（上接B118版）

1、最近三年内被证券交易所公开谴责或宣布为不适当人选的；
2、最近三年内因重大违法违规行为被中国证监会予以行政处罚的；
3、具有《公司法》规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员情形的；
4、公司董事会认定其他严重违反公司有关规定的。
董事会经过认真核查，认为公司及激励对象均未发生或不属于上述任一情况，激励计划的授予条件已经满足。
四、限制性股票的授予情况
1、限制性股票的授予日：2016年7月18日
2、授予限制性股票的对象及数量：

姓名	职务	获授的限制性股票数量（万股）	占授予限制性股票总数的比例	占目前总股本的比例
徐建安	董事	17.79	4.14%	0.07%
毛智慧	执行总经理	35.06	8.15%	0.14%
孔毓	副总经理	28.78	6.69%	0.12%
李双侠	副总经理	17.56	4.08%	0.07%
刘勇	副总经理	8.25	1.92%	0.03%
王薇	副总经理、董事会秘书	2.98	0.69%	0.01%
中层管理人员、核心业务（技术）人员（69人）		319.58	74.32%	1.28%
合计		428.92	100%	1.72%

注：以上百分比计算结果四舍五入，保留两位小数
3、授予价格：本次限制性股票授予价格为每股14.33元。
4、授予限制性股票的激励对象共75名，授予的限制性股票数量为428.92万股。
5、本次股权激励实施后，将不会导致股权分布不符合上市条件要求。
五、监事会、独立董事、律师的核实意见
（一）监事会意见
公司监事会对本次限制性股票激励计划确定的激励对象是否符合授予条件进行核实后，认为：
1、本次授予的激励对象具备《公司法》、《证券法》、《公司章程》等法律、法规和规范性文件规定的任职资格，不存在最近三年内被证券交易所公开谴责或宣布为不适当人选，也不存在最近三年内因重大违法违规行为被中国证监会予以行政处罚的情形，符合《上市公司股权激励管理办法（试行）》、《股权激励有关事项备忘录1 号》、《股权激励有关事项备忘录2 号》、《股权激励有关事项备忘录3 号》（以下合称“《股权激励有关备忘录1–3号》”）规定的激励对象条件，其作为公司本次股权激励计划的激励对象的主体资格合法、有效。
2、本次限制性股票激励计划除自愿放弃的激励对象外剩余的授予激励对象人员名单与公司2016年第三次临时股东大会批准的限制性股票激励计划中规定的激励对象相符。
（二）独立董事的独立意见
本次限制性股票的授予日为2016年7月18日，该授予日符合《上市公司股权激励管理办法（试行）》、《股权激励有关备忘录1–3号》等法律、法规以及公司《限制性股票激励计划（草案）》中关于授予日的相关规定，同时本次授予也符合公司股权激励计划中关于激励对象获授限制性股票的条件的规定。
公司调整后的限制性股票激励计划所确定的激励对象不存在禁止获授限制性股票的情形，激励对象的主体资格合法、有效且激励对象范围的确定符合公司实际情况以及公司业务发展的实际需要
因此，我们一致同意公司本次限制性股票激励计划的授予日为2016年7月18日，并同意向符合授予条件的75名激励对象授予428.92万股限制性股票。
（三）律师的法律意见
国浩律师（上海）事务所关于公司股权激励计划授予事项出具的法律意见如下：本次授予已获得现阶段必要的批准和授权；本次授予的授予对象和授予日符合《上市公司股权激励管理办法（试行）》、《股权激励有关备忘录1–3号》、深圳证券交易所《中小企业板信息披露业务备忘录第4号：股权激励限制性股票的取得与授予》的相关规定并满足所规定的授予条件；本次授予尚需根据相关规定履行信息披露义务，向深圳证券交易所和中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司办理确认、登记手续。
六、限制性股票的授予对公司相关年度财务状况和经营成果的影响
根据《企业会计准则第11号——股份支付》和《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》的规定，公司本次激励计划限制性股票的授予对公司相关年度的财务状况和经营成果将产生一定的影响。董事会已确定激励计划的授予日为2016年7月18日，在2016年–2019年将按照各期限制性股票的解锁比例和授予日限制性股票的公允价值总额分期确认限制性股票激励成本。经测算，本次限制性股票激励成本合计为2342.54万元，则2016年–2019年限制性股票成本摊销情况见下表：

授予的限制性股票（万股）	需摊销的总费用（万元）	2016年（万元）	2017年（万元）	2018年（万元）	2019年（万元）
428.92	2342.54	683.24	1015.10	488.03	156.17

激励计划限制性股票激励成本将在管理费用中列支。上述对公司财务状况和经营成果的影响仅为测算数据，应以会计师事务所出具的年度审计报告为准。
七、参与激励的董事、高级管理人员在授予日前6个月买卖本公司股票情况的说明
我公司董事、高级管理人员在授予日前6个月不存在买卖本公司股票的情况。
八、激励对象认购限制性股票及缴纳个人所得税的资金全部自筹，公司承诺不为激励对象依激励计划获取标的股票提供贷款以及其他任何形式的财务资助，包括为其贷款提供担保。
九、备查文件
1、第三届董事会第二十次临时会议决议公告；
2、第三届监事会第十六次临时会议决议公告；
3、独立董事关于第三届董事会第二十次临时会议相关事项发表的独立意见；
4、国浩律师（上海）事务所关于《东易日盛家居装饰集团股份有限公司限制性股票激励计划授予相关事项的法律意见书》。
特此公告

东易日盛家居装饰集团股份有限公司
董事会
二〇一六年七月十九日

证券代码：002713　证券简称：东易日盛　公告编号：2016–054

东易日盛家居装饰集团股份有限公司关于非公开发行股票募集资金使用的可行性报告

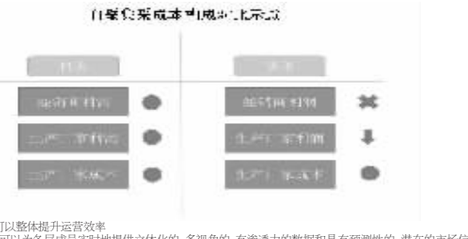
本公司及全体董事保证信息披露内容的真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

东易日盛本次非公开发行股票募集资金用于投资“家装行业供需链智能物流仓储管理平台建设项目”、“数字化家装体验系统建设项目”（以下简称“项目”或“本项目”）。其中，家装行业供需链智能物流仓储管理平台建设项目建成后，将有利于公司提升服务质量和效率，整合家装行业上下游物流资源，降低运营成本，完善公司供应链管理，巩固公司行业地位，提高公司综合竞争。数字化家装体验系统项目建设完成后，加快纵向一体化、标准化运营管理水平，推动传统家装企业向着系统化、规模化发展，是公司战略发展方向的延续和升级。不仅提升公司的客户转化率、客单量等营业指标，而且增强公司抗风险能力，实现可持续发展，为股东创造更大的价值。
本次非公开发行股票募集资金的运用合理、可行，符合本公司及全体股东的利益。
一、本次募集资金的使用计划
本次非公开发行股票募集资金总额不超过70,000万元，扣除发行费用后拟用于如下项目：

单位：万元

项目名称	项目总投资金额	募集资金使用金额
家装行业供需链智能物流仓储管理平台建设项目	77,278.47	57,000.00
数字化家装体验系统建设项目	16,473.50	13,000.00
合计	93,751.97	70,000.00

若本次发行实际募集资金净额少于上述项目募集资金拟投入总额，不足部分由发行人以自有资金或通过其他融资方式解决。
在本次募集资金到位前，发行人将根据项目进度的实际情况通过自筹资金进行部分投入，并在募集资金到位后予以置换。在不改变本次募投项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。
二、募集资金投资项目基本情况及可行性分析
（一）家装行业供需链智能物流仓储管理平台建设项目
1、项目概况
本项目通过搭建家装行业的供需链智能仓储物流及其管理系统，搭建具有全生命周期的供需链流程，包含家装行业物料、信息、资金和知识流，其目的是通过众多链接在一起的供应商提供产品和服务，满足最终用户的需求。
家装行业供需链智能物流仓储管理系统包括仓储系统、物流系统、信息化管理平台、质量管理系统、数据业务化分析系统等。其中仓储系统包括在全国范围内的主要城市和地区建设6个一级仓和18个二级仓，以及36个三级仓。信息化管理平台包括订单管理系统、仓储管理系统、运配管理系统、结算管理系统、计费管理系统、合同管理系统等系统。质量管理系统包括视频监控系统、风险管理系统。
2、项目的背景
（1）中国家装行业整体市场规模持续增长
当前，中国经济发展正从高速增长转向中高速增长、从规模粗放型转向质量效率型、从传统增长点转向新的增长点的“新常态”。随着《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》正式公布，“十三五”期间已经到来，我国经济、社会发展的于与时俱进的发展目标和清晰的发展方向。
根据《国家城镇化发展规划》等相关数据，预计2016到2020年未来5年，全国建筑装饰每年总需求将达到3.51万亿元到5.94万亿元，总需求年复合增速约11.09%，高于2009年–2014年的复合增长率1.76%。
十三五期间，中国建筑装饰行业要抓住发展的机遇，必须根据自身特点和发展目标，制定相关发展运营计划，积极挖掘市场需求、不断开拓新渠道、建立全新的企业发展理念、大胆引进社会资本、持续加强和深化专业技能等。
因此，在这一背景下，公司落实战略性部署，建设“家装行业供需链智能物流仓储管理平台”将成为公司发展的重要举措。
（2）家装行业的发展对供需链服务模式和仓储物流提出了更高的要求
传统家装市场异常分散，究其根本原因在于：用户的消费能力和家装需求差异化明显，对于装修结果的不确定性极大，使家装公司规模化、标准化运营难度较大；建材、家具、家饰等生产制造的家装主材、家具等产品相比家电、手机、汽车等行业的产品服务标准化产业化程度较低，制造企业多为中小规模，产品同质化严重，造成一定程度上的资源浪费和价格虚高。
经过近年不断的自我改革与自我变革，家装行业呈现出一种崭新的发展模式。一方面，通过标准化、套餐化的家装产品设计，对客户需求进行有效引导和集中，解决客户需求差异过大的问题，降低库存所需的库存商品种类数量。另一方面，秉承产业链缩短的商业逻辑，通过集中采购家装建材，减少经销商环节，降低采购成本，提升公司盈利能力。两方面互为前提，互为支撑，实现家装企业标准化、产品化运营的业务模式转型。
因此，建立高效的供需链和仓储物流体系将是家装行业未来发展的必经之路。
（3）供需链的智能仓储物流一体化模式是行业未来发展趋势
随着家装行业的持续发展，物流仓储的重要性对其业务活动的影响日益明显，越来越多地成为众多企业及消费者关注的焦点。在整个家装行业线上线下销售的交易过程中，传统的仓储物流只是单纯的作为运输配送的角色出现，而供需链智能仓储物流将家装行业中各个生态体系有机结合起来。可以预见，供需链智能仓储物流将在家装行业中占据越来越重要的地位。
在仓储管理活动过程中会产生大量的仓储信息，这种信息常伴随着仓库订货、货物入库、货物管理和货物出库的发生而产生，一般具有数据操作频繁、数据量大和信息内容复杂等特点，只有高效合理的仓储能够对货物进行有效的控制和管理。如何降低存货投资、加强存货控制与监管，提高空间、人员和设备的使用率以及缩短入库、出库流程和查货时间等是企业降低成本和提高自身竞争力的关键。突破家装行业发展的供需链物流仓储管理瓶颈，提高供需链的时效，必须在现代物流技术和物流信息系统的支持下，建立一个能快速、准确地获取销售反馈信息和配送货物跟踪信息的智能物流仓储体系，才能不断满足消费者对商品的品质要求及服务内容不断的提高的需求，从而将商品快速而完整地送达客户手中，并打通消费者、制造商、供应商之间的有机生态通道。
3、项目实施的必要性
（1）项目的建设，有利于整合家装行业上下游资源，降低公司成本，增强公司盈利能力
项目的建设，通过缩短供应链体系，集采模式以及智能化的物流仓储调配，降低公司营业成本，从而提高效率，增强盈利能力。
①本项目建立可以有效缩短供应链长度
家装行业产业链的特点为企业集中度不高，技术门槛相对较低，区域分散。这些特点凸显出服务于家装行业的现代物流仓储的重要性，即仓储物流服务的快速、准确。而本项目的建立，则能够利用供需链的智能仓储物流技术，有效的缩短供应链长度，提高供需链的仓储物流服务效率。快速调配材料供应、减少因物流运输错误引起的成本增加、同时优化行业运输路线，降低物流成本。
②本项目的建设可以有效降低材料成本。
传统家装公司没有材料的供应链体系，不仅装修材料的质量难以保证，而且失去了降低材料成本、赚取材料差价的机会。公司材料成本占营业成本2014年、2015年分别达到50.69%和56.04%，分别为5.9亿和7.7亿，而这其中非集中采购占比55%以上。由于经销商层级的存在，导致建材价格居高不下，而公司要降低公司成本，提高盈利能力，最主要的就是降低材料成本。
本项目的建设，可以有效提高家装材料的集中采购比例，提高采购的规模效应，从而有效降低采购成本。家装材料采购成本的降低，一方面可以让利客户，提升用户口碑，提高流量转化率；一方面可以直接提升公司毛利率，进而提高了公司整体的盈利能力。



③本项目的建立，可以整体提升运营效率
智能物流仓储体系可以为各层级员实时地提供立体化的、多视角的、有渗透力的数据和具有预测性的、潜在的市场信息，使他们可以实时有效地进行日常事务操作和日常决策、战略决策。据《物联网在精益物流中的应用研究》一文中所提，采用物联网技术的智能物流仓储，可以提高送货速度10%，减少库存成本25%，减少损坏率的损失20%。在同等产品质量前提下，成本的有效控制，势必可以提高公司利润率。
综上所述，该募投项目的建立有利于解决家装行业仓储物流的诸多难题，降低行业仓储物流成本，提高公司效率，增强公司盈利能力。
（2）项目的建设，有利于提高公司服务质量，增强公司竞争能力和品牌影响力
物流是指实物从供给方向需求方的转移，作为一种古老的经济活动，物流随商品生产的出现而出现，也随商品生产的发展而发展，物流业是其他行业的基础，随着电子商务消费日益成熟，线上线下精结合的发展态势，客户对商品配送的服务质量要求也越来越高，而本项目的建设，主要可以从物流仓储的实效性、准确性、追溯性三个方面提升对用户的服务质量。
①本项目的建设可以提升物流速度，进而提高服务质量
自建物流仓储体系，可以正低进货成本的同时，显著提高公司服务的质量可控性与时效性，进而提高品牌口碑、树立品牌形象，提高流量和转化率，最终提高公司整体收入。该项目的建设可以使公司拥有高效保质的物流仓储体系、从家装材料资源到施工服务现场的全链条整合能力，最终获得市场竞争优势的关键。
②本项目的建设可以提高物流配送的准确性
传统家装行业没有建立统一的供需链体系和数据支撑系统，导致需求端和供给端信息不对称。家装需求的信息传递模式也受传统通讯模式限制，过多的人工环节介入，导致信息传递效率低下，且在信息传递过程中，会受到各种因素的干扰而失真，使信息传递质量不可控。
该项目的建立，可以有效的统筹匹配供给和需求信息，提升信息的准确度。而智能物流仓储，通过智能化平台的统一管理，更可大大提高物流配送的准确度，从而降低因为信息及配送不准确带来的效率低下以及不良好的客户体验，提高客户服务满意度，最终提高公司口碑和品牌形象。
③本项目的建设可以使家装供需链全程可追溯
智能物流仓储体系的建设，可以对生产过程中的物资数据实时监控与管理，降低产品找寻成本，可以实现对上游采购材料的追踪，订单的查询，采购材料的库存调配，还可以对产品质量进行追踪与问溯管理，同时也可提高召回精确度。智能物流仓储体系能够有效的贯穿供需生态链中，有效的提高相关环节的服务质量，以此实现成本领先战略。
综上所述，本项目的建设，有利于提高公司整体家装的服务质量，增强了客户体验，进一步增强了公司的核心竞争力和品牌影响力。
（3）项目的建设，有利于完善公司供需链，巩固提高公司行业地位
在商业竞争日益激烈的今天，商业竞争已经逐渐从公司与公司之间的竞争转向了供需链效率的比拼，供需链管理的水平和效率已经成为获得商业成功的决定性因素之一。目前，全球电子商务、供需链由于信息传递的不及时、信息失真、信息交换错误所造成的损失每年高达数十亿美元。由于整个供需链的信息无法获取或者获取的不及时，导致实际应用需求在供需链（包括零售商、批发商、配送中心、生产商等）的信息传输过程中被层层放大，产生周期性的生产过剩和缺货现象。要改进企业的数据采集方式，需要企业能够建成一个智能高效的物流网络，为企业的高效、准确决策提供支持。
公司募投项目的建设，可以提升公司的智能供需链的水平，增加其体表现在：实现信息同步化与信息共享；管理过程优化企业供需链的管理模式的改变即由物–人–物的模式转变为物–物模式；实现以物联网为基础的可视化供应链的转变；确定物资采购路线、降低库存仓储成本和优化产品运输，实现供需链的业务流程再造。
4、项目优势
（1）智能物流仓储是物流业的发展方向，国家对行业发展提出新的规划和支持
目前，我国物流行业主要矛盾为我国物流成本普遍偏高、网络化水平低，智能物流仓储管理平台的出现能够有效的改变这一现状。在此背景下，2009年，在智能物流概念出世的同一年，我国政府开始出台一系列利好政策；
国务院《物流业调整和振兴规划》提出，积极推进企业物流管理信息化，促进信息技术的广泛应用；积极开发和利用全球定位系统GNSS、地理信息系统GIS、道路交通信息通信系统VICS、不停车自动交费系统ETC、智能交通系统ITS等运输领域新技术，加强物流信息系统安全体系研究。
《国务院办公厅关于促进物流业健康发展政策措施的意见》持续强调，加强物流新技术的自主研发，重点支持货物跟踪定位、无线射频识别、物流信息平台、智能交通、物流管理软件、移动物流信息服务等关键技术攻关。适时启动物联网在物流领域的应用示范。两项政策都从国家宏观层面，强调了发挥地理信息系统等关键信息技术，在物流信息化中的作用。
（2）本项目的建设符合公司未来发展战略规划
本项目的建设，将通过自建信息系统的大数据分析，对常用家装主材和辅材进行分析，确定集采的类别、数量和周期，通过规模采购，降低公司采购成本，通过建立智能化的仓储物流平台，进一步打通家装行业供需链生态系统，将供应商、制造商、消费者有机联系在一起，使物流、商流、知识流融合流通，全面降低运营成本，提升公司核心竞争力，提高盈利能力，从而实现公司既定的发展战略。
（3）本项目的建设贴合企业需求，市场空间广阔
本项目建成后，公司拥有全国性的智能化仓储物流系统，使公司有条件通过集中采购方式获取装修主材、辅材，获取优惠价格，实现采购的规模效应，强化与供应商的联系，提高采购时效性，确保采购质量。本项目针对家装行业特点专门设计的仓储设施和专业的仓储服务，能够进行高水平的储存保管，满足企业仓储需求；通过公司物流系统，实现家装材料低价、高效的配送；利用公司专业的采购和仓储管理，以及专业、高效的配送服务，客户可以降低库存，提高营运资金运用效率，提高响应市场需求的能力。
（4）公司具有丰富的行业经验，拥有良好的人才基础、技术储备、项目实施经验以保障项目顺利实施
在公司多年连锁运营过程中，积累了丰富的行业经验，逐渐形成标准化管理体系，且具有长期的战略合作伙伴；与此同时，公司内部各部门相互配合，实时推进各项业务和服务。另外，公司多年来一直注重信息化建设，通过对财务、人力、供应链平台的信息化搭建，实现了运营能力提升及风险的把控。
因此，优秀的专业化团队，以及公司本身积累的行业经验，不断完善的管理制度，是本募投项目的重要保障。
5、投资测算及财务分析
（1）投资估算

序号	工程或费用名称	投资金额（万元）	占比
1	建设投资	43,460.85	56.24%
1.1	设备购置费	38,208.88	49.44%
1.2	软件购置费	1,740.00	2.25%
1.3	预备费	3,511.97	4.54%
2	运营投资	33,817.62	43.76%
2.1	仓库系统投资	12,341.90	15.97%
2.2	项目实施费	14,378.83	18.61%
2.3	项目培训费	600.00	0.78%
2.4	项目运营费	6,496.89	8.41%
3	总投资金额	77,278.47	100.00%
建设总工期		36个月	

该项目建设总工期预计36个月，其中建设投资为43,460.85万元，该部分主要为购买设备和购买软件等支出，合计占比为56.24%；运营投资中项目实施费（含人工工资）和仓库系统投资为主要支出，共计26,720.73万元。
（2）财务评价
经测算，反映项目财务盈利能力的全部投资所得税后经济指标为：

经济指标（万元）		
序号	指标	测算结果
1	NPV(税后)	1,765.11
2	IRR(税后)	12.71%
3	回收期(税后)	8.73
4	IRR(税前)	14.95%
5	NPV(税前)	7,655.67
6	回收期(税前)	8.38
7	项目建成后年均销售收入（万元）	42,451.85
8	项目建成后平均毛利率	44.84%
9	项目建成后平均净利率	23.68%
10	税后投资收益率	19.84%

从财务指标上看，本项目财务内部收益达到12.71%，高于基准收益率10%，说明该项目具有较好的效益，在经济上具备可行性。
6、项目进展
目前该项目履行相关项目备案程序，公司将对上述备案事项进行及时的公告和信息披露。
（二）数字化家装体验系统建设项目
1、项目概况
数字化家装体验系统是东易日盛企业信息化建设的核心业务系统，通过本系统与现有的客户关系系统、供应链系统的深度集成，通过运用3D技术、BIM技术、AR\VR\MR等先进技术，实现系统化的设计管理、知识管理、项目管理、施工管理，全方位提升用户体验，降低运营成本，为东易日盛项目的集团、二级门市、各项目设计师提供工作协作平台，实现家装业务的统一协同管理。本系统包括四大模块，分别为：3D交互式设计、体验系统；精准化激光量房系统；沉浸式终端体验系统及数字化家装设计系统（DIM＋）二期。
3D交互式设计、体验系统通过轻量化的系统架构，使用户可以实现DIY设计，家装顾问可以通过本系统进行初级设计展示，从而提升用户体验，增加客户流量和客户转化率；精准化激光量房系统，通过运用3D扫描等先进技术，实现客户房屋的快速、精准测量，实时将量房结果数字化、信息化，并随时转化成设计系统所需数据模型；沉浸式终端体验系统根据区域业务模式，采用VR和AR/MR技术，在店内设立家装产品场景体验区，用产通过佩戴设备，实时体验产品效果和对方案进行修改，与设计师进行实时的设计需求互动；而数字化家装设计系统（DIM＋），则是整个数字化体验系统的核心，其依托移动互联网一体化思维，融合美国三层加密、快速渲染、建模、云储存、索引、测绘、多媒体呈现和数据分析等国际领先技术，实现项目管理、知识管理、可视化设计、快速渲染和即时报价等强大功能，借助数字化、虚拟化、智能化平台开启全新的三维可视化设计，真正实现了“所见即所得”的极致体验，东易日盛目前已完成数字化家装设计系统（DIM＋）一期建设。
2、项目背景
（1）国家政策推动家装行业及相关信息化技术的发展
我国城镇化率由 1991 年的 26.4%上升到 2015 年的56.1%，20多年间提高了29.7个百分点。中国城镇化进程仍在不断推进，随之产生的住房需求增加带动了房地产业、建筑、建材、住宅装饰业等相关产业的快速发展。
家装行业的发展，必然对家装行业的商业服务模式提出新的要求，而信息化技术的高速发展，为家装行业提升商业模式，带来新的机遇。其中，BIM建筑信息模型（Building Information Modeling）技术的发展，更是有可能为家装行业带来颠覆性的改变。BIM，是以建筑工程项目的各项相关信息数据作为模型的基础，进行建筑模型的建立，通过数字信息仿真模拟建筑物所具有的真实信息。它具有可视化、协调性、模拟性、优化性和可出图性五大特点。目前，BIM技术在应用程度上，中国企业与世界领先公司基本上处于同等水平。该募投项目是基于BIM技术的行业应用领域的延伸，就技术来源和原理是成熟可行的。
VR是Virtual Reality的缩写，中文的意思就是虚拟现实，概念是在80年代初提出来的，其具体是指借助计算机及最新传感器技术创造的一种崭新的人机交互手段。该项目涉及的技术原理成熟，技术应用领域符合技术应用发展方向，技术涉及的软硬件产品有较好的市场供应环境，项目技术应用来源可行，有利于项目实施。
因此，结合了融合了三层加密、快速渲染、建模、云储存、索引、测绘、多媒体呈现和数据分析等国际领先技术，该募投项目是行业内信息化水平的再一次提升，其项目设计的技术原理、来源成熟，是BIM技术以及VR技术应用在家装行业的延伸。
（2）东易日盛具有丰富的行业经验以及信息化建设实践经验，是该募投项目成功实施保证
公司成立于1997年，2014年2月19日，公司成功A股上市，成为中国家装行业第一股，公司具有丰富的行业经验。截至2015年末，公司经过在行业内二十年的发展，已成为一个具有13家子公司、96家直营分公司、79家特许加盟商、238家连锁店面、产品和服务辐射135个城市的家庭装饰行业知名企业。公司业务覆盖京津冀环渤海经济圈、长三角经济区和珠三角经济区、成渝经济区等家装重点发展区域。随着公司业务发展不断推进，将形成由大型家装体验馆、设计馆和连锁经营组成的多层次、多渠道、立体化的营销网络体系，与同行企业业和比，公司的规模化经营优势将逐渐凸显。
因此，公司丰富的行业经验和广大的市场覆盖率是该项目成功实施的保证。
（3）基于DIM＋一期的成功实施，使募投项目建设和实施具有可行性
数字化家装体验系统是东易日盛企业信息化建设的核心业务系统，通过本系统与现有的客户关系系统、供应链系统的深度集成，为东易日盛项目的集团、二级门市、各项目设计师提供工作协作平台，实现基于BIM技术的统一协同管理。
2014年11月，东易日盛开始了数字化家装设计系统（DIM＋）一期的开发与实施，2016年4月，一期项目课题验收结题。数字化家装设计系统（DIM＋）一期实现了项目产品BIM建模管理、快速方案设计、主材方案设计、出图管理、工程量统计、BIM知识库管理等功能。数字化家装设计系统（DIM＋）一期项目的技术突破和成功实施，使数字化家装设计系统（DIM＋）二期项目的建设和实施具有可行性。二期将在现有基础上升级加密技术、优化操作功能、上线新功能，进一步节省设计师建模时间，提高设计与报价精准度。
（4）公司具有优秀的人才基础，募投项目顺利实施的有利保证
东易日盛家装装饰集团股份有限公司成立于1996年，是专业的整体家装解决方案供应商，具有近二十年的行业经验，秉承品牌化、专业化、规模化、产业化的经营战略，已成为中国家庭装饰行业的知名企业。
公司多年来一直采用信息化管理和数据化服务模式，已拥有一批优秀的数据分析、IT开发和电子商务团队。并且，公司一直致力于信息系统建设，把信息化当作企业整体规划的一部分。在实施本募投项目之前，公司已经拥有ERP系统，CRM及电子商务平台搭建的经验，并且培养了既懂业务又懂技术的复合型人才。目前，公司拥有32人的信息化项目研发团队，其中硕士5名、本科27名。此外，信息化项目研发团队成员平均拥有家装行业信息化研发和实施3年以上工作经验，公司锻炼了一批既懂行业业务需求又掌握信息化前沿技术的过硬队伍。
因此，公司拥有专业化的技术研发团队，以及公司本身积累的家装行业经验，无疑是本募投项目的重要保障。
5、投资测算及财务分析
本项目总投资金额预计为16473.5万元，主要用于机房系统建设、硬件设备投入、外委研发投入等，具体情况如下：

序号	项目	投资总额（万元）	占比
1	房屋租赁	1001	6.08%
2	机房系统建设设备、硬件设备	10431.5	63.32%
3	无形资产投入	36	0.22%
4	内部研发投入	2304	13.99%
5	可行性研究投入	280	1.70%
6	项目运营投入	666	4.04%
7	外委研发投入	1755	10.65%
8	合计	16473.5	100.00%

本项目作为公司信息化系统的一部分，不直接产生效益，因而不进行单独的财务测算。项目建成后，将有助于解决现场施工管理、销售、设计、物流配送管理、行政办公等各业务的深层次要求，提高公司内部运营和控制的效率，并可有效地整合供应链，加快公司对市场变化的响应速度，提高公司的品牌推广能力和客户服务水平，帮助管理层提高决策的质量和效率，对公司顺利实现下一步的业务发展目标有重要的作用。
6、项目进展
目前该项目履行相关项目备案程序，公司将对上述备案事项进行及时的公告和信息披露。
三、本次非公开发行股票对公司经营管理、财务状况的影响
（一）本次发行对公司经营管理的影响
本次非公开发行募集资金投资项目符合国家产业政策和公司整体经营发展战略，具有良好的市场前景。家装行业供需链智能物流仓储管理平台建设项目建成投产后，将有利于公司提升服务质量和效率，整合家装行业上下游物流资源，降低运营成本，完善公司供应链管理，巩固公司行业地位，提高公司综合竞争。数字化家装体验系统项目建设完成后，将加快纵向一体化进程，提高标准化运营效率，推动传统家装企业向系统化、规模化发展，是公司战略发展方向的延续和升级。该项目不仅提升公司的客户转化率、客单量等营业指标，还增强了公司抗风险能力，实现可持续发展，为股东创造更大的价值。
本次非公开发行股票募集资金的运用合理、可行，符合本公司及全体股东的利益。
（二）本次发行对公司财务状况的影响
本次非公开发行完成后，公司的资产规模将迅速提升，资金实力将得到显著增强，公司流动比率和速动比率将有效提高，公司的资产结构将进一步优化。有利于增强公司的偿债能力，降低公司的财务风险，提高公司的资信水平，为公司后续发展提供有力保障。
1、扩大总资产、净资产规模，增强资本实力
以2016年3月31日公司合并报表资产和负债为计算基础，本次非公开发行股票完成后，公司总资产将由21.55亿元增加到28.55亿元，净资产将由8.9亿元增加到15.9亿元，公司的资产规模将迅速提升，资本实力将得到显著增强。
2、优化财务结构，提高抗风险能力
本次非公开发行股票完成后，随着公司总资产和净资产的等额增加，发行人的资产结构将得到进一步优化，有利于增强公司的偿债能力，降低公司的财务风险，使得发行人的财务结构更加稳健。
3、提升盈利水平，提高综合竞争力
通过本次募投项目的建设，有利于提供公司的服务质量从而增加公司营业收入，同时降低公司运营成本，提高公司盈利能力，公司运营规模和经济效益将得到提升。
四、总结
综上所述，本次非公开发行股票的募投项目建设是公司巩固家装行业领先企业地位，实现“有机家装一体化、标准化”战略的有效途径，进一步提升产品盈利能力和抗风险能力，改善公司财务状况，且本次非公开发行股票的募投项目建设也符合中国相关产业政策和规划，是推动家装行业公开化、透明化和标准化的有效手段，因此本次非公开符合全体股东和广大消费者的利益。

东易日盛家居装饰集团股份有限公司
董事会
2016年7月19日

证券代码：002713　证券简称：东易日盛　公告编号：2016–055

东易日盛家居装饰集团股份有限公司关于2016年非公开发行A股股票摊薄即期回报及填补回报措施的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

重大事项提示：以下关于本次非公开发行后公司主要财务指标的情况不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，如投资者据此进行投资决策而造成任何损失的，公司不承担赔偿责任。
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）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证券监督管理委员会公告[2015]31号）的要求，东易日盛家居装饰集团股份有限公司（以下简称“东易日盛”或“公司”）就本次发行对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，并就本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响及公司采取的措施公告如下：
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、本次非公开发行预计于2017年5月完成，且该完成时间仅为估计时间。
2、本次发行募集资金700,000,000.00元，未考虑发行费用。
3、本次预计发行数量为27,152,831股，最终发行数量以经证监会核准发行的股份数量为准。
4、上述测算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。
5、假设公司限制性股票激励预计于2016年7月完成登记工作。
6、在预测公司发行后的净资产时，未考虑除募集资金、净利润和利润分配之外的其他因素对净资产的影响。
7、2015年度公司经审计的归属于上市公司股东的净利润为9,836.63万元，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为11,137.21万元。2011年至2015年，公司净利润复合增长率为7.05%。鉴于公司2016年度审计报告尚未出具，本次测算，假设2016年度归属于上市公司股东的净利润及扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润较2015年度变动幅度均为7.05%，则2016年度归属上市公司股东的净利润为10,530.11万元，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为11,922.39万元。
8、公司2015年12月31日归属于上市公司股东的所有者权益为95,323.34万元。公司2016年12月31日归属于上市公司股东的所有者权益预计=2015年末实际数+2016年获得的限制性股权激励计划募集资金+2016年净利润假设数–本期分配现金股利（2015年分红），即102,028.11万元（95,323.34+6,161.90+10,530.11–9,987.24=102,028.11万元）。前述数值不代表公司对未来净资产的预测，存在不确定性。
9、最近三年，公司以现金方式累计分配的股利为23,719.69万元，最近三年累计现金分红金额占最近三年实现的年均可分配利润（合并报表中归属母公司所有者净利润）的比例为222.18%，具体如下表所示：

年度	2015	2014	2013	合计/合计占比
分红年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润（元）	98,366,260.31	116,304,815.95	105,606,580.11	320,277,656.37
现金分红额（元）	99,872,380.80	74,904,285.60	62,420,238.00	237,196,904.40
占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比率	101.53%	64.40%	59.11%	74.06%

假定2016年度现金分红实施月份为2017年5月，现金分红比例为2013年至2015年的平均数（即74.06%），则2016年的分红金额为7,798.60 万元（10,530.11×74.06%= 7,798.60 万元）。前述数值不代表公司对未来分红的预测，存在不确定性。
10、假设2017年度归属于上市公司股东的净利润及扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润均与2016年度持平。
11、公司2017年12月31日归属于上市公司股东的所有者权益=2016年12月末的预计数–2016年度的现金分红（2017年5月实施分配）+本次非公开发行募集资金金额+2017年归属于上市公司股东的净利润=174,759.62万元（102,028.11–7,798.60+70,000.00 +10,530.11=174,759.62万元）前述数值不代表公司对未来净资产的预测，存在不确定性。
（二）对公司主要财务指标的影响
基于上述假设，公司测算了本次非公开发行对主要财务指标的影响，具体情况如下：

项目	2016年度/2016年12月31日	2017年度/2017年12月31日	
		本次发行前	本次发行后
总股本（股）	253,980,952.00	253,980,952.00	281,133,783.00
归属母公司的净资产（元）	1,020,281,086.83	1,047,596,187.41	1,747,596,187.41
归属于上市公司股东的净利润（元）	105,301,081.66	105,301,081.66	105,301,081.66
扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润（元）	119,223,851.61	119,223,851.61	119,223,851.61
扣除非经常性损益后基本每股收益（元/股）	0.474	0.469	0.39
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元/股）	0.474	0.469	0.39
每股净资产（元）	4.02	4.12	6.22
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	12.25%	11.60%	8.30%

二、对于本次非公开发行摊薄即期回报的风险提示
公司拟运用本次募集的流动资金投入到家装行业供需链智能物流仓储管理平台建设项目和数字化家装体验系统建设项目项目，解决项目资金来源的问题，保证项目按期顺利建设。本次非公开发