

德艺文化创意集团股份有限公司

2020 年非公开发行股票发行方案的论证分析报告

德艺文化创意集团股份有限公司（以下简称“公司”）为了进一步满足公司业务发展的资金需求，提升公司技术研发能力与创新能力，根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》和《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》的规定，拟定了本次非公开发行股票方案。本次拟非公开发行股票数量不超过 66,232,200 股（含 66,232,200 股），非公开发行股票数量上限未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发行的股票数量为准。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“IP 产品及运营中心项目”、“大数据营销管理平台建设项目”及“补充流动资金”。

一、本次非公开发行的背景及目的

（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
------	------	------

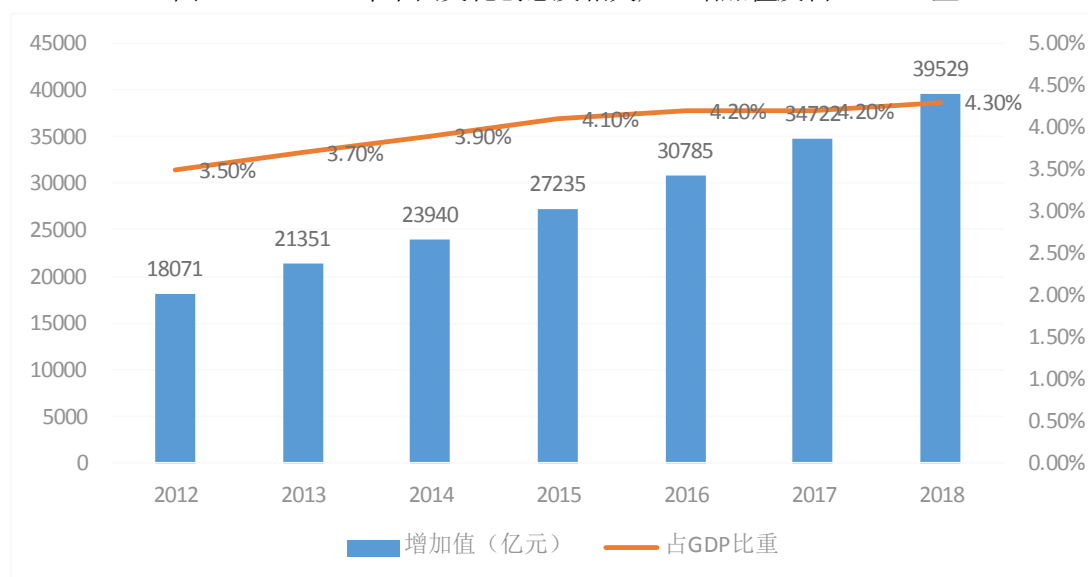
发布时间	文件名称	相关内容
2019年12月	《中华人民共和国文化产业促进法（草案送审稿）》	国家将促进文化产业发展纳入国民经济和社会发展规划，并制定促进文化产业发展的专项规划，发布文化产业发展指导目录，促进文化产业结构调整和布局优化。国家鼓励文化产业与科技及其他国民经济相关产业融合发展，拓展文化产业发展广度和深度，发挥文化产业在国民经济和社会发展中的重要作用。国家积极推动创意设计服务业发展，丰富创意设计文化内涵，促进创意设计产品的交易和成果转化，提升制造业和现代服务业的文化含量和附加值。
2019年11月	《产业结构调整指导目录（2019年本）》	文化创意设计服务、工业设计被列为“对经济社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。

二、本次发行证券及其品种选择的必要性

（一）本次发行证券的品种

本次发行的股票为境内上市人民币普通股(A 股)股票，每股面值为人民币 1 元。

（二）本次发行证券品种选择的必要性

1、本次募投项目主要为资本性支出，需要长期资金支持

本次非公开发行股票募集资金总额不超过 34,227.50 万元（含本数），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、补充流动资金等项目，主要为资本性支出。该等募投项目的实施有利于公司扩大业务规模、增强核心竞

争能力、改善公司的长期资本结构。目前，公司自有资金难以满足项目建设的资金需求，因此公司需要长期资金支持。

2、非公开发行股票符合公司的发展需求

股权融资具有可规划性和可协调性，适合公司长期发展战略并能使公司保持稳定资本结构。通过非公开发行股票募集资金，公司的总资产及净资产规模均相应增加，进一步增强资金实力，增强抵御财务风险的能力，促进公司的稳健经营，为后续发展提供有力保障。同时，随着募投项目的实施，公司盈利水平将进一步提升，经营业绩的增长可消化股本扩张对即期收益摊薄的影响，为公司全体股东带来良好的回报。

三、本次发行对象的选择范围、数量和标准的适当性

（一）本次发行对象的选择范围的适当性

本次非公开发行股票的发行对象为包括吴体芳内的不超过 35 名特定对象。包括具备届时有效法律法规规定认购条件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。最终发行对象由股东大会授权董事会在公司取得中国证监会发行同意注册文件后，按照中国证监会相关规定及本次非公开发行股票预案所规定的条件，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。本次发行对象的选择范围符合《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等法律法规的相关规定，选择范围适当。

（二）本次发行对象的数量适当性

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 名符合相关法律法规规定的特定对象，均以现金认购。

本次发行对象的数量符合《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等法律法规的相关规定，发行对象数量适当。

（三）本次发行对象的标准适当性

本次发行对象应具有一定风险识别能力和风险承担能力，并具备相应的资金实力。

本次发行对象的标准符合《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等法律法规的相关规定，本次发行对象的标准适当。

四、本次发行定价的原则、依据、方法和程序的合理性

（一）本次发行定价的原则及依据

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。

本次发行的最终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同意注册文件后，由公司董事会与保荐机构（主承销商）按照《上市公司非公开发行股票实施细则》等相关规定，根据发行对象申购报价的情况，遵照价格优先等原则确定。

本次非公开发行股票的定价原则在经公司董事会批准同意后，将提交股东大会审议，并需报深圳证券交易所审核批准及中国证监会的同意注册。

本次发行定价的原则和依据符合《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等法律法规的相关规定，本次发行定价的原则和依据合理。

（二）本次发行定价方法和程序

本次非公开发行股票定价方法和程序均根据《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等法律法规的相关规定，召开董事会并将相关公告在交易所网站及指定的信息披露媒体上进行披露，并须经公司股东大会审议通过。

本次发行定价的方法和程序符合《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等法律法规的相关规定，本次发行定价的方法和程序合理。综上所述，本次发行定价的原则、依据、方法和程序的均符合相关法律法规的要求，合规合理。

五、本次发行方式的可行性

公司本次发行方式为非公开发行股票，发行方式的可行性分析如下：

（一）本次发行方式合法合规

1、公司不存在违反《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》第十一条不得向特定对象发行股票的情形：

（1）擅自改变前次募集资金用途未作纠正，或者未经股东大会认可；

（2）最近一年财务报表的编制和披露在重大方面不符合企业会计准则或者相关信息披露规则的规定；最近一年财务会计报告被出具否定意见或者无法表示意见的审计报告；最近一年财务会计报告被出具保留意见的审计报告，且保留意见所涉及事项对上市公司的重大不利影响尚未消除。本次发行涉及重大资产重组的除外；

（3）现任董事、监事和高级管理人员最近三年受到中国证监会行政处罚，或者最近一年受到证券交易所公开谴责；

（4）上市公司及其现任董事、监事和高级管理人员因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查；

（5）控股股东、实际控制人最近三年存在严重损害上市公司利益或者投资者合法权益的重大违法行为；

（6）最近三年存在严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。

2、公司募集资金使用符合《创业板上市公司证券发行注册管理办法(试行)》第十二条的规定：

- (1) 符合国家产业政策和有关环境保护、土地管理等法律、行政法规规定；
- (2) 除金融类企业外，本次募集资金使用不得为持有财务性投资，不得直接或者间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司；
- (3) 募集资金项目实施后，不会与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业新增构成重大不利影响的同业竞争、显失公平的关联交易，或者严重影响公司生产经营的独立性。

3、公司本次创业板非公开发行股票符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》的相关规定：

(1) 上市公司应综合考虑现有货币资金、资产负债结构、经营规模及变动趋势、未来流动资金需求，合理确定募集资金中用于补充流动资金和偿还债务的规模。通过配股、发行优先股或董事会确定发行对象的非公开发行股票方式募集资金的，可以将募集资金全部用于补充流动资金和偿还债务。通过其他方式募集资金的，用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的 30%；对于具有轻资产、高研发投入特点的企业，补充流动资金和偿还债务超过上述比例的，应充分论证其合理性。

(2) 上市公司申请非公开发行业股票的，拟发行的股份数量不得超过本次发行前总股本的 30%。

(3) 上市公司申请增发、配股、非公开发行业股票的，本次发行董事会决议日距离前次募集资金到位日原则上不得少于 18 个月。前次募集资金基本使用完毕或募集资金投向未发生变更且按计划投入的，可不受上述限制，但相应间隔原则上不得少于 6 个月。前次募集资金包括首发、增发、配股、非公开发行业股票。上市公司发行可转债、优先股和创业板小额快速融资，不适用本条规定。

(4) 上市公司申请再融资时，除金融类企业外，原则上最近一期末不得存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形。

4、经自查，公司不属于《关于对失信被执行人实施联合惩戒的合作备忘录》规定的需要惩戒的企业范围，不属于一般失信企业。

综上，公司符合《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等相关法律法规的规定，且不存在不得发行证券的情形，发行方式亦符合相关法律法规的要求，发行方式合法、合规、可行。

（二）本次发行程序合法合规

本次非公开发行 A 股股票相关事项已经德艺文创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。董事会决议以及相关文件均在中国证监会指定信息披露媒体上进行披露，履行了必要的审议程序和信息披露程序，本次非公开发行股票方案尚需深圳证券交易所审核通过并获得中国证监会同意注册的批复。综上所述，本次非公开发行股票的审议程序合法合规，发行方式具有可行性。

六、本次发行方案的公平性、合理性

本次的发行方案考虑了公司目前所处的行业现状、未来发展趋势以及公司的发展战略，经董事会审慎研究，并经表决通过。本次发行方案的实施将有利于公司持续稳定的发展，进一步增强公司资本实力，优化资产负债结构，提升公司的盈利能力和抗风险能力，有利于增加全体股东的权益，符合全体股东利益。

本次非公开发行方案及相关文件在中国证监会指定信息披露网站及指定的信息披露媒体上进行披露，保证了全体股东的知情权。

本次非公开发行将严格遵守中国证监会相关法律法规及《公司章程》的规定，在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司已召开股东大会，在股东大会上，全体股东对公司本次发行方案按照同股同权的方式进行公平的表决。股东大会就发行本次非公开发行相关事项作出决议，已经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，中小投资者表决情况亦单独计票，公司股东通过现场或网络表决的方式行使股东权利。

综上所述，本次发行方案已经过董事会审慎研究，认为该发行方案符合全体股东利益；本次非公开发行方案及相关文件已履行了相关披露程序，保障了股东的知情权，并在股东大会上接受参会股东的公平表决，具备公平性和合理性。

七、本次发行对即期回报摊薄的影响以及填补的具体措施

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发行的股份数量、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）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、规范性文件和《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。

(三) 相关方承诺

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。

八、结论

综上所述，公司本次非公开发行具备必要性与可行性，本次非公开发行方案公平、合理，符合相关法律法规的要求，将有利于进一步提高公司业绩，符合公司发展战略，符合公司及全体股东利益。

德艺文化创意集团股份有限公司

董事会

2020年6月23日