

广州好莱客创意家居股份有限公司

非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告（修订稿）

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行募集资金总额不超过59,821万元，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。募集资金具体投资项目如下：

单位：万元

序号	募投项目名称	项目投资总额	募集资金拟投入金额
1	定制家居智能生产建设项目	55,063	47,671
2	品牌建设项目	16,799	3,300
3	信息系统升级建设项目	10,618	8,850
合计		82,480	59,821

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规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）少于上述项目拟以募集资金投入金额，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。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）定制家居智能生产建设项目

1、项目概况

近年来，定制家居凭借“量身定做、个性化设计”的特点，受到广大消费者的喜爱，定制家居行业保持持续快速增长。公司作为定制家居的领导企业之一，为了满足日益增长的市场需求，公司计划实施定制家居智能生产建设项目，扩张公司产能，提高生产智能化水平，抓住市场发展机遇，迅速提升公司自身的综合竞争实力。

2、项目实施的必要性

（1）依托智能化生产，提高生产效率和柔性化生产能力

伴随全球制造业逐步向工业 4.0 发展，以信息物理系统为基础的智能化生产将在极大程度提高企业的生产效率和柔性化生产能力。对于以“量身定做、个性

化设计”为特点的定制家居行业而言，其产品涉及个性化生产部分比例较高，无法做到成品家居的全部规范化和标准化生产。因此，定制家居企业通过引进智能化生产设备以及信息技术，实现各生产设备的无缝对接和智能化管理，提升柔性化生产能力和生产效率。

公司作为定制家居的领先企业之一，定制家居智能生产建设项目的实施有利于公司打造智能工厂、智能生产、智能物流，建立设备、系统、人员之间的智能化交互和信息传递，提升公司生产系统各环节的无缝对接和执行效率，实现对生产订单从排产、生产、质量检测、仓储等全过程自动化控制和跟踪，进而提升产能、交付周期、产品品质、物流管控等方面能力，增强了公司的核心竞争力。

（2）有利于满足日益增长的市场需求

伴随居民可支配收入的稳步提高和生活水平持续改善，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。我国越来越多的消费者开始关注居家的整体生活艺术，在居家生活中希望加入更多自主的创意与特色。定制家居可以按照消费者需求，根据居室格局、消费者喜好等因素为消费者提供量身定做、个性化设计的服务，进而满足消费者空间利用、环保健康等个性化需求。定制家具凭借量身定做的特点受到越来越多消费者的青睐。同时，伴随我国城镇化进程的快速推进，逐年增长的城镇人口必然带动住房刚需的持续放量，进而为下游家居行业，特别是符合年轻人消费特性的定制家居行业提供有力的需求支撑。此外，巨大的婚育人口以及二次装修市场改善性需求的增长必然进一步推动定制家居需求的持续增加。2015 年，公司的产能利用率为 96.23%，因此，面对快速增长的市场需求，公司继续通过新建生产基地的方式扩大产能，巩固公司的市场地位，提升公司的市场占有率。

3、项目实施的可行性

伴随居民生活水平的提高，消费者对家居环境在个性化设计、空间利用、环保健康等方面的需求日益旺盛，定制家具行业有望保持持续快速增长。2013 年-2015 年，公司营业收入分别为 6.50 亿元、9.01 亿元以及 10.82 亿元，复合增长率为 29.05%。公司作为定制家居的领先企业之一，凭借其在品牌、技术研发、经销商网络等方面的优势，公司业务有望保持持续增长，公司具备进一步扩展产能、提高生产效率的基础。

同时，公司自成立起一直致力于定制家居领域发展，在行业中率先提出“整体衣柜”概念，以设计、研发、生产和销售整体衣柜及其配套家具为主营业务，公司秉承“定制家居大师”的品牌理念，凭借对创意家居的深究及前瞻性布局，为消费者提供以设计和环保为核心理念的家居产品的整体解决方案。在定制家居领域的长期耕耘，使得公司在定制家居生产方面具有丰富的经验。而公司通过首次公开发行股票募集资金项目之整体衣柜技术升级扩建项目的实施，开始引进自动化专业程度较高的生产设备和生产线，为公司开展定制家居智能生产建设项目提供了柔性化生产经验和人才支持。

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厂房、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。项目预计投资总额为 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，本项目所需资金除预备费和铺底流动资金外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）	使用募集资金金额（万元）
1	建设投资	50,055	47,671
1.1	土建及其他工程费用	12,453	12,453
1.2	装修费用	7,375	7,375
1.3	设备购置费	27,844	27,844
1.4	基本预备费	2,384	-
2	铺底流动资金	5,008	-
合计		55,063	47,671

（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经取得粤（2016）广州市不动产权第 09209623 号土地使用权证。本项目涉及的备案、环评等相关手续已办理完成。

（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。在日益激励的市场竞争环境下，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企业进行市场定位，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进行销售渠道下沉，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，实现线上广告和线下广告的融合，丰富品牌宣传方式，加大新媒体、移动互联网方面广告投入，迅速扩大品牌在终端市场的影响力和渗透率。

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环保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”品牌先后被评为“中国整体衣柜十大品牌”、“最具品牌价值的中国衣柜十大品牌”、2015 年意大利米兰世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、渠道终端广告、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，其中品牌代言人投资使用本次非公开发行募集资金投入，营销推广费用和基本预备费使用自有资金投入，具体情况如下：

序号	募投项目构成	项目投资金额（万元）	使用募集资金金额（万元）
1	品牌代言人投资	3,300	3,300
2	营销推广费用	12,699	-
3	基本预备费	800	-
合计		16,799	3,300

（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

本项目不涉及办理备案手续。

（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，公司营业收入分别为 6.50 亿元、9.01 亿元以及 10.82 亿元，复合增长率为 29.05%。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，这将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，并建立其各业务环节的标准化、透明化流程，最终提升企业整体运作效率和沟通效率。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管控，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，打造了一个集业务应用、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对信息化水平的要求，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流程的技术支持与运营指导；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）与公司实际采购、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提高，优化采购计划，降低公司和供应商的库存成本。

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，使用本次非公开发行募集资金投入 8,850 万元，具体情况如下：

序号	募投项目构成	项目投资金额（万元）	使用募集资金（万元）
1	定制家居智能生产建设项目 IT 基础设施建设	500	500
2	企业资源计划系统（ERP）升级	4,400	4,100
3	供应商关系管理系统（SRM）升级	1,620	1,550
4	制造企业生产过程执行管理系统（MES）升级	2,800	2,700

5	人员费用	792	-
6	基本预备费	506	-
合计		10,618	8,850

（2）项目建设周期

本项目将在 24 个月内完成。

（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已办理完成。

三、本次募投项目的经营模式及盈利模式

发行人本次募投项目的经营模式和盈利模式说明如下：

（一）定制家居智能生产建设项目

定制家居智能生产建设项目属于产能扩张项目，项目建成后，发行人将增加 600 万平方米/年的产能。所生产产品仍为“好莱客”品牌的整体衣柜及配套产品，与现有产品结构基本相同。定制家居智能生产建设项目由发行人全资子公司广州从化好莱客家居有限公司实施建设，项目建成后，将纳入发行人体系下管理，将利用发行人现有采购系统采购原料完成产品生产，利用发行人现有销售系统实现产品的对外销售。定制家居智能生产建设项目具体经营模式与盈利模式与发行人现有经营模式及采购模式基本相同。

1、定制家居智能生产建设项目经营模式

（1）采购模式

公司采购分为重要物料、一般物料、辅助物料。其中，重要物料包括板材、型材、封边条、装饰膜、百叶板、五金导轨、滑轮、铰链等。

为保证公司采购适时、适量、适价，公司制定了严格的采购管理控制程序。对于生产计划物料采购，订单运营管理计划部依据生产通知单，根据安全库存量确定申请采购数量并经计划部负责人审核。计划部订单组根据申请单，填写采购单或采购合同，经计划部负责人批准后，发至供应商，并由其确认，再由供应商按交货期进行交货，经品控部品质检测合格后，由仓储部验收入库。

（2）生产模式

公司按照订单化生产的方式组织生产。营销中心每天将经审核的订单交至供应链管理中心，供应链管理中心根据订单统计数量、分析在库物料、产能，再将订单及相关资料交订单运营管理审核并优化排程后，提交供应链管理中心安排生产。生产订单完工后最终发至经销商或客户指定地点、门店完成安装并由客户验收确认。

（3）销售模式

公司围绕生产“好莱客”整体衣柜及配套家具等主营产品，在国内市场实行以经销商为主、以直营店为辅的销售模式。经销商销售模式是在指定的区域内，公司授权符合要求的经销商按照公司要求开设“好莱客”专卖店，并建立设计、安装及售后服务体系，开展“好莱客”品牌整体衣柜及配套家具的零售业务的一种销售模式。

2、定制家居智能生产建设项目盈利模式

定制家居智能生产建设项目通过产品实现的收入扣减成本费用后的差价赚取利润。

（二）品牌建设项目

1、经营模式

品牌代言人方面：公司邀请契合自身品牌文化内涵的国内一线明星担任公司品牌形象代言人，通过品牌形象代言人拍摄电视广告影片、制作视觉广告和海报画面，用于全媒体传播和店面形象更新，举办新品发布会和大型传播活动进行产品促销，定制明星同款产品及使用肖像权组织商业活动，利用代言人的感召力和影响力宣传公司产品及服务，以提升“好莱客”品牌在消费端的影响力。

营销推广方面：通过线上、线下各种形式、各个渠道的广告投放，提升“好莱客”品牌的知名度和市场影响力。

2、盈利模式

品牌建设项目属于品牌宣传推广项目，不直接产生经济效益。即通过邀请品牌代言人，以及采取线上、线下多渠道的广告投放方式，对“好莱客”品牌进行持续、深入的宣传和推广，进而提高“好莱客”品牌的知名度和影响力。

在“好莱客”品牌知名度和影响力得到逐步提升后，进而推动发行人产品市场需求的增加，以拉动市场份额的提高，销售收入的增长和盈利规模的提升。

（三）信息系统升级建设项目

1、经营模式

发行人所处的家居定制化行业，除对智能化生产设备的应用之外，更重要的是运用信息化管理手段，助力于定制企业各环节的高效协同、柔性化生产能力和水平的提升。发行人基于定制行业的特征进行开发，结合目前信息化程度现状，规划实施了企业资源计划（ERP）系统、制造执行系统（MES）、供应商关系管理系统（SRM）等，并进行 IT 基础设施升级建设。项目建成后，将在现有信息系统基础上使信息化管理水平得到继续提升，采购、生产、仓储、销售等环节之间衔接速度和精度得到提高，可实现生产端与设计端、采购端等各环节间无缝对接，提升生产效率和产品品质，缩短交货周期。同时，项目建成后，发行人可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，并建立其各业务环节的标准化、透明化流程，最终提升企业整体运作效率和沟通效率。

2、盈利模式

信息系统升级建设项目属于信息化建设项目，不直接产生经济效益。项目建成后，发行人信息化管理能力得到提升，其生产经营效率更高，可节省人工成本、时间成本，提高效率，进而提升公司的综合盈利能力。

四、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。

广州好莱客创意家居股份有限公司

董事会

2016年9月27日