

股票简称：德艺文创

股票代码：300640

德艺文化创意集团股份有限公司



2020 年非公开发行 A 股股票预案（修订稿）

二〇二〇年六月

发行人声明

一、公司及董事会全体成员承诺：本次非公开发行股票预案真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对本次非公开发行股票预案的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

二、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、审批，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审批。

三、本预案是公司董事会对本次非公开发行股票的说明，任何与本预案相反的说明均属不实陈述。

四、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。

五、投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

特别提示

一、本次非公开发行的相关事项已经公司第三届董事会第二十三次会议、2020 年第二次临时股东大会审议通过。根据《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等相关规定，本次预案进行了相应调整，已经公司第三届董事会第二十四次会议审议通过，无需重新提交股东大会审议。

本次发行尚需获得深交所审核批准及中国证券监督管理委员会的同意注册后方可实施。

二、本次非公开发行股票的发行为对象为包括公司控股股东、实际控制人吴体芳在内的不超过 35 名特定对象。除吴体芳以外的其他发行对象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、信托公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、人民币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、自然人或者其他合格投资者。其中，证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象。信托公司作为发行对象，只能以自有资金认购。

最终发行对象将在本次发行申请经中国证监会同意注册后，按照中国证监会及深交所的相关规定，根据竞价结果由董事会与保荐机构（主承销商）协商确定。所有发行对象均以现金方式认购本次非公开发行的股票。

三、本次非公开发行股票的数量不超过 66,232,200 股（含 66,232,200 股），非公开发行股票数量上限不超过本次发行前公司总股本的 30%。最终发行数量以中国证监会同意注册的股票数量为准。若公司股票在定价基准日至发行日期间发生除权、除息事项，本次非公开发行股票数量上限将作相应调整。

四、本次非公开发行股票定价基准日为发行期首日，发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司 A 股股票交易均价（定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易总量）的 80%。

吴体芳不参与本次发行定价的竞价过程，但按照竞价结果与其他发行对象以相同价格认购公司本次非公开发行的股票。在本次非公开发行未能通过竞价方式

产生发行价格的情形下，吴体芳同意继续参与认购，并以本次发行底价作为认购价格。

五、本次非公开发行完成后，吴体芳认购的股份自发行结束之日起 18 个月内不得转让，其他发行对象认购的股份自发行结束之日起 6 个月内不得转让。若中国证监会或深交所另有规定的，从其规定。特定投资者基于本次交易所取得上市公司非公开发行的股票因上市公司分配股票股利、资本公积转增等情形所衍生取得的股份亦应遵守上述股份锁定安排。若国家法律、法规对非公开发行股票的限制期有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

六、本次非公开发行拟募集资金总额不超过 34,227.50 万元（含 34,227.50 万元），扣除发行费用后的净额拟投入如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	IP 产品及运营中心项目	32,473.50	28,710.50
2	大数据营销管理平台建设项目	4,083.30	2,517.00
3	补充流动资金	3,000.00	3,000.00
合计		39,556.80	34,227.50

在本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自有资金、银行贷款等方式自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序置换前期投入。若本次非公开发行实际募集资金净额不足以支付前述款项，其不足部分，公司将通过自筹资金方式解决。

七、吴体芳认购本次发行的股份构成关联交易。本次非公开发行股票完成后，公司股权结构将发生变化，但是不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化，不会导致公司股权分布不具备上市条件。

八、本次非公开发行股票前公司的滚存未分配利润将由本次非公开发行完成后的新老股东共享。

九、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）、《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）等相关法律、法规、规范性文件的规定以及《公司章程》的规定，公司董事会制定了《德艺文化创意集团股份有限公司未来三年股东回报规划（2020-2022 年）》。关于公司股利分配政策、最近三年现金分红金额及比例、

未分配利润使用安排等情况，请详见本预案“第七节 公司的利润分配政策及执行情况”。

十、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）要求，为保障中小投资者利益，公司董事和高级管理人员、公司控股股东和实际控制人就本次非公开发行股份摊薄即期回报采取填补措施作出了相关承诺，详见本预案“第八节 与本次发行相关的董事会声明及承诺事项”。

目录

发行人声明.....	2
特别提示.....	3
目录.....	6
释义.....	9
第一节 本次非公开发行 A 股股票方案概要	10
一、发行人基本情况.....	10
二、本次发行的背景和目的.....	10
三、发行对象及其与公司的关系.....	16
四、本次非公开发行方案概要.....	16
五、本次发行是否构成关联交易.....	19
六、本次发行是否导致公司控制权变化.....	19
七、本次非公开发行股票方案的实施是否可能导致股权分布不具备上市条件	19
八、本次发行方案已取得的有关主管部门批准情况以及尚需呈报批准的程序	19
第二节 发行对象基本情况	20
一、基本情况.....	20
二、最近五年任职情况.....	20
三、认购人所控制的核心企业及主营业务情况.....	20
四、发行对象及其有关人员最近五年涉及的处罚、诉讼及仲裁情况.....	21
五、本次发行完成后公司的同业竞争与关联交易情况.....	21
六、本次发行预案披露前 24 个月内公司与发行对象的重重大交易情况.....	21
七、本次认购的资金来源.....	21
第三节 附条件生效的股份认购合同摘要	23
一、协议主体、签订时间.....	23
二、认购价格、认购方式、认购数量和认购金额.....	23
三、认股价款的支付时间、支付方式与股票交割.....	24

四、限售期.....	24
五、双方的义务和责任.....	24
六、违约责任.....	25
七、协议的生效.....	26
第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析	27
一、本次募集资金的使用计划.....	27
二、本次募集资金投资项目基本情况.....	27
三、本次募集资金投资项目的必要性和可行性分析.....	30
四、本次非公开发行对公司经营管理、财务状况等的影响.....	33
五、募集资金投资项目可行性分析结论.....	33
第五节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析	35
一、本次发行对公司业务及资产、公司章程、股东结构、高级管理人员结构及业务结构的影响.....	35
二、本次发行对上市公司财务状况、盈利能力及现金流量的影响.....	36
三、本次发行完成后，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、本次发行对公司负债情况的影响.....	36
第六节 本次非公开发行相关风险说明	37
一、市场与经营风险.....	37
二、募集资金投资项目实施风险.....	39
三、财务风险.....	39
四、与本次发行相关的风险.....	40
第七节 公司的利润分配政策及执行情况	41
一、《公司章程》规定的利润分配政策.....	41
二、公司近三年利润分配情况及未分配利润使用情况.....	43
三、公司未来三年股东回报规划（2020-2022 年）	44
第八节 与本次发行相关的董事会声明及承诺事项	49
一、董事会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.....	49
二、关于本次非公开发行股票摊薄即期回报的风险提示及填补回报措施..	49

释义

在本预案中，除非文中另有说明，下列简称具有如下特定含义：

发行人、公司、本公司、德艺文创	指	德艺文化创意集团股份有限公司
控股股东、实际控制人	指	吴体芳
本次非公开发行 A 股股票、本次发行、本次非公开发行	指	德艺文创本次以非公开方式向特定对象发行股票的行为
本预案、预案	指	《德艺文创 2020 年非公开发行 A 股股票预案》
定价基准日	指	本次非公开发行的发行期首日
发行底价	指	本次非公开发行定价基准日前 20 个交易日公司 A 股股票交易均价的 80%
募集资金	指	本次发行所募集的资金
董事会	指	德艺文化创意集团股份有限公司董事会
监事会	指	德艺文化创意集团股份有限公司监事会
股东大会	指	德艺文化创意集团股份有限公司股东大会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
交易所、深交所	指	深圳证券交易所
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

注 1：本预案中所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标；

注 2：本预案中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第一节 本次非公开发行 A 股股票方案概要

一、发行人基本情况

公司名称:	德艺文化创意集团股份有限公司
英文名称:	Profit Cultural & Creative Group Co.,Ltd.
注册地址:	福州市鼓楼区五四路 158 号环球广场 1701 单元
上市地:	深圳证券交易所
股票简称及代码:	德艺文创（300640）
统一社会信用代码:	913501001543955516
注册资本:	22,077.4 万人民币
法定代表人:	吴体芳
上市时间:	2017 年 4 月 17 日
邮政编码:	350003
电话:	86-0591-87762758
传真:	86-0591-87828800
互联网网址:	www.fz-profit.com
电子信箱:	board@fz-profit.com

二、本次发行的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

1、公司所处文化创意产业及细分领域持续得到国家发展战略和产业政策的大力支持

根据国家统计局颁布的《文化及相关产业分类（2012）》，公司类别属于“文化创意和设计服务”中的“专业化设计服务”，具体属于家居生活用品设计服务细分行业。

文化创意产业是经济、文化、技术等相互融合的产物，具有高度的融合性、较强的渗透性和广泛的辐射力，不仅能带动关联产业、促进区域经济发展，还可以辐射到社会各个方面，提升人民群众的文化素质，因此发展文化创意产业具有战略意义。党的十九大报告中已经明确指出“要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛”。近年来，国家频繁出台支持文化产业和专业化设计服务细分行业

发展的政策，以鼓励和促进文化产业与科技行业及上下游产业融合发展、为经济转型和社会发展注入文化活力。

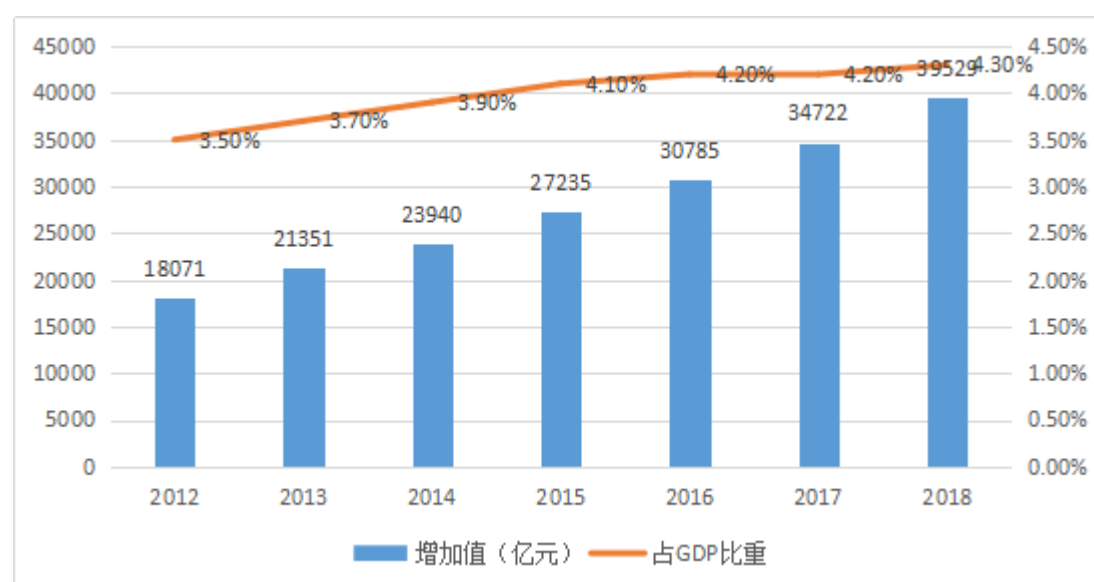
发布时间	文件名称	相关内容
2019 年 12 月	《中华人民共和国文化产业促进法（草案送审稿）》	国家将促进文化产业发展纳入国民经济和社会发展规划，并制定促进文化产业发展的专项规划，发布文化产业发展指导目录，促进文化产业结构调整和布局优化。国家鼓励文化产业与科技及其他国民经济相关产业融合发展，拓展文化产业发展广度和深度，发挥文化产业在国民经济和社会发展中的重要作用。国家积极推动创意设计服务业发展，丰富创意设计文化内涵，促进创意设计产品的交易和成果转化，提升制造业和现代服务业的文化含量和附加值。
2019 年 11 月	《产业结构调整指导目录（2019 年本）》	文化创意设计服务、工业设计被列为“对经济社会发展有重要促进作用，有利于人民美好生活需要和推动高质量发展”的鼓励类项目
2019 年 8 月	《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》（国办发[2019]41 号）	鼓励文创产品开发与经营，拓宽文创产品展示和销售渠道。引导文化企业和旅游企业创新商业模式和营销方式。
2019 年 2 月	《关于培育发展现代化都市圈的指导意见》（发改规划[2019]328 号）	以科技研发、工业设计、金融服务、文化创意、商务会展等重点发展生产性服务业，推动服务业与制造业深度融合，形成以现代服务经济为主的产业结构，推动中心城市产业高端化发展。
2018 年 12 月	《进一步支持文化企业发展两个规定的通知》	中央财政和地方财政应通过文化产业发展专项资金等现有资金渠道，创新资金投入方式，完善政策扶持体系，支持文化企业发展。创新文化产业投融资体制，推动文化资源与金融资本有效对接，鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大。
2017 年 4 月	《“十三五”现代服务业科技创新专项规划》	创新生产性服务业组织方式，优化组合生产、消费、流通全过程，强化供应链精细化管理，向产品设计、营销等产业链高端升级。完善电子商务、物流、创意设计、工业设计、印刷传媒等现代服务业学科和人才培养体系，造就一批现代服务业领域的领军人才、高水平创新团队。
2017 年 4 月	《“十三五”时期文化发展改革规划纲要》	推动文化创意和设计服务与装备制造业和消费品工业深度融合，提升产品附加值。

发布时间	文件名称	相关内容
2017 年 4 月	《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》	坚持创新驱动。以文化创意、科技创新为引领，提升文化内容原创能力，推动文化产业产品、技术、业态、模式、管理创新，推动文化产业与“大众创业、万众创新”紧密结合，充分激发全社会文化创造活力。坚持跨界融合。推进“文化+”和“互联网+”战略，促进文化产业与文化事业、文化产业不同门类、文化产业与相关产业的深度融合，进一步拓展文化产业发展空间，为国民经济和社会转型升级注入文化活力。
2017 年 1 月	《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》	充分运用海外中国文化中心、孔子学院，文化节展、文物展览、博览会、书展、电影节、体育活动、旅游推介和各类品牌活动，助推中华优秀传统文化的国际传播。鼓励发展对外文化贸易，让更多体现中华文化特色、具有较强竞争力的文化产品走向国际市场。

2、我国文化创意及相关产业稳步增长，具备长期发展空间

“十三五”以来，国家将文化产业的重要性上升到国家战略层面，提出到 2020 年要将文化产业发展成为国民经济支柱性产业。2012-2018 年，我国文化创意及相关产业增加值占 GDP 比重逐年上升，呈现良好的发展势头。截至 2018 年，文化创意及相关产业增加值约为 39,529 亿元，占 GDP 比重达 4.30%。

图：2012-2018 年中国文化创意及相关产业增加值及占 GDP 比重



数据来源：国家统计局

与美国、日本等文化创意产业发达经济体同期相比，我国文化产业比重相对较低，长期发展潜力可期。美国的文化艺术生产和文化艺术辅助服务业占 GDP 比重约为 28%（2015 年），日本仅广义动漫产业占 GDP 的比重接近 4%（2017

年),与前两者相比,中国文化创意产业在国民经济中的地位与中国经济在世界经济中的地位存在差距。出于实现经济总量提高、产业结构调整和文化软实力增强的长期目标的需要,中国文化产业有望拥有广阔的发展空间。

3、IP 衍生产品的开发运营存在巨大的发展潜力,将成为推动文化创意产业发展的的重要途径

不断推出的优质 IP 是美国、日本等领先的文化创意产业持续发展的核心动力,而 IP 衍生产品除了扩大 IP 的商业变现能力之外,还可以丰富 IP 内容的宣传渠道、延长 IP 的生命周期,从而进一步助推文化创意产业的发展和文化传播。基于以下原因,IP 衍生产品市场存在巨大的发展潜力,加强对 IP 衍生品开发运营将是我国文化创意产业进一步发展的必要措施:

(1) 中国 IP 衍生品市场增长迅速且占全球份额较低。根据国际授权业协会(LIMA)的调查数据,2014-2018 年,全球 IP 授权商品零售额从 2,415 亿美元增长至 2,803 亿美元,年均复合增长率约 3.80%;同期,中国大陆市场 IP 授权商品零售额从 61 亿美元增至 95 亿美元,年均复合增长率约 11.71%。中国大陆 IP 授权商品市场增速远高于全球平均水平,但其规模仅占全球市场的 3.4%,发展潜力和空间仍十分巨大。

(2) IP 衍生品市场已具备雄厚的消费者基础。2019 年我国居民人均可支配收入已超过 3 万元人民币,人均可支配收入的增长将带动对文化创意产品的需求,IP 衍生品市场也将随之受益。值得注意的是,国内主力消费群体逐渐出现年轻化趋势,其中“95 后”的人口占比已经接近 20%，“95 后”的成长伴随着中国经济的高速发展,其基本生活需求已经得到满足,开始注重对文化创意的精神需求;同时,“95 后”的人均可支配收入约为全国平均水平的 1.5 倍。因此“95 后”对文化创意产品的消费动机和消费实力都将超过以往的消费者主力人群,将强有力地推动 IP 衍生品市场的发展。

(3) IP 衍生品市场的发展可有效调整文化创意产业结构,减小因内容生产的不确定性而引起的经营波动。国内文化创意产业市场的 IP 衍生品收入占比较低。以影视动画市场为例,根据艾瑞咨询的调查,原产地为美国、日本的主要 IP,其通过影视动画作品版权和票房销售所实现的内容收入仅为服装、玩具、礼品等衍生商品销售收入的四分之一;而中国电影和剧集产业当前的商业模式较为集中,经营情况依赖于优质影视产品的成功落地,票房、版权、广告等内容收入占

比常年保持在 70%以上。因此，国内文化创意产业经营商具有强烈的扩大 IP 衍生产品收入的动机，以此均衡收入结构，降低内容生产不确定性带来的经营风险。

（4）IP 的开发运营可显著提高产品的附加值，提升消费者的购买意愿。根据中国玩具和婴童用品协会发布的《2019 中国品牌授权行业发展白皮书》调查显示，在国内 IP 授权产品市场当中，被授权商开展授权产品业务可显著提升销售金额，有 62%的 IP 授权产品的销售额高出同类非授权产品 20%以上；消费者心理普遍能接受有 IP 的授权产品价格高于同类非授权产品，有 57%的消费者愿意接受授权产品存在超过 20%的溢价。

（5）深厚的文化底蕴和不断开放的对外交流，有利于文化创意产业不断挖掘、开发和运营国内外文化创意资源和 IP 资源。中华民族创造了五千年光辉灿烂的历史文化，具有深厚的文化底蕴，丰富的文化资源和强烈的文化自信，发展文化创意产业具有独特的历史文化优势，在经济领域和文化产业不断扩大对外开放交流的背景下，有利于利用一切国内外满足人民群众文化需求的优秀文化资源和 IP 资源，通过 IP 开发和运营促进文化产业的全球化发展。

4、创意家居用品市场保持稳健发展

创意家居用品既具备了普通家居用品的实用属性，又融入了设计者赋予的文化创意属性的家居用品；消费者对创意家居用品既有满足个性化需要的文化创意属性需求，也有满足日常生活需要的实用属性需求，最终体现在对家庭生活的室内装饰、家具厨卫、床上用品、居家出行、其他日用品或酒店及娱乐场所用品等领域追求个性化、时尚化、艺术性的需求当中。因此，创意家居用品的市场需求与人民群众对不断提高的优质生活品质的追求息息相关。随着经济和社会的可持续发展，国内外居民的购买力及可支配收入水平的逐步提升将保证创意家居用品市场的持续发展。

5、电子商务的深入普及促进文化创意产业数字化程度的提升，电商行业的创新驱动也将保障文化创意产业可持续发展

文化创意产品的设计制作形象和方式随着创作人员对文化要素、流行趋势和潮流理念的主观理解的变化而变化。创意的主观性以及创意来源的广泛性，使文化创意产品具有多样化、个性化、流行性等特征，更新换代迅速，适合通过电商零售渠道进行销售推广、实现精准营销。

近年来，技术创新不断提升电子商务运营水平。基于大数据、物联网、人工

智能等技术构建的全数字化消费场景，提升了用户体验，形成了推动电子商务规模持续增长的数字技术引擎：在互联网、大数据、智能化设备的集成作用下，数字化监控系统、悬挂链系统、VR/AR 导航等数字技术在线下实体物流渠道得到了有效的应用，有力地支撑了电子商务业务在线上线下的融合发展；同时，大数据指导下的智慧仓库、自动分拣、配送算法等智慧物流技术运用于各个物流环节，大幅提升工作效率，进一步提高了消费者对网络购物的满意度。

同时，模式创新也逐渐激活电子商务消费新潜力。网络社交中商家之间、用户之间、商家与用户之间高效互动交流模式的推广，进一步激活了电子商务流通及消费潜力，例如近年来基于社交网络平台以及短视频或直播平台的社交电商、以社区拼团为主要服务模式的社群电商均发展迅速，有效满足了消费者多层次、多样化需求，已成为电子商务市场新的有生力量。

在电子商务不断深入普及、持续创新发展的背景下，文化创意产业经营商也需要不断提升业务数字化水平，将电子商务的创新成果应用于文化创意产业开发和运营当中，以保障文化创意产业可持续发展。

（二）本次非公开发行股票的目的

公司专注于文化创意产业链中经济附加值较高的上游研发设计环节、下游品牌运营与销售服务环节，处于产业链中游的经济附加值较低的生产环节则全部采用外包的生产方式。本次非公开发行项目一方面旨在通过建设 IP 产品及运营中心项目以巩固和提高公司业务的品牌运营与销售服务环节，具体包括布局和扩大 IP 衍生产品与其他创意家居产品的运营规模、设立智能仓库系统加强电商渠道经营能力；另一方面旨在通过建设大数据营销管理平台建设项目，建立企业营销大数据中心，提高公司整体业务的数字化、信息化水平。

1、布局 IP 衍生品市场，丰富文化创意产品线

公司通过本次非公开发行 IP 产品及运营中心项目，自主培育 IP 或获取国内外优质 IP 授权进行二次加工和创作的方式研发设计 IP 衍生产品，实现公司在 IP 衍生产品市场的战略布局，丰富公司的文化创意产品线，以更好地满足国内外消费者不断增长的个性化文化创意产品需求，实现规模效应，增强公司盈利能力。

2、建设智能仓库系统，加强电商渠道经营能力

公司通过本次非公开发行 IP 产品及运营中心项目，将设立自动化立体仓库功能区并引入智能分拣系统，从而建立起具备一定机械化及自动化能力的智能仓

库，以提高公司实时掌控仓储状况的能力，合理配置供应商资源，强化供应链控制能力、提高对电商渠道客户需求响应速度，从而进一步完善公司电商销售渠道，提升公司 IP 衍生产品等文创产品的品牌运营和市场推广能力。

3、构建大数据营销管理平台，提升公司线上营销渠道的智能化水平

公司通过本次非公开发行大数据营销管理平台项目，综合提升公司营销信息化水平：一方面可通过大数据、云计算技术了解分析终端消费者需求、动态管理客户信息和潜在市场价值状况，从而针对性地提供线上营销服务，加强电商渠道为客户提供精准服务的能力并扩大服务客户群体；另一方面将大数据分析应用与公司的中后台 ERP 系统集成，加快公司中后台对客户需求的响应速度，从而通过大力发展电商业务来带动公司现有业务和传统销售渠道的协同发展。

4、增强公司资本实力

通过本次非公开发行股票募集资金，公司的资本实力将获得显著提升，可进一步满足公司主营业务持续发展的资金需求，增强公司抵御风险的能力。同时，本次发行将间接夯实公司在研发投入、业务布局、财务筹划、长期战略等方面的资金基础，为公司把握市场发展机遇，增强核心竞争力创造良好的条件。

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对象为包括公司控股股东、实际控制人吴体芳在内的不超过 35 名特定对象。

最终发行对象由董事会根据股东大会的授权在本次发行经过中国证监会发行同意注册后，按照证监会相关规定及本预案所规定的条件，根据询价结果与保荐机构（主承销商）协商确定。所有发行对象均以同一价格认购本次非公开发行的股票，且均以现金方式认购。若国家法律、法规、规章及规范性文件对非公开发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

吴体芳为公司的控股股东、实际控制人。除吴体芳外，公司本次非公开发行股票尚未确定发行对象，因而无法确定发行对象与公司的关系。公司将在确定具体发行对象后，在预案中披露发行对象与公司的关系。

四、本次非公开发行方案概要

（一）非公开发行股票的种类和面值

本次发行的股票种类为境内上市人民币普通股（A 股），每股面值人民币 1 元。

（二）发行方式及发行时间

本次非公开发行的股票全部采取向特定对象非公开发行的方式，在中国证监会关于本次发行同意注册文件的有效期限内择机向特定对象发行。

（三）发行数量

本次非公开发行股票数量不超过 66,232,200 股（含 66,232,200 股），非公开发行的股票数量上限不超过本次发行前公司总股本的 30%。若公司在本次非公开发行股票前发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次非公开发行的股票数量将作相应调整。最终发行数量将在本次发行经中国证监会同意注册后，由公司董事会根据公司股东大会的授权及发行时的实际情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

（四）发行对象及认购方式

本次非公开发行股票的发行对象为包括公司控股股东、实际控制人吴体芳在内的不超过 35 名特定对象，其中吴体芳同意认购不低于 3,000.00 万元（含本数）。除吴体芳之外的其他发行对象包括证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以及其他符合法律法规规定的法人、自然人或其他机构投资者等。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象。信托公司作为发行对象，只能以自有资金认购。

最终发行对象由董事会根据股东大会的授权在本次发行经中国证监会同意注册后，按照证监会相关规定及本预案所规定的条件，根据询价结果与保荐机构（主承销商）协商确定。所有发行对象均以同一价格认购本次非公开发行的股票，且均以现金方式认购。若国家法律、法规、规章及规范性文件对非公开发行股票的发行对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。

（五）定价基准日、发行价格及定价原则

本次发行定价基准日为发行期首日。本次非公开发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日公司 A 股股票交易均价（定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易均价=定价基准日 20 个交易日 A 股股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易总量）的 80%。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，公司将对发行价格进行相应调整。具体调

整方式如下：

派息/现金分红： $P1=P0-D$

送股或转增股本： $P1=P0/(1+N)$

以上两项同时发生： $P1=(P0-D)/(1+N)$

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

（六）限售期

本次非公开发行完成后，吴体芳认购的股份自发行结束之日（即在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司完成股份登记之日）起 18 个月内不得转让，其余投资者认购的股份自发行结束之日起 6 个月内不得转让。限售期届满后，将按照中国证监会及深圳证券交易所的有关规定执行。

本次非公开发行结束后，发行对象由于公司送股、资本公积金转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述限售期安排。发行对象因本次交易取得的公司股票在限售期届满后减持还需遵守《公司法》、《证券法》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规的相关规定。

（七）本次非公开发行股票前公司滚存利润的安排

本次非公开发行完成前滚存的未分配利润将由本次非公开发行完成后的新老股东按持股比例共享。

（八）上市地点

本次公开发行的股票将在深交所创业板上市交易。

（九）本次发行决议有效期

本次非公开发行股票决议的有效期为自公司股东大会审议通过之日起 12 个月。若国家法律、法规、规章及规范性文件对非公开发行股票有新的规定，公司将按新的规定对本次发行进行调整。

（十）募集资金数额及用途

本次非公开发行拟募集资金总额不超过 34,227.50 万元（含 34,227.50 万元），扣除发行费用后的净额拟投入如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	IP 产品及运营中心项目	32,473.50	28,710.50

2	大数据营销管理平台建设项目	4,083.30	2,517.00
3	补充流动资金	3,000.00	3,000.00
合计		39,556.80	34,227.50

五、本次发行是否构成关联交易

根据本次非公开发行方案，本次非公开发行对象之一吴体芳先生为公司控股股东、实际控制人，构成关联交易。

公司本次非公开发行股票尚未确定其余发行对象，因而无法确定发行对象与公司的关系。公司将在发行结束后公告的发行情况报告书中披露发行对象与公司的关系。

六、本次发行是否导致公司控制权变化

截至本预案出具日，吴体芳先生持有公司 47.01% 股权，为公司控股股东、实际控制人；吴体芳先生的配偶许美珍持有公司 3.67% 股权，为吴体芳的一致行动人。两人合计持有公司 50.68% 股份。

吴体芳先生同意认购本次非公开发行股票不低于 3,000.00 万元（含本数）。即使假设吴体芳、许美珍不参与认购本次非公开发行股票，按照本次非公开发行上限 66,232,200 股测算，本次非公开发行完成后，公司总股本变为 287,006,200 股，吴体芳先生持股比例将不低于 36.15%，仍为公司第一大股东；其一致行动人许美珍持股比例为 2.82%，两人合计持有公司不低于 38.97% 股份。因此，本次非公开发行完成后，吴体芳先生仍为公司的控股股东、实际控制人，本次发行不会导致公司控制权发生变化。

七、本次非公开发行股票方案的实施是否可能导致股权分布不具备上市条件

本次非公开发行股票方案的实施不会导致公司股权分布不具备上市条件。

八、本次发行方案已取得的有关主管部门批准情况以及尚需呈报批准的程序

本次非公开发行的相关事项已经公司第三届董事会第二十三次会议、第三届董事会第二十四次会议和 2020 年第二次临时股东大会审议通过，尚需获得深圳证券交易所审核批准及中国证监会的同意注册后方可实施。

在获得中国证监会同意注册的文件后，公司将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申请办理股票发行、登记和上市事宜，完成本次非公开发行股票全部呈报批准程序。

第二节 发行对象基本情况

本次非公开发行股票的发行对象为包括吴体芳在内的不超过 35 名特定对象。除吴体芳之外的其他发行对象包括证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者以及其他符合法律法规规定的法人、自然人或其他机构投资者等。证券投资基金管理公司以其管理的两只以上基金认购的，视为一个发行对象；信托投资公司作为发行对象，只能以自有资金认购。吴体芳的基本情况如下：

一、基本情况

吴体芳，男，1966 年 6 月出生，中国国籍，公民身份证号为 35010419660603****，未拥有永久境外居留权。

二、最近五年任职情况

任职企业	职务	任职时间	是否与所任职单位存在产权关系
德艺文化创意集团股份有限公司	董事长、总经理	2011 年 11 月至今	是
福建隼轩房地产开发有限公司	董事长	2007 年 4 月至今	是
福建润富投资发展有限公司	执行董事	2010 年 9 月至今	是
北京德艺世纪商贸有限责任公司	执行董事	2011 年 8 月至今	是
福建德艺双馨商贸有限公司	执行董事	2011 年 1 月至今	是
福州四方商务会展有限公司	执行董事	2000 年 6 月至今	是
福建德弘智汇信息科技有限公司	执行董事	2020 年 4 月至今	是
平潭鼎辰投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	2020 年 4 月至今	是

三、认购人所控制的核心企业及主营业务情况

截至本预案出具日，除控制本公司外，吴体芳先生所控制的其他核心企业的基本情况如下：

序号	名称	企业类型	享有权益比例	注册资本（万元）	经营范围
----	----	------	--------	----------	------

1	福建润富投资发展有限公司	有限责任公司	99.90%	6,500.00	对餐饮业、房地产业的投资；物业管理；建材批发；五金产品批发；电气设备批发；计算机、软件及辅助设备批发；其他室内装饰材料零售；灯具、装饰物品批发；百货零售；五金零售；其他未列明的化工产品销售（不含危险化学品及易制毒化学品）；计算机、软件及辅助设备零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
2	平潭鼎辰投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙企业	0.35%	2,855.00	对第一产业、第二产业、第三产业的（法律、法规另有规定除外）。（以上均不含金融、证券、保险、期货等需审批的项目）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

四、发行对象及其有关人员最近五年涉及的处罚、诉讼及仲裁情况

吴体芳最近五年内未受过行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚，也未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁，不存在因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会立案调查的情形。

五、本次发行完成后公司的同业竞争与关联交易情况

本次非公开发行前，吴体芳与公司之间不存在同业竞争或者潜在的同业竞争。本次非公开发行不会导致吴体芳与公司之间产生新的同业竞争或者潜在的同业竞争。

吴体芳为公司的控股股东、实际控制人，吴体芳认购本次非公开发行的股份构成关联交易。除此之外，本次非公开发行不会导致吴体芳与公司之间产生新的关联交易。

六、本次发行预案披露前 24 个月内公司与发行对象的重大交易情况

本次非公开发行预案披露前 24 个月内，吴体芳与公司之间不存在重大交易情况。

七、本次认购的资金来源

吴体芳已承诺，本次认购资金来源均系合法自有资金或自筹资金，不存在对外募集资金、结构化融资等情形；不存在直接或间接使用上市公司及除本人以外

的上市公司其他关联方资金用于本次认购的情形；本人本次认购的股份不存在代持的情况。

第三节 附条件生效的股份认购合同摘要

2020 年 4 月 30 日，公司与吴体芳签订了《德艺文化创意集团股份有限公司与吴体芳之附条件生效的股票认购协议》。

因《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等法律、法规及规范性文件发布，创业板上市公司非公开发行股票的法律依据、审核方式等发生了变化，公司于 2020 年 6 月 23 日与吴体芳重新签订了《德艺文化创意集团股份有限公司与吴体芳之附条件生效的股票认购协议》，双方于 2020 年 4 月 30 日签署的协议随之终止执行。

一、协议主体、签订时间

甲方（发行人）：德艺文化创意集团股份有限公司

乙方（认购人）：吴体芳

签订时间：2020 年 6 月 23 日

二、认购价格、认购方式、认购数量和认购金额

1、认购价格

本次发行股票的发行价格不低于本次发行定价基准日前 20 个交易日甲方股票交易均价（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）的 80%。本次发行股票采取询价发行方式，乙方不得参与竞价，但承诺接受竞价结果。发行人本次发行股票的具体发行价格将在本次发行申请获得深交所审核通过并经中国证监会同意注册后，根据发行对象申购报价的情况由甲方董事会根据股东大会的授权与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。若甲方股票在定价基准日至发行结束日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，本次发行价格将作相应调整。

假设调整前发行价格为 P_0 ，调整后发行价格为 P_1 ，每股派息或现金分红为 D ，每股送股或转增股本数为 N ，则：

（1）派息/现金分红： $P_1 = P_0 - D$

（2）送股或资本公积金转增股本： $P_1 = P_0 / (1 + N)$

（3）以上两项同时发生： $P_1 = (P_0 - D) / (1 + N)$ 。

2、认购方式

乙方以现金方式认购甲方本次非公开发行的股票。

3、认购数量和认购金额

乙方承诺拟以不低于 3,000 万元（含本数）认购甲方本次发行的股票。在本次发行通过竞价方式未能确定发行价格的情形下，乙方同意继续参与认购，并以本次发行底价作为认购价格。在上述认购金额的基础上，由甲方董事会根据股东大会的授权，视市场情况与乙方协商确定乙方最终的认购金额和认购股份数量。

三、认股价款的支付时间、支付方式与股票交割

乙方不可撤销地同意按照本协议约定认购本次发行的股票，并同意在本次发行的申请获得深交所审核通过并经中国证监会同意注册之后，按照发行人发出的缴款通知的要求，以现金方式将全部认购价款一次性划入保荐机构为本次发行专门开立的账户，验资完毕后，扣除相关费用后再划入发行人募集资金专项存储账户。

在乙方支付认股价款后，甲方应尽快将乙方认购的股票在证券登记结算机构办理股票登记手续，以使乙方成为认购股票的合法持有人。乙方在前述登记完成后可行使其作为认购股份股东的权利。

四、限售期

乙方此次所认购的甲方本次发行的股票，自发行结束日起 18 个月内不得转让。乙方应按照相关法律法规和中国证监会、深交所的相关规定、按照甲方要求就本次发行股票中认购的股票出具相关锁定承诺，并办理相关股份锁定事宜。乙方基于本次发行所取得的甲方股票因甲方分配股票股利、资本公积金转增等情形所衍生取得的股票亦应遵守前述股份锁定安排。在上述锁定期限届满后，乙方在本次发行中认购的股份（含上述增加股份）的转让和交易将依照届时有效的法律法规和深交所的规则办理。

五、双方的义务和责任

1、甲方的义务和责任

（1）甲方负责就本次发行股票向中国证监会、深交所等有关主管部门报请审批、核准的相关手续及文件；

（2）甲方有权要求乙方配合本次发行的申请工作，并按照中国证监会、深交所关于申请文件的要求提供真实、准确、完整的相关资料；

（3）保证自中国证监会同意注册后，尽快按照本协议约定的条件、数量及价格向乙方发行股票，并按照证券登记结算机构的有关规定，办理有关股票的登记手续；

（4）根据中国证监会及深交所的相关规定，及时地进行信息披露；

（5）甲方在本协议中所作的声明、保证和承诺在协议签署日均为真实、准确、完整，并在协议生效日时仍保持为真实、准确、完整。

2、乙方的义务和责任

（1）配合甲方办理本次发行股票的相关手续，签署相关文件及准备相关申报材料等，并保证所提供的文件资料真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；

（2）根据本协议的约定履行以现金认购本次发行股票的缴资和协助验资义务；

（3）保证用于本次认购的资金来源均为合法自有资金或自筹资金，不存在委托持股、信托持股或分级收益等结构化安排，不存在甲方或其控股股东、实际控制人、主要股东及其他关联方向其作出保底保收益或变相保底保收益承诺的情况，亦不存在甲方及甲方利益相关方向其提供财务资助或者补偿的情形；

（4）自本次发行结束之日，在法律、行政法规和中国证监会所规定的限制股票转让期限内，乙方不得转让其于本协议项下所认购的甲方本次发行的股票；

（5）将遵守短线交易、内幕交易等相关规定的义务，如违反上述义务，应将其收益归甲方所有，并应赔偿因此给甲方以及其他投资者造成的一切损失；

（6）乙方不得转让本协议项下的权利和义务；

（7）乙方在本协议中所作的声明、保证和承诺在协议签署日均为真实、准确、完整，并在协议生效日时仍保持为真实、准确、完整。

六、违约责任

若任何一方（“违约方”）未能遵守或履行本协议项下约定的义务或责任、陈述或保证，另一方（“守约方”）有权追究违约方的违约责任，并要求违约方赔偿因其违约行为而给守约方造成的所有损失（包括但不限于合理的诉讼费、律

师费、调查费、公告费、保全费、执行费、拍卖费等费用）。

若乙方未按照本协议及缴款通知的约定履行认购义务并足额支付认购资金的，则每延迟一日，按未缴纳认购资金的万分之三向甲方支付违约金，如果违约金不足以弥补甲方损失的，乙方应赔偿甲方的相应损失。若因相关监管政策变化导致乙方不具备签署及履行本协议的资格及条件的，乙方终止本次认购不构成违约，双方互不承担违约责任或任何民事赔偿责任。

本协议项下约定的本次发行股票事宜如未获得甲方股东大会通过或/及中国证监会注册而导致无法实施本次交易的，不构成违约，甲方不需向乙方承担违约责任或任何民事赔偿责任。

任何一方由于不可抗力且自身无过错造成的不能履行或部分不能履行本协议约定的义务将不视为违约，但应在条件允许的情况下采取一切必要的救济措施，减少因不可抗力造成的损失。

七、协议的生效

本协议经甲方法定代表人或授权代表签署并加盖公章、乙方签字后成立，除本协议第八条保密条款自本合同成立之日起生效外，本协议其余条款在满足下列全部条件后生效：

- （1）本次发行经甲方股东大会批准；
- （2）本次发行获得深交所审核通过并经中国证监会同意注册。

本协议成立后，双方均应尽最大努力促使本协议生效条件尽快满足和成就。

第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金的使用计划

本次非公开发行拟募集资金总额不超过 34,227.50 万元（含 34,227.50 万元），扣除发行费用后的净额拟投入如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	IP 产品及运营中心项目	32,473.50	28,710.50
2	大数据营销管理平台建设项目	4,083.30	2,517.00
3	补充流动资金	3,000.00	3,000.00
合计		39,556.80	34,227.50

在本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自有资金、银行贷款等方式自筹资金进行先期投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序置换前期投入。若本次非公开发行实际募集资金净额不足以支付前述款项，其不足部分，公司将通过自筹资金方式解决。

二、本次募集资金投资项目基本情况

（一）IP 产品及运营中心项目

1、项目基本情况

（1）项目实施主体：德艺文创全资子公司福建德弘智汇信息科技有限公司。

（2）项目实施地点：福州市晋安区福兴经济开发区内。

（3）项目建设内容：①通过自主培育 IP 或获取国内外优质 IP 授权进行二次加工和创作的方式研发设计 IP 衍生产品，实现公司在 IP 衍生产品市场的战略布局，丰富公司的文化创意产品线，提高产品附加值；通过电子商务渠道进行 IP 衍生产品等文创产品的品牌运营和市场推广。②设立自动化立体仓库功能区并引入智能分拣系统，建立具备一定机械化及自动化能力的智能仓库，以提升公司供应链管理能力和对电商渠道客户需求的响应速度，增强公司对 IP 衍生品等产品的销售服务运营能力。

2、项目投资概况

本项目预计总投资金额 32,473.50 万元，拟使用募集资金 28,710.50 万元，投

资构成如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	投资金额占比	拟使用募集资金	募集资金投入占比
1	建筑工程	14,985.00	46.15%	14,985.00	52.19%
2	设备及软硬件投入	6,725.50	20.71%	6,725.50	23.43%
3	IP 引进培育费用	7,000.00	21.56%	7,000.00	24.38%
4	市场推广费	1,920.00	5.91%	-	-
5	铺底流动资金	1,843.00	5.68%	-	-
合计		32,473.50	100.00%	28,710.50	100.00%

3、项目建设涉及的政府报批情况

（1）项目立项

本项目已取得《福建省投资项目备案证明（内资）》（编号：闽发改备[2020]A040312 号）。

（2）项目环评

本项目已取得《建设项目环境影响登记表》（编号：2020350111000000065）。

4、项目预期收益

如本次募集资金投资项目顺利实施，经测算项目实施后预计税后内部收益率为 15.59%，预期效益良好。

5、项目建设周期

本项目建设周期预计为 36 个月。

（二）大数据营销管理平台建设项目

1、项目基本情况

（1）项目实施主体：德艺文创全资子公司福建德弘智汇信息科技有限公司。

（2）项目实施地点：福州市晋安区福兴经济开发区内。

（3）项目建设内容：公司在以自有资金建设和升级的 ERP 系统、第三方电子商务平台的基础上，拟通过大数据营销管理平台建设项目的实施，将各销售渠道的客户数据资源进行完善、整合，从而建立企业营销大数据中心，实现客户资源数据共享，基于销售数据进行智能分析和预警，辅助做出科学的营销决策。

2、项目投资概况

本项目预计总投资金额 4,083.30 万元，拟使用募集资金投资构成如下：

单位：万元

序号	项目	建设内容	投资金额	投资金额占比	拟使用募集资金	募集资金投入占比
1	平台基础设施	建筑工程	555.00	13.59%	555.00	22.05%
2		硬件购置费	572.00	14.01%	572.00	22.73%
3		软件购置费	240.00	5.88%	240.00	9.54%
4		IDC 费用	300.00	7.35%	300.00	11.92%
5	营销大数据分析系统	硬件购置费	120.00	2.94%	120.00	4.77%
6		软件购置费	730.00	17.88%	730.00	29.00%
7	平台实施、维护费	系统开发、维护和相应人员费用	1,272.00	31.15%	-	-
8	基本预备费	-	294.30	7.21%	-	-
合计			4,083.30	100.00%	2,517.00	100.00%

3、项目建设涉及的政府报批情况

（1）项目立项

本项目已取得《福建省投资项目备案证明（内资）》（编号：闽工信备[2020]A040044 号）。

（2）项目环评

本项目为非建设类项目，不涉及环保批复或备案。

4、项目预期收益

本项目不直接产生经济效益，但本项目的实施旨在综合提升公司营销管理信息化程度：一方面可通过大数据、云计算技术了解分析终端消费者需求、动态管理客户信息和潜在市场价值状况，从而针对性地提供线上营销服务，加强电商渠道为客户提供精准服务的能力并扩大服务客户群体；另一方面将大数据分析应用与公司的中后台 ERP 系统集成，加快公司中后台对客户需求的响应速度，通过不同销售渠道的客户资源和数据共享，实现不同销售渠道的协同发展。

5、项目建设周期

本项目建设周期预计为 36 个月。

（三）补充流动资金

本次非公开发行拟募集资金总额不超过 34,227.50 万元（含 34,227.50 万元），扣除发行费用后，拟将不超过 3,000.00 万元（含）募集资金用于补充公司及其子

公司的流动资金。

三、本次募集资金投资项目的必要性和可行性分析

（一）项目实施的必要性

1、把握 IP 衍生品市场发展机遇，为扩大国内市场占有率提供保障

当前国内 IP 衍生品市场占全球市场份额较低，但增长迅速并已具备雄厚的消费者基础；市场调研结果显示，IP 衍生品相较同类非授权产品可以显著提升消费者的购买意愿，IP 衍生品市场的发展可以有效调整文化创意产业的收入结构；参考美国、日本等发达文化创意经济体的经验，IP 衍生产品除了扩大 IP 的商业变现能力之外，还可以丰富 IP 内容的宣传渠道、延长 IP 的生命周期，从而进一步助推文化创意产业的发展和文化传播。因此，IP 衍生品市场有望在国内迎来重大发展机遇。

从短期来看，国内市场拥有自主产权的优质 IP 资源相对有限，需要通过产业链上具有较强设计服务能力的公司完成 IP 衍生品的二次创作开发、具有较强品牌和渠道运营的公司对衍生品进行销售运营推广以实现 IP 衍生品市场的快速发展。公司长期为海外客户提供文化创意产品的研发设计服务，拥有对国内外文化流行趋势较为深刻的理解和丰富的设计服务经验，通过引入 IP 授权及自我培育两种方式提高所经营 IP 的附加值，进而扩大公司文创产品的经营规模和品牌影响力，抢占市场先机。

2、建设智能仓库系统，提高供应链管理和电商渠道销售服务能力

文化创意产品的设计制作形象和方式随着创作人员对文化要素、流行趋势和潮流理念的主观理解的变化而变化，创意的主观性以及创意来源的广泛性，使文化创意产品具有多样化、个性化、流行性等特征，更新换代迅速，天然适合通过电商渠道实现销售推广。同时，我国电子商务发展水平和普及程度居于世界领先地位，线上购物已成为主力消费人群满足对 IP 衍生产品及其他创意家居产品的个性化需求的重要方式。因此，提高电商渠道销售服务能力是公司提高国内市场业务占比、把握国内市场发展机遇的必要举措。

当前，我国智能仓储系统与大数据等新一代互联网技术深度融合，为电子商务的发展、满足终端消费者对文化创意产品多样化、个性化、流行化的需求提供坚实的物流基础。公司通过设立自动化立体仓库功能区并引入智能分拣系统，将建立起具备一定机械化及自动化能力的智能仓库，以提高公司实时掌控仓储状况

的能力，合理配置供应商资源，从而强化供应链控制能力，提高对电商渠道客户需求响应速度。

3、顺应电子商务不断创新的发展趋势，为公司整体业务的数字化转型提供系统设备支持

近年来，随着大数据、物联网、人工智能等新一代信息技术不断发展，电子商务运营水平得以快速提升。基于创新技术所构建的全数字化消费场景提升了用户体验，数字化监控系统、悬挂链系统、VR/AR 导航等数字技术在物流渠道中也得到了有效的应用，线上订单占比持续提高，有力地支撑了电子商务业务在线上线下的融合发展。

模式创新逐渐激活电子商务消费新潜力。网络社交中商家之间、用户之间、商家与用户之间高效互动交流模式的推广，进一步激活了电子商务流通及消费潜力，例如近年来基于社交网络平台以及短视频或直播平台的社交电商、以社区拼团为主要服务模式的社群电商均发展迅速，有效满足了消费者多层次、多样化需求，已成为电子商务市场新的有生力量。

在电子商务不断深入普及、持续创新发展的背景下，公司需要将电子商务的创新成果应用于文化创意产业开发和运营当中，实现公司业务的数字化转型。本次非公开发行将通过建设大数据和信息化平台项目，一方面将对公司现有的各业务部门信息系统进行升级，在公司内部各业务条线之间实现信息流、物流、资金流的同步。另一方面，该项目将引入新的功能模块，针对上下游厂商建立大数据采集分析和供应链管理系统，强化供应链数字化管理能力；针对电商渠道终端或意向消费者群体建立视频直播系统和 VR/AR 系统，使公司具有利用新模式或新技术搭建文化销售场景、促进精准营销的软硬件基础。

4、补充流动资金可满足公司业务规模扩张的需求、提高公司的抗风险能力

2016 年至 2019 年，公司主营业务收入分别为 35,214.80 万元、46,990.87 万元、55,669.08 万元和 61,515.59 万元，保持了稳健增长的态势。未来，随着公司业务规模的稳步增长、电商渠道的着力推进和产品结构的不断丰富，公司对流动资金的需求规模也将相应增加。本次补充流动资金能够为公司未来业务持续扩张提供保障，进一步提高公司的持续盈利能力。

同时，公司在日常生产经营中可能面临市场环境变化、市场竞争加剧等各项风险因素，未来若公司所处行业出现重大市场不利变化或其他不可抗力因素，将

对公司的生产经营造成重大不利影响，保持一定水平的流动资金有助于提高公司的抗风险能力。同时，当市场环境对公司生产经营具有促进作用时，保持一定水平的流动资金能够帮助公司抢占市场先机，避免因资金短缺而错失良机。

（二）项目实施的可行性

1、项目符合国家发展战略和产业政策的支持方向

文化创意产业是经济、文化、技术等相互融合的产物，具有高度的融合性、较强的渗透性和广泛的辐射力，不仅能带动关联产业、促进区域经济发展，还可以辐射到社会各个方面，提升人民群众的文化素质，因此发展文化创意产业具有战略意义。党的十九大报告中已经明确指出“要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛”。近年来，国家频繁出台支持文化产业和专业化设计服务细分行业发展的政策，以鼓励和促进文化产业与科技行业及上下游产业融合发展、为经济转型和社会发展注入文化活力。

公司本次非公开发行所实施的募集资金投资项目符合国家鼓励发展文化产业、专业化设计服务细分产业以及鼓励文化产业与其他产业融合发展的政策引导方向，在产业政策方面具备可行性。

2、公司具备对 IP 授权进行二次创作的研发设计能力

公司具有较强的产品创意设计能力，被国家工信部授予“国家级工业设计中心”称号，研发设计能力在创意家居行业中处于较高水平。公司提供的创意家居产品按使用功能可分为创意装饰品、休闲日用品、时尚小家具三大类，是国内主要的创意家居用品设计服务提供商之一。

公司在创意家居产品领域积累的研发设计能力可以有效运用到 IP 授权产品开发当中。从消费者需求角度看，中国玩具和婴童用品协会《2019 中国品牌授权行业发展白皮书》调查显示，消费者购买授权产品的首要理由是“设计风格独特有吸引力”，而“IP 品牌知名度高”排在购买授权产品理由的第三位，因此对 IP 授权的二次创作、设计能力是产品打开销路的首要因素。从产品种类角度看，消费者购买最多的前十类 IP 授权产品当中的户外运动休闲类、家居家纺类、饰品类三大类产品与公司已有的创意家居产品线高度重合，因此公司在已有的创意家居产品线中积累的创作、研发和设计经验可有效运用到 IP 衍生产品经营业务当中，具备对 IP 授权进行二次创作的研发设计能力。

3、公司具有领先的创意设计产业化经营能力

公司在创意家居产品经营业务中形成了特有的“文化资源创意化、创意设计产品化、产品销售产业化”的产业模式，具备相当的研发设计与文化资源整合、供应链管理、营销渠道和客户资源拓展的能力，被认定为国家文化出口重点企业。目前公司 90%以上的创意家居产品通过线下方式出口销售，在欧盟、美国等发达经济体持续提高创意家居用品进口门槛、国内原材料和人力成本不断上涨的情况下，仍保持了销售规模和经营业绩的增长趋势。

本次募集资金投资项目建设后，公司国内市场业务占比及电子商务渠道销售占比将得到显著提升，公司将借鉴在国外市场的成功经营经验，加快国内市场和电子商务渠道的发展。

四、本次非公开发行对公司经营管理、财务状况等的影响

（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相关产业政策及公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次非公开发行股票募集资金投资项目的顺利实施，能够巩固公司业务模式的竞争优势，有利于促进公司现有业务的转型升级，优化产品结构，打造新的利润增长点；项目的顺利实施也有利于公司拓展市场渠道，提高公司的市场地位和品牌影响力，进而提高公司整体竞争实力和抗风险能力。

（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，公司的总资产、净资产规模将同时增加，资产负债率水平将有所下降，进一步优化资产结构，提升公司资产质量，改善公司财务状况，降低财务成本和财务风险；本次募集资金到位后，公司通过筹资活动产生的现金流量将增加，资金实力将得到明显提升，有利于增强公司抵御财务风险的能力，满足公司的发展需求，增强未来的持续经营能力。同时，本次募集资金投资项目实施后，公司的主营业务进一步完善升级，随着募集资金使用效益的逐步产生，公司的营业收入规模及利润水平也将有所提升，进而优化公司的财务状况。

五、募集资金投资项目可行性分析结论

董事会认为，本次募集资金投资项目符合国家产业政策及公司发展战略，产品契合市场需求，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募投项目的实施有利于公司经济效益的提高，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，有利于公司的长期可持续发展。因此，本次非公开发行股票募集资金拟投资项目符合本公司及本公司全体股东的利益，是切实可行的。

第五节 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及资产、公司章程、股东结构、高级管理人员结构及业务结构的影响

（一）本次发行后公司业务及资产整合计划

本次募集资金投资项目将围绕公司主营业务展开，有助于提升公司的核心竞争力、持续盈利能力和抗风险能力，符合公司及公司全体股东的利益。本次募集资金投资项目建成后，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。若公司未来对主营业务及资产进行整合，将根据相关法律、法规、规章及规范性文件的规定，另行履行审批程序和信息披露义务。

（二）本次发行对公司章程的影响

本次非公开发行完成后，根据本次发行的实际结果对公司章程中的股本和股本结构进行相应修改，并办理工商变更登记。除此之外，公司暂无其他修改或调整公司章程的计划。

（三）本次发行对公司股东结构的影响

本次非公开发行完成后，公司股东结构将根据发行情况相应发生变化，将增加不超过发行前总股本 30% 的普通股股票。以本次发行股票数量上限测算，本次非公开发行不会导致公司控股股东和实际控制人发生变化，也不会导致公司不符合上市条件。

（四）本次发行对公司高管人员结构的影响

截至本预案出具日，公司尚无对高管人员结构进行调整的计划，本次发行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）本次发行对公司业务收入结构的影响

本次非公开发行募集资金投资项目均为在原有的业务经验和研发设计积累基础上，围绕公司主营业务展开。本次非公开发行完成后，随着募集资金投资项目的实施，公司业务及产品线将进一步丰富和升级，收入结构有望持续优化，有利于增强公司核心竞争力，巩固和提升市场地位。本次非公开发行完成后，公司主营业务保持不变，业务收入结构亦不会发生重大变化。

二、本次发行对上市公司财务状况、盈利能力及现金流量的影响

（一）本次发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司的总资产和净资产规模都相应增加，公司的资金实力将有效提升，抗风险能力得到进一步加强，为公司业务的健康、可持续发展奠定良好的基础。

（二）本次发行对公司盈利能力的影响

本次募集资金到位后，公司总资产和净资产均将大幅度增长，公司资金实力将得到加强。由于募集资金投资项目无法在短期内产生经济效益，因此每股收益和净资产收益率等财务指标在短期内可能出现一定幅度的下降。从长期来看，募集资金投资项目具有良好的市场前景和经济效益，将有助于提升公司市场竞争力，进一步提高公司盈利能力。

（三）本次发行对公司现金流量的影响

本次非公开发行完成后，公司筹资活动现金流入将有所增加。随着募集资金投资项目的实施和经营效益的产生，未来公司经营活动现金流入将有所增加，公司的营运能力也将有所提升。

三、本次发行完成后，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，公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系均不存在重大变化，亦不会因本次发行产生新的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

本次发行完成前后，公司均不会存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，亦不会存在公司为控股股东及其关联人进行违规担保的情形。

五、本次发行对公司负债情况的影响

截至 2019 年 12 月 31 日，公司的资产负债率（合并口径）为 18.11%，处于合理范围内。本次非公开发行股票募集资金用于 IP 产品及运营中心项目、大数据营销管理平台建设项目和补充流动资金，募集资金用途明确，不存在通过本次发行大量增加负债的情形。本次发行完成后，公司总资产与净资产规模将相应增加，财务结构将更加稳健，经营抗风险能力将进一步加强。

第六节 本次非公开发行相关风险说明

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

一、市场与经营风险

（一）对海外市场依存度较高的风险

2017 年至 2019 年，公司外销产品收入占主营业务收入比例均在 97%以上，在未来一定时期内公司业务对海外市场依存度将继续保持较高水平。近年来，世界经济复苏较为缓慢，部分国家贸易保护主义上升，对进口产品的质量检测标准越发严格。若公司产品的主要出口国家或地区持续、快速提高产品质量标准，公司可能面临出口受阻的风险。此外，如果国际市场，特别是欧洲、美洲等发达国家和地区的政治、经济、社会形势以及进出口贸易政策发生重大变化，或是与我国的政治、经济、外交合作关系发生变化，进而导致相应的贸易环境出现波动，则公司将面临销售收入增长放缓甚至下滑的风险。

（二）不能有效应对消费群体与购物模式变化的风险

近年来国内的主力消费群体逐渐出现年轻化趋势，年轻消费者的消费行为和消费观念与以往的主要消费者群体具有一定差异；同时随着互联网技术与电子商务的蓬勃发展，网络购物已成为居民特别是新一代消费者群体日常购物的重要渠道。目前公司主要通过国际展会、客户拜访、邮件沟通和口碑营销等渠道获取海外客户订单，并计划通过大力发展电商业务作为未来开拓国内市场、巩固国际市场的主要措施。若公司所经营的产品不能及时迎合国内消费群体的偏好、电商业务在国内外市场的拓展进度缓慢，将对公司业务的持续发展造成不利影响。

（三）市场竞争加剧的风险

本次募集资金投资项目与公司现有业务和未来发展高度契合，有利于进一步深化公司业务布局、丰富公司产品结构、提高公司盈利能力和综合竞争力。但是在国家产业政策的引导和扶持下，我国文化创意家居用品行业发展迅速，企业数量不断增加，推动行业竞争从低端向中高端转变，从以价格为重点的单一式竞争向以品牌、渠道、服务、人才、管理、规模为核心的复合式竞争转变。市场竞争的加剧，可能导致公司市场份额减小、行业整体利润率下降的风险。

（四）研发设计能力不能持续满足市场需求的风险

针对公司经营的创意家居用品具有消费热点变换较快、单体产品销售周期较短的特点，公司建立了市场导向的研发设计模式，将保持持续研发设计能力放在战略首位，重视市场资讯收集分析、保持与客户的紧密沟通、跟踪消费者流行趋势变化，从而能够不断推出新的产品系列，满足客户的多样化、个性化需求。在该模式下，公司的业务较易受到文化时尚潮流及消费者品位转变的影响，若公司的研发设计未能快速有效地应对市场转变，则将对公司业务及经营业绩产生不利影响；此外，若公司对研发设计团队的持续建设不能满足公司业务规模扩张的需要，也将影响公司研发设计响应市场需求的能力，进而对公司的业务发展造成不利影响。

（五）业务规模扩大的运营管理风险

随着公司业务的继续发展以及本次募投项目的实施，公司资产规模、业务规模将会进一步扩大，公司在战略规划、制度建设、组织设置、运营管理、资金管理和内部控制等方面将面临更大的挑战。如果公司不能培养或招聘到足够数量的合格管理人员和营销人员，不能对日益发展的营销网络进行有效管理，或者缺乏合理有效的发展战略和渠道规划，都将对公司盈利能力的提升带来不利影响。

（六）供应链管理不当的风险

公司不直接从事产品的生产环节，全部采用 OEM 外包方式生产。公司具备较强的供应链管理能力，产品质量保持稳定，受到了客户和第三方检测机构的认可，未发生无法按时交货、产品质量纠纷或因产品质量问题导致批量退货的情况。但由于公司产品远销全球多个国家和地区，需要满足各地区不同的产品质量检测标准，如果公司执行质量控制措施出现偏差，一旦出现产品质量问题，可能导致客户索赔，同时影响公司声誉。此外，公司还可能面临因供应商的原因导致公司产品质量不能令客户满意、毛利率水平降低或无法按期交货的风险。

（七）新冠肺炎疫情风险

公司及公司主要供应商的经营场所均在国内。2020 年 1 月以来，我国爆发新型冠状病毒疫情，各地政府相继出台并严格执行了关于限制人流物流、延迟复工等疫情防控政策措施。受益于国内各地积极有效的疫情防控措施，公司现阶段已保证了员工的身体健康和正常的经营活动；同时，经与重要的供应商沟通，公司主要供应商目前已基本恢复正常经营。尽管目前我国疫情防控形势持续向好，

但防疫工作仍在继续，且疫情结束后的社会经济活动恢复也需要一段时间，未来若国内疫情防控成效不能保持或受到境外输入性病例影响，导致国内新冠肺炎疫情持续时期较长，仍可能会对公司正常经营或产品供应产生不利影响。

当前公司的外销业务占主导地位。目前新冠肺炎疫情还在世界其他地区蔓延，全球疫情的持续时间、防控措施及对宏观经济的影响尚存在较大不确定性。若短期内海外疫情无法得到有效控制，则公司将面临海外市场阶段性萎缩、客户需求递延或减少、出口业务量下降的风险，可能会对公司经营业绩造成不利影响。

二、募集资金投资项目实施风险

本次发行募集资金主要用于 IP 产品及运营中心项目、大数据营销管理平台建设项目和补充流动资金。公司已就上述募集资金投向进行了充分的前期调研与可行性论证，上述募投项目的实施有利于公司业务发展并符合公司的发展战略。但是，基于目前的市场环境、产业政策、技术革新等不确定或不可控因素的影响，以及未来项目建成运营后的市场开拓情况、产品销售情况等可能与公司预测存在差异，本次募集资金投资项目存在不能完全实现预期目标或效益的风险。

三、财务风险

（一）税收优惠政策变化的风险

1、增值税政策变动风险

国家对出口货物实行增值税“免、抵、退”政策，使本国产品以不含税成本进入国际市场，与国外产品在同等条件下竞争，避免了由于进口国征税导致我国出口商品承担双重税赋。对出口产品实行退税是国际惯例，符合 WTO 规则。公司出口产品享受增值税退税优惠政策，根据出口商品类别适用 13%、9%、5%不等的出口退税率。若出口退税政策发生重大不利变化，将对公司的业绩产生不利影响。

2、企业所得税政策变动风险

公司于 2014 年起被认定为高新技术企业，并于 2017 年 11 月通过高新技术企业复审，减按 15% 税率计缴所得税。若未来国家的所得税政策发生变化或公司不能保持高新技术企业资格，公司将无法享受高新技术企业的税收优惠政策，将对公司的经营业绩和利润水平产生不利影响。

（二）汇率波动的风险

公司外销收入占比较高，产品销售收入主要用美元结算，而原材料采购在境

内发生均以人民币结算。2017 年度至 2019 年度，公司产生的汇兑损益分别为 -531.32 万元、512.29 万元和 244.29 万元（正数为汇兑收益、负数为汇兑损失），对同期利润总额产生一定的影响。若未来美元对人民币持续贬值，将可能减弱公司产品海外市场的价格优势和竞争力，从而削弱公司的盈利能力。

（三）固定资产折旧和无形资产摊销增加的风险

本次非公开发行完成后，公司的固定资产、无形资产规模将大幅增加，固定资产折旧、无形资产摊销等固定成本的上升将给公司利润的增长带来一定的影响。若未来募集资金投资项目无法实现预期效益或公司无法保持盈利水平的增长，则公司可能存在因固定资产折旧和无形资产摊销大幅增加而导致经营业绩下滑的风险。

四、与本次发行相关的风险

（一）本次发行审批的风险

本次非公开发行股票尚需深圳证券交易所审核通过并经中国证监会同意注册后方可实施。能否取得相关的批准，以及最终取得批准的时间均存在不确定性。

（二）股票价格波动风险

本次非公开发行将对公司的生产经营和财务状况产生重大影响，市场对公司基本面情况预期的变化将会影响当期股票价格。此外，公司股价还将受到国际和国内宏观经济形势、重大政策、资本市场走势、市场心理和各类重大突发事件等多方面因素的影响，存在一定的波动风险。公司股票价格从本次非公开发行从预案的披露到最终发行完成期间可能出现波动，从而给投资者带来一定的风险。

（三）本次发行摊薄即期回报的风险

本次发行股票募集资金到位后，公司总股本和净资产将会有一定幅度的增加。由于募集资金使用至产生效益需要一定的时间，该期间股东回报主要依靠现有业务实现。在公司总股本和净资产均增加的情况下，若公司业务规模和净利润未能获得相应幅度的增长，每股收益和净资产收益率存在被摊薄的风险。

第七节 公司的利润分配政策及执行情况

一、《公司章程》规定的利润分配政策

公司现行的股利分配政策符合中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等有关规定。现行有效的《公司章程》的利润分配政策如下：

“第一百八十四条 公司利润分配政策为：

（一）利润分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。公司需结合具体经营情况，充分考虑目前盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，制定利润分配方案。

（二）利润分配形式及优先顺序

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

现金分红相对于股票股利在利润分配方式中具有优先性，如具备现金分红条件的，公司应采用现金分红方式进行利润分配。

（三）利润分配的条件

在满足以下全部条件的情况下，公司应当以现金分红进行年度利润分配：

- 1、公司当年度实现盈利；
- 2、截至当年末公司累计未分配利润为正值；
- 3、审计机构对公司当年度财务报告出具无保留意见；
- 4、在未来十二个月内，公司无重大资金支出安排（募集资金项目除外）。重大资金支出安排是指公司拟对外投资、购买或收购资产金额占最近一期经审计净资产的 50%以上且绝对金额超过 5,000 万元，或占最近一期经审计总资产的 30%以上。

公司采用股票股利进行利润分配的，应当综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，充分考虑公司的可分配利润总额、现金流状况、股本规模及扩张速度是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应。

（四）利润分配的间隔

在符合章程规定的利润分配的条件时，公司每年应进行一次年度利润分配，有关法律法规、规范性文件和公司章程另有规定的除外。公司可根据经营情况，进行中期利润分配。

（五）现金分红比例

公司采取现金方式分配利润的，分配金额应不少于当年实现的可分配利润的 20%。

公司董事会应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。

（六）利润分配的决策程序和机制

公司利润分配预案由公司管理层结合《公司章程》的规定、盈利情况、资金供给和需求情况拟定后提交公司董事会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红预案，并直接提交董事会审议。

董事会就利润分配预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。董事会审议现金利润分配具体方案时，应当认真研究和论证公司现金利润分配的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见。

股东大会在对利润分配政策进行决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和社会公众股股东的意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，可通过多种渠道（包括但不限于提供网络投票的方式、电话、传真、邮件、公司网站、互动平台、邀请中小股东参会等）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，并及时答复中小股东关心的问题。

公司不进行现金分红时，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途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。

（七）利润分配政策的调整

公司应保持利润分配政策的连续性、稳定性。公司可根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见调整利润分配政策。有关利润分配政策调整的议案应详细论证和说明原因，并且经董事会审议，全体董事过半数以上表决通过后提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司应当通过网络投票方式为中小股东参加股东大会提供便利。独立董事应对股利分配政策调整的议案发表明确意见。公司调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

（八）未分配利润使用原则

公司留存未分配利润主要用于与经营业务相关的对外投资、购买资产、提高研发实力等重大投资及现金支出，逐步扩大经营规模，优化财务结构，促进公司的快速发展，有计划有步骤的实现公司未来的发展规划目标，最终实现股东利益最大化。

（九）公司股东如存在违规占用公司资金情形的，公司应扣减该股东所分配的相应现金红利，以偿还其占用的资金。”

二、公司近三年利润分配情况及未分配利润使用情况

（一）公司近三年的利润分配情况

2017 年度，公司归属于上市公司股东的净利润为 35,657,951.00 元，期末未分配利润为 45,538,555.68 元。2018 年 5 月 25 日，经公司 2017 年年度股东大会审议批准，公司 2017 年度利润分配方案为：以公司总股本 80,000,000 股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 2.50 元（含税），共计派发 20,000,000.00 元，剩余未分配利润结转下一年度；同时以资本公积金转增股本，向全体股东每 10 股转增 8 股，合计转增 64,000,000 股。

2018 年度，公司归属于上市公司股东的净利润为 40,213,832.73 元，期末未分配利润为 61,549,412.40 元。2019 年 5 月 9 日，经公司 2018 年年度股东大会审议批准，公司 2018 年度利润分配方案为：以公司总股本 147,066,000 股为基数，

向全体股东按每 10 股派发现金红利 2.00 元（含税），共计派发 29,413,200.00 元，剩余未分配利润结转下一年度；同时以资本公积金转增股本，向全体股东每 10 股转增 5 股，合计转增 73,533,000 股。

2019 年度，公司归属于上市公司股东的净利润为 44,900,879.07 元，期末未分配利润为 72,981,692.13 元。2020 年 5 月 7 日，经公司 2019 年年度股东大会审议批准，公司 2019 年度利润分配方案为：以 2020 年 4 月 8 日公司总股本 220,774,000 股为基数，向全体股东按每 10 股派发现金红利 1.80 元（含税），共计拟派发 39,739,320.00 元，剩余未分配利润结转下一年度。

（二）公司近三年的现金分红情况

2017 年度至 2019 年度公司现金分红情况如下：

单位：万元

年度	归属于上市公司股东的净利润 (合并口径)	分红方案（含税）	现金分红金额（含税）	现金分红占当期净利润比例
2017 年度	3,565.80	每 10 股派 2.50 元（含税）， 同时每 10 股转增 8 股	2,000.00	56.09%
2018 年度	4,021.38	每 10 股派 2.00 元（含税）， 同时每 10 股转增 5 股	2,941.32	73.14%
2019 年度	4,490.09	每 10 股派 1.80 元（含税）	3,973.93	88.50%

（三）最近三年未分配利润的使用情况

最近三年公司实现的归属于上市公司股东的净利润在向股东分配后，当年剩余的未分配利润结转至下一年度，主要用于公司的日常经营。

三、公司未来三年股东回报规划（2020-2022 年）

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）、《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）等相关文件要求，在综合考虑公司战略发展目标、经营规划、盈利能力、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素基础上，公司初步制定了《未来三年股东回报规划（2020-2022 年）》（以下简称“本规划”），具体内容如下：

“一、制定本规划的主要考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展能力，在综合分析公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司当前及未来的财务结构、盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、

银行信贷及债权融资环境、重大资金支出安排等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对利润分配做出制度性安排，以保持利润分配政策的一致性、合理性和稳定性。

二、制定本规划的基本原则

1、公司的利润分配应重视对股东的合理投资回报，并保持利润分配政策的连续性和稳定性。

2、公司可以采取现金或股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

3、公司优先采用现金分红的利润分配方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

4、公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

三、未来三年（2020 年-2022 年）分红回报规划

1、利润分配的方式

公司采用现金、股票、现金股票相结合等法律法规允许的方式分配利润。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、现金分红的具体条件

（1）公司当年度实现盈利，且截至当年末公司累计未分配利润为正值；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司未来十二个月内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外），或在考虑实施前述重大投资计划或重大现金支出以及该年度现金分红的前提下公司正常生产经营的资金需求仍能够得到满足。

上述重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

①公司当年已经实施或未来十二个月内拟对外投资、收购资产、购买设备、归还贷款、债券兑付累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过 5,000 万元；

②公司当年已经实施或未来十二个月内拟对外投资、收购资产、购买设备、归还贷款、债券兑付累计支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

3、利润分配的间隔

在符合利润分配的条件时，公司每年应进行一次年度利润分配，有关法律法

规、规范性文件和《公司章程》另有规定的除外。公司董事会可以根据当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求状况，提议公司进行中期分红。

4、现金分红比例

在满足现金分红具体条件的前提下，公司每年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%。

5、差异化的现金分红政策

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《公司章程》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。

6、股票股利分配条件

在公司经营情况良好，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股利分配之余，提出股票股利分配预案。

四、利润分配方案的决策程序

公司制定利润分配政策时，应当履行公司章程规定的决策程序。董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，制定明确、清晰的股东回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况。

公司利润分配预案由公司管理层结合《公司章程》的规定、盈利情况、资金供给和需求情况拟定后提交公司董事会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红预案，并直接提交董事会审议。

董事会就利润分配预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。董事会审议现金利润分配具体方案时，应当认真研究和论证公司现金利润分配的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。独立董

事应对利润分配预案发表明确的独立意见。

公司不进行现金分红时，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途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。

公司当年盈利但未提出现金利润分配预案的，董事会应在当年的定期报告中说明未进行现金分红的原因以及未用于现金分红的资金留存公司的用途，独立董事应对此发表独立意见。

监事会应对董事会执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

董事会就利润分配方案形成决议后提交股东大会审议。股东大会在审议利润分配方案时，应充分听取中小股东的意见和诉求，为股东提供网络投票的方式。

股东大会在对利润分配政策进行决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和社会公众股股东的意见。股东大会对现金分红具体方案进行审议前，可通过多种渠道（包括但不限于提供网络投票的方式、电话、传真、邮件、公司网站、互动平台、邀请中小股东参会等）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，并及时答复中小股东关心的问题。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

五、利润分配政策的调整

公司应保持利润分配政策的连续性、稳定性。公司可根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见调整利润分配政策。有关利润分配政策调整的议案应详细论证和说明原因，并且经董事会审议，全体董事过半数以上表决通过后提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司应当通过网络投票方式为中小股东参加股东大会提供便利。独立董事应对股利分配政策调整的议案发表明确意见。公司调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

六、股东回报规划的生效机制

本规划未尽事宜，依照相关法律法规、规范性文件及《公司章程》规定执行。本规划由公司董事会负责解释，自公司股东大会审议通过之日起生效。”

第八节 与本次发行相关的董事会声明及承诺事项

一、董事会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

根据公司未来发展规划及行业发展趋势，同时结合公司的资本结构、融资需求以及资本市场发展情况，公司董事会将根据业务情况确定未来十二个月内是否安排其他除本次非公开发行外的股权融资计划。若未来公司根据业务发展需要及资产负债状况安排其他股权融资时，将按照相关法律、法规、规章及规范性文件履行相关审议程序和信息披露义务。

二、关于本次非公开发行股票摊薄即期回报的风险提示及填补回报措施

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）、《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）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》（中国证监会公告[2015]31 号）等文件的要求，公司就本次非公开发行股票事项对即期回报摊薄的影响提出了具体的填补回报措施，相关主体对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺，具体内容如下：

（一）本次非公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响

本次非公开发行完成后，公司总资产、净资产、股本总额均将大幅度提升，募集资金将充实公司资本实力，降低公司财务风险。募集资金投资项目达产后，公司营业收入规模及利润水平也将随之增加，公司综合竞争力得到加强。但由于募集资金投资项目建设周期的存在，短期内募集资金投资项目对公司经营业绩的贡献程度将较小，可能导致公司每股收益和净资产收益率在短期内被摊薄，具体影响测算如下：

1、主要假设和说明

以下假设仅为测算本次非公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，并不代表公司对未来年度经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。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，公司不承担任何赔偿责任。

（1）假设本次非公开发行于 2020 年 11 月底实施完毕。该完成时间仅用于计算本次非公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，最终以经中国证

监会同意注册后实际发行完成时间为准。

（2）假设宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化。

（3）假设本次非公开发行股份数量按照上限计算，为 66,232,200 股；本次非公开发行募集资金总额亦按照上限计算，为 34,227.50 万元。本次测算不考虑发行费用。

（4）未考虑本次发行募集资金到账后，对公司经营、财务状况等的影响。

（5）本次非公开发行股票的数量、募集资金金额、发行时间仅为测算目的假设，最终以中国证监会同意注册的股份数量、发行结果和实际日期为准。

（6）在预测 2020 年末发行后总股本和计算每股收益时，以发行前总股本 220,774,000 股为基础，仅考虑本次非公开发行股票对总股本的影响，不考虑期间可能发生的其他可能产生的股份变动事宜，不考虑未来股权激励行权及限制性股票回购注销对公司股本变化的影响。

（7）在预测公司本次发行后净资产时，不考虑除 2019 年度净利润、本次非公开发行股票募集资金之外的其他因素对净资产的影响。

（8）公司 2019 年度归属于上市公司股东的净利润为 44,900,879.07 元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 39,564,481.23 元。

（9）假设 2020 年实现的归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别按照以下三种情况进行测算：①比 2019 年度增长 20%；②与 2019 年度持平；③比 2019 年度下降 20%。

（10）基本每股收益与加权平均净资产收益率根据《公开发行证券的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）的有关规定进行测算。

2、对公司每股收益及加权平均净资产收益率的具体影响

基于上述情况及假设，公司测算了本次非公开发行对股东即期回报摊薄的影响，具体情况如下：

项目	2019 年度 /2019 年末	2020 年度/2020 年末	
		本次发行前	本次发行后
期末总股本（万股）	22,086.40	22,077.40	28,700.62

本次发行股份数量（万股）	6,623.22		
本次募集资金总额（万元）	34,227.50		
预计本次发行完成的日期	2020 年 11 月		
假设 1：2020 年归属于上市公司股东的净利润较 2019 年增长 20%			
归属于母公司股东的净利润（万元）	4,490.09	5,388.11	5,388.11
期末归属于母公司股东的所有者权益（万元）	33,375.93	38,735.06	72,962.56
基本每股收益（元/股）	0.2049	0.2440	0.2381
稀释每股收益（元/股）	0.2089	0.2440	0.2381
加权平均净资产收益率（%）	15.03%	14.95%	13.85%
假设 2：2020 年归属于上市公司股东的净利润较 2019 年持平			
归属于母公司股东的净利润（万元）	4,490.09	4,490.09	4,490.09
期末归属于母公司股东的所有者权益（万元）	33,375.93	37,837.05	72,064.55
基本每股收益（元/股）	0.2049	0.2034	0.1984
稀释每股收益（元/股）	0.2089	0.2034	0.1984
加权平均净资产收益率（%）	15.03%	12.61%	11.68%
假设 3：2020 年归属于上市公司股东的净利润较 2019 年下降 20%			
归属于母公司股东的净利润（万元）	4,490.09	3,592.07	3,592.07
期末归属于母公司股东的所有者权益（万元）	33,375.93	36,939.03	71,166.53
基本每股收益（元/股）	0.2049	0.1627	0.1587
稀释每股收益（元/股）	0.2089	0.1627	0.1587
加权平均净资产收益率（%）	15.03%	10.22%	9.45%

注 1：本次发行前基本每股收益=当期归属于母公司所有者的净利润/发行前当期加权平均总股本；

注 2：本次发行后基本每股收益=当期归属于母公司所有者的净利润/（发行前当期加权平均总股本+本次新增发行股份数*发行月份次月至年末的月份数/12）；

注 3：本次发行前加权平均净资产收益率=当期归属于母公司所有者的净利润/（期初归属于母公司所有者的净资产+当期归属于母公司所有者的净利润/2）

注 4：本次发行后加权平均净资产收益率=当期归属于母公司所有者的净利润/（期初归属于母公司所有者的净资产+当期归属于母公司所有者的净利润/2+本次募集资金总额*发行月份次月至年末的月份数/12）；

注 5：上述测算过程中，每股收益、加权平均净资产收益率系按照《公开发行证券的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）规定计算。

根据上述测算，在完成本次非公开发行后，预计短期内公司每股收益和加权

平均净资产收益率将会出现一定程度的摊薄。

（二）关于摊薄即期回报的风险提示

本次发行股票募集资金到位后，公司总股本和净资产将会有一定幅度的增加。由于募集资金使用至产生效益需要一定的时间，该期间股东回报主要依靠现有业务实现。在公司总股本和净资产均增加的情况下，若公司业务规模和净利润未能获得相应幅度的增长，每股收益和净资产收益率存在被摊薄的风险。

（三）本次非公开发行股票的必要性和合理性

本次非公开发行股票的必要性和合理性详见本预案“第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析”的相关内容。

（四）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司主营业务为创意家居用品的研发设计、外包生产及销售，主要产品为创意家居用品。本次非公开发行项目主要用于 IP 产品及运营中心项目、大数据营销管理平台建设项目和补充流动资金，均围绕公司主营业务展开。公司通过本次募集资金项目一方面巩固和提高公司品牌运营与销售服务环节，布局 and 扩大 IP 衍生产品与其他创意家居产品的运营规模、设立智能仓库系统加强电商渠道经营能力；另一方面建立企业营销大数据中心，提高公司整体业务的数字化、信息化水平。

2、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

（1）人员储备情况

公司经过多年的自主开发实践和磨练，已培养出一批务实专业的研发人员，成为公司技术创新的骨干力量。研发中心现有专业产品设计人员 68 人，占员工总人数的 21.86%。公司每年都从国内各高校招聘优秀毕业生，作为技术创新的储备人才，公司的研发设计人才为项目的顺利实施提供了有力的人才保障。

（2）技术储备情况

公司始终坚持自主创新、原创设计、研发引领的理念，高度重视研发工作，于 2010 年专门成立了“德艺创意研发中心”，被国家工信部授予“国家级工业设计中心”称号。同时，公司坚持产、学、研相结合的文化产品创新模式，与福州大学厦门工艺美术学院、福建商学院商业美术系建立了全面战略合作关系，在

人才培养、科学研究、技术创新、设计咨询、人员培训等方面开展全方位合作，整合高端文化创意资源。公司在文化创意领域创意设计积累以及持续的研发投入，为项目的顺利实施提供了充分的保障。

（3）市场储备情况

公司自设立之初就注重加强销售渠道的布局和建设，经过多年的培育，公司形成了稳定的海内外销售渠道，销售范围覆盖全球五大洲 100 多个国家。公司凭借其原创设计、可靠的产品质量、丰富的产品系列，与海外大型经销商、商超客户建立了良好和稳定的合作关系。公司所积累的销售渠道和文化创意家居产品推广经验为项目的顺利实施提供了市场保障。

（五）公司采取的填补回报的具体措施

为保证本次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险和提高未来的回报能力，公司拟通过坚持发展战略、加强内控制度、完善分红政策、严格执行募集资金管理制度等措施，从而提升资产质量、增加营业收入、增厚未来收益、实现可持续发展，以填补回报。具体措施如下：

1、加速推进募集资金投资项目投资建设，尽快实现项目预期效益

本次募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务，符合国家产业政策和公司战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募集资金到位前，为尽快实现募集资金投资项目效益，公司将积极调配资源，尽快落实募集资金投资项目的前期准备工作；本次募集资金到位后，公司将加快推进募集资金投资项目建设，统筹合理安排项目的投资建设进度，力争早日实现预期效益，降低本次发行导致的即期回报被摊薄的风险。

2、加强募集资金的管理，保障募集资金合理规范使用

本次募集资金到位后，将存放于董事会指定的募集资金专项账户。公司将严格按照《募集资金管理办法》及相关法律、法规、规章及规范性文件的规定，完善并强化投资决策程序，严格管理募集资金的使用，防范募集资金使用风险。同时，在募集资金使用过程中，公司董事会将根据募集资金用途及募集资金投资项目建设进度合理安排使用募集资金，定期对募集资金使用情况进行全面核查，确保募集资金合理规范使用。

3、不断完善公司治理结构，为公司发展提供制度保障

公司将严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规要求，不断完善公司治理

结构，确保股东能够充分行使权利，董事会能够按照法律、法规、规章、规范性文件及《公司章程》的规定行使职权，独立董事能够尽职履行职责，监事会能够独立有效地行使对董事、高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司持续稳定的发展提供科学、有效的治理结构和制度保障。

4、完善利润分配政策，强化投资者回报机制

公司现行有效的《公司章程》已经建立健全有效的股东回报机制。为切实保护中小股东利益，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）、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等相关法律法规，公司制定了《未来三年股东回报规划（2020 年-2022 年）》，就未来三年股利分配政策、利润分配原则、决策机制和利润分配形式等内容做出明确规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

（六）公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司本次非公开发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

1、公司控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行的相关承诺

公司的控股股东、实际控制人对公司本次非公开发行摊薄即期回报采取填补措施事宜做出以下承诺：

（1）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

（2）切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本承诺，如违反本承诺或拒不履行本承诺给公司或股东造成损失的，同意根据法律、法规及证券监管机构的有关规定承担相应法律责任；

（3）自本承诺出具日至公司本次非公开发行股票实施完毕前，若中国证监会做出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

2、公司董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行做出的承诺

为保证公司填补回报措辞能够得到切实履行，公司董事、高级管理人员做出如下承诺：

（1）本人承诺不以无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也

不采用其他方式损害公司利益；

（2）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

（3）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）未来公司如实施股权激励，本人承诺股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本承诺，如违反本承诺或拒不履行本承诺给公司或股东造成损失的，同意根据法律、法规及证券监管机构的有关规定承担相应法律责任；

（7）自本承诺出具日至公司本次非公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

（以下无正文）

（本页无正文，为《德艺文化创意集团股份有限公司 2020 年非公开发行股票预案》之签章页）

德艺文化创意集团股份有限公司

董事会

2020 年 6 月 23 日