

股票代码：300295

股票简称：三六五网

江苏三六五网络股份有限公司

Everyday Network Co.,Ltd



2014 年度非公开发行股票预案

二零一四年十二月

发行人声明

- 1、江苏三六五网络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。
- 2、本预案按照《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 36 号——创业板上市公司非公开发行股票预案和发行情况报告书》等要求编制。
- 3、本次非公开发行股票完成后，公司经营与收益的变化，由本公司自行负责；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。
- 4、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。
- 5、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。
- 6、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、批准或核准，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、江苏三六五网络股份有限公司非公开发行股票预案已经公司第二届董事会第二十二次会议审议通过。根据有关法律法规的规定，本次发行尚需经公司股东大会审议通过及中国证监会核准后方可实施。

二、若按照本次非公开发行董事会决议公告日前二十个交易日公司股票均价计算，本次非公开发行的股票数量不超过 6,444,553 股（含 6,444,553 股），募集资金总额不超过 53,000 万元（含 53,000 万元）。本次发行的具体数量将提请股东大会授权公司董事会与保荐人（主承销商）协商确定。若公司股票在关于本次非公开发行的董事会决议公告日至发行日期间有派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，本次非公开发行的股票数量将做相应调整。

三、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 5 名。本次最终发行对象将在本次发行申请获得中国证券监督管理委员会的核准文件后，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。所有投资者均以现金的方式并以相同的价格认购本次非公开发行的股票。

四、本次非公开发行股票的定价基准日为发行期首日。发行价格不低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价的百分之九十，或不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的百分之九十。若公司股票在定价基准日至发行日期间有派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，本次非公开发行股票的价格将做相应调整。在此基础上，本次发行价格将在公司取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批文后，由公司董事会根据股东大会的授权，按照中国证监会相关规定，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

五、本次非公开发行完成后，上述特定投资者所认购的股份限售期需符合

《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》和中国证监会、深圳证券交易所等监管部门的相关规定：（1）发行价格不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的，本次发行股份自发行结束之日起可上市交易；（2）发行价格低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十的，本次发行股份自发行结束之日起十二个月内不得上市交易。限售期结束后按中国证监会及深圳证券交易所的有关规定执行。

六、本次非公开发行募集资金总额不超过 53,000 万元（含 53,000 万元），扣除发行费用后将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金额
1	房产 O2O 生态系统建设项目	40,191	40,000
2	对安徽装修宝增资项目	5,000	5,000
3	技术支撑平台建设项目	10,000	8,000
总 计		55,191	53,000

若实际募集资金净额低于拟投入募集资金额，则不足部分由公司自筹解决。

七、根据中国证监会颁布的《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》的要求，公司拟提交股东大会审议《未来三年（2015-2017）股东回报规划》。具体内容详见“第五节公司利润分配政策的制定和执行情况”。

八、本次非公开发行完成前的公司滚存利润由本次发行完成后的全体股东按非公开发行完成后的持股比例共享。

九、本次非公开发行股票完成后，公司股权分布将发生变化，但不会导致公司不具备上市条件，不会导致公司控股股东与实际控制人发生变更。

十、由于本次发行后公司股本总额将增加，募集资金投资项目体现经营效益需一定的时间，短期内可能导致公司每股收益率、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，本公司将面临当期每股收益和净资产收益率被摊薄的风险。

十一、鉴于拟用本次募集资金拟增资标的资产的审计、评估等工作正在进

行中，待审计、评估工作完成后，公司将再次召开董事会，对相关事项作出补充决议并编制非公开发行股票预案的补充公告，标的资产经审计的财务数据、资产评估结果将在发行预案补充公告中予以披露。

十二、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券监督管理委员会的核准。

目 录

释 义.....	8
第一节 本次非公开发行股票方案概要.....	10
一、发行人基本情况.....	10
二、本次非公开发行的背景和目的.....	11
三、发行对象及其与公司的关系.....	14
四、本次非公开发行股票方案概要.....	14
五、募集资金投向.....	16
六、本次发行是否构成关联交易.....	17
七、本次发行是否导致公司控制权发生变化.....	17
八、本次非公开发行的审批程序.....	17
第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析.....	18
一、本次非公开发行募集资金使用计划.....	18
二、投资项目基本情况及发展前景.....	18
四、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响.....	33
第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析.....	34
一、本次发行后公司业务及资产、章程、股东结构、高管人员结构、业务结构变化.....	34
二、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况.....	35
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.....	36
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.....	36
五、公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的情况.....	36
第四节 本次非公开发行股票的风险说明.....	38
一、政策风险.....	38
二、业务扩张风险.....	38

三、人力储备风险	38
四、管理风险	39
五、募集资金投资项目风险	39
六、净资产收益率下降的风险	39
七、审批风险	39
八、股价波动的风险	39
第五节 公司利润分配政策的制定和执行情况	41
一、公司现有的股利分配政策	41
二、最近三年现金分红情况	43
三、公司最近三年未分配利润的使用情况	43
四、未来三年（2015-2017）股东回报规划	44
第六节 与本次发行相关的董事会声明及承诺事项	46
一、关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明	46
二、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董事会作出的关于承诺并兑现填补回报的具体措施	46

释 义

本预案中，除非上下文另有规定，下列简称具有如下含义：

三六五网络、本公司、公司、发行人	指	江苏三六五网络股份有限公司
安徽装修宝	指	安徽三六五装修宝网络服务股份有限公司
公司章程	指	江苏三六五网络股份有限公司章程
房地产家居网络营销服务	指	由第三方为房地产和家居企业提供的网络营销服务
O2O	指	Online To Offline，也即将线下的商务机会与互联网结合在了一起，让互联网成为线下交易的前台
365 装修宝	指	公司自行研发的家居网络营销服务平台
PC	指	personal computer 的简称，指电脑计算机终端
APP	指	application program 的简称，指第三方智能手机的应用程序
云计算	指	是基于互联网相关服务的增加、使用和交付模式，通常涉及通过互联网来提供动态易扩展，且经常是虚拟化的资源。云是网络、互联网的一种比喻说法。过去在图中往往用云来表示电信网，后来也用来表示互联网和底层基础设施的抽象。
单服务器架构	指	是指每个业务只运行在一台服务器中。为了提高响应速度、扩大网站规模、负载均衡等原因，一般都会集成多台服务器或集群方式提供服务。
IDC	指	Internet Data Center 的简称，是基于 Internet 网络，为集中式收集、存储、处理和发送数据的设备提供运行维护的设施基地并提供相关的服务。IDC 提供的主要业务包括域名注册查询主机托管(机位、机架、机房出租)、资源出租(如虚拟主机业务、数据存储服务)、系统维护(系统配置、数据备份、故障排除服务)、管理服务(如带宽管理、流量分析、负载均衡、入侵

		检测、系统漏洞诊断), 以及其他支撑、运行服务等。
CDN	指	Content Delivery Network 的简称, 即内容分发网络。其基本思路是尽可能避开互联网上有可能影响数据传输速度和稳定性的瓶颈和环节, 使内容传输的更快、更稳定。通过在网络各处放置节点服务器所构成的在现有的互联网基础之上的一层智能虚拟网络, CDN 系统能够实时地根据网络流量和各节点的连接、负载状况以及到用户的距离和响应时间等综合信息将用户的请求重新导向离用户最近的服务节点上。其目的是使用户可就近取得所需内容, 解决 Internet 网络拥挤的状况, 提高用户访问网站的响应速度。
BIGip	指	一种流量的管理技术, 在多线路机房中常被用作多线路的集成、分发, 从而达到流量的负载均衡, 安全网关等功能。
本预案	指	三六五网 2014 年非公开发行 A 股股票预案
本次发行、本次非公开发行、非公开发行	指	江苏三六五网络股份有限公司向特定对象非公开发行 A 股股票的行为
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
A 股	指	经中国证监会批准向境内投资者发行、在境内证券交易所上市、以人民币标明股票面值、以人民币认购和进行交易的普通股
元	指	人民币元

本预案除特别说明外所有数值保留两位小数, 若出现总数与各分项数值之尾数不符的情况, 均为四舍五入原因造成。

第一节 本次非公开发行股票方案概要

一、发行人基本情况

公司名称：江苏三六五网络股份有限公司

英文名称：Everyday Network Co.,Ltd

法定代表人：邢炜

注册资本：80,025,000 元

股份公司成立时间：2009 年 9 月 2 日

股票上市地、股票简称及代码：深圳证券交易所、三六五网、300295

注册地址：南京市六合区龙池街道新东路

邮政编码：211505

电话：025-83201657

传真：025-83202471

互联网网址：<http://www.house365.com>

电子邮箱：dshbgs@house365.com

经营范围：第二类增值电信业务中的因特网信息服务业务，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）。网站建设与网页设计服务；软件开发、销售；互联网信息咨询；数据处理与存储服务；信息技术服务；房地产中介服务；人才培养（不含国家统一认可的职业资格证书类培训）；投资咨询；设计、制作、发布路牌、灯箱、印刷品、礼品广告，代理自制广告。

二、本次非公开发行的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

（1）房地产市场长期看好并开始向买方市场过渡

近年来，我国房地产市场保持了较快增长，根据国家统计局数据，2003-2013 年商品房销售面积年均复合增长率为 14.50%，销售额由 7,956 亿元增至 81,428 亿元，占国民经济的比重由 5.86%增至 14.32%，成为国民经济的重要组成部分，在整个国民经济体系中具有十分重要的地位。随着我国经济的发展和城市化进程的加快，我国商品房市场还将有较大发展空间，房地产未来仍将长期是国民经济重要支柱行业。

房地产市场发展长期看好，但随着我国人口红利优势的衰弱、房地产的去泡沫化，房地产行业可能会出现结构调整和增长趋势放缓的情形，市场供需结构将出现变化，房地产市场将开始逐渐从卖方市场向买方市场过渡。

（2）线上线下融合、资源整合下的多元价值提供，是未来房地产互联网营销服务的大势所趋

目前，房地产销售行业已发生了较大的变化：购房者已不满足简单的购房需求，需要开发商和销售商提供优质全面的购房服务；开发商将提高销量、提升销售效率的重要性提到了新的高度，开发商与互联网营销服务企业之间的合作开始向以结果为导向的交易付费的模式转变。未来，面对房产销售市场的变化，对于互联网营销服务企业而言，如何融合线上线下服务，提升房地产行业服务效率，提升用户购房体验，如何整合资源，为开发商、购房者提供多元化价值，是竞争的关键因素。

具体而言，相较于传统的销售模式（即自销、代理为主的线下销售模式），O2O（Online To Offline，也即将线下商务的机会与互联网结合在了一起，让互联网成为线下交易的前台）模式可以更好地满足购房者和开发商的诉求：在线上，利用网络平台、服务系统、管理工具和网络营销产品，提高线上有效用户流量和房源数量；并利用大数据技术，实现数据间的快速匹配和流转，有效利用移动互联网技术，提升行业效率；在线下，整合交易终端，为线上吸引的用户提供

全面的专业化的购房服务，同时融合互联网金融、家装建材等一系列的增值服务，有效提升用户流量向真实购房需求的转化效率。这样通过线上线下的融合，一方面可以提高购房者的购房体验，享受到一系列的增值服务，从线上的选房，到线下的购房再回到线上的增值服务。另一方面可以满足开发商提高销量、提升销售效率的诉求。对于 O2O 服务商，向线下延伸，可以更深入地为开发商提供营销服务，提高房产营销业务的竞争力，增加传统的业务收入，另一方面可以进一步推广互联网金融、家装建材等增值服务，增加延伸业务收入，全面提高竞争力。因此，房地产营销的线上线下融合（O2O）是大势所趋。

为顺应房产营销行业的 O2O 发展趋势，国内房产网络服务商、房产代理服务商会均推出了不同的转型策略：（1）2014 年，国内最大的房产网络服务商搜房网确定了长期发展战略，明确了搜房网从媒体属性向购房平台属性转变，先后入股国内知名营销代理机构“世联行”与“合富辉煌”，增加线下渠道团队的置业顾问，并开始招聘新房销售和卖新房的经纪人，实现新房销售的 O2O 布局；（2）2014 年 7 月，国内最大的房地产代理服务商世联行公告了其 2014 年度非公开发行 A 股股票预案，计划投资 40,121 万元建设“基于大数据的 O2M 平台建设项目”，通过搭建大数据平台，构建适用房地产行业的三大核心业务云服务，借助移动互联网技术，提供面向各类服务对象的 O2M 服务平台，实现线下专业销售团队与线上中台客户订制服务相集合的全新服务体系。

（3）业务的横向延伸成为房产网络服务商提高竞争力的重要手段

面对房产营销 O2O 趋势，为进一步增强用户粘性、拓展业务价值链，国内房产网络服务商在坚持主业的同时，纷纷进行业务的横向延伸，充分利用线上流量优势及客户资源，涉足互联网金融、家装平台、社区电商等业务，在拓展业务价值链、增加盈利渠道的同时，通过给客户提供融资、购房、家装的一站式服务来增加客户粘性，提高企业的竞争力。

（4）公司存在战略转型的需求

多年来，本公司一直在核心主业专业化和城市聚焦战略上稳步发展，经过多年的发展，公司积累了大量的客户资源、房源信息与业主数据。近两年，受市场调整和公司异地扩张步伐的影响，公司利润增速有所下滑，客观上公司存

在进行战略转型的需求。充分挖掘主业市场，提高信息和数据的变现能力，实现公司主业从线上向线下的 O2O 融合，同时将公司业务横向延伸到互联网金融、家装等方向，完成从原有的低效、低频、低粘性的资讯信息服务商向高效、高频、高粘性的交易型生态平台类服务商转型，成为公司提高核心竞争力的必然方向。

（二）本次发行的目的

公司致力于为客户提供买房、卖房、装修、生活等一体化网络综合服务，主营业务包括新房、二手房、家居的网络营销业务和研究咨询服务。公司立足南京，业务覆盖长三角，在南京、杭州、合肥、无锡、芜湖等主要城市处于领先地位，并逐渐将业务范围拓展到包括西安、重庆、沈阳等其他区域二三线城市。

为进一步提高公司资本实力，拓宽企业盈利渠道，巩固和提升公司的核心竞争力，提升公司未来发展潜力，实现公司和股东利益的最大化，基于行业发展趋势以及企业自身优势，公司拟实施本次非公开发行，募集资金用于投资以下项目：

通过实施房产 O2O 生态系统建设项目，公司将构建起与主营业务相关、适应未来以结果为导向、融合线上线下业务、符合房地产网络营销新趋势的全新房地产网络服务模式。充分利用公司线上客户资源优势，通过加强线下交易撮合能力和大数据技术能力，结合移动互联技术，以提升效率和服务水平为目的，为用户提供全面的专业化的购房服务，同时为客户提供互联网融资、家装等增值服务，提高购房者的购房体验，将线上的流量转化为线下的成交量，以提高开发商房产销售效率，最终进一步增强公司的核心竞争力，继续保持行业领先地位。

通过实施对安徽装修宝的增资项目，公司将实现房产网络服务商向家装市场的横向延伸，在拓宽公司产业链、增加盈利渠道的同时，也可以为客户提供更为全面的线上线下增值服务，增加客户粘性，实现公司业务战略互补。

通过实施技术支撑平台建设项目，实现对公司网络架构和链路的升级，为公司网络服务平台的不断创新和优化提供技术支持，适应公司房产家居 O2O 战

略转型的需要，进一步提升公司房产家居网络营销平台的竞争力。

三、发行对象及其与公司的关系

本次非公开发行股票的发行人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 5 名。本次最终发行对象将在本次发行申请获得中国证券监督管理委员会的核准文件后，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。所有投资者均以现金的方式并以相同的价格认购本次非公开发行的股票。目前公司尚未确定发行对象，因而无法确定发行对象与公司的关系。发行对象与公司之间的关系将在发行结束后公告的《发行情况报告书》中予以披露。

四、本次非公开发行股票方案概要

（一）发行股票种类及面值

本次非公开发行的股票种类为境内上市人民币普通股（A 股），每股面值为 1.00 元。

（二）发行方式

本次发行采用向特定对象非公开发行的方式。

（三）发行价格及定价原则

1、定价基准日

本次非公开发行股票的定价基准日为发行期首日。

2、发行价格

本次发行价格不低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价的百分之九十，或不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的百分之九十。若公司股票在定价基准日至发行日期间有派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，本次非公开发行股票的价格将做相应调整。调整公式如下：

派发现金股利： $P1=P0-D$

送股或转增股本： $P1=P0/(1+N)$

两项同时进行： $P1=(P0-D)/(1+N)$

其中，P0 为调整前发行价格，D 为每股派发现金股利，N 为每股送股或转增股本数，P1 为调整后发行价格。

在此基础上，本次发行价格将在公司取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批文后，由公司董事会根据股东大会的授权，按照中国证监会相关规定，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

（四）发行数量

本次发行募集资金总额不超过 53,000 万元（含 53,000 万元），在取得中国证监会关于本次发行的核准批复后，根据最终发行价格确定最终发行数量，但总体不超过 6,444,553 股（含 6,444,553 股）。

若公司在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行的股票数量将作相应调整。调整公式为：

$$Q1=Q0 \times (1+N)$$

其中：Q0 为调整前的本次发行股票数量的上限；N 为每股送股或转增股本数；Q1 为调整后的本次发行股票数量的上限。

（五）发行对象及认购方式

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 5 名。本次最终发行对象将在本次发行申请获得中国证券监督管理委员会的核准文件后，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。所有投资者均以现金的方式并以相同的价格认购本次非公开发行的股票。

（六）锁定期安排

本次非公开发行完成后，特定投资者所认购的股份限售期需符合《创业板上市公司证券发行管理暂行办法》和中国证监会、深圳证券交易所等监管部门的相关规定：（1）发行价格不低于发行期首日前一个交易日公司股票均价的，本次发行股份自发行结束之日起可上市交易；（2）发行价格低于发行期首日前二十个交易日公司股票均价但不低于百分之九十，或者发行价格低于发行期首日前一个交易日公司股票均价但不低于百分之九十的，本次发行股份自发行结束之日起十二个月内不得上市交易。限售期结束后按中国证监会及深圳证券交易所的有关规定执行。

（七）公司滚存利润分配安排

本次非公开发行完成后，公司的新老股东共享公司本次非公开发行前滚存的未分配利润。

（八）上市地点

在锁定期满后，本次公开发行的股票将在深圳证券交易所（创业板）上市交易。

（九）本次非公开发行股票决议的有效期限

本次发行股票决议的有效期限为本次非公开发行股票方案提交股东大会审议通过之日起 12 个月。

五、募集资金投向

本次非公开发行募集资金总额不超过 53,000 万元（含 53,000 万元），扣除发行费用后将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金额
1	房产 O2O 生态系统建设项目	40,191	40,000
2	对安徽装修宝增资项目	5,000	5,000
3	技术支撑平台建设项目	10,000	8,000
	总 计	55,191	53,000

若实际募集资金净额低于拟投入募集资金额，则不足部分由公司自筹解决。

六、本次发行是否构成关联交易

本次发行不构成关联交易。

七、本次发行是否导致公司控制权发生变化

截至本次董事会召开日，公司共同实际控制人胡光辉、邢炜、章海林、李智分别持有公司 18.50%、11.40%、6.92%和 4.88%的股份，此外，胡光辉、邢炜通过南京网景投资管理有限公司间接持有公司 2.57%的股份，公司共同实际控制人直接和间接合计持有公司 44.27%的股份。

若按照本次非公开发行董事会决议公告日前二十个交易日公司股票均价计算，本次非公开发行不超过 6,444,553 股，假设按照上限 6,444,553 股测算，本次发行完成后，公司共同实际控制人胡光辉、邢炜、章海林、李智直接和间接合计持有公司股份的比例为 40.97%，仍为本公司的共同实际控制人。因此，本次非公开发行股票不会导致公司控制权发生变化。

八、本次非公开发行的审批程序

本次发行方案经公司第二届董事会第二十二次会议审议通过。本次非公开发行股票方案尚需经过公司股东大会的审议通过以及中国证监会的核准。

第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次非公开发行募集资金使用计划

本次发行拟向不超过 5 名特定投资者非公开发行股票，募集资金总额不超过 53,000 万元（含 53,000 万元），所募集资金（扣除发行费用后）拟用于如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟使用募集资金额
1	房产 O2O 生态系统建设项目	40,191	40,000
2	对安徽装修宝增资项目	5,000	5,000
3	技术支撑平台建设项目	10,000	8,000
总计		55,191	53,000

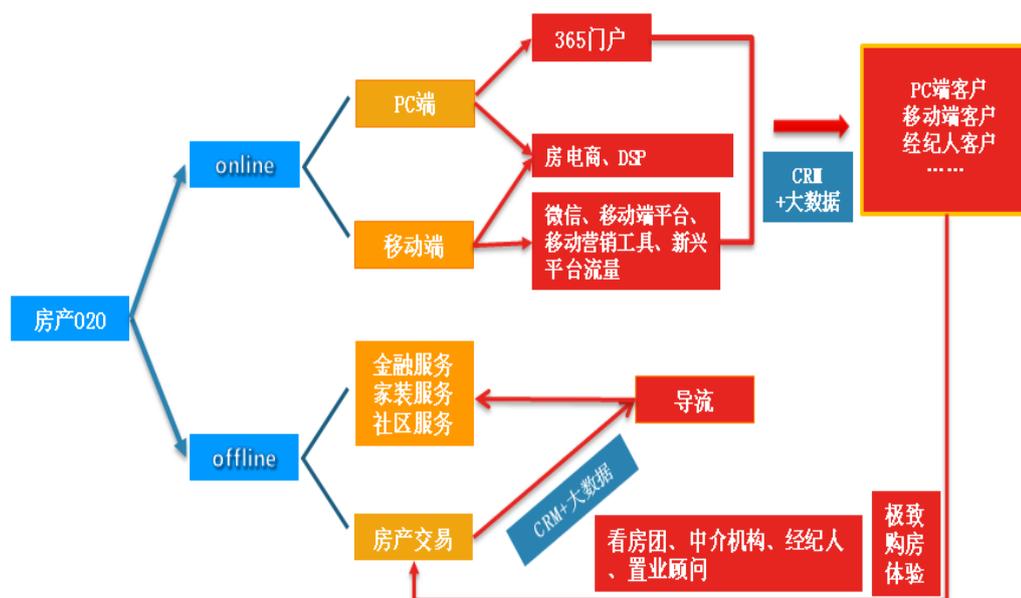
若实际募集资金净额低于拟投入募集资金额，则不足部分由公司自筹解决。

二、投资项目基本情况及发展前景

（一）房产 O2O 生态系统建设项目

1、募集资金使用计划简述

为顺应行业的发展趋势，强化主营业务，进一步提升公司的核心竞争力，实现公司的战略转型，公司拟通过重构内外网平台、建设大数据中心、移动客户端产品和营销支持体系产品的升级与开发等线上（online）项目的建设和线下区域服务门店等线下（offline）项目的建设，实现公司房地产业务线上向线下（O2O）的融合，建立起未来以结果为导向的、符合房地产网络营销新趋势的全新房地产网络服务模式，具体模式如下图：



本项目计划总投资人民币 40,191 万元，其中建设投资 18,591 万元，包括房屋租赁、装修等开办费用、设备购置费及集成费，铺底流动资金为 21,600 万元，包括平台推广费、人员招聘培训费、建设期其他人力成本等。

2、项目实施单位

项目由本公司作为实施主体，本次募集资金到位后，公司将使用募集资金直接实施该项目。

3、项目实施方案

本项目通过重构内外网平台和搭建大数据中心、建立线上线下融合平台、建设线下区域服务门店，构建适应与公司主要业务相关的、适应未来以结果为导向的、符合房地产网络营销新趋势的全新房地产网络服务模式。根据公司的发展需求，本项目拟在北京、深圳等 30 个城市实施。

(1) 线上（online）平台建设

本项目的线上部分建设内容主要包括网站 PC 端的改造、大数据中心的建设、移动客户端产品升级与开发以及营销支持体系产品的开发，具体如下：

1) PC 端改造：对 365 地产家居网进行全面改造，使其功能完善，增加服务价值。

2) 建设大数据中心：以租赁外部机房形式为主，并开发数据库系统、数据备份系统、应用软件系统等专业数据管理软件系统，同时引进专业数据处理人才，针对不同客户的不同需求、不同业务的不同阶段，迅速进行数据分析、匹配、流转，并进行数据的跟踪分析，形成对于业务的跟踪指导，全面提升平台数据利用效率。

3) 移动客户端产品升级与开发：面向开发商、中介代理、经纪人、购房者对现有移动端产品进行升级，同时开发淘客通、抢房通、抢客通等新产品。

4) 营销支持体系产品：面向中介代理以及经纪人，通过 MLS、ERP 以及营销管理系列系统的开发，提供营销支持体系产品。

(2) 线下 (offline) 平台建设

1) 在布局城市新设分公司，着力提高公司线下运营能力，根据所处城市的不同，各新设分公司建立 50-100 人不等的团队，整体组织体系将向线下服务倾斜，其中线下服务类岗位员工占整体员工比例将提升到 50%以上。

2) 建设线下区域服务门店，增强公司的服务体系，提升公司的线下能力。

3) 建立广泛的合作机制，与各地代理公司、渠道资源、中介公司以及经纪人开展深入合作，进一步加强平台的线下资源整合能力。

4、项目建设背景及必要性

(1) 项目建设背景

目前中国仍处于城市化进程中，未来相当一段时期房地产需求仍将持续上升，但住房需求和供给关系已经发生了变化，目前已经由供不应求转向了供需基本平衡，有的城市甚至出现了阶段性的供大于求。未来，供大于求的局面将逐步显现，房地产市场将逐渐从卖方市场转变为买方市场。房地产行业的增长方式也将由粗放式增长向结构优化转变，以价值细分为导向的产品和服务差异化将成为市场主流。

房地产网络营销平台的核心竞争力是为购房者提供信息的匹配与极致的购房体验，最终促成购房行为，同时为开发商快速地减少库存。目前，房地产营

销市场仅是个撮合交易的市场，现有的单纯广告展示以及蓄客模式已经不能同时满足消费者和开发商的上述诉求。通过线上线下融合的 O2O 模式，以房地产交易为基础，深耕房地产服务产业链，以更有效地解决购房者和开发商的需求。因此，房地产营销模式面临变革，线上线下融合（O2O）是大势所趋。

（2）项目建设必要性

1) 项目是公司积极顺应行业未来发展趋势，实现公司战略转型的必要手段

从房地产行业的发展趋势来看，线上线下 O2O 融合已经成为不可逆转的方向。目前，国内房地产代理行业已经开始向其薄弱的营销推广和蓄客环节延伸，进军线上，世联行、同策咨询都在谋划和试点自身的网络服务平台；另外一方面，房产网络服务商搜房网则拟通过收购线下公司股权切入交易，入股了全国线下代理行世联行以及合富辉煌。公司目前的经营模式下，线上数据的导流能力和线下的撮合交易能力还需进一步加强。本项目借助移动互联网技术，提供面向开发商、代理中介、经纪人、购房者等各类对象的服务平台，通过组建线下营销服务团队，同时与专业的线下交易团队进行合作，实现对于交易终端的全覆盖，完成服务闭环。通过本项目的实施，公司可以整合线上线下资源，塑造全新的房产交易平台，“立足于居，成就于家”，全面链接金融、家装、社区等资源，引领公司向国内 O2O 领军企业的目标迈进。

2) 项目是公司在主业市场进一步深耕和挖掘，促进企业可持续发展的重要措施。

近年来，公司一直在核心主业专业化和城市聚焦战略上稳步发展。经过多年的发展，公司积累了大量的客户资源、房源信息与业主数据，但目前公司对于这些数据的运用尚处于较为初级阶段。为进一步深耕和挖掘主业市场，公司需就数据的变现能力、后向价值能力进行重新规划。

本项目将充分发挥公司数据优势资源，通过房产 O2O 平台实现数据的快速流转、变现和多价值利用，从原有的低效、低频、低黏性的资讯信息服务，向高效、高频、高粘性的交易型生态平台类服务转型，为客户提供更多的服务价值，促进公司的可持续发展。

4、项目可行性及市场前景

(1) 项目市场前景

近年来我国房地产市场保持了较快增长，根据国家统计局数据显示，2003-2013 年商品房销售面积年均复合增长率为 14.50%；2013 年，全国商品房销售总额约 81,428 亿元，对应的交易佣金超千亿，加上房地产广告、金融服务和后续装修等服务的入口价值，房产销售衍生的直接交易佣金及广告、后续服务总计价值规模可达数千亿元。

凭借多年积累的市场经验以及在网络平台、金融领域等方面的竞争优势，公司利用房地 O2O 生态系统建设项目积极切入房地产交易领域，在未来以结果为导向的房产 O2O 市场，利用移动互联技术，将多元化来源的数据通过 O2O 平台，快速流转至相应价值单元，实现变现能力，项目具有较好的发展前景。

(2) 项目实施的可行性分析

1) 公司顺应市场变革，构建了全新的管理架构体系，项目实施具备管理可行性

2014 年，公司全面调整了管理架构，首先合并了新房和二手房事业部，成立了房产事业部和房产战略发展部，分别统筹各公司业务运营与制定公司房产战略发展方向，以理论与实际相结合，以整合共赢的思路，全面推进房产 O2O 的建设。其次，公司相继成立了安徽装修宝、江苏安家贷金融信息服务有限公司等，向客户提供家装、金融等增值服务，其中安徽装修宝推出的家居 O2O 产品“365 装修宝”已经在合肥等 6 个城市成功运行，安家贷公司已经成功完成三期“新居贷”产品的募集，为房产 O2O 生态系统的建设奠定了基础。第三，全新设立“大区”管理架构，实现区域内资源整合效应，有利于公司在不同城市建设房产 O2O 项目；第四，在分公司内部增强 O2O 板块力量，加强线上数据处理、强化与当地线下公司合作，同时，分公司内部管理更加扁平化，使公司中后台更加贴近营销前线，以符合交易特性需求。

2) 公司全面提升激励体系，项目实施具备内生动力可行性

为健全公司长期、有效的激励机制，倡导公司与员工共同持续发展理念，

公司设立员工持股计划，通过股份激励，实现股东、公司与员工利益的一致性，有效调动员工的积极性，保留优秀管理人才和业务骨干，吸引各类人才，从而更好地促进公司长期、持续、健康发展。

3) 公司拥有完善的人才储备机制，项目实施具备人才可行性

经过多年的发展，公司已经拥有了完善的人才培养体系和人才储备机制。自创立之初公司就十分注重人才的内部培养，并用合理的待遇、良好的机制、良好的企业文化吸引优秀的管理人才和营销人才加盟。目前，以三六五学院为主导的人才培训体系也已十分完善，为公司的可持续发展不断输出新鲜血液。

5、项目经济效益

经测算，项目投资财务内部收益率为 20.34%，投资回收期为 3.64 年。财务指标表明，本项目在实现预期投入产出的情况下，在财务上可以接受，能按时收回投资，有较好的经济效益。

(二) 对安徽装修宝增资项目

1、募集资金使用计划概述

本项目计划投资 5000 万元，公司拟用本次非公开发行股票募集资金向控股子公司安徽装修宝增加注册资本。本次增资的具体用途包括 365 装修宝分站建设、技术平台的研发升级和项目铺底流动资金。

2014 年 12 月 23 日，安徽装修宝召开 2014 年第二次临时股东大会，决议三六五网络向安徽装修宝增资，其他股东不参与本次增资。

2、附条件生效的增资协议条款摘要

(1) 合同方和签订时间

合同方：江苏三六五网络股份有限公司、杨彬峰、安徽三六五装修宝网络服务股份有限公司

标的公司：安徽三六五装修宝网络服务股份有限公司

签订时间：2014 年 12 月 24 日

(2) 增资方

标的公司及原股东一致同意标的公司增加注册资本，全部新发行股份由三六五网按照本协议规定的条款和条件认购。标的公司原股东杨彬峰不认购本次新发行股份。

(3) 增资金额和价格

各方同意，三六五网以本次再融资所募集资金中的 5,000 万元资金认购标的公司本次全部新发行股份，每股发行价格及增资完成后三六五网持股比例根据评估报告并参考同行业公司估值水平协商确定。

(4) 协议生效条件

本协议签署后，应同时满足以下条件时方正式生效：1) 三六五本次再融资方案（包括将部分募集资金用于认购标的公司全部新发行股份）获得三六五网股东大会审议通过；2) 三六五网本次再融资获得中国证券监督管理委员会批准且三六五网据此成功获得募集资金。

3、项目实施主体

本项目的实施主体为本公司控股子公司安徽装修宝。截至本预案披露之日，安徽装修宝注册资本 2,000 万元，公司持有其 55% 的股份。

4、项目实施方案

项目投资主要用于 365 装修宝分站建设和技术平台的研发升级。

公司拟通过投资、加盟等方式在以苏州为核心的苏南大区、以合肥为中心的安徽大区、以武汉为中心的湖北大区、以重庆为中心的西南大区、以西安为中心的西北大区等五个区域中心新建 365 装修宝分站，并将适时启动 365 装修宝在上海、北京等主要城市的布局。各区域分站将发挥地域优势，为用户就地提供服务，最大限度地整合区域内的设计、装饰、家居建材等线下服务资源，提升用户的使用体验，带动线上服务平台在全国范围内的推广普及。

对于房产家居网络销售服务行业，持续的技术革新是公司持续发展的动力。为了保障公司产品的竞争优势，以提供更好的用户体验，本次募集资金还将用

于装修宝平台 PC 端、APP 端核心技术的升级完善，设计软件的研发升级以及大数据中心的建设。

公司目前已初步建立了“线上互动交流+线下服务”的 O2O 装修新模式，业务具有较强的可复制性。未来公司在区域分站、技术与研发的投入不仅可以为公司带来新的盈利点，还有助于公司扩大市场的覆盖范围，提高用户的黏性，增强公司的核心竞争力。

5、项目建设背景及必要性

(1) 传统的家装行业营销模式面临转型

传统家装行业进入门槛较低，市场竞争激烈，行业潜规则众多。为了争夺客户资源，低价无序竞争泛滥，进而导致房屋装修过程中出现装饰公司及施工队材料以次充好、偷工减料，后期增项等一系列问题，消费普遍存在对建材价格、装修质量的担忧。业主对装饰公司缺乏信任度已成为了制约中小家装企业发展的瓶颈。

目前随着移动互联网的普及，网络平台已逐渐成为家装企业的营销渠道之一。但是，总体而言家装产品线上销售的规模仍相对较低。2013 年我国家居市场线下规模 1.8 万亿，而线上规模为 700 亿元，占比仅约 3.9%。家居网络服务商具有巨大的市场发展空间。未来装饰公司、建材家居供应商等家装企业的业务与家居网络营销平台服务的线上线下融合已成为行业发展的大势所趋。实施本项目是以互联网模式对传统家装领域进行的改造升级，是顺应整个传统行业转型的需要。

(2) 实现公司战略转型的需要

公司原有的家居网络营销服务平台面向的主要是建材家居供应商、装饰公司等家居产品供应方：针对电子商务（家居宝）会员，公司通过收取一定的服务年费，会员即可在平台上建立网上商铺以及自主发布诸如产品、案例等各种信息；对于非会员商户，公司为其提供产品和服务信息发布、广告推广等网络营销基础服务。此种服务模式下公司的业务类型和盈利模式均相对单一。

在房产网络服务商线上与线下业务融合的行业大趋势下，基于房产网络营

销在南京、合肥等地形成的区域性优势，并依托公司多年发展积累的数据资源和服务经验，2014 年公司推出了自主开发运营的家装建材网络服务平台 365 装修宝。365 装修宝是公司建立的一个开放式网络服务平台，它整合了家装过程中多个环节的线下资源，通过此平台家装用户与设计师、装饰公司、建材家居供应商之间可以进行零距离互动。用户在此平台上不仅可以了解咨询装修知识，选择设计师和装饰公司，进行建材家居产品的比对选样，而且可以获取公司提供的家装资金第三方托管，免费验房、工程监理等附加服务，是一种较为新型的“线上实时交流+线下装修服务”家装 O2O 交易模式。

公司今年根据市场情况制定了“立足于居，成就于家，成为幸福居家首选平台”的发展战略。此次募投资金主要用于 365 装修宝分站建设和技术升级。目前我国家居网络营销服务行业尚处于从市场逐步规范到市场集中度提高的过渡阶段，365 装修宝在重点区域的设点布局以及技术平台的升级，是实现公司战略转型的需要，在行业竞争日趋加剧的背景下亦是保持公司市场地位的必然选择。该项目的实施未来将对公司房产家居网络营销业务的发展、壮大产生深远的战略意义。

(3) 拓展公司价值链、增强公司核心竞争力

家装 O2O 新产品 365 装修宝是实现公司由互联网房产销售向家装建材服务平台横向延伸的载体。365 装修宝作为一个第三方服务平台，能够满足用户购置房产之后随即产生的设计、建材家居、装修、监理等一系列相关服务需求，实现房产销售到家装建材网络销售的多环节融合。通过实施该项目，公司业务不仅得以延伸，拓展了公司的价值链；而且消费者一站式的家装服务体验，又将在一定程度上促进公司线上的房产销售，能够极大地增强用户粘性，增强公司的核心竞争力。

6、项目可行性及市场前景

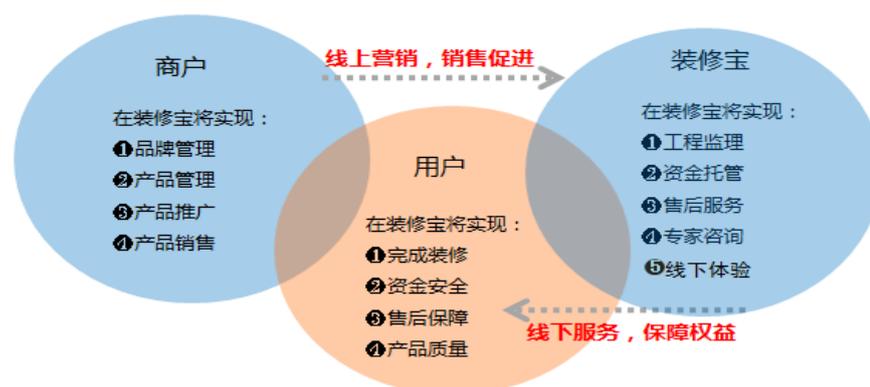
(1) 家装行业市场前景广阔

得益于中国城市化的进程和房地产行业的带动，我国家装行业近年来得到了快速发展。根据国家统计局数据，2013 年中国城市化率达到 53.37%，未来仍然具有较大的增长空间，这将产生大量的住宅装修刚性需求。

中国建筑装饰行业的“十二五”规划提出，2015 年整个建筑装饰行业工程总产值力争要达到 3.8 万亿元，年平均增长率为 12.3%左右。其中，公共建筑装饰装修（包括住宅开发建设中的整体楼盘成品房装修）达到 2.6 万亿元，年平均增长率为 18.9%左右；住宅装饰装修（单个家庭独立装修工程）力争达到 1.2 万亿元，年平均增长速度为 4.9%左右。随着生活水平的提高以及装修理念的转变，消费者对住宅装饰的设计感、舒适度、绿色环保等要求也日益提高，未来家装市场潜力巨大。家装行业的广阔市场空间和良好发展前景为公司业务的持续增长提供了保障。

（2）365 装修宝的运营模式及其优势

365 装修宝是公司家装用户与设计师、装饰公司、建材供应商搭建的一个“速配”平台，该平台为参与房屋装修过程的各方提供了一种新型的 O2O 交易模式。



不同于传统家居网络平台，365装修宝平台通过对线下资源的整合，提供线上交流平台、资金托管、免费监理等多项服务，可以满足家装业主、设计师、装饰公司、建材供应商等多个利益方的诉求：一方面较大程度上降低了用户在装修过程中因为质量、价格等问题与家装公司产生纠纷的可能性，另一方面也为设计师、装饰公司、建材供应商等服务方提供了一个高效、便捷的营销、品牌宣传平台。在保障用户权益的同时，促进商户交易，实现了家装建材网络销售的多环节融合。公司通过该家居服务平台提供多元化服务，极大地增强了用户粘性，募投项目达成之后将成为公司形成新的盈利增长点，增强公司的核心竞争力。

365 装修宝平台目前采用了 PC 端+APP 端+微信端三网合一的数据模式，能够为各个网络平台用户提供便捷的服务。



(3) 运营模式复制的可行性

2014 年 10 月份，365 装修宝合肥分站率先在 PC 端（www.365zxb.com）和移动端正式上线。借助合肥三六五网站、合肥论坛等线上平台的流量优势，365 装修宝合肥分站已成为该区域具有较大影响的家装平台。此后，公司又迅速在其他三六五网站布局城市筹措建立装修宝分站。截至 2014 年 12 月，公司已经建立了合肥、苏州、无锡、常州、杭州、西安等 6 个直营分站，业务范围已从合肥扩张至全国几十个城市。365 装修宝上线之后，用户规模快速提升，短短两个月 6 个直营分站已经吸引了近 2,700 名设计师、140 家装饰公司以及 340 家建材供应商的入驻。目前装修宝平台服务有效客户数累计达到 5,000 户，资金托管用户将近 1,200 户。

根据全国不同区域城市的具体情况，未来公司一方面将通过直营或合资的方式建立 365 装修宝分站，将其成功的运营模式复制进入三六五网站布局的重

点城市；另一方面，通过与当地有媒体资源的公司合作，输出 365 装修宝的服务模式，并收取加盟费，将 365 装修宝继续推进到其他城市，提高公司家装 O2O 产品的市场覆盖率，逐步实现公司所提出的“立足于居，成就于家，成为幸福居家首选平台”的发展战略。

(4) 公司具备项目实施能力

作为行业领先的房地产家居网络营销服务提供商，具有经过多年发展，公司已积累了丰富的房产、业主、装饰、建材等信息，数量众多且优质的客户资源为公司在各区域中心顺利建立 365 装修宝分站提供了平台支持。

另外，公司不仅拥有一支高素质研究开发人员和营销人员组成的“IT+房产家居”专业运营团队，还通过“三六五学院”项目的实施建设了人才测评中心和培训中心，完善的人才培训体系为本项目的顺利实施提供了人才储备。依托于丰富的客户资源和人才储备，再加上公司上市之后随着业务规模的扩大，公司管理团队的管理能力进一步提高，公司内部控制也都得到了持续完善，上述因素均为本项目的顺利实施提供了可行性，公司已完全具备实施该项目的能力。

7、项目投资成本及经济效益

本项目预计总投资 5,000 万元，其中分站建设和技术平台的研发升级 4,000 万元，铺底流动资金 1,000 万元，包括品牌推广费、人力成本等。经测算，项目投资财务内部收益率为 20.69%，投资回收期为 3.73 年（含建设期）。

(三) 技术支撑平台建设项目

1、募集资金使用计划简述

为适应公司房产家居社区 O2O 战略转型的需要，进一步提升公司房产家居网络营销平台的竞争力，本次募集资金拟投入到对公司技术支撑平台的建设，为构建云计算中心以及多链路负载均衡平台提供软硬件支持，实现对公司网络架构和链路的升级，进而为公司网络服务平台的不断创新和优化提供技术支持。

本项目预算投资总额为 10,000 万元，其中项目建设投资 7,400 万元、机房和宽带运行费用 2,400 万元，铺底流动资金 200 万元。

2、项目实施单位

项目由本公司作为实施主体，本次募集资金到位后，公司将使用募集资金直接实施该项目

3、项目实施背景及必要性

房产、家居、社区的 O2O 模式是否能够实现可持续发展在很大程度上依赖于公司技术支撑平台基于大量数据资源的分析能力。具体而言，技术平台需要能够通过对线上用户与在线客服沟通的信息以及用户访问网站的时间、浏览的时间和内容、评论或者分享的内容等行为数据、位置数据等大量信息进行深度挖掘和分析，以准确获取用户的消费偏好、购买意向等信息，帮助线上服务平台更完整地理解客户需求，进而为其提供更具个性化的线下服务。

目前公司各项业务依赖的数据平台均是采用单服务器运行架构模式，并且各项业务所使用的网络系统环境也相对独立，数据资源利用率相对较差。为了应对网络安全以及公司未来业务规模扩张的需求，若是延续公司目前这种传统 PC 互联网的网络架构，公司未来投入的底层系统构建势必将更为复杂，整体系统的运行和维护也将面临更大的风险。另外，未来随着公司房产、家居、社区 O2O 业务的持续推进，公司各项业务的展开都将更依赖于 APP 端的用户资源。相对于 PC 端用户，APP 终端用户具有地点分布广、跨运营商访问的要求高等特点。公司目前的网络架构也难以满足 O2O 模式下 APP 用户对于访问效率和访问感受度提出的更高要求。

因此，基于房产、家居、社区 O2O 战略转型的需要，公司需要对现有的网络架构和链路进行全面的升级。

一方面，本次募集资金将用于云计算中心的构建。O2O 模式对于服务平台数据信息的挖掘、分析能力提出了更高的要求，而可扩展的 IT 架构是提供大数据分析的基础。云计算中心采用数据存储与管理集中化的模式，主要服务于大数据的管理和挖掘，不仅有利于公司各项业务间的联动处理，而且可以实现分级授权，加强控制和监督，提高集约化管理水平。通过搭建云计算中心，可以为公司各项业务的顺利开展提供大规模、虚拟化、可扩展的硬件支撑，提高各项资源的利用率。

另一方面，公司将搭建一个多链路负载均衡平台，为公司的线上服务提供高效、稳定的网络入口，提高网络服务平台的稳定性和防黑客攻击能力，提高用户服务的稳定性和访问速度。

募投项目的实施可以实现提高数据资源的利用率、网络架构安全可控、改善 APP 终端用户访问感受等目标，为公司现有网络服务平台的不断创新和优化提供了良好的硬件基础，有利于提升公司未来的发展潜力。

3、项目实施方案

本项目投资主要用于公司技术支撑平台的建设，目的是为了构建云计算中心以及多链路负载均衡平台。

(1) 构建云计算中心

项目投资拟通过增加带宽出口，租用 IDC 机房机柜，购置服务器和存储设备进行核心机房的扩容，为云计算中心的构建提供硬件支持。

云计算中心的软件架构采用 CloudStack 开源云平台。CloudStack 是一个开源云计算解决方案，可以加速高伸缩性的公共和私有云（IaaS）的部署、管理、配置。使用 CloudStack 作为基础，数据中心操作者可以快速方便地通过现存基础架构创建云服务。硬件虚拟化采用 VMWARE 的虚拟化产品。

公司通过采用 Cloudstack 云平台，集成硬件资源的管理和运行维护，物理机则采用 VMWARE 进行服务器虚拟化。



目前，公司技术研发部门已经在使用 VMWARE 进行服务器虚拟化管理，但是尚未搭建云平台，虚拟化技术只应用在单一的硬件服务器中。因此，公司目前已具备实施该项目的技术能力。云平台的搭建完成之后，公司可快速进行业务的云迁移工作。

(2) 构建多链路负载均衡平台

多链路负载均衡平台建设的主要内容包括 IDC 节点布局和应用软件的升级。

公司目前并没有自建机房，因此在多链路的选择上，选择租用运营商的 IDC 机房作为多链路的节点。项目投资拟通过租用运营商的 IDC 机房作为多链路的节点，自建 CDN 节点，在链路上实现负载均衡，达到提高效率、保障稳定性的特点。与租用 CDN 节点相比，自建 CDN 节点具有资源可控，运维可控，成本相对较低的优势。

具体而言，公司拟采用 F5 链路负载均衡设备，在全国 10 个主要城市的多线 IDS 机房租用机柜和带宽进行布点，每个节点都与核心机房互通，通过 DNS 解析

管理进行分流。每个节点至少接入电信、网通、移动中的两条线路，根据不同地区和不同 IDC 资源，在有条件的机房中使用 BIGip 的链路。

另外，公司已经自行研发了一套软负载均衡系统——365 中间件，并已取得相应的软件著作权。该系统基于单服务器模式实现了负载均衡调度和故障迁移能力。但是，目前的软件系统无法应用于云计算平台，未来还需要基于云平台进行 365 中间件的升级改造。

通过本项目的实施，公司将构建一个多链路负载均衡平台，提高公司各网络服务平台的稳定性，为用户提供良好的服务体验。

5、项目经济效益

通过本项目的实施，将云计算、多链路负载均衡等关键技术融合到公司房产、家居、社区 O2O 项目的建设和运营中，提升公司研发能力和创新能力，有利于进一步提升公司整体服务品质和竞争力，有利于公司开拓新的业务模式并形成新的利润持续增长点。

四、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响

本次发行所募集资金投资项目符合房地产互联网信息服务行业的发展方向，有利于公司把握市场机遇，进一步优化业务的地域结构和公司的盈利模式，扩大业务规模，提高市场占有率、提升公司的行业地位，从而有利于增强公司的核心竞争力和可持续发展能力。

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。

第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行后公司业务及资产、章程、股东结构、高管人员结构、业务结构变化

（一）本次发行后公司业务及资产是否存在整合计划

本次募集资金投资项目投产后，可有效提高公司主营业务能力，进一步提升公司的市场占有率及核心竞争力，公司主营业务范围不会发生变更，公司目前没有业务及资产的重大整合计划。

（二）本公司章程是否进行修订

本次发行完成后，公司股本将相应增加，公司原股东的持股比例也将相应发生变化。公司将按照发行的实际情况对公司章程中与股本相关的条款进行修改，并办理工商变更登记。

（三）本次发行对股东结构的影响

本次非公开发行将使公司股东结构发生一定变化，发行前公司原有股东持股比例将有所下降，但不会导致公司实际控制人发生变化，亦不会导致公司股权分布不具备上市条件。

（四）本次发行对高管人员结构的影响

截至本次非公开发行预案出具日，公司尚无对高管人员进行调整的计划。本次发行后，不会对高管人员结构造成重大影响。若公司拟调整高管人员结构，将根据有关规定，履行必要的法律程序和信息披露义务。

（五）本次发行对业务结构的影响

公司的主营业务为房产、家居的网络营销服务。本次发行募集资金主要投向房产 O2O 生态系统建设、对安徽装修宝增资和技术支撑平台建设等项目，项

目实施之后，将实现公司房产家居网络营销从线上向线下的 O2O 融合。线下服务的拓展可以促进公司线上各项业务的开展，增强用户粘性，有利于公司进一步提升核心竞争力，提升公司的市场地位，提高公司的持续盈利能力。本次非公开发行后，公司的总体业务结构不会发生变化。

二、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

本次非公开发行募集资金到位后，公司的总资产及净资产规模将相应增加，财务状况将得到较大改善，盈利能力进一步提高，整体实力得到增强。本次非公开发行对公司财务状况、盈利能力及现金流量的具体影响如下：

（一）对财务状况的影响

本次发行完成后，公司的总资产与净资产总额将增加，资产结构将进一步优化，有利于增强公司的资本实力，提高公司的抗风险能力，为公司的持续发展提供良好的保障。

（二）对盈利能力的影响

本次募集资金拟投资项目实施之后，公司原有网络销售服务平台不仅将实现房产销售线上服务与线下业务的融合，而且还将横向延伸至家居建材等增值服务领域。募投项目实施之后，公司的业务结构将更加完善，盈利能力将得到进一步提升，从而有利于增强公司的核心竞争力和可持续发展能力。短期内公司净资产收益率、每股收益等财务指标虽然将出现一定程度的下降，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）对现金流量的影响

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；随着项目投资资金的陆续投入，投资活动产生的现金流出量将大幅增加。未来募投项目建设完成之后，公司经营活动现金流入将会逐渐增加，公司现金流量状况将得到进一步优化。

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

本次发行完成后，公司与公司共同实际控制人及其关联人之间的业务关系、管理关系等方面不会发生变化。本次发行不会产生同业竞争和新的关联交易。

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

公司的资金使用或对外担保严格按照法律法规和公司章程的有关规定履行相应授权审批程序并及时履行信息披露义务，不存在被控股股东及其关联人违规占用资金、资产或违规为其提供担保的情形。本次发行完成后，公司不会因本次发行产生被控股股东及其关联人占用公司资金、资产或为其提供担保的情形。

五、公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的状况

本次非公开发行完成后，公司的资金实力进一步增强，公司不存在通过本次发行而大量增加负债的情况。

截至 2014 年 9 月 30 日，本公司资产负债率为 9.07%，资产负债率较低，主要原因是本公司作为互联网信息服务企业，有“轻资产”的特性，固定资产较少且较难取得银行贷款。本公司作为一家互联网企业，所处行业发展速度较快、商业模式和市场热点变化不断，需要公司保持充沛的现金和有较大安全边际的负债水平，以便在新的行业投资机会出现时迅速进入，抢占市场先机。此外，由于公司在顺应行业变革要求以及进行产业链拓展延伸领域将有较大投入，虽然公司目前资产负债率相对较低，但作为互联网企业，总体规模偏小，且业务发展仍处于快速升级开拓的阶段，因此公司仍有较大的资金需求。后续公司将

根据具体经营发展情况，合理选择融资工具，故公司目前负债比例是与行业及经营情况相匹配，公司不存在财务成本不合理的情况。

第四节 本次非公开发行股票的风险说明

投资者在评价本公司本次非公开发行股票时，除本预案提供的各项资料外，应特别认真考虑下述各项风险因素：

一、政策性风险

本公司属于房地产家居网络营销服务行业，未来的业务发展会受下游房地产、家居行业发展状况的影响。房地产行业 and 家居行业均属于传统的周期性行业，受国家宏观调控政策影响较大。房地产调控政策的实施会对新房、二手房的买卖以及家居市场产生较大影响，进而传递至房地产家居网络销售服务业。如果公司不能及时准确理解国家宏观政策对房产家居营销的影响并积极应对，则可能影响到公司业务的开展。

二、业务扩张风险

目前公司以房产家居的网络营销服务为主，未来随着公司业务的升级以及产业链延伸，公司主业不仅将实现线上与线下业务的融合，而且业务还将延伸至相关联的家装建材销售、互联网金融等增值服务。主动进行业务创新、积极探索新的盈利模式是房地产网络服务企业竞争加剧的必然选择，也是实现公司快速增长、提高市场份额、保持行业领先地位的迫切需要。但是创新的业务模式会给企业带来经营上的不确定性。未来如果房产销售线下业务或者装修宝扩张项目拓展受阻，将对公司未来业绩的增长带来不利影响。

三、人力储备风险

房地产家居网络营销服务行业需要互联网、市场营销、房地产家居行业的相互融合，对业务人才的素质要求较高。在公司业务转型、扩张的过程中，公司对管理人才、高水平的电子商务人才、互联网技术运用与开发人才、营销人才等均有较大需求。如果高素质专业人才缺失，可能会影响公司业务的持续推进，从而影响到公司战略发展规划的顺利实施。

四、管理风险

随着公司战略转型的持续推进和公司产业链的延伸，公司业务将进一步丰富，资产和人员规模相应扩大，公司在资源整合、风险控制、人力资源管理、财务管理、内部控制等方面均面临新的挑战，公司运营管理的难度不断提高。公司若不能及时适应和调整，持续提高公司各级管理层的素质的管理能力，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，公司存在经营规模扩张引致的管理风险。

五、募集资金投资项目风险

公司本次发行募集资金投资项目经过充分的可行性研究论证，具有广阔的市场前景。但是公司是基于当前房地产家居网络营销服务行业以及房地产、家居行业的发展趋势、市场环境、客户需求等因素做出的论证分析。由于市场情况不断发展变化，如果出现募集资金不能及时到位、项目延期实施、市场推广效果不理想、国家宏观调控政策或市场环境发生变化、竞争加剧等情况，将影响募集资金投资项目预期效果的实现。

六、净资产收益率下降的风险

本次非公开发行完成后，公司总股本和净资产规模增加。由于募集资金投资项目存在一定的建设期，项目产生收益亦需要一定时间，短期内可能会出现净资产收益率下降、每股收益摊薄的风险。

七、审批风险

本次发行尚需提交公司股东大会审议通过，并报中国证监会核准，能否取得相关的核准，以及最终取得核准的时间存在不确定性。

八、股价波动的风险

公司的股票价格不仅受公司生产经营、盈利水平以及公司未来发展前景的影响，而且会受到市场供求关系、宏观经济形势、行业政策、资本市场走势、

投资者心理预期以及各种不可预测因素的影响。针对上述情况，公司将按照有关法律、法规的要求，真实、准确、及时、完整、公平地向投资者披露有可能影响公司股票价格的重大信息，供投资者做出投资判断。同时，公司提醒投资者在选择公司股票时，应审慎判断，注意股价波动及股市中可能涉及的风险。

第五节 公司利润分配政策的制定和执行情况

一、公司现有的股利分配政策

根据经公司 2014 年第三次临时股东大会审议通过的修订后的《公司章程》，公司的利润分配相关政策如下：

“第一百五十五条 公司利润分配政策为：

（一）公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，不得损害公司持续经营能力，不得超过累计可分配利润的范围。

（二）在公司现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司可以采取现金或者股票方式分配股利，并优先采用现金方式分配；公司每年度进行股利分配，有条件的情况下可以进行中期利润分配。

（三）除公司有重大资金支出安排或股东大会批准的其他重大特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。

重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

1、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 3,000 万元；

2、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（四）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，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现

金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；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。

（五）公司在经营状况良好，并且董事会认为公司未来成长性较好、每股净资产偏高、股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益，并且公司未分配利润为正、当期可分配利润为正时，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，具体方案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

（六）公司应在定期报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见。

（七）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（八）如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响时，或公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，可对利润分配政策进行调整。公司调整利润分配政策应由董事会做出专题论述，详细论证和说明原因。有关调整或者变更利润分配政策的议案，应由独立董事发表意见，经董事会全体董事过半数通过后提交股东大会批准，并应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。股东大会审议利润分配政策变更事项时，公司应当为股东提供网络投票方式。

（九）利润分配政策的决策程序：

公司的利润分配方案由董事会战略委员会拟定后提交公司董事会、监事会审议。董事会就利润分配方案的合理性进行充分讨论，形成专项决议后提交股东大会审议，独立董事应发表独立意见。公司董事会在制定具体分红政策时，

应根据前述第四款的规定，提出差异化的现金分红政策，独立董事应当发表明确意见。

公司独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，直接提交董事会审议。

公司因前述特殊情况而不进行现金分红，或现金分红比例未达到前述规定时，董事会应当就不进行现金分红或现金比例不足的具体原因、公司留存收益的确切用途、使用计划及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。公司应提供网络方式为股东参加会议提供便利。

股东大会对利润分配预案尤其是现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。”

二、最近三年现金分红情况

最近三年，公司实现净利润、期末未分配利润及分红情况如下：

单位：元

分红期间	现金分红金额 (含税)	合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润	占合并报表归属于上市公司普通股股东的净利润的比率(%)
2014 年 1-6 月	42,680,000	86,643,312.95	49.26
2013 年	53,350,000	114,383,995.43	46.64
2012 年	53,350,000	101,296,297.56	52.67
2011 年	26,675,000	72,333,901.74	36.88

最近三年，公司现金分红比例较高，并坚持了现金分红政策的一贯性。

三、公司最近三年未分配利润的使用情况

为保持公司的可持续发展，最近三年，公司实现的归属于上市公司股东的净利润在提取法定盈余公积金及向股东分红后，其余未分配利润作为公司业务发展资金的一部分，用于企业的生产经营。

四、未来三年（2015-2017）股东回报规划

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）的要求，公司董事会对未来三年股东分红回报进行了详细规划。本公司第二届董事会第二十二次会议审议通过关于修订《未来三年（2015-2017）股东回报规划》的议案，待公司股东大会审议通过后即可实施。规划的具体内容如下：

（一）分配方式：在公司现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司可以采取现金或者股票方式分配股利，并优先采用现金方式分配；公司每年度进行股利分配，有条件的情况下可以进行中期利润分配。

（二）公司现金分红的具体条件：除公司有重大资金支出安排或股东大会批准的其他重大特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。

重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

1、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 3,000 万元；

2、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（三）现金分红的比例：在符合上述现金分红条件的情况下，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，实施差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，可以按照前项规定处理。

（四）现金分红政策的调整和变更：公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。如遇到战争、自然灾害等不可抗力、或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响时，或公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，可对利润分配政策进行调整。公司调整利润分配政策应由董事会做出专题论述，详细论证和说明原因。有关调整或者变更利润分配政策的议案，应由独立董事发表意见，经董事会全体董事过半数通过后提交股东大会批准，并应经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过。股东大会审议利润分配政策变更事项时，公司应当为股东提供网络投票方式。

（五）公司发放股票股利的具体条件：公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、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。股票股利分配可以单独实施，也可以结合现金分红同时实施。

第六节 与本次发行相关的董事会声明及承诺事项

一、关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明

除本次非公开发行外，未来十二个月内，公司将根据已经规划及实施的投资项目的进度、银行借款的规模等情况，并综合考虑公司资本结构、融资成本等因素，不排除择机安排其他股权融资的计划。

二、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董事会作出的关于承诺并兑现填补回报的具体措施

本次非公开发行募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加，总股本数亦相应增加，从而可能摊薄公司即期回报。

为保护投资者利益，保证公司募集资金的有效使用，防范即期回报被摊薄的风险，提高对公司股东回报能力，公司拟采取如下措施：加强募集资金管理，确保募集资金规范合理使用；积极推进公司发展战略，努力提升公司市场地位；择机参与房地产服务行业整合，提高市场占有率和竞争力；在符合利润分配条件情况下，重视和积极回报股东。具体请参见与本预案同时披露的《江苏三六五网络股份有限公司关于非公开发行股票发行方案的论证分析报告》相关内容。

江苏三六五网络股份有限公司董事会

2014 年 12 月 26 日