证券代码:603898　证券简称:好莱客

广州好莱客创意家居股份有限公司 2016年度非公开发行股票预案

（广州经济技术开发区东区连云路8号）

二零一六年四月

声 明

广州好莱客创意家居股份有限公司及董事会全体成员保证预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

本次非公开发行股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；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。

本预案是公司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。

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。

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需取得有关审批机关的批准或核准。

特别提示

1、本次非公开发行股票预案及相关事项已经公司第二届董事会第十四次会议审议通过。根据有关法律法规的规定，本次非公开发行股票方案尚需公司股东大会批准及中国证监会的核准。

2、本次非公开发行股票的发行对象范围为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者，发行对象不超过10名。证券投资基金管理公司以其管理的2只以上基金认购的，视为一个发行对象；信托投资公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在本次发行申请获得中国证监会的核准文件后，根据发行对象申购报价情况，遵照价格优先原则，由董事会与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

3、本次非公开发行的定价基准日为第二届董事会第十四次会议决议公告日（2016年4月19日）。本次非公开发行股票的价格不低于定价基准日前20个交易日股票交易均价的90%（注：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），即不低于25.50元/股。若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，公司将对发行底价进行相应调整。

最终发行价格由股东大会授权董事会在取得中国证监会关于本次非公开发行核准批文后，与保荐机构（主承销商）依据相关法律法规的规定和监管部门的要求，根据发行时发行对象申购报价情况，遵照价格优先的原则协商确定。

4、本次非公开发行股票数量不超过32,345,098股（含32,345,098股），募集资金总额不超过82,480万元（含82,480万元）。最终发行数量由董事会根据股东大会的授权、中国证监会相关规定及实际认购情况与保荐人（主承销商）协商确定。若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，本次非公开发行股票的数量将做相应调整。

5、本次非公开发行募集资金总额不超过82,480万元，扣除发行费用后将用于“定制家居智能生产建设项目”、“品牌建设项目”和“信息系统升级建设项目”三个项目。在本次非公开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相关法律规定的程序予以置换。若实际募集资金数额（扣除发行费用后）少于拟投入募集资金总额，在最终确定的本次募集资金投资项目范围内，公司将根据实际募集资金数额，按照项目的轻重缓急等情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目，优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

6、根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）以及《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号）的有关规定，公司进一步完善了股利分配政策，公司现行的《公司章程》以及经公司第二届董事会第十四次会议审议通过的《关于制定公司未来三年（2016年-2018年）股东分红回报规划的议案》对公司利润分配进行了明确规定。关于公司利润分配政策、最近三年现金分红情况及未来三年分红规划等，内容详见本预案“第五节 发行人利润分配政策及其执行情况”。

7、本次非公开发行股票前公司的滚存未分配利润由本次发行完成后新老股东共享。

8、本次发行对象认购的股份，自本次非公开发行结束之日起十二个月内不得转让。

9、本次非公开发行股票发行完毕后，公司控股股东与实际控制人不变，本次非公开发行股票不会导致公司股权分布不具备上市条件。

10、由于本次发行后公司股本总额和净资产规模将增加，募集资金投资项目实现经营效益需一定的时间，短期内可能导致公司净资产收益率等财务指标与上年同期相比出现一定程度的下降，本公司将面临当期净资产收益率被摊薄的风险。同时提示投资者，公司虽然为此制定了填补回报措施，但所制定的填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。公司将在定期报告中持续披露填补即期回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

第一节 释义

本预案中，除非另有特殊说明，下列词语具有如下意义：

发行人、好莱客、本公司、公司	指	广州好莱客创意家居股份有限公司
发行、本次发行、本次非公开发行	指	公司向特定对象非公开发行不超过32,345,098股（含32,345,098股）股A股股票的行为
公司章程	指	《广州好莱客创意家居股份有限公司章程》
本预案	指	广州好莱客创意家居股份有限公司2016年度非公开发行股票预案
定价基准日	指	公司第二届董事会第十四次会议决议公告日，即2016年4月19日
整体衣柜	指	基于消费者空间布局、风格样式、环保健康等多方面的个性化需求特征进行量身定做、个性化设计、标准化和规模化生产的定制化衣柜产品。
DSP	指	广告需求方平台，是指为广告主提供跨媒介、跨平台、跨终端的广告投放平台，通过数据整合、分析实现基于受众的精准投放，并且实时监控不断优化
SEM	指	搜索引擎营销，是指基于搜索引擎平台的网络营销，利用人们对搜索引擎的依赖和使用习惯，在人们检索信息的时候将信息传递给目标客户
SRM系统	指	供应商关系管理系统
MES系统	指	制造企业生产过程执行管理系统
SNS	指	社交网络服务，包括了社交软件和社交网站。
上交所	指	上海证券交易所
《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》
《上市规则》	指	《上海证券交易所股票上市规则》
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

注：除特别说明外，本预案若出现总数与各分项数值之和尾数不一致的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 发行概况

一、发行人基本情况

公司名称：广州好莱客创意家居股份有限公司

英文名称：Guangzhou Holike Creative Home Co.,Ltd

公司住所：广州经济技术开发区东区连云路8号

股票上市地：上海证券交易所

股票代码：603898

中文简称：好莱客

法定代表人：沈汉标

注册资本：29,400万元

董事会秘书：蒋乾乾

联系电话：020-89311886

邮箱：ir@holike.com

网站：www.holike.com

二、本次发行的背景和目的

（一）本次发行的背景

1、定制家居行业快速发展，市场需求有望保持持续增长

随着居民可支配收入的提高，人们对居住环境的个性化、环保性、质量和档次等方面的要求都在不断提高，而作为目前家居产品主力消费群体的80、90后年轻消费者，已不再拘泥于传统的成品家居，而是倾向于符合自身偏好和诉求的产品，并希望在居家生活中加入更多自主的创意与特色。定制家居凭借“量身定做、个性化设计”的特点深受消费者，尤其是年轻消费者的青睐。

“好莱客”品牌先后赞评为“中国整体衣柜十大品牌”、“最具品牌价值的定制家居企业”、“中国家居十大品牌”、2015年最大民企出博会中国企业联合馆“定制家居战略合作伙伴”等。2015年公司成功在上海证券交易所挂牌上市，成为上海主板第一家定制衣柜上市公司，公司品牌影响力得到进一步提升。

公司丰富的品牌运作经验以及大量忠实的消费群体为品牌建设项目的实施提供了基础和保障。

4、项目实施方案

（1）项目建设内容及预算

本项目主要包括新建广州市、智能立体仓库以及其他配套设施等，并通过引进先进的智能设备打造2条智能化定制家居生产线，提升公司生产过程的智能化水平。项目预计投资金额为55,063万元，其中建设投资50,055万元，铺底流动资金投资5,008万元，本项目投资金额全部由本次非公开发行募集资金投入，具体情况如下：

序号	募投项目构成	项目投资金额（万元）	比例
1	建设投资	50,055	90.90%
1.1	土建及其他工程费用	12,453	22.62%
1.2	装修费用	7,375	13.39%
1.3	设备购置费	27,844	50.57%
1.4	基本预备费	2,384	4.33%
2	铺底流动资金	5,008	9.10%
合计		55,063	100.00%

（2）项目建设周期

本项目建设期24个月。

（3）项目实施主体

本项目由公司全资子公司广州从化好莱客家居有限公司实施，募集资金以增资的方式投入广州从化好莱客家居有限公司。

（4）项目经济效益分析

经测算，本项目建成达产后，预计内部收益率（税后）为26.52%，项目静态回收期为5.67年（含建设期），因而本项目具有良好的经济效益。

5、募投项目涉及报批事项的说明

本项目用地面积为87,311.80m2，位于从化鳌头镇岭南村地段，广州从化好莱客家居有限公司已与广州市国土资源和房屋管理局签订《国有建设用地使用权出让合同》。本项目涉及的备案、环评等相关手续正在办理中。

（二）品牌建设项目

1、项目概况

“好莱客”品牌在定制家居市场中具有较高的知名度和影响力。伴随以移动互联网为代表的新媒体快速发展以及行业竞争对手的逐年增长，公司计划实施品牌建设项目，通过线上广告和线下广告相融合的方式，推广“定制家居大师”的品牌定位，进一步巩固和提升企业的品牌知名度，为公司业绩的持续增长提供保证。

2、项目必要性分析

近年来，由于定制家居行业市场容量迅速扩大，目前处于快速发展阶段，一些具有渠道、规模和资金实力的家具、地板、橱柜等企业相继进入，加上产品同质化现象越来越严重，行业市场竞争开始加剧。在日益激烈的市场竞争环境下，公司的品牌影响力在消费者购买决策中占据重要地位，而且公司品牌有助于公业建行市场定位，促进目标消费者形成对产品的偏好。因此，公司在扩大产品产能的同时，需要加大好莱客品牌的推广力度，充分利用品牌优势促进公司业绩的增长，提升企业的市场竞争力。

同时，公司主要采用以经销商为主、以直营店为辅的销售模式，而经销商则主要通过开设经销商门店的方式进行好莱客产品的终端销售，该模式实际是以公司品牌作为信用背书，经销商经营业绩的水平与公司品牌的知名度具有直接关系。另一方面，公司品牌的知名度和美誉度直接影响公司经销商及其门店的扩展速度，而经销商作为公司销售模式的主要构成，新增经销商或新开经销商门店有利于公司经销售渠道下沉，加快建设三、四线城市经销商渠道建设，进一步提升公司销售渠道方面的竞争优势。

此外，伴随互联网的快速发展，以移动互联网为代表的新媒体已经成为信息传播的主要渠道，而DSP/SEM广告、SNS类广告、手机移动端广告等逐步成为企业进行品牌宣传的主要手段之一；同时，80、90后消费者逐步成为社会消费主力，而他们更加青睐于时尚或具有创新性的品牌宣传方式。因此，公司需要通过品牌建设项目的实施，实现线上广告的融合、丰富品牌宣传方式，加大新媒体、移动互联网方面广告投入，迅速扩大品牌在年轻消费群体的影响力和渗透率。

3、项目可行性分析

从成立开始，公司即选择建立自主品牌，致力于成为整体衣柜行业的领跑者。公司抓住行业发展的契机，在整体衣柜细分行业深耕细作，市场地位不断提升。2013年公司开创了“全屋原态定制”业务定位，并通过国际设计大师保罗·安德鲁、吴作光等设计大师为品牌顾问及产品设计进行推广计划。2015年，公司对品牌定位进行升级，提出“定制家居大师”的发展思路，聚焦定制家居产品的设计和研发，为消费者提供以设计和研发为核心理念的健康定制家居产品，成为消费者心目中的定制家居大师，为消费者定制舒适的家。“好莱客”品牌先后赞评为“中国整体衣柜十大品牌”、“最具品牌价值的定制家居企业”、2015年最大民企出博会中国企业联合馆“定制家居战略合作伙伴”等。2015年公司成功在上海证券交易所挂牌上市，成为上海主板第一家定制衣柜上市公司，公司品牌影响力得到进一步提升。公司丰富的品牌运作经验以及大量忠实的消费群体为品牌建设项目的实施提供了基础和保障。

4、项目实施方案

（1）项目建设内容及预算

本项目主要包括品牌代言人投资以及营销推广费等，其中营销推广费用的支出主要用于综艺节目冠名或植入式广告、微电影广告植入、DSP/SEM广告、SNS类广告等线上广告以及公交车广告、果遮终端广告、交通枢纽广告等线下广告的支出。项目预计投资总额为16,799万元，本项目金额全部由本次非公开发行募集资金投入，具体情况如下：

序号	募投项目构成	项目投资金额（万元）	比例
1	品牌代言人投资	3,300	19.64%
2	营销推广费用	12,699	75.59%
3	基本预备费	800	4.76%
合计		16,799	100.00%

（2）项目建设周期

本项目建设期36个月。

（3）项目实施主体

本项目由好莱客实施。

（4）项目经济效益分析

本项目不单独产生直接的经济效益，但是通过本项目的实施，能够完善公司的品牌宣传方式，提升品牌宣传的精准度，进一步提高公司的品牌影响力，尤其在80、90后消费群体中建立起良好的品牌形象和知名度，进而提升公司产品的市场占有率，巩固了公司的品牌优势，最终带动公司业绩的增长。

5、募投项目涉及报批事项的说明

本项目涉及的备案手续正在办理中。

（三）信息系统升级建设项目

1、项目概况

在工业4.0以及中国制造2025背景下，为了提高公司的生产效率和智能化水平，公司除了引进先进的智能机器设备外，还需要加强公司信息化建设方面的投入，最终在企业内部实现信息化和工业化的融合。公司计划实施信息系统升级建设项目，对企业资源计划系统（ERP）、供应商关系管理系统（SRM）、制造企业生产过程执行管理系统（MES）进行升级改造，并配合定制家居智能生产建设项目，提高公司生产智能化水平。

2、项目必要性分析

（1）工业4.0以及中国制造2025背景下，公司需要升级信息系统

近年来，全球进入第四次工业革命周期，基于信息物理系统的智能装备、智能工厂等智能制造正在引领制造方式变革，各国加大科技创新力度，通过将新一代信息技术与制造业深度融合的方式提升制造的智能化水平。工业4.0概念强调信息技术带动制造方式的变革，利用互联网、物联网、云技术等科技实现工厂智能化、生产智能化和物流智能化，进而实现节约生产成本、提高生产效率的目的。2015年，国务院印发《中国制造2025》，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（工业化和信息化）深度融合的主攻方向，着力发展智能装备和智能产品，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平。

公司产品主要以定制化的产品为主，个性化生产部分比例较高，生产模式具有个性化、小批量、多批次的特点，公司对于规模化生产的需求较为迫切。因此，公司急需通过对公司信息系统进行升级，对业务流程进行再造，在以在企业级信息系统（ERP）和生产管理环节实施制造企业生产过程执行管理系统（MES）为基础的信息系统框架下，推进先进生产设备的信息化和生产过程的智能化，提升企业在采购、生产、仓储、销售等各业务环节的智能化水平。

（2）全面升级企业信息系统，优化整体协同运作能力

2013年-2015年，公司营业收入复合增长率为29.05%，实现了较为稳定的快速增长。公司业务规模的快速增长对公司的信息化管理能力提出了新的要求。公司属于定制化生产模式，要实现定制化设计下的规模化生产，除了智能化生产设备外，还必须通过提升信息化管理水平，提高采购、生产、仓储、销售各环节之间的衔接速度和精度，实现生产端与设计端、采购端等各环节之间无缝对接，进而提升生产效率和产品品质，缩短交货周期。同时，伴随公司业务规模的扩大，公司各业务环节处理的信息量规模快速增长，这种降低企业的管理效率，公司必须利用信息技术化手段实现各部门内部以及跨部门间的协同合作，并建立其业务流程节点的标准化、透明化流程，最终提升企业整体运作效率和内部协调水平。此外，公司信息系统的升级有利于实现各业务环节之间的数据共享，提升大数据处理能力，再通过数据分析的方式对公司的各业务环节进行智能控制，并对供应商、经销商的综合表现进行评估。

3、项目可行性分析

近年来，公司重视信息系统方面的研发和投入。公司通过首次公开发行股票募集资金4,122.00万元用于“信息系统升级技术改造项目”，在企业的管理、采购、生产、销售等各方面建立信息化管理体系，打造了一个集物流、信息管理、数据分析等多个子系统于一体的综合信息系统，因此，公司在信息化管理方面具有丰富的运营经验。同时，为了满足生产智能化付款信息化水平的要求，公司建立了具有专业化信息技术从业背景的技术团队，将为信息系统升级建设项目的实施提供全面程度的支持与运营指导；而拥有专业生产、采购等业务经验的管理人员，有利于公司加快供应商关系管理系统（SRM）、制造企业生产过程执行管理系统（MES）与公司主管采购、生产等业务流程的磨合，进一步提升公司信息化运作效率。

除了专业的人才队伍和丰富的信息化管理经验外，公司近年来购买了大量的智能化生产设备，本次募投项目定制家居智能生产建设项目的实施有利于公司生产设备自动化水平的提高，先进的生产设备拥有信息对接端口，能够有效的执行信息系统的指令。智能化的生产设备和生产线与公司信息系统升级建设项目的结合，能够帮助公司实现生产的智能化。

4、项目实施方案

（1）项目建设内容及预算

①企业资源计划系统（ERP）升级，公司通过向SAP公司或Oracle甲骨文采购应用软件，并聘请专业的信息咨询公司负责调试和实施，实现公司对销售与分销（SD）、库存与采购（MM）、生产管理（PP）、财务管理（FI）、成本管理（CO）、人力资源管理（HR）、质量管理（QM）、设备管理（PM）、仓库管理系统（WM）九大模块的升级和再造，进一步满足公司生产智能化以及业务规模扩大的需要。

②供应商关系管理系统（SRM）升级。公司通过升级供应商关系管理系统，提升供应链运转效率和透明化管理水平，并通过大数据整合和分析报高，优化采购计划，降低公司采购的库存成本。

③制造企业生产过程执行管理系统（MES）升级。制造企业生产过程执行管理系统（MES）升级配合定制家居智能生产建设项目的实施，在企业内部实现工业化和信息化的融合，大幅提升公司生产的智能化水平。

④定制家居智能生产建设项目IT基础设施建设。该部分的实施主要是为了实现定制家居智能生产建设项目的智能化而进行的配套IT基础设施建设。

项目预计投资总额为10,618万元，本项目金额全部由本次非公开发行募集资金投入，具体情况如下：

序号	募投项目构成	项目投资金额（万元）	比例
1	定制家居智能生产建设项目IT基础设施建设	500	4.71%
2	企业资源计划系统（ERP）升级	4,400	41.44%
3	供应商关系管理系统（SRM）升级	1,620	15.26%
4	制造企业生产过程执行管理系统（MES）升级	2,800	26.37%
5	人员费用	792	7.46%
6	基本预备费	506	4.76%
合计		10,618	100.00%

（2）项目建设周期

本项目建设期24个月。

（3）项目实施主体

本项目由好莱客实施。

（4）项目经济效益分析

本项目属于信息化建设项目，具体经济效益无法定量测算。预计信息系统升级建设项目建成后将产生三个方面的效益：①进一步提高公司的信息化管理水平，实现公司各业务环节的数据共享，优化整体协同运作能力；②与定制家居智能生产建设项目进行融合，提升生产智能化水平；③实现公司生产端与设计端、采购端等各环节之间无缝对接，进而提升生产效率和产品品质，缩短交货周期，提升公司核心竞争力。

5、募投项目涉及报批事项的说明

本项目涉及的备案手续正在办理中。

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

本次非公开发行募集资金拟用于“定制家居智能生产建设项目”、“品牌建设项目”和“信息系统升级建设项目”三个项目。本次募集资金投资项目符合中国制造2025的国家方针政策以及公司未来的整体发展战略，有利于公司把握市场机遇，提升生产智能化水平，拓展品牌影响力，进一步增强公司的核心竞争力和可持续发展能力，具有良好的市场发展前景和经济效益。

本次募集资金投资项目实施完毕后，公司将新增产能600万m2，有利于公司解决产能不足的瓶颈，抓住市场需求快速增长的机遇实现企业规模的持续增长；同时，公司本次募投项目中“定制家居智能生产建设项目”和“信息系统升级建设项目”的实施，实现了企业先进智能生产设备和信息技术的融合，提高了企业的柔性化生产能力，有利于公司在产品定制化的条件下实现规模化生产，提高了公司的生产效率，缩短了产品生产周期；而“信息系统升级建设项目”的实施还有利于公司对现有业务流程进行再造，通过流程标准化、数据共享和分析的方式实现企业内部各环节的衔接，提高了企业内部各部门的协同运作能力，降低了管理成本。此外，“品牌建设项目”的实施有利于公司通过不同媒介对不同年龄段或不同偏好的消费者进行精准营销，进一步提高品牌影响力，这有利于“定制家居智能生产建设项目”效益的体现，并最终实现公司经营业绩的持续增长。

本次发行募集资金的用途合理、可行，符合国家产业政策和公司发展战略的需要，有助于公司提高市场占有率，提升综合竞争力。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司的总资产及净资产规模均相应增加，资金实力得到进一步提升，为后续发展提供有力保障。随着公司募集资金投资项目实施完毕，虽然短期内会导致固定资产折旧和无形资产摊销增加，但伴随投资项目经济效益的逐步释放，对公司经营业绩的提升将逐渐显现。

第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行对公司业务、收入、公司章程、股东结构、高级管理人员以及业务结构的影响

（一）业务及资产整合计划

本次发行完成后，公司的主营业务保持不变。截至本预案公告日，公司尚无业务及资产整合计划。

（二）修改公司章程的计划

本次非公开发行股票完成后，公司的股本总额将增加，股东结构将发生一定变化，公司将按照发行的实际情况对《公司章程》中相应条款进行修改，并办理工商变更登记。

（三）对股东结构和高管人员结构的影响

本次非公开发行结束后，公司将新增不超过32,345,098股股票，沈汉标作为公司发行前的控股股东、沈汉标和王妙玉夫妇作为公司发行前的实际控制人，在本次非公开发行完成后不会发生变化。此外，本次非公开发行完成后，公司的高级管理人员结构不会发生变化。

（四）对业务结构的影响

本次非公开发行完成后，有助于公司提高生产智能化水平，提升公司柔性化生产能力，从而为公司业务的发展打下良好的基础。同时，公司持续加大品牌推广力度，通过线上和线下相结合的方式对公司品牌进行营销推广，打造“定制家居大师”的品牌形象。此外，伴随本次募投项目的实施，公司信息化水平进一步提高，内部运营效率将显著提高。

二、本次发行对公司财务状况、盈利能力及现金流的影响

（一）本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司的总资产、净资产规模相应增加，资金实力得到有效增强，资产负债率进一步降低。公司的竞争优势及整体实力将得到进一步增强，对于公司可持续发展目标的实现具有重要的战略意义。

（二）本次发行对公司盈利能力的影响

本次发行后，公司总股本增大，总资产、净资产增加，短期内公司的净资产收益率有所下降。但随着募集资金投资项目效益的实现，公司未来营业收入和盈利能力将会得到提升。

（三）本次发行对公司现金流量的影响

本次非公开发行募集资金到位后，公司筹资活动产生的现金流入将大幅增加；随着募投项目的逐步实施，投资活动产生的现金流出将大幅增加。随着募集资金投资项目投产和产生效益，未来经营活动现金流入将逐步增加。

三、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

公司与实际控股股东和实际控制人及其控股人及其关联人之间的业务关系、管理关系、同业竞争情况均不会因本次发行而发生变化。本次发行完成后，不会增加公司与控股股东和实际控制人及其关联人间的关联交易。本次发行完成后，不会导致公司与控股股东及其关联人之间产生同业竞争的情况。

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

本次发行完成后，公司不会存在资金、资产被控股股东和实际控制人及其关联方占用的情形，亦不会存在公司为控股股东和实际控制人及其关联方进行违规担保的情形。

五、本次非公开发行对公司负债情况的影响

截至2016年3月31日，公司合债总额为16,144.54万元，合并口径资产负债率为14.37%。本次非公开发行完成后，公司的净资产规模将大幅增加，资产负债率将出现一定程度的下降，公司资产负债结构将更加稳健，抗风险能力将进一步增强。

六、本次股票发行相关的风险说明

（一）市场竞争风险

近年来随着城镇化的发展、居民生活水平的提高和健康环保意识的增强，定制家居行业发展迅速。由于定制家居行业市场容量迅速扩大，发展前景良好，一些传统家具、地板、橱柜等企业相继进入，导致行业市场竞争开始加剧。随着行业发展日益成熟，定制家居行业面临的市场竞争已经逐步由业内知名企业之初始价格竞争转变为品牌营销、渠道建设、产品设计、定制服务、柔性化生产等方面的综合竞争。如果市场竞争日益激烈使公司市场份额出现下滑，或者市场竞争日趋激烈导致行业平均利润水平持续下降，公司经营业绩可能会受到一定影响。

（二）原材料价格波动风险

报告期，公司产品生产所需主要原材料为中密度纤维板、禾香板、铝型材、百叶板、五金配件等。公司直接材料占主营业务成本的比例较高，因此，直接材料对主营业务成本的影响较大。近年来，部分原材料采购价格出现一定波动。如果原材料价格持续上升或剧烈波动，可能影响公司的经营业绩和盈利能力。

（三）募集资金投资项目实施的风险

本次非公开发行募集资金总额不超过82,480万元，扣除发行费用后将用于“定制家居智能生产建设项目”、“品牌建设项目”和“信息系统升级建设项目”三个项目，上述项目的顺利实施，将有助于公司扩大产能、提升生产效率、升级信息化管理水平以及增强品牌影响力。虽然上述项目经过了充分的市场调研、论证，项目的市场前景良好，且公司在人员、技术、市场等方面均做了相应的储备，但由于市场环境瞬息万变，项目实施的不确定性因素较多，未来募集资金投资项目的实施过程、建设进度、市场推广效果、项目收益等均可能与预测情况存在差异。因此，本次募集资金投资项目客观上存在项目不能如期完成或不能实现预期收益的风险。

（四）业务规模迅速扩张引致的经营管理风险

伴随募集资金投资项目的实施，公司整体经营规模将大幅提升，从而在组织设置、经销商管理、生产管理、采购管理、销售管理、财务管理及相关内部控制制度建立等方面对公司管理提出更高要求。公司若不能及时适应和调整完善，持续提高公司各投资项目的管理能力，可能引发运营风险加大、客户满意度下降、人员流失等诸多问题，将对公司的整体运营造成不利影响，存在一定的经营管理风险。

（五）审批风险

本次非公开发行股票尚需提交公司股东大会审议批准，并需取得中国证监会的核准。能否取得相关的批准或核准，以及最终取得批准和核准的时间存在不确定性。

本次非公开发行的发行结果将受到证券市场整体情况、公司股票价格走势、投资者对本次发行方案的认可程度等多种内、外部因素的影响，存在不能足额募集所需资金的风险。

（六）本次非公开发行导致原股东分红减少、表决权被摊薄的风险

本次非公开发行后，公司总股本和净资产将相应增加，而本次募集资金使用效益需要一定的时间才能体现。因此短期内公司的净资产收益率等财务指标将可能出现一定程度的摊薄。虽然公司通过制定未来三年股东回报规划等方式降低股东分红减少的影响，但是本次非公开发行将导致公司原股东分红减少、表决权被稀释的风险仍将存在。

（七）本次非公开发行股票摊薄即期回报的风险

由于本次发行后公司股本总额和净资产规模将增加，募集资金投资项目实现经营效益需一定的时间，短期内可能导致公司净资产收益率等财务指标与上年同期相比出现一定程度的下降。本公司将面临当期净资产收益率被摊薄的风险。同时提示投资者，公司虽然为此制定了填补回报措施，但所制定的填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。公司将在定期报告中持续披露填补即期回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

（八）股票市场价格波动风险

影响股票价格波动的原因十分复杂，股票价格不仅受公司的经营状况、盈利能力和发展前景的影响，同时受国家的宏观经济状况、国内外政治环境、利率、汇率、通货膨胀、市场买卖力量以及投资者心理预期的影响而发生波动。我国资本市场属新兴市场，股票价格波动较国外成熟市场更大。因此，提请投资者关注股票价格波动的风险。

第五节 发行人利润分配政策及其执行情况

一、公司利润分配政策

根据《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）、《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄及其回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31号），公司就本次非公开发行股票事项对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，就上述规定中的有关要求落实如下：

一、本次非公开发行对公司主要财务指标的影响

（一）主要假设

1、假设本次非公开发行方案于2016年11月底实施完毕，该完成时间仅为估计，最终以中国证监会核准本次发行后的实际完成时间为准。

2、根据公司2015年年度报告，2015年归属于公司股东的净利润为16,243.97 万元，扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润为15,319.74万元。2016年归属于公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润分别按照较2015年同比增长10%、20%以及30%的增幅进行测算。该假设并不代表公司对2016年的盈利预测，亦不代表公司对2016年经营情况及趋势的判断。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资造成损失的，公司不承担赔偿责任。

3、假设本次非公开发行募集资金82,480万元，暂不考虑发行费用。

4、假设本次非公开发行的发行价格为25.50元（不低于定价基准日前20个交易日均价的90%），本次发行数量为32,345,098股。最终发行价格、发行数量由公司董事会在取得中国证监会关于本次发行的核准文件后，由董事会与保荐机构、主承销商根据发行对象申购报价情况，按照《上市公司非公开发行股票实施细则》等的相关规定确定。

5、假设未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响。

6、2016年4月8日，公司第二届董事会第十二次会议审议通过了《关于公司2015年度利润分配的预案》，以公司总股本294,000,000股为基数，向全体股东每10股派发现金红利1.70元（含税），合计派发现金红利4,998.00万元。该方案尚需股东大会审议。假设该分配方案于2016年5月实施完毕。

7、2016年4月8日，公司第二届董事会第十三次会议、第二届监事会第十次会议审议通过《关于<广州好莱客创意家居股份有限公司限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》，首次授予13名激励对象660万股。该方案尚需股东大会审议。假设该股权激励方案于2016年5月实施完毕。

在预测公司总股本时，以本次非公开发行前总股本为基础，仅考虑本次非公开发行股票以及截至目前已公告的限制性股票激励计划和利润分配方案的影响，不考虑其他因素导致股本、净资产发生的变化。

（二）对公司主要财务指标影响

基于上述假设，按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的相关要求，测算了本次非公开发行对公司主要财务指标的影响如下：

项目	2015年度/2015年12月31日	2016年度/2016年12月31日	
		发行前	发行后
总股本（股）	294,000,000	300,600,000	332,945,098
本次发行募集资金总额（万元）			82,480
情形1：2016年扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润较2015年增长10%			
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	15,319.74	16,851.72	16,851.72
基本每股收益（元）	0.54	0.57	0.56
稀释每股收益（元）	0.54	0.57	0.56
加权平均净资产收益率	19.02%	15.86%	14.89%
情形2：2016年扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润较2015年增长20%			
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	15,319.74	18,383.69	18,383.69
基本每股收益（元）	0.54	0.62	0.61
稀释每股收益（元）	0.54	0.62	0.61
加权平均净资产收益率	19.02%	17.17%	16.13%
情形3：2016年扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润较2015年增长30%			
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	15,319.74	19,915.67	19,915.67
基本每股收益（元）	0.54	0.67	0.66
稀释每股收益（元）	0.54	0.67	0.66
加权平均净资产收益率	19.02%	18.46%	17.35%

注：

1、基本每股收益（发行前）=2016年度扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润/当期发行在外普通股的加权平均数（剔除非公开发行影响）；

2、基本每股收益（发行后）=2016年度扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润/当期发行在外普通股的加权平均数（含非公开发行的影响）；

3、稀释每股收益（发行前）=2016年度扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润/当期发行在外普通股的加权平均数+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数（剔除非公开发行影响）；

4、稀释每股收益（发行后）=2016年度扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润/当期发行在外普通股的加权平均数+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数（含非公开发行的影响）；

5、加权平均净资产收益率（发行前）=2016年度扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润/期初期末归属于母公司所有者权益的加权平均值（剔除非公开发行影响）；

6、加权平均净资产收益率（发行后）=2016年度扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润/期初期末归属于母公司所有者权益的加权平均值（含非公开发行的影响）。

二、本次非公开发行股票摊薄即期回报的风险提示

由于本次发行公司股本总额和净资产规模将增加，募集资金投资项目实现经营效益需一定的时间，短期内可能导致公司净资产收益率等财务指标与上年同期相比出现一定程度的下降，本公司将面临当期净资产收益率被摊薄的风险。同时提示投资者，公司虽然为此制定了填补回报措施，但所制定的填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。公司将在定期报告中持续披露填补即期回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

三、董事会选择本次融资的必要性和合理性

（一）本次融资的必要性

一方面，随着居民可支配收入的提高，人们对居住环境的个性化、环保性、质量和档次等方面的要求都在不断提高，而作为目前家居产品主力消费群体的80、90后年轻消费者，倾向于符合自身偏好和诉求的产品，并希望在居家生活中加入更多自主的创意与特色。同时，随着改革开放后的“婴儿潮”（1986-1991）中的出生人口逐渐步入婚育阶段，而婚育人口住房中，小户型住房需求且益增加，消费者对房屋空间的利用率要求日益提高。此外，伴随城镇化率的提高，城镇人口的持续增长必然带动住房刚需的持续放量。受上述因素影响，以“量身定做、个性化设计”为特点的定制家居行业处于快速发展阶段，市场需求有望持续增长。

另一方面，伴随“工业4.0”概念的兴起以及《中国制造2025》的推出，信息化和工业化的全面融合催生了制造业向智能化进行升级转变。生产智能化将在极大程度上提高企业的生产效率、增加运营弹性、缩短需求响应时间、降低