99	25.00
应付账款	24,192.70	35.15	22,737.22	37.37	19,644.53	26.15	15,800.07	39.17
预收款项	7,655.50	11.12	6,511.60	10.70	6,081.76	8.10	5,379.48	13.34
应付职工薪酬	1,362.36	1.98	2,713.18	4.46	2,782.52	3.70	1,815.86	4.50
应交税费	3,841.32	5.58	2,931.69	4.82	3,979.02	5.30	2,585.48	6.41
其他应付款	6,383.43	9.27	6,041.34	9.93	24,459.42	32.56	3,226.45	8.00
非流动负债合计	2,717.09	3.95	2,668.66	4.39	3,554.65	4.73	1,442.78	3.58
递延收益	2,500.79	3.63	2,500.79	4.11	2,500.79	3.33	-	-
递延所得税负债	216.30	0.31	167.86	0.28	1,053.86	1.40	1,442.78	3.58
负债总计	68,832.05	100.00	60,846.68	100.00	75,113.89	100.00	40,335.12	100.00

报告期各期末公司负债总额分别为 40,335.12 万元、75,113.89 万元、60,846.68 万元和 68,832.05 万元，变动幅度分别为 86.22%、-18.99%和 13.12%。2017 年末，公司负债总额较 2016 年末增加 86.22%，其中流动负债较上期末增加 83.99%，非流动负债较上期末增长 146.38%；2018 年末，公司负债总额较上期末减少 18.99%，其中流动负债较上期末减少 18.70%，非流动负债较上期末减少 24.92%；2019 年 6 月末，公司负债总额较上期末增加 13.12%，其中流动负债较上期末增加 13.64%，非流动负债较上期末增加 1.81%。具体分析如下。

1、主要流动负债分析

报告期各期末公司流动负债金额分别为 38,892.34 万元、71,559.24 万元、58,178.02 万元和 66,114.96 万元，变动幅度分别为 83.99%、-18.70%和 13.64%。具体各流动负债科目变动情况如下：

(1) 应付票据

报告期各期末，公司应付票据分别为 10,084.99 万元、14,612.00 万元和 17,243.00 万元和 22,679.65 万元，变动幅度分别为 44.89%、18.01%和 31.53%。

各期末应付票据均为公司使用银行承兑汇票支付供应商货款形成，2017 年末公司应付票据余额增幅较大的原因主要系当期公司采购总额增加 32.16%，随采购规模扩大而余额提升。2019 年 6 月末公司应付票据余额增长较多主要原因系 2019 年公司获得招商银行杭州分行 20,000 万元信用授信，故提高了支付银行承兑汇票的比例。

截至 2019 年 6 月末，公司应付票据金额前五名单位如下：

名称	金额（万元）	占比（%）	款项性质
浙江来斯奥电气有限公司	2,548.00	11.23	货款
上海隆盛建筑工程(集团)有限公司	2,100.00	9.26	工程款
嵊州市松华电器有限公司	1,135.00	5.00	货款
昆山市诚泰电气股份有限公司	1,053.00	4.64	货款
慈溪市日月电器有限公司	914.65	4.03	货款
合计	7,750.65	34.17	-

注：上述供应商已按照同一实际控制口径予以合并

（2）应付账款

①应付账款情况

报告期各期末，公司应付账款分别为 15,800.07 万元、19,644.53 万元、22,737.22 万元和 24,192.70 万元，变动幅度分别为 24.33%、15.74%和 6.40%，呈逐年增长态势。

报告期内，公司应付账款主要系应付货款、应付工程款及应付广告款等。随着公司经营规模的扩大，应付账款亦随之增长。

截至 2019 年 6 月末，公司应付账款金额前五名单位如下：

名称	金额（万元）	占比（%）	款项性质
上海隆盛建筑工程（集团）有限公司	4,653.08	19.23	工程款

名称	金额（万元）	占比（%）	款项性质
海盐佳湖装饰材料有限公司	1,890.75	7.82	货款
浙江来斯奥电气有限公司	1,243.52	5.14	货款
佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司	959.28	3.97	货款
嵊州市松华电器有限公司	629.40	2.60	货款
合计	9,376.03	38.76	-

注：上述供应商已按照同一实际控制口径予以合并

报告期各期末，发行人应付账款账龄情况如下表：

单位：万元；%

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1年以内	24,062.05	99.46	22,314.33	98.14	19,566.24	99.60	15,701.27	99.37
1至2年	83.58	0.35	371.48	1.63	65.71	0.33	40.41	0.26
2至3年	4.23	0.02	48.84	0.21	12.57	0.06	44.04	0.28
3年以上	42.84	0.18	2.57	0.01	-	-	14.35	0.09
合计	24,192.70	100.00	22,737.22	100.00	19,644.53	100.00	15,800.07	100.00

②应付账款及应付票据变动分析

公司应付账款以及应付票据主要为应付供应商货款、应付工程款及应付广告款等，报告期各期末，公司应付账款及应付票据、采购情况如下：

单位：万元；%

项目	2019.6.30/ 2019年1-6月		2018.12.31/ 2018年度		2017.12.31/ 2017年度		2016.12.31/ 2016年度
	期末余额	增幅	期末余额	增幅	期末余额	增幅	期末余额
应付票据	22,679.65	31.53	17,243.00	18.01	14,612.00	44.89	10,084.99
应付账款	24,192.70	6.40	22,737.22	15.74	19,644.53	24.33	15,800.07
小计	46,872.35	17.24	39,980.22	16.71	34,256.53	32.34	25,885.06
采购总额	40,542.51	-	80,724.49	-3.25	83,437.79	32.16	63,133.71

A. 应付票据及应付账款变动的的原因

2016 年末及 2017 年末，公司应付票据及应付账款逐年增加，主要受公司采购规模增加的影响。根据公司与各主要供应商采购协议约定，公司以银行承兑汇票作为主要付款方式之一。公司应付票据、应付账款余额合计增幅，与采购总额的增幅基本保持一致。

2018 年采购总额有所下滑，而期末应付票据及应付账款余额较高的原因主要系，应付账款中包含 6,043.98 万元应付工程款。剔除该部分影响后，2018 年公司应付票据及应付账款余额为 33,936.24 万元，较 2017 年末下降 0.93%，与采购规模变动匹配。

2019 年 6 月末，公司应付票据与应付账款余额较高，主要系公司进一步提高了支付银行承兑汇票的比例所致。

B. 应付票据及应付账款合理性说明

报告期各期末，公司应付账款对方多为主要供应商，多年来形成了相对紧密的合作关系，且主要供应商均对公司给予一定的账期并愿意接受一定比例票据的付款方式。根据公司与主要供应商签署合同中对授信的约定，公司付款账期通常为 1-2 个月，以银行电汇及银行承兑汇票为主要付款方式。公司期末应付供应商款项符合双方约定，且与采购规模匹配。

主要供应商对公司的授信情况如下：

名称	信用政策约定
浙江来斯奥电气有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
中山博琅集成装饰材料有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
中山领引照明科技有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
嵊州市松华电器有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
慈溪市日月电器有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
德清县新城照明器材有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
海盐佳湖装饰材料有限公司	每月底付款，付款金额为截至一个月前账面金额

名称	信用政策约定
上海隆盛建筑工程（集团）有限公司	按工程进度节点完工且收到发票后 30 天内付款
佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前订单金额

公司应付票据金额均系支付供应商货款形成，均已于票据到期时及时向银行支付相关款项，无违约行为，亦无任何应付票据相关的争议或纠纷。

C. 同行业公司的应付情况对比分析

同行业可比公司应付账款及应付票据情况以及其占营业成本比例情况如下：

单位：万元；%

公司名称	2019.6.30				2018.12.31			
	应付账款	应付票据	营业成本	(应付账款+应付票据)/营业成本	应付账款	应付票据	营业成本	(应付账款+应付票据)/营业成本
友邦吊顶	10,573.96	4,264.13	22,500.59	65.95	6,564.24	4,121.14	46,104.46	23.18
浙江美大	14,709.77	4,207.00	32,773.73	57.72	11,079.91	5,000.47	67,885.60	23.69
老板电器	135,075.63	45,385.87	159,940.20	112.83	119,556.31	41,141.50	345,076.52	46.57
华帝股份	63,686.41	93,206.99	146,758.81	106.91	66,727.60	66,432.60	320,980.19	41.49
欧普照明	98,554.66	721.87	241,501.03	41.11	120,263.65	16,748.28	508,564.66	26.94
平均	64,520.09	29,557.17	120,694.87	77.95	64,838.34	26,688.80	257,722.29	35.51
奥普家居	24,192.70	22,679.65	41,534.30	112.85	22,737.22	17,243.00	85,131.97	46.96
公司名称	2017.12.31				2016.12.31			
	应付账款	应付票据	营业成本	(应付账款+应付票据)/营业成本	应付账款	应付票据	营业成本	(应付账款+应付票据)/营业成本
友邦吊顶	8,526.52	4,063.95	36,474.21	34.52	5,313.30	1,178.27	25,684.22	25.27
浙江美大	7,181.97	4,331.00	47,274.11	24.35	6,126.16	2,872.00	30,072.41	29.92
老板电器	104,525.95	36,561.33	325,058.77	43.40	91,085.44	-	247,404.63	36.82
华帝股份	66,455.78	9,702.32	312,471.79	24.37	54,009.88	16,781.01	252,544.83	28.03
欧普照明	95,906.92	62.98	413,338.89	23.22	61,017.18	9,798.23	323,689.01	21.88
平均	56,519.43	10,944.32	226,923.55	29.73	43,510.39	7,657.38	175,879.02	29.02

奥普家居	19,644.53	14,612.00	82,775.67	41.38	15,800.07	10,084.99	63,186.17	40.97
------	-----------	-----------	-----------	-------	-----------	-----------	-----------	-------

公司报告期各期末应付账款、应付票据合计占营业成本的比例略高于同行业可比公司平均值，与老板电器较为接近。主要是因为一方面公司品牌实力较强、经营规模较大，对上游供应商议价能力较强；另一方面公司均按照合同约定按时足额付款，未曾出现拖欠货款等违约行为，属于上游供应商优质客户。

(3) 预收款项

报告期各期末，公司预收款项余额分别为 5,379.48 万元、6,081.76 万元和 6,511.60 万元和 7,655.50 万元，变动幅度分别为 13.05%、7.07% 和 17.57%。

公司的销售模式以经销商模式为主，经销商渠道为“先款后货”模式，公司预收款项主要系预收经销商货款。

(3) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 1,815.86 万元、2,782.52 万元、2,713.18 万元和 1,362.36 万元，变动幅度分别为 53.23%、-2.49% 和 -49.79%。

公司 2017 年末应付职工薪酬同比大幅增长的主要原因系员工人数大幅增长以及公司进一步提升员工薪酬待遇所致。

公司 2018 年末应付职工薪酬与 2017 年末基本持平。

公司 2019 年 6 月末应付职工薪酬较上期末下降较多，主要系 2019 年上半年公司已发放 2018 年末计提的员工奖金、津贴及补贴。

(4) 应交税费

报告期各期末公司应交税费分别为 2,585.48 万元、3,979.02 万元、2,931.69 万元和 3,841.32 万元，变动幅度分别为 53.90%、-26.32% 和 31.03%。各期末应交税费明细如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
企业所得税	1,323.51	1,276.89	1,481.59	2,301.72

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
增值税	2,110.89	1,443.55	1,231.35	243.11
城市维护建设税	142.78	96.65	87.48	17.17
教育费附加	64.35	44.03	37.84	7.38
地方教育附加	42.54	28.87	25.23	4.92
代扣代缴企业所得税	-	-	1,025.00	-
代扣代缴个人所得税	19.69	27.91	39.75	10.23
地方水利建设基金	-	-	-	0.40
河道工程修建维护管理费	-	-	-	0.55
印花税	6.41	4.21	4.46	-
残疾人保障金	11.45	9.58	4.18	-
土地使用税	56.20	-	22.46	-
房产税	63.51	-	19.68	-
合计	3,841.32	2,931.69	3,979.02	2,585.48

公司报告期各期末应交税费余额存在波动，主要系纳税义务发生与实际缴纳进度存在差异所致。2017 年末，公司代扣代缴企业所得税 1,025.00 万元系按照 2016 年度利润分配方案，需为 Tricosco 代扣代缴的非居民企业所得税。

(5) 其他应付款

报告期各期末公司其他应付款分别为 3,226.45 万元、24,459.42 万元、6,041.34 万元和 6,383.43 万元，变动幅度分别为 658.09%、-75.30% 和 5.66%，具体如下。

①应付股利

报告期各期末公司应付股利余额分别为 0 万元、19,475.00 万元、0 万元和 0 万元，2017 年末应付股利系公司已审议通过的利润分配方案，截至当期末尚未支付全部股利所形成。

②除应付股利的其他应付款

报告期各期末公司除应付股利的其他应付款余额（本小节简称“其他应付

款”)分别为3,226.45万元、4,984.42万元、6,041.34万元和6,383.43万元,增长幅度分别为54.48%、21.20%和5.66%。

报告期内公司其他应付款主要情况如下:

单位:万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
费用类款项	2,575.12	2,585.90	1,578.28	932.49
押金保证金	1,874.12	2,171.30	1,906.93	1,050.49
股权转让款	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
应付暂收款	162.66	122.13	132.01	121.52
往来款	288.00	-	336.00	36.55
返利预计	365.54	-	-	-
其他	117.99	162.01	31.19	85.40
合计	6,383.43	6,041.34	4,984.42	3,226.45

公司其他应付股权转让款1,000.00万元,主要系2015年公司与达州市东福商贸有限公司签订《股权转让协议》,公司将所持有的成都牵银41.67%股权作价3,200万元转让给达州市东福商贸有限公司,达州市东福商贸有限公司在支付1,000万元股权转让款后无力履行上述协议所致。具体请参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、本公司的重大诉讼或仲裁事项”之“(一)达州市东福商贸有限公司诉讼”部分。

2017年末公司押金保证金同比增长较快主要系当年新增经销商较多所致。

公司费用类款项主要包括运费、广告费等,2017年末费用类款项增长较快主要系期末应付运费、广告费金额较高。2018年末费用类款项进一步增长,主要系期末应付办公、差旅费用金额较高,以及应付广告费有所增长所致。

2017年末公司往来款主要系奥普家居及少数股东按持股比例向成都劲启提供借款,成都劲启对少数股东的往来款。

2019年末公司往来款主要系成都劲启及中山劲耀收到的少数股东提供的经

营性借款，返利预计主要系依据公司经销商销售返利政策，对按年度结算的部分进行预计。

2、主要非流动负债分析

报告期各期末公司非流动负债金额分别为 1,442.78 万元、3,554.65 万元、2,668.66 万元和 2,717.09 万元，变动幅度分别为 146.38%、-24.92%和 1.81%。具体各非流动负债科目变动情况如下：

(1) 递延所得税负债

报告期各期末公司递延所得税负债余额分别为 1,442.78 万元、1,053.86 万元、167.86 万元和 216.30 万元，变动幅度分别为-26.96%、-84.07%和 28.85%。主要系公司所持有的海兴电力股份于 2016 年在上交所上市交易，各期末可供出售金融资产及其他权益工具投资公允价值变动所致。

(2) 递延收益

2017 年末、2018 年末及 2019 年 6 月末，公司递延收益余额均为 2,500.79 万元，主要系公司嘉兴产业园项目之政府补助。

2017 年 4 月 7 日，嘉兴现代物流园管理委员会与发行人在嘉兴市秀洲区签署《奥普产业园嘉兴总部基地投资协议书》及其《奥普产业园嘉兴总部基地投资补充协议书》，由嘉兴市秀洲区人民政府见证，其主要条款如下：

①项目概况

奥普产业园嘉兴总部基地主要生产销售智能厨卫电器、集成吊顶、集成墙面、新风系统、侧吸环保灶及其他相关产品。

项目建设地点为王店·中国集成装饰（吊顶）产业园；项目用地约 400 亩；总投资规模 10 亿元人民币。

②协议主要扶持条款

A. 投资奖励

签订国有土地出让协议并支付土地款后 10 日内，嘉兴现代物流园管理委员

会将奖励发行人或项目企业已支付土地款总额的 50%；在发行人或项目企业取得施工许可证后 10 日内，嘉兴现代物流园管理委员会将再奖励给发行人或项目企业已支付土地款总额的剩余 50%。

B. 税收优惠主要条款

a. 所得税、增值税

发行人或项目企业所缴纳的所得税、增值税，嘉兴市秀洲区、王店镇两级地方实得部分给予“三免两减半”奖励。对于投资奖励资金产生的所得税，区、镇两级地方实得部分给予全额奖励。

建设过渡期内，发行人先行在王店镇注册的销售分公司，所产生的所得税、增值税，区、镇两级地方实得部分给予全额奖励。

奥普产业园嘉兴总部基地内注册的配套企业，并且在产业园内生产或秀洲区域外生产的，同等享受第一款所涉优惠政策。

发行人注册在王店镇，但在奥普产业园范围外的控股及参股企业，增量部分可按发行人持股比例同等享受 A 款所涉优惠政策。

b. 土地使用税、房产税

对于发行人项目投产前（含当年），区、镇两级地方实得部分给予全额奖励。

投产后五年内，每宗地当年度亩产税收达 17.5 万元/亩以上的，区、镇两级地方实得部分给予发行人或项目企业全额奖励。

③其他扶持条款

确认产业园内规划允许配置建造总建筑面积 7% 的人才公寓。

在建设过渡期（两年）内，免费提供发行人约 15,000 平方米标准厂房或仓库。

（三）偿债能力分析

公司的主要偿债指标如下表所示：

项目	2019.6.30/ 2019年1-6月	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度	2016.12.31/ 2016年度
流动比率（倍）	1.75	1.78	1.53	1.62
速动比率（倍）	1.48	1.50	1.29	1.37
资产负债率（合并）（%）	38.17	37.18	48.05	34.04
息税折旧摊销前利润（万元）	20,397.64	37,695.67	35,585.14	27,845.17
利息保障倍数	4,168.89	2,832.08	7,222.00	-

注：上表财务指标的计算公式请参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十四、公司主要财务指标”的相关内容。

报告期内，公司流动比率及速动比率基本稳定，2017年末相对较低；资产负债率相对较低，2017年有所上升；利息支出处于较低水平，利息保障倍数较高。

2017年公司合计计划向股东分配利润34,500.00万元，截至期末尚有19,475.00万元应付股利待支付，因此当期末流动负债较2016年末大幅增加，进而公司流动比率、速动比率较2016年末有所下降，资产负债率较2016年末有所上升。2018年，公司向股东划付应付股利后，导致流动比率、速动比率有所提升，资产负债率有所下降。

公司信誉良好，具有良好的银行资信，无逾期偿还银行借款本金及利息的情况。公司2017年、2018年及2019年1-6月控股子公司银行承兑汇票票据贴现，分别产生利息支出4.93万元、13.31万元和4.89万元。除此之外，公司报告期内无其他借款，故无其他利息支出。

公司主要偿债指标和同行业上市公司相比较的情况如下表所示：

1、流动比率和速动比率

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
同行业可比公司流动比率一览				
友邦吊顶	1.43	1.85	2.44	6.76
浙江美大	1.78	2.32	2.64	4.03

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
老板电器	2.38	2.47	2.58	2.42
华帝股份	1.55	1.58	1.63	1.43
欧普照明	2.06	1.87	1.81	1.89
上述公司平均值	1.84	2.02	2.22	3.31
奥普家居	1.75	1.78	1.53	1.62
同行业可比公司速动比率一览				
友邦吊顶	1.23	1.52	2.06	6.41
浙江美大	1.59	2.16	2.44	3.83
老板电器	2.01	2.05	2.15	2.01
华帝股份	1.39	1.39	1.39	1.22
欧普照明	1.77	1.57	1.55	1.66
上述公司平均值	1.60	1.74	1.92	3.03
奥普家居	1.48	1.50	1.29	1.37

公司流动比率、速动比率与华帝股份较为接近，低于其他同行业可比公司，主要由于一方面上述同行业可比公司均为上市公司，资金实力更强；另一方面发行人一直以来保持着较高的分红比例，亦使得流动比率及速动比率相对较低。

2、资产负债率

单位：%

同行业可比公司资产负债率（合并）一览				
项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
友邦吊顶	28.44	20.94	20.18	10.77
浙江美大	25.51	23.34	21.92	17.64
老板电器	35.96	35.16	33.67	35.70
华帝股份	50.69	49.47	46.28	50.05
欧普照明	36.69	40.85	42.37	39.14
上述公司平均值	35.46	33.95	32.88	30.66

同行业可比公司资产负债率（合并）一览				
项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
奥普家居	38.17	37.18	48.05	34.04

公司资产负债率略高于同行业可比公司平均水平，低于华帝股份，与欧普照明较为接近，高于友邦吊顶、浙江美大、老板电器。

未来随着公司经营规模和盈利能力提升，以及募集资金的到位，公司的偿债能力指标有望得到改善。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转天数指标如下表所示：

单位：天

财务指标	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
应收账款周转天数	17.46	17.05	16.24	12.95
存货周转天数	77.69	73.12	59.48	47.91
总资产周转天数	374.49	341.96	312.28	302.16

注：2019年1-6月周转率数据已经年化处理，下同

1、应收账款周转能力分析

（1）分渠道应收账款周转率

根据公司信用政策：（1）经销商渠道下，经销商在下订单前应向公司支付全部货款，无授信额度及授信期。（2）大宗客户渠道下，客户付款条件及时间根据合同约定确定，通常存在一定授信期。（3）外销渠道下，公司通常会给予外销渠道客户1-2个月账期。（4）KA渠道下，卖场通常每半月或每月向公司支付货款。

报告期内公司应收账款主要系应收大宗客户以及KA客户账款，该类客户资质良好，并且公司已根据坏账计提政策计提了坏账准备。

公司分渠道应收账款周转率情况如下表：

单位：次

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经销商渠道	27,698.57	25,713.45	27,989.52	756.91
大宗客户渠道	2.62	2.05	2.93	6.15
外销渠道	7.89	9.26	2.07	3.30
KA渠道	3.96	4.89	4.16	4.61
直营渠道	304.54	273.43	12.03	-
整体应收账款周转率	20.62	21.12	22.17	27.80

由上表，整体而言，大宗客户渠道应收账款周转率最低，外销、KA渠道次之，经销商渠道及直营渠道应收账款周转最快。

公司大宗客户渠道应收账款周转率2017年大幅下滑，主要原因系2017年9月后，广州恒大信用政策发生变化，对于2017年9月起的货款，均在2018年9月末前支付，使得期末公司对广州恒大应收账款金额较大，故应收账款周转率大幅下滑。2018年大宗客户渠道应收账款周转率进一步下滑，主要系2018年公司与万科合作规模提升，应收账款增加所致。

2016年、2017年公司外销渠道应收账款周转率相对较低，主要系2016年下半年公司将部分外销业务转由控股股东 Tricosco 负责，而2016年末 Tricosco 自公司采购产品 1,696.84 万元尚在账期内，导致应收账款余额较大进而影响到2016年、2017年应收账款周转率。

公司KA渠道应收账款周转率基本稳定。

公司经销商及直营渠道均为先款后货，整体应收账款周转率非常高。

(2) 同行业上市公司应收账款周转天数对比

同行业可比公司应收账款周转天数（天）一览				
项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
友邦吊顶	60.86	35.05	18.22	10.41
浙江美大	7.66	3.28	3.17	3.75
老板电器	25.54	21.14	19.16	21.49

同行业可比公司应收账款周转天数（天）一览				
项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
华帝股份	63.05	39.17	25.88	30.31
欧普照明	27.97	25.00	20.75	20.68
上述公司平均值	37.02	24.73	17.43	17.33
奥普家居	17.46	17.05	16.24	12.95

公司应收账款周转天数整体上略低于同行业可比公司。公司应收账款周转天数逐年增加，主要是因为公司近年来不断开拓大宗客户渠道，基于行业惯例，该渠道客户通常存在一定的授信期，从而使得公司应收账款增长较快。

2、存货周转能力分析

同行业可比公司存货周转天数（天）一览				
项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
友邦吊顶	79.74	82.19	74.35	47.86
浙江美大	39.17	36.57	46.54	53.32
老板电器	144.24	128.11	112.27	119.03
华帝股份	59.97	53.97	48.55	47.04
欧普照明	65.16	59.50	54.24	52.95
上述公司平均值	77.65	72.07	67.19	64.04
奥普家居	77.69	73.12	59.48	47.96

公司存货周转天数整体上与同行业可比公司平均水平较为接近，主要由于公司重视供应链管理，存货管理水平较为优良。2017年、2018年，公司存货周转天数有所上升，主要系集成吊顶扣板从OEM调整为自制，使得原材料及库存商品均有所上升，另外厨电等新产品的推出亦使得公司存货增加。此外，受2018年经济增速放缓的影响，除浙江美大外，公司及其他同行业可比公司存货周转天数均有一定程度的上升。

（五）最近一期期末金额较大的财务性投资情况

报告期末，公司存在持有可供出售金融资产情形，未持有交易性金融资产、借与他人款项、委托理财等财务性投资，具体分析如下：

截至 2019 年 6 月 30 日，公司持有单项账面价值超过 1,000 万元的可供出售金融资产包括：

1、海兴电力 393.78 万股股票

(1) 投资基本情况

2012 年 1 月，公司以 4,000 万元对海兴电力进行增资，获得其 1,496,970 股股份，股权比例为 1.0926%，整体变更为股份有限公司前稀释至 1.0818%，海兴电力上市后进一步稀释至 0.8030%。海兴电力于 2012 年 9 月整体变更为股份有限公司，净资产折股后公司持股数量相应变更为 302.90 万股。公司未向海兴电力委派董事或监事，由于公司对被投资单位不具有共同控制或重大影响，故采用可供出售金融资产核算。由于海兴电力已于 2016 年 11 月 10 日完成首次公开发行 A 股股票，并于上海证券交易所上市，股票代码：603556，故由成本计量改为按公允价值计量，根据 2019 年 6 月末最后一个交易日收盘价格计算，该权益投资期末账面价值为 5,441.97 万元，相较投资成本 4,000 万元的公允价值变动金额 1,225.68 万元（扣除递延所得税金额 216.30 万元）计入其他综合收益。

公司承诺自海兴电力股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其持有的海兴电力股份，也不由海兴电力回购该部分股份，后续减持将严格遵守相关法律法规执行。

(2) 投资单位基本情况

海兴电力系境内股份有限公司，成立于 2001 年 7 月 6 日，主营业务为智能电网配电和用电领域产品的研发、生产和销售，为客户提供电力计量产品、智能配用电系统和软件产品以及智能配用电系统解决方案。海兴电力是国家火炬计划重点高新技术企业，多年以来一直是中国表计产品的出口领头企业以及国家电网主要的智能电表及智能配用电产品供应商。

(3) 投资背景及目的

海兴电力与发行人均为杭州地区企业，双方了解程度较高。本次增资入股海兴电力，系公司看好海兴电力的竞争优势及上市后业务发展前景，希望通过股权投资分享其业绩回报。

报告期末，上述权益投资不存在减值迹象，未计提减值准备。

2、海邦厚思 16.39%份额

(1) 投资基本情况

2016年3月，公司以2,000万元向海邦厚思认缴出资，投资份额为17.39%，后稀释至16.39%，截至2019年6月末，公司合计实缴出资2,000万元。公司为基金有限合伙人，并根据合伙协议享有有限合伙人的权利并履行义务。由于公司对被投资单位不具有共同控制或重大影响，同时该基金份额投资未在任何活跃市场报价或交易且公允价值不能可靠计量，故采用可供出售金融资产核算，并按照投资成本计量，期末账面价值为2,000万元。

(2) 投资单位基本情况

海邦厚思是一家境内有限合伙企业，成立于2016年3月，执行事务合伙人为杭州海邦韶泽投资管理有限公司，合伙期限为7年。

海邦厚思目前全部资金投资于杭州海邦巨擎创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“海邦巨擎”），投资份额为61.00%，系有限合伙人。

海邦巨擎是一家境内有限合伙企业；成立于2016年3月；执行事务合伙人为杭州海邦韶泽投资管理有限公司；合伙期限为7年。海邦巨擎目前主要对被投资企业进行股权投资，投资标的以长三角地区企业为主。

(3) 投资背景及目的

通过本次认缴海邦厚思基金份额，公司将分享基金投资项目的投资收益。海邦厚思间接投资的企业以长三角地区企业为主，公司看好该地区经济发展前景；同时基于该投资管理团队的投资经验及过往业绩，对本次投资具有较好的回报预期。

报告期末，上述权益投资不存在减值迹象，未计提减值准备。

二、盈利能力分析

报告期内，公司营业收入、营业毛利及净利润的情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入	82,671.98	168,440.59	158,413.64	124,973.25
营业成本	41,534.30	85,131.97	82,775.67	63,186.17
营业毛利	41,137.68	83,308.62	75,637.97	61,787.08
净利润	16,330.72	30,093.43	28,473.70	21,069.09

（一）利润的主要来源

报告期内，公司利润的主要来源如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
主营业务毛利	40,859.17	82,381.09	75,104.75	61,141.39
其他业务毛利	278.51	927.53	533.22	645.69
营业毛利	41,137.68	83,308.62	75,637.97	61,787.08
营业利润	18,684.15	34,479.59	33,358.40	26,077.53
营业外收支净额	72.85	20.85	-182.66	94.69
利润总额	18,757.00	34,500.44	33,175.74	26,172.21
净利润	16,330.72	30,093.43	28,473.70	21,069.09

由上表，报告期内，公司主营业务毛利、营业毛利、营业利润、利润总额及净利润均呈逐年增长态势。其中，主营业务毛利占毛利总额分别为 98.95%、99.30%和 98.89%和 99.24%，为主要利润来源。

（二）收入分析

1、营业收入变动

报告期内，公司营业收入总体呈上升态势，具体如下表所示：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
主营业务收入	82,182.83	/	166,996.73	6.03	157,495.16	27.08	123,935.21
其他业务收入	489.15	/	1,443.86	57.20	918.48	-11.52	1,038.04
合计	82,671.98	/	168,440.59	6.33	158,413.64	26.76	124,973.25

公司其他业务收入主要为销售配件、辅件等实现的收入。

2、主营业务收入的构成

(1) 主营业务收入的构成

报告期内，公司的产品主要分为浴霸、集成吊顶及厨电产品等。公司报告期内主营业务收入的构成如下：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
浴霸	40,868.57	49.73	86,436.52	51.76	86,169.09	54.71	72,507.48	58.50
集成吊顶	30,720.65	37.38	63,834.54	38.23	61,847.84	39.27	48,847.15	39.41
厨电	1,720.20	2.09	3,709.19	2.22	3,142.80	2.00	-	-
其他	8,873.42	10.80	13,016.47	7.79	6,335.42	4.02	2,580.58	2.08
合计	82,182.83	100.00	166,996.73	100.00	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00

报告期内，公司营业收入约99%均来自主营业务收入，主营业务突出。公司主营业务收入来自主营业务产品浴霸、集成吊顶的销售。

报告期内公司主营业务收入其他产品的内容如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
晾衣架	4,049.09	5,741.69	3,314.58	1,135.49
照明产品	2,334.75	3,242.05	878.46	531.87

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
热水器	331.94	1,284.66	1,267.93	457.88
集成墙面	1,697.43	1,438.67	446.69	44.88
其他	460.21	1,309.39	427.77	410.47
小计	8,873.42	13,016.47	6,335.42	2,580.58

上表中其他产品主要系新风系统、遥控器、开关、红外泡等配件。

报告期内，公司在不断丰富浴霸、集成吊顶产品品类，巩固公司行业地位的同时，亦推出了厨电、照明、晾衣架、集成墙面等家居产品，逐步从卫浴取暖走向全屋空气管理。如上表所示，报告期内，公司晾衣架、照明产品、集成墙面等新产品均呈现逐年上升趋势，未来有望成为公司新的业绩增长点。

2017年公司热水器产品收入大幅增长的主要原因系当期新增燃气热水器、电热水龙头等新品，同时热水器经销商新开设线上销售渠道。2018年，公司进一步实施“全品类”的产品布局计划，晾衣架、照明、集成墙面等产品均有较大幅度的增长。

报告期内，公司营业收入逐年增长，主要原因如下：

①2017年销售收入变动的主要原因

2017年公司销售收入增幅相对较高，主要系浴霸、集成吊顶等产品收入大幅增长所致。其中，浴霸、集成吊顶等收入增长主要受产品销量提升的影响。

除浴霸、集成吊顶等产品收入增长外，发行人2017年新增集成灶等厨电产品，同时晾衣架、照明等其他品类产品收入亦有所增长，在一定程度上促进了发行人销售收入的进一步提升。

②2018年销售收入变动的主要原因

2018年，经济增速放缓以及房地产市场景气度下行，对家居行业以及公司造成了一定的不利影响，公司浴霸、集成吊顶产品销量有所下降。与此同时，公司通过扩充产品品类，厨电、晾衣架、照明等其他品类产品收入在2018年增幅相对较高，整体销售收入仍稳中有升。

(2) 主营业务收入的区域分布

报告期内，公司主营业务收入的区域分布如下：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
华东	42,099.67	51.23	92,931.17	55.65	79,816.36	50.68	61,435.11	49.57
华北	8,757.67	10.66	16,493.78	9.88	18,475.17	11.73	16,192.70	13.07
华中	9,696.21	11.80	18,490.57	11.07	18,252.49	11.59	12,230.87	9.87
华南	8,174.32	9.95	13,194.96	7.90	14,490.58	9.20	11,405.86	9.20
西南	8,331.32	10.14	16,054.53	9.61	16,237.32	10.31	12,817.83	10.34
西北	2,265.86	2.76	4,337.51	2.60	4,884.28	3.10	3,353.58	2.71
东北	1,605.35	1.95	2,716.02	1.63	3,242.07	2.06	2,495.87	2.01
境内小计	80,930.41	98.48	164,218.54	98.34	155,398.28	98.67	119,931.81	96.77
境外	1,252.43	1.52	2,778.19	1.66	2,096.88	1.33	4,003.40	3.23
合计	82,182.83	100.00	166,996.73	100.00	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00

注：线上直营渠道收入均计入华东。

报告期内，公司主要销售区域基本稳定，集中于华东、华北、华中、华南及西南，其中华东地区占比最高，一方面由于华东地区经济发展水平较高，消费理念更加成熟；另一方面公司总部位于华东地区，该地区亦为公司重点战略地区。

(3) 主营业务收入的渠道分布

报告期内，公司的销售渠道主要有经销商渠道、大宗客户渠道、外销渠道、KA渠道等，其中经销商渠道为公司最主要的销售渠道，报告期内销售收入占比超过75%。报告期内，各销售渠道的主营业务收入情况如下：

单位：万元；%

销售渠道	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
经销商渠道	61,690.20	75.06	126,046.66	75.49	135,134.45	85.80	102,417.31	82.64

销售渠道	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
大宗客户渠道	9,467.61	11.52	14,673.09	8.79	16,182.56	10.27	14,896.19	12.02
外销渠道	1,252.43	1.52	2,778.19	1.66	2,096.88	1.33	4,003.40	3.23
KA渠道	679.39	0.83	1,974.24	1.18	2,242.61	1.42	2,395.45	1.93
直营及其他	9,093.22	11.06	21,524.54	12.89	1,838.65	1.17	222.86	0.18
合计	82,182.83	100.00	166,996.73	100.00	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00

2018年，公司直营渠道中线上直营渠道发展迅速，实现收入20,704.62万元，因此直营及其他渠道收入增长较高，主营业务收入占比提升较大，相应的其他渠道收入占比整体有所下降。

(4) 主营业务销售的季节性分析

报告期内，公司主营业务收入存在季节性。一季度受春节影响，通常属于销售淡季。四季度通常属于家居装修装饰旺季，且终端客户对温暖健康的居室环境需求增强，公司产品销售相对较好，因此收入构成占比略高于全年平均。随着浴霸、集成吊顶产品由功能性产品逐渐转变为必备产品之一，以及公司产品品类不断丰富，报告期内，季节性特征已有所下降。报告期内，公司各季度主营业务收入构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	36,096.38	43.92	39,730.52	23.79	31,460.19	19.98	19,345.49	15.61
第二季度	46,086.45	56.08	48,589.40	29.10	40,153.45	25.50	32,836.66	26.50
第三季度	/	/	34,553.67	20.69	41,097.30	26.09	32,367.89	26.12
第四季度	/	/	44,123.14	26.42	44,784.22	28.44	39,385.17	31.78
合计	82,182.83	100.00	166,996.73	100.00	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00

(5) 同行业上市公司营业收入变动情况

2016年至2019年上半年，同行业可比公司营业收入变化情况如下表：

公司名称	2019年1-6月增速	2018年增速	2017年增速
友邦吊顶	-5.88%	8.61%	31.44%
浙江美大	25.24%	36.49%	54.18%
老板电器	0.88%	5.81%	21.10%
华帝股份	-7.68%	6.36%	30.39%
欧普照明	7.10%	15.05%	27.03%
平均值	3.93%	14.46%	32.83%
发行人主营业务收入	-6.95%	6.03%	27.08%

由上表，报告期内发行人主营业务收入变动情况与同行业可比公司基本一致。2018年起，受经济增速放缓及房地产市场景气度下行影响，同行业可比公司收入增速均有所放缓。

（三）成本分析

1、主营业务成本的产品构成

报告期内，公司主营业务成本的产品构成如下：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
浴霸	17,195.87	41.61	36,744.39	43.43	40,494.77	49.15	33,743.19	53.74
集成吊顶	16,896.21	40.89	35,716.97	42.21	34,710.45	42.13	27,168.52	43.27
厨电	1,315.49	3.18	3,358.88	3.97	2,545.45	3.09	-	-
其他	5,916.09	14.32	8,795.40	10.39	4,639.72	5.63	1,882.10	3.00
合计	41,323.66	100.00	84,615.63	100.00	82,390.40	100.00	62,793.82	100.00

2、主营业务成本的结构分类

报告期内公司主营业务成本构成情况如下：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
----	-----------	--------	--------	--------

	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	38,025.34	92.02	77,964.38	92.14	77,213.34	93.72	59,878.64	95.36
其中：外购成品	10,276.65	24.87	19,931.55	23.56	21,161.88	25.68	27,155.26	43.25
直接人工	1,214.87	2.94	2,586.84	3.07	2,001.53	2.43	601.82	0.96
制造费用	2,083.45	5.04	4,064.42	4.80	3,175.53	3.85	2,313.36	3.68
合计	41,323.66	100.00	84,615.63	100.00	82,390.40	100.00	62,793.82	100.00

报告期内，公司主要产品浴霸及集成吊顶成本构成情况如下：

(1) 浴霸的营业成本构成情况

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	15,715.14	91.39	33,817.89	92.04	37,706.66	93.11	31,560.59	93.53
其中：外购成品	3,757.70	21.85	7,535.88	20.51	7,902.30	19.51	8,584.14	25.44
直接人工	452.72	2.63	1,039.42	2.83	984.24	2.43	450.58	1.34
制造费用	1,028.00	5.98	1,887.07	5.14	1,803.87	4.45	1,732.02	5.13
合计	17,195.87	100.00	36,744.39	100.00	40,494.77	100.00	33,743.19	100.00

报告期内，公司浴霸产品直接材料、直接人工、制造费用占比基本保持稳定。公司浴霸外购成品主要为低端产品，随着公司产品结构不断向高端系列调整，2016年、2017年外购成品占比整体呈下降趋势。

2017年直接人工上升较多主要系当年一线生产工人增加较多；制造费用占比有所下降主要系当年劳务派遣人员大幅减少，使得劳务费下降所致。

2018年外购浴霸占比有所提升，主要系浴霸产品中部分平板灯由自制转为外购成品。

(2) 集成吊顶的成本构成情况

单位：万元；%

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度

	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	15,650.95	92.63	33,334.58	93.33	32,784.53	94.45	26,443.45	97.33
其中：外购成品	2,372.62	14.04	5,911.70	16.55	8,673.36	24.99	16,780.68	61.77
直接人工	419.77	2.48	902.11	2.53	749.70	2.16	149.69	0.55
制造费用	825.49	4.89	1,480.27	4.14	1,176.22	3.39	575.39	2.12
合计	16,896.21	100.00	35,716.97	100.00	34,710.45	100.00	27,168.52	100.00

2016年，公司集成吊顶业务大幅增长，当期外购集成吊顶扣板同样大幅增加，同时直接人工、制造费用占比均有所降低。

2017年及2018年，集成吊顶扣板产品由原先的OEM转为自制。因此，直接人工、制造费用占比上升较多，外购成品占比相应下降较多。

3、主要产品的自产成本构成情况

报告期内，公司主要产品的自产成本构成情况如下：

(1) 浴霸自产成本构成

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	11,957.43	88.98	26,282.01	89.98	29,804.36	91.45	22,976.45	91.32
直接人工	452.72	3.37	1,039.42	3.56	984.24	3.02	450.58	1.79
制造费用	1,028.00	7.65	1,887.07	6.46	1,803.87	5.53	1,732.02	6.88
合计	13,438.16	100.00	29,208.51	100.00	32,592.47	100.00	25,159.05	100.00

(2) 集成吊顶主机自产成本构成

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	3,879.90	88.26	9,035.29	89.67	9,791.26	91.10	7,129.75	91.32
直接人工	158.49	3.61	368.98	3.66	337.76	3.14	139.85	1.79

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
制造费用	357.45	8.13	671.75	6.67	619.03	5.76	537.58	6.89
合计	4,395.84	100.00	10,076.01	100.00	10,748.05	100.00	7,807.18	100.00

(3) 集成吊顶扣板自产成本构成

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	7,856.07	92.35	16,220.49	93.13	12,435.11	93.70	-	-
直接人工	235.76	2.77	483.04	2.77	361.27	2.72	-	-
制造费用	414.77	4.88	712.83	4.09	474.61	3.58	-	-
合计	8,506.60	100.00	17,416.36	100.00	13,270.99	100.00	-	-

(4) 厨电产品自产成本构成

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	556.82	71.41	2,353.32	72.53	1,703.37	79.56	-	-
直接人工	131.55	16.87	406.62	12.53	258.28	12.06	-	-
制造费用	91.38	11.72	484.52	14.93	179.37	8.38	-	-
合计	779.75	100.00	3,244.46	100.00	2,141.02	100.00	-	-

(四) 毛利率分析

1、主营业务毛利构成分析

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
浴霸	23,672.71	57.94	49,692.14	60.32	45,674.32	60.81	38,764.29	63.40
集成吊顶	13,824.43	33.83	28,117.58	34.13	27,137.39	36.13	21,678.63	35.46
厨电	404.70	0.99	350.32	0.43	597.34	0.80	-	-
其他	2,957.33	7.24	4,221.06	5.12	1,695.70	2.26	698.48	1.14
合计	40,859.17	100.00	82,381.09	100.00	75,104.75	100.00	61,141.39	100.00

公司毛利润基本全部来源于主营业务，其中浴霸、集成吊顶销售对公司的毛利润贡献较大。

2、毛利率分析

报告期内，公司主营产品毛利率情况如下：

单位：%

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
浴霸毛利率	57.92	57.49	53.01	53.46
集成吊顶毛利率	45.00	44.05	43.88	44.38
厨电产品毛利率	23.53	9.44	19.01	-
其他产品毛利率	33.33	32.43	26.77	27.07
主营业务毛利率	49.72	49.33	47.69	49.33

(1) 报告期内毛利率同比变动原因说明

报告期内公司主营业务毛利率变化情况，及各变化因素的影响水平如下表所示：

单位：%

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度
主营业务毛利率变动	0.39	1.64	-1.64
产品销售占比变动影响	-0.57	-0.91	-1.03
产品毛利率变动影响	0.97	2.56	-0.62

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度
其中：浴霸产品	0.22	2.45	-0.25
集成吊顶产品	0.36	0.07	-0.20

报告期内，公司2017年主营业务毛利率下降主要系产品结构调整所致，2018年主营业务毛利率上升主要系浴霸产品毛利率提升所致。

(2) 浴霸产品毛利率变动原因说明

报告期内，公司浴霸产品毛利率分别为53.46%、53.01%、57.49%和57.92%，浴霸产品平均单价、单位成本情况如下表所示：

单位：元/台；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
平均单价	361.50	-2.22	369.72	11.01	333.05	1.24	328.98
平均单位成本	152.10	-3.23	157.17	0.42	156.51	2.23	153.10

① 浴霸产品平均单价变动分析

报告期内，公司浴霸产品平均单价基本保持稳定并逐年上升，主要系公司不同产品系列销售占比变化所致；2018年，公司浴霸产品平均单价上升较多，主要系当期公司线上直营渠道发展较快，直营模式下产品销售单价较高，导致浴霸平均单价较2017年上升较多；2019年1-6月，公司浴霸产品平均单价与2018年基本一致。

2018年及2019年1-6月，公司线上直营渠道及其他渠道浴霸销售情况如下：

项目	2019年1-6月			2018年度		
	线上直营渠道	其他渠道	合计	线上直营渠道	其他渠道	合计
浴霸收入(万元)	6,946.06	33,922.51	40,868.57	18,657.51	67,779.02	86,436.52
浴霸销量(万台)	13.97	99.08	113.05	36.97	196.82	233.79
浴霸销售单价	497.24	342.36	361.50	504.63	344.38	369.72

项目	2019年1-6月			2018年度		
(元/台)						
毛利率(%)	70.44	55.36	57.92	69.87	54.08	57.49

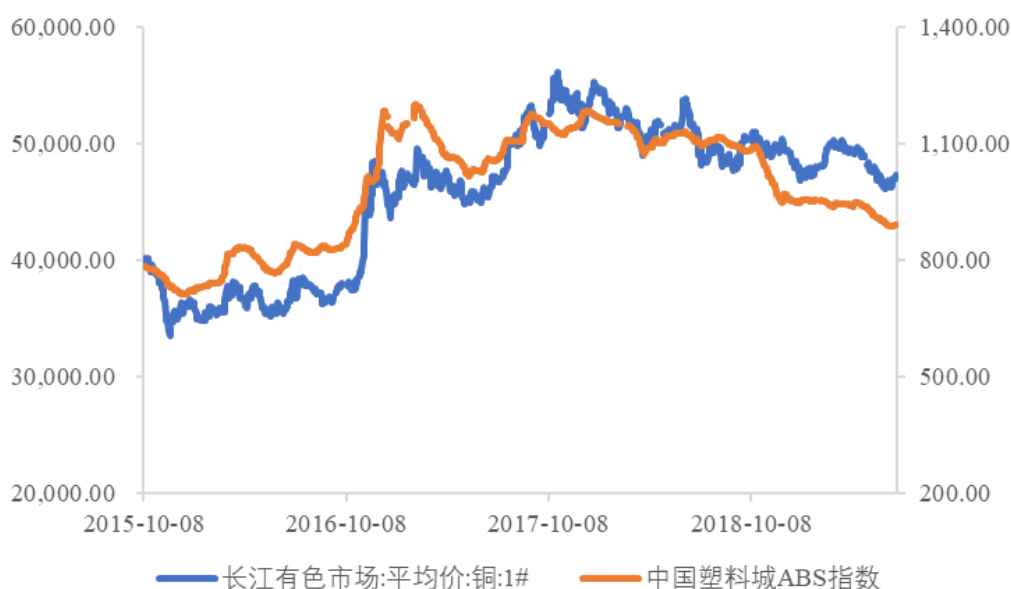
②浴霸产品平均单位成本变动分析

报告期内，公司浴霸产品平均单位成本略有上升，与销售单价变动趋势基本一致。2018年，公司浴霸产品单位售价增幅超过单位成本变动幅度，主要系线上直营渠道浴霸产品销售单价相对较高，而浴霸产品成本变动基本稳定。

报告期内，公司浴霸产品平均单位成本呈逐年上升趋势，主要系原材料价格变动以及产品结构差异变化所致。

塑料、铜为公司浴霸产品主要原材料之一，其价格波动一定程度上影响了公司浴霸产品成本，如下图所示，2017年，塑料、铜价格整体呈上升趋势，使得浴霸产品单位成本有所上升；2018年，塑料、铜价格基本稳定，浴霸单位成本亦变化较小；2019年1-6月，塑料、铜价格有所下降，浴霸单位成本亦有所下滑。

2015年10月-2019年6月浴霸主要原材料价格波动



数据来源：Wind

(3) 集成吊顶产品毛利率变动原因说明

报告期内，公司集成吊顶产品毛利率分别为 44.38%、43.88%、44.05% 和

45.00%，公司集成吊顶产品主要包括主机、扣板及各类功能组件、辅件，报告期内公司主机及扣板销售占比及毛利率情况如下表：

单位：%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	占集成吊顶收入比例	毛利率	占集成吊顶收入比例	毛利率	占集成吊顶收入比例	毛利率	占集成吊顶收入比例	毛利率
集成吊顶主机	41.16	56.17	42.15	55.62	41.57	56.97	37.55	57.26
集成吊顶扣板	48.44	42.69	48.08	42.18	47.96	40.69	50.89	39.71

2016年、2017年，集成吊顶主机产品毛利率与浴霸产品变动趋势基本一致，整体保持稳定；2018年，集成吊顶主机毛利率小幅下滑，主要系外购集成吊顶主机占比有所提升所致。

报告期内，集成吊顶扣板产品毛利率呈小幅上升趋势，主要系一方面2017年以来，公司扣板逐步由OEM模式转为自制模式，自制比例的逐步提升导致毛利率有所上升；另一方面，2018年以来大宗客户渠道销售占比有所下降，而大宗客户渠道销售扣板毛利率相对较低，使得扣板毛利率略有上升。

(4) 各主要渠道销售毛利率分析

报告期内，发行人各主要渠道销售毛利率情况如下表：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经销商渠道	51.26%	49.20%	47.62%	50.76%
大宗客户渠道	24.87%	25.01%	27.18%	34.27%
外销渠道	38.51%	37.05%	41.41%	41.24%
KA渠道	77.38%	72.56%	67.11%	71.70%
直营渠道	64.40%	67.41%	57.85%	-
综合毛利率	49.76%	49.46%	47.75%	49.44%

由上表，发行人经销商渠道毛利率高于大宗客户、外销渠道，主要系发行人考虑到大宗客户的影响力及采购额，通常会给予一定程度的折扣；外销渠道发行

人所销售的多为贴牌浴霸，产品附加值相对较低。

发行人经销商渠道毛利率低于 KA 渠道、直营渠道，主要系 KA 渠道、直营渠道通常直面终端消费者，销售环节较短，故毛利率相对较高。

3、同行业上市公司毛利率水平比较

(1) 同行业上市公司综合毛利率情况

单位：%

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
友邦吊顶	32.83	36.44	45.39	49.45
浙江美大	53.47	51.54	53.94	54.82
老板电器	54.66	53.52	53.68	57.31
华帝股份	49.92	47.34	45.47	42.54
欧普照明	36.08	36.46	40.59	40.90
上述公司平均值	45.39	45.06	47.81	49.00
奥普家居	49.76	49.46	47.75	49.44

长期以来，奥普产品凭借着良好的质量、美观的设计、持续的迭代、全面的售后服务，深受消费者好评，因而获得了较高的产品溢价。2016年及2017年，公司综合毛利率与同行业上市公司平均水平基本一致，与友邦吊顶较为接近，略低于老板电器、浙江美大，略高于华帝股份、欧普照明，主要系产品结构及品牌定位差异所致；2018年以来由于欧普照明、友邦吊顶综合毛利率下降较多，使得公司毛利率略高于同行业平均水平。

公司与前述同行业可比上市公司均以经销商渠道为主要销售渠道，公司不存在通过经销商模式实现的毛利显著大于同行业可比上市公司的情形。

(2) 同行业上市公司毛利率差异原因分析

报告期内，公司主要产品为浴霸、集成吊顶及厨电产品，各产品毛利率情况以及同行业可比公司毛利率情况如下：

单位：%

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
浴霸产品				
老板电器	54.66	53.52	53.68	57.31
华帝股份	49.92	47.34	45.47	42.54
欧普照明	36.08	36.46	40.59	40.90
上述公司平均值	46.89	45.77	46.58	46.92
奥普浴霸产品	57.92	57.49	53.01	53.46
集成吊顶产品				
友邦吊顶	32.83	36.44	45.39	49.45
奥普集成吊顶产品	45.00	44.05	43.88	44.38
厨电产品				
浙江美大	53.47	51.54	53.94	54.82
奥普厨电产品	23.53	9.44	19.01	-

①浴霸产品

同行业可比上市公司中，并无以浴霸为主要产品的企业。根据终端市场查询，华帝股份、欧普照明均有浴霸产品的销售，但其并未披露其浴霸产品销售情况，占比可能较低。

老板电器作为厨电领域知名度及品牌影响力较高的企业，其定价水平相对较高；华帝股份则注重三四线城市的渠道下沉，扩大其市场覆盖面，毛利率相对较低，但受益于华帝股份近期的品牌升级、渠道升级，报告期内其毛利率水平呈上升态势；欧普照明以照明产品为主，相比而言，照明产品市场竞争较为充分，毛利率略低于浴霸、集成吊顶产品。

②集成吊顶产品

2016年及2017年，友邦吊顶扣板产品以自制为主，而发行人扣板产品于2017年才由OEM模式转为自制，因此导致发行人集成吊顶扣板产品毛利率略低于友邦吊顶。

2018年以来，发行人集成吊顶扣板毛利率高于友邦吊顶，主要系友邦吊顶

于 2017 年上半年与广州恒大签署战略合作协议，其对广州恒大的销售收入占比上升，使得 2017 年及 2018 年毛利率快速下滑，而发行人大宗客户渠道销售收入占比较小且保持稳定，故对整体毛利率影响有限。

③厨电产品

公司集成灶产品毛利率远低于浙江美大。一方面，由于浙江美大在集成灶领域品牌优势相对明显，定价整体高于发行人；另一方面，由于发行人集成灶业务尚处于起步阶段，产能利用率相对较低，故单位人工、制造费用占比高于浙江美大，导致毛利率相对较低。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成和变动情况如下：

单位：万元；%

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比
销售费用	15,368.23	18.59	31,818.67	18.89	27,258.76	17.21	17,761.04	14.21
管理费用	3,700.15	4.48	7,341.04	4.36	8,825.17	5.57	12,315.11	9.85
研发费用	3,522.98	4.26	10,530.78	6.25	8,000.10	5.05	5,213.34	4.17
财务费用	-649.26	-0.79	-1,031.94	-0.61	-282.12	-0.18	-580.72	-0.46
合计	21,942.10	26.54	48,658.56	28.89	43,801.91	27.65	34,708.77	27.77

1、销售费用分析

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：万元；%

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
宣传推广费	4,574.43	29.77	11,148.57	35.04	10,980.58	40.28	7,014.07	39.49
职工薪酬	4,759.57	30.97	8,944.63	28.11	7,527.83	27.62	3,768.87	21.22
运输费	2,099.27	13.66	4,087.21	12.85	3,045.40	11.17	2,384.03	13.42

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售服务费	1,221.14	7.95	2,384.90	7.50	1,340.91	4.92	1,386.10	7.80
差旅费	766.52	4.99	1,424.54	4.48	1,452.56	5.33	783.13	4.41
租赁费	216.60	1.41	718.26	2.26	569.84	2.09	299.67	1.69
会务费	368.58	2.40	774.93	2.44	542.06	1.99	396.75	2.23
办公费	441.03	2.87	498.26	1.57	458.26	1.68	251.91	1.42
售后费用	378.36	2.46	701.75	2.21	411.34	1.51	299.60	1.69
业务招待费	135.34	0.88	270.48	0.85	249.41	0.91	133.26	0.75
劳务费	94.26	0.61	222.63	0.70	235.62	0.86	691.70	3.89
折旧摊销	216.57	1.41	369.91	1.16	230.22	0.84	205.14	1.15
其他	96.57	0.63	272.61	0.86	214.74	0.79	146.81	0.83
合计	15,368.23	100.00	31,818.67	100.00	27,258.76	100.00	17,761.04	100.00

报告期内，公司销售费用占营业收入比重分别为 14.21%、17.21%、18.89% 和 18.59%，主要为宣传推广费、职工薪酬和运输费。随着公司业务不断发展，公司宣传推广费、销售人员职工薪酬增幅较大。

报告期内，公司业务规模和渠道规模快速扩张，公司通过鼓励终端渠道扩张、广告宣传等宣传推广方式扩大销售规模，新建销售团队为新品推出提供支持、丰富产品品类，因此销售费用中宣传推广费、职工薪酬占比较高；经销商渠道、大宗客户渠道均主要由公司承担运费，因此销售费用中运输费用占比较高；公司拥有覆盖广泛的多层级、多渠道的销售网络，因此销售人员差旅费在销售费用中占比较高；公司销售渠道包括线上直营渠道、KA 渠道，需向电商平台、KA 卖场等支付一定金额的销售服务费，因此销售费用中销售服务费占比较高。

(1) 宣传推广费

报告期内，公司宣传推广费投入分别为 7,014.07 万元、10,980.58 万元和 11,148.57 万元和 4,574.43 万元，占当期销售费用比例分别为 39.49%、40.28%、35.04% 和 29.77%，占当期营业收入的比重分别为 5.61%、6.93%、6.62% 和 5.53%。宣传推广费投入的变动系公司销售费用变动的主要原因。

①报告期宣传推广费投入构成情况说明

报告期内，公司主要通过终端推广、媒体投放、展会活动、明星代言等方式开展品牌及产品推广，并根据公司自身发展需要以及市场对推广手段的回应情况等，对宣传推广所侧重的方式进行调整。

报告期内，公司宣传推广费分类构成如下：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
终端推广费	2,268.24	49.59	5,597.15	50.21	3,267.92	29.76	2,719.38	38.77
媒体投放费	682.78	14.93	2,051.86	18.40	3,082.58	28.07	1,927.82	27.49
展会活动费	1,037.32	22.68	2,419.65	21.70	3,569.51	32.51	1,328.22	18.94
明星代言费	178.39	3.90	413.58	3.71	199.18	1.81	251.06	3.58
设计制作费	335.14	7.33	374.77	3.36	535.63	4.88	179.15	2.55
咨询策划费	72.56	1.59	291.56	2.62	325.77	2.97	608.45	8.67
宣传推广费合计	4,574.43	100.00	11,148.57	100.00	10,980.58	100.00	7,014.07	100.00
营业收入	82,671.98	-	168,440.59	-	158,413.64	-	124,973.25	-
占比	5.53	-	6.62	-	6.93	-	5.61	-

②终端推广费变动原因

终端推广费主要系：公司为提升品牌区域影响力，支持经销商在当地投放区域性广告。经销商根据当地市场竞争情况，制定广告投放计划，并向公司申请资金支持。公司审批通过后，经销商需向公司提交相关广告合同、广告商发票等，公司根据审批金额向广告商付款。除此之外，公司在各地举行展会活动所产生的展牌、幕布等推广物料消耗亦属于终端推广费。

报告期内，随着经销商数量不断增长、覆盖区域不断扩大，使得终端宣传推广需求不断增强，公司终端推广费占宣传推广费比例始终较高，报告期内分别为2,719.38万元、3,267.92万元、5,597.15万元和2,268.24万元。

③媒体投放费变动原因

媒体投放费主要系：公司媒体投放主要包括高铁、户外、网媒和电视等形式。公司与广告公司签署合同，委托其代理公司在约定的渠道提供广告发布推广服务。同时，双方就广告内容、日期、规格、位置、金额、付款方式等进行了明确的约定。

报告期内，公司媒体投放费分别为 1,927.82 万元、3,082.58 万元、2,051.86 万元和 682.78 万元。2016 年以来，公司业绩大幅增长，为大力推广新品系列，公司加大了媒体投放力度，尤其是高铁、户外等媒体投放渠道。其中，2016 年、2017 年高铁广告投放分别为 1,419.49、2,214.87 万元，导致当期媒体投放费用同比增加较多。2018 年，随着部分高铁广告合同到期，公司媒体投放费有所下降。

④展会活动费变动原因

展会活动费主要系：公司不定期开展新品推广、产品促销、明星活动、家装展会等大中型展会、促销活动。

报告期内，公司展会活动费分别为 1,328.22 万元、3,569.51 万元和 2,419.65 万元和 1,037.32 万元。随着公司新品不断推出、业绩规模不断提升，为提升品牌形象、扩大市场影响力，展会活动、新品发布、促销活动等支出逐年上升，展会活动支出占宣传推广费比例分别为 18.94%、32.51%、21.70%和 22.68%。2017 年，公司进一步加强了展会活动尤其是明星活动的实施力度，同时积极举办、参加各销售区域促销展会，导致展会活动费用支出大幅增加。2018 年起，考虑到“奥普”品牌已具备一定影响力，依赖明星活动提升的空间较小，故开始削减明星活动开支。

报告期各期，公司明星活动支出分别为 417.34 万元、1,651.39 万元、450.88 万元和 31.89 万元，明星活动支出的变化是公司展会活动费变动的主要原因。

⑤明星代言费变动原因

明星代言费主要系：公司邀请著名艺人作为公司产品的形象代言人。公司与艺人所在公关公司签署代言合同，双方就代言范围、期限、广告宣传范围、广告拍摄要求、公关活动要求、费用及支付方式进行了明确的约定。

报告期内，公司明星代言费主要系与冯绍峰签订代言合同支付的费用。2018

年，公司新签马赛罗欧根作为代言人。

⑥设计制作费变动原因

设计制作费主要系：公司宣传推广过程中，存在向第三方购买版权，聘请第三方为公司进行形象设计、方案设计、拍摄制作等行为。

报告期内，公司设计制作费分别为 179.15 万元、535.63 万元、374.77 万元和 335.14 万元。2017 年设计制作费大幅增长，主要系冯绍峰商业电视广告以及其他商业广告、视频产生制作费用较高所致，其中冯绍峰商业电视广告拍摄费用为 209.84 万元；2018 年设计制作费主要系专题片、MV 等各类视频拍摄费用；2019 年 1-6 月设计制作费主要系产品设计费、装修设计费、促销品制作费等。

⑦咨询策划费变动原因

咨询策划的说明：公司聘请专业咨询公司，提供信息咨询、品牌形象设计等专业服务。

报告期内，公司咨询策划费分别为 608.45 万元、325.77 万元、291.56 万元和 72.56 万元。公司咨询策划费主要系支付杭州观越广告有限公司、北京九如恒升广告有限公司、红星美凯龙的咨询策划费用，2017 年，公司终止与北京九如恒升广告有限公司的合作。

报告期各期，公司按单位咨询策划费构成情况如下表：

单位：万元

单位名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
红星美凯龙	-	129.72	82.55	188.68
杭州观越广告有限公司	32.04	116.50	141.55	116.77
北京九如恒升广告有限公 司	-	-	34.95	303.00
北京嘉佳时代广告传媒有 限公司	14.56	29.13	29.13	-
其他	25.96	16.21	37.59	-
合计	72.56	291.56	325.77	608.45

综上所述，报告期内公司广告投入与自身发展需要以及广告投放策略相符。

④按渠道的终端推广费及媒体投放费

A. 终端推广费

公司终端推广费主要系，为提升品牌区域影响力，公司支持经销商在当地投放区域性广告。经销商根据当地市场竞争情况，制定广告投放计划，并向公司申请资金支持。公司审批通过后，经销商需向公司提交相关广告合同、广告商发票等，公司根据审批金额向广告商付款。除此之外，公司在各地举行展会活动所产生的展牌、幕布等推广物料消耗亦属于终端推广费。

报告期内，公司终端推广费均投放至经销商渠道。

B. 媒体投放费

公司媒体投放费，主要包括高铁、户外、网媒和电视等形式，公司媒体广告投放主要由品牌部负责，由于媒体广告通常系为了提升奥普品牌及各类产品的知名度，对公司各渠道销售均有促进作用，无法区分具体投放渠道以及受益渠道。

(2) 销售人员职工薪酬

报告期内，公司销售费用中职工薪酬情况如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
职工薪酬（万元）	4,759.57	8,944.63	7,527.83	3,768.87
平均销售人员数量（人）	751	747	662	360
销售人员人均薪酬（万元/年）	12.66	11.97	11.37	9.62
销售人员数量增幅（%）	0.54	12.84	83.89	-
同期营业收入增幅（%）	-	6.33	26.76	-

注：2019年1-6月销售人员人均薪酬=2019年1-6月职工薪酬×2÷平均销售人员数量

报告期各期末，公司销售人员人数分别为403人、701人、756人和781人，呈现逐年增长趋势，2017年末公司销售人员增长较多，主要原因系：①当年公司开始推广厨电、照明、晾衣架等新产品，相应增加了该些产品事业部人员；②公司原KA门店导购系劳务派遣员工，2017年转为正式员工，亦使得销售人员

增长较多；③随着公司经销商覆盖面越来越广，从一、二线城市拓展至三、四线城市，为了更好的管理经销商，公司各销售大区亦相应增加了销售人员。

报告期内，公司销售人员人均薪酬逐年上升。公司销售人员薪酬主要包括月度基本薪酬、年度销售任务完成奖励、年度销售任务超额完成奖励、日常正负激励四部分组成。

报告期内，公司销售人员平均薪酬与公司销售收入增长情况如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
销售人员人均薪酬（万元/年）	12.66	11.97	11.37	9.62
销售人员人均薪酬增幅（%）	6.76	5.28	18.19	-
同期营业收入增幅（%）	-	6.33	26.76	-

注：2019年1-6月销售人员人均薪酬=2019年1-6月职工薪酬×2÷平均销售人员数量

如上表所示，报告期内销售人员人均薪酬增幅略低于公司营业收入增长幅度，主要系因为公司营业收入增长主要影响销售人员薪酬结构中的年度销售任务完成奖励与年度销售任务超额完成奖励两部分，从而使得整体平均薪酬增幅略低于公司营业收入增幅，但增长趋势一致。

（3）运输费

报告期内，公司各期运输费金额分别为2,384.03万元、3,045.40万元、4,087.21万元和2,099.27万元，占营业收入比重分别为1.91%、1.92%、2.43%和2.54%，2017年、2018年增幅分别为27.74%、34.21%。

公司运输费用主要系将销售产品发运至客户或其指定位置的运输费用，以公路交通运输为主，由物流部统一负责。公司与运输公司就运费价格制订了运价标准，并有权根据市场行情随时适当调整，运费范围包含货物运输保险费、装卸费等杂费。对于批量回程运价按单程运价的70%结算，对于运价标准中未罗列的指定到达点参照相近到达点运价执行。

实际发货中，同批次发车产品中通常包括浴霸、集成吊顶等多种品类产品，因此根据产品类别对运输费金额具有较大难度。

公司 2017 年运输费增幅情况与营收增长基本保持一致；2018 年及 2019 年 1-6 月，公司运输费用金额较高主要系线上直营渠道运输费用增长较多所致。

(4) 差旅费

报告期内，公司各期差旅费金额分别为 783.13 万元、1,452.56 万元、1,424.54 万元和 766.52 万元，占营业收入比重分别为 0.63%、0.92%、0.85% 和 0.93%，2017 年、2018 年增幅分别为 85.48%、-1.93%。

2017 年公司销售人员增幅为 83.89%，差旅费增幅情况与销售人员数量增幅基本一致；2018 年公司差旅费与 2017 年基本持平。

(5) 销售服务费

报告期内，公司各期销售服务费金额分别为 1,386.10 万元、1,340.91 万元、2,384.90 万元和 1,221.14 万元。销售服务费主要系淘宝、天猫等电子商务平台的广告费、手续费以及服务等。

随着天猫双十一等电商活动的影响力越来越大，公司将集成吊顶天猫旗舰店作为线上引流推广的主要措施之一，并多渠道宣传集成吊顶天猫旗舰店，且与天猫签署推广及服务协议协助推广营销，故 2016 年及 2017 年电商广告费、手续费以及服务等费用相对较高。2018 年，公司发展线上直营渠道，导致当期平台服务费上升较多。

(6) 同行业对比分析

报告期内，公司销售费用率略低于同行业平均水平，主要系各公司销售模式、营销策略、管理模式以及销售规模等存在差异所致。报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率对比如下：

单位：%

公司名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
友邦吊顶	12.26	12.33	13.38	10.63
浙江美大	16.47	11.03	9.81	8.33
老板电器	28.07	25.72	23.91	26.66

公司名称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
华帝股份	27.43	27.09	27.91	25.90
欧普照明	19.38	20.04	23.52	23.62
平均值	20.72	19.24	19.71	19.03
奥普家居	18.59	18.89	17.21	14.21

如上表所示，公司销售费用率高于友邦吊顶及浙江美大，低于老板电器、华帝股份、欧普照明。

报告期内，公司与同行业可比公司主要销售费用科目对比情况如下：

单位：%

公司名称	科目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
		占销售费用比例	占营收比例	占销售费用比例	占营收比例	占销售费用比例	占营收比例	占销售费用比例	占营收比例
友邦吊顶	职工薪酬	42.92	5.26	31.95	3.94	26.51	3.55	29.00	3.08
	广告宣传费	19.02	2.33	29.36	3.62	39.89	5.34	24.89	2.65
	差旅费	14.15	1.73	15.51	1.91	13.06	1.75	15.42	1.64
浙江美大	广告宣传费	81.77	13.47	69.12	7.62	69.04	6.78	59.98	5.00
	职工薪酬	6.84	1.13	11.68	1.29	15.73	1.54	20.38	1.77
老板电器	广告宣传费	31.87	8.95	31.32	8.06	32.85	7.85	32.79	8.74
	销售服务费	29.01	8.14	20.95	5.39	16.20	3.87	14.97	3.99
	运费	7.85	2.20	12.84	3.30	13.47	3.22	13.03	3.47
	职工薪酬	9.53	2.68	11.76	3.02	11.60	2.77	12.12	3.23
	展台装饰费	7.84	2.20	12.60	3.24	11.60	2.77	13.14	3.50
	促销活动费	9.74	2.73	5.42	1.39	8.38	2.00	7.92	2.11
华帝股份	职工薪酬	7.19	1.97	6.67	1.81	6.19	1.73	9.62	2.49
	业务宣传费	26.31	7.22	35.39	9.59	35.40	9.88	30.54	7.49
	促销费	32.47	8.91	25.52	6.91	28.43	7.93	32.21	8.34
	销售服务费	17.95	4.92	18.46	5.00	19.00	5.30	14.00	3.62

公司名称	科目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
		占销售费用比例	占营收比例	占销售费用比例	占营收比例	占销售费用比例	占营收比例	占销售费用比例	占营收比例
欧普照明	职工薪酬	32.20	6.24	27.16	5.44	31.09	7.31	31.50	7.44
	渠道支持费	29.22	5.66	32.42	6.50	34.21	8.05	23.63	5.58
	广告市场费	3.13	0.61	7.51	1.51	5.27	1.24	10.34	2.44
	运输费	19.03	3.69	16.79	3.37	15.07	3.55	15.75	3.72
	办公费用	6.13	1.19	6.13	1.23	6.61	1.56	7.47	1.76
奥普家居	宣传推广费	29.77	5.53	35.04	6.62	40.28	6.93	39.49	5.61
	职工薪酬	30.97	5.76	28.11	5.31	27.62	4.75	21.22	3.02
	运输费	13.66	2.54	12.85	2.43	11.17	1.92	13.42	1.91

如上表所示，报告期内公司销售费用率高于友邦吊顶、浙江美大，主要原因系公司宣传推广费、职工薪酬及运输费用占营业收入比例均较高；销售费用率低于老板电器、华帝股份、欧普照明，主要原因系公司宣传推广费占营业收入比例较低，另外老板电器与华帝股份销售服务费较高。

①宣传推广费对比分析

报告期内，发行人及同行业可比公司宣传推广费相关费用占营业收入比例情况如下：

单位：%

公司名称	项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
友邦吊顶	广告宣传费	2.33	3.62	5.34	2.65
浙江美大	广告宣传费	13.47	7.62	6.78	5.00
老板电器	广告宣传费	8.95	8.06	7.85	8.74
	展台装饰费	2.20	3.24	2.77	3.50
	促销活动费	2.73	1.39	2.00	2.11
	小计	13.88	12.69	12.63	14.36
华帝股份	业务宣传费	7.22	9.59	9.88	7.91

公司名称	项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
	促销费	8.91	6.91	7.93	8.34
	小计	16.12	16.50	17.82	16.25
欧普照明	渠道支持费	5.66	6.50	8.05	5.58
	广告市场费	0.61	1.51	1.24	2.44
	小计	6.27	8.01	9.29	8.02
奥普家居	宣传推广费	5.53	6.62	6.93	5.61

如上表所示，公司宣传推广费等相关费用占营业收入比例高于友邦吊顶，低于老板电器、华帝股份及欧普照明，与浙江美大相近，2019年1-6月，浙江美大宣传推广费增幅较大，故宣传推广费占营业收入比例高于发行人。宣传推广费主要与企业品牌定位、产品多样性、市场竞争程度以及企业基本情况等因素相关，老板电器、华帝股份及欧普照明宣传推广费相关费用较高可能系产品种类较多，市场竞争程度更为复杂，且经营规模较大、现金流充沛等原因所致。

②职工薪酬对比分析

发行人与同行业可比公司2018年末销售人员情况以及2018年度销售费用中职工薪酬占营业收入比例情况：

公司名称	职工薪酬占营业收入比例（%）	销售人员数量（人）	销售人员占总人员比例（%）
友邦吊顶	3.94	323	31.92
浙江美大	1.29	136	11.83
老板电器	3.02	1,663	37.33
华帝股份	1.81	861	15.88
欧普照明	5.44	1,877	32.16
奥普家居	5.31	756	49.93

如上表所示，公司职工薪酬占营业收入比例低于欧普照明，高于其他同行业可比公司，主要系公司销售人员数量及占比均较高所致。

③运输费用对比分析

报告期内，同行业可比公司运费占主营业务收入比重情况如下：

单位：%

公司名称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
友邦吊顶	1.59	1.14	0.38	0.04
浙江美大	0.51	0.43	0.51	0.55
老板电器	2.20	3.30	3.35	3.57
华帝股份	1.52	1.52	1.52	1.67
欧普照明	3.69	3.37	3.58	3.74
平均	1.90	1.95	1.87	1.91
奥普家居	2.54	2.43	1.93	1.92

报告期内，同行业可比公司运输费用承担方式具体如下：

公司名称	运输费用承担方式
友邦吊顶	经销商自行承担；工程渠道由公司承担
浙江美大	经销商自行承担
老板电器	公司承担向区域总代理的配送
华帝股份	无公开信息
欧普照明	无公开信息
奥普家居	公司承担为主，经销商渠道单次订货一定金额以下由经销商自行承担

公司运输费用占主营业务收入比例与同行业可比公司存在一定差异，主要系一方面运费承担方式存在差异，如友邦吊顶及浙江美大均系由经销商自行承担运费，使得运费占比较低；另一方面由于直营渠道客户的分散性，使得直营（包括线上及线下直营）收入占比越高，则运输费用占比越高。

公司直营业务刚刚起步，目前直营渠道销售规模远小于老板电器、欧普照明等企业，使得公司运输费用占比低于老板电器、欧普照明，未来随着公司直营业务的逐步提升，运输费用占比预计将有所上升。

④销售服务费对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司销售服务费占营业收入比例情况如下：

单位：%

公司名称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
友邦吊顶	0.79	1.08	0.90	1.60
浙江美大	0.72	0.93	0.31	-
老板电器	8.14	5.39	3.87	3.99
华帝股份	4.92	5.00	5.30	3.62
欧普照明	-	-	-	-
奥普家居	1.48	1.42	0.85	1.11

如上表所示，欧普照明、2016年浙江美大未披露其销售服务费情况，故无法对比。公司销售服务费主要系电商平台服务费，公司线上直营平台于2017年末开始运营，之前均系O2O平台产生的销售服务费，故金额较小，未来随着线上直营平台规模逐步提升，销售服务费亦呈现上升趋势。老板电器及华帝股份线上销售占比较大，使得销售服务费占比较高。

综上所述，公司与同行业可比公司销售费用率差异主要系由于经营模式、品牌定位、市场竞争环境以及企业基本情况差异所致，公司销售费用符合实际经营情况。

2、管理费用分析

报告期内，公司管理费用明细情况如下表：

单位：万元；%

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
股权激励	-	-	-	-	1,925.77	21.82	8,560.74	69.51
职工薪酬	1,362.30	36.82	2,720.51	37.06	2,432.62	27.56	1,339.23	10.87
折旧及摊销	687.11	18.57	1,407.36	19.17	1,250.38	14.17	709.60	5.76
中介咨询费	434.39	11.74	909.15	12.38	1,142.87	12.95	501.21	4.07
办公费	542.16	14.65	1,123.01	15.30	1,156.18	13.10	595.91	4.84

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
会务费	83.43	2.25	258.64	3.52	201.58	2.28	137.93	1.12
业务招待费	91.53	2.47	175.27	2.39	187.55	2.13	77.59	0.63
差旅费	55.60	1.50	212.91	2.90	185.67	2.10	146.35	1.19
税费	68.80	1.86	121.58	1.66	50.94	0.58	102.86	0.84
其他	374.82	10.13	412.61	5.62	291.60	3.30	143.69	1.17
合计	3,700.15	100.00	7,341.04	100.00	8,825.17	100.00	12,315.11	100.00

报告期内，公司管理费用占营业收入的比重分别为 9.85%、5.57% 和 4.36% 和 4.48%。公司管理费用主要为职工薪酬、股份支付、折旧及摊销、中介咨询费和办公费，2017 年公司管理费用同比减少较多，主要系 2016 年计提股份支付 8,560.74 万元所致；2018 年公司管理费用同比有所下降，主要系 2017 年计提股份支付 1,925.77 万元所致；2019 年 1-6 月公司管理费用占营业收入比例与 2018 年基本一致。

(1) 股份支付

①公司前身设立至今涉及股份支付的情形

公司前身设立至今合计存在三次涉及股份支付的情形，具体如下：

序号	事件	具体情况
1	第一次员工股权激励	2016 年 12 月员工持股平台明泽投资与聚泽投资增资入股，合计 48 名员工以及共同实际控制人之一方胜康。
2	第二次员工股权激励	2016 年 12 月共同实际控制人之一方胜康将其持有聚泽投资的部分出资额转让给 9 名公司员工。
3	第三次员工股权激励	2017 年 4 月共同实际控制人之一方胜康将其持有聚泽投资的部分出资额转让给 31 名公司员工。

除上表所涉股份支付情形，发行人其他历次股权转让及增资均系公司最终股东间的股权架构调整行为，不涉及股份支付。

②调整前公司历次股份支付情况

A. 调整前 2016 年股份支付情况

发行人 2016 年股份支付涉及第一次及第二次股权激励。

a. 调整前第一次股权激励股份支付情况

调整前第一次股权激励股份支付具体情况如下表：

授予对象	折合发行人股数(万美元注册资本)	是否确认股份支付	股权激励授予价格(元/美元注册资本)	公允价值(元/美元注册资本)	公允价值 PE 倍数(当年)	股份支付金额(万元)
方胜康	22.88	否	39.64	70.31	4.89	-
吴兴杰	43.39	是	39.64	70.31	4.89	1,331.59
公司员工	42.20	是	39.64	70.31	4.89	1,294.97
合计	108.47	-	-	-	-	2,626.56

如上表所示，第一次股权激励时，共同实际控制人之一方胜康持有员工持股平台的出资额未确认股份支付，主要原因系该些出资额是作为股权激励预留股份，在后续转让给员工时确认股份支付。

b. 调整前第二次股权激励股份支付情况

调整前第二次股权激励股份支付具体情况如下表：

授予对象	折合发行人股数(万美元注册资本)	是否确认股份支付	股权激励授予价格(元/美元注册资本)	公允价值(元/美元注册资本)	公允价值 PE 倍数(当年)	股份支付金额(万元)
公司员工	6.18	是	39.64	70.31	4.89	189.75
合计	6.18	-	-	-	-	189.75

如上表所示，第二次股权激励时，共同实际控制人之一方胜康将其持有员工持股平台的部分出资额转让给激励员工时，均确认了股份支付。

发行人 2016 年确认股份支付合计 2,816.31 万元。

B. 调整前 2017 年股份支付情况

调整前 2017 年股份支付具体情况如下表：

授予对象	折合发行人股数(万美元/注册资本)	是否确认股份支付	股权激励授予价格(元/美注册资本)	公允价值(元/美注册资本)	公允价值 PE 倍数(当年)	股份支付金额(万元)
公司员工	13.80	是	39.64	258.13	18.63	3,014.70
合计	13.80	-	-	-	-	3,014.70

如上表所示，第三次股权激励时，共同实际控制人之一方胜康将其持有员工持股平台的部分出资额转让给激励员工时，均确认了股份支付。

发行人第三次股权激励结束后，共同实际控制人之一方胜康仍通过员工持股平台间接持有发行人 2.9 万美元注册资本，占发行人总股本比例为 0.1340%，该部分股权未确认股份支付。

③公司对历次股份支付进行调整过程

因公司确认 2016 年股份支付时一方面对公允价值估计略低于同期同行业上市公司实施股权激励或并购重组的估值水平，另一方面共同实际控制人之一方胜康持有员工持股平台的份额未纳入股份支付范畴。

公司对历次股份支付进行会计差错更正，并于 2019 年 7 月 26 日经第一届董事会第七次会议及 2019 年 8 月 10 日经 2019 年第二次临时股东大会审议通过了《关于前期会计差错更正及追溯调整的议案》。公司对历次股份支付调整过程具体如下：

A. 公司按照奥普集团 2016 年 9 月 30 日于香港联合交易所私有化估值 244,350.87 万元（折合 118.56 元/美元注册资本）作为 2016 年 12 月确认股份支付公允价值的参考依据；

B. 在 2016 年员工持股平台增资入股时，共同实际控制人之一方胜康持有的份额亦按照奥普集团私有化价格确认 2016 年股份支付；

C. 2017 年方胜康将其持有员工的持股平台部分份额转让给员工时，按照 2017 年奥普家居公允价值补确认股份支付。

④调整后公司历次股份支付情况

公司调整后历次股份支付具体测算情况如下：

序号	时间	事件	调整后股权激励成本（元人民币/美元注册资本）	调整后公允价值（元人民币/美元注册资本）	员工激励股权数量（万美元注册资本）	调整后股份支付金额（万元）
1	2016年	第一次股权激励	39.64	118.56	108.47	8,560.74
2		第二次股权激励	118.56	118.56	6.18	-
3	2017年	第三次股权激励	118.56	258.13	13.80	1,925.77

调整后，公司对共同实际控制人之一方胜康在员工持股平台明泽投资及聚泽投资中持有的份额均全部计提了股份支付，符合证监会《首发业务若干问题解答》（2019年3月）的相关规定。

⑤调整后历次股份支付公允价值的确定依据

A. 调整后 2016 年股份支付公允价值的确定依据

鉴于一方面奥普集团 2016 年 9 月底私有化价格 244,350.87 万元系社会公众投资者广泛接受的估值水平；另一方面奥普集团私有化时主要经营主体及利润来源均为奥普家居，奥普集团私有化价格直接体现了奥普家居公允价值。故公司将 2016 年股份支付公允价值调整为 244,350.87 万元（118.56 元人民币/美元注册资本），折合当年 PE 倍数为 8.24 倍。

B. 调整后 2017 年支付公允价值的确定依据

2017 年 5 月，PMT、香港红星等 5 家境外投资者以每美元注册资本 258.13 元人民币受让 Tricosco 持有发行人的部分股权，斐昱悦柏、斐昱武胜等 4 家境内投资者以 258.13 元人民币/美元注册资本的价格向公司增资。本次股权转让及增资与本次股份支付行为发生时间相近，故以本次外部投资者股权转让及增资价格作为公司股份的公允价值。

（2）管理人员职工薪酬

报告期内，公司管理费用中职工薪酬情况如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
职工薪酬（万元）	1,362.30	2,720.51	2,432.62	1,339.23
平均管理人员数量（人）	142	139	127	99
管理人员人均薪酬（万元/年）	19.19	19.57	19.15	13.53

注：2019年1-6月管理人员人均薪酬=2019年1-6月职工薪酬×2÷平均管理人员数量

报告期内公司管理人员统计口径主要包括：公司除营销以外的高管、审计部人员、行政中心人员、财务中心人员、人力资源部人员、投资部人员等。

报告期内各期，公司平均管理人员数量分别为99人、127人、139人和142人，随着经营规模不断扩大，公司每年适当扩充了管理人员队伍。2017年管理人员平均薪酬增长较多的主要原因系一方面公司业绩不断增长，提升了管理人员的薪资待遇水平；另一方面公司为优化公司治理结构、提高运营效率，不断引进高素质管理人才，亦提高了管理人员平均薪酬。

（3）折旧及摊销

报告期各期，公司管理费用中折旧及摊销分别为709.60万元、1,250.38万元、1,407.36万元和687.11万元。

2017年、2018年管理费用中折旧及摊销较报告期初增加较多主要系商标权摊销均计入管理费用，2017年、2018年商标权摊销金额均为495.28万元。

（4）中介咨询费

公司中介咨询费主要为审计、评估费用、法律顾问费用、券商服务费、招聘服务费及其他咨询费用。报告期各期，公司中介咨询费分别为501.21万元、1,142.87万元和909.15万元和434.39万元。2017年起中介咨询费增加较多，主要系一方面公司启动本次发行申报工作，相关中介机构费用上升较多；另一方面公司引进了较多人才，使得招聘服务费亦有所增长。

（5）办公费

报告期各期，公司办公费具体构成情况如下表：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
办公费	271.25	564.97	650.18	368.14
水电费	36.93	62.96	68.87	48.12
修理费	18.86	121.52	94.27	159.84
租赁费	186.66	324.12	292.48	-
保险费	28.47	49.44	50.39	19.80
合计	542.16	1,123.01	1,156.18	595.91

2017年以来，公司办公费增幅较大的原因主要系，一方面员工人数大幅增长导致办公费用增长，另一方面2017年、2018年嘉兴劲达租赁房屋产生租赁费用212.81万元和304.76万元。

(6) 同行业对比分析

2016年及2017年，公司管理费用率略高于同行业平均水平，主要系确认股份支付所致；2018年公司管理费用率略低于同行业平均水平。报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率对比如下：

单位：%

公司名称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
友邦吊顶	8.99	9.46	8.76	7.18
浙江美大	4.40	5.76	8.08	8.09
老板电器	3.29	3.67	3.53	4.39
华帝股份	3.52	2.80	3.38	4.37
欧普照明	3.47	2.63	2.68	3.49
平均值	4.73	4.86	5.29	5.50
奥普家居	4.48	4.36	5.57	9.85

报告期内，公司与同行业可比公司主要管理费用科目对比情况如下：

单位：%

公司名称	科目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
		占管理费用比例	占营收比例	占管理费用比例	占营收比例	占管理费用比例	占营收比例	占管理费用比例	占营收比例
友邦吊顶	职工薪酬	51.35	4.61	44.61	4.22	40.33	3.53	44.15	3.17
	折旧摊销	11.72	1.05	9.38	0.89	9.32	0.82	14.04	1.01
	咨询审计费	9.16	0.82	11.49	1.09	13.31	1.17	6.80	0.49
浙江美大	职工薪酬	51.68	2.28	42.25	2.43	30.98	2.50	34.94	2.83
	折旧摊销	28.74	1.27	23.48	1.35	20.75	1.68	33.03	2.67
	股份支付	0.58	0.03	11.13	0.64	32.14	2.60	9.14	0.74
老板电器	职工薪酬	47.08	1.55	50.34	1.85	46.09	1.63	41.80	1.84
	折旧摊销	16.98	0.56	13.69	0.50	13.93	0.49	16.33	0.72
	咨询服务费	0.94	0.03	6.73	0.25	7.67	0.27	6.75	0.30
华帝股份	职工薪酬	47.41	1.67	47.44	1.33	40.77	1.38	44.72	1.95
	折旧摊销	9.49	0.33	10.57	0.30	10.17	0.34	10.97	0.48
	股权激励	3.64	0.13	8.57	0.24	12.48	0.42	12.83	0.56
欧普照明	职工薪酬	63.07	2.19	56.15	1.48	49.08	1.32	/	/
	办公费	9.00	0.31	14.13	0.37	10.06	0.27	/	/
	咨询费	8.12	0.28	11.13	0.29	17.09	0.46	/	/
	折旧摊销	10.63	0.37	11.52	0.30	14.63	0.39	/	/
奥普家居	股权激励	-	-	-	-	21.82	1.22	69.51	6.85
	职工薪酬	36.82	1.65	37.06	1.62	27.56	1.54	10.87	1.07
	折旧摊销	18.57	0.83	19.17	0.84	14.17	0.79	5.76	0.57
	中介咨询费	11.74	0.53	12.38	0.54	12.95	0.72	4.07	0.40
	办公费	14.65	0.66	15.30	0.67	13.10	0.73	4.84	0.48

注：欧普照明 2016 年未列示各管理费用科目中属于研发费用的金额，故上表中仅分析欧普照明 2017、2018 年数据。

如上表所示，2016 年及 2017 年，公司管理费用率高于同行业平均水平，主要系确认股份支付所致。剔除股份支付影响后，报告期内，公司管理费用率分别为 3.00%、4.36%、4.36% 和 4.48%，略高于老板电器、华帝股份、欧普照明，主

要系公司折旧摊销、中介咨询费占营业收入比例略高于前述公司；公司管理费用率低于友邦吊顶及浙江美大，主要系管理费用中职工薪酬占营业收入比例较低。

3、研发费用分析

报告期内公司研发费用分别为 5,213.34 万元、8,000.10 万元、10,530.78 万元和 3,522.98 万元，呈现逐年增长态势。

(1) 研发费用构成情况

为准确把握行业 and 客户需求，提高公司产品技术竞争力和品牌优势，公司一直注重持续的研发投入，研发费用主要包括职工薪酬、试制检测费、开发费、咨询费、模具支出等。具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
职工薪酬	1,422.93	3,486.32	2,858.81	729.05
试制检测费	720.80	2,540.61	2,130.59	1,712.02
开发费	106.29	849.66	857.64	1,141.94
咨询费	203.27	582.68	503.16	230.50
模具支出	403.73	1,405.85	451.95	501.73
折旧摊销	322.85	641.17	330.92	273.80
物料消耗	237.52	589.96	335.79	353.70
办公费	26.63	137.34	146.01	116.31
其他	78.98	297.19	385.22	154.28
合计	3,522.98	10,530.78	8,000.10	5,213.34

2017 年公司研发费用增长较多，主要系研发人员职工薪酬上升，以及集成灶、照明、晾衣架、新风系统等产品研发投入增加所致；2018 年公司研发费用增长较多，主要系厨电、照明、集成墙面等品类模具支出增加，以及职工薪酬进一步提升所致。

2019 年 1-6 月，公司研发费用占营业收入的比例有所下降，主要系一方面公司 2019 年上半年对研发部门进行了调整，将部分研发人员分流至管理、销售等

其他岗位，使得研发人员下降较多，亦相应影响整体研发投入；另一方面经过前期的大力投入，公司集成灶、晾衣架、照明产品、集成墙面等新品品类及型号已渐趋丰富，目前阶段研发投入主要侧重于对该些新品的性能优化工作，亦使得研发费用有所下降。

(2) 研发费用与具体研发项目之间的对应关系

报告期内，发行人研发费用与具体研发项目的对应关系如下：

项目名称	研发费用（万元）				研发时间/预计研发时间
	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度	
带有浴室多通道取暖功能的干湿分区一体化产品	403.68	-	-	-	2018.12-2020.12
新型抗菌型PVC装饰膜制备工艺及其应用	355.53	-	-	-	2019.1-2020.12
基于直流变频技术的浴室多功能取暖器	326.84	-	-	-	2018.12-2020.12
环保型免喷涂高光注塑材料及其制品制备工艺开发	289.59	-	-	-	2019.1-2020.12
集成墙面式空气净化装置	271.77	-	-	-	2019.1-2020.12
一种自动检测油烟和调节风量大小的集成灶	266.62	-	-	-	2019.1-2020.12
集成吊顶用新型防油污材料及其滚涂工艺研究	249.09	-	-	-	2019.1-2020.12
高去污力环保型顶墙产品专用清洗液研究	229.99	-	-	-	2019.1-2020.12
具有自动感应紫外杀菌功能的新型智能语音电动晾衣机	195.78	-	-	-	2018.12-2020.12
合金材料自动上下料装置的研发	188.98	-	-	-	2019.1-2019.12
基于石墨烯发热技术的新型发热模块开发	140.48	-	-	-	2019.1-2020.12
基于全新风道结构设计的高舒适度360°取暖浴霸	139.88	-	-	-	2018.12-2020.12
可感温变色的新型暖风出风口研发	79.47	-	-	-	2019.1-2020.12
电动调节风门装置	59.82	-	-	-	2019.1-2020.12
具有隔音功效的集成墙面板的研发	43.98	-	-	-	2019.1-2019.12
晾衣机1120系列	34.42	-	-	-	2019.1-2019.4
墙面板覆膜工艺的研发	33.82	-	-	-	2019.1-2019.12
合金材料的光洁处理设备的研发	16.95	-	-	-	2019.1-2019.12
2019年阳台柜项目	16.56	-	-	-	2019.4-2019.7

项目名称	研发费用（万元）				研发时间/预计研发时间
	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度	
具有防潮除菌的集成墙面板的研发	14.71	-	-	-	2019.1-2019.12
基于新型变色油墨材料的智能感温集成灶研发	-	926.98	608.75	-	2017.2-2018.12
带有浴室取暖功能的新型全屋新风一体化系统研究	-	798.65	340.40	-	2017.3-2018.12
具有平衡新风和排风风阻功能的新型热交换芯研发及应用	-	386.95	272.61	-	2017.3-2018.12
采用自清洁涂层材料的高效油烟分离型通风扇	-	648.85	463.12	-	2017.3-2018.12
基于纳米 TiO ₂ 的新型涂料研发及其在扣板吊顶和木塑墙面的应用研究	-	683.11	514.25	-	2017.3-2018.12
采用纳米二氧化钛陶瓷泡沫材料的密闭公共空间空气净化除尘装置	-	1,024.26	372.08	-	2017.3-2018.12
一种常温催化甲醛分解的纳米复合材料的应用研究	-	801.64	467.53	-	2017.3-2019.12
具有空气净化和新风功能的厨房空气调节装置	-	573.29	127.79	-	2017.3-2018.12
基于健康生活管理的智能灯光控制系统研究	-	1,180.27	602.57	-	2017.3-2018.12
基于 LBS 的智能化家庭微环境监测管理与协同控制系统	-	749.10	453.04	-	2017.3-2018.12
基于语音识别和大数据的交互式智慧家庭语音助手系统	-	405.43	619.64	-	2017.3-2018.12
带有光催化模块的新型电动晾衣机	-	464.80	68.65	-	2017.7-2018.12
纳米二氧化硅防尘涂层及其自动涂敷装置的研究开发	-	343.90	29.91	-	2017.7-2018.12
具有除醛抗菌功能材料研发及其在新型集成墙面中的应用	-	-	576.95	912.74	2015.11-2017.12
基于物联网技术的老人安全淋浴救护系统（含智能手环）的开发及应用	133.47	579.75	648.99	281.38	2015.11-2019.12
可有效过滤蓝光的智能环绕风暖型浴霸（亦适用于婴幼儿）	-	-	-	134.29	2015.11-2016.12
具有除尘除菌功能的智能居室空气净化新风系统	-	-	448.46	375.65	2015.11-2017.12
高热效、低衰减型陶瓷 PTC 发热器研究及其应用	-	-	277.03	491.43	2015.11-2017.12
基于 WEB 的产品个性化定制平台及智能制造系统应用研究	-	-	841.03	679.41	2015.11-2017.12

项目名称	研发费用（万元）				研发时间/预计研发时间
	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度	
一种防止红外线蓝光辐射的玻壳内部复合材料成型技术及行业标准制定的研究	-	-	-	376.22	2014.8-2016.12
一种用于集成吊顶的空气净化合成材料过滤装置	-	-	-	317.95	2014.8-2016.12
新型釉面陶瓷强化技术材料的研究及其应用	-	-	-	816.39	2014.8-2016.12
环保型厨卫产品用新型无机防油污表面处理材料	-	-	-	428.11	2014.8-2016.12
通风风道除菌材料研究及其应用	-	-	-	399.76	2014.8-2016.12
铝型材一次成型自动冲压工艺	-	348.56	-	-	2018.3-2018.12
高可塑性扣板拉伸技术的研发	-	37.00	-	-	2018.3-2018.12
铝扣板塑框的研究	-	67.37	-	-	2018.3-2018.12
抗油污铝合金扣板的研发	-	64.16	-	-	2018.3-2018.12
高强度镜框式铝合金扣板的研发	-	23.84	-	-	2018.3-2018.12
基于新型变色油墨材料的智能感温集成灶研发	-	-	49.27	-	2017.10-2017.12
合金材料覆膜工艺的研发	-	-	47.03	-	2017.10-2017.12
具有除菌功能扣板的研发	-	-	52.12	-	2017.10-2017.12
合金扣板喷涂工艺的研发	-	-	40.15	-	2017.11-2017.12
具有除菌功能墙面的研发	-	-	4.95	-	2017.11-2017.12
金属板的研发	-	43.25	12.48	-	2017.7-2019.1
墙面集成系统材料结构研发	7.08	0.34	-	-	2018.5-2019.5
全渠道客餐厅集成吊顶	6.49	8.05	-	-	2018.3-2019.3
MAX 大板吊顶结构研发	17.94	0.05	-	-	2018.5-2019.5
MAX 大板的研发	-	104.21	43.01	-	2017.6-2018.8
50 系列平板灯的研发	-	0.80	18.28	-	2017.12-2018.2
吸顶灯的研发	-	27.82	-	-	2018.1-2018.6
晾衣机的研发	-	149.03	-	-	2018.1-2018.6
朗格系列	-	34.57	-	-	2018.7-2018.12
晾衣机 568 系列	-	54.75	-	-	2018.7-2018.12
小计	3,522.98	10,530.78	8,000.10	5,213.34	

如上表所示，公司的研发投入均有对应明确的研发项目。公司按照各个研发项目对应分摊的职工薪酬、发生的试制检测费、研发领用的原材料耗材以及相应的设备折旧及其他支出归集到各个研发项目。

(3) 职工薪酬分析

报告期内公司研发团队不断扩充，研发人员资历不断提升，使得人员薪酬相应增加。报告期内公司研发人员平均数量分别为 38 人、153 人、158 人和 97 人。截至 2019 年 6 末，公司研发人员 87 人。2019 年 6 月末，公司研发人员较 2018 年末下降较多，主要系公司对研发部门架构进行了调整，部分基础研发人员转岗至管理、销售等其他岗位所致。

2017 年公司研发费用中薪酬费用大幅上升的原因，主要系研发人员数量增长所致。

报告期内，公司研发费用中职工薪酬情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
职工薪酬（万元）	1,422.93	3,486.32	2,858.81	729.05
平均研发人员数量（人）	97	158	153	38
研发人员人均薪酬（万元/年）	29.34	22.07	18.69	19.19

注：2019 年 1-6 月研发人员人均薪酬=2019 年 1-6 月职工薪酬×2÷平均研发人员数量

(4) 试制费分析

报告期内，试制费用逐年增加，主要系研发项目数量、研发项目周期以及研发项目对应新品品类三方面原因造成。

报告期内发生试制费用的研发项目及平均试制费用情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
当期发生试制费用的研发项目数量（个）	12	14	15	10
其中：以前年度立项项目数量（个）	-	14	5	10

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
项目平均试制检测费金额(万元)	60.07	181.47	142.04	171.20

由上表，报告期内试制检测费的增加主要系研发项目数量增加所致。

报告期内研发项目平均试制检测费有所波动，整体而言以前年度立项项目越多，当年试制检测费亦越高，主要系项目初始阶段主要为产品设计与建模，试制检测费相对较少，项目进入中后期新材料试制以及新品验证阶段，将会产生相对较多的试制检测费，另外不同研发项目产品规划亦会使得试制检测费有较大差异。

(5) 同行业对比分析

报告期内，公司与同行业可比公司研发费用占营业收入的比例情况如下：

单位：%

公司名称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
友邦吊顶	4.53	4.75	3.57	3.43
浙江美大	3.45	2.91	3.26	3.86
老板电器	3.29	3.67	3.32	3.34
华帝股份	3.70	3.67	3.21	3.12
欧普照明	3.37	3.96	3.17	3.18
平均值	3.67	3.79	3.31	3.39
奥普家居	4.26	6.25	5.05	4.17

公司报告期内一直保持着较高的研发投入，研发费用占营业收入比重高于行业平均水平。

4、财务费用分析

报告期内，公司财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
利息收入	-689.15	-962.87	-492.24	-501.36

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
汇兑损益	10.29	-110.62	175.23	-108.42
手续费	24.70	28.24	29.96	29.06
利息支出	4.89	13.31	4.93	-
合计	-649.26	-1,031.94	-282.12	-580.72

报告期内，公司财务费用分别为-580.72万元、-282.12万元、-1,031.94万元和-649.26万元。报告期内，公司财务费用主要为成都牵银、杭州博朗尼的委托贷款以及定期存款利息收入。

2017年公司财务费用增加，主要系人民币对美元升值导致的汇兑损益增加所致；2018年公司财务费用减少，主要系定期存款利息收入增加以及人民币对美元贬值导致的汇兑损益减少。

5、期间费用与同行业对比分析

比较项目及可比公司		2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
销售费用占营业收入比重(%)	友邦吊顶	12.26	12.33	13.38	10.63
	浙江美大	16.47	11.03	9.81	8.33
	老板电器	28.07	25.72	23.91	26.66
	华帝股份	27.43	27.09	27.91	25.90
	欧普照明	19.38	20.04	23.52	23.62
	平均值	20.72	19.24	19.71	19.03
	本公司	18.59	18.89	17.21	14.21
管理费用占营业收入比重(%)	友邦吊顶	8.99	9.46	8.76	7.18
	浙江美大	4.40	5.76	8.08	8.09
	老板电器	3.29	3.67	3.53	4.39
	华帝股份	3.52	2.80	3.38	4.37
	欧普照明	3.47	2.63	2.68	3.49
	平均值	4.73	4.86	5.29	5.50
	本公司	4.48	4.36	5.57	9.85

比较项目及可比公司		2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
研发费用占营业收入比重(%)	友邦吊顶	4.53	4.75	3.57	3.43
	浙江美大	3.45	2.91	3.26	3.86
	老板电器	3.29	3.67	3.32	3.36
	华帝股份	3.70	3.67	3.21	3.12
	欧普照明	3.37	3.96	3.17	3.18
	平均值	3.67	3.79	3.31	3.39
	本公司	4.26	6.25	5.05	4.17

公司销售费用占营业收入的比重总体略低于同行业可比公司平均水平，主要系各公司销售模式、营销策略、管理模式以及销售规模等存在差异，导致期间宣传推广费用存在差异所致。

比较项目及可比公司		2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
宣传推广费占营业收入比重(%)	友邦吊顶	2.33	3.62	6.04	4.10
	浙江美大	13.47	7.62	6.78	5.00
	老板电器	13.88	12.69	12.63	14.36
	华帝股份	16.12	16.50	17.82	16.25
	欧普照明	6.27	8.01	9.29	8.02
	平均值	10.41	9.69	10.51	9.55
	本公司	5.53	6.62	6.93	5.61

注：以上比较口径，友邦吊顶包含广告宣传费、经销商装修补贴、展览费、咨询费；浙江美大包含广告费、宣传费；老板电器包含广告宣传费、展台装饰费、促销活动费；华帝股份包含业务宣传费、促销费；欧普照明包含渠道支持费、广告市场费。

2016年、2017年，公司管理费用占营业收入的比重略高于同行业平均水平，主要系股份支付影响。剔除股份支付影响后，报告期内，公司管理费用率分别为3.00%、4.36%、4.36%和4.48%，略高于老板电器、华帝股份、欧普照明，低于友邦吊顶及浙江美大。

公司重视设计研发，研发投入不断上升，报告期各期研发费用占营业收入的比重略高于同行业平均水平。

综上所述，发行人费用投入符合自身销售和管理需求。

（六）营业外收支分析

1、营业外收入分析

报告期内，公司营业外收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
诉讼赔偿	59.01	-	-	-
政府补助	-	-	-	147.72
非流动资产损毁报废利得	3.14	-	2.51	2.36
其他	47.39	147.74	39.39	155.05
合计	109.54	147.74	41.91	305.13

报告期内，公司营业外收入分别为 305.13 万元、41.91 万元、147.74 万元和 109.54 万元。2016 年公司营业收入主要来源于政府补助，其他营业外收入主要为违约金收入等。

2017 年因会计政策调整，与公司日常经营活动相关的政府补助计入其他收益，不再在营业外收入中列示，具体内容请参见本节“二、盈利能力分析”之“（七）其他利润表项目”之“6、其他收益”部分。

2018 年营业外收入增加主要系供应商及物流单位导致的存货损失而产生的索赔收入增加所致。

2019 年 1-6 月营业外收入中的诉讼赔偿，主要系发行人起诉部分冠名“奥普”的企业或销售未经发行人授权的“奥普”品牌产品企业侵害商标权及不正当竞争胜诉获得的赔偿。

报告期内公司收到的政府补助主要如下：

单位：万元

项目	2019年 1-6月	2018年 度	2017年 度	2016年 度	与资产/收益 相关
社保返还	806.08	-	-	-	与收益相关
技术标准资助资金	20.00	-	-	-	与收益相关
专项资助资金	10.00	-	-	-	与收益相关
科技项目补助资金	2.00	-	-	-	与收益相关
商务发展资助	1.37	-	-	-	与收益相关
品牌建设投入补助	-	1,900.09	-	-	与收益相关
科技创新创业补助	-	133.28	-	-	与收益相关
深化改革创新政策补助	-	35.00	-	-	与收益相关
利用资本市场扶持资金	-	15.00	-	-	与收益相关
工业经济奖励	5.00	6.00	-	-	与收益相关
稳岗补贴	-	3.37	-	-	与收益相关
专项资金补助	-	2.05	-	-	与收益相关
专利维持费用补助	-	0.40	-	-	与收益相关
知识产权创造保护管理奖励	-	-	10.00	-	与收益相关
加快工业经济发展政策奖励	-	-	10.00	-	与收益相关
推进科技创新创业政策奖励	-	-	34.02	-	与收益相关
房产税退税	-	-	157.96	-	与收益相关
外经贸运行调查监测点考核补助	-	-	0.1	-	与收益相关
研发投入资助款	-	193.43	136.70	-	与收益相关
政府质量奖奖励款	-	-	20.00	-	与收益相关
企业扶持补助款	52.00	42.00	25.30	17.90	与收益相关
经济发展政策奖励款	-	-	-	115.58	与收益相关
企业参展展位费补助款	-	-	-	11.66	与收益相关
科技创新服务平台补助款	-	-	-	0.98	与收益相关
外经贸发展专项资金	-	-	4.37	1.60	与收益相关
小 计	896.45	2,330.62	398.45	147.72	-

2、营业外支出分析

报告期内，公司营业外支出具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
非流动资产损毁报废损失	4.02	11.52	21.97	5.82
捐赠支出	-	100.00	102.00	115.50
地方水利建设基金	-	-	0.32	72.34
其他	32.67	15.36	100.29	16.79
合计	36.69	126.89	224.57	210.44

报告期内，公司营业外支出分别为 210.44 万元、224.57 万元、126.89 万元和 36.69 万元。2017 年公司其他营业外支出主要系当年公司向经销商赔偿 85.78 万元所致。

（七）其他利润表项目

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加分别为 1,182.09 万元、1,532.12 万元、1,730.44 万元和 810.35 万元，随公司销售规模增长而增长，具体明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业税	-	-	-	19.56
城市维护建设税	357.85	849.58	774.31	584.04
教育费附加	161.54	378.90	335.46	250.37
地方教育附加	106.88	251.25	223.65	166.91
印花税	24.02	51.20	49.52	21.94
房产税	83.33	42.14	104.11	106.89
土地使用税	76.73	157.37	44.92	30.33
车船税	-	-	0.15	-

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
河道工程修建维护管理费	-	-	-	2.05
合计	810.35	1,730.44	1,532.12	1,182.09

注：根据财政部《增值税会计处理规定》(财会〔2016〕22号)以及《关于<增值税会计处理规定>有关问题的解读》，2016年5月及之后的房产税、土地使用税和印花税的发生额列示于“税金及附加”项目，2016年5月之前的发生额仍列示于“管理费用”项目。

2、信用减值损失

2019年1-6月，公司信用减值损失为-877.94万元，均系坏账损失。

3、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失分别为-378.15万元、-475.02万元、-1,056.73万元和-518.17万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
坏账损失	-	-410.69	-425.44	-389.51
存货跌价损失	-518.17	-646.05	-49.58	11.36
合计	-518.17	-1,056.73	-475.02	-378.15

2019年起根据最新会计准则要求，坏账损失在信用减值损失科目列示。2019年1-6月公司信用减值损失为-877.94万元，均为坏账损失。

4、投资收益

报告期内，公司投资收益分别为646.81万元、3,131.68万元、237.60万元和798.58万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
权益法核算的长期股权投资收益	-	-	-181.71	-401.63
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	2,564.02	-
其他权益工具投资	798.58			
可供出售金融资产在持有期间的投	-	237.60	390.60	160.72

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
投资收益				
委托贷款利息收益	-	-	358.09	887.72
理财产品投资收益	-	-	0.68	-
合计	798.58	237.60	3,131.68	646.81

2017年处置长期股权投资产生的投资收益主要系2017年5月公司出售成都牵银股权所致，详细情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（三）非主业资产剥离”。

5、资产处置收益

报告期各期，公司资产处置收益分别为-87.37万元、-0.64万元、48.48万元和0万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
固定资产处置利得	-	3.93	-	-
固定资产处置损失	-	-	-0.64	-87.37
无形资产处置收益	-	44.55	-	-
合计	-	48.48	-0.64	-87.37

6、其他收益

2017年、2018年及2019年1-6月，公司收到与收益相关，且用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的政府补助为398.45万元、2,330.62万元和896.45万元，通过其他收益进行列报，具体明细见本章节之“二、盈利能力分析”之“（六）营业外收支分析”之“1、营业外收入分析”。

7、所得税费用

各报告期，公司所得税费用分别为5,103.13万元、4,702.04万元和4,407.02万元和2,426.28万元，所得税费用主要受公司当期利润总额影响。

8、少数股东损益

报告期内，公司少数股东损益分别为 18.00 万元、339.71 万元和-116.94 万元和 112.21 万元。

报告期内公司少数股东损益变动主要是由于控股子公司嘉兴劲达、成都劲启、中山劲耀少数股东损益变动，公司少数股东损益金额较低，经营业绩对少数股东损益不存在重大依赖。

9、其他综合收益的税后净额

报告期内，公司其他综合收益的税后净额分别为 8,175.78 万元、2,203.93 万元、-5,020.63 万元和 274.46 万元，均系可供出售金融资产及其他权益工具投资公允价值变动损益所形成的以后将重分类进损益的其他综合收益。

9、综合收益总额

报告期内，公司综合收益总额分别为 29,244.86 万元、26,269.77 万元和 25,072.79 万元和 16,605.18 万元，主要系归属于母公司所有者的综合收益总额，其变动主要系净利润变动所致。

（八）净利润波动情况分析

报告期内，公司净利润及销售净利率情况如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
净利润（万元）	16,330.72	30,093.43	28,473.70	21,069.09
销售净利率	19.75%	17.87%	17.97%	16.86%

报告期内，随着销售规模的扩大，公司净利润呈不断增长态势。2016 年销售净利率较低，主要系当年计提股份支付所致；2017 年、2018 年公司销售净利率基本一致；2019 年 1-6 月公司销售净利率有所上升，主要系一方面当期费用率有所下降，另一方面当期其他收益及投资收益占营业收入的比例较高。

（九）非经常性损益情况分析

报告期内公司非经常性损益的情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
非流动资产处置损益,包括已计提资产减值准备的冲销部分	-0.88	36.95	2,543.93	-88.53
越权审批,或无正式批准文件,或偶发性的税收返还、减免	-	142.50	236.95	-
计入当期损益的政府补助(与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外)	896.45	2,330.62	240.49	147.72
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	0.68	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-19.97	-195.10
对外委托贷款取得的损益	-	-	358.09	887.71
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	73.73	32.38	-162.89	22.74
其他符合非经常性损益定义的损益项目	1,226.48	237.60	-1,535.17	-8,400.03
小计	2,195.78	2,780.05	1,662.10	-7,625.50
减:所得税费用(所得税费用减少以“-”表示)	308.37	406.34	137.20	159.13
少数股东损益	3.21	3.07	-2.79	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,884.20	2,370.65	1,527.69	-7,784.63
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	14,334.31	27,839.72	26,606.30	28,871.72

报告期内公司非经常性损益,主要系非流动资产处置损益、计入当期损益的股份支付、对外委托贷款取得的损益、收到被投资单位分红款以及政府补助等。2016年公司非经常性损益影响额较大且为负,主要系计入当期损益的股份支付所致。

报告期内,公司非经常性损益与净利润对比情况如下表所示:

单位:万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
净利润	16,330.72	30,093.43	28,473.70	21,069.09
非经常性损益	1,887.41	2,373.72	1,524.90	-7,784.63
非经常性损益占净利润比例	11.56%	7.89%	5.36%	-36.95%

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
归属于母公司股东的净利润	16,218.51	30,210.37	28,133.99	21,087.08
归属于母公司股东的非经常性损益	1,884.20	2,370.65	1,527.69	-7,784.63
归属于母公司股东的非经常性损益/ 归属于母公司股东的净利润	11.62%	7.85%	5.43%	-36.92%

公司 2016 年非经常性损益占净利润的比例较高，主要系当期计提股份支付所致。2017 年、2018 年及 2019 年 1-6 月非经常性损益对净利润影响较小。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	18,990.30	26,877.37	26,516.54	33,484.23
投资活动产生的现金流量净额	-5,301.05	-14,222.51	6,463.06	571.94
筹资活动产生的现金流量净额	-7,920.00	-23,980.00	-1,826.45	-19,972.66
现金及现金等价物净增加额	5,758.96	-11,214.53	30,977.92	14,191.93

（一）经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
销售商品、提供劳务收到的现金	87,810.56	188,208.85	177,295.78	135,071.43
收到的税费返还	16.26	31.52	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	13,141.40	9,863.08	6,082.23	4,559.11
经营活动现金流入小计	100,968.22	198,103.44	183,378.01	139,630.55
购买商品、接受劳务支付的现金	39,265.33	92,505.51	89,310.90	65,188.61
支付给职工以及为职工支付的现金	10,857.28	19,369.91	14,974.04	5,782.82
支付的各项税费	7,982.40	19,290.88	17,763.65	13,939.89

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
支付其他与经营活动有关的现金	23,872.92	40,059.77	34,812.88	21,235.00
经营活动现金流出小计	81,977.92	171,226.08	156,861.47	106,146.32
经营活动产生的现金流量净额	18,990.30	26,877.37	26,516.54	33,484.23

报告期内，公司经营活动现金流量净额具体形成情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	18,990.30	26,877.37	26,516.54	33,484.23
1、净利润	16,330.72	30,093.43	28,473.70	21,069.09
2、资产减值准备	1,396.11	1,056.73	475.02	378.15
3、折旧摊销	1,635.75	3,181.92	2,404.48	1,672.95
4、处置非流动资产的净损失、固定资产报废损失	0.88	-36.95	20.10	90.82
5、财务费用	10.29	-110.62	175.23	-424.86
6、投资损失	-798.58	-237.60	-3,131.68	-646.81
7、递延所得税资产减少形成净流入	-235.95	-257.92	-659.30	-49.71
8、存货减少形成的净流入	-2,021.32	490.34	-7,836.40	-2,755.25
9、经营性应收项目的减少	-5,720.25	-10,020.46	-8,098.37	-2,728.51
10、经营性应付项目的增加	8,392.63	2,718.49	12,768.00	8,317.62
11、其他-股份支付	-	-	1,925.77	8,560.74

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 33,484.23 万元、26,516.54 万元、26,877.37 万元及 18,990.30 万元，较为充沛。因为公司销售模式主要为经销商模式，公司对经销商采用先款后货的收款模式，而原材料采购则有一定的授信期。

经营活动现金流入及流出项目中各期比较数据变动 30% 以上的项目分析如下：

1、销售商品、提供劳务收到的现金

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 135,071.43 万元、177,295.78 万元、188,208.85 万元和 87,810.56 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为 31.26%、6.16%，逐年增长。公司报告期内销售商品、提供劳务收到的现金增幅较大主要系业务规模不断增长所致。

2、收到其他与经营活动有关的现金

报告期内，公司收到其他与经营活动有关的现金分别为 4,559.11 万元、6,082.23 万元、9,863.08 万元和 13,141.40 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为 33.41%、62.16%。2017 年，公司收到其他与经营活动有关的现金增幅较大主要系收到政府补助款所致；2018 年，公司收到其他与经营活动有关的现金增幅较大主要系收回银行保证金所致；2019 年 1-6 月，公司收到其他与经营活动有关的现金较多，主要系收回结构性存款所致。收到的其他与经营活动有关的现金明细如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
结构性存款	10,000.00	-	-	-
银行保证金	1,006.30	5,016.40	654.70	839.30
往来款	288.00	447.69	1,201.61	2,855.28
押金保证金	229.38	855.61	867.95	97.24
经营性利息收入	429.11	973.49	356.32	436.67
政府补助	896.45	2,330.62	2,899.25	147.72
其他	292.17	239.27	102.41	182.90
合计	13,141.40	9,863.08	6,082.23	4,559.11

3、购买商品、接受劳务支付的现金

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 65,188.61 万元、89,310.90 万元、92,505.51 万元和 39,265.33 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为 37.00%、3.58%，逐年增长。公司报告期内购买商品、接受劳务支付的现金

增幅较大主要系业务规模不断增长所致。

4、支付给职工以及为职工支付的现金

报告期内，公司支付给职工以及为职工支付的现金分别为 5,782.82 万元、14,974.04 万元、19,369.91 万元和 10,857.28 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为 158.94%、29.36%，增幅较大，其原因主要系为满足公司业务快速发展的需求，公司员工数量逐期增加所致。

5、支付其他与经营活动有关的现金

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金分别为 21,235.00 万元、34,812.88 万元、40,059.77 万元和 23,872.92 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为 63.94%、15.07%。报告期内公司支付的其他与经营活动有关的现金主要为银行保证金、押金保证金、备用金、往来款、管理费用款项、销售费用款项、捐赠支出等。支付的其他与经营活动有关的现金明细如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
银行保证金	1,370.30	1,273.00	5,016.40	654.70
冻结的银行存款	619.71	-	-	-
押金保证金	518.14	969.47	3,506.08	42.49
备用金	198.98	138.10	99.16	142.51
往来款	-	336.00	33.59	1,521.75
管理费用款项	3,084.36	7,093.43	7,450.41	4,834.43
销售费用款项	9,864.89	19,906.26	18,351.02	13,870.27
捐赠支出	-	100.00	102.00	115.50
结构性存款	8,000.00	10,000.00	-	-
其他	216.54	243.52	254.23	53.36
合计	23,872.92	40,059.77	34,812.88	21,235.00

2017 年公司支付的其他与经营活动有关的现金增幅较大，主要系银行保证金及购置土地支付履约保证金较高所致。2018 年度，公司结构性存款系于上海

浦东发展银行股份有限公司杭州建国支行存款本金。2019年1-6月，公司冻结的银行存款系与刘忠诉讼，被西安市碑林区人民法院冻结，具体情况参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、本公司的重大诉讼或仲裁事项”之“（四）刘忠诉讼”。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
收回投资收到的现金	-	678.27	18,050.69	13,985.06
取得投资收益收到的现金	798.58	237.60	1,191.59	687.23
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	157.77	2,843.35	91.01	39.42
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	1,800.68	9,116.44
投资活动现金流入小计	956.35	3,759.22	21,133.97	23,828.15
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,907.40	17,581.74	11,470.91	6,256.21
投资支付的现金	350.00	400.00	400.00	15,200.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	2,800.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	1,800.00
投资活动现金流出小计	6,257.40	17,981.74	14,670.91	23,256.21
投资活动产生的现金流量净额	-5,301.05	-14,222.51	6,463.06	571.94

2016年、2018年及2019年1-6月公司投资活动产生的现金流量净额较低，主要系当年投资支付的现金以及购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金金额较高所致。

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为571.94万元、6,463.06万元和-14,222.51万元和-5,301.05万元，2017年、2018年变动幅度分别为1,030.03%、-320.06%。

投资活动现金流入及流出的项目中各期比较数据变动 30% 以上的主要项目分析如下：

1、收回投资收到的现金

报告期内，公司收回投资收到的现金分别为 13,985.06 万元、18,050.69 万元、678.27 万元和 0 万元。公司 2016 年收回投资收到的现金主要系成都牵银、杭州博朗尼偿还委托贷款合计 12,950.00 万元；2017 年收回投资收到的现金主要系成都牵银、杭州博朗尼偿还委托贷款合计 14,350.00 万元，出售成都牵银股权获得 2,564.02 万元。

2、取得投资收益收到的现金

报告期内，公司取得投资收益收到的现金分别为 687.23 万元、1,191.59 万元、237.60 万元和 798.58 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为 73.39%、-80.06%。公司取得投资收益收到的现金主要为引智佐邦、海邦才智、海邦厚思、海兴电力分红款，以及委托贷款利息收入。

3、处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额

报告期内，公司处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额分别为 39.42 万元、91.01 万元、2,843.35 万元和 157.77 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为 130.88%、3,024.34%。2018 年大幅增长主要系收到退回土地购置款所致。

4、收到其他与投资活动有关的现金

报告期内，公司收到其他与投资活动有关的现金分别为 9,116.44 万元、1,800.68 万元、0 万元和 0 万元，主要系理财产品等本金及利息收益。

5、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 6,256.21 万元、11,470.91 万元、17,581.74 万元和 5,907.40 万元，2017 年、2018 年变动幅度为 83.35%、53.27%。

2017 年公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，较 2016

年大幅增加的原因主要系 2017 年公司购置土地支付土地款及保证金合计 8,310.12 万元所致。

2018 年公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金较 2017 年大幅增加的原因主要系嘉兴生产基地工程持续投入。

6、投资支付的现金

报告期内，公司投资支付的现金分别为 15,200.00 万元、400.00 万元、400.00 万元和 350.00 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为-97.37%、0%。2016 年公司投资支付的现金，金额较高的原因主要系公司提供给成都牵银 13,650.00 万元委托贷款，以及支付海邦厚思、易事科技等的投资款合计 1,550.00 万元。

7、取得子公司及其他营业单位支付的现金净额

2017 年，公司取得子公司及其他营业单位支付的现金净额为 2,800.00 万元，主要系公司同一实际控制下收购成都博朗尼，向 Tricosco 支付股权转让款 2,800.00 万元。

8、支付其他与投资活动有关的现金

2016 年，公司支付其他与投资活动有关的现金 1,800.00 万元，主要系公司当期支付保证金及购买银行理财产品。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
吸收投资收到的现金	-	480.00	12,173.55	5,381.45
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	480.00	1,680.00	1,575.00
筹资活动现金流入小计	-	480.00	12,173.55	5,381.45
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,920.00	24,460.00	14,000.00	25,354.11
筹资活动现金流出小计	7,920.00	24,460.00	14,000.00	25,354.11

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
筹资活动产生的现金流量净额	-7,920.00	-23,980.00	-1,826.45	-19,972.66

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-19,972.66 万元、-1,826.45 万元、-23,980.00 万元和-7,920.00 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为-90.86%、1,212.93%。

报告期内公司筹资活动产生的现金流量净额变动主要系吸收投资收到的现金、分配股利、利润或偿付利息支付的现金变动所致。

筹资活动现金流入及流出项目中各期比较数据变动 30% 以上的主要项目分析如下：

1、吸收投资收到的现金

报告期内，公司吸收投资收到的现金分别为 5,381.45 万元、12,173.55 万元、480.00 万元和 0 万元，主要系公司及控股子公司各期收到的股东增资款。

2、分配股利、利润或偿付利息支付的现金

报告期内，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为 25,354.11 万元、14,000.00 万元、24,460.00 万元和 7,920.00 万元，2017 年、2018 年变动幅度分别为-44.78%、74.71%，主要系公司分配股东的股利。

（四）汇率变动对现金及现金等价物的影响

报告期内，公司汇率变动对现金及现金等价物的影响额分别为 108.42 万元、-175.23 万元、110.62 万元和-10.29 万元，主要系外币交易折算形成。

四、报告期内重大资本性支出情况

（一）报告期内重大资本性支出情况

报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产的现金流支出分别为 6,256.21 万元、11,470.91 万元、17,581.74 万元和 5,907.40 万元，2016 年该等资金支出大幅增加主要系当年收购奥普电器商标所致，2017 年该等资金大幅

增加主要系当期进行了一系列资产及股权收购，以及购置土地所致，2018 年该等金额较高主要系当期投建奥普（嘉兴）生产基地建设项目所致。上述资产及股权收购具体情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

2017 年 10 月 9 日，经公司 2017 年第二次临时股东大会批准，本次发行上市的募集资金扣除发行费用后，将投资于“奥普（嘉兴）生产基地建设项目”及“营销渠道建设项目”等两个项目，此为公司未来可预见的重大资本性支出计划，具体情况请参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”部分。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）公司的主要财务优势和困难分析

1、公司的主要财务优势

公司的资产负债结构符合自身实际情况，资本结构合理。报告期内，公司分别有 98.22%、98.74%、97.54% 和 96.23% 的应收账款账龄在一年以内，坏账风险较小。公司注重存货管理的优化，不断提升存货周转效率，报告期内存货周转天数总体保持稳定。

公司主营业务毛利率较高、盈利能力相对稳健，报告期内经营业绩稳步提升；公司经销商渠道销售模式通常采取先款后货的销售结算政策，经营现金流情况良好。

2、公司面临的主要财务困难

公司业务规模扩张较快，现有产品结构及产能已不能满足未来发展需求，亟需资金扩大优势产品生产规模以及推动产品结构优化。同时，为满足家居行业发展趋势的需要，巩固并提升公司行业地位，完善营销网络和提升自身竞争力，公司亟需投入大量资金于营销渠道建设。

公司融资手段相对单一，主要通过自有资金等方式筹集资金，融资规模有限。

通过境内上市，建立境内股权融资平台，将有利于拓宽公司融资渠道，降低融资风险。

（二）财务状况和盈利能力的发展趋势

1、财务状况发展趋势

未来，公司将继续加强对大宗客户、KA 客户及外销客户的回款跟踪，努力提升应收账款管理能力；同时将致力于存货管理的精细化，通过信息化系统的完善，进一步优化存货余额及结构。

本次募集资金投资项目顺利实施后，公司的固定资产金额将进一步增加；同时，随着项目完成后带来生产规模和销售规模的增长，流动资产规模也会相应增加，财务状况有望进一步优化。

2、盈利能力发展趋势

近年来，公司在充分发挥自身品牌优势、研发优势的同时，加强品牌宣传、市场推广和新产品研发，销售规模得以不断增长，2016 年至 2018 年，公司营业收入年均复合增长率约 16.10%，综合毛利率较为稳定，销售净利率处于较高水平，总体发展态势良好，持续盈利能力较强。

未来，随着居民可支配收入的持续增长以及城镇化进程的不断深入，消费理念将进一步升级，对家居产品环保健康、美观舒适的品质要求将进一步提升。公司作为较早进入浴霸、集成吊顶行业的先行企业，将持续秉持“为爱设计”的理念和使命，紧密围绕消费者需求，稳抓市场契机，始终致力于打造纯净清新、温暖舒适的居室环境。同时，随着新产品的销售推广以及本次募集资金投资项目的顺利实施，公司的产品范围将进一步扩展，未来盈利水平有望进一步加强。

六、财务报告审计截止日后主要经营状况

（一）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至本招股说明书签署日，公司的经营模式、主要原材料采购、主要产品销售、客户及供应商群体、税收政策等未发生重大变化。

公司财务报告审计截止日为2019年6月30日，审阅截止日为2019年9月30日。天健会计师事务所（特殊普通合伙）审阅了发行人2019年第3季度的财务报表，包括2019年9月30日的合并及母公司资产负债表、2019年7-9月和2019年1-9月的合并及母公司利润表、2019年1-9月的合并及母公司现金流量表及财务报表附注，并出具了《审阅报告》（天健审[2019]9307号）。

公司2019年1-9月经审阅的主要财务数据如下：

1、资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2019年9月30日	2018年12月31日
流动资产	117,678.37	103,806.97
非流动资产	66,578.37	59,857.79
资产总计	184,256.74	163,664.75
流动负债	61,429.47	58,178.02
非流动负债	3,002.38	2,668.66
负债合计	64,431.85	60,846.68
归属于母公司所有者权益	115,830.72	98,878.30
所有者权益合计	119,824.90	102,818.08

公司2019年9月末的资产负债表数据较上期末未发生重大变化。

2、利润表主要数据

单位：万元

项目	2019年7-9月	2018年7-9月	同比变动	2019年1-9月	2018年1-9月	同比变动
营业收入	36,059.75	35,037.45	2.92%	118,731.73	123,940.82	-4.20%
营业成本	18,178.63	18,118.54	0.33%	59,712.93	61,333.07	-2.64%
营业利润	7,646.09	6,872.41	11.26%	26,330.24	27,376.79	-3.82%
利润总额	7,858.32	6,856.79	14.61%	26,615.33	27,374.63	-2.77%
净利润	6,704.99	6,087.91	10.14%	23,035.72	23,897.86	-3.61%
归属于母公司	6,762.80	6,263.32	7.97%	22,981.31	23,948.64	-4.04%

项目	2019年7-9月	2018年7-9月	同比变动	2019年1-9月	2018年1-9月	同比变动
股东的净利润						
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,090.67	4,553.20	33.77%	20,424.98	21,838.21	-6.47%

2019年1-9月，公司实现营业收入118,731.73万元，较去年同期变动-4.20%，实现归属于母公司股东的净利润23,948.64万元，较去年同期变动-4.04%，营业收入、净利润与去年同期基本持平，略有下滑。

3、现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2019年1-9月	2018年1-9月
经营活动产生的现金流量净额	14,227.29	20,151.52
投资活动产生的现金流量净额	-8,811.38	-14,466.97
筹资活动产生的现金流量净额	-7,920.00	-23,980.00

2019年经营活动产生的现金流量净额减少，主要系公司开立银行承兑汇票缴存保证金、购买结构性存款增加所致；投资活动产生的现金流量净额增加，主要系工程项目根据项目建设进度，投入发生变动所致；筹资活动产生的现金流量净额增加，主要系公司2019年分红支出较2018年有所减少所致。

（二）2019年业绩预测情况

截至目前，公司的经营模式、主要原材料采购、主要产品销售、客户及供应商群体、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项，均未发生重大不利变化。

2019年1-12月，发行人预计营业收入区间为151,680.75万元至168,187.93万元，预计同比变动区间为-9.95%至-0.15%；预计归属于母公司所有者的净利润25,724.13万元至28,714.96万元，预计同比变动区间为-14.85%至-4.95%；预计扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为23,633.14万元至26,389.27

万元，预计同比变动区间为-15.11%至-5.21%。

发行人所处的家居行业与房地产行业有一定的相关性，房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求，同时亦会对发行人业务产生直接影响。

根据国家统计局数据，2018年、2019年1-6月住宅竣工面积分别同比下降8.1%、11.7%，住宅销售面积分别为同比上升2.2%和下降1.0%。下游市场整体需求有所下降，对发行人产品销售产生了一定不利影响。因此，公司2019年预计营业收入、净利润较2018年小幅下滑。

虽然房地市场景气度下行对发行人业绩产生了一定不利影响，但长期来看家居行业的市场容量仍将保持在较高水平，发行人已制定了清晰的发展计划，通过产品多元化分散行业风险；同时，凭借规模领先的市场优势、良好的品牌形象、高效的营销渠道和成熟的管理模式，经营业绩整体保持稳定，具备一定的抵御宏观经济环境变化的能力。房地产行业近期不景气不会对发行人的持续盈利能力产生重大不利影响。

前述2019年1-12月经营业绩预计是发行人于2019年12月31日之前作出的，主要经营数据为初步测算结果，预计数不代表发行人最终可实现的营业收入、净利润、扣除非经常性损益后的净利润，亦不构成发行人所做的盈利预测或承诺。

保荐机构认为，发行人预计2019年经营业绩较2018年同期下滑，不会对发行人持续盈利能力造成重大不利影响。发行人经营环境正常，未发生重大不利变化，亦不存在影响经营业绩的重大不利因素。发行人的财务状况政策，主要科目无异常变化，报告期内盈利状况较好，主营业务开展情况正常，具有持续盈利能力。发行人预计2019年经营业绩较2018年同期有所下降，与经济增速放缓、房地市场景气度下行的市场情况，以及发行人实际经营情况相一致；发行人的经营状况和财务状况不存在重大异常，上述预计的经营业绩数据与发行人业务信息一致，不存在其他影响发行上市和投资者判断的重大事项。

七、公开发行股票摊薄即期回报及填补措施

为保护投资者利益，增强公司的盈利能力和持续回报能力，根据《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）和《国务院办

公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）、证监会颁布的《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号）要求，为保障中小投资者利益，公司就本次发行对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，并于2017年第二次临时股东大会审议通过了公司本次融资填补即期回报措施及相关承诺等事项。

（一）本次发行对公司每股收益的影响

1、本次募集资金到位后公司每股收益情况

本次发行前，公司总股本为36,000万股。本次拟发行股票4,001万股，发行完成后公司总股本将增至40,001万股，较发行前增加11.11%。本次发行后，随着募集资金的到位，公司的股本及净资产将有一定幅度的增长。

由于募集资金投资项目的建设 and 实施需要一定的周期，首发后第一年的募投资项目利润可能无法完全体现。预计募集资金到位当年，公司每股收益（扣除非经常性损益后的每股收益、稀释后的每股收益）受股本摊薄影响，相对上年度每股收益将呈下降趋势。

2、对摊薄即期回报的风险提示

本次发行后，公司总股本规模将扩大，净资产规模及每股净资产水平都将提高，若公司业绩未按预期完全达标，公司未来每股收益在短期内可能存在一定幅度的下滑，因此公司的即期回报可能被摊薄。特此提醒投资者关注本次发行可能摊薄即期回报的风险。

（二）首次公开发行并上市的必要性和合理性

本次发行募集资金将用于投资“奥普（嘉兴）生产基地建设项目”、“营销渠道建设项目”以及“补充流动资金”。募集资金投资项目达产后，有利于公司扩充产能，进一步完善营销网络布局，提高品牌价值等，从而提升公司综合竞争能力。本次发行的必要性和合理性参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“二、本次募集资金投资项目情况”。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，发行人从

事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司本次募集资金拟投资项目与公司主营业务紧密结合，具有紧迫性和必要性：

(1) 奥普（嘉兴）生产基地建设项目旨在扩大公司集成吊顶、集成灶产品的生产规模，实现公司现有业务的巩固、提升和发展。项目的实施将进一步提升公司核心产品品质和生产效率，保证公司业务规模持续高速增长。

(2) 营销渠道建设项目包括线下营销体系建设、品牌营销和宣传两部分。公司将在现有营销网络的基础上，通过对经销商终端品牌专卖店、专营店、KA门店进行统一升级改造，提升公司品牌形象、加强产品展示力度、增强区域市场影响力；并在现有品牌宣传的基础上，进一步加大品牌推广力度，结合媒体投放、明星活动等方式大力推广公司品牌，提升公司品牌影响力和销售能力。

(3) 补充流动资金将增强公司的资金实力，为公司主营业务提供所需的流动资金，保证公司主营业务的持续发展，优化公司财务结构，提高公司的竞争力。

2、公司从事本次募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

(1) 人员储备情况

公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已储备了一批业务能力、管理能力良好的优秀人才。公司主要经营管理人员均已在业内从事多年经营活动，具备丰富的管理经验，并对家居行业有较为深刻的认识，对公司未来发展战略有清晰的规划；公司设计研发人员具有良好的科学素养和职业精神、扎实的专业基础，具备较强的学习能力和敏锐的时尚嗅觉，努力创新，不断推动公司产品升级换代，引领大家居行业消费潮流。同时公司建立了完善的管理机制及培训机制，全面提升员工素质及业务能力，持续为公司输送优秀人才，为募投项目的运行奠定了良好的人才基础。

(2) 技术储备

公司自成立以来，一直重视产品研发，推陈出新，不断开发出技术含量高的

新产品、新材料、新工艺、新技术，以提升公司技术水平和竞争力，使公司的创新技术水平始终处于行业前列。公司拥有丰富的技术积累，并拥有一支经验丰富的专业研发团队，为募投项目的运行奠定了良好的技术基础。

(3) 市场储备

经过 20 余年的努力，公司已成为国内家居行业的知名品牌，公司拥有强大的营销队伍和渠道网络。截至 2019 年 6 月 30 日，公司营销网络包括经销商 862 家，专卖店 1,638 家、专营店 3,159 家，已覆盖全国 30 个省、市、自治区。同时公司通过优化分销渠道网点，确保了不同地市、县级市场的覆盖范围与渗透力度。公司不仅重视渠道网点数量的扩张，更重视网点营业质量的提升，加强渠道管理、防止冒用品牌、窜货、低价竞争等行为，提高了渠道销售的管理透明度和销售效率，为募投项目的运行奠定了良好的市场基础。

综上所述，公司在人员、技术、市场等方面已具备实施募投项目的各项条件，募集资金到位后，预计募投项目的实施不存在重大障碍。

(四) 公司应对本次发行摊薄即期回报采取的填补措施

1、积极稳妥的实施募集资金投资项目

本次发行募集资金到位后，公司将积极稳妥的实施募集资金投资项目，争取募投项目早日达产并实现预期效益。公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设，优化、扩充产能，丰富产品结构，加强技术研发能力，进一步提高公司综合竞争力，提升公司的行业市场地位，进一步扩大品牌影响力，提升公司中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

2、加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的治理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升公司的整体盈利能力。另外，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制

公司资金成本，节省财务费用支出。同时，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

3、择机开展优质企业产业并购，快速拓展市场

本次发行上市将有助于公司品牌和资金实力的提升。公司将把握这一机遇，择机开展优质企业产业并购，重点对具有产业互补特征的公司或具有一定市场规模和较强盈利能力的企业实施并购，提升公司核心竞争力和盈利能力。

4、在符合利润分配条件情况下，强化投资者回报机制

为了明确公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报，增加股利分配决策透明度和可操作性，公司制订了《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》，对未来分红的具体回报规划、分红的政策和分红计划作出了进一步安排，建立起健全有效的股东回报机制。本次公开发行完成后，公司将按照相关法律法规、《公司章程（草案）》、《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》的规定，在符合利润分配条件的情况下，重视和积极推动对股东的利润分配，特别是现金分红，有效维护和增加对股东的回报。

上述公司应对本次发行摊薄即期回报采取的填补措施不等于对未来利润作出保证。

（五）公司董事、高级管理人员及控股股东、实际控制人对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、高级管理人员及控股股东、实际控制人已对上述填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺，请参见招股说明书“重大事项提示”之“五、关于被摊薄即期回报的措施及承诺”之“（二）公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员填补摊薄回报措施能够得到切实履行的承诺”。

经核查，保荐机构认为发行人已针对本次发行对即期回报的影响进行了测算分析；对本次发行的必要性和合理性作出了详细论证；在本次募集资金投资项目实施前已有较为充足的人员、技术及市场储备，同时发行人在对自身运营情况及

所面临的风险进行了分析的基础上,制定了较为详尽的措施对本次发行对即期回报的摊薄进行填补。同时,发行人控股股东、实际控制人以及发行人董事、高级管理人员已就本次发行摊薄即期回报作出了相应承诺。符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的有关规定,有利于保护中小投资者的合法权益。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展战略及计划

（一）整体发展战略

公司自成立以来，秉承“为爱设计”的品牌理念，始终致力于为消费者提供舒适、安全、温暖的卫浴体验以及健康、纯净的家庭环境。经过多年发展，公司产品品类不断丰富，产品覆盖范围从浴室、厨房拓展到起居室、卧室，逐步实现全屋空气管理。

公司未来将继续以“奥普”品牌为核心，在不断丰富浴霸、集成吊顶产品品类的同时，着力发展厨电、照明产品、晾衣架等业务规模，不断开拓新的产品品类，开拓全屋新风系统及全屋智能控制系统，使奥普成为拥有全产品系列的大家居品牌，为消费者提供智能家居生活空间、生活环境整体解决方案，引导未来大家居消费潮流。

（二）发展目标

未来公司将坚持不断创新、提升产品品质、丰富产品品类；打造优秀的品牌形象，持续提升品牌价值；深化营销网络布局，拓宽销售渠道；扩充产品产能，提高生产效率，加大新技术和新工艺的开发力度，实现向智能化制造的升级；着力培育优秀人才，扩大公司管理优势。从研发设计、生产、销售等多个方面全面提升公司综合实力，强化公司竞争优势，增强公司盈利能力，将“奥普”打造成为家居行业领军品牌。

（三）业务发展规划

为了实现企业的总体经营目标，充分发挥规模效益，公司将加快制定和实现以下各项业务规划：

1、产品研发计划

公司秉持以产品创新为核心的理念，始终走在行业内产品创新升级的最前

端，未来发展也将一以贯之。公司设立了奥普研究院，下设集成产品研发中心、电器产品研发中心、基础材料研究中心和检测中心，一方面不断更新迭代现有产品，提升产品智能化程度和环境适配度，另一方面严格把控产品质量，使奥普产品始终处于行业领先水平。

未来，公司将进一步融合产品创新能力、客户需求的把握能力以及外观设计能力，建立高效的研发体系。公司将不断夯实基础，以浴霸、集成吊顶、厨电、照明、晾衣架、新风系统及集成墙面等多品类联动产品开发及新材料研究为研究方向，加速对电器模块化技术、集成嵌入技术、节能技术、智能控制技术的开发，有效提升产品技术性能指标，进一步保持产品研发技术和工艺领先地位。

同时公司将注重产学研合作和人才交流，在新材料、资源与环境、智能控制领域分别与技术顶尖的高校院所进行合作，充分利用科技资源；在外观设计领域与国内外知名设计师团队进行合作，充分把握时尚潮流，进一步加强奥普研究院的产品创新能力以及外观设计能力，提高公司的核心竞争力。

2、品牌价值提升计划

公司将继续以“奥普”为核心品牌，在满足生产规划所需的基础上，充分利用现有资源实现品牌的推广和增值，并通过不断提高产品和服务质量营造良好的市场口碑，实现产品品牌的良性发展，从而进一步提高公司整体市场占有率，提升品牌价值。

公司不仅借助传统媒体如电视广告、高铁站点广告等进行品牌宣传，同时灵活运用新兴媒体，如微博、微信等互联网渠道大力推广“奥普”品牌，并与终端消费者加强互动，保持对公众社会话题的敏感度，提升品牌曝光率，传播公司企业文化、品牌知识，培育消费者品牌忠诚度。与此同时，公司将继续扩大销售网点覆盖范围，充分利用线下实体店的区域影响力，结合重点城市的广告投入，以及各类主题活动、促销活动、明星互动活动等方式实现品牌区域影响力的提升。

3、营销网络拓展计划

线下渠道方面，公司将继续巩固现有的营销渠道，加强经销商线下门店的管理，优化和完善店面装修、培训、陈列、日常服务、销售策略、货品管理、售后

服务等方面的标准和流程，最大限度地发挥营销网络的影响力。同时，公司将进一步加强与大宗客户、KA 客户及外销客户的合作，推进渠道多元化战略。

线上渠道方面，公司将充分发挥互联网平台相对于传统线下方便、快捷的交易优势，着力发展浴霸产品线上直营销售渠道，依托大型电商平台，做大做强线上销售旗舰店，使线上销售渠道成为公司营销渠道的重要补充。同时，公司还将加强集成吊顶 O2O 平台建设，优化线上下单、线下销售、设计安装流程，提升消费者购买体验。另外，公司将加强网络宣传和营销，加强对经销商网上店铺的管理，营造良好的网上购物环境，打造良好的网络口碑，吸引更多的潜在消费者。

4、产品产能扩充计划

公司近几年销售规模高速增长，现有的产品生产能力已经难以满足快速增长的市场需求。

随着居民可支配收入的持续增长以及城镇化进程的不断深入，消费理念将进一步升级，人们对家庭生活环保健康、美观舒适的要求将进一步提升。预计在未来较长时间内，公司产品的订单数量仍将保持较快增长，公司需要相应扩张产能。

公司将重点在浴霸、集成吊顶、厨电、照明、晾衣架等五大业务领域扩大产能，加强杭州、嘉兴、成都及中山生产基地的建设，并结合信息化系统的升级改造，完善公司在全国范围内的产能布局，以便进一步满足持续增长的市场需求。

5、人力资源发展计划

未来三年，为适应业务发展需要，公司将在现有人员基础上，按需引进各类人才，优化人才结构，重点引进具有实践经验的技术、管理、市场营销等方面的行业专家及国际化经营管理人才，并通过绩效激励等形式确保人才的稳定性。与此同时，公司将大力实施人才培养计划，建立和完善培训体系，采用内部岗位培训等多种形式对员工进行全面业务培训，不断提高员工技能。公司还将积极探索建立对各类人才有持久吸引力的绩效评价体系和相应的激励机制，实现人力资源可持续发展，不断提高员工的职业素养和敬业度，通过为员工制定明确可行的职业发展规划，建立一支高素质人才队伍，确保公司竞争实力不断增强。

6、组织优化与管理提升计划

公司将进一步完善法人治理结构，建立适应现代企业制度要求的决策和用人机制，以加强董事会建设为重点，充分发挥独立董事和专门委员会的作用，发挥董事会在重大决策、选择经理人员等方面的作用，加快吸收和利用社会优秀人才，建立和完善中高级管理人员的激励和约束机制。

同时，公司将以适应市场与行业发展为轴，不断完善企业的创新机制与文化建设，通过建立系统化的人才发展制度，培养各个事业部的核心团队与竞争力，打造具有全局观的管理团队。此外，公司会根据市场与行业的需求发展变化，不断调整和完善企业的绩效考核和内部沟通体系，形成兼顾长短期目标，员工利益与公司利益相挂钩的正向激励机制。

二、公司拟定上述计划所依据的假设条件和实施的主要困难

（一）假设条件

- 1、公司所遵循的国家和地方现行的有关法律、法规和经济政策不发生重大改变，宏观经济继续平稳发展；
- 2、公司股票发行与上市工作进展顺利，募集资金及时到位；
- 3、募集资金投资项目能够顺利实施并取得预期效益；
- 4、公司所处的行业与市场环境不会发生重大恶化；
- 5、公司无重大经营决策失误和足以严重影响公司正常运转的人事变动；
- 6、不会发生对公司正常经营造成重大不利影响的突发性事件或其它不可抗力因素。

（二）实施的主要困难

本次募集资金到位后，随着资产规模快速扩张，公司在经营计划的制订与实施、资金管理、内部控制等方面都将面临一定的挑战。

三、发行人确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

- （一）公司本次股票发行并上市将为实现上述计划提供有力的资金支持，也

是公司上述发展计划得以实现的重要前提。公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取尽快达产，以加快公司的规模化经营，促进产品结构的优化升级，进一步提升公司核心竞争能力；

（二）根据公司人力资源规划，加大对研发、生产、营销、管理等方面人才的培养和引进力度，进一步提高公司的研发能力、设计水平、产品营销能力和管理水平，确保公司业务发展目标的实现；

（三）严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司“三会”制度和内部控制管理体系，建立科学和透明的内部决策程序，使公司治理水平适应快速发展的需要。

四、上述业务发展计划与现有业务的联系

公司的上述发展计划是结合公司现有业务规模和管理能力、公司在家居行业积累的资源以及行业地位、公司的技术创新能力、在全国市场的营销网络布局等各方面因素拟定的。上述发展计划有利于公司扩大业务规模、完善市场开拓能力、提升公司的综合管理能力，进一步强化公司在技术创新上的领先地位。

五、本次公开发行对公司实现未来发展规划的作用

本次公开发行对公司实现未来发展规划有着至关重要的作用，主要体现在：

（一）为公司扩大规模化经营提供充沛的资金来源；

（二）为公司未来在资本市场的再融资建立了通道；

（三）本次发行将增加公司对优秀人才的吸引力，提高公司的人才竞争优势，更有利于未来规划的实现；

（四）本次发行将极大地提高公司的社会知名度和市场影响力，进一步提升公司品牌的定位，以促进未来规划的实现；

（五）发行后公司将成为上市公司，通过公司自身的努力及监管部门和广大投资者的监督，公司将进一步完善治理结构，实现管理体制的国际化，从而促成未来规划的实现。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金使用概况

(一) 本次募集资金规模

经公司 2017 年第二次临时股东大会、2019 年第三次临时股东大会、2019 年第四次临时股东大会审议通过，公司本次拟向社会公开发行人 4,001 万股人民币普通股，均为公开发行的新股，所募集资金扣除发行费用后将全部用于与公司主营业务相关的项目。本次募集资金投入将按照轻重缓急的顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟使用募集资金金额	项目备案	环保批文
1	奥普（嘉兴）生产基地建设项目	51,950.00	34,061.27	2017-330411-38-03-058281-000	秀洲环建函[2017]143号
2	营销渠道建设项目	25,741.80	23,141.80	杭经开经金融备[2017]007号	-
合计		77,691.80	57,203.07	-	-

以上募集资金投资项目均已进行了详细、充分的可行性研究，项目投资计划是对拟投资项目的大体安排，实施过程中可能会根据实际情况适当调整。

(二) 筹集募集资金不能满足项目资金需求时的安排

上述募投项目总投资额为 77,691.80 万元，拟使用募集资金 54,042.28 万元。若本次发行募集资金净额小于上述投资项目的资金需求，不足部分将由公司通过自筹方式解决。同时，为抢占市场先机，公司 2017 年第二次临时股东大会决议以自有资金或银行贷款先行启动募集资金投资项目，待本次发行募集资金到位后，公司将先期投入资金予以置换。

(三) 保荐机构及发行人律师关于募投项目的结论性意见

保荐机构及发行人律师核查后认为，公司的募集资金投资项目均符合国家产

业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

（四）公司募集资金专项存储制度的建立及执行情况

公司第一届董事会第二次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度（草案）》，规定募集资金存放及使用的的内容。公司将按照中国证监会、上海证券交易所相关法律法规及《募集资金管理制度（草案）》的规定，将募集资金存放于公司董事会指定的专门账户，严格规范的使用募集资金。

（五）董事会对募集资金投资项目的可行性分析意见

公司本次公开发行 A 股的募集资金拟投入奥普（嘉兴）生产基地建设项目、营销渠道建设项目及补充流动资金，为此董事会结合公司的实际情况对募集资金投资项目的可行性进行了充分的研究，认为本次募集资金投资项目可行，具体分析如下：

1、公司经营业绩能够有效支持募集资金投资项目的建设和实施

报告期内，公司分别实现营业收入 124,973.25 万元、158,413.64 万元、168,440.59 万元和 82,671.98 万元，实现净利润分别为 21,069.09 万元、28,473.70 万元、30,093.43 万元和 16,330.72 万元，营业收入和净利润均呈增长趋势，公司盈利能力良好。本次募集资金到位后，将有助于进一步增强公司的资本实力，公司的经营业绩能够有效支持募集资金投资项目的建设和实施，从而进一步增强公司的市场竞争力。

2、多项优势支持项目实施

公司品牌“奥普”凭借多年在家居行业的稳定表现，已获得了广大消费者的认可，并荣获“中国驰名商标”、“浙江省著名商标”等荣誉，在市场中具有较高的品牌影响力。公司高度重视新品研制与工艺技术开发，已取得多项发明专利，产业化能力较强，在行业内处于技术领先地位。经过 20 多年的发展，公司已拥有较广的营销网络体系，截至 2019 年 6 月 30 日，公司营销网络包括经销商 862 家，专卖店 1,638 家、专营店 3,159 家。公司本次募集资金用于与公司主营相关的家居产品生产基地建设、营销渠道建设以及补充流动资金，符合公司当前产业

发展战略，公司具备从事募投项目所需的品牌、人员、技术和市场的基本资源。

3、公司人才团队成熟，法人治理结构完善

公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已储备了一批业务能力、管理能力良好的优秀人才。公司主要经营管理人员均已在业内从事多年经营活动，具备丰富的管理经验，并对家居行业有较为深刻的认识，对公司未来发展战略有清晰的规划；公司设计研发人员具有良好的科学素养和职业精神、扎实的专业基础，具备较强的学习能力和敏锐的时尚嗅觉，努力创新，不断推动公司产品升级换代，引领大家居行业消费潮流。此外，公司已逐步建立起公司治理制度和内部控制措施，将严格按照上市公司的标准进行规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会和监事会在公司重大决策、经营管理和监督方面的作用。

公司董事会经分析后认为，公司本次募集资金金额与投资项目和公司现有生产经营业绩、财务状况、技术水平及管理能力相适应，投资项目具有较好的市场前进、盈利能力，公司能够有效使用募集资金，提高公司经营效益。

（六）募集资金投入使用后对发行人同业竞争和独立性的影响

本次募集资金均用于发行人现有产品产能扩充、营销网络建设等，投资项目实施后不会产生同业竞争，亦不会对发行人的独立性产生不利影响。

（七）新增固定资产投资规模与产能变动匹配性

本次募集资金拟投资的三个项目中，直接产生收入的项目为奥普（嘉兴）生产基地建设项目。公司2019年6月30日固定资产原值28,343.00万元，2019年1-6月实现销售收入82,671.98万元，固定资产收入配比为5.83。本次奥普（嘉兴）生产基地建设项目将新增固定资产原值42,021.72万元，在完全达产情况下每年可实现销售收入108,800.00万元，固定资产收入配比为2.59，略低于公司现状。随着公司产品结构升级和种类丰富以及自动化生产设备的引入，对生产场地提出了更高的要求，需要投资自建现代化厂房，导致固定资产大幅增加；同时，公司对募集资金投资项目收益的测算较为审慎，也使得固定资产收入配比略微下降。

随着公司集成吊顶产品及集成灶产品的研发、生产及销售愈发成熟，公司在项目投资、业绩回报等方面的表现将会逐渐提升。

二、本次募集资金投资项目情况

（一）奥普（嘉兴）生产基地建设项目

1、项目概况及建设内容

投资总金额：51,950 万元

募集资金投资额：34,061.27 万元

建设周期：2 年

建设内容：本项目拟投资 51,950 万元，拟使用募集资金投入 34,061.27 万元，在浙江省嘉兴市王店镇建设奥普（嘉兴）生产基地，规划建筑面积总计约为 212,561m²。建设内容为：进行集成吊顶、集成灶等产品工厂及配套基础设施建设，购置并安装相应生产设备建设新的产品生产线，旨在通过项目实施扩大公司集成吊顶、集成灶等家居产品生产规模的同时，优化产品结构，更好的满足市场需求，提高公司综合竞争力。

2、项目实施的必要性

（1）扩大优势产品规模，提高市场份额

由人口结构变化和城镇化演进所带来的住房刚需，以及由经济条件和家庭结构转变导致的改善性需求在可预见的未来将得到持续释放，为家居行业提供广阔的下游需求。公司作为行业内优势企业，需尽快布局产能扩充，从而充分发挥规模优势、扩大市场份额。

集成吊顶为公司优势产品，公司“奥普”品牌在行业内有一定的知名度，在消费者中口碑较好，未来有必要继续保持集成吊顶产品的优势地位，扩大销售规模，获取更多市场份额，稳固、提升公司行业地位。同时，随着未来消费者对家居产品个性、时尚、功能、美观等要求的不断提升，公司有必要利用现有品牌以及工艺、研发设计等优势，丰富产品系列，提升公司市场份额。

(2) 推动产品结构优化，增强盈利能力

公司现有主要产品包括浴霸和集成吊顶，通过多年的发展，公司已在浴霸、集成吊顶等领域得到了市场的充分认可。公司根据行业发展现状及实际经营情况，制定了多品类、多渠道的发展战略，对集成灶的研发和生产，将作为公司向厨电领域的延伸，公司的生产结构更趋合理。本次 6 万台集成灶生产线的建成投产，将为公司开发新产品提供产能保障，丰富和扩充公司现有的产品组合，利用产品差异化满足不同的需求，在巩固现有客户的基础上扩大潜在客户群，增强公司整体竞争力和抗风险能力。

3、项目实施的可行性

(1) 产品市场容量空间较大

集成吊顶作为家居产品已在国内大部分地区被消费者所采用，进入稳定增长阶段。未来随着生活品质不断提高，集成吊顶凭借其美观性、个性化、安装便捷性等优势，仍有较大发展空间。集成灶产品作为厨电产品，通过各功能模块的集成组合，更好地满足了消费者多元化需求。

本项目产品集成吊顶、集成灶相对于传统吊顶、传统厨电，具有功能丰富、外形美观、绿色环保等优点。而随着经济的发展、生活健康指数的日益提高，人们对家居产品的要求日趋时尚、绿色、健康，对于集成吊顶、集成灶的需求日益增加。随着消费习惯的改变以及收入水平的提升，集成吊顶和集成灶的市场潜力较大。

(2) 多项优势支持项目实施

公司品牌“奥普”凭借多年在家居行业的稳定表现，已获得了广大消费者的认可，并荣获“中国驰名商标”、“浙江省著名商标”等荣誉，在市场中具有较高的品牌影响力。公司高度重视新品研制与工艺技术开发，已取得多项发明专利，产业化能力较强，在行业内处于技术领先地位。经过 20 多年的发展，公司已拥有较广的营销网络体系，截至 2019 年 6 月 30 日，公司营销网络包括经销商 862 家，专卖店 1,638 家、专营店 3,159 家，为产品销售奠定了坚实的市场基础。

综上，公司在品牌、技术和营销等多方面优势为项目的开展提供了坚实的保

障。

4、项目具体建设内容

(1) 项目基本情况

项目名称：奥普（嘉兴）生产基地建设项目

项目实施主体：奥普集成吊顶

项目实施地点：浙江省嘉兴市王店镇

预计投资总金额：51,950 万元

预计募集资金投资额：34,061.27 万元

土地面积：116,316m²

规划建筑面积：212,561m²

项目用地：已就该项目所涉土地取得《不动产权证》（浙（2017）嘉秀不动产权第 0025707 号）和《不动产权证》（浙（2017）嘉秀不动产权第 0025708 号）。

(2) 项目建设规划

项目建筑工程主要是进行厂房及配套设施建设、装修施工等。项目主要建筑物如下：

序号	建筑物	建筑面积 (m ²)
1	1#扣板厂房	44,250.00
2	2#扣板厂房	44,250.00
3	3#厨电组装厂房	35,475.00
4	4#仓库	35,400.00
5	1#宿舍	3,066.67
6	2#宿舍	3,066.67
7	3#宿舍	3,066.67
8	4#食堂	2,800.00

序号	建筑物	建筑面积 (m ²)
9	1#厂房	10,062.79
10	2#集成灶组装厂房	8,959.42
11	3#厂房	10,062.79
12	其他建筑	12,101.00
合计		212,561.00

(3) 产品生产工艺流程情况

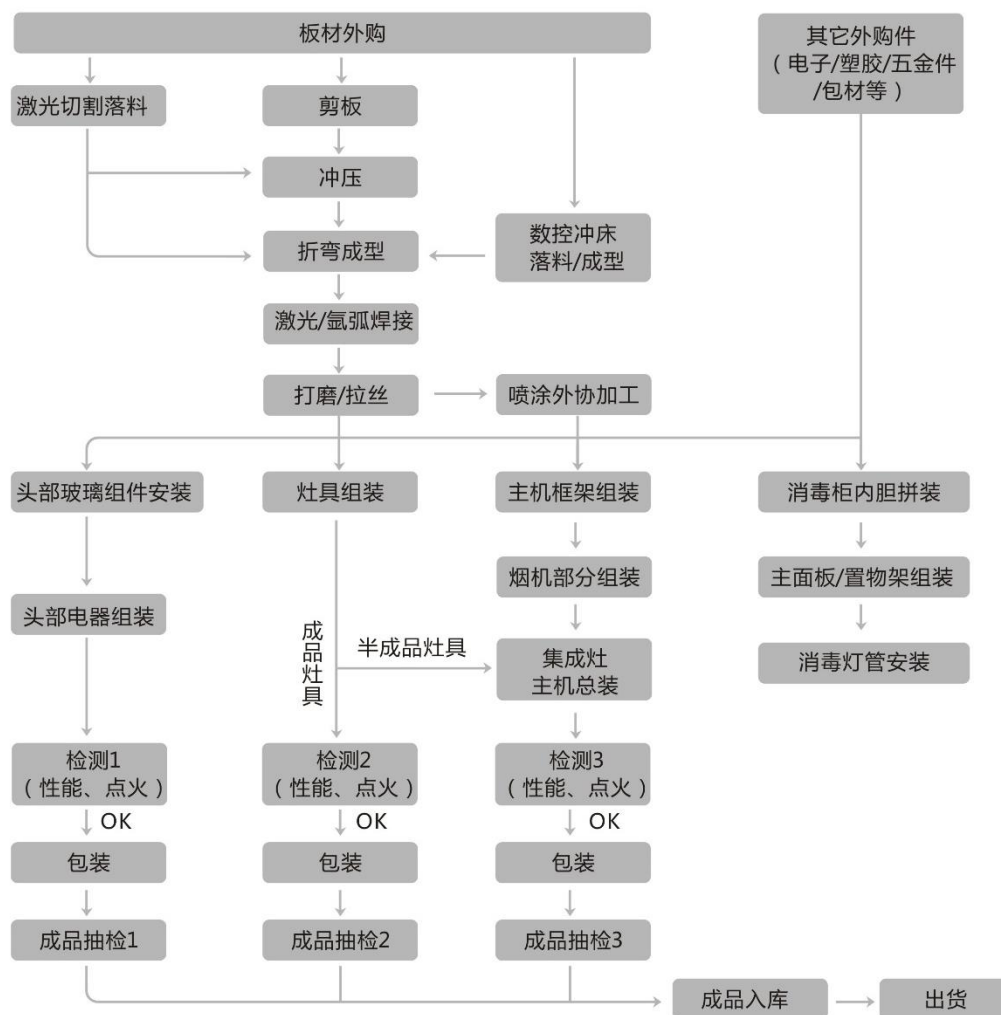
①集成吊顶工艺流程图

集成吊顶工艺流程图参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“(二)主要产品的工艺流程图”之“2、集成吊顶生产工艺流程图”。

②集成灶工艺流程图

集成灶工艺流程图如下：

集成灶生产工艺流程图



(4) 主要仪器及设备选型情况

本项目设备购置费为 8,621.27 万元，主要包括定制模具、组装生产线、数控冲床、激光切割机等，主要设备情况如下：

序号	设备名称	单位	数量	品牌	规格型号
集成吊顶设备					
1	覆膜生产线	条	2	万冠涂装	-
2	分调机	条	1	华飞数控	12M
3	剪板机	台	2	定制	300-486
4	自动冲压成型线	台	11	华德液压	Y71-100T

序号	设备名称	单位	数量	品牌	规格型号
5	龙骨成型线	条	6	华海誉	3M
6	开式可倾压力机	台	5	浙江锻压	63T
7	角线成型机	条	8	华海誉	3M
8	检验检测设备	批	1	定制	-
集成灶设备					
1	数控激光切割机	台	1	大族激光	3000W
2	自动激光焊接机	台	4	大族激光	-
3	数控冲床	台	2	普玛宝	16T
4	冲床自动线	条	2	台湾协易	110T、200T
5	钣金自动线	条	1	普玛宝	-
6	闭式油压机	台	2	台湾协易	315T
7	数控折弯机	台	6	日本 AMADA	-
8	模具立体仓库	项	1	上海盟立	-
9	模具/工装夹具	项	1	余姚先兆、海宁远大	-
10	集成灶组装生产线	条	6	东莞丰卓	-
11	成品入库传送线	条	1	东莞丰卓	-
公用工程设备					
1	空气压缩机	台	5	定制	-
2	中央空调	套	10	定制	-
3	变压器	台	3	定制	1,250kVA
4	其他变配电配套设备	套	1	定制	-

5、主要原辅料及能源供应情况

(1) 主要原、辅材料的供应

本项目生产过程中所需原辅材料主要为铝板、装饰膜、五金和电器等，市场供应较为稳定且可供选择的供应商较多，故供货充足。

(2) 主要能源供应

本项目生产过程中所需主要能源包括自来水、电等。本项目水源来自嘉兴市秀洲区王店镇市政自来水管网，用水由嘉兴市嘉源给排水有限公司统一供给。本项目供电电源来自嘉兴市秀洲区王店镇梅里变电所。

6、项目实施进度情况

本项目建设期为 24 个月，具体进度如下：

序号	项目	时间（月）											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	可研报告编制												
2	初步设计												
3	施工图设计												
4	设备招投标、订货												
5	土建施工												
6	设备到货安装												
7	劳动培训及试生产												
8	投入运营及竣工验收												

7、项目投资概算

本项目总投资 51,950.00 万元，其中建设投资 47,300.00 万元，铺底流动资金 4,650.00 万元。本项目拟使用募集资金投入 34,061.27 万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	投资估算	募集资金投入估算
1	工程费用	30,156.03	27,800.00
2	设备购置及安装费	9,157.02	1,400.00
2.1	设备购置费	8,621.27	800.00
2.1.1	集成吊顶设备购置费	1,017.42	-
2.1.2	集成灶设备购置费	6,123.85	-
2.1.3	公用工程设备购置费	1,480.00	800.00
2.2	安装费	535.75	600.00
3	征地及其他费用	5,706.64	4,365.45

序号	工程或费用名称	投资估算	募集资金投入估算
3.1	征地费	5,001.53	4,209.53
3.2	其他费用	705.11	155.92
4	预备费	2,280.30	495.82
5	铺底流动资金	4,650.00	-
合计		51,950.00	34,061.27

8、项目效益情况

(1) 公司报告期内的产能、产量、销量、产销率、销售区域

公司报告期内主要产品的产能、产量、销量、产销率情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（四）主要产品产销情况”。

公司报告期内主要产品的销售区域情况参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（二）收入分析”。

(2) 项目达产后新增的产能、产量

项目达产后各类产品新增产能、产量如下表所示：

序号	产品名称	达产后产能/年
1	集成吊顶	800 万平方米
2	集成灶	6 万台

(3) 项目新增产能的消化分析

①集成吊顶、集成灶未来市场较为广阔

随着我国人均收入水平的不断提升，居民消费能力、消费观念的不断升级，消费者对家居产品一体化、智能化、高端化的需求不断提升，集成化家居产品的需求增长较快。

集成吊顶产品模块化的特点使其安装、易拆洗、环保性高且使用便利性较高，美观程度亦较高。一方面受到国家政策的支持与鼓励，另一方面消费者接受程度

亦不断提高。未来在国家倡导绿色建筑及装配式工业建筑的政策背景下，以集成吊顶为代表的家庭装修集成化产品有望迎来新一轮快速发展期，前景较为广阔。

集成灶是集成了油烟机、灶具、消毒柜等多项厨电产品的功能的综合型一体化产品。我国家用电器产品经过多年更新、迭代，产品品类多样，功能各异。随着消费者对于家居生活空间、便利性、美观性等方面的要求不断提升，家用电器将逐步向多功能集成、智能化等方向发展。可以集成灶具、烟机、烤箱、蒸箱、消毒柜等多项功能为一体的集成灶能有效节省厨房空间，为消费者提供便捷的烹饪体验，开始受到消费者的喜爱，近年来销量增长较快，未来有望加速发展。

②公司广阔的销售渠道为未来产能消化提供保障

本项目新增产能将通过公司现有营销渠道和本次营销渠道建设项目实施后建立的营销渠道来消化。公司拥有覆盖广泛的多层级、多渠道的销售网络，并通过品牌宣传、明星活动、口碑传播、O2O等多种方式引流，主要销售渠道有经销商渠道、大宗客户渠道、KA渠道、外销渠道和直营渠道等。同时，公司本次募集资金投资项目营销渠道建设项目实施后，将有利于公司进一步拓宽营销渠道，巩固和提升行业地位。营销渠道建设项目的具体情况请参见本节“二、本次募集资金投资项目情况”之“（二）营销渠道建设项目”的相关内容。

通过对公司现有客户资源和开发情况进行分析，本项目的产能消化方案是可行的。

（4）项目效益评价

序号	项目	指标值	单位
1	营业收入（达产年份）	108,800.00	万元
2	总成本费用（达产年份）	86,135.00	万元
3	净利润（达产年份）	16,136.90	万元
4	税后财务内部收益率	25.67	%
5	税后投资回收期（含建设期）	5.60	年

9、环保措施、环保设备和资金投入及环保审批情况

本项目执行过程中，公司将严格按照环境保护相关法规、质量标准及排放标准的要求，在施工过程中及投产后，采取相应的污染防治措施控制和处理废气、废水、噪声和固体废物等污染物。

(1) 环保投资估算表

本项目用于环保设备设施建设的投资估算情况如下：

序号	名称	投资额（万元）
1	建筑施工期间扬尘防治、废水处理	50
2	建筑施工期间的噪声治理费用	10
3	建筑施工期间的固废处理、水土保持	50
4	绿化费用	100
合计		210

(2) 环保审批情况

2017年10月26日，嘉兴市秀洲区环境保护局出具《关于奥普（嘉兴）生产基地建设项目环境影响报告表审查意见的函》（秀洲环建函[2017]143号），同意本项目建设。

10、募投项目进展情况

截至2019年6月30日，本项目已投入23,244.72万元。

(二) 营销渠道建设项目

1、项目概况及建设内容

投资总金额：25,741.80万元

募集资金投资额：23,141.80万元

建设周期：3年

建设内容：本项目主要分为线下营销体系建设、品牌营销和宣传两部分。线下营销体系建设拟增加对浴霸、集成吊顶经销商新建及改建专卖店、专营店、

KA 门店的补贴，其中浴霸经销商拟新建及改建专卖店 208 家、专营店 2,113 家、KA 门店 803 家；集成吊顶经销商拟新建及改建专卖店 1,027 家。品牌营销和宣传拟通过各类媒体、活动以及营销策划等方式提升公司品牌形象。

2、项目实施的必要性

(1) 满足家居行业发展趋势的需要

随着行业发展日益成熟，家居行业面临的市场竞争已经逐步由发展之初的价格竞争转变为品牌、营销网络、设计研发、服务等方面的综合竞争。家居行业企业要想在行业竞争中脱颖而出，并获得较高的毛利率，需要拥有鲜明的品牌定位和被广为接受的品牌内涵，然后依托成熟的商业模式和销售渠道将产品对外销售。因此，加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，通过提高产品的品牌附加值获取竞争优势，成为未来家居行业发展的重要趋势。

(2) 巩固并提升行业地位和提高市场占有率的需要

经过多年的行业积累、品牌投入和渠道建设，公司品牌在家居行业中已经具有较高的品牌知名度和影响力。由于家居行业具有良好的市场发展前景，吸引着越来越多的厂商加入，未来市场竞争将进一步加剧。因此，品牌影响力对公司进一步巩固并提升行业地位和提高市场占有率具有非常重要的现实意义，这需要公司的品牌推广和广告营销方面进一步投入，全面扩大公司品牌的知名度、美誉度和信任度。

(3) 完善营销网络和提升竞争力的需要

近年来，家居行业持续发展，市场竞争日益激烈。行业内知名企业不仅在一、二线城市扩建营销网络，并逐步将销售渠道重心转向三、四线城市。作为行业内领先企业，公司已基本建立了体系完整的营销网络，截至 2019 年 6 月 30 日，公司营销网络包括经销商 862 家，专卖店 1,638 家、专营店 3,159 家。但公司在三、四线市场的覆盖率仍然偏低，在未来几年，公司有必要增加三、四线市场的覆盖率，从而进一步提升公司综合竞争力。

3、项目实施的可行性

（1）市场前景良好

近年来，我国国民经济呈现出持续增长的良好态势。2018 年我国国内生产总值达到 900,309 亿元，比上年增长 6.6%；城镇化率从 1990 年的 21.41% 提高到 2018 年末的 58.58%。经济总量持续增长和城镇化率的不断提高为家居市场的可持续增长创造了良好的环境。市场规模的不断扩大，为本项目的实施创造了有利的市场条件。

（2）较高的市场影响力

经过多年的发展，公司已在家居行业处于领先地位，公司品牌已获得众多消费者的认可，拥有较高的知名度与影响力。公司较高的品牌知名度和市场影响力为本项目的实施提供了良好的基础。

（3）品牌推广团队经验丰富

公司自成立以来，一直高度重视自有品牌的建设和市场形象的建立，并组建专门的品牌部进行系统化的品牌运作。通过多年的品牌推广策划，公司品牌推广团队在品牌定位、设计、活动策划与推广方面已经积累丰富的运营经验，为本项目的实施提供了有力保障。

4、项目具体建设内容

（1）线下营销体系建设

公司拟投资 9,331.80 万元用于浴霸及集成吊顶经销商的合计 4,151 家店面改建及新建。具体情况如下：

①浴霸店面改建及新建

公司浴霸经销商店面主要分为三类：专卖店、专营店及 KA 门店。按照每家专卖店店铺面积 100 平方米，每平方米补贴 500 元；每家专营店展台长度 10 米，每米补贴 1,600 元；每家 KA 门店补贴 1 万元计算，共需要 5,223.80 万元。

店面类型	项目	第一年	第二年	第三年	合计
专卖店	新建店面（家）	57	57	64	178

店面类型	项目	第一年	第二年	第三年	合计
	原有店面改建（家）	10	10	10	30
专营店	新建店面（家）	336	427	525	1,288
	原有店面改建（家）	215	274	336	825
KA 门店	新建店面（家）	16	25	25	66
	原有店面改建（家）	225	247	265	737
投入金额（万元）		1,457.60	1,728.60	2,037.60	5,223.80

②集成吊顶店面改建及新建

按照每家专卖店店铺面积 100 平方米，每平方米补贴 400 元计算，集成吊顶店面改建及新建共需 4,108 万元。

项目	第一年	第二年	第三年	合计
新建店面（家）	169	166	129	464
原有店面改建（家）	179	168	216	563
投入金额（万元）	1,392	1,336	1,380	4,108

（2）品牌营销和宣传

品牌营销和宣传投资概算如下表所示：

单位：万元

序号	内容	投资计划			小计
		第一年	第二年	第三年	
1	品牌媒介广告费	2,140	2,770	3,000	7,910
2	品牌推广活动费	1,900	2,000	2,200	6,100
3	品牌建设策划费	600	800	1,000	2,400
合计		4,640	5,570	6,200	16,410

其中，各项费用支出的具体情况如下：

序号	项目	媒介选择	投资金额(万元)
一、品牌媒介广告费			
1	新媒体	天猫及京东等电商平台、互联网家装集会、青年设计师成长计划等	960.00
2	户外媒体	核心城市、高速、高铁	5,600.00
3	网络媒体及其他	搜索引擎、垂直类行业门户、微信、微博、移动终端、公关活动、建材行业期刊等	1,350.00
二、品牌推广活动费			
1	明星活动	明星代言、明星活动等	3,000.00
2	展会活动	北京建博会、上海建博会、上海厨卫展、嘉兴集成吊顶博览会、广州建博会等	2,200.00
3	新品发布会活动	浴霸、集成吊顶、集成灶、新风系统等新品发布会	900.00
三、品牌建设策划费			
1	品牌宣传策划	官方网站、微博、微信等品牌宣传方式策划、宣传专题片制作	2,400.00

5、项目实施进度情况

本项目计划建设周期为3年，具体安排如下：

(1) 线下营销体系建设

单位：家

项目	店面类型	第一年	第二年	第三年	合计
浴霸经销商店面新建及改建	专卖店	67	67	74	208
	专营店	551	701	861	2,113
	KA 门店	241	272	290	803
集成吊顶经销商店面新建及改建	专卖店	348	334	345	1,027

(2) 品牌营销和宣传

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	合计
品牌营销和宣传	4,640	5,570	6,200	16,410

6、项目投资概算

本项目总投资 25,741.80 万元，拟使用募集资金投入 23,141.80 万元，其中线下营销体系建设投资 9,331.80 万元，品牌营销和宣传投资 13,810.00 万元。

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）	占比	拟使用募集资金金额（万元）
1	线下营销体系建设	9,331.80	36.25%	9,331.80
2	品牌营销和宣传	16,410.00	63.75%	13,810.00

7、项目效益情况

本项目不直接生产产品，不进行单独财务评价，其效益将从公司销售额与市场份额增长中间接体现。本项目的实施有利于进一步增强公司销售能力，提升公司品牌知名度，通过营销网络的扩充与品牌推广使公司核心竞争力不断提升，间接获取市场利润。项目短期内对公司净利润不会产生较大影响，未来随着营销网络的不断扩充与完善、公司品牌知名度的不断提升，将实现良好的经济效益。

8、项目环保影响及措施

本项目建设内容主要为线下营销体系建设、品牌营销和宣传两部分，项目建设过程中基本不会产生污染。

9、募投项目进展情况

截至 2019 年 6 月 30 日，本项目已投入 11,760.48 万元。

三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

（一）对公司净资产和净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，本公司的净资产及每股净资产将有较大幅度的提高。由于本次募集资金投资项目在建设期内无法立即产生较高的经济效益，因此，净

资产收益率在短期内将有所下降。

但是，长远而言，随着募投项目建成投入运营，逐步产生经济效益，且市场未发生重大不利变动，则公司的销售收入和利润总额将逐步增长，盈利能力将进一步增强，净资产收益率将逐渐回升。

（二）对公司资产负债率的影响

本次募集资金到位后，公司的资产总额和净资产都将有较大幅度的提高，短期内资产负债率将明显下降，可进一步优化公司的资产负债结构，提高本公司债务融资能力，增强防范财务风险的能力。

（三）对公司盈利能力的影响

上述募集资金投资项目建设完成后，公司产能布局将更趋合理，营销能力、管理能力、研发能力和生产能力将进一步提升，有利于巩固和提高公司核心竞争能力，从而进一步提高公司盈利水平，增强公司的持续经营能力，为公司综合实力的全面提升打下坚实基础。

（四）本次募集资金新增折旧摊销对未来经营成果的影响

按照公司现有的固定资产折旧和无形资产摊销政策，本次募集资金投资项目建成投产后，每年新增折旧摊销情况如下：

单位：万元

序号	项目	新增固定资产	新增无形资产	年新增折旧和摊销
1	奥普（嘉兴）生产基地建设项目	42,021.72	5,001.50	2,659.65
	合计	42,021.72	5,001.50	2,659.65

根据上表分析，本次募集资金投资项目建成后新增固定资产和无形资产对公司经营业绩的影响主要表现在：由于新增资产规模较大，项目建成后，每年约新增折旧和摊销 2,659.65 万元，相应减少税前利润 2,659.65 万元。本次募集资金投资项目固定资产投资主要为奥普（嘉兴）生产基地建设项目，营销渠道建设项目及补充流动资金项目不涉及固定资产投资。奥普（嘉兴）生产基地建设项目达产

后，直接产生的销售收入能够弥补折旧的影响。因此，新增的折旧摊销不会对公司经营发展产生重大不利影响。

第十四节 股利分配政策

一、发行前的股利分配政策

发行人的股利分配严格执行有关法律、法规和《公司章程》的规定，重视对投资者的合理投资回报，保持连续和稳定的利润分配政策。具体分配比例由公司董事会视公司经营发展情况提出预案，经股东大会决议后执行。公司采取现金或股票股利方式分配股利。在分派股利时，公司按有关法律、法规代扣股东股利收入的应纳税金。根据《公司法》和本公司《公司章程》，本公司的税后利润按下列顺序进行分配：

1、弥补以前年度亏损；

2、提取当年税后利润的 10% 列入公司法定公积金；公司的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，在提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损；

3、提取法定公积金后，经股东大会决议，公司还可以从税后利润中提取任意公积金；

4、支付股东股利。

股东大会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利润分配。

二、发行人最近三年股利分配情况

（一）2016年股利分配情况

2016 年 5 月 12 日，经奥普卫厨董事会审议通过，向股东分配利润 3,085.00 万元。

2016 年 9 月 13 日，经奥普卫厨董事会审议通过，向股东分配利润 20,000.00 万元。

2016年10月18日，经奥普卫厨董事会审议通过，向股东分配利润1,600.00万元。

（二）2017年股利分配情况

2017年1月9日，经奥普卫厨董事会审议通过，向股东分配利润14,000.00万元。

2017年4月10日，经奥普卫厨董事会审议通过，向股东分配利润20,500.00万元。

（三）2018年股利分配情况

2018年4月9日，经奥普家居2017年度股东大会审议通过，以总股本36,000万股为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.10元（含税），合计分配现金红利总额为3,960万元。

（四）2019年股利分配情况

2019年3月15日，经奥普家居2018年度股东大会审议通过，以总股本36,000万股为基数，向全体股东每10股派发现金红利2.20元（含税），合计分配现金红利总额为7,920万元。

三、本次发行上市后的股利分配政策

根据公司2017年第二次临时股东大会审议并通过的《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》，本次发行上市后，公司将实施以下利润分配政策：

（一）利润的分配形式

公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。其中，在利润分配方式的分配顺序现金分红优先于股票分配。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。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

（二）利润分配的具体政策

1、现金分红政策

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，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

前款“特殊情况”是指下列情况之一：

（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 20%，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）分红年度经营经现金流量为负数，或实施现金分红会影响公司后续持续经营；

（4）公司股东大会审议通过确认的其他特殊情况。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体现金分红政策：

（1）当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）当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）当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。

前款“重大资金支出安排”是指公司在一年内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。

2、股票股利分配政策

公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况，在保证最低现金分红比例和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，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

（三）利润分配政策调整

公司的利润分配政策不得随意改变。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。

利润分配政策的调整方案由董事会拟定，并需事先征求独立董事的意见。在审议公司有关调整利润分配政策、具体规划和计划的议案或利润分配预案时，须分别经董事会、监事会审议通过，且董事会在审议前述议案时，须经二分之一以上独立董事同意，方可提交公司股东大会审议。监事会应当对董事会拟订的利润分配政策调整方案出具书面审核报告，与董事会拟订的利润分配政策调整方案一并提交股东大会批准，并经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。公司应安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。调整利润分配政策议案中如涉及减少每年现金分红比例的，应充分听取独立董事、外部监事和公众投资者意见。公司独立董事可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

四、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司第一届董事会第二次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过的决议，截至本次发行完成前滚存的未分配利润，由发行完成后的新老股东按持

股比例享有。

五、发行后三年内股东分红回报规划

根据公司 2017 年第二次临时股东大会通过的《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年股东分红回报规划》，为增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司制定了上市后未来三年股东分红回报规划，具体如下：

（一）分红回报规划制定考虑因素

为充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，重视股东的合理投资回报，增强利润分配决策的透明度和可操作性，建立起对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，并保证股利分配政策的连续性和稳定性，综合考虑公司发展战略规划、公司实际情况和发展目标、股东要求和意愿、社会资金成本以及外部融资环境等因素，公司制定了上市后未来三年股东分红回报规划。

（二）分红回报规划制定原则

- 1、应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、保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远和可持续发展；
- 3、优先采用现金分红的利润分配方式；
- 4、充分听取和考虑中小股东的要求；
- 5、充分考虑货币政策环境。

（三）公司上市后未来三年分红回报具体规划

1、利润的分配形式

公司采取现金、股票股利或者二者相结合的方式分配股利，并优先采取现金分配方式。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

2、现金分红的具体条件和比例

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，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。在公司上半年经营活动产生的现金流量净额高于当期实现的净利润时，公司可以进行中期现金分红。

前款“特殊情况”是指下列情况之一：

（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 20%，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）公司股东大会审议通过确认的其他特殊情况。

3、公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体现金分红政策

（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%。

前述“重大资金支出安排”是指公司在一年内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。

（4）公司在经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体

股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案，并提交股东大会审议。

（四）规划的制定周期

1、公司拟以每三年为一个周期，根据公司章程规定的利润分配政策及公司经营的实际状况，结合股东（尤其是中小股东）和独立董事的意见，制定股东分红回报规划，经公司董事会审议通过后提交股东大会审批。

2、因公司外部经营环境或者自身经营情况发生较大变化，公司可以对股东分红回报规划进行调整，调整时应以股东权益保护为出发点，且不得与公司章程的相关规定相抵触。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

本公司为完善信息披露机制，根据中国证监会的有关规定，建立了信息披露制度，规定本公司必须严格按照法律、法规和《公司章程》规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息。本公司信息披露体现公开、公正、公平对待所有股东的原则。

负责信息披露和投资者关系的部门：证券部

联系人：刘文龙

联系地址：杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号

邮政编码：310018

联系电话：0571-8817 7925

传真号码：0571-8817 2888 转 1213

电子邮箱：aupuzqb@apu.net

二、重大合同协议

本公司的重大合同，是指本公司及其控股子公司正在履行或将要履行的金额较大，或者虽然金额不大但对本公司生产经营、未来发展或财务状况有较大影响的合同。

截至本招股说明书签署之日，本公司及其控股子公司企业签订的正在履行或将要履行的重大合同包括：

（一）主要销售合同

发行人及其控股子公司与最近一期前十大客户（按客户同一实际控制口径合并每年收入占比）签署的重大销售合同具体情况如下：

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	合同有效期
1	深圳恒大材料设备有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
2	北京中天诚投科贸有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
3	江苏晨皓贸易有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
4	成都长青基业商贸有限公司	框架合同	浴霸	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
5	杭州奥祺佳贸易有限公司	框架合同	浴霸	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
6	无锡市茵特拉根电子有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
7	万科企业股份有限公司	框架合同	集成吊顶	以具体订单为准	2016.11-2019.1.31(未再续签)
8	上海驰琳实业有限公司	框架合同	集成吊顶	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
9	南京品聚汇方商贸有限公司	框架合同	浴霸	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
10	扬州爱满屋家居电器有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31

注：2018年起，发行人不再与广州恒大签订销售合同，改与深圳恒大签订销售合同。

（二）主要采购合同

发行人及其控股子公司与最近一期前十大供应商（按供应商同一实际控制口径合并每年采购额占比）签署的重大采购同具体情况如下：

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	合同有效期
1	浙江来斯奥电气有限公司	框架合同	浴霸、面罩等	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
2	海盐佳湖装饰材料有限公司	框架合同	铝扣板等	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
3	昆山市诚泰电气股份有限公司	框架合同	LED 平板灯、LED 驱动器	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
4	嵊州市松华电器	框架合同	箱体、开关等	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	合同有效期
	有限公司				
5	宁波斯洛曼智能科技有限公司	框架合同	晾衣架等	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
6	杭州灵杰电器有限公司	框架合同	LED 控制器等	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
7	慈溪市日月电气有限公司	框架合同	灯圈、风栅等	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
8	佛山市南海利亚龙铝装饰板有限公司	框架合同	铝材等	以具体订单为准	2019.1.7 起长期有效
9	杭州江南电机股份有限公司	框架合同	电机	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31
10	杭州欧宝机电有限公司	框架合同	面罩、面框等	以具体订单为准	2019.1.1-2019.12.31

(三) 借款与担保合同

1、本公司重大借款合同

截至本招股说明书签署之日，本公司无正在履行中的重大借款合同。

2、本公司重大授信合同

截至本招股说明书签署之日，本公司获得的银行授信情况如下：

序号	协议名称	授信人	授信额度	授信有效期
1	-	交通银行杭州城西支行	12,000 万元	2018.12.29-2019.12.29
2	-	浦发银行建国路支行	8,000 万元	2018.8.31-2019.8.30
3	-	嘉兴银行秀洲支行	12,000 万元	2018.12.15-2023.12.3
			6,000 万元	2018.12.15-2020.12.31
4	授信协议	招商银行杭州分行	20,000 万元	2019.1.8-2020.1.7

注：上述 1-3 项，发行人未与银行签订授信合同。

3、本公司重大借款担保合同

截至本招股说明书签署之日，本公司正在履行中的借款担保合同如下：

序号	协议名称	合同相对方	最高债权金额	合同有效期
1	抵押合同	交通银行杭州城西支行	18,000 万元	2017.1.1-2021.12.31
2	最高额抵押合同	嘉兴银行秀洲支行	1,234 万元	2019.1.15-2021.9.30
3	最高额抵押合同	嘉兴银行秀洲支行	29,217 万元	2019.1.15-2023.9.30
4	权利最高额质押合同	浦发银行杭州建国支行	8,057.97 万元	2018.12.24-2019.9.29
5	保证金质押合同	浦发银行杭州建国支行	2,913 万元	2018.11.30-2019.11.29

（四）其他重大合同

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的其他 1,000 万元以上重大合同如下：

序号	协议名称	合同相对方	合同标的	合同金额	合同有效期
1	建设工程施工合同	上海隆盛建筑工程（集团）有限公司	奥普（嘉兴）生产基地建设项目	25,300.00 万元	2017.12.20-2019.5.3

三、本公司的对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在任何对外担保的情况。

四、本公司的重大诉讼或仲裁事项

（一）达州市东福商贸有限公司诉讼

1、案件事由

2015 年 3 月 16 日及 2015 年 4 月 15 日，杭州牵银、奥普卫厨分别与达州东福签订《股权转让协议》，杭州牵银及奥普卫厨将其分别持有成都牵银的 58.33% 与 41.67% 股权转让给达州东福，转让价格分别为 4,000 万元与 3,200 万元。

2015 年 4 月 20 日，杭州牵银、奥普卫厨与达州东福三方达成《补充协议》，对各方的权利及义务进一步明确。

达州东福向杭州牵银、奥普卫厨分别支付了股权转让款 3,200 万元及 1,000

万元，并已在成都牵银所持土地上进行施工。

由于达州东福无力支付后续股权转让款，2016年7月26日及2016年9月27日，杭州牵银、奥普卫厨分别与达州东福签订《解除股权转让协议》，但达州东福在约定的时间内未清退施工方、结清相关施工费用。故根据协议约定，杭州牵银、奥普卫厨无需返还其全部股权转让款。

2017年9月，达州东福向杭州经济技术开发区人民法院起诉发行人，请求撤销《杭州奥普卫厨科技有限公司、达州市东福商贸有限公司关于成都牵银投资有限公司之解除股权转让协议》。2017年11月2日，杭州经济技术开发区人民法院裁定中止该诉讼。

2017年11月20日，达州东福向四川省成都市中级人民法院起诉发行人，诉讼请求如下：

①判令杭州牵银、奥普卫厨与达州东福签订的《补充协议》、杭州牵银及奥普卫厨分别与达州东福签订的《股权转让协议》无效；

②判令杭州牵银、奥普卫厨连带返还达州东福支付的上述合同项下的款项共计4,200万元，其中杭州牵银为3,200万元，奥普卫厨为1,000万元；

③本案案件受理费、保全费、保全担保费等全部费用由杭州牵银、发行人共同承担。

2、案件目前进展

2017年12月19日，四川省成都市中级人民法院出具《四川省成都市中级人民法院民事裁定书》（（2017）川01民初3863号），判决：驳回达州市东福商贸有限公司的起诉。

达州市东福商贸有限公司不服，向四川省高级人民法院起诉。根据《民事裁定书》（（2018）川民终340号），四川省高级人民法院于2018年5月14日裁定驳回上诉，维持原裁定。

2018年7月，达州东福提高诉讼请求金额、就成都牵银股权转让合同再次提起诉讼，并直接向四川省高级人民法院起诉杭州牵银和发行人，诉讼请求如下：

①撤销《杭州奥普卫厨科技有限公司、杭州牵银投资有限公司与达州市东福商贸有限公司关于成都牵银投资有限公司之股权转让协议的补充协议书》、《杭州牵银投资有限公司与达州市东福商贸有限公司关于成都牵银投资有限公司之股权转让协议》和《杭州奥普卫厨科技有限公司与达州市东福商贸有限公司关于成都牵银投资有限公司之股权转让协议》；

②杭州牵银和发行人返还达州东福已支付的股权转让款 5,200 万元以及因此产生的资金利息 4,200 万元、管理费 1,800 万元、项目临时设施投入费用 1,000 万元，共计 12,200 万元，同时按过渡期间上述款项的财务成本（按年利率 15% 计）支付利息；

③杭州牵银和发行人承担案件全部费用。

2018 年 11 月 19 日，四川省高级人民法院作出《民事裁定书》（（2018）川民初 79 号），裁定该等案件移送四川省成都市中级人民法院处理。

2019 年 6 月 25 日，成都市中级人民法院出具《民事裁定书》（（2019）川 01 民初 299 号），裁定驳回上诉。

截至本招股说明书签署之日，公司尚未接到法院的再审通知。

（二）卢招展诉讼

1、案件简述

2018 年 8 月 20 日，四川省高级人民法院向发行人出具了《应诉通知书》（（2018）川民初 79 号）。

2018 年 6 月，卢招展于杭州市起诉发行人和杭州牵银，诉讼请求如下：

- （1）发行人、杭州牵银投资有限公司返还不当得利 430 万元；
- （2）发行人和杭州牵银承担案件全部费用。

2、案件目前进展

2018 年 12 月 25 日，杭州经济技术开发区人民法院出具《民事判决书》（（2018）浙 0191 民初 2216 号），判决驳回原告卢招展的诉讼请求。

卢招展不服该等一审判决，向杭州市中级人民法院提起上诉。2019年3月7日浙江省杭州市中级人民法院出具《民事判决书》（（2019）浙01民终936号），判决驳回上诉，维持原判。

（三）浙江现代新能源有限公司诉讼

1、案件事由

2015年奥普电器向商标局申请注册14965078号“奥普博朗尼 AUPU”商标，以及14965077号“博朗尼 AUPU”商标。浙江现代新能源有限公司随即向商标局提出异议，以其自有1737521号商标和10412475号商标作为引证商标，要求商标局不予注册发行人上述两项商标；同时浙江现代新能源有限公司向商标局请求无效宣告发行人注册号为8183677号“AUPU”商标。

2009年和2015年奥普电器分别向商评委请求无效宣告浙江现代新能源有限公司之1737521号商标和10412475号商标。

2、案件进展情况

（1）浙江现代新能源有限公司1737521号商标

2015年7月14日商评委出具裁定书（商评字[2015]第0000048255号），裁定奥普电器对浙江现代新能源有限公司和云南奥普伟业金属建材有限公司之1737521号商标（该商标于2013年转让至浙江现代新能源有限公司和云南奥普伟业金属建材有限公司共有）无效宣告请求不予支持，该项商标予以维持。

奥普电器不服商评委裁定书（商评字[2015]第0000048255号），并向北京知识产权法院提起诉讼。2016年6月30日北京知识产权法院行政判决书（[2015]京知行初字第4822号），判决：①撤销商评委裁定书（商评字[2015]第0000048255号）；②商评委于本判决生效后就发行人对第1737521号“奥普 aopu”商标提起的无效宣告请求重新作出裁定。

商评委不服一审判决，向北京市高级人民法院上诉。2017年3月2日北京市高级人民法院行政判决书（[2016]京行终5666号），判决：驳回上诉，维持原判。

浙江现代新能源有限公司和云南奥普伟业金属建材有限公司不服二审判决，向中华人民共和国最高人民法院提起再审。2017年6月28日最高法院出具行政裁定书（[2017]最高法行申2986号），裁决驳回浙江现代新能源有限公司、云南奥普伟业金属建材有限公司的再审申请。

2018年11月14日浙江省杭州市中级人民法院一审判决书（[2017]浙01民初208号）判决浙江风尚建材股份有限公司、浙江现代新能源有限公司、云南晋美环保科技有限公司禁止使用第1737521号商标，并立即停止使用第730979号、第1187759号商标的行为，即停止在扣板产品、外包装、经销店门头、厂房、杂志广告、网站中使用“奥普 AOPU 吊顶”等标识，同时需登报消除影响、赔偿经济损失800万元。2019年6月18日浙江省高级人民法院民事判决书（[2019]浙民终22号）作出“维持原判”判决。

2019年2月19日，商评委出具裁定书（商评字[2015]第0000048255号重审第0000000328号），对浙江现代新能源有限公司1737521号商标予以无效宣告。

（2）浙江现代新能源有限公司 10412475 号商标

2016年5月23日商评委出具裁定书（商评字[2016]第0000044311号），裁定对浙江现代新能源有限公司10412475号商标予以无效宣告。

浙江现代新能源有限公司不服商评委裁定书（商评字[2016]第0000044311号），并向北京知识产权法院提起诉讼。2018年6月20日，北京知识产权法院作出行政判决（[2016]京73行初3544号），判决驳回浙江现代新能源有限公司的诉讼请求，维持商评委对该等商标作出的无效宣告裁定。

浙江现代新能源有限公司不服一审判决，向北京市高级人民法院提起上诉。2018年11月二审法院作出行政判决（[2018]京行终字4860号），驳回浙江现代新能源有限公司上诉、维持原裁定。

（3）发行人 14965078 号、14965077 号商标

2017年2月27日，商标局出具《第14965078号“奥普博朗尼 AUPU”商标准予注册的决定》（[2017]商标异字第0000008180号），对第14965078号“奥普博朗尼 AUPU”商标予以注册；

2017年4月26日商标局出具《第14965077号“AUPU博朗尼”商标准予注册的决定》（[2017]商标异字第0000018440号），对第14965077号“AUPU博朗尼”商标予以注册。

（4）发行人8183677号商标

浙江现代新能源有限公司向商标局请求无效宣告注册号为8183677号“AUPU”商标，2018年11月22日，商评委出具《关于第8183677号“AUPU”商标无效宣告请求裁定书》（商评字[2018]第0000217529号），裁定8183677号“AUPU”商标“在金属家具部件、金属管道、金属插销商品上予以维持，在其余商品上予以无效宣告”。发行人已就该裁定结果向北京知识产权法院提起诉讼，2019年1月14日，北京知识产权法院立案受理该等行政纠纷。

截至本招股说明书签署之日，除上述诉讼事项外，发行人不存在其他尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件。

（四）刘忠诉讼

1、案件简述

2019年1月18日，刘忠向西安市碑林区人民法院提起诉讼，诉讼请求为：（1）杭州牵银、发行人与陈龙共同偿还本金150万元、利息12.50万元、因逾期偿还本金造成的利息损失457.21万元，陈铭对前述款项承担连带责任；（2）诉讼费、保全费由杭州牵银、发行人、陈龙及陈铭承担。

2、案件目前进展

2019年3月19日，刘忠针对该案向西安市碑林区人民法院提出财产保全申请。2019年3月20日及2019年3月25日，西安市碑林区人民法院分别作出《民事裁定书》（（2019）陕0103民初4178号）及《执行裁定书》（（2019）陕0103执保125号），裁定查封与冻结杭州牵银、发行人、陈龙及陈铭名下银行存款619.71万元或同等财产价值，发行人银行存款619.71万元被西安市碑林区人民法院冻结。

2019年5月6日，西安市碑林区人民法院作出《民事裁定书》（（2019）陕

0103 民初 4178 号)，裁定驳回发行人及杭州牵银的管辖权异议申请。裁定当日，刘忠向西安市碑林区人民法院申请撤回对陈铭的起诉。2019 年 5 月 8 日，西安市碑林区人民法院作出《民事裁定书》（（2019）陕 0103 民初 4178 号），裁定准许刘忠撤回对陈铭的起诉。

2019 年 7 月 11 日，西安市碑林区人民法院对该案进行了第一次开庭审理，该案将于 2019 年 8 月 16 日进行第二次开庭审理。截至本招股说明书签署之日，该案尚在审理过程中。

五、本公司控股股东、实际控制人及主要股东的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东、实际控制人及主要股东不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁等行政处罚案件。

六、本公司董事、监事和高级管理人员的重大诉讼或仲裁事项及刑事诉讼事项

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事及高级管理人员不涉及重大诉讼或仲裁事项，也不存在刑事诉讼事项。

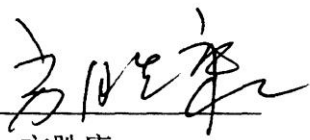
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声 明

一、公司董事、监事及高级管理人员声明


本公司全体董事、监事及高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别的及连带的法律责任。

全体董事签名：


Fang James


方胜康


吴兴杰


刘文龙


马国鑫


杜立民


周夏飞

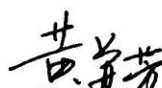


本公司全体董事、监事及高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别的及连带的法律责任。

全体监事签名：



汪纪纯



黄苏芳

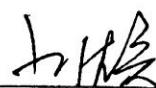


马钰

不担任董事的其他高级管理人员签名：



方国樑



孙德富




二、保荐机构（主承销商）声明

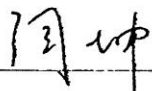
本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

保荐代表人：  _____


张阳

 _____


凌江红

项目协办人：  _____

闫坤

保荐机构总经理：  _____

熊剑涛

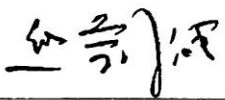
保荐机构董事长：  _____

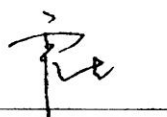
霍达



三、保荐机构（主承销商）负责人声明

本人已认真阅读奥普家居股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理： 
熊剑涛


保荐机构董事长： 
霍达

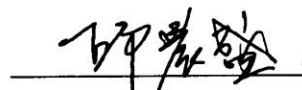


四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

单位负责人：
齐轩霆

经办律师：
马强


邱晨盛



上海市方达律师事务所

2019年12月31日



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《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《审计报告》（天健审（2019）8608 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审（2019）8609 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奥普家居股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


 叶卫民
 

 李 锐
 

天健会计师事务所负责人：


 王越豪
 

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一九年 月 日

（特殊普通合伙）

评估机构声明

本公司及签字评估师已阅读《奥普家居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）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本公司出具的资产评估报告的内容无矛盾之处。本公司及签字评估师对奥普家居股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述评估报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字评估师：

资产评估师
柴山
33000013
柴山

资产评估师
姜静
3100009
姜静

公司负责人：

潘文夫
潘文夫



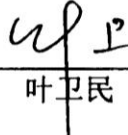





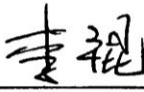

地址：杭州市钱江路 1366 号
 邮编：310020
 电话：(0571) 8821 6888
 传真：(0571) 8821 6999

验资机构声明

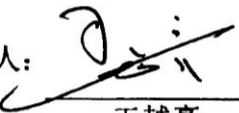

本所及签字注册会计师已阅读《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《验资报告》（天健验（2017）219 号、天健验（2017）231 号、天健验（2017）232 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对奥普家居股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


 叶卫民 

 闫志勇 


 李 锐 

天健会计师事务所负责人：


 王越豪 

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一七年十二月三十一日

（特殊普通合伙）

第十七节 备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

以上各种备查文件将置备于公司和保荐人（主承销商）的办公地点，投资者在公司股票发行的承销期内可到下述地点查阅：

发行人：奥普家居股份有限公司

办公地址：杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号

联系人：刘文龙

联系电话：0571-8817 7925

保荐人（主承销商）：招商证券股份有限公司

办公地址：广东省深圳市福田区福田街道福华一路 111 号

联系人：张阳

联系电话：0755-8294 3666

投资者也可以通过上海证券交易所指定网站查阅本招股说明书等电子文件。