

北京弘高创意设计股份有限公司

2015 年度非公开发行 A 股股票

募集资金使用可行性分析报告

一、本次募集资金的使用计划

本次非公开发行股票的募集资金总额不超过149,000万元，扣除发行费用后将全部用于补充流动资金，以增强公司资本实力，满足公司未来业务发展的需要。

二、本次募集资金用于补充流动资金的必要性分析

（一）行业特点决定了公司业务快速发展必须具备充裕的流动资金

建筑装饰行业普遍具有轻资产、重资金的行业特点，即建筑装饰企业业务发展对固定资产的需求较小，但对流动资金的依赖度很高。大中型建筑装饰工程的共同特点是金额大、工期长、付款时间长，因此，建筑装饰企业若要完成多项施工工程，在项目投标、预付款保证、履约保证、工程设计、材料及设备采购、项目执行以及维修质保等多个环节均需投入大量流动资金，且资金从投标开始即投入，到质保期结束后才能全部收回，资金周转时间较长，需要大量的流动资金作为保障，从而要求企业具备较强的资金实力。

作为建筑装饰行业的领导企业，公司业务规模的持续快速扩张一方面依赖于其核心竞争力，如高端的品牌形象和影响力、强大的设计团队和能力、设计施工一体化优势、端到端的供应商整合等；另一方面也依赖于充裕的流动资金作为保障。以建筑装饰行业主营业务为公共装饰的可比上市公司为例，2015 年流动资产占总资产比重、货币资金和应收账款占流动资产比重情况分别如下：

可比公司	流动资产占总资产比重	货币资金占流动资产的比重	应收账款占流动资产的比重
弘高创意	95.98%	5.61%	84.53%
金螳螂	83.59%	5.90%	88.96%
亚厦股份	85.99%	16.86%	77.51%
洪涛股份	80.61%	14.96%	72.65%

可比公司	流动资产占 总资产比重	货币资金占 流动资产的比重	应收账款占 流动资产的比重
广田股份	89.61%	21.71%	63.29%
瑞和股份	75.65%	12.68%	67.77%
宝鹰股份	85.85%	14.43%	80.09%
平均值	85.33%	13.16%	76.40%

从上表可以看出，2015年建筑装饰企业流动资产占总资产的比例平均值为88.33%，货币资金和应收账款占流动资产的比重平均值之和为89.56%。因此，建筑装饰企业运营更多的依赖流动资金投入。

建筑装饰行业常规结算方式为按工程进度进行结算，具有项目周期长、按实际完工工程量比例结算、工程竣工验收及决算流程较长等特点，2013年、2014年和2015年公司应收账款净额占营业收入的比例分别为34.83%、62.34%和95.65%。公司业务规模正处于持续增长态势，随着营业收入的增长，应收账款余额不断增长，公司对流动资金需求将有所提高。

（二）公司经营规模的快速扩张持续加大流动资金需求

建筑装饰行业的发展与国民经济的发展水平息息相关，我国经济持续高速增长为建筑装饰行业的发展提供了坚实的基础。中国建筑装饰行业在“十二五”期间，健康快速发展，继续发挥出在国民经济和社会发展中的重要作用，并呈现出发展速度较快、发展质量较好、发展后劲较大的特点，是行业发展最好的时期之一。未来，我国固定资产投资持续加大，城镇化建设进程加快将进一步推动建筑业投资额及新建建筑面积高速增长。新建的城市商业空间、公共空间及已有建筑空间的不断更新将持续形成建筑装饰行业的需求和发展动力。建筑装饰行业的持续增长将为公司未来发展提供了良好的市场环境。建筑装饰行业正处于繁荣发展期，行业集中度不断提升，具备较强资金实力的大型建筑装饰公司凭借其资金优势、品牌优势及管理优势逐渐占据高端市场。

公司定位于高端市场，致力于打造精品工程。公司承接的大型高档装饰工程业务范围涵盖国家政府部门、金融机构、星级酒店、高端写字楼、高端商业、豪华住宅、大型公共建筑等多个领域。近年来公司营业收入始终保持快速增长，2013年和2014年营业收入分别为217,481.48万元和311,044.28万元，较上年分别增长49.95%、43.02%，快速扩张的经营规模使得公司对流动资金的需求

也大幅增加。随着业务规模的扩大，公司需要大量现金投入作为日常营运资金，其中大项支出主要包括原材料采购、人工费、管理费、现场临时设施支出、履约保证及研发设计支出等。为有效把握建筑装饰行业高速发展的机遇，公司在原有业务稳定、可持续发展的前提下，需要进一步通过上市公司平台扩充公司资金实力。

此外,公司营运资金除来自于客户按照项目进度支付的部分工程款外，还来自于公司自身投入的大量垫资。公司专注于大型高端公共建筑装饰细分市场，在建筑装饰工程未完工时，委托方按照完工工程量的 60%-70%支付工程进度款，公司施工过程中需进行过程垫资，部分总包项目的过程垫资比例可能会更高。同时，市场竞争日趋激烈，近年来公司签订的施工合同中约定的预收款比例逐渐下降，而新开工项目数逐年上升，对流动资金的需求越来越大。另外，从营运资金筹资来源来看，随着公司业务规模的扩大，依靠股东原始资金投入和自身滚动积累的资金已不能满足业务快速发展的需要。

综上，公司将本次非公开发行募集资金用于补充流动资金后，将有效满足公司经营规模扩大带来的新增营运资金需求，与日益扩张的业务规模相匹配。

（三）改善公司资本结构、降低融资成本，增强公司的资本实力

2013年末-2015年末公司资产负债率保持在较高水平，平均约为73.50%。2013年末、2014年末和2015年末，公司与同行业主要上市公司资产负债率的对比如下：

资产负债率	2015年12月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
弘高创意	77.97%	73.40%	69.14%
金螳螂	64.74%	66.25%	68.53%
亚厦股份	60.73%	61.93%	65.04%
洪涛股份	51.68%	46.20%	50.16%
广田股份	56.50%	62.19%	57.56%
瑞和股份	49.39%	49.50%	49.98%
宝鹰股份	62.42%	55.86%	62.46%
平均值	60.49%	59.33%	60.41%

由上表对比可见，公司资产负债率均高于同行业可比上市公司，高负债率对公司经营发展形成了潜在风险。装饰行业的平均净利润率一般不超过10%，盈利能力的提高一方面依靠扩大经营规模，另一方面依靠降低成本费用率来实现，因

此融资成本的高低将直接影响企业利润率。而在行业平均净利率较低的情况下，建筑装饰企业若通过银行贷款支付较高的财务费用来扩展业务，将会较大的影响公司的净利润率水平，给公司的盈利能力带来不利影响。

综上所述，补充流动资金后，公司的资本实力得到增强，业务规模可以进一步扩大，盈利能力将得到进一步增强；同时，可以优化公司资产结构，降低资产负债率，增强公司资产结构的稳定性和抗风险能力；也有利于公司未来通过各种融资渠道获取较低成本的资金，进而使得公司更好地面对激烈的市场竞争，增强公司的整体竞争力。

（四）实施公司“以设计领衔、强化产业链两端高附加值”发展战略的需要

结合行业竞争形势和公司核心竞争力，公司制定了“以设计领衔、强化产业链两端高附加值”的整体发展战略，即以设计为核心，集中优势资源投入到设计能力提升和品牌塑造上，强化产业链两端高附加值的实力和竞争力，加强设计环节转化后的工程管理，产业链的延伸围绕设计和品牌渠道这两个端点展开。用品牌影响力、设计收入增加带来的高附加值利润弥补施工材料、人工成本上涨及拓展营销渠道所消耗的费用，保证业务合理的利润空间，促进公司健康、良性、可持续发展。

在设计方面，公司致力于设计产业化运营，其核心是工业化扩张，整合上下游产业链，把设计环节进行纵深化细分、流水线切割、标准化规范和科学化管理，建立工厂化设计体系，即将一个项目的完整设计流程拆分成十几个专项节点，在每一技术专项领域内将最佳的设计成果作为标杆，形成该专项的标准化模板和技术规范，并在各专项领域中培养标准化的设计人才。公司业务工厂化模式解决了设计能力的标准化复制和设计人才的工厂化复制。公司下设 9 家设计院，拥有近 300 余名设计师，同时公司牵头组织全国 46 家知名企业、学院、媒体发起成立北京建筑装饰设计创新产业联盟，筹建创意设计产业园，利用互联网思维为投资商提供全产业链服务，提供中国大建设行业服务一站式解决方案。

在品牌塑造方面，公司充分发挥在品牌形象、高端市场、项目整体方案设计、施工管理等方面的竞争优势，将城市综合体、高端酒店、高端公寓建筑装饰设计施工主业做大做强。公司在项目开发上先求“质”再求“量”，积极开发“设计

施工一体化、以设计带动施工”的高端优质客户，客户更为优质、项目毛利率更高。高端客户的肯定为公司带来了更多后续施工的机会，同时强大的专家顾问团、丰富的专利软件著作权等创新成果给予增长的原动力。

因此，作为高端装饰市场的龙头企业，公司面对建筑装饰行业“以设计带动施工”的未来趋势带来的前所未有的市场机遇，必须在设计能力提升和品牌塑造等重要领域加大投入，进一步巩固和提升核心竞争力。同时，以设计为核心、设计施工双轮驱动模式将为公司带来大量的后续施工项目，公司需加大投入以积极运作施工项目，保持业务高速增长，以保证在未来竞争中抢得先机。

（五）开拓建筑幕墙设计与施工新业务、拓展公司发展新版图的需要

2010年8月中国建筑装饰协会通过的《中国建筑装饰行业“十二五”发展规划纲要》指出：到2015年，建筑幕墙行业产值将达到4,000亿元，增长幅度约167%，年平均增长率约21.3%。

公司具备建筑幕墙工程设计专项乙级、建筑幕墙工程专业承包一级资质，采取建筑幕墙工程设计、施工一体化的经营模式，驱动“建筑装饰+建筑幕墙”共同发展。公司成立了幕墙专项市场团队和专项配套幕墙设计的专业BIM建模设计团队，建立了完善的建筑幕墙设计与施工、建筑装饰设计与施工协同发展的产业链，大力开拓建筑幕墙设计与施工业务，同步发展内、外部装饰业务的布局顺应了建筑装饰市场未来发展的潮流，将大大增强公司的综合盈利水平和竞争能力。公司拥有的资质、设计部门人才优势、及积累的项目运作经验为幕墙设计与施工一体化的业务发展奠定了良好的基础。

综上，运用募集资金补充流动资金，既能满足公司业务规模快速扩张的需要，又能增强公司的资本实力，满足公司战略发展需要，有利于公司的长远发展。

三、本次募集资金用于补充流动资金的可行性分析

建筑装饰行业未来的发展，将主要得益于国家政策的推动，包括城市化进程的提速、城镇固定资产投资增速维持较高的水平，以及消费升级所带来的高端酒店、高端办公楼、商业地产、住宅等建筑装饰需求的持续提升。目前我国建筑装饰行业正处于高速发展的黄金时期。

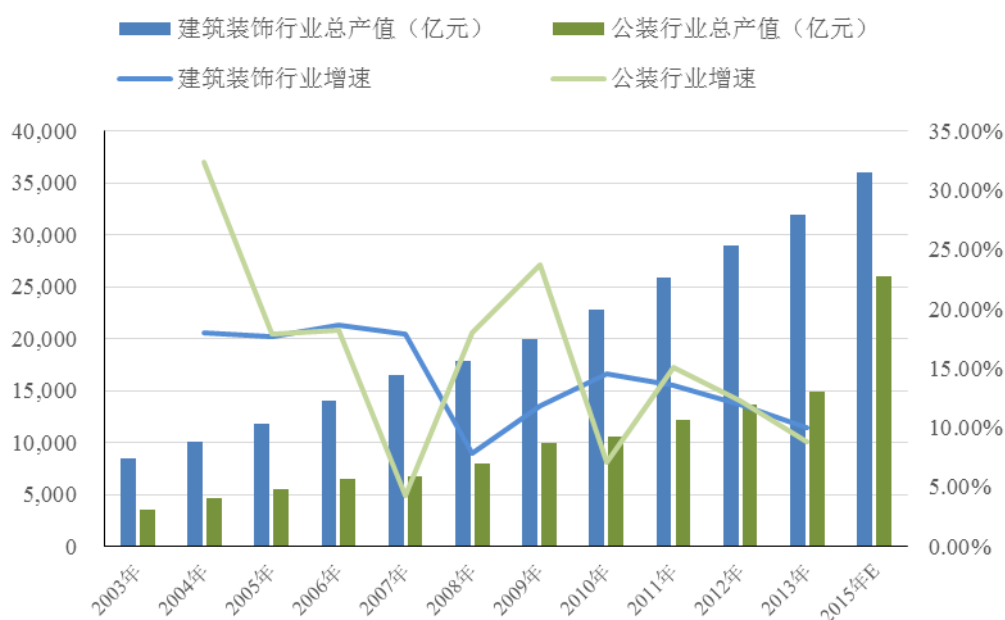
（一）建筑装饰行业市场处于快速发展期

1、市场迎来加速成长期

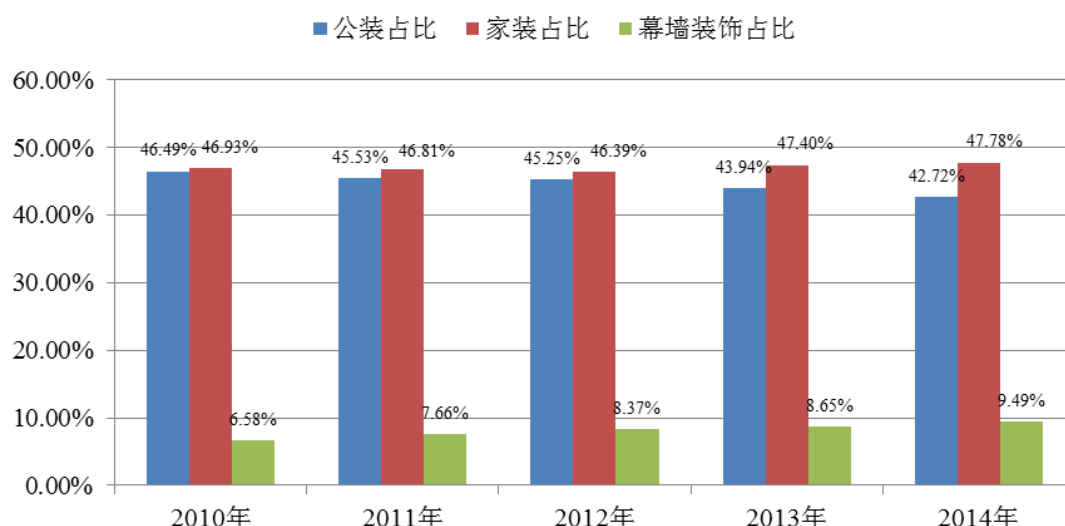
我国建筑装饰行业自二十一世纪初至今处于快速发展期，建筑装饰行业总产值由 2003 年的 0.85 万亿元提高至 2014 年的 3.16 万亿元，年均复合增长率为 14.03%，2015 年产值预估达 3.8 万亿，预计装饰行业产值在未来两年内仍将保持 12-15% 的增长区间。其中公装行业总产值由 2003 年的 0.35 万亿元提高至 2014 年的 1.65 万亿元，年均复合增长率为 16.77%，发展势头强劲。建筑装饰行业市场需求主要来源于新开发建筑的初始装饰及存量建筑的改扩建、改变建筑使用性质或初始装饰自然老旧更新两个方面。随着中国城市化进程的推进和消费升级的推动，在“存量+增量”双重增长的需求刺激下，未来行业需求将继续维持较高增速，建筑装饰行业将迎来加速成长期。

《中国建筑装饰行业“十二五”发展规划纲要》提出：建筑装饰行业 2015 年工程总产值预计达到 3.8 万亿元，其中公装产值达 2.6 万亿，建筑幕墙达到 4,000 亿元，住宅装饰装修（单个家庭独立装修工程）达到 1.2 万亿元。

建筑装饰行业及公装行业总产值及增长情况如下图所示：



数据来源：《中国建筑装饰》2014 年第 4 期，主办机构：中国建筑装饰协会



数据来源:《中国建筑装饰行业年鉴》及《2012 年中国建筑装饰行业发展报告》、《2013 年中国建筑装饰行业发展报告》、《2014 年中国建筑装饰行业发展报告》

2、行业集中度不断提升，龙头企业扩张可期

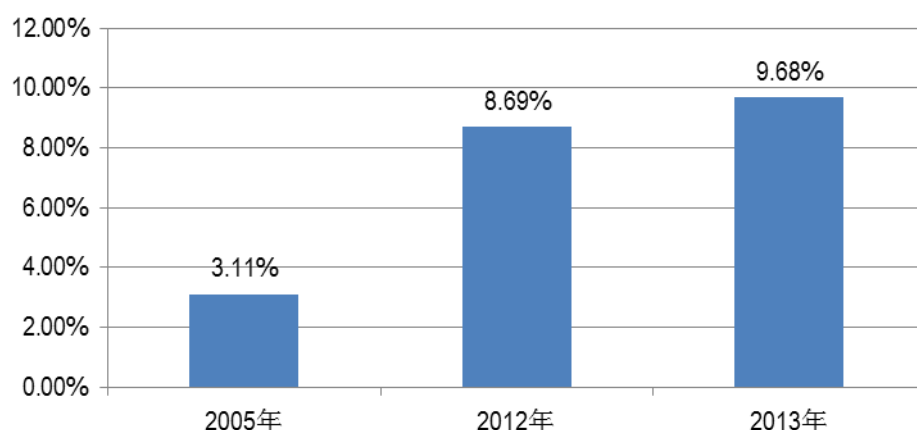
建筑装饰行业的企业众多，进入门槛较低，市场竞争激烈，市场集中度较低，随着竞争的加剧，规模较小、承接散户装修、没有资质的小型企业逐步被市场淘汰，市场将出现明显分化。行业龙头公司将在高端市场凭借管理和品牌优势扩张渠道和区域，并借助收购和并购加快成长，并有可能出现全国性和区域性装饰巨头，成为某些区域寡头。

“十一五”期间，建筑装饰行业的企业数量由 2005 年的 19 万家下降到 2010 年的 14.8 万家。据《中国建筑装饰行业“十二五”发展规划纲要》预测：至 2015 年，建筑装饰行业的企业总数力争控制在 12 万家左右，比 2010 年减少 3 万家，下降幅度约为 20%左右。

根据中国建筑装饰协会发布的《2012 百强发展报告》、《2013 百强发展报告》显示，建筑装饰行业百强产值占行业总产值的比重由 2005 年的 3.11%增长至 2013 年的 9.68%。

行业百强集中度变化趋势如下图所示：

百强企业产值占行业产值比重



数据来源：《2012 百强发展报告》、《2013 百强发展报告》

3、市场格局分层明显

随着资质壁垒、技术壁垒的不断提高，建筑装饰行业中优质的公司发展迅速，使得建筑装饰行业的市场竞争格局层次分明。行业排名靠前的大型建筑装饰公司凭借品牌和管理优势逐渐占据高端市场，且行业集中度加速提升；在竞争最为激烈的中端市场，部分建筑装饰公司逐渐被更大规模公司并购或因市场份额不断被蚕食而被迫退出市场；在区域性的低端市场，小型建筑装饰公司由于灵活迅速，普遍存在于市场。作为建筑装饰行业设计、施工一体化的龙头企业，弘高创意牢牢把握高端市场的有力位置，未来发展前景非常看好。

细分市场	市场定位	发展趋势
高端市场	高端酒店、高端写字楼、博物馆、豪华住宅等，业务覆盖全国。	加速提升
中端市场	厂房、办公楼、经济型酒店等，业务覆盖多个城市，集中在省级范围。	缓慢提升
低端市场	家庭、小型商铺为主，业务主要集中在单个城市。	基本不变

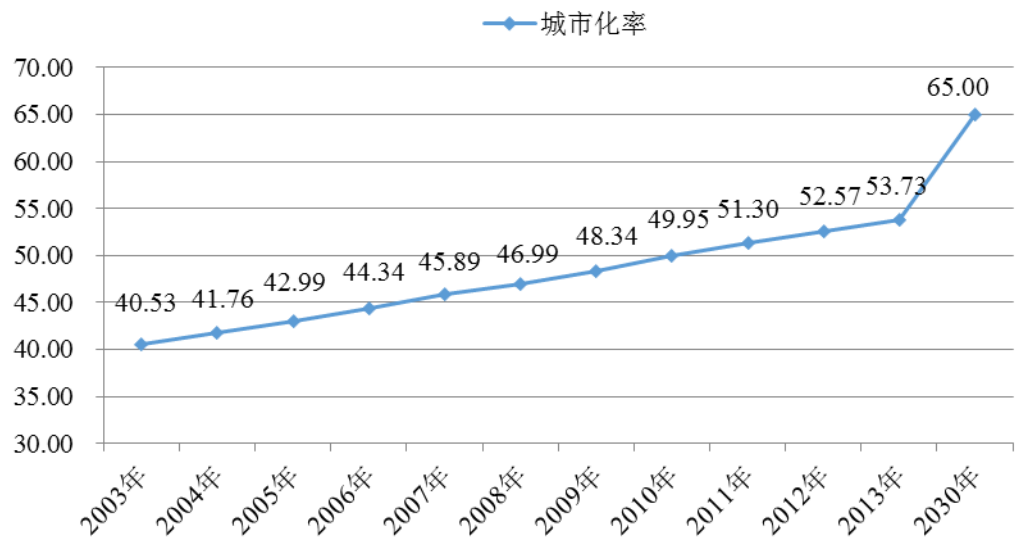
（二）建筑装饰行业相关政策有助于企业加速发展

1、新型城市化提速

根据国家统计局统计，1993-2014 年，我国城市化率由 27.99%提升至 54.77%，年均提高 1.28 个百分点。主要发达国家在上世纪 80 年代已基本完成城市化过程，后期城市化率相对平缓，而临界点几乎都趋于 70%左右。与发达国家相比，我国城市化进程处于中期阶段，并且国内城市化率分布不平衡，东部

明显高于中西部。

中国发展研究基金会在发布的《中国发展报告 2010：促进人的发展的中国新型城市化战略》中预测：至 2030 年，我国城市化率将达到 65%。从日本、韩国的经验看，在城市化率快速提升阶段，建筑业投资额及新建建筑面积将持续维持高速增长态势。相应地，城市的建筑装饰需求也将增长。因此，在我国城市化率持续提高背景下，未来建筑装饰增量需求将维持在高位。



数据来源：CHOICE 资讯、中国建筑装饰协会《2012 百强发展报告》

《2013 百强发展报告》预测：2014 年、2015 年、2016 年中国新增公共建筑面积分别为 18,846 万平方米、19,161 万平方米、19,516 万平方米。未来城市化比例的提高将成为建筑装饰行业增长主要的拉动力。

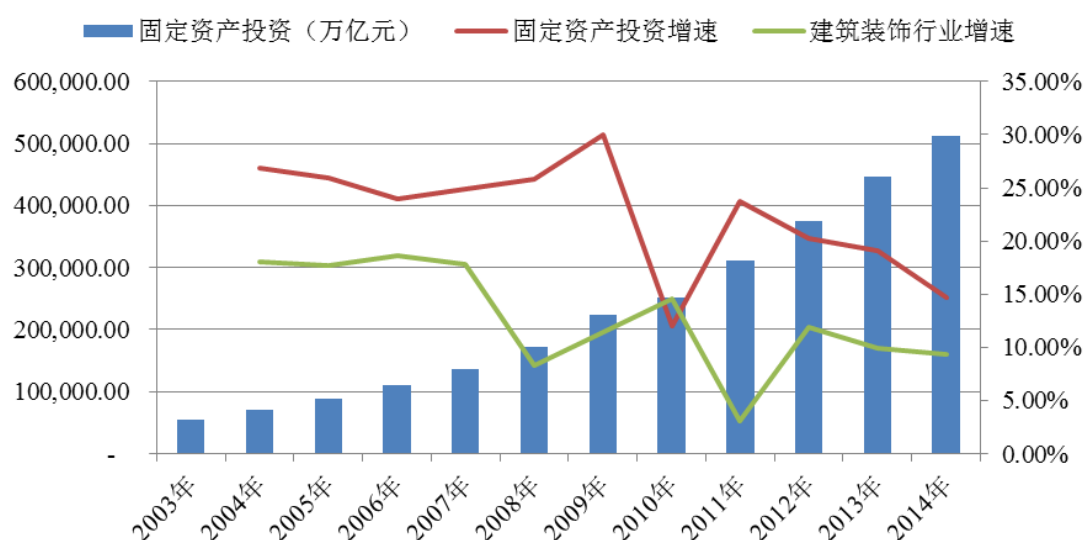
年份	2014	2015	2016E
城镇化比率	54%	55%	56%
新增城市化人口住宅面积（万平方米）	45,863	46,751	47,639
城镇人均住宅面积（平方米）	34.04	34.70	35.36
新增住宅面积（万平方米）	94,029	95,804	97,579
公共建筑面积/住宅面积	20%	20%	20%
新增公共建筑面积（万平方米）	18,846	19,161	19,516

数据来源：《2013 百强发展报告》

2、固定资产投资增速保持良好增长势头

国家统计局数据显示，2014 年城镇固定资产投资额达 501,264.87 亿元，同比增长 14.83%，2003 年至 2014 年固定资产投资复合增长率为 22.37%，预计

未来固定资产投资增速将依然保持高位，建筑装饰行业存在较大的发展空间。



数据来源：国家统计局、中国建筑装饰协会

3、消费升级

(1) 高档酒店装饰需求旺盛

随着我国零售业、旅游业、餐饮业、会展业等现代服务业的快速发展，高档酒店、商业中心、会展中心等设施进入了大规模建设时期。这些公共建筑工程的建设和使用，不仅增加了公共建筑装饰市场的需求规模，而且对装饰的质量、档次提出了更高的要求，从而推动了建筑装饰行业整体水平向更高层次发展。

据国家旅游局统计，截至 2014 年，全国星级饭店约 1.16 万家，其中五星级 783 家，四星级 2,461 家，合计占酒店数量的比重比由 2007 年的 14.46% 提升至 2014 年的 27.71%。迈点旅游研究院的统计数据显示：2014 年我国新开业酒店中，五星级标准酒店开业数量占据主导地位，占比 79.58%。同时，随着中国旅游经济的发展，很多国际连锁酒店以及酒店管理公司加大在中国的投资力度，加上较富裕的二三线城市高档酒店建设提速，未来酒店装修市场需求旺盛。

(2) 办公楼装饰需求持续增加

据国家统计局统计，从办公楼新开工面积来看，2014 年我国办公楼新开工面积 7,349.10 万平方米，同比增长 6.71%，随着国家宏观经济形势企稳向好，办公楼市场焕发出新的活力；从我国办公楼开发投资额来看，2014 年我国办公楼开发投资完成额 5,641.19 亿元，同比增长 21.25%，增速较高。

（3）城市综合体将带来装饰需求价与量的综合提升

城市综合建筑体又称综合性建筑或复合型建筑，一般由高级酒店、高档写字楼、大型综合商业中心、步行街区、市民广场等组成，主要是将城市中商业、办公、居住、旅店、展览、餐饮、会议、文娱等城市生活空间的三项以上功能进行组合，从而形成一个多功能、高效率、复杂而统一的综合体。城市综合体因其规模宏大、功能齐全，城市综合体常被称为“城中之城”。随着城市化的进一步拓展和深化，未来将新建更多的城市公共空间，存量物业也有大量重新规划与整合的需求，在促消费的大背景下，城市综合体将给公建装饰需求带来价与量的综合提升。

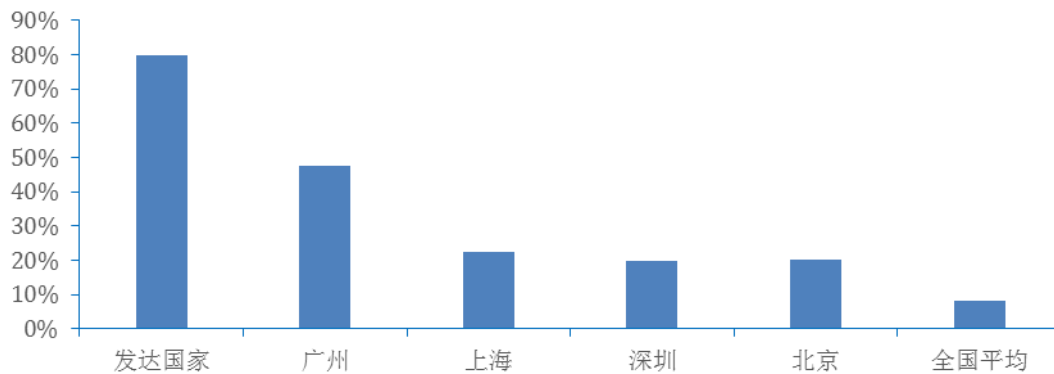
针对全国 20 个重点城市的综合体已有情况和未来增量预计后发现，城市综合体增量在 2005-2010 年期间呈井喷状态，相较于前一个五年，面积增长了近 5.4 倍。预计截至到 2015 年，即将入市的城市综合体体量将达到 16,437 万平方米。综合体数量的增长趋势与面积的增长趋势基本保持一致。由此可见，城市综合体未来一段时间将保持高速增长态势。

（4）住宅精装修比例持续提升

随着居民生活水平的日益提高，在一定程度上对住宅精装修提出了更高的要求，并加大了对住宅装修的投资，从而促进了住宅装饰行业的进一步发展。

未来 10 年我国住宅新增需求约 160 亿平米，我们选用 800-1,200 元/平方米的装饰价格区间、精装修整体占比按目前的 10%作为预测值，粗略估计我国住宅精装修的市场规模十年内将达 16,000 亿，十年内精装修整体占比若上升至 12.5%，市场规模则有望达到 2 万亿。目前精装修住宅在我国的住宅总量中占比较低，全国住宅平均精装修比例不足 10%。一线发达城市如北京、上海、深圳的精装住宅占比也只有 30%左右，而发达国家精装住宅占比均达到了 80%以上。近年来出台了一系列推进住宅精装修发展的鼓励性政策要求，住宅精装修在全国的逐步推广成为建筑装饰企业一个重要的契机。

目前中国主要城市住宅精装修比例：



资料来源：中国银河证券研究部

4、二次装饰释放期

一般公共建筑装饰更新周期大约为 5-8 年，进行二次装修的比例为 80%-100%；家庭住宅装饰装修更新周期为 8-12 年，进行二次装饰装修的比例为 50%至 80%。2014 年全国存量建筑面积已达到 662 亿平方米，巨大存量意味着未来二次需求潜在增长空间巨大，二次装修将带来装修行业进入第二次高速增长阶段。据此判断，20 世纪末放量增长的各类建筑已陆续进入二次装饰装修需求释放阶段，存量建筑改建、扩建、改变建筑使用性质或初始装饰自然老旧而形成的更新需求将进一步扩大。据中国建筑装饰协会估算，未来 3-5 年，国内建筑装饰存量市场需求每年将达 13,000 亿至 17,000 亿元¹。

（三）公司具备实现发展目标的优势

通过22年来的长期摸索与奋斗，公司已经形成了行业内独特的核心竞争优势。未来，公司将全力打造一个以设计为入口，以产品研发为龙头，以BIM（Building Information Modeling）建筑信息模型技术为抓手的建设行业闭环产业链生态平台，形成更具竞争力的企业优势，开拓更广阔的市场空间，获得更高的行业地位。

1、品牌优势

公司长期注重品牌建设，不断通过质量、诚信和服务来打造“弘高”品牌，为客户创造高品质的作品，在广大客户中树立起企业的高端品牌形象，提升了“弘高”品牌的影响力。

公司被评为中国装饰设计50强企业、中国建筑装饰百强企业、全国最具影

¹数据来源：中国建筑业协会《2012 百强发展报告》

响力的优秀设计机构等，现名列中国建筑装饰行业百强企业第7名。

公司是中国建筑装饰协会常务理事单位、中国饭店协会常务理事单位、中国饭店协会设计装饰专业委员会副主任委员单位、北京室内装饰协会会员和北京市工商联装饰行业商会会员、北京市建委系统优秀建筑装饰企业、改革开放三十年中国装饰成就明星企业、北京市室内装饰行业五星级诚信企业。

2、设计优势

截至 2015 年 12 月 31 日，公司设计人员近 300 人，与同等经营规模的建筑装饰公司相比，设计人员人数处于优势地位。

在项目开始阶段，公司就主动与建筑设计、其它类别的专业设计、产品设计进行早期对接，改良传统的设计服务模式，主动配合建筑设计师，提早进行室内设计对接服务，以减少由于功能平面不合理而产生的后期拆改。

公司拥有完善的设计体系和细分的设计流程（包括功能设计、物料设计、成本把控、美学实现、施工图深化、施工节点标准化），且有优质的人力资源的保证，目前总部设有九大设计院，拥有近 300 名设计师，在董事会的领导下，由总经理直接负责。每个设计院在业务能力上各有所侧重。设计一院侧重于高端酒店、会所项目，设计三院侧重于大型写字楼、会议中心及剧院等商业项目，设计五院侧重于机电、施工图、与境外大设计公司的合作项目，设计六院业务范围主要分布在以成都为中心的西南地区，侧重于高端酒店、商业、会所等项目，设计七院侧重于大型医疗项目、养老社区、银行办公大楼等项目，设计八院侧重于高端酒店项目、5A 级写字楼项目及配饰、标识导示系统设计，设计十一院侧重于高端酒店、会所、高端公寓等项目，设计十六院侧重于办公空间、高端酒店及商业综合体等项目。

在专业配置上，公司拥有机电设计、暖通、给排水设计、配饰设计、标识导示设计等专业设计人员，同时，在声学设计、灯光照明设计、园林景观设计等专项设计上与专业设计机构建立长期合作关系，保证不同类型项目设计品质和质量。

创意设计产业化运营的内核是工业化扩张，并聚焦建筑装饰行业产业链两端高附加值环节，整合上下游产业链。把设计环节进行纵深化细分、流水线切割、标准化规范和科学化管理，建立工厂化设计体系，即将一个项目的完整设计流程

拆分成十几个专项节点，在每一技术专项领域内将最佳的设计成果作为标杆，形成该专项的标准化模板和技术规范，并在各专项领域中培养标准化的设计人才。公司设计业务工厂化模式解决了设计能力的标准化复制和设计人才的工厂化复制。

3、高端市场及渠道优势

公司定位于高端市场，打造精品工程。公司承接的大型高档装饰工程，业务范围涵盖国家政府部门、金融机构、星级酒店、高端写字楼、高端商业、豪华住宅、大型公共建筑等多个领域，这些设计工程以其优雅独特的设计风格、精湛的施工工艺、优良的施工质量、合理的价格、规范的工程管理体系、完善的保修服务体系获得客户的肯定，也树立了公司在行业中定位高端市场的品牌形象。2013年11月，公司被中国建筑装饰协会评为全国建筑装饰行业《酒店类最佳专业化装饰企业》、《办公空间类最佳专业化装饰企业》以及《商业空间类最佳专业化装饰企业》。

公司承建的装修工程中有一批如钓鱼台七号院公寓室内装饰工程（1号楼）、河北省白楼宾馆、中信证券股份有限公司办公楼（北京）工程、中国天辰科技园天辰大厦精装修工程等有影响力的精品设计工程项目，铸就了公司在行业中的高端品牌形象。公司高端市场渠道优势明显，截至目前，公司已与美国HBA、香港Brian Chan设计公司、美国HEITZ、英国SMC ALSOP、新加坡LTW设计事务所、美国PPA、韩国恩珉设计有限公司、美国LTC设计有限公司、澳大利亚HASSELL、香港利事百顺公司、意大利Progeeto CMR公司、英国Benoy公司、日本日建建筑设计等近三十家境外著名设计机构深入合作，与凯德置地、锦江集团、绿地集团、永泰集团、北大国际、港中旅集团、金融街控股股份有限公司、洲际酒店集团、香格里拉酒店集团、喜来登酒店管理集团、南湖国际医院等建立了长期战略合作伙伴关系。

4、设计施工一体化优势

随着全球经济一体化进程的加快和科学技术的迅猛发展，国内的工程建设市场发生深刻的变化，客户对建筑装饰公司的要求和期望越来越高，不仅局限于建筑产品的提供，还对形成建筑产品的全过程服务质量提出了更新、更高的要求，国内建筑行业“设计”、“采购”、“施工”各个环节分离的传统工程建设承包模式

已远远不能满足国内新的建筑市场需求。为客户提供综合咨询服务，不再是设计或施工一方就能解决的问题，二者联动才能为工程建设提供高质量保障。

公司拥有齐备的设计及施工资质，使装饰设计与装饰施工形成一个有机的整体，能够为客户提供设计施工一体化服务。公司采取“以设计带动施工”的竞争策略形成以服务为先导、以设计为核心、设计施工双轮驱动模式，通过更好地将设计理念和工程施工相结合，创造精品工程，提高客户满意度。近几年，公司的设计施工转化率逐年提升。

公司对未来业务发展有清晰的规划，在提升项目整体方案设计竞争优势的同时，利用自身强大的设计整合能力及在建筑装饰行业的品牌效应，整合进入下游陈设品领域，并致力于设计联盟平台建设，以期建立以设计为核心的建筑装饰解决方案提供平台。

5、改造工程优势

装饰装修工程具有周期性，一般为：酒店项目8至10年、办公楼10至15年、商场10至15年。中国装饰装修行业起步于20世纪80年代，至今已有众多项目进入了改造周期。根据中国建筑装饰协会的调查和报告，未来5到10年内，改造工程规模将逐年上升，将占有近半数的市场份额。

公司利用设计施工一体化的优势，在工程改造方面已经积累了大量的工程经验。2012年开始，公司将改造工程作为一个研究课题并组成研发小组，针对改造工程中应关注和解决的具体问题进行研究，对设备选型进行多方面的调研工作，已收集整理改造工程照片数十万张，总结处理工艺上百条。丰富的改造工程的的优势赢得了客户良好的口碑。未来，公司在改造工程上将坚持进行总结和研究，并逐步摸索出针对不同类型改造项目的设计方案和选型类别，形成多种成本分析报告，供客户进行选择。

6、技术优势

（1）强大的专家顾问作为后盾

公司结合首都的设计人才优势，建立了涵盖数百人的专家库，特聘国家知名的各方面专家、学者作为公司的顾问团队，在设计和施工过程中答疑解惑，出谋划策，用最好的技术服务于项目。在专家库中，涵括了著名的建筑学、结构、装修、暖通、空调、给排水、消防、电气、弱电、声学、脚手架、加固、造价、木

作、家具、展陈、法律等各方面的专家顾问、大学教授。

(2) 积极参与国家及地方行业标准制定

公司积极参编国家标准、地方标准的制定，参编国家环境保护标准《环境标志产品技术要求建筑装饰工程》（标准号：HJ440-2008）、北京市地方标准《房屋修缮工程施工质量验收规程》（标准号：DB11/509-2007）、北京市地方标准《高级建筑装饰工程质量验收标准》（标准号：DBJ/T01-27-2003）。2012年1月9日，公司起草的企业标准《建筑装饰工程创优实施标准》作为北京市工程建设企业技术标准在北京市住房和城乡建设委备案。

(3) 专利、软件著作权及技术创新成果丰富

公司重视在施工中发现新的工艺作法，使用新型的工具，以提高工程质量和劳动生产率。目前，公司已获得了多项专利及软件著作权。

(4) BIM技术在设计和施工过程中的应用

公司正在筹备将BIM（Building Information Modeling）建筑信息模型技术大量运用于工程项目的室内设计、机电设计、装修工程、机电工程等作业中，大大提升了项目生产效率、提高了施工质量、缩短了工期、降低洽商量、节约建造成本。在公司未来的发展战略中，BIM技术将会被给予更大的发展空间，发挥更重要的作用。

7、成长性和盈利能力强的优势

公司2011-2015年营业收入从16.58亿增长至32.89亿，年均复合增长率达18.68%，同时期净利润从0.75亿增长至2.7亿，年均复合增长率达37.74%，业绩增长态势延续。

近年来公司营业收入始终保持快速增长，2013年、2014年和2015年营业收入分别为217,481.48万元、311,044.28万元、和328,888.72万元，复合增长率为22.97%，

8、节能环保优势

公司在施工过程中十分重视绿色建材的使用，在北京率先推行室内环境监测全过程跟踪，在五星级酒店等项目中使用了室内空气检测仪，气相色谱检测等手段进行室内环境污染物的指标控制。

公司积极加强与节能公司合作，共同研发绿色环保材料和新技术转化同时，

在众多材料供应商中筛选绿色环保的材料并大力推广应用，保证将污染物指标降到无害程度。

公司结合美国LEED绿色认证标准以及新加坡Green Mark绿色建筑标准，研究适合国内装饰工程的绿色建筑室内控制标准，并已在基层材料、胶粘剂、面层材料使用等方面开始推广使用污染物含量低的绿色材料。

公司全程参与新加坡建设局与北京市建筑装饰协会签署的推进北京装饰行业绿色建筑标准的制定，并成为北京建筑装饰协议委托的第一个试点单位。公司设计、施工的中国天辰科技大厦室内装修工程获得北京科技委主办的首都设计产业提升计划奖励基金，专家评论“该项目是现代化企业办公大厦室内装饰设计的典型代表，特点显著，在功能与美观兼顾的前提下，更强调现代企业节能办公绿色办公的主题”。

9、增值服务能力优势

通过设计为客户提供增值服务，公司的增值服务首先体现为在项目前期就提供设计咨询服务，在建筑设计之前公司就介入项目，帮助投资者完善项目使用功能。设计咨询服务的提早介入，有效减少了后期的室内拆改，节约了成本。其次增值服务为定额设计，基于客户的投资能力，为其定制设计，控制了成本、节省了设计周期并推广了定制类产品。前期介入、定额设计、客户化定制，既保证了效果又节约了成本，提高了效率。最后，通过设计的介入和引导，加之公司完备齐全的施工资质，强大的施工组织能力，使得公司自然参与后期施工，这与同行企业大多后期介入、边设计边施工相比，在成本、时间方面都有巨大的优势。

四、本次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

1、有利于公司的业务拓展

本次发行有利于公司的业务拓展，募集资金投资用于补充流动资金符合行业发展趋势、国家相关产业政策以及公司未来发展战略。本次募集资金的使用，有助于公司提升经营管理效率和效果，增强核心竞争力和盈利能力，巩固和提高行业地位，实现快速、可持续性发展。

2、有利于公司的业绩提升和长远发展

本次发行将助推公司实现战略转型升级、拓展新的业务领域，公司收入水平将有所增长，盈利能力将进一步增强，有利于公司以更好的业绩回报股东。公司综合实力和市场影响力的提高，亦有利于公司未来的资本运作和长远经营发展。

（二）本次发行对公司财务状况、盈利能力及现金流量的影响

1、本次发行对公司财务状况的影响

本次发行募集资金到位后，公司总资产和净资产都将大幅增加，资产负债率将有所下降，流动比率、速动比率将有所上升，有利于优化公司资本结构，提高公司偿债能力，增强公司资本实力，有利于公司的稳健经营和持续发展。

2、本次发行对公司盈利能力的影响

本次发行募集资金到位后，公司的资金实力将得到明显提升，有助于公司提高经营管理水平、扩大公司现有建筑装饰工程、建筑装饰设计等业务的规模，对提高公司的盈利能力将起到重要推动作用。

3、本次发行对公司现金流量的影响

本次发行由特定对象以现金认购，募集资金到位后，公司筹资活动现金流入将增加。同时，随着公司偿债能力的增强，筹资能力也将有所提升，有利于公司未来筹资活动现金净流量增加，从而满足公司的持续发展需求，进一步改善公司未来现金流状况。

五、本次发行可行性分析结论

综上所述，本次募集资金用于补充流动资金符合国家产业政策，符合公司发展战略及市场需求，有利于公司经济效益的提高，本次非公开发行股票完成后，并将进一步增强公司核心竞争力，提升公司经营业绩和公司价值，从而提高股东回报。因此，本次募集资金用于补充流动资金具备其必要性并切实可行。

北京弘高创意建筑设计股份有限公司

董事会

