

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

Profit Cultural & Creative Group Co.,Ltd.

（福州市鼓楼区五四路 158 号环球广场 1701 单元）



非公开发行股票募集资金使用 可行性分析报告 （修订稿）

二〇二〇年六月

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、本次发行的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

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

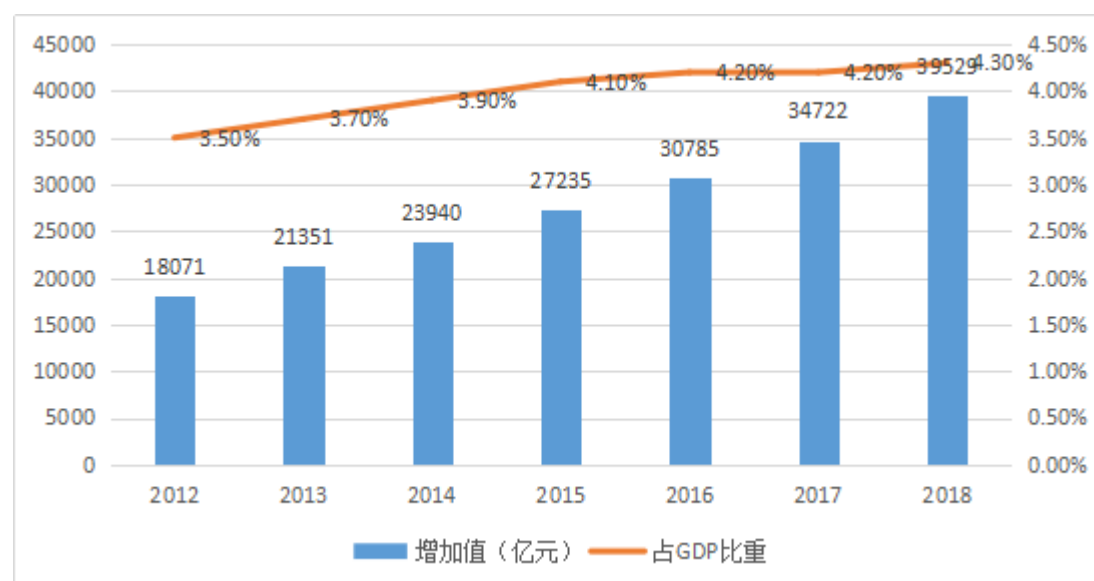
发布时间	文件名称	相关内容
2019 年 8 月	《国务院办公厅关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》（国办发[2019]41 号）	鼓励文创产品开发与经营，拓宽文创产品展示和销售渠道。引导文化企业和旅游企业创新商业模式和营销方式。
2019 年 2 月	《关于培育发展现代化都市圈的指导意见》（发改规划[2019]328 号）	以科技研发、工业设计、金融服务、文化创意、商务会展等为重点发展生产性服务业，推动服务业与制造业深度融合，形成以现代服务经济为主的产业结构，推动中心城市产业高端化发展。
2018 年 12 月	《进一步支持文化企业发展两个规定的通知》	中央财政和地方财政应通过文化产业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。
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文娱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。

四、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，仍实现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。

五、本次非公开发行对公司的影响

（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。

六、募集资金投资项目可行性分析结论

综上所述，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。

德艺文化创意集团股份有限公司

董事会

2020年6月23日