证券简称:宜华木业　证券代码:600978

广东省宜华木业股份有限公司

（注册地址:广东省汕头市澄海区莲下镇槐东工业区）

非公开发行股票预案

二零一五年八月

发行人声明

一、广东省宜华木业股份有限公司及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

二、本次非公开发行股票完成后，发行人经营与收益的变化由发行人负责；因本次非公开发行股票引致的投资风险由投资者自行负责。

三、本预案是发行人董事会对本次非公开发行股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

四、投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

五、本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行股票相关事项的实质性判断、确认或批准，本预案所述本次非公开发行股票相关事项的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。

特别提示

一、公司非公开发行股票相关事项已经获得2015年8月26日召开的公司第五届董事会第十五次会议审议通过。本次发行方案及相关事项尚需公司股东大会审议通过以及中国证监会的核准。

本次发行能否获得上述批准和核准存在重大不确定性，特此提请广大投资者注意投资风险。

二、本次非公开发行股票的发行对象为公司控股股东宜华集团与自然人郭祥彬、陈乐强。发行对象以现金的方式认购本次非公开发行的股票。发行对象认购数量及认购金额如下：

序号	发行对象名称	认购股数(股)	认购金额(万元)	认购比例
1	宜华集团	16,207,455	30,000.00	60.00%
2	郭祥彬	5,402,485	10,000.00	20.00%
3	陈乐强	5,402,485	10,000.00	20.00%
合计		27,012,425	50,000.00	100.00%

本次非公开发行完成后，发行对象认购的股份自在上海证券交易所上市之日起36个月内不得转让，限售期结束后按中国证监会及上海证券交易所的有关规定执行。

三、本次非公开发行股票的数量不超过27,012,425股（含27,012,425股）。如公司股票在本次发行定价基准日至发行日期间发生派发现金股利、派送股票股利、转增股本等除息除权事项，本次发行数量及发行对象认购的本次非公开发行的股份数量将相应调整。本次非公开发行股票的数量以中国证监会最终核准发行的股票数量为准。

四、本次非公开发行的定价基准日为第五届董事会第十五次会议决议公告日（即2015年8月28日）。本次非公开发行股票的价格为定价基准日前20个交易日公司股票交易均价的90%，即18.62元／股（定价基准日前20个交易日股票交易均价＝定价基准日前20个交易日股票交易总额／定价基准日前20个交易日股票交易总量）。

公司2014年年度股东大会于2015年5月7日审议通过了《关于2014年度利润分配预案的议案》，以截至2014年12月31日总股本1,482,870,004.00股为基数，向全体股东按每10股派发现金股利人民币1.10元（含税），共计派发现金163,115,700.44元，不实施送股及资本公积金转增股本。前述利润分配方案的股权登记日为2015年7月3日，除息日为2015年7月6日。截至本预案签署日，前述利润分配方案已实施完毕，即本次非公开发行股票的价格相应调整为18.51元／股。

如公司股票在本次发行定价基准日至发行日期间发生派发现金股利、派送股票股利、转增股本等除息除权事项，将对发行价格进行相应调整。

五、本次非公开发行募集资金总额不超过50,000.00万元，扣除发行费用后将用于投资泛家居供应链智能服务平台项目，并补充公司经营所需的流动资金。

六、根据中国证券监督管理委员会发布的《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》的规定，公司进一步完善了公司利润分配政策，相关情况详见本预案“第七节 董事会关于利润分配政策的说明”。公司最近三年累计现金分红额（含税）为38,137.27万元，占最近三年实现的年均可分配利润的比例为92.13%。

七、本次非公开发行股票完成后，本公司的股权分布符合上海证券交易所的上市要求，不会导致不符合股票上市条件的情形发生。

释义

在本预案中，除非另有说明，下列简称具有如下特定含义：

发行人、公司、本公司、宜华木业	指	广东省宜华木业股份有限公司
宜华集团	指	公司的控股股东，宜华企业（集团）有限公司
本次非公开发行股票、本次非公开发行、本次发行	指	广东省宜华木业股份有限公司非公开发行股票
本预案	指	广东省宜华木业股份有限公司非公开发行股票预案
股东大会	指	广东省宜华木业股份有限公司股东大会
董事会	指	广东省宜华木业股份有限公司董事会
监事会	指	广东省宜华木业股份有限公司监事会
元、万元	指	人民币元、人民币万元
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
募集资金	指	本次发行募集资金
定价基准日	指	公司第五届董事会第十五次会议决议公告日
报告期	指	2012年度、2013年度、2014年度及2015年1–6月
报告期末	指	2015年6月30日
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《公司章程》	指	《广东省宜华木业股份有限公司章程》

第一节 本次非公开发行股票方案

一、公司基本情况

中文名称:广东省宜华木业股份有限公司

英文名称:Guangdong Yihua Timber Industry CO.,LTD.

法定代表人:刘绍喜

股票代码:600978

股票简称:宜华木业

股票上市地:上海证券交易所

公司住所:广东省汕头市澄海区莲下镇槐东工业区

邮政编码:515834

电话号码:0754–85100989

传真号码:0754–85100797

互联网网址:http://www.yihuatimber.com/

电子信箱:securities.yt@yihua.com

经营范围:从事本企业生产所需自用原木的收购及生产、经营不涉及国家进出口配额及许可证管理的装饰木制品及木构件等木材深加工产品。

二、本次非公开发行的背景

（一）行业发展背景

随着近年来全球家具需求的增加及全球进口家具市场的开放，全球的家具进出口贸易额一直稳定增长。当前，中国已经成为世界家具产业的出口大国，出口量近年来保持快速增长。2004–2014年，我国家具及其零件出口金额由101.67亿美元增加到520.22亿美元，年复合增长率近20%。十多年来，我国家具行业已经得到了长足的发展，并具备巨大的产业规模。家具出口成为拉动我国家具行业发展的重要因素，促进了家具行业的技术进步和生产的发展。与此同时，随着国民经济的持续增长和居民可支配收入的不断提高，国内居民消费升级不断推进，我国家具消费市场处在高速发展阶段。2004年至2014年，我国家具市场销售额由693.83亿元增长到6,462.75亿元，年复合增长率超过20%，高于社会消费品零售总额15%左右的年复合增长率。目前，消费者对家具的质量、档次、款式的要求越来越高，家具由功能型需求转向健康化、品质化需求，家具更新换代的周期逐渐缩短，家具产品的文化含量逐步增加，中高档产品的消费需求呈现上升趋势。在互联网及信息化技术发展的推动下，消费者个性化需求更为明显，提供整体家居“产品＋服务”一站式综合解决方案的商业模式将越发受到消费者的关注和青睐。

（二）公司经营背景

公司主要从事家具和木地板等木材深加工产品的研发、设计、生产与销售，主要产品包括木质家具和木地板两大系列，旗下拥有多个自主品牌。公司不仅是我国家具行业中少有的在国外市场采用自有品牌销售的企业之一，同时也是行业内为数不多的以家具生产制造为核心，纵贯“人工造林、林地采伐、木材加工、产品研发、生产制造、销售网络”完整产业链型一体化经营模式企业。公司在主业做大做强的同时，积极拓展主业延伸及相关领域多元化发展，以“产品＋服务”模式持续提升综合竞争优势。公司已成为我国家具行业中资产规模最大的公司之一，收入和利润水平也居行业领先地位。2014年末，公司资产总额达到1,024,965.61万元；2014年度，公司实现营业收入442,662.87万元，同比增长8.21%，实现净利润52,729.50万元，同比增长28.60%。

三、本次非公开发行的目的

（一）把握家居产业增长契机，加快“互联网＋泛家居”一体化战略布局

随着国民经济的持续增长和居民可支配收入的不断提高，国内居民消费升级不断推进，行业增长由出口拉动变为内销拉动，低端需求庞大、高端和个性化需求开始崛起，我国整个家具消费市场处在高速发展阶段。公司在良好的产业发展环境下，把握市场契机，构建一体化产业链经营体系，全面推进“互联网＋泛家居”一体化战略布局。一方面，公司通过整合上下游资源，已形成“人工造林—林地采伐（种植）—木材加工—产品研发生产—销售网络”的完整产业链，完成了木制家具的纵向全产业链延伸；另一方面，公司通过投权投资美乐、爱福窝等互联网家居平台，充分整合实体渠道资源与互联网平台的流量资源优势，通过对公司线下大型家居体验馆实体店进行互联网化改造，共同打造O2O泛家居线下开放平台店，塑造泛家居电商新业态。

为加快O2O线下开放平台的构建，实现泛家居生态圈内多品类产品高效、灵活的库存管理与精准配送，公司需要进一步完善和构建智能化的供应链管理体系。本次募集资金部分将用于投资泛家居供应链智能服务平台项目，该项目作为公司供应链服务环节的仓储资源与数据整合中心，一方面实现与公司前端互联网入口的数据交互、汇集线上垂直电商O2O平台、家具定制化设计平台、工程装饰设计平台的基础数据，通过大数据分析与处理，形成仓储配送信息流的传导与反馈；另一方面充分发挥供应链服务功能，实现库存仓储的优化管理与泛家居产业链的资源整合，提高运营效率，为公司后续战略合作与市场拓展提供服务支持。

（二）把握泛家居供应链智能服务平台建设的机遇，提升公司盈利能力

随着国民经济的持续增长和居民可支配收入的不断提高，国内居民消费升级不断推进，我国家具消费市场处在高速发展阶段。2004年至2014年，我国家具市场销售额由693.83亿元增长到6,462.75亿元，年复合增长率超过20%，高于社会消费品零售总额15%左右的年复合增长率。目前，消费者对家具的质量、档次、款式的要求越来越高，家具由功能型需求转向健康化、品质化需求，家具更新换代的周期逐渐缩短，家具产品的文化含量逐步增加，中高档产品的消费需求呈现上升趋势。在互联网及信息化技术发展的推动下，消费者个性化需求更为明显，提供整体家居“产品＋服务”一站式综合解决方案的商业模式将越发受到消费者的关注和青睐。

（三）公司经营背景

公司主要从事家具和木地板等木材深加工产品的研发、设计、生产与销售，主要产品包括木质家具和木地板两大系列，旗下拥有多个自主品牌。公司不仅是我国家具行业中少有的在国外市场采用自有品牌销售的企业之一，同时也是行业内为数不多的以家具生产制造为核心，纵贯“人工造林、林地采伐、木材加工、产品研发、生产制造、销售网络”完整产业链型一体化经营模式企业。公司在主业做大做强的同时，积极拓展主业延伸及相关领域多元化发展，以“产品＋服务”模式持续提升综合竞争优势。公司已成为我国家具行业中资产规模最大的公司之一，收入和利润水平也居行业领先地位。2014年末，公司资产总额达到1,024,965.61万元；2014年度，公司实现营业收入442,662.87万元，同比增长8.21%，实现净利润52,729.50万元，同比增长28.60%。

三、本次非公开发行的目的

（一）把握家居产业增长契机，加快“互联网＋泛家居”一体化战略布局

随着国民经济的持续增长和居民可支配收入的不断提高，国内居民消费升级不断推进，行业增长由出口拉动变为内销拉动，低端需求庞大、高端和个性化需求开始崛起，我国整个家具消费市场处在高速发展阶段。公司在良好的产业发展环境下，把握市场契机，构建一体化产业链经营体系，全面推进“互联网＋泛家居”一体化战略布局。一方面，公司通过整合上下游资源，已形成“人工造林—林地采伐（种植）—木材加工—产品研发生产—销售网络”的完整产业链，完成了木制家具的纵向全产业链延伸；另一方面，公司通过投权投资美乐、爱福窝等互联网家居平台，充分整合实体渠道资源与互联网平台的流量资源优势，通过对公司线下大型家居体验馆实体店进行互联网化改造，共同打造O2O泛家居线下开放平台店，塑造泛家居电商新业态。

为加快O2O线下开放平台的构建，实现泛家居生态圈内多品类产品高效、灵活的库存管理与精准配送，公司需要进一步完善和构建智能化的供应链管理体系。本次募集资金部分将用于投资泛家居供应链智能服务平台项目，该项目作为公司供应链服务环节的仓储资源与数据整合中心，一方面实现与公司前端互联网入口的数据交互、汇集线上垂直电商O2O平台、家具定制化设计平台、工程装饰设计平台的基础数据，通过大数据分析与处理，形成仓储配送信息流的传导与反馈；另一方面充分发挥供应链服务功能，实现库存仓储的优化管理与泛家居产业链的资源整合，提高运营效率，为公司后续战略合作与市场拓展提供服务支持。

图1 泛家居供应链智能服务平台辐射范围

本项目旨在通过泛家居供应链智能服务平台的建设，实现泛家居生态圈的体系构建与各要素的有机结合。本项目作为公司供应链服务环节的仓储资源与数据整合中心，一方面实现与公司前端互联网入口的数据交互、汇集线上垂直电商O2O平台、家具定制化设计平台、工程装饰设计平台的基础数据，通过大数据分析与处理，形成仓储配送信息流的传导与反馈；另一方面充分发挥供应链服务功能，实现库存仓储的优化管理与泛家居产业链的资源整合，提高运营效率，为公司后续战略合作与市场拓展提供服务支持。

图2 以供应链服务与数据交互平台为核心的泛家居生态圈

泛家居供应链智能服务平台项目运营模式如下：

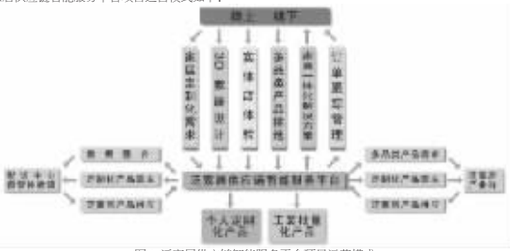

图3 泛家居供应链智能服务平台项目运营模式

线上、线下用户通过垂直电商O2O平台、家具定制化设计平台、工程装饰设计平台、将家居定制化需求、3D家居设计、多品类配套家居用品需求等信息汇总至泛家居供应链智能服务平台，由平台进行数据整合、分析、加工、处理，并给予用户一体化解决方案、订单跟踪管理等信息反馈，优化前端设计选购与后端销售服务环节的用户体验。泛家居供应链智能服务平台在用户需求信息处理的基础上，向配送物流中心与各地体验馆提供仓储与调配信息，实现产品的最优库存与精准配送，并根据配送物流中心与体验馆的信息反馈做进一步的仓储调整与采购安排。与此同时，智能服务平台向泛家居生态圈内的产业链上下游企业传导定制化产品、多品类配套产品等需求信息，在整合公司内外资源的基础上，完成个人定制化、工装批量化产品的精准供应。

泛家居供应链智能服务平台的基本架构如下：

图4 泛家居供应链智能服务平台基本架构

泛家居供应链智能服务平台主要由消费者大数据应用分析管理系统、智能仓储管理系统、智能配送管理系统三大系统架构组成。消费者大数据应用分析管理系统通过用户基本信息管理、工装订单管理、个人订单管理、订单反馈管理等子系统对美乐乐、爱福窝等互联网平台的用户数据进行汇集，利用大数据分析对用户注册基本信息、浏览商品目录、产品订单进行分析，并向前端的互联网平台与后端的仓储配送系统平台予以信息传递与反馈。智能仓储管理系统利用智能库存管理、RFID产品跟踪管理、智能分拣系统、智能控制系统的管理功能根据用户产品需求的区域分布、产品类型、生产能力、配送中心与体验馆的库存量等信息来分配订单，结合RFID技术完成产品的分拣出库以及全程监控。智能配送管理系统根据智能仓储管理系统的信息传导，完成O2O精准配送与外部供应链的智能调配。

2、项目实施背景

（1）宏观经济环境分析

①互联网与传统产业结合进一步深化

随着互联网与传统产业结合进程正不断加快，在一些领域如零售、通信、交通、金融等已对原有产业格局产生深远的影响。互联网对传统产业的影响主要体现在两方面：一方面，客户的消费行为越来越多在网上进行和完成，促使传统企业在现有的销售模式和营销策略的基础上加快互联网布局；另一方面，互联网经济所提倡的大胆创新精神、极致的用户体验和个性化自由化解决方案将进一步影响传统企业的经营理念。

在2015年政府工作报告中，李克强总理强调贯彻“互联网＋”，并提出制定“互联网＋”行动计划，意味着国家将加大力度推动互联网对传统产业进行持续升级，其影响面将涵盖更多领域。与此同时，国家也将鼓励发展与互联网相关的信息技术，如云计算、大数据处理等。互联网及其相关技术应用在传统企业的经营管理中将进一步深化。

②智能物联网技术发展提高供应链管理效率

智能物联网技术是工业生产制造智能化（工业4.0）中的重要组成部分，是基于互联网之上的对传统供应链体系的智能化升级，属国家大力支持发展的新一代工业技术。从行业来看，智能物联网目前主要运用于大型电商或零售企业，如沃尔玛、阿里巴巴、亚马逊等。智能物联网通过各种信息传感设备，如传感器、射频识别（RFID）技术、全球定位系统、红外感应器、激光扫描器、气体感应器等各种装置与技术，实时采集任何需要监控、连接、互动的物体或过程，采集其位置等信息。物联网与互联网结合形成一个巨大网络，智能处理物流业务体系及流程的再造，可极大程度上提高物品和资源的使用效率及物流管理水平。智能物联网在我国发展尚属起步阶段，随着技术的不断成熟，未来将能更好地企业的供应链系统形成对接。

③居民收入水平提升带动家庭消费升级

近年来，随着国民经济的快速发展，人民生活水平不断提高，对家庭消费品的需求已经从基本的物质型满足向配套提高型发展。国家统计局数据显示，2014年国内城镇居民人均可支配收入28,844元，比上年增长9.0%；2013年全国农村居民人均可支配收入10,489元，比上年增长11.2%。预计未来全国城镇居民收入仍然保持较快地稳定增长，其中，农村居民收入增长较快。随着我国城镇化工业化程加快，居民消费类型和行为已经发生了显著的变化，大额耐用消费品如汽车、住房等开始进入普及阶段。城镇居民收入水平的持续增长和居民消费结构的升级，为家庭消费品市场增长奠定了坚实的基础。

（2）行业发展趋势

①“互联网＋”带动泛家居消费需求改变与产业升级

在互联网信息技术的推动下，居民消费加速由网下向网上转移，据统计国内网上购物的规模已由2006年的263.10亿元增加至2014年的28,145.10亿元，复合增长率达到68.06%。在互联网经济的浪潮下，家具制造业的营销模式也被大大拓宽，销售渠道从传统的单一线下渠道转变为线上线下一体化的O2O电子商务模式，其对家居产业的影响主要体现在以下几个方面：

品牌营销方面，我国家居行业目前呈现小而散的格局，客户品牌意识模糊，忠诚度较低。家居企业可借助互联网平台增加与终端消费者的直接互动，如精准广告推送，线上折扣活动等。这将有助于提升制造商在消费者中的品牌知名度和认可度，为企业长远发展打下坚实基础。

产品销售方面，互联网对传统的单一线下销售模式进行了彻底颠覆，具体体现在线下实体店向客户体验留转型，实际销售下单移至网上电商平台。在互联网消费模式下，消费者偏好可提供一站式多品类消费体验的互联网平台，同时对个性化定量定制设计家具的需求也日益突显。

信息数据方面，互联网平台储存了大量的消费记录，为企业进行大数据分析提供了充足的原始数据来源，使家居企业能够根据客户消费偏好、习惯和特点及时调整自身战略定位。

②物联网技术提升泛家居产业的经营效率

在家具制造业并入互联网经济的大背景下，新兴电商销售模式也向企业供应链体系提出了新的要求。互联网购物模式下的订单量大、零散、覆盖地域广且需求高度多样化，所对应的仓储物流体系必须具备一体化智能分仓、拣选、调配、发货的能力，其信息化自动化的程度远远高于传统供应链体系。供应链升级的关键在于搭建智能物联网架构，利用RFID、条形码等技术将家具和各类家居用品接入网络，由供应链信息控制系统统一协调管理，达到对多品类产品进行精确跟踪、智能调配的目的。

物联网技术目前处于起步阶段，IC Insights数据显示，2014年具备连网及感测系统功能的物联网整体产值约483亿美元，同比增长21%，到2018年规模可望达到1,036亿美元，2013年至2018年复合成长率也将达21%。随着我国家具行业由粗放型向集约型转变，行业竞争日益激烈，物联网技术在家具行业的应用和普及也将是大势所趋。

③家居定制化、一体化服务的趋势日益明显

随着我国居民收入水平的持续上升，居民消费不仅在量上出现巨大增长，在质上也呈现全面升级的趋势，其在家居市场的体现为定制化家具需求的快速增长。中产阶级生活水平的提升直接带动家具消费从必要性消费转变为改善型消费，消费群体愈发关注家具本身所表达的文化内涵。与此同时，20–30年龄层人群逐渐成为家具消费的主力，其对家具的创意、时尚及个性化要求越来越高。传统的成品家具已经显然已不能满足这一新兴消费主体的个性化需求。在这一消费趋势下，定制家具的市场占有率将逐步提高。

家居消费主体向20–30年龄层人群转移也使家居一体化逐渐成为家居行业的主流消费趋势。家居一体化先对不同家居供应商提供的产品进行汇总整合，之后按需向终端消费者提供集室内装修设计、硬件施工、家具产品采购等一体化的综合配套销售，最大程度减少了消费者在设计、施工、装修、家具等家居要素之间的协调和搭配成本。提供家居一体化服务的通常为纯互联网家居销售平台，但近年来一些有实力的大型家具制造商也陆续在这个领域进行布局。家居一体化在保证家居整体风格协调一致的同时，为消费者提供了便捷的一站式服务体验，节省大量成本和时间，对新兴家居消费主体有较大的吸引力。

3、项目投资的必要性分析

（1）建设泛家居供应链智能服务平台是公司应对行业发展趋势、拓展国内市场的必然举措

随着国内经济的高速发展和生活水平的稳步提高，消费者对家居产品的空间、功能、风格等方面提出了更多个性化的要求，定制家具逐渐受到越来越多消费者的青睐。与此同时，互联网对传统家具销售模式的影响已经显现，一些家具设计平台、O2O销售平台发展迅速，互联网越来越成为线下实体交易的前台，成为展示、引流和销售的重要平台，而线下实体店则成为网络销售平台重要的体验中心、区域售后服务平台。

报告期内，公司为了应对行业发展趋势，积极拓展内销渠道，内销收入从2012年3.93亿元，增长到2014年9.22亿元，内销收入占比从11.79%提升到20.86%。此外，公司通过投权投资美乐乐等互联网家居平台，在传统营销模式的基础上新增互联网客户流量引导。虽然公司已逐步搭建起“自营体验店＋O2O电子商务平台”的销售渠道，但公司的生产基地、体验馆以及互联网家居销售平台还未做到产品流、信息流的共享与联通，公司尚未构建统一的订单、仓储、配送运营平台。另一方面，定制化的家具与工业化批量生产存在一定的矛盾，而智能高效的大数据分析整合系统的构建将通过订单进行审核、分类、排产，使一定数量同类板材的订单合并成一个加工批次，并形成加工、分拣、分包、入库等指令，由生产部门按照优化后的批次要求生产，最终实现大规模定制的柔性化生产，从而解决定制家具需求个性化与生产规模化生产的矛盾。因此，泛家居供应链智能服务平台项目的建设是实现大规模定制化家具生产的重要环节，是公司应对国内市场竞争的重要战略举措。

（2）建设泛家居供应链智能服务平台是公司实现“互联网＋泛家居”战略发展所必须的平台支持

在传统的经营模式下，公司按照订单进行批量化生产，其产品或通过国外大型经销商，或通过国内自营店、加盟商、经销商进行销售。随着公司构建泛家居生态链战略的逐步实施，公司通过投权投资美乐乐等家居电商平台，充分整合公司优质线下门店及销售网络与家居电商平台线上流量资源，共同打造O2O泛家居线下开放平台店，塑造泛家居电商新业态。与家居电商平台的合作所带来的销售模式的转变必然要求公司供应链管理方式的转变，从以往的大批量商品物流运输，逐步转变为高效、快速、灵活的精准配送，这对公司现有存货及仓储管理带来较大的挑战。公司必须快速搭建基于仓储管理的大数据分析平台，充分利用泛家居电商平台的网上流量信息对不同区域、不同时点的客户需求量及需求类型进行收集、分析和预测，实现库存管理的最优化和物流配送的智能化；同时建立更为现代化的仓储基地，从订单、库存、分仓、配送等方面满足互联网与实体店销售同步运营的供应链管理模式。因此，泛家居供应链智能服务平台的构建将通过“互联网＋”充分发挥公司的产业优势，产生资源整合上的协同效应，实现向泛家居产业链的跨越式发展。

（3）建设泛家居供应链智能服务平台有利于提高企业对供应商的管理和客户的服务能力

公司现有的信息系统可实现对供应商和总部客户的档案和流程的查询管理，但仅限公司生产基地的建成投产、国内销售网络的逐步建立，特别是公司与美乐乐、爱福窝等互联网家居平台的合作，进入以线上线下相融合方式的家具个性化定制业务领域，现有系统无法有效对各个平台进行整合。在供应商管理方面，通过构建泛家居供应链智能服务平台，公司将实现供应商与企业之间信息的无缝链接，加强对采购和生产环节的计划性，提高公司对上游业务环节的控制能力和对供应商产能及进度的管理能力。除对自有供应商进行管理，公司还将为美乐乐等电商平台的供应商提供包括仓储、配送管理在内的供应链服务。鉴于电商平台往往拥有数量众多、不同类别的供应商，采购品类繁多、管理难度较大，公司通过供应链服务平台的智能升级，提供高效快捷的一站式供应链服务，将进一步整合上游资源，加快O2O线下开放平台的构建。在客户服务方面，通过泛家居供应链智能服务平台的大数据应用分析，使研发设计人员和市场开拓人员深入了解不同客户对各类家具的个性化需求，及时发现潜在市场，帮助销售终端及时收集客户的市场反馈，加快客户需求信息的响应速度，深层次挖掘客户需求，提高客户对品牌的忠诚度。

（4）建设泛家居供应链智能服务平台有利于提高企业内部运营管理的能力

目前，公司虽然在各大部门均实行了信息系统管理，但由于公司各个系统主要为传统业务模式服务，协同管理的效率不高，随着公司泛家居生态链的构建，通过互联网以及O2O模式的销售规模不断扩大，各个互联网销售平台的需求日趋复杂，公司需要一套先进的集成化供应链系统来优化、完善业务流程、支撑互联网销售平台的管理需求。通过建立全面、完整的集中式供应链智能服务平台，不仅实现订单信息及时汇总，还使销售、生产、仓库、物流的信息能够互联互通，实现销售中各环节信息流、工作流的融合，确保销售以及营运信息全面快速反馈到管理层，从而加强公司对各个互联网销售平台以及自营体验店的管控力度，有效提升公司内部运营管理能力。

（5）建设泛家居供应链智能服务平台有利于提高企业决策分析能力

随着公司业务规模的不断扩大，面对的外部市场环境日益复杂，经营风险也有所提高，公司管理层对提高战略分析能力和决策质量的要求越来越强烈。通过建设泛家居供应链智能服务平台，应用大数据分析与处理技术，整合分布于公司研发、生产、销售、仓库等系统的业务数据，在公司建立统一的销售和供应链数据信息平台，利用相关的数据分析挖掘模型，为公司管理层的决策和战略规划提供高质量的全面的精准的定量分析依据，使公司决策层及时了解运营状况、市场营销情况和大众消费趋势，运用信息化手段提高决策分析能力，从而有效提高决策的质量，增强公司的竞争力。

4、项目投资的可行性

（1）家居产业发展前景良好

随着近年来全球家具需求的增加及全球进口家具市场的开放，全球的家具进出口贸易额保持稳定增长态势。中国作为世界家具产业的出口大国，出口量近年来保持快速增长。2004–2014年，我国家具及其零件出口金额由101.67亿美元增加到520.22亿美元，年复合增长率近20%。与此同时，随着国民经济的持续增长和居民可支配收入的不断提高，国内居民消费升级不断推进，我国家具消费市场处在高速发展阶段。2004年至2014年，我国家具市场销售额由693.83亿元增长到6,462.75亿元，年复合增长率超过20%，高于社会消费品零售总额15%左右的年复合增长率。公司在良好的产业发展环境下，把握市场契机，通过构建泛家居供应链智能服务平台，支持公司一体化产业链经营体系，全面推进“互联网＋泛家居”一体化战略布局。

（2）公司拥有优质的战略合作平台

截至本预案签署日，公司已与美乐乐家居电商平台形成股权与业务等多方面战略合作关系。美乐乐是国内知名的以O2O经营模式运营家具销售和家居服务的电子商务运营商，其运营的“美乐乐家居网”是中国网上家居产品销售领域的领先品牌，是中国家居领域最受消费者欢迎和最具行业影响力的电子商务网站之一，也是中国领先的家居电商O2O平台。通过与美乐乐的战略合作，公司将整合电商平台线上引流与线下实体体验馆的优势资源，共同打造O2O泛家居线下开放平台店，并吸纳第三方品牌入驻，丰富公司线上与线下的产品品类，从而实现传统家具企业单一品类产品销售的局限，由单纯提供产品向提供家居一体化服务方向转变，进一步满足消费者定制化与一站式采购的需求。与此同时，美乐乐将为公司投资建设的泛家居供应链智能服务平台项目提供平台IT技术支持，负责平台技术架构设计及软件开发、测试、运维，提供平台大数据分析技术服务。

（3）公司具备良好的信息化管理基础

公司自成立以来非常注重信息化系统的建设，2000年开始使用傲鹏信息管理系统，主要用于本地板的生产管理。公司于2005年建立ERP信息商务中心，2007年针对家具产品的生产开发“工厂综合信息管理系统”，可以对各工序、计件计算工资，实现精细化管理。财务信息化方面，公司于2002年引进金蝶K/3财务管理软件，并于2009年升级到金蝶K/3的11.0版本。公司通过近10年的信息化建设，培养了一批核心的技术骨干，既熟悉公司的业务流程，又深刻了解公司信息化建设的关键点，对公司建设泛家居供应链智能服务平台所需要的信息化技术支持做好了充分准备，为本项目的实施提供了有力的人才保障。

（二）补充公司营运资金

1、项目投资的必要性分析

（1）实现“互联网＋泛家居”一体化战略布局需要充足的资金保障

在国内消费升级、家居市场快速增长的背景下，公司借助其在领域的品牌知名度和资源优势积极扩大国内市场，在现有业务的基础上积极推进“互联网＋泛家居”一体化战略，全力打造“网络家居”平台，引领家居行业服务提升与变革，不断探索以“互联网＋”推动商业模式重构。公司目前已形成以艾梵塔（Avandeo）定制家居平台、多维尚书多功能家居平台、爱福窝云技术平台为基础的“泛家居”平台体系。下一阶段，公司一方面将通过与美乐乐打造O2O泛家居线下开放平台，利用公司实体渠道资源和“美乐乐家居网”的流量资源优势，对线下大型家居体验馆实体店进行互联网化改造，吸纳第三方品牌入驻，塑造泛家居电商新业态；另一方面，借助海尔家居“有住网”互联网家装平台，切入家装工程市场，与已构建的前端在线家装设计、家居产品生产制造资源互补，形成“泛家居”生态圈闭环。未来，公司将以O2O开放平台与互联网家装作为入口，汇聚庞大的高精准、强黏性的客户群体，在构建“泛家居”产业链的基础上提供大数据、智能家居、互联网金融等增值服务，创造新的利润增长点。通过本次非公开发行募集资金，可以不断扩大公司规模和实力增加公司营运资金，为公司进行“互联网＋泛家居”一体化战略布局提供充足的资金保障。

（2）适度补充流动资金有助于公司缓解营运资金压力，保持主营收入增长

公司通过首次公开发行及后续非公开发行股票与向原股东配售股份，迅速增强了公司资金实力。通过募集资金的运用，公司产品结构逐步多样化，高附加值产品的生产规模扩大，国内营销网络布局逐步完善，技术创新能力进一步提升，综合竞争力大大增强，销售收入呈快速增长态势。但是，随着公司营业收入的快速增长，公司营运资金需求增大。未来，随着公司规模化产业化发展战略推进，预计主营收入仍将保持较快增长，营运资金需求将进一步扩大。通过本次非公开发行股票募集资金补充流动资金，将有利于促进公司发展目标的实现。

（3）通过募集资金降低财务费用，提高持续盈利能力

报告期各期末，公司对银行的债务总额分别为170,267.22万元、176,994.61万元、273,721.92万元、334,282.57万元。具体如下：

单位:万元

项目	2015.06.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
短期借款	316,282.57	254,721.92	157,197.11	170,267.22
一年内到期的非流动负债	1,750.00	2,750.00	1,797.50	–
长期借款	16,250.00	16,250.00	18,000.00	–
合计	334,282.57	273,721.92	176,994.61	170,267.22

由上表可以看出，报告期内公司对银行的债务融资规模逐步增长。通过本次非公开发行股票募集资金，公司流动资金压力将得到一定程度缓解，从而满足公司业务快速发展对资金的需求；同时以股权融资的方式替代债务融资，可减少财务费用，进一步提高公司持续盈利能力，降低公司的财务风险。

2、项目投资的可行性

本次非公开发行股票募集资金部分用于补充流动资金符合相关法律法规和政策的规定，在法律上是切实可行的。同时，本次募集资金补充流动资金的规模系根据公司现有的资金情况、实际营运资金需求量，以及公司未来一段时期战略发展、研发投入和日常生产升级改造方面的资金需求，整体规模适当，既满足了公司发展的资金需求，也避免了对股东权益的过分摊薄，在经济上是切实可行的。

三、本次非公开发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响

公司通过本次非公开发行可进一步提高公司的资本实力，积极开拓市场，发展各项主营业务，为公司持续发展奠定坚实的基础。公司将借助在家居行业的品牌知名度，不断进行产业链的延伸、业务模式的升级，丰富公司产品层次，实现跨越式发展。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行股票募集资金到位后，公司总资产及净资产将相应增加，公司的资金实力、抗风险能力和持续发展能力将得以提升。本次募集资金部分用于补充流动资金后，公司流动资金压力将得到一定程度缓解，从而满足公司业务快速发展对资金的需求；同时以股权融资的方式替代债务融资，可减少财务费用，公司持续盈利能力进一步提高。

第五节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行后上市后对公司业务、资产、公司章程及股东结构、高管人员结构以及业务结构的影响

（一）本次发行后上市公司业务及资产是否存在整合计划

截至本预案签署日，公司不存在业务和资产的整合计划。

（二）对公司章程的影响

本次非公开发行完成后，公司股本相应增加，公司将按照发行的实际情况完成对《公司章程》中与股本有关的条款进行修改，并办理工商变更登记。截至本预案签署日，公司尚无其他修改或调整公司章程的计划。

（三）对股东结构的影响

本次非公开发行完成后，公司将增加不超过27,012,425股的有限售条件流通股份，控股股东宜华集团全额认购。假设本次非公开发行按最高数量发行股份，控股股东宜华集团的持股比例将由现在的23.84%提高到发行后的24.49%，保持控股地位。

本次发行不会导致公司实际控制权发生变化，发行后公司现控股股东宜华集团仍然保持控股地位。

（四）对高管人员结构的影响

截至本预案签署日，公司尚无对高级管理人员结构进行调整的计划。本次发行完成后，不会对高级管理人员结构造成重大影响。

（五）对业务结构的影响

本次非公开发行股票募集资金用于投资泛家居供应链智能服务平台项目，并补充公司经营所需的流动资金。本次非公开发行后，公司的主营业务不会发生变更。

二、本次发行后上市公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

本次非公开发行完成后，公司总资产、净资产将相应增加，建设资金及流动资金压力得到一定程度的缓解，资产负债率将有所下降，财务结构更加合理。

本次非公开发行股票募集资金到位后，公司的总股本增加较大，而募集资金使用产生的效益需要一定的时间才能体现，因此短期内可能会导致净资产收益率、每股收益等财务指标出现一定程度的下降。但随着募集资金投资项目同接效益逐步发挥，公司未来的盈利能力、经营业绩将会得到提升。

三、上市公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况

本次非公开发行完成后，公司与控股股东、实际控制人及其关联方之间的业务关系、管理关系、关联交易等状况均不会发生变化。

公司目前与控股股东宜华集团之间不存在同业竞争，也不会因为本次发行形成新的同业竞争。

四、本次发行完成后，上市公司不存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，或上市公司为控股股东及其关联人提供担保的情形

本次非公开发行完成后，公司不存在资金、资产被控股股东、实际控制人及其关联人占用的情形，也不存在公司为控股股东、实际控制人及其关联人提供担保的情形。

五、本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司的资金实力增强，资产的流动性大幅提升，资产负债结构得以优化，有利于降低公司的财务风险，提升公司后续