

# 梦天

梦天家居集团股份有限公司

Mengtian Home Group Inc.

(浙江省嘉兴市嘉善县惠民街道长江路 88 号)

## 首次公开发行股票并上市

### 招股说明书

保荐人（主承销商）



**民生证券股份有限公司**  
MINSHENG SECURITIES CO.,LTD.

中国（上海）自由贸易试验区浦明路 8 号

## 发行人声明

发行人及其全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

## 发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	5,536 万股，且本次发行股份数量占发行后公司总股本的 25.01%；本次公开发行的股票全部为新股，不进行老股转让
每股面值	1.00 元
每股发行价格	16.86 元
预计发行日期	2021 年 12 月 2 日
发行后总股本	22,136 万股
拟上市证券交易所	上海证券交易所

### 发行人本次发行前股东对所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺：

#### 1、发行人控股股东梦天控股承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本公司持有发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本公司锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

#### 2、发行人实际控制人余静渊、范小珍承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人发行前直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人直接持有的发行人股份，不由梦天控股、梦家投资或梦悦投资回购本人持有的股权或财产份额。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则

发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本人持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本人在锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

上述锁定期届满后，在担任发行人董事、高级管理人员期间，本人每年转让直接或间接持有股份不超过所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而拒绝履行。

### 3、发行人股东、同时担任董事、高级管理人员的余静滨承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人直接持有的发行人股份，不由梦天控股或梦悦投资回购本人持有的股权或财产份额。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本人持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本人在锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

上述锁定期届满后，在担任发行人董事、高级管理人员期间，本人每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而拒绝履行。

### 4、发行人股东梦悦投资、梦家投资承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本企业发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。



若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本企业持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本企业在锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

**5、梦天控股股东、实际控制人的女儿余晚婧承诺**

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的梦天控股的股权，也不由梦天控股回购该部分股权。

**6、梦悦投资的合伙人、同时担任发行人董事、监事、高级管理人员的徐小平、朱亦群、夏群、李敏丽、范林杰、胡存积、李春芝承诺**

自发行人公开发行股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的梦悦投资的财产份额，也不由梦悦投资回购该部分财产份额。

在上述锁定期届满后，在担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的财产份额不超过所持有财产份额总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的财产份额。

上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而拒绝履行。

保荐人（主承销商）	民生证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2021 年 12 月 1 日

## 重大事项提示

### 一、本次发行的相关重要承诺

#### (一) 股份锁定承诺

##### 1、发行人控股股东梦天控股承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本公司持有发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本公司锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

##### 2、发行人实际控制人余静渊、范小珍承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人发行前直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人直接持有的发行人股份，不由梦天控股、梦家投资或梦悦投资回购本人持有的股权或财产份额。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本人持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本人在锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

上述锁定期届满后，在担任发行人董事、高级管理人员期间，本人每年转让直接或间接持有股份不超过所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，

不转让本人持有的发行人股份。

上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而拒绝履行。

### 3、发行人股东、同时担任董事、高级管理人员的余静滨承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人直接持有的发行人股份，不由梦天控股或梦悦投资回购本人持有的股权或财产份额。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本人持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本人在锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

上述锁定期届满后，在担任发行人董事、高级管理人员期间，本人每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而拒绝履行。

### 4、发行人股东梦悦投资、梦家投资承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本企业发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本企业持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本企业在锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

### 5、梦悦投资合伙人、同时担任发行人董事、监事、高级管理人员的徐小

## **平、朱亦群、夏群、李敏丽、范林杰、胡存积、李春芝承诺**

自发行人公开发行股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的梦悦投资的财产份额，也不由梦悦投资回购该部分财产份额。

在上述锁定期届满后，在担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的财产份额不超过所持有财产份额总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的财产份额。

上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而拒绝履行。

## **6、梦天控股股东、实际控制人的女儿余晚婧承诺**

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的梦天控股的股权，也不由梦天控股回购该部分股权。

## **(二) 关于履行诚信义务的承诺**

### **1、发行人承诺**

若因公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将按发行价格依法回购首次公开发行的全部新股。

若因公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失，并依法承担相关法律责任。

### **2、控股股东梦天控股、实际控制人余静渊及范小珍承诺**

若因公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司/本人将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股。若因公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司/本人将依法赔偿投资者损失，并依法承担相关法律责任。

### **3、发行人的董事、监事及高级管理人员承诺**

若因公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重

大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失，并依法承担相关法律责任。

### （三）关于稳定股价的承诺

2020年5月7日，发行人2020年第一次临时股东大会通过了《关于<公司首次公开发行人民币普通股股票并上市后三年内稳定股价预案>的议案》，同时发行人、控股股东、实际控制人以及董事（独立董事除外）、高级管理人员对稳定股价做出承诺，具体如下：

#### 1、启动稳定股价措施的条件

上市之日起三年内，公司股票一旦出现连续20个交易日收盘价均低于上一年度末经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益/年末股本总额，因利润分配、转增股本、增发、配股等除息、除权行为导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整，下同），且同时满足相关回购或增持公司股份等行为的法律、法规和规范性文件的规定，则启动稳定股价措施。

#### 2、停止稳定股价措施的条件

若出现以下情形之一，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕：

（1）稳定股价的具体措施实施期间或实施前，公司股票连续10个交易日收盘价超过每股净资产的，将停止实施股价稳定措施；（2）继续实施稳定股价措施将导致股权分布不符合上市条件的；（3）各相关主体连续12个月内回购或购买股份数量或金额均已达到上限。

#### 3、稳定股价的具体措施

##### （1）公司回购股份

①公司为稳定股价向社会公众股东回购股份，应符合相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

②公司应在启动条件触发之日起2个交易日内，启动决策程序，经股东大

会决议通过后，依法通知债权人和履行备案程序，公司将采取上海证券交易所集中竞价交易、要约等方式回购股份。回购方案履行完毕后，公司应在 2 个交易日内公告股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记。

③公司股东大会对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东、实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

④公司为稳定股价之目的回购股份，单次用于回购股份的资金不低于上一年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%；单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过上一年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

## **(2) 控股股东、实际控制人增持股份**

①本公司/本人为稳定股价增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

②本公司/本人合计单次用于增持的资金不超过上一年度公司现金分红的 30%，年度用于增持的资金合计不超过上一年度现金分红的 60%。

③本公司/本人合计单次增持不超过公司总股本的 2%。

④本公司/本人应在启动条件触发之日起 2 个交易日内，就增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告；并应在增持公告作出之日起 2 个交易日内开始启动增持方案。增持方案履行完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

## **(3) 董事（独立董事除外）、高级管理人员增持股份**

①本人为稳定股价增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

②本人单次用于增持公司股份的资金不超过上一年度从公司取得现金薪酬



总和的 30%，且年度用于增持股份的资金不超过上一年度领取的现金薪酬总和的 80%。

③本人应在启动条件触发之日起 2 个交易日内，就增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告；并应在增持公告作出之日起 2 个交易日内开始启动增持方案。增持方案履行完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

④公司股票上市后三年内新聘任的董事（独立董事除外）和高级管理人员应当遵守本预案并签署相关承诺。

#### **4、约束措施**

##### **(1) 公司违反承诺的约束措施**

公司在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。

如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

##### **(2) 控股股东、实际控制人违反承诺的约束措施**

本公司/本人在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

如果本公司/本人未履行上述承诺，将在前述事项发生之日起停止在公司处领取股东分红，同时本公司/本人持有的公司股份将不得转让，直至本公司/本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

##### **(3) 公司董事（独立董事除外）、高级管理人员违反承诺的约束措施**

本人在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如未采取上述稳定股价的具



体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

如果本人未采取上述稳定股价的具体措施，则本人将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬和股东分红（如有），同时本人直接或间接持有的公司股份（如有）不得转让，直至本人按上述预案内容的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。

#### **（四）本次发行前持股 5%以上股东的持股及减持意向的承诺**

##### **1、控股股东梦天控股承诺**

（1）本公司拟长期持有发行人股票；

（2）本公司将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后依法减持；

（3）本公司减持股票，应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

（4）本公司减持股票，应当按照法律、法规、上海证券交易所规则和本承诺，真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务；

（5）如果在锁定期满后两年内，本公司拟减持股票的，减持价格不低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整），且每年减持所持有的公司股份数量合计不超过发行人股本总额的 5%。因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本公司所持发行人股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

（6）如果本公司未履行上述减持意向，本公司承诺接受以下约束措施：①将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉；②本公司持有的发行人股份自本公司未履行上述减持意向之日起六个月内不得减持。

##### **2、股东、实际控制人范小珍承诺**

(1) 本人拟长期持有公司股票；

(2) 本人将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后依法减持；

(3) 本人减持发行人股票，应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

(4) 本人减持发行人股票，应当按照法律、法规、上海证券交易所规则和本承诺，真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务；

(5) 如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股票的，减持价格不低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整），且每年减持所持有的发行人股份数量合计不超过发行人股本总额的 5%。因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本人所持发行人股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

(6) 如果本人未履行上述减持意向，本人承诺接受以下约束措施：①将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉；②本公司持有的发行人股份自本公司未履行上述减持意向之日起六个月内不得减持。

### **3、梦悦投资、梦家投资的持股及减持意向**

(1) 本企业拟长期持有发行人股票；

(2) 本企业将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后依法减持；

(3) 本企业减持发行人股票，应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

(4) 本企业减持发行人股票，应当按照法律、法规、上海证券交易所规则

和本承诺，真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务；

(5) 如果在锁定期满后两年内，本企业拟减持股票的，减持价格不低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整），且每年减持所持有的发行人股份数量合计不超过发行人股本总额的 5%。因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本企业所持发行人股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

(6) 如果本企业未履行上述减持意向，本企业承诺接受以下约束措施：①将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因，并向发行人股东和社会公众投资者道歉；②本企业持有的发行人股份自本企业未履行上述减持意向之日起六个月内不得减持。

## **(五) 填补被摊薄即期回报的措施及承诺**

### **1、发行人相关措施及承诺**

本次公开发行完成后，由于公司股本、净资产规模将有所增加，而相关募集资金投资项目的效益短期内难以完全实现，发行当年公司每股收益、净资产收益率可能出现一定程度的下降。为降低本次公开发行股票对公司即期回报摊薄的风险，公司拟通过大力发展主营业务，提高公司整体市场竞争力和盈利能力、加强募集资金管理、提高募集资金的使用效率、完善利润分配等措施，以填补被摊薄即期回报。

#### **(1) 公司现有业务板块运营状况、发展态势，面临的主要风险及改进措施**

##### **①公司现有业务板块运营状况、发展态势**

公司属于家具制造业，主要从事木门、墙板、柜类等定制木质家具的设计、研发、生产和销售，为客户提供家居的整体空间解决方案。

目前，公司的“梦天”品牌拥有较高影响力，同时公司已确立在定制家居行业特别是木门领域内的领导地位，2017—2020 年度，公司在木门生产规模、市场销售量上，连续三年在国内家居行业同类企业中排名前三。

随着我国城镇居民可支配收入持续增长，国家城镇化率不断提高，庞大的

适婚人群以及住宅房地产市场的平稳增长等，上述因素共同推动未来家具行业持续稳定、健康发展。全屋定制能够满足消费者的个性化需求，为客户提供中高端整体家居解决方案，正逐渐成为消费升级的趋势和行业发展方向。

公司拟通过实施本次募集资金投资项目，将信息化与产业化相融合，扩充和提升主营业务，提高品牌知名度，稳步推进“梦天木门”向“梦天木作”水性漆全屋定制的转变，符合家具行业的发展方向。因此，未来公司业务将呈现可持续的发展态势。

## ②公司现有业务板块面临的主要风险及改进措施

### A、宏观经济政策调控的风险

房地产行业历来为我国宏观经济政策密集调控的重地，遵循“房住不炒”的原则，中央及各级地方政府陆续出台了一系列限制房地产过热的调控政策，将持续保障家装行业的长期稳定发展。

近年来，在中央及地方政府全装修成品住宅交付政策的推动下，新建住宅的“全装修”渗透率越来越高，迫使家具制造企业进行销售渠道多元化建设，大力发展大宗工程业务。

虽然，整体家居行业市场并不局限于新建商品住宅的装修，还包括存量新房的一次装修、存量住宅的二次装修等，目前正处于快速发展阶段，但是，如果未来宏观经济政策调控导致经济环境变化，使得我国房地产市场持续低迷，而公司未能采取有效的方法应对，公司业绩将面临下滑的风险。

为应对上述风险，公司将以宏观经济政策变动为导向，积极进行技术改造，发展多品类全屋定制；同时，加强销售渠道建设，实现经销商、家装公司、大宗工程业务等多元化渠道均衡发展，使得公司能最大范围地覆盖下游客户群体。目前，公司拟以实施募集资金项目之年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目为契机，进军精装修工程市场。

### B、市场竞争加剧的风险

公司在木门领域保持较高的行业地位。近年来，通过柜类、墙板等多品类扩展，被工信部评为“智能制造试点示范（全屋家具大规模个性化定制）”项

目单位，公司在整体家居行业中也拥有较高的知名度。

由于整体家居行业市场前景广阔，越来越多的传统家具制造企业通过转型，纷纷涉足该领域。竞争者的骤增导致行业竞争从初始的价格竞争进入到品牌、渠道、设备升级改造、研发、服务、人才、管理等复合竞争层级上来，市场竞争的加剧将导致行业平均利润率下降。

虽然，公司产品销售收入的市场占有率在行业内较为领先，但若市场竞争持续加剧，公司未采取有效方法提高产品附加值，满足消费者需求，届时公司将面临目标客户群体流失、主营业务收入和盈利能力下滑的风险。

为应对上述风险，公司拟利用品牌、研发、产品、营销以及信息化管理等竞争优势，以消费者利益为驱动，通过实施本次募集资金投资项目，开发出更多适销对路产品，持续满足消费者需求，稳固和提升市场占有率。

### C、品牌、产品被仿冒的风险

品牌是消费者选择整体家居产品的重要影响因素。经 30 年的匠心耕耘，“梦天”品牌已被打造成为家居行业的领军品牌之一，并获得“中国驰名商标”、“中国家具行业门类领导品牌”、“中国建材家居消费者信赖品牌”、“中国全屋定制环保健康示范品牌”等殊荣。

但“梦天”品牌及产品也因此成为被假冒的对象，直接损害了公司和消费者的权益。为此，公司将持续通过诉诸法律程序，维护品牌形象及权益。

鉴于国内同行业中大多数企业的资金实力、市场运作以及产品研发创新能力较为薄弱，抄袭、假冒仍会成为少数家具企业的生存之道，因此，维护公司品牌形象和声誉是一项长期艰巨的任务，也将耗费公司大量的人财物力。

未来，公司的品牌及系列风格产品仍然存在被仿冒的风险，届时将对公司的正常经营活动产生不利影响。

为应对上述风险，公司拟采取以下措施加大对知识产权和产品的保护：将研发、设计成果予以知识产权申报，使其被纳入到法律保护范围；有效执行《研发中心保密制度》，与研发技术人员签订《保密协议》、《竞业禁止协



议》，防止技术外泄；一旦发现品牌和产品等被假冒、被侵权，必将运用法律武器坚决打击。

#### D、经销商管理的风险

公司主要面向经销商开展销售业务，截至 2021 年 6 月末，公司共发展了 974 家经销商，1,117 家经销商专卖店遍布于全国 31 个省、自治区和直辖市。报告期内，经销商渠道贡献了公司主营业务收入的 90% 以上。

采用经销商模式，有利于公司借助经销商的资源，完善国内市场网点布局，贴近消费者服务，分散营销网络建设的经营风险，但由于存在经销商数量较多、地域分布广、各地经济发展水平不均等因素，增加了公司的管理难度。

如果，个别经销商未按照合作协议的约定进行产品的销售和服务，甚至发生欺骗消费者的行为，将对“梦天”品牌和市场形象造成损害；此外，如果公司管理及服务水平无法跟上经销商业务发展的速度，则会对部分消费者服务滞后，也将对公司品牌形象和经营业绩造成不利影响。

为应对上述风险，公司拟从以下方面加大对经销商的管理：前期审慎审核经销商的资信情况、业务能力等；经营中，严格执行“先全额收款后下单”的程序；每年根据经销商考评结果进行优胜劣汰，对于恶意欺诈行为将诉诸于法律维权。另外，公司将根据外界环境变动，不断完善现有的经销商管理体系，将管理能力提升至与经销商业务发展相适应的水平。

#### E、保障安全生产和职业健康的风险

公司为保障安全生产与员工职业健康，采取了各项安全防护措施：执行建设项目“三同时”制度、升级改造自动化生产线、增加环保、安全设备投入、加强职工安全教育培训、进行安全隐患排查以及加强职业健康管理，并针对性地增加职业病的防范措施等。

但由于木制品、家具原料以及包材辅料等具有易燃、易爆、多粉尘等特性，同时无法完全避免员工违规操作，安全生产隐患无法得到完全排除，因此，公司仍面临着未能有效保障安全生产和员工职业健康的风险。

为应对上述风险，公司拟不断加强员工安全生产培训，严格检查，消除隐

患，完善和落实各项安全生产措施，加大安全生产设施投入。

#### F、募集资金投资项目实施的风险

公司本次募集资金拟投入年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目、智能化仓储中心建设项目、品牌渠道建设项目、信息化建设项目及补充流动资金，上述项目均为围绕主业进行，同时是相辅相成，互为促进的。通过实施上述项目，公司将缓解主要产品产能结构性不足的矛盾，全面提升品牌渠道建设、智能化仓储配套以及信息化管理水平等，从而增强公司的创新和持续盈利能力。

虽然，公司针对本次募集资金投资项目在技术、人员及市场开拓等方面进行了精心准备，谨慎论证项目效益，但仍不能排除产业政策、市场环境、消费者需求等发生重大不利变化，导致项目新增产能无法及时消化、投入效果不能达到预期等风险，从而导致项目的实施进度和公司的预期收益不能达到或完成。

另外，募集资金投资项目在投产后达产前，或达产后因市场环境发生重大不利变化，公司都将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用，导致公司经营业绩下滑的风险。

为应对上述风险，公司针对可能影响本次募集资金投资项目顺利实施的因素进行充分调研、必要估计、谨慎预测项目效益，并采取有效措施应对，积极化解风险；如未来外界环境因不可预测因素发生剧烈变化，导致募集资金投资项目继续实施不经济时，公司以保障投资者利益为出发点，拟将募集资金投资项目变更投向为更有利于市场的、高效益的主营业务项目。

### **(2) 加快公司募集资金项目建设，提高日常运营效率，提升公司经营业绩的措施**

#### ①加强募集资金管理

本次发行的募集资金到账后，公司董事会将严格遵守发行上市后适用的《募集资金管理制度》的要求，开设募集资金专项账户，确保专款专用，严格控制募集资金使用的各个环节，持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障



募集资金用于指定项目、定期对募集资金进行内部审计、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。

### ②积极实施募集资金投资项目

本次募集资金紧密围绕公司主营业务，符合公司未来发展战略，有利于提高持续盈利能力。公司对募集资金投资项目进行了充分论证，在募集资金到位前，以自筹资金先期投入建设，并提前准备项目实施的各项前期工作，包括人才引进、市场开拓工作，从而加快项目的实施进度，保证经济效益的尽快体现。

### ③提升公司竞争力和盈利水平

公司将致力于巩固和提升核心竞争优势、拓宽市场，努力实现收入水平与盈利能力的双重提升。

### ④加强经营管理和内部控制，提升经营效率

公司将加强内控体系建设，完善并强化经营决策程序，提高资金使用效率，节省各项费用支出，全面有效地控制经营和管理风险，提升经营效率。

### ⑤完善利润分配制度，特别是现金分红政策

公司明确和完善了利润分配的原则和方式，利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例，股票股利的分配条件及比例，完善了利润分配及调整的决策程序和机制，建立了有效的股东回报机制。本次发行完成后，公司将按照法律法规的规定和《章程（草案）》、《公司上市后三年内股东分红回报规划》的约定，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，有效维护和增加对股东的回报。

## **(3) 填补被摊薄即期回报的承诺**

基于上述措施，本公司承诺：公司将积极履行填补被摊薄即期回报的相关措施（以下简称“填补回报措施”），如未能履行，将及时公告未履行的事实和原因；并根据中国证监会、上海证券交易所后续出台的实施细则，持续完善

各项填补回报措施。除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，公司将向全体股东道歉，同时基于全体股东的利益，提出补充承诺或替代承诺，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

## 2、控股股东、实际控制人的相关承诺

公司的控股股东梦天控股、实际控制人余静渊、范小珍分别根据中国证监会的相关规定，为保障公司填补即期回报措施能够得到切实履行，作出如下承诺：

（1）任何情形下，本公司/本人均不得滥用控股股东/实际控制人地位，均不会越权干预公司经营管理活动，不会侵占公司利益；

（2）不得无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益；

（3）本公司/本人将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费；

（4）不得动用公司资产从事与本公司/本人履行职责无关的投资、消费活动；

（5）积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合填补摊薄即期回报的要求；支持公司董事会或薪酬与考核委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与填补回报措施的执行情况相挂钩；

（6）在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（7）本公司/本人承诺全面、完整、及时履行有关填补回报措施的承诺。若本公司/本人违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本公司/本人愿意：  
①在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；②依法承担对公司和/或股东的补偿责任；③无条件接受中国证监会和/或上海证券交易所等证券监

管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本公司/本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

### 3、发行人董事、高级管理人员相关承诺

(1) 不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益；

(2) 本人将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费；

(3) 不会动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

(4) 积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合填补摊薄即期回报的要求；支持公司董事会或薪酬与考核委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与填补回报措施的执行情况相挂钩；

(5) 在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

(6) 本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本人愿意：①在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；②依法承担对公司和/或股东的补偿责任；③无条件接受中国证监会和/或上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

上述填补回报措施不等于对发行人未来利润做出保证。

### (六) 证券服务机构的重要承诺

#### 1、保荐机构承诺

若因本保荐机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本保荐机构将先行赔偿

投资者损失。

## 2、发行人律师承诺

因本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接经济损失的，在该等违法事实经依法认定后，本所将依法赔偿投资者损失。

## 3、发行人会计师承诺

因本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

## 4、坤元评估承诺

如因本机构为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，在该等事项依法认定后，将依法赔偿投资者损失。

## 二、本次发行前滚存利润的分配

截至报告期末，公司未分配利润为 32,842.95 万元，其中归属于母公司股东未分配利润为 23,659.53 万元。

根据公司 2020 年第一次临时股东大会决议，公司本次发行前滚存的未分配利润由本次发行后的新老股东按其持股比例共享。

## 三、本次发行上市后的股利分配政策

根据公司 2020 年第一次临时股东大会通过的《章程（草案）》，公司发行后的利润分配政策主要为：

### （一）利润分配原则

公司股东回报规划的制定需充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见。公司利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，优先采用现金分红的利润分配方式。

## （二）利润分配的形式

公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利，并且在公司具备现金分红条件的情况下，公司应优先采用现金分红进行利润分配。

## （三）利润分配的期间间隔

公司在具备利润分配条件的情况下，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红。

## （四）现金分红的条件和比例

### 1、现金分红条件

该年度无重大投资计划或重大现金支出，公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）及累计未分配利润为正值；审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

上述重大投资计划或重大现金支出指：（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%，且超过 10,000 万元；（2）公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 10%，且超过 10,000 万元。

### 2、现金分红比例

当公司符合现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。

### 3、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。

## **（五）股东分红回报规划**

### **1、规划制定考虑因素**

公司着眼于公司的长远和可持续发展，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，征求和听取股东尤其是中小股东的要求和意愿，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行融资、银行信贷及债权融资环境等因素，平衡股东的短期利益和长期利益的基础上制定股东分红回报规划，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制。

### **2、公司上市后前三年股东分红回报具体规划**

（1）公司可以采取现金方式或者现金与股票相结合的方式分配股利。

（2）公司上市后三年内，除公司有重大资金支出安排外，在公司当年盈利、累计未分配利润为正且满足公司正常生产经营的资金需求情况下，在足额预留盈余公积金以后，每年以现金方式分配的利润原则上不低于当年实现的可分配利润的 10%。具体每个年度的分红比例由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案。

（3）在符合分红条件情况下，公司原则上每年进行一次现金分红。在有条件的情况下，公司董事会可以根据公司的资金状况提议公司进行中期现金分配。

（4）公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并提交股东大会进行表决。公司接受所有股东、独立董事和监事对公司分红的建议和监督。

具体参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”之“一、股利分配”之“（三）发行后的股利分配政策”之相关内容。



## 四、请投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别关注其中的以下风险因素

### （一）与深圳恒大的应收款项到期未能全部兑付的风险

随着公司大宗工程业务的逐步深入，2021年1-9月，公司对深圳恒大的销售收入为4,154.73万元。截至2021年9月末，公司对深圳恒大的相关资产余额为5,118.48万元，其中：应收商业承兑汇票余额（含已背书转让部分）为3,578.94万元，兑付到期日为2022年1月—2022年9月；应收账款余额为1,366.78万元，发出商品余额为172.76万元。

近期，恒大地产出现流动性问题，虽然，公司持有的上述应收款项尚未到期，但为控制风险，公司一度暂停了与恒大地产系统内的相关企业的业务合作，并将其信用政策调整为先预付全款，后安排生产；截至2021年9月末，公司已对深圳恒大的应收账款、应收商业承兑汇票计提了相应的坏账准备。

同时，为维护住房消费者的合法权益，政府及金融机构正协助恒大地产恢复项目建设，保障在建楼盘实现正常交付。

但是，未来，公司仍然存在与深圳恒大的相关应收款项到期无法全部兑付的风险，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

### （二）不可抗力风险

公司所处的外部经济、政治环境发生重大不利变动，或者发生较大规模的自然灾害、传染性疫症等不可抗力突发事件，将会对公司和家具行业的生产经营带来不利影响。

2020年初，我国爆发新冠疫情，多地政府采取了暂时性隔离、交通管制、停工等监管措施予以防控，对家具行业景气程度产生了负面影响，并拖累了公司短期经营业绩。虽然，2020年二季度起，疫情得到有效控制，公司主营业务迅速恢复，但仍使得2020年度公司营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别较上年下降9.00%及8.02%。

若未来国内新冠疫情发生严重反复，或爆发其他传染性疫症等不可抗力事



件，可能导致公司、物流及所处上下游产业链企业或经销商无法正常开展生产经营，从而对公司的经营业绩构成不利影响。

### （三）宏观经济政策调控的风险

房地产行业历来为我国宏观经济政策密集调控的重地，遵循“房住不炒”的原则，中央及各级地方政府陆续出台了一系列限制房地产过热的调控政策，将持续保障家装行业的长期稳定发展。

近年来，在中央及地方政府全装修成品住宅交付政策的推动下，新建住宅的“全装修”渗透率越来越高，迫使家具制造企业进行销售渠道多元化建设，大力发展大宗工程业务。

虽然，整体家居行业市场并不局限于新建商品住宅的装修，还包括存量新房的一次装修、存量住宅的二次装修等，目前正处于快速发展阶段，但是，如果未来宏观经济政策调控导致经济环境变化，使得我国房地产市场持续低迷，而公司未能采取有效的方法应对，公司业绩将面临下滑的风险。

### （四）市场竞争加剧的风险

公司在木门领域保持较高的行业地位；近年来，通过柜类、墙板等多品类扩展，被工信部评为“智能制造试点示范（全屋家具大规模个性化定制）”项目单位，公司在整体家居行业中也拥有较高的知名度。

由于整体家居行业市场前景广阔，越来越多的传统家具制造企业通过转型，纷纷涉足该领域。竞争者的骤增导致行业竞争从初始的价格竞争进入到品牌、渠道、设备升级改造、研发、服务、人才、管理等复合竞争层级上来，市场竞争的加剧将导致行业平均利润率下降。

虽然，公司产品销售收入的市场占有率在行业内较为领先，但若市场竞争持续加剧，公司未采取有效方法提高产品附加值，满足消费者需求，届时公司将面临目标客户群体流失、主营业务收入和盈利能力下滑的风险。

### （五）品牌、产品被仿冒的风险

品牌是消费者选择整体家居产品的重要影响因素。经 30 年的匠心耕耘，

“梦天”品牌已被打造成为家居行业的领军品牌之一，并获得“中国驰名商标”、“中国家具行业门类领导品牌”、“中国建材家居消费者信赖品牌”、“中国全屋定制环保健康示范品牌”等殊荣。

但“梦天”品牌及产品也因此成为被假冒的对象，直接损害了公司和消费者权益。为此，公司将持续通过诉诸法律程序，来维护品牌形象及权益。

鉴于国内同行业中大多数企业的资金实力、市场运作以及产品研发创新能力较为薄弱，抄袭、假冒仍会成为少数家具企业的生存之道，因此，维护公司品牌形象和声誉是一项长期艰巨的任务，也将耗费公司大量的人财物力。

未来，公司的品牌及系列风格产品仍然存在被仿冒的风险，届时将对公司的正常经营活动产生不利影响。

#### **（六）经销商管理的风险**

公司主要面向经销商开展销售业务，截至 2021 年 6 月末，公司共发展经销商 974 家，1,117 家经销商专卖店遍布于全国 31 个省、自治区和直辖市。报告期内，经销商渠道贡献了公司主营业务收入的 90% 以上。

采用经销商模式，有利于公司借助经销商的资源，完善国内市场网点布局，贴近消费者服务，分散营销网络建设的经营风险，但由于存在经销商数量较多、地域分布广、各地经济发展水平不均等因素，增加了公司的管理难度。

如果，个别经销商未按照合作协议的约定进行产品的销售和服务，甚至发生欺骗消费者的行为，将对“梦天”品牌和市场形象造成损害；此外，如果公司管理及服务水平无法跟上经销商业务发展的速度，会对部分终端消费者服务滞后，也将对公司品牌形象和经营业绩造成不利影响。

#### **（七）保障安全生产和职业健康的风险**

公司为保障安全生产与员工职业健康，采取了各项安全防护措施：执行建设项目“三同时”制度、升级改造自动化生产线、增加环保、安全设备投入、加强职工安全教育培训、进行安全隐患排查以及加强职业健康管理，并针对性地增加职业病的防范措施等。

但由于木制品、家具原料以及包材辅料等具有易燃、易爆、多粉尘等特性，同时无法完全避免员工违规操作，安全生产隐患无法得到完全排除，因此，公司仍面临着未能有效保障安全生产和员工职业健康的风险。

#### **(八) 募集资金投资项目实施的风险**

公司本次募集资金拟投入年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目、智能化仓储中心建设项目、品牌渠道建设项目、信息化建设项目及补充流动资金，上述项目均为围绕主业进行，同时是相辅相成，互为促进的。通过实施上述项目，公司将缓解主要产品产能结构性不足的矛盾，全面提升品牌渠道建设、智能化仓储配套以及信息化管理水平等，从而增强公司的创新和持续盈利能力。

虽然，公司针对本次募集资金投资项目在技术、人员及市场开拓等方面进行了精心准备，谨慎论证项目效益，但仍不能排除产业政策、市场环境、消费者需求等发生重大不利变化，导致项目新增产能无法及时消化、投入效果不能达到预期等风险，从而导致项目的实施进度和公司的预期收益不能达到或完成。

另外，募集资金投资项目在投产后达产前，或达产后因市场环境发生重大不利变化，公司都将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用，导致公司经营业绩下滑的风险。

### **五、提请投资者关注财务报告审计截止日后公司主要财务信息及经营情况**

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司所处行业未发生重大不利变化，公司经营状况良好，在产业政策、税收政策、业务模式、主要产品及原材料的价格、主要客户及供应商的构成以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大不利变化。

#### **(一) 2021 年 1-9 月公司经营业绩情况**

随着国内疫情得到有效控制，家装消费需求迅速释放，并得益于公司全屋

定制战略的深化，2021 年第三季度，公司通过丰富切合消费主体需求的产品系列，经营业绩有所增长。根据发行人会计师出具的《审阅报告》（天健审[2021]9916 号），2021 年三季度，公司分别实现营业收入 42,348.63 万元、净利润 5,184.23 万元、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 5,114.94 万元，同比分别增长 20.48%、9.75% 及 11.40%。

2021 年 1-9 月，公司实现营业收入 96,186.31 万元、净利润 10,545.59 万元、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 10,361.88 万元，同比分别增长 32.77%、62.01% 及 65.46%。

## （二）2021 年度业绩预计情况

基于宏观经营环境保持稳定，同时四季度为定制家居行业的传统旺季，公司在 2021 年 1-9 月《审阅报告》的基础上，并结合在手订单等情况，预计 2021 年度公司经营业绩如下：

单位：万元

项目	2021 年度（预计）	变动幅度	2020 年度
营业收入	138,304.80—152,863.20	12.74%—24.61%	122,675.45
净利润	17,018.93—18,832.53	-0.33%—10.29%	17,075.45
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	16,526.09—18,339.69	1.79%—12.96%	16,234.85

经预计：2021 年度，公司营业收入、净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润总体均较上年总体实现增长。

# 目录

发行人声明	1
发行概况	2
重大事项提示	5
一、本次发行的相关重要承诺	5
二、本次发行前滚存利润的分配	21
三、本次发行上市后的股利分配政策	21
四、请投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别关注其中的以下风险因素	24
五、提请投资者关注财务报告审计截止日后公司主要财务信息及经营情况	27
目录	29
第一节 释义	33
第二节 概览	36
一、发行人概况	36
二、发行人的主要财务数据	38
三、发行人控股股东与实际控制人简介	39
四、本次发行情况	40
第三节 本次发行概况	42
一、本次发行的基本情况	42
二、本次发行有关当事人	42
三、与本次发行上市有关的重要日期	45
第四节 风险因素	46
一、深圳恒大材料设备有限公司商业承兑汇票兑付的风险	46
二、不可抗力风险	46
三、宏观经济政策调控的风险	47
四、市场风险	47
五、经营风险	48
六、内部控制的风险	49
七、财务风险	50
八、本次募集资金投资项目实施的风险	51
九、实际控制人控制不当的风险	52
第五节 发行人基本情况	53
一、发行人基本情况	53
二、发行人的历史沿革及改制重组情况	53
三、发行人股本的形成及变化情况	55

四、发行人设立时及以后的验资报告	64
五、发行人的重大资产重组情况	66
六、发行人组织结构图	67
七、发行人控股子公司、参股公司的情况	70
八、发起人、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	71
九、发行人有关股本的情况	80
十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况	89
十一、发行人员工及其社会保障情况	90
十二、持有 5% 以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况	96
<b>第六节 业务与技术</b>	<b>98</b>
一、公司的主营业务、主要产品及其设立以来的变化情况	98
二、公司所处行业基本情况	99
三、公司所在行业主要特点	108
四、发行人所处行业的技术及装备水平	110
五、发行人行业竞争地位分析	111
六、发行人的主营业务	122
七、发行人的主要固定资产	167
八、发行人的主要无形资产	169
九、发行人拥有的特许经营权	193
十、发行人拥有的资质、许可、备案	193
十一、发行人主要产品生产技术所处阶段、研发经费的投入	194
十二、发行人保持技术不断创新的机制和进一步开发的能力	198
十三、发行人的境外经营情况	201
十四、环境保护、安全生产执行情况	202
十五、发行人的质量控制情况	208
<b>第七节 同业竞争与关联交易</b>	<b>213</b>
一、发行人在资产、人员、财务、机构和业务方面的独立性	213
二、同业竞争	214
三、关联方及关联关系	215
四、关联交易	219
<b>第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员</b>	<b>228</b>
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况	228
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属的持股情况	233
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况	235
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在公司领取薪酬情况	244
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况	244
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系	246
七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及其作出的重要承诺	246
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况	247
九、董事、监事、高级管理人员变动情况	247

<b>第九节 公司治理</b>	<b>249</b>
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况	249
二、董事会专门委员会的设置情况	253
三、发行人报告期内资金占用和对外担保情况	253
四、发行人报告期内违法违规情况	254
五、发行人内部控制制度的情况	254
<b>第十节 财务会计信息</b>	<b>257</b>
一、财务报表	257
二、审计意见	280
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况	281
四、公司采用的重要会计政策和会计估计	282
五、公司的主要税种、税率及税收优惠	309
六、分部报告信息	310
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	311
八、报告期末主要财产状况	312
九、报告期末主要负债情况	313
十、所有者权益变动表	314
十一、现金流量表主要数据	315
十二、财务报表附注中的或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项	316
十三、财务指标	316
十四、发行人设立时及报告期内发行人资产评估情况	319
十五、发行人历次验资情况	321
<b>第十一节 管理层讨论与分析</b>	<b>322</b>
一、财务状况分析	322
二、盈利能力分析	349
三、现金流量分析	434
四、资本性支出	437
五、重大或有事项和期后事项	437
六、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析	438
七、公司面临的财务困难	438
八、发行人未来股东分红回报分析	439
九、首次公开发行股票事项对即期回报摊薄的影响分析	439
十、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况	441
十一、新冠疫情对发行人经营业绩的影响	446
<b>第十二节 业务发展目标</b>	<b>451</b>
一、发行人本次发行当年及未来两年的业务发展计划	451
二、上述业务发展计划与现有业务的关系	453
三、本次募集资金运用对实现上述发展目标的作用	453
<b>第十三节 募集资金运用</b>	<b>455</b>
一、本次发行募集资金用途及依据	455



二、募集资金建设项目内容-----	461
三、补充流动资金项目-----	485
四、募集资金运用对生产经营及财务状况的影响-----	486
<b>第十四节 股利分配政策-----</b>	<b>488</b>
一、股利分配-----	488
二、本次发行完成前滚存利润的分配安排-----	494
<b>第十五节 其他重要事项-----</b>	<b>495</b>
一、有关信息披露和投资者关系的联系方式-----	495
二、重大合同-----	495
三、对外担保情况-----	498
四、重大诉讼和仲裁事项-----	498
<b>第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明-----</b>	<b>500</b>
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明-----	500
保荐机构（主承销商）声明-----	500
保荐机构（主承销商）总经理声明-----	502
保荐机构（主承销商）董事长声明-----	503
发行人律师声明-----	504
发行人审计机构声明-----	505
发行人验资机构声明-----	506
发行人验资机构声明-----	508
发行人评估机构声明-----	510
<b>第十七节 备查文件-----</b>	<b>511</b>
一、备查文件-----	511
二、文件查阅地址-----	511

## 第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

一、普通术语		
发行人、公司、本公司、梦天股份、梦天家居	指	梦天家居集团股份有限公司
梦天有限	指	梦天木门集团有限公司（发行人前身）
华悦木业	指	浙江华悦木业有限公司（发行人前身，后更名为梦天木门集团有限公司）
华悦集团	指	华悦集团有限公司 China Joyce Holdings Limited（华悦木业原股东，后更名为香港梦天集团有限公司）
香港梦天	指	香港梦天集团有限公司 Hong Kong Mengtian Holdings Limited（华悦木业、梦天有限原股东，现为发行人关联方）
梦业木业	指	嘉兴梦业木业有限公司（过往关联方，被华悦木业吸收合并后注销）
梦天装饰	指	浙江梦天装饰工程有限公司（发行人全资子公司）
上海木极	指	上海木极品牌管理有限公司（发行人全资子公司）
梦天销售	指	浙江梦天木门销售有限公司（发行人全资子公司）
易家易居	指	杭州易家易居电子商务有限公司（发行人全资子公司）
庆元梦天	指	梦天家居集团（庆元）有限公司（发行人全资子公司）
莫特门控	指	杭州莫特门控科技有限公司（发行人控股子公司）
梦天有限浙江分公司	指	梦天木门集团有限公司浙江分公司（发行人分公司，已注销）
莫特家居	指	浙江莫特木质集成家居服务有限公司（发行人全资子公司，已注销）
梦天控股	指	浙江梦天控股有限公司（发行人控股股东）
梦悦投资	指	嘉兴梦悦投资管理合伙企业（有限合伙）（发行人股东）
梦家投资	指	嘉兴梦家投资管理合伙企业（有限合伙）（发行人股东）
浙江梦天	指	浙江梦天木业有限公司（过往关联方，已注销）
双兔投资	指	庆元双兔投资有限公司（发行人关联方）
晴朗贸易	指	庆元县晴朗贸易有限公司（发行人关联方）
庆元泰隆银行	指	浙江庆元泰隆村镇银行股份有限公司（庆元梦天的参股公司）
上海梦天	指	上海梦天木业有限公司（过往关联方，已注销）
美国莫特	指	Mooto USA Wooden Products Inc.（过往关联方，已注销）
金螳螂	指	金螳螂供应链管理（苏州）有限公司（发行人客户，与同一控制企业嘉善金螳螂家电子商务有限公司、福州金螳螂家电子商务有限公司、如东金螳螂家电子商务

		有限公司、烟台金螳螂家电子商务有限公司合并计算)
云家通	指	云家通商贸有限公司[发行人客户,与云家通(苏州)电子商务有限公司合并计算(2019年10月起,云家通苏州与云家通商贸有限公司不属于同一控制)]
云家通商贸	指	云家通商贸有限公司(发行人客户)
云家通苏州	指	云家通(苏州)电子商务有限公司(发行人客户)
爱蜂巢	指	爱蜂巢(苏州)电子商务有限公司(2015年9月起云家通商贸有限公司的控股股东)
北京星淼	指	北京星淼木业有限公司(发行人客户)
现代筑美	指	肇庆市现代筑美家居有限公司(发行人客户)
泰和华宇	指	山东泰和华宇房地产集团有限公司(发行人客户)
润鹏木业	指	嘉兴润鹏木业有限公司(发行人供应商)
金辉木业	指	浙江金辉木业有限公司(发行人供应商,与同一控制企业浙江金鸿木业有限公司合并计算)
吉安木业	指	浙江吉安木业有限公司(发行人供应商,与同一控制企业浙江吉丽木业有限公司合并计算)
新世纪木业	指	江山新世纪木业有限公司(发行人供应商)
晶晶贸易	指	杭州晶晶贸易有限公司(发行人供应商)
立邦长润发	指	上海立邦长润发涂料有限公司(发行人供应商,与同一控制企业淄博佳德宝曼新材料科技有限公司、立邦长润发科技(成都)有限公司合并计算)
漆宝化学品	指	张家港保税区漆宝化学品国际贸易有限公司(发行人供应商)
豪升木业	指	嘉善豪升木业有限责任公司(发行人供应商)
上海颁夏	指	上海颁夏企业管理合伙企业(有限合伙)(实际控制人余静渊参股的企业)
苏州新居	指	苏州工业园区新居创业投资企业(有限合伙)(实际控制人范小珍参股的企业)
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
新冠疫情、疫情	指	新型冠状病毒肺炎疫情
本次发行、本次公开发行	指	发行人本次拟向社会公众公开发行不超过5,536万股人民币普通股的行为
上交所、证券交易所	指	上海证券交易所
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
民生证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	民生证券股份有限公司
发行人律师	指	北京德恒律师事务所
天健事务所、发行人会计师	指	天健会计师事务所(特殊普通合伙)
坤元评估	指	坤元资产评估有限公司
报告期、报告期内、近三年及一期	指	2018年度、2019年度、2020年度及2021年1-6月
报告期内各期末	指	2018年12月31日、2019年12月31日、2020年12月31日及2021年6月30日
报告期末	指	2021年6月30日

二、专业术语		
整体家居、全屋定制	指	结合消费者个性化需求，对木门、衣柜、墙板、吊顶、厨柜、浴室洁具、五金配饰等家居产品进行统筹配置与合理安排，以达到居室空间结构、色彩、功能协调统一的家居产品组合
定制家具	指	结合居室环境与消费者个性化需求，就家具、木门的材质、造型、尺寸、颜色、配饰等进行个性化搭配与设计的定制化家具产品
水性漆	指	以水作为稀释剂的新型环保涂料，具有环境友好、漆膜丰满、晶莹透亮、柔韧性好、耐水、耐老化等优点，同时存在硬度差、施工难度高等特点，本招股说明书仅指水性木器漆
圆棒结构组拼门/榫卯结构组拼门	指	采用边梃、横梃、芯板、造型线条各模块化部件组拼，且部件以榫卯结构拼装并采用圆棒定位加固连接而成的门扇，其结构稳定，自动化加工效率高
套装门、实木复合门、木质复合门	指	一般指以实木或木材作为主材，外压中密度板作为平衡层，以木皮作为饰面，经过高温热压后制成的木门
白漆材产品	指	以非透明的实色漆进行涂装处理的产品
科技系列产品	指	以科技木皮为饰面材料的产品
开放系列产品	指	通过特定涂装工艺，使得该系列产品具有涂装效果纹理清晰，保留了天然的木质毛孔结构，兼具亚光质感等特征
余料回用	指	公司将集成材、多层板裁切后的余料，进行挑选、整理，将可再加工余料复合成板材，并运用于部分平板类产品生产用材的方式。
水性漆回收利用	指	借助专用或辅助的回收装置，通过刮取、回流等方式收集水性漆，经过滤、沉降等处理后，重新将水性漆循环运用于涂装作业的方式
全自动数控板材开料锯	指	一种数控板材锯切加工设备，配套豪迈优化软件，通过导入工件请单、板材尺寸及型号等信息，实现对同一批次的多种产品板材，进行统一规划排板、裁切方案，以提高开料效率及板材的利用率。一般适用于平板类产品板材及木皮开料。
往复机	指	一种在密闭空间内进行自动化喷涂的设备，有往复式运动的喷枪（角度可调）、喷涂压力装置、抽风系统、皮带传输系统等构成；同时配备刮刀及不锈钢槽等回收装置，便于刮取、回流水性漆进行回收利用。
喷涂	指	通过喷枪雾化器，借助于压力或离心力，将水性漆分散成均匀而微细的雾滴，施涂于工件表面的涂装方法。特点：适合立体及多面喷涂，但易喷溅，回收利用率低于淋涂、辊涂。
淋涂	指	通过喷嘴从上方，呈帘幕状，淋在由传送装置带动的工件上的涂装方式。特点：适合单面（线条为多面）涂装，带水性漆回收装置，循环利用水性漆。
辊涂	指	公司以镭射转辊作为涂料的载体，借助于转辊在转动过程中与被涂物表面接触，将涂料均匀涂敷其表面的涂装方法。特点：适合平面类产品单面涂装，带回收装置，循环利用水性漆。
平板门	指	采用模块化设计，门扇框架使用实木料，并增设龙骨结构，内部由多孔刨花板等填充料，面板使用中纤板或胶合板等，表面贴木皮或贴纸后经低温热压后制成的木门
柔性化制造	指	由统一的信息控制系统、物料储运系统和数字控制加工设备组成，能适应加工对象变换的自动化机械制造
MES	指	面向制造企业车间执行层的生产信息化管理系统
PMC	指	Product Material Control 的缩写，意思为生产及物料控制

特别说明：敬请注意，本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和可能在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入造成。

## 第二节 概览

**发行人声明：本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。**

### 一、发行人概况

#### (一) 发行人概况

中文名称	梦天家居集团股份有限公司
英文名称	Mengtian Home Group Inc.
注册资本及实收资本	16,600 万元
法定代表人	余静渊
统一社会信用代码	913304217530017530
有限公司成立日期	2003 年 9 月 22 日
股份公司整体变更日期	2018 年 12 月 18 日
住所	浙江省嘉兴市嘉善县惠民街道长江路 88 号
经营范围	防火门、防盗门、木门、门套、地板、家俱及其他木竹制品的生产、加工、销售、安装及售后服务；建设工程项目管理；工程勘察设计；销售（含网上销售）：建筑材料、机械设备、五金制品、专用设备、日用杂货、工艺品（不含文物）、针纺织品、文化用品、化工产品（不含危险化学品）、服装、服饰、计算机软件及辅助设备；货物进出口、代理进出口、技术进出口；电脑图文设计、制作；室内外装潢设计、施工。（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）

## （二）主营业务情况

发行人主要从事木门、柜类、墙板等定制家具的设计、研发、生产和销售，为消费者提供家居的整体空间解决方案。

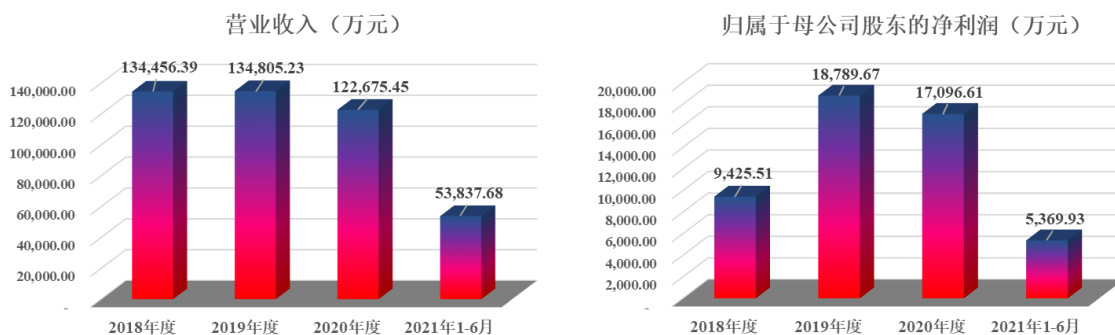
自设立以来，发行人以“梦天”品牌建设为核心，实现了稳步发展。“梦天”商标被认定为“中国驰名商标”、“中国家具行业门类领导品牌”、“中国全屋定制环保健康示范品牌”以及“中国高定 TOP10 品牌”等。2017—2020 年度，公司在木门市场销售规模上，在国内家居行业同类企业中排名前三。同时，发行人为全国工商联家具装饰业商会门业专业委员会执行会长单位、中国木材与木制品流通协会及中国室内装饰协会副会长单位、国家幕墙、木门窗标准化技术委员会中的木门生产企业委员。另外，发行人被工信部认定为“智能制造试点示范（全屋家具大规模个性化定制）”项目单位，在规模化全屋定制方面处于行业领先地位。

## （三）设立情况

2018 年 12 月 18 日，发行人经嘉兴市市场监督管理局核准，由梦天有限以整体变更方式设立为股份有限公司，全体出资人梦天控股、梦家投资、范小珍、梦悦投资、余静滨以经审计的净资产 25,351.92 万元折股，折成 16,600 万股，每股面值 1 元，股本为 16,600 万元，股本溢价 8,751.92 万元计入资本公积。

## （四）经营业绩

报告期内，发行人经营业绩良好，营业收入及归属于母公司股东的净利润如下图所示：





## 二、发行人的主要财务数据

经发行人会计师“天健审[2021]9478号”《审计报告》审计，发行人的主要财务数据及主要财务指标如下：

### （一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产	45,603.71	58,565.34	36,959.12	41,548.82
非流动资产	71,600.19	73,903.45	74,818.40	67,712.33
<b>资产合计</b>	<b>117,203.90</b>	<b>132,468.78</b>	<b>111,777.53</b>	<b>109,261.15</b>
流动负债	54,979.72	71,698.77	64,772.97	81,833.41
非流动负债	1,012.80	770.00	760.00	-
<b>负债合计</b>	<b>55,992.52</b>	<b>72,468.77</b>	<b>65,532.97</b>	<b>81,833.41</b>
归属于母公司股东权益	61,215.38	59,995.45	46,218.84	27,429.17
<b>股东权益合计</b>	<b>61,211.37</b>	<b>60,000.01</b>	<b>46,244.56</b>	<b>27,427.74</b>

### （二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	53,837.68	122,675.45	134,805.23	134,456.39
营业利润	6,209.13	18,943.85	21,648.95	10,473.96
利润总额	6,191.89	18,816.20	21,584.09	10,474.65
净利润	5,361.36	17,075.45	18,756.82	9,424.08
归属于母公司股东的净利润	5,369.93	17,096.61	18,789.67	9,425.51
归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	5,246.94	16,234.85	17,649.70	7,969.74
归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低计）	5,246.94	16,234.85	17,649.70	7,969.74

### （三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
经营活动产生的现金流量净额	-1,829.74	29,586.70	22,603.50	11,644.73
投资活动产生的现金流量净额	3,078.44	-14,833.56	-15,103.36	-5,155.02

筹资活动产生的现金流量净额	-9,152.88	-3,883.66	-4,904.79	4,562.70
现金及现金等价物净增加额	-7,904.19	10,869.47	2,595.35	11,053.07
期末现金及现金等价物余额	24,514.61	32,418.80	21,549.32	18,953.98

#### (四) 主要财务指标

财务指标	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1、流动比率（倍）	0.83	0.82	0.57	0.51
2、速动比率（倍）	0.56	0.66	0.42	0.34
3、资产负债率（母公司）（%）	48.93	55.30	58.20	74.23
4、归属于母公司股东的每股净资产（元）	3.69	3.61	2.79	1.65
5、无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例（%）	3.70	3.80	5.40	3.83
财务指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1、应收账款周转率（次/年）	55.16	62.79	66.85	57.40
2、存货周转率（次/年）	5.96	9.06	8.78	7.93
3、息税折旧摊销前利润（万元）	10,363.60	26,827.35	28,759.62	15,920.19
4、利息保障倍数（倍）	2,686.64	117.69	50.10	24.54
5、每股经营活动产生的现金流量（元）	-0.11	1.78	1.36	0.70
6、每股净现金流量（元）	-0.48	0.65	0.16	0.67
7、基本每股收益（以扣除非经常性损益前后孰低计）（元/股）	0.32	0.98	1.06	0.48
8、加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后孰低计）（%）	8.76	30.89	47.93	35.67

### 三、发行人控股股东与实际控制人简介

#### (一) 控股股东

发行人的控股股东为梦天控股，持有发行人本次发行前 75% 的股份。

梦天控股于 2016 年 8 月在杭州市江干区市场监督管理局注册成立，注册资本为 12,000 万元，住所为浙江省杭州市江干区钱江国际时代广场 1 幢 708 室，法定代表人为余静渊，经营范围：实业投资；服务：股权投资，受托企业资产管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），投资咨询（除证券、期货），财务咨询（不得从事代理记

账)，企业管理咨询，其他无须审批的一切合同项目。（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）

## （二）实际控制人

公司的实际控制人为余静渊、范小珍夫妇，近三年来未发生变化。

余静渊、范小珍夫妇为公司的创始人，余静渊通过梦天控股控制公司 75% 的表决权，范小珍直接持有公司 8% 的股份，同时余静渊、范小珍通过梦家投资、梦悦投资分别控制公司 10%、5% 的表决权。因此，余静渊、范小珍夫妇直接和间接拥有公司 98% 的表决权。

余静渊先生：1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，现任公司董事长、总经理、梦天控股执行董事以及梦家投资、梦悦投资执行事务合伙人。

范小珍女士：1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，现任公司董事以及梦天控股监事。

## 四、本次发行情况

### （一）本次发行情况

以本次公开发行 5,536 万股股份计，本次发行前后，发行人股东的持股情况如下：

项目	股东	发行前		发行后	
		持股数 (万股)	持股比例 (%)	持股数 (万股)	持股比例 (%)
有限售条件的股份	梦天控股	12,450.0000	75.0000	12,450.0000	56.2432
	梦家投资	1,660.0000	10.0000	1,660.0000	7.4991
	范小珍	1,328.0000	8.0000	1,328.0000	5.9993
	梦悦投资	830.0000	5.0000	830.0000	3.7495
	余静滨	332.0000	2.0000	332.0000	1.4998
拟发行社会公众股		—	—	5,536.0000	25.0090
合计		<b>16,600.0000</b>	<b>100.0000</b>	<b>22,136.0000</b>	<b>100.0000</b>

### （二）募集资金主要用途

发行人本次公开发行股票，实际募集资金扣除发行费用后，根据轻重缓急顺序拟投入下列项目：

单位：万元

项目名称	项目总投资额	拟以募集资金投入额	项目备案	环评备案
年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目	45,300.00	38,903.00	《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》（项目代码：2020-330421-21-03-103573）	《嘉善县经济技术开发区“规划环评+环境标准”改革建设项目环保备案通知书》（编号：登记表备[2020]017号）
智能化仓储中心建设项目	14,500.00	12,452.00	《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》（项目代码：2020-330421-21-03-103574）	《环境影响登记表》（备案号：202033042100000058）
品牌渠道建设项目	35,000.00	21,470.00	-	-
信息化建设项目	6,300.00	5,410.00	《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》（项目代码：2020-330421-21-03-109504）	-
补充流动资金	6,900.00	5,928.14	-	-
<b>合计</b>	<b>108,000.00</b>	<b>84,163.14</b>	-	-

本次发行募集资金到位前，发行人将根据实际生产经营需要，以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。如实际募集资金不足以满足上述拟投资项目的资金需求，资金缺口部分由发行人自筹解决。详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

## 第三节 本次发行概况

### 一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
发行股数	5,536万股，且本次发行股份数量占发行后公司总股本的25.01%；本次公开发行的股票全部为新股，不进行老股转让
发行价格	16.86元/股
市盈率	22.99倍（每股收益按照2020年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	3.61元（按照2020年12月31日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	6.51元（按照2020年12月31日经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）
市净率	2.59倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和在中国证券登记结算有限公司开设A股账户的自然人、法人、其他机构投资者或中国证监会规定的其他对象（国家法律、法规和规范性文件禁止者除外）
承销方式	余额包销
募集资金总额	93,336.96万元
募集资金净额	84,163.14万元
发行费用概算	发行费用合计：9,173.82万元 其中 保荐及承销费用：5,786.89万元 律师费用：632.08万元 审计及验资费用：2,160.00万元 用于本次发行的信息披露费用：552.92万元 发行手续费用：41.93万元 上述发行费用均为不含增值税金额，此费用数值保留2位小数。

### 二、本次发行的相关当事人

发行人：梦天家居集团股份有限公司

法定代表人：余静渊

住所：浙江省嘉兴市嘉善县惠民街道长江路88号

联系电话： 0573-84721158

传真： 0573-84721102

经办人员： 余静滨

**保荐人（主承销商）：民生证券股份有限公司**

法定代表人： 冯鹤年

住所： 中国（上海）自由贸易试验区浦明路8号

联系电话： 0571-58113770

传真： 010-85127999

保荐代表人： 包世涛 王国仁

项目协办人： 付苏华

项目经办人： 范正伟 郑术民 高金哲

**律师事务所：北京德恒律师事务所**

负责人： 王丽

住所： 北京市西城区金融街19号富凯大厦B座12层

电话： 010-52682888

传真： 010-52682999

经办律师： 倪海忠 白志林

**会计师事务所：天健会计师事务所（特殊普通合伙）**

执行事务合伙人： 胡少先

住所： 浙江省杭州市西湖区西溪路128号新湖商务大厦6楼



联系电话： 0571-88216888  
传真： 0571-88216999  
经办注册会计师： 严善明 张玉婷

资产评估机构： 坤元资产评估有限公司  
法定代表人： 俞华开  
住所： 杭州市西溪路 128 号 901 室  
联系电话： 0571-88216941  
传真： 0571-87178826  
经办资产评估师： 周敏 费文强 胡海萍

股票登记机构： 中国证券登记结算有限责任公司上海分公司  
住所： 中国（上海）自由贸易试验区杨高南路 188 号  
联系电话： 021-58708888  
传真： 021-58899400

**保荐人（主承销商）**

收款银行： 上海银行北京金融街支行  
户名： 民生证券股份有限公司  
账号： 03003460974

申请上市证券交易所： 上海证券交易所  
住所： 上海市浦东南路 528 号证券大厦

联系电话： 021-68808888

传真： 021-68804868

发行人与本次发行有关的保荐人（主承销商）、证券服务机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

### 三、与本次发行上市有关的重要日期

初步询价日期	2021年11月26日
刊登发行公告日期	2021年12月1日
申购日期	2021年12月2日
缴款日期	2021年12月6日
股票上市日期	本次股票发行结束后发行人将尽快申请股票在上海证券交易所上市

## 第四节 风险因素

投资者在评价公司此次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，但并不表示风险因素依次发生。

### 一、与深圳恒大的应收款项到期未能全部兑付的风险

随着公司大宗工程业务的逐步深入，2021年1-9月，公司对深圳恒大的销售收入为4,154.73万元。截至2021年9月末，公司对深圳恒大的相关资产余额为5,118.48万元，其中：应收商业承兑汇票余额（含已背书转让部分）为3,578.94万元，兑付到期日为2022年1月—2022年9月；应收账款余额为1,366.78万元，发出商品余额为172.76万元。

近期，恒大地产出现流动性问题，虽然，公司持有的上述应收款项尚未到期，但为控制风险，公司一度暂停了与恒大地产系统内的相关企业的业务合作，并将其信用政策调整为先预付全款，后安排生产；截至2021年9月末，公司已对深圳恒大的应收账款、应收商业承兑汇票计提了相应的坏账准备。

同时，为维护住房消费者的合法权益，政府及金融机构正协助恒大地产恢复项目建设，保障在建楼盘实现正常交付。

但是，未来，公司仍然存在与深圳恒大的相关应收款项到期无法全部兑付的风险，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

### 二、不可抗力风险

公司所处的外部经济、政治环境发生重大不利变动，或者发生较大规模的自然灾害、传染性疫症等不可抗力突发事件，将会对公司和家具行业的生产经营带来不利影响。

2020年初，我国爆发新冠疫情，多地政府采取了暂时性隔离、交通管制、

停工等监管措施予以防控，对家具行业景气程度产生了负面影响，并拖累了公司短期经营业绩。虽然，2020年二季度起，疫情得到有效控制，公司主营业务迅速恢复，但仍使得2020年度公司营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别较上年下降9.00%及8.02%。

若未来国内新冠疫情发生严重反复，或爆发其他传染性疫症等不可抗力事件，可能导致公司、物流及所处上下游产业链企业或经销商无法正常开展生产经营，从而对公司的经营业绩构成不利影响。

### 三、宏观经济政策调控的风险

房地产行业历来为我国宏观经济政策密集调控的重地，遵循“房住不炒”的原则，中央及各级地方政府陆续出台了一系列限制房地产过热的调控政策，将持续保障家装行业的长期稳定发展。

近年来，在中央及地方政府全装修成品住宅交付政策的推动下，新建住宅的“全装修”渗透率越来越高，迫使家具制造企业进行销售渠道多元化建设，大力发展大宗工程业务。

虽然，整体家居行业市场并不局限于新建商品住宅的装修，还包括存量新房的一次装修、存量住宅的二次装修等，目前正处于快速发展阶段，但是，如果未来宏观经济政策调控导致经济环境变化，使得我国房地产市场持续低迷，而公司未能采取有效的方法应对，公司业绩将面临下滑的风险。

### 四、市场风险

#### （一）市场竞争加剧的风险

公司在木门领域保持较高的行业地位；近年来，通过柜类、墙板等多品类扩展，被工信部评为“智能制造试点示范（全屋家具大规模个性化定制）”项目单位，公司在整体家居行业中也拥有较高的知名度。

由于整体家居行业市场前景广阔，越来越多的传统家具制造企业通过转型，纷纷涉足该领域。竞争者的骤增导致行业竞争从初始的价格竞争进入到品牌、渠道、设备升级改造、研发、服务、人才、管理等复合竞争层级上来，市

市场竞争的加剧将导致行业平均利润率下降。

虽然，公司产品销售收入的市场占有率在行业内较为领先，但若市场竞争持续加剧，公司未采取有效方法提高产品附加值，满足消费者需求，届时公司将面临目标客户群体流失、主营业务收入和盈利能力下滑的风险。

## （二）品牌、产品被仿冒的风险

品牌是消费者选择整体家居产品的重要影响因素。经 30 年的匠心耕耘，“梦天”品牌已被打造成为家居行业的领军品牌之一，并获得“中国驰名商标”、“中国家具行业门类领导品牌”、“中国建材家居消费者信赖品牌”、“中国全屋定制环保健康示范品牌”等殊荣。

但“梦天”品牌及产品也因此成为被假冒的对象，直接损害了公司和消费者的权益。为此，公司将持续通过诉诸法律程序，维护品牌形象及权益。

鉴于国内同行业中大多数企业的资金实力、市场运作以及产品研发创新能力较为薄弱，抄袭、假冒仍会成为少数家具企业的生存之道，因此，维护公司品牌形象和声誉是一项长期艰巨的任务，也将耗费公司大量的人财物力。

未来，公司的品牌及系列风格产品仍然存在被仿冒的风险，届时将对公司的正常经营活动产生不利影响。

## （三）产品质量风险

公司致力于不断提升产品质量，产品出厂前均经过严格质量检验，但不能排除产品售后发生质量问题的可能性。同时，公司主要产品的受众对象均是普通大众消费者，一旦发生质量问题，即便在非公司责任的情况下也可能引发消费者权益纠纷，这将对公司的品牌声誉构成潜在风险，从而会对相关产品的销售造成影响，降低本公司的盈利水平。

# 五、经营风险

## （一）原材料价格波动的风险

报告期内，公司生产所需的原材料主要包括板材、线条、木皮及涂料等，公司直接材料成本占生产成本的比例分别为 64.54%、62.40%、63.34% 及

57.65%，直接材料价格变动对公司生产成本的影响较大，从而影响公司主营业务的毛利。近年来，部分原材料价格有所波动，若未来原材料采购价格发生剧烈波动，将不利于公司的成本控制，进而影响公司的经营业绩。

## （二）劳动力成本上升的风险

近年来，劳动力成本上升已成为我国经济发展中的一个重要特征，也成为我国众多制造业企业面临的共同难题。整体家居行业属于劳动相对较密集的行业，劳动力成本在生产成本中所占比重较大，劳动力成本的不断提高势必会对整体家居行业造成不利影响。

未来，随着国民经济发展水平提高和公司业务的持续扩张，如果公司未能通过持续提高设备智能化、自动化水平，来提升生产效率，那么，公司的劳动力成本将呈上升趋势，从而影响公司的经营业绩。

# 六、内部控制的风险

## （一）经销商管理的风险

公司主要面向经销商开展销售业务，截至 2021 年 6 月末，公司共发展经销商 974 家，1,117 家经销商专卖店遍布于全国 31 个省、自治区和直辖市。报告期内，经销商渠道贡献了公司主营业务收入的 90% 以上。

采用经销商模式，有利于公司借助经销商的资源，完善国内市场网点布局，贴近消费者服务，分散营销网络建设的经营风险，但由于存在经销商数量较多、地域分布广、各地经济发展水平不均等因素，增加了公司的管理难度。

如果，个别经销商未按照合作协议的约定进行产品的销售和服务，甚至发生欺骗消费者的行为，将对“梦天”品牌和市场形象造成损害；此外，如果公司管理及服务水平无法跟上经销商业务发展的速度，会对部分终端消费者服务滞后，也将对公司品牌形象和经营业绩造成不利影响。

## （二）环境保护风险

随着国家可持续发展战略的全面实施，环境污染治理标准提高，环保监察力度不断加强。公司攻克“油改水”技术难关，全面推出水性漆木作系列产



品，从源头上解决了涂装工艺中甲醛超标而导致环境污染的一大难题。

但是，作为家具制造企业，公司在生产过程中不可避免地产生各类废水、废气、废渣，建材家居产品中的甲醛、苯、氨等有害物质的含量仍可能因其他原材料的使用而超标，环境保护仍然是公司的一项长期而艰巨的任务。

如果，公司未能持续优化生产工艺、提升环保设施、严格落实各项环保措施，未来，公司将面临被限产或停产等受到重大行政处罚的风险。

### **(三) 保障安全生产和职业健康的风险**

公司为保障安全生产与员工职业健康，采取了各项安全防护措施：执行建设项目“三同时”制度、升级改造自动化生产线、增加环保、安全设备投入、加强职工安全教育培训、进行安全隐患排查以及加强职业健康管理，并针对性地增加职业病的防范措施等。

但由于木制品、家具原料以及包材辅料等具有易燃、易爆、多粉尘等特性，同时无法完全避免员工违规操作，安全生产隐患无法得到完全排除，因此，公司仍面临着未能有效保障安全生产和员工职业健康的风险。

## **七、财务风险**

### **(一) 税收优惠和财政补贴政策变化的风险**

根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2008]172号、国科发火[2016]32号）、《关于浙江省2017年第一批高新技术企业备案的复函》（国科火字[2017]201号）、《关于浙江省2019年高新技术企业备案的复函》（国科火字[2020]32号）以及《关于浙江省2020年高新技术企业备案的复函》（国科火字[2020]251号），梦天家居、庆元梦天被认定为高新技术企业，报告期内享受15%的所得税优惠税率。

报告期内，公司及控股子公司依法享受各项政府补助分别为2,227.24万元、1,270.20万元、1,414.33万元及158.05万元，享受的政府补助金额较大。

报告期内，公司税收优惠和政府补助对公司经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1、所得税（高新技术企业税率优惠）	354.33	1,118.06	1,880.00	354.76
2、其他收益（政府补助）	158.05	1,414.33	1,270.20	2,227.24
3、相应增加的企业所得税	39.51	353.58	317.55	556.81
4、税收优惠和政府补助增加的净利润（4=1+2-3）	472.87	2,178.81	2,832.65	2,025.19
5、报表净利润	5,361.36	17,075.45	18,756.82	9,424.08
6、税收优惠和政府补助增加的净利润占报表净利润的比例（6=4/5）	8.82%	12.76%	15.10%	21.49%
7、扣除税收优惠和政府补助因素后的净利润（7=5-4）	4,888.49	14,896.65	15,924.17	7,398.89

报告期内，税收优惠和政府补助增加的净利润占报表净利润的比例分别为 21.49%、15.10%、12.76% 及 8.82%，公司经营成果对税收优惠和政府补助未构成严重依赖。如果，公司未能持续符合相关税收优惠及政府补助的条件，将对经营业绩构成一定的不利影响。

## （二）发行后每股收益、净资产收益率下降的风险

2020 年末，公司归属于母公司所有者权益为 59,995.45 万元；以扣除非经常性损益前后孰低计，2020 年度，公司加权平均净资产收益率为 30.89%，每股收益为 0.98 元。

若本次发行成功且募集资金到位后，公司股本、净资产将随之大幅增加，但募集资金投资项目需要一定的实施周期，且短期内产生的效益难以与股本、净资产的增长幅度相匹配。因此，在募集资金到位后的一段时间内，公司存在每股收益、净资产收益率下降的风险。

## 八、本次募集资金投资项目实施的风险

公司本次募集资金拟投入年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目、智能化仓储中心建设项目、品牌渠道建设项目、信息化建设项目及补充流动资金，上述项目均为围绕主业进行，同时是相辅相成，互为促进的。通过实施上述项目，公司将缓解主要产品产能结构性不足的矛盾，全面提升品牌渠道建设、智能化仓储配套以及信息化管理水平等，从而增强公司的创新和持续盈

利能力。

虽然，公司针对本次募集资金投资项目在技术、人员及市场开拓等方面进行了精心准备，谨慎论证项目效益，但仍不能排除产业政策、市场环境、消费者需求等发生重大不利变化，导致项目新增产能无法及时消化、投入效果不能达到预期等风险，从而导致项目的实施进度和公司的预期收益不能达到或完成。

另外，募集资金投资项目在投产后达产前，或达产后因市场环境发生重大不利变化，公司都将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用，导致公司经营业绩下滑的风险。

## 九、实际控制人控制不当的风险

截至本招股说明书签署日，公司的实际控制人余静渊、范小珍夫妇直接和间接合计拥有公司发行前 98% 的表决权。

虽然，公司建立了完善的公司治理结构，通过并实施了公司《章程》、《关联交易决策制度》、《独立董事工作制度》等保障权力制衡的制度，但公司的实际控制人仍可能利用其控制地位，通过行使表决权等方式对公司的人事任免、经营决策等进行不当控制，从而损害公司及公司中小股东的利益。

## 第五节 发行人基本情况

### 一、发行人基本情况

中文名称	梦天家居集团股份有限公司
英文名称	Mengtian Home Group Inc.
注册资本	16,600 万元
法定代表人	余静渊
有限公司成立日期	2003 年 9 月 22 日
整体变更为股份公司日期	2018 年 12 月 18 日
住所	浙江省嘉兴市嘉善县惠民街道长江路 88 号
统一社会信用代码	913304217530017530
经营范围	防火门、防盗门、木门、门套、地板、家俱及其他木竹制品的生产、加工、销售、安装及售后服务；建设工程项目管理；工程勘察设计；销售（含网上销售）：建筑材料、机械设备、五金制品、专用设备、日用杂货、工艺品（不含文物）、针纺织品、文化用品、化工产品（不含危险化学品）、服装、服饰、计算机软件及辅助设备；货物进出口、代理进出口、技术进出口；电脑图文设计、制作；室内外装潢设计、施工。（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）
邮政编码	314100
电话	0573-84721158
传真	0573-84721102
互联网网址	<a href="http://www.mengtian.com">http://www.mengtian.com</a>
电子邮箱	zhengquanbu@mengtian.com

### 二、发行人的历史沿革及改制重组情况

#### （一）发行人设立方式

2018 年 12 月 18 日，发行人经嘉兴市市场监督管理局核准，由梦天有限以整体变更方式设立为股份有限公司，全体出资人梦天控股、梦家投资、范小

珍、梦悦投资、余静滨以经天健事务所审计的截至 2018 年 9 月 30 日的净资产 25,351.92 万元，折成 16,600 万股，每股面值 1 元，股本为 16,600 万元，股本溢价 8,751.92 万元计入资本公积。

## （二）发起人

发行人设立时，股本结构如下：

序号	股东	股份（万股）	持股比例（%）
1	梦天控股	12,450.00	75.00
2	梦家投资	1,660.00	10.00
3	范小珍	1,328.00	8.00
4	梦悦投资	830.00	5.00
5	余静滨	332.00	2.00
	合计	16,600.00	100.00

## （三）发行人设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人设立时的主要发起人为梦天控股，梦天控股在发行人设立前后所拥有的主要资产和实际从事的主要业务不变，具体情况如下：

股份公司成立前		股份公司成立后	
拥有的主要资产	实际从事的业务	拥有的主要资产	实际从事的业务
长期股权投资（持有梦天有限 75% 的股权）	股权投资	长期股权投资（持有梦天股份 75% 的股份）	股权投资

## （四）发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人设立时，其拥有的主要资产为承继梦天有限的整体资产，主要资产为货币资金、存货及固定资产等。发行人设立以来，实际从事的主要业务为木门、墙板、柜类等定制家具的设计、研发、生产和销售。

## （五）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

改制前原企业的业务流程与改制后发行人的业务流程没有本质变化，改制后发行人增加制定了一系列内部管理制度，健全了风险控制体系和规章，建立

了规范的业务操作流程。

发行人的具体业务流程参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人的主营业务”之“（二）公司主要产品的生产工艺流程”的相关内容。

### **（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况**

发行人自成立以来，在生产经营方面与实际控制人及其控制的其他企业存在关联交易，具体详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”之相关内容。

### **（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况**

发行人由梦天有限整体变更设立，由发行人承继梦天有限所有的资产和负债，截至本招股说明书签署日，资产的产权变更手续均已办理完毕。

## **三、发行人股本的形成及变化情况**

### **（一）2003年9月，华悦木业成立**

2003年7月17日，华悦集团向嘉善县人民政府提交《关于要求成立外资公司浙江华悦木业有限公司的报告》，申请创办外商独资企业华悦木业，并获得嘉善县人民政府同意。

2003年7月22日，浙江省嘉善经济开发区管理委员会出具《关于同意设立外商独资企业“浙江华悦木业有限公司”的批复》（善经管[2003]238号），同意设立外资企业华悦木业。

根据善经管[2003]238号批复及《浙江华悦木业有限公司章程》，华悦木业缴纳注册资本的相关规定如下：

华悦木业注册资本为1,500万美元，以现汇方式出资；至营业执照签发之日起三个月内缴付注册资本的15%（计225万美元），其余部分自营业执照签发之日起三年内缴清。

2003年7月25日，华悦木业取得浙江省人民政府颁发的《中华人民共和国



台港澳侨投资企业批准证书》（外经贸浙府资嘉字[2003]02027号）。

2003年9月22日，华悦木业在嘉兴市工商行政管理局注册登记成立，取得《企业法人营业执照》（企独浙嘉总字第002760号）。设立时，华悦木业注册资本为1,500万美元，住所为嘉善木业城国际家俱制造中心B8地块，法定代表人范小珍，企业类型为外商独资企业，经营范围：生产、加工、销售木门、门套、地板、家俱及其他木竹制品。

设立时，华悦木业的股权结构如下：

股东	认缴出资（美元）	实缴出资（美元）	实缴比例
华悦集团	15,000,000.00	—	—
合计	15,000,000.00	—	—

华悦集团于2003年6月5日在香港公司注册处注册成立，法定股本为3,000万港币，由范小珍和余静滨分别出资2,070万港币、930万港币；2004年4月23日更名为香港梦天集团有限公司。2004年7月、2005年9月，范小珍、余静滨分别将其所持香港梦天的全部股权转让给余静渊。

截至本招股说明书签署日，香港梦天的公司编号为848866，法定股本14,075.20万港元，余静渊持有香港梦天100%的股权，注册地址为香港上环苏杭街49-51号建安商业大厦7楼。

经核查，香港梦天设立时的注册资本及其对华悦木业和梦悦木业的出资，均由余静渊以浙江梦天等资产和权益筹措而来。

余静渊通过境外设立香港梦天（前身为华悦集团），由其在境内投资设立华悦木业、梦悦木业的行为，属于《国家外汇管理局关于境内居民通过特殊目的公司境外投融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2014]37号）所述的返程投资。

2016年2月26日，余静渊就上述返程投资事宜，向国家外汇管理局浙江省分局补办了外汇登记手续，不存在违反外汇管理规定，也未受到行政处罚。

因此，发行人的历次出资符合汇发[2014]37号文的相关规定，合法合规。

## （二）2003年11月，实收资本增至2,317,198.76美元

2003年10月21日，嘉兴诚洲联合会计师事务所出具“诚会验字[2003]第513号”《验资报告》，确认：截至2003年9月27日止，华悦木业已收到华悦集团以货币现汇缴纳的注册资本合计2,317,198.76美元。

该次投入资本金已经国家外汇管理局嘉善县支局《外方出资情况询证函回函》确认（编号X330421030308），外资外汇登记编号33042103041001。

华悦木业在设立当月（2003年9月）以美元现汇首次缴付出资金额及占比，符合《外资企业法》、《外资企业法实施细则》、善经管[2003]238号批复及《浙江华悦木业有限公司章程》的规定。

上述注册资本缴纳后，华悦木业的股权结构如下：

股东	认缴出资（美元）	实缴出资（美元）	实缴比例
华悦集团	15,000,000.00	2,317,198.76	15.45%
合计	<b>15,000,000.00</b>	<b>2,317,198.76</b>	<b>15.45%</b>

2003年11月，华悦木业就上述事项办理了工商变更登记。

### （三）2004年3月，实收资本增至4,259,198.76美元

2004年3月5日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2004]第20号”《验资报告》，确认：截至2004年3月2日止，华悦木业已收到华悦集团以货币资金缴纳的注册资本合计1,942,000美元。连同前期出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本4,259,198.76美元。

该次投入资本金已经国家外汇管理局嘉善县支局《外方出资情况询证函回函》确认（编号X330421040445），外资外汇登记编号33042103041002。

上述注册资本缴纳后，华悦木业的股权结构如下：

股东	认缴出资（美元）	实缴出资（美元）	实缴比例
华悦集团	15,000,000.00	4,259,198.76	28.40%
合计	<b>15,000,000.00</b>	<b>4,259,198.76</b>	<b>28.40%</b>

### （四）2004年5月，实收资本增至5,259,198.76美元

2004年5月10日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2004]第

051号”《验资报告》，确认：截至2004年4月30日止，华悦木业已收到投资者以货币资金缴纳的注册资本合计1,000,000美元。连同前期出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本5,259,198.76美元。

该次投入资本金已经国家外汇管理局嘉善县支局《外方出资情况询证函回函》确认（编号X330421040492），外资外汇登记编号33042103041003。

上述注册资本缴纳后，华悦木业的股权结构如下：

股东	认缴出资（美元）	实缴出资（美元）	实缴比例
华悦集团	15,000,000.00	5,259,198.76	35.06%
合计	15,000,000.00	5,259,198.76	35.06%

2004年5月，华悦木业就上述事项办理了工商变更登记。

#### **（五）2004年12月，股东更名为香港梦天集团有限公司**

2004年12月10日，华悦木业董事会决议：因股东华悦集团更名为香港梦天集团有限公司，决定变更华悦木业投资者名称。

2004年12月13日，嘉善经济开发区管理委员会出具《关于同意浙江华悦木业有限公司变更投资方名称的批复》（善经管[2004]432号），同意上述事项。

2004年12月22日，浙江省人民政府向华悦木业换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资浙府资嘉字[2003]02027号）。

2004年12月28日，华悦木业就上述事项办理了工商变更登记。

#### **（六）2004年12月，实收资本增至958.10万美元**

2004年12月24日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2004]第138号”《验资报告》，确认：截至2004年12月17日止，华悦木业已收到香港梦天以货币资金缴纳的注册资本合计4,321,801.24美元。连同前期出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本958.10万美元。

该次投入资本金已经国家外汇管理局嘉善县支局《外方出资情况询证函回函》确认（编号X330421040662），外资外汇登记编号33042103041004。

上述注册资本缴纳后，华悦木业的股权结构如下：

股东	认缴出资（美元）	实缴出资（美元）	实缴比例
香港梦天	15,000,000.00	9,581,000.00	63.87%
合计	<b>15,000,000.00</b>	<b>9,581,000.00</b>	<b>63.87%</b>

2004 年 12 月，华悦木业就上述事项办理了工商变更登记。

### **（七）2005 年 12 月，实收资本增至 10,645,970 美元**

2005 年 12 月 28 日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2005]第 126 号”《验资报告》，确认：截至 2005 年 6 月 13 日止，华悦木业已收到香港梦天以货币资金缴纳的注册资本合计 1,064,970 美元。连同前期出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本 10,645,970 美元。

该次投入资本金已经国家外汇管理局嘉善县支局《外方出资情况询证函回函》确认（编号 X330421050899），外资外汇登记编号 33042103041005。

上述注册资本缴纳后，华悦木业的股权结构如下：

股东	认缴出资（美元）	实缴出资（美元）	实缴比例
香港梦天	15,000,000.00	10,645,970.00	70.97%
合计	<b>15,000,000.00</b>	<b>10,645,970.00</b>	<b>70.97%</b>

2005 年 12 月，华悦木业就上述事项办理了工商变更登记。

### **（八）2006 年 9 月，实收资本增至 1,500 万美元**

2006 年 8 月 2 日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2006]第 99 号”《验资报告》，确认：截至 2006 年 7 月 31 日止，华悦木业已收到香港梦天以货币资金缴纳的注册资本合计 4,354,030 美元。连同前期出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本 1,500 万美元。

截至 2006 年 7 月 31 日，华悦木业已自营业执照签发之日起三年内（即 2006 年 9 月 21 日前），以美元现汇以 1:1 的比例，缴足了全部注册资本 1,500 万美元，符合《外资企业法》、《外资企业法实施细则》、善经管[2003]238 号批复及《浙江华悦木业有限公司章程》的规定。

该次投入资本金已经国家外汇管理局嘉善县支局《外方出资情况询证函回

函》确认（编号 X33042103041006），外资外汇登记编号 33042103041006。

上述注册资本缴纳后，注册资本已实缴完毕，华悦木业的股权结构如下：

股东	认缴出资（万美元）	实缴出资（万美元）	实缴比例
香港梦天	1,500.00	1,500.00	100.00%
合计	<b>1,500.00</b>	<b>1,500.00</b>	<b>100.00%</b>

2006年9月，华悦木业就上述事项办理了工商变更登记。

### （九）2007年11月，吸收合并梦业木业，并增资至2,000万美元

#### 1、吸收合并梦业木业，增资至2,000万美元

由于梦业木业与华悦木业地理位置毗邻，同处于嘉善木业城国际家具制造中心 B8 地块，为充分利用土地资源，双方决定将两公司合并，进行土地整体规划、综合开发。

2006年10月24日，华悦木业、梦业木业董事会决定：同意华悦木业吸收合并梦业木业。同日，华悦木业与梦业木业签订《吸收合并协议》；2007年3月20日，华悦木业股东决定：华悦木业吸收合并梦业木业。

2007年3月21日，嘉兴市对外贸易经济合作局出具《关于同意浙江华悦木业有限公司吸收合并嘉兴梦业木业有限公司的批复》（嘉外经贸外管发[2007]6号），同意上述事项。

2007年8月23日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会专验字（2007）7号”《验资报告》，确认：截至2007年6月30日止，华悦木业已吸收合并梦业木业，合并后注册资本及实收资本为2,000万美元。

该次投入资本金已经国家外汇管理局嘉善县支局《外方出资情况询证函回函》确认（编号 X330421071558），外资外汇登记编号 33042103041007。

吸收合并后，华悦木业的股权结构如下：

股东	认缴出资（万美元）	实缴出资（万美元）	实缴比例
香港梦天	2,000.00	2,000.00	100.00%

合计	2,000.00	2,000.00	100.00%
----	----------	----------	---------

2007年11月2日，浙江省人民政府向华悦木业换发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资浙府资嘉字[2003]02027号）。

2007年11月，华悦木业就上述事项办理了工商变更登记。

## 2、梦业木业基本情况

梦业木业于2003年10月9日在嘉兴市工商行政管理局注册成立，于2007年10月12日被华悦木业吸收合并后注销。注销前，梦业木业注册号为企独浙嘉总字第002797号，企业类型为独资经营（港资）企业，香港梦天持有其100%的股权，注册资本及实收资本均为500万美元，住所为嘉善木业城国际家具制造中心B8地块，经营范围：加工、生产销售木竹复合地板及其他木制品。

### （十）2016年6月，更名为梦天木门集团有限公司

2016年5月20日，华悦木业股东决定：将华悦木业名称变更为梦天木门集团有限公司。

2016年5月20日，嘉善县市场监督管理局出具“（国）名称变核外字[2016]103号”《企业名称变更核准通知书》，核准上述事项。

2016年6月，梦天有限就上述事项办理了工商变更登记。

### （十一）2016年10月，股权转让、外资企业转为内资企业

2016年8月31日，经梦天有限股东决定，香港梦天分别与梦天控股、梦家投资、范小珍、梦悦投资及余静滨签订《股权转让协议》，进行如下股权转让：

转让方	转让出资额（万美元）	受让方	转让价格（万美元）	比例
香港梦天	1,500.00	梦天控股	1,674.45	75.00%
	200.00	梦家投资	223.26	10.00%
	160.00	范小珍	178.61	8.00%
	100.00	梦悦投资	111.63	5.00%
	40.00	余静滨	44.65	2.00%
合计	2,000.00	—	2,232.60	100.00%

2016年9月27日，嘉善经济技术开发区管理委员会出具《关于同意外商独



资企业“梦天木门集团有限公司”股权转让的批复》（善经管[2016]152号），同意上述股权转让事项，同意各方签订的股权转让协议；同意公司类型由外商独资企业变更为内资企业。

上述股权转让后，梦天有限的股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	比例
1	梦天控股	11,203.4250	75.00%
2	梦家投资	1,493.7900	10.00%
3	范小珍	1,195.0320	8.00%
4	梦悦投资	746.8950	5.00%
5	余静滨	298.7580	2.00%
	<b>合计</b>	<b>14,937.9000</b>	<b>100.00%</b>

2016年9月10日，嘉兴诚洲资产评估有限公司出具《梦天木门集团有限公司拟股权转让评估项目资产评估报告书》（嘉诚资评字[2016]第154号）。经评估，以2016年8月31日为评估基准日，梦天有限房屋建筑物及土地使用权增值额为86,631,930.56元。此次股权转让的定价依据为梦天有限截至2016年8月31日的账面净资产62,747,111.29元与上述评估增值额之和即149,379,041.85元，按股权转让当日人民币兑美元汇率6.6908，折合成美元数计算。本次股权转让价格公允。

2016年10月，梦天有限就上述事项办理了工商变更登记，并取得统一社会信用代码为913304217530017530的《营业执照》。

## （十二）2018年6月，注册资本变更为16,294.3486万元

2016年10月，梦天有限变更为内资企业时，将梦天有限的注册资本变更为人民币149,379,000元。根据《外商投资企业投资者股权变更的若干规定》、《关于印发〈关于外商投资的公司审批登记管理法律适用若干问题的执行意见〉的通知》（工商外企字[2006]81号）、《企业会计准则第19号—外币折算》的相关规定，在企业类型变更时，作为公司注册资本的外币与人民币之间的折算，应按发生（缴款）当日中国人民银行公布的汇率的中间价计算。因此，梦天有限在2016年10月企业类型变更时，其注册资本应按照其缴款时2,000万美元的



历史汇率折合为人民币 16,294.3486 万元。

2018 年 6 月 20 日，梦天有限股东会决议，将资本公积的 1,356.4486 万元转增注册资本，梦天有限注册资本变更为 16,294.3486 万元。

2018 年 7 月 5 日，天健事务所出具“天健验[2018]228 号”《验资报告》，经审验：截至 2018 年 6 月 20 日止，香港梦天分别与梦天控股、梦家投资、范小珍、梦悦投资及余静滨完成股权转让事宜，梦天有限实收资本为人民币 16,294.3486 万元。

本次变更后，梦天有限的股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	比例
1	梦天控股	12,220.7614	75.00%
2	梦家投资	1,629,4348	10.00%
3	范小珍	1,303.5479	8.00%
4	梦悦投资	814,7174	5.00%
5	余静滨	325.8870	2.00%
	合计	<b>16,294.3486</b>	<b>100.00%</b>

2018 年 6 月，梦天有限就上述事项办理了工商变更登记。

### （十三）2018 年 12 月，整体变更为股份公司

2018 年 11 月 22 日，梦天有限股东会决议，决定梦天有限整体变更为股份有限公司，并更名为梦天家居集团股份有限公司。

2018 年 11 月 22 日，梦天控股、梦家投资、范小珍、梦悦投资及余静滨签订《关于整体变更设立梦天家居集团股份有限公司的发起人协议书》，决定以天健事务所“天健审[2018]8258 号”《审计报告》审定的截至 2018 年 9 月 30 日的净资产额 25,351.92 万元中的 16,600 万元折合为股本，每股 1 元，股本溢价 8,751.92 万元计入资本公积。整体变更前后，各股东的持股比例不变。

另外，梦天股份第一届董事会第二次会议审议通过《关于调整公司整体变更时净资产情况的议案》，公司整体变更时的净资产调整为 24,595.71 万元，折合股本 16,600 万元后，计入资本公积的股本溢价为 7,995.71 万元。

2018年12月6日，天健事务所出具“天健验[2018]449号”《验资报告》，对梦天家居（筹）设立时的净资产折股事项进行了审验。

2018年12月18日，梦天股份经嘉兴市市场监督管理局核准登记成立。

梦天股份设立后，各发起人及其持股情况如下：

序号	股东	股份（万股）	比例
1	梦天控股	12,450.00	75.00%
2	梦家投资	1,660.00	10.00%
3	范小珍	1,328.00	8.00%
4	梦悦投资	830.00	5.00%
5	余静滨	332.00	2.00%
	合计	16,600.00	100.00%

至此，梦天股份的股权未发生变动。

发行人已于2021年2月18日出具《专项承诺》，承诺：“本公司股东不存在：（一）法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有公司股份的情形；（二）本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员直接或间接持有公司股份的情形；（三）以公司股权进行不当利益输送的情形。”

#### 四、发行人设立时及以后的验资报告

##### （一）华悦木业实收资本增资至 2,317,198.76 美元

2003年10月21日，嘉兴诚洲联合会计师事务所出具“诚会验字[2003]第513号”《验资报告》，对华悦木业截至2003年9月27日止申请设立登记的注册资本第1期实收情况进行了审验。根据该验资报告，截至2003年9月27日止，华悦木业已收到投资者第1期缴纳的注册资本合计2,317,198.76美元，全部以货币现汇出资。

##### （二）华悦木业实收资本增至 4,259,198.76 美元

2004年3月5日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2004]第20号”《验资报告》，对华悦木业截至2004年3月2日止申请设立登记的注册资本第2期第1次实收情况进行了审验。根据该验资报告，截至2004年3月2日

止，华悦木业已收到投资者第 2 期第 1 次缴纳的注册资本合计 1,942,000 美元，投资者以货币出资。截至 2004 年 3 月 2 日止，连同第 1 期出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本 4,259,198.76 美元。

### **(三) 华悦木业实收资本增至 5,259,198.76 美元**

2004 年 5 月 10 日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2004]第 051 号”《验资报告》，对华悦木业截至 2004 年 4 月 30 日止申请设立登记的注册资本第 2 期第 2 次实收情况进行了审验。根据该验资报告，截至 2004 年 4 月 30 日止，华悦木业已收到投资者第 2 期第 2 次缴纳的注册资本合计 100 万美元，投资者以货币出资。截至 2004 年 4 月 30 日止，连同第 1 期、第 2 期第 1 次出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本 5,259,198.76 美元。

### **(四) 华悦木业实收资本增至 958.10 万美元**

2004 年 12 月 24 日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2004]第 138 号”《验资报告》，对华悦木业截至 2004 年 12 月 17 日止申请设立登记的注册资本第 2 期第 3 次实收情况进行了审验。根据该验资报告，截至 2004 年 12 月 17 日止，华悦木业已收到投资者第 2 期第 3 次缴纳的注册资本合计 4,321,801.24 美元，投资者以货币出资。截至 2004 年 12 月 17 日止，连同第 1 期、第 2 期第 1 次、第 2 期第 2 次出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本 958.10 万美元。

### **(五) 华悦木业实收资本增至 10,645,970 美元**

2005 年 12 月 28 日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2005]第 126 号”《验资报告》，对华悦木业截至 2005 年 6 月 13 日止申请设立登记的注册资本第 2 期第 4 次实收情况进行了审验。根据该验资报告，截至 2005 年 6 月 13 日止，华悦木业已收到投资者第 2 期第 4 次缴纳的注册资本合计 1,064,970 美元，投资者以货币出资。截至 2005 年 6 月 13 日止，连同第 1 期、第 2 期第 1 次、第 2 期第 2 次、第 2 期第 3 次出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本 10,645,970 美元。

### **(六) 华悦木业实收资本增至 1,500 万美元**

2006年8月2日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会验字[2006]第99号”《验资报告》，对华悦木业截至2006年7月31日止申请设立登记的注册资本第2期第5次实收情况进行了审验。根据该验资报告，截至2006年7月31日止，华悦木业已收到投资者第2期第5次缴纳的注册资本合计4,354,030美元，投资者以货币出资。截至2006年7月31日止，连同第1期、第2期第1次、第2期第2次、第2期第3次、第2期第4次出资，华悦木业已收到投资者缴纳的注册资本1,500万美元。

#### **（七）华悦木业增资至2,000万美元**

2007年8月23日，嘉善嘉恒联合会计师事务所出具“嘉会专验字[2007]第7号”《验资报告》，对华悦木业截至2007年6月30日止吸收合并梦业木业变更的注册资本及实收资本情况进行了审验。根据该验资报告，截至2007年6月30日止，变更后的累计实缴注册资本及实收资本均为2,000万美元。

#### **（八）梦天有限注册资本变更为16,294.3486万元**

2018年7月5日，天健事务所出具“天健验[2018]228号”《验资报告》，对梦天有限截至2018年6月20日注册资本及实收资本情况进行了审验。根据该验资报告，截至2018年6月20日，香港梦天分别与梦天控股、梦悦投资、范小珍、梦家投资及余静滨完成股权转让事宜，梦天有限实收资本为人民币16,294.3486万元。

#### **（九）梦天股份设立**

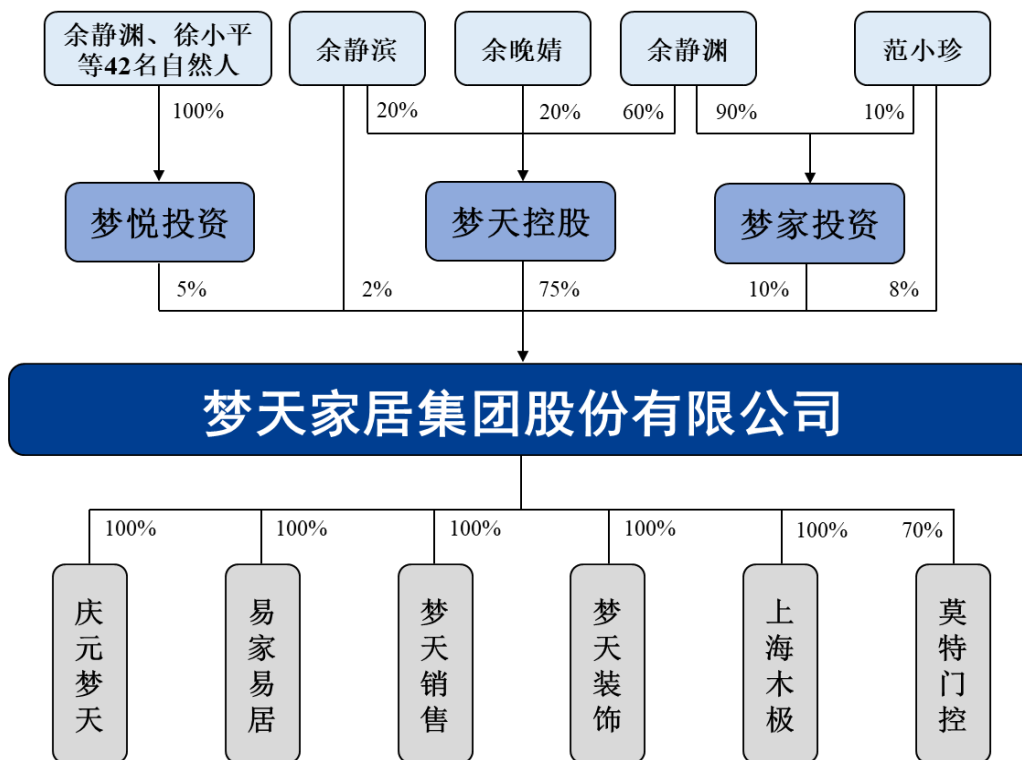
2018年12月6日，天健事务所出具“天健验[2018]449号”《验资报告》，对梦天家居（筹）截至2018年12月5日由梦天有限整体变更为梦天家居（筹）申请变更登记的注册资本实收情况进行了审验。根据该验资报告，截至2018年12月5日，梦天家居（筹）已收到全体出资者所拥有的截至2018年9月30日梦天有限经审计的净资产25,351.92万元，将上述净资产折合实收资本16,600万元整，资本公积8,751.92万元。

### **五、发行人的重大资产重组情况**

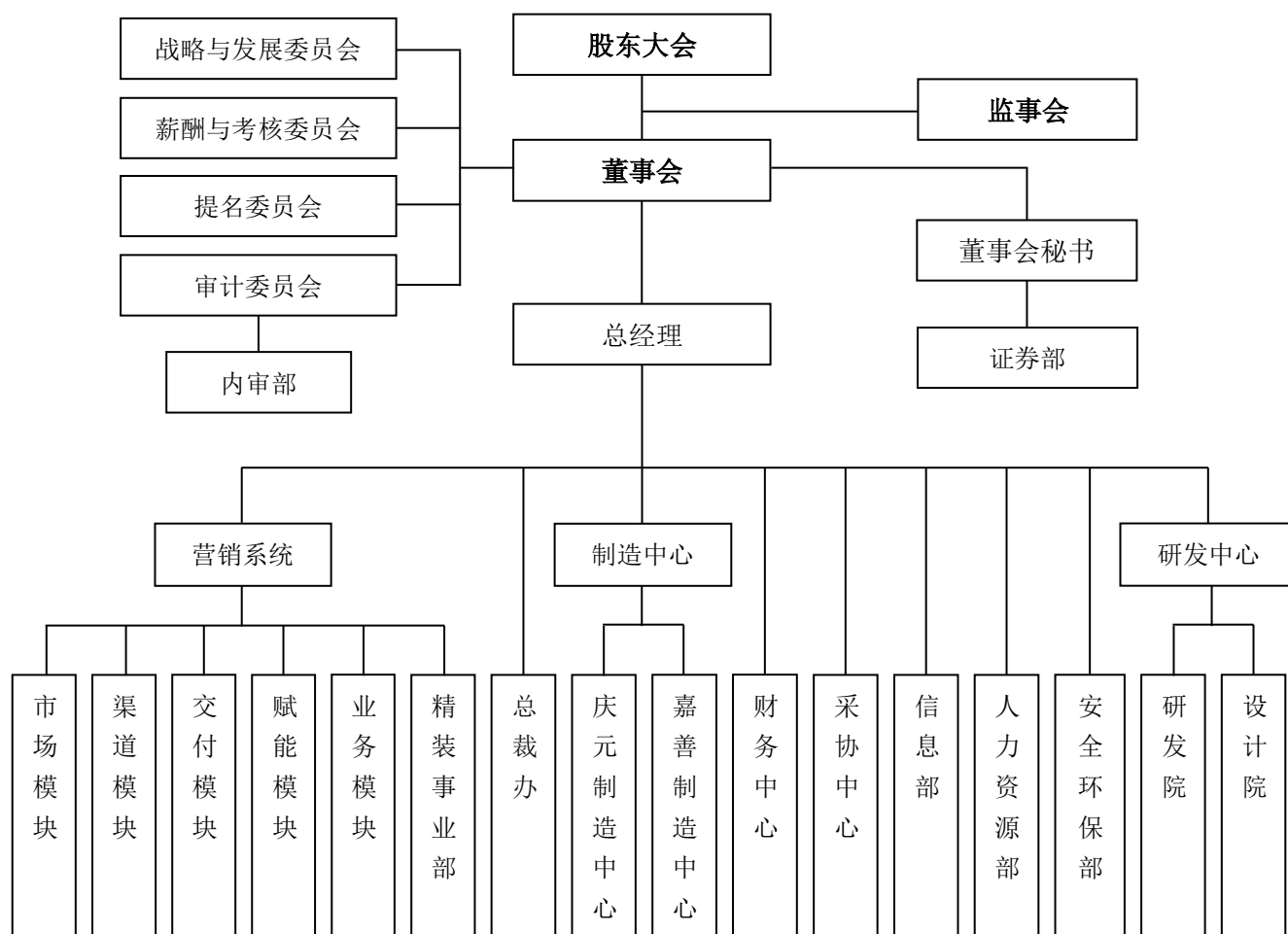
发行人自设立以来，未发生过重大资产重组。

## 六、发行人组织结构图

### (一) 发行人外部组织结构图



## (二) 发行人内部组织结构图



## (三) 发行人内部组织机构设置及运行情况

公司董事会下设战略与发展委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会等专门委员会。

公司的日常经营管理团队由总经理、副总经理及财务总监等组成，在董事会领导下，负责公司的日常经营与管理。

发行人主要职能部门的职责如下：

部门名称	主要职责
市场模块	负责管理和推进公司品牌管理、产品企划、市场推广、新零售职能。下设市场管理部、产品企划部。其中：市场管理部负责品牌管理、活动策划、公共关系维护、线上流量的运营和管理、引流、商标管理。产品企划部负责产品管理和推广。
渠道模块	负责渠道规划、渠道制度和销售政策的制定。渠道模块下设渠道管理部。渠道管理部负责经销商各项管理制度、政策、考核指标的制定，负责泛家



	装渠道业务推进，扩大流量入口。
交付模块	负责渠道经销商等合作客户产品/服务的交付。交付模块下设店装管理部、售后部、商务部、大客户部。其中：店装管理部负责店面形象管理和店装装修交付；售后部负责公司产品售后服务管理；商务部负责公司成品仓储物流管理，保障产品的准时安全送达；大客户部负责渠道经销商工程业务的管理和提供业务服务，达成经销商渠道的工程业务指标。
赋能模块	负责对渠道经销商的经营业绩提升提供赋能服务。赋能模块下设商学院、模式孵化部。其中：商学院负责经销商体系各种人才的培训管理。模式孵化部负责推广横展体验式营销模式，输出经销商运营模式和盈利模式。
业务模块	负责渠道经销商的各项营销指标的达成。下设十二大销区。负责全国各销区的品牌推广、经销商管理、营销活动、客户服务、渠道拓展、模式创新等工作，进行团队管理和团队培养。
精装事业部	负责地产客户项目的业务拓展与维护管理工作，包括对地产项目进行开发、维护、统筹管理，通过不断整合社会资源，具备工程业务开拓、维护管理、交付管理的全面运营模式。
总裁办	负责协助总经理目标的分解，监督公司目标的达成，公司级会议管理，负责公司日常行政事务工作，公司专利管理，公司制度体系建设与管理，负责对外联络及项目申报。
庆元、嘉善制造中心	分别负责庆元、嘉善制造中心的日常事务，包括生产管理、品质管理、计划管理、技术管理、设备管理、人员管理、安全管理、成本管理，确保庆元、嘉善制造中心的正常运行，实现制造资源的充分利用。
财务中心	负责财务战略、财务政策的制定和组织实施，建立和完善财务会计管理制度；负责日常财务管理、成本企划与管控、会计核算、会计监督和资金管理、投融资管理；负责为公司的经营决策提供真实、准确的财务资料与专业的财务保障支持。
采协中心	负责公司供应商的开发、维护管理，采购下单、结算管理，呆滞料外卖管理，优化供应链各环节工作流程及工作标准；建立科学的采购开发与供应体系，实现公司采购资源的有效提升和合理配置。
信息部	负责制定公司信息化规划，设计和建设ERP系统、智能制造系统、营销信息化系统方案，实施相关软件工程项目，负责公司软硬件系统的运维。
人力资源部	负责公司人力资源发展规划方案制定，制定人力资源相关制度，规范并优化人力资源各模块工作；负责员工招聘管理、培训管理、绩效管理、薪酬福利管理、劳动关系管理；负责公司人力资源的有效提升和合理配置。
安全环保部	负责公司的环保及安全生产管理的执行与监督。包括公司安保秩序管理、消防安全管理、环保达标排放检查、管理与处置、生产安全检查与监督管理、厂区5S管理、职业病防范和宣传；提高员工安全生产意识和公司安全生产管理水平。
研究院	负责公司新产品的工艺、作业标准、品质保证体系的建立与落地，服务产品的研发与培训落地，供应链材料标准与品质体系的建立并不断完善；公司技改的策划与实施；实验工厂管理；国家级实验室的建立与管理。
设计院	负责公司整体的产品线规划、产品研发及产品管理。包括市场研究、用户研究、产品规划、新产品设计与开发、产品生命周期管理。
内审部	负责制定和实施公司内部审计工作计划，监督内部控制制度的执行情况；向审计委员会提供所需资料、协助其进行检查和审计；配合公司聘请的外部审计机构完成年度和专项审计。
证券部	负责公司董事会、股东大会的筹备组织、文件起草、会议记录、资料管理



工作；负责处理公司信息披露事务；负责投资者关系协调；负责公司证券事务；负责组织实施公司资本运作事宜。

## 七、发行人控股子公司、参股公司的情况

报告期内，发行人共拥有控股子公司 7 家，子公司庆元梦天参股 1 家公司，具体如下：

### （一）发行人控股子公司、参股公司的简要情况

单位：万元

序号	名称	成立时间	注册资本/ 实收资本	注册地及主要 生产经营地	股东构成	主营业务	是否控制
1	庆元梦天	2018.2.5	6,000.00	浙江省庆元县	梦天家居 100%	木门等木制品的生产与销售	是
2	易家易居	2014.12.29	100.00	浙江省杭州市	梦天家居 100%	电子商务、木门销售等	是
3	梦天销售	2014.6.6	1,000.00/400.00	浙江省杭州市	梦天家居 100%	木门等销售	是
4	梦天装饰	2014.5.5	1,000.00/0.00	浙江省嘉善县	梦天家居 100%	装饰工程	是
5	上海木极	2014.5.15	200.00	上海市	梦天家居 100%	品牌管理	是
6	莫特门控	2018.11.1	500.00/200.00	浙江省杭州市	梦天家居 70%、 金九龙 30%	门控设备开发	是
7	莫特家居[注]	2011.9.14	500.00	浙江省嘉善县	梦天有限 100%	木门等安装及售后服务	是
8	庆元泰隆银行	2010.12.27	12,000.00	浙江省庆元县	浙江泰隆商业银行股份有限公司 20.79%、庆元梦天 2.75%等	存贷款业务	否

注：该公司已于 2018 年 7 月 26 日注销。

### （二）控股子公司、参股公司的主要财务数据

单位：万元

序号	名称	2021 年 6 月 30 日		2021 年 1-6 月	2020 年 12 月 31 日		2020 年度
		总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1	庆元梦天	30,970.29	14,715.44	748.87	38,354.26	13,966.57	2,908.31
2	易家易居	57.50	7.50	-13.29	20.79	20.79	-33.23
3	梦天销售	1,187.23	1,149.64	834.73	12,695.08	314.91	3,139.70
4	梦天装饰	192.24	174.41	1.07	200.71	173.34	24.74
5	上海木极	335.57	124.18	-17.12	352.69	141.31	-4.71
6	莫特门控	54.51	-13.37	-28.57	102.05	15.20	-70.52

7	庆元泰隆银行	208,552.28	25,576.70	1,854.05	199,229.67	25,578.61	4,062.59
---	--------	------------	-----------	----------	------------	-----------	----------

庆元泰隆银行财务数据，2020 年度已经中汇会计师事务所（特殊普通合伙）审计，2021 年 1-6 月未经审计；其他公司财务数据已经天健事务所审计。

## 八、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

### （一）发起人基本情况

#### 1、发起人的持股情况

发行人设立时，其股本结构如下：

序号	股东	所持股份（万股）	持股比例（%）
1	梦天控股	12,450.00	75.00
2	梦家投资	1,660.00	10.00
3	范小珍	1,328.00	8.00
4	梦悦投资	830.00	5.00
5	余静滨	332.00	2.00
	合计	16,600.00	100.00

#### 2、发起人中自然人股东的基本情况

姓名	国籍	是否拥有境外永久居留权	身份证号码	住所
范小珍	中国	否	3325251963*****	杭州市江干区
余静滨	中国	否	3325251972*****	杭州市下城区

范小珍、余静滨简历详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”之“（一）董事简介”之相关内容。

#### 3、发起人中法人股东的基本情况

##### （1）梦天控股

截至本招股说明书签署日，梦天控股持有公司 75%的股份，为公司的控股股东，其基本情况如下：

名称	浙江梦天控股有限公司		
成立时间	2016年8月26日		
主营业务	股权投资		
注册地及主要生产经营地	浙江省杭州市		
法定代表人	余静渊		
股权结构：			
序号	股东	注册资本及实收资本（万元）	比例（%）
1	余静渊	7,200.00	60.00
2	余静滨	2,400.00	20.00
3	余晚婧	2,400.00	20.00
合计		12,000.00	100.00

梦天控股的股东中，余静渊与余静滨系兄弟关系，余静渊与余晚婧系父女关系。

经核查，梦天控股系上述股东以自有资金为投资发行人而设立的公司，不存在委托、信托持股或利益输送安排，也不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议；无需按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定进行私募基金管理人或私募基金登记或备案。

最近一年及一期的主要财务数据：

单位：万元

2021年6月30日		2021年1-6月	2020年12月31日		2020年度
总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
11,995.07	11,995.06	3,122.92	11,985.25	11,984.64	2,485.84

以上数据未经审计。

## （2）梦家投资

截至本招股说明书签署日，梦家投资持有公司 10%的股份，其基本情况如下：

名称	嘉兴梦家投资管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016年8月5日

主营业务		投资管理		
注册地及主要生产经营地		浙江省嘉善县		
执行事务合伙人		余静渊		
合伙人构成：				
序号	合伙人	财产份额（万元）	比例（%）	合伙人性质
1	余静渊	1,440.00	90.00	普通合伙人
2	范小珍	160.00	10.00	有限合伙人
合计		<b>1,600.00</b>	<b>100.00</b>	

梦家投资的合伙人中，余静渊与范小珍系夫妻关系，为发行人的实际控制人。

经核查，梦家投资系其合伙人以自有资金对梦天家居进行投资的投资平台，不存在委托、信托持股或利益输送安排，也不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议；也无需按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定进行私募基金管理人或私募基金登记或备案。

最近一年及一期的主要财务数据：

单位：万元

2021年6月30日		2021年1-6月	2020年12月31日		2020年度
总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
1,628.92	1,598.42	333.53	1,627.99	1,596.89	265.54

以上数据未经审计。

### （3）梦悦投资

#### ①基本情况

截至本招股说明书签署日，梦悦投资持有公司 5%的股份，其基本情况如下：

名称	嘉兴梦悦投资管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016年8月5日
主营业务	投资管理

注册地及主要生产经营地	浙江省嘉善县
执行事务合伙人、普通合伙人	余静渊

截至本招股说明书签署日，梦悦投资的合伙人持股、在公司任职、与实际控制人的亲属及关联关系如下：

序号	合伙人	财产份额 (万元)	比例 (%)	任职情况	亲属关系	关联关系
1	余静渊	280.00	35.00	公司董事长、总经理，庆元梦天、梦天装饰执行董事，易家易居总经理	范小珍配偶、余静滨哥哥	实际控制人、董事、高级管理人员
2	余静滨	80.00	10.00	公司董事、董事会秘书、设计院院长，梦天装饰、梦天销售总经理，易家易居、莫特门控执行董事，上海木极执行董事兼总经理	余静渊弟弟	实际控制人近亲属、董事、高级管理人员
3	范小珍	40.00	5.00	公司董事、总经理助理，庆元梦天监事，梦天销售执行董事，易家易居、莫特门控监事	余静渊配偶	实际控制人、董事
4	徐小平	39.35	4.92	公司董事、副总经理，庆元梦天经理	—	董事、高级管理人员
5	崔正峰	31.29	3.91	公司研发院院长	—	—
6	李春芝	27.53	3.44	公司副总经理，梦天装饰、梦天销售、上海木极监事	余静渊姨妈的外孙的配偶	高级管理人员
7	朱亦群	22.59	2.82	公司董事、财务总监	—	董事、高级管理人员
8	管军	20.05	2.51	公司总经理助理	—	—
9	李敏丽	13.93	1.74	公司监事、总裁办主任	—	监事
10	夏群	13.75	1.72	公司董事，庆元梦天生产部经理	—	董事
11	姚荣玉	10.47	1.31	公司副总经理助理	—	—
12	沈德明	10.18	1.27	庆元梦天财务部经理	—	—
13	夏志群	9.64	1.20	公司制造中心总监助理	—	—
14	吴冰慧	9.15	1.14	庆元梦天计划部经理	—	—
15	周学良	9.00	1.12	公司设计院骨干	—	—
16	吴东来	8.87	1.11	公司采协中心经理	—	—
17	吴水玲	8.75	1.09	公司制造中心办主任	—	—
18	唐艳荣	8.58	1.07	公司副总经理助理	—	—
19	姚晓伟	8.41	1.05	公司产品研发部经理	—	—
20	范林杰	8.13	1.02	公司监事、订单交付部经理	—	监事
21	谈宏宇	8.13	1.02	公司信息部经理	—	—
22	姚惠平	7.91	0.99	公司制造中心总监助理	余静渊姨妈的外孙女的配偶	—

23	邵春梅	7.86	0.98	公司木皮保障组经理	余静渊姨妈的外孙女	—
24	李云龙	7.78	0.97	公司技改部经理	—	—
25	姚运新	7.54	0.94	公司制造中心总监助理	—	—
26	钟表敏	7.45	0.93	公司制造中心总监助理	—	—
27	李良	7.22	0.90	公司 PMC 部兼成控部经理	—	—
28	吴红松	6.76	0.84	庆元梦天品管部经理	—	—
29	范春民	6.64	0.83	庆元梦天技改部经理	范小珍堂弟	—
30	杨华丰	6.58	0.82	公司制造中心总监助理	—	—
31	卢舟	6.34	0.79	公司副总经理助理	—	—
32	张展翔	6.26	0.78	庆元梦天技术部经理	—	—
33	龚新军	6.26	0.78	庆元梦天行政部经理	—	—
34	徐剑峰	6.15	0.77	公司康 E 中心经理兼商学院负责人	—	—
35	潘礼贵	6.00	0.75	公司安全环保部经理	—	—
36	洪进	5.94	0.74	公司质检交付部经理	—	—
37	袁东东	5.96	0.74	公司制造中心总监助理	—	—
38	王兰	5.69	0.71	公司副总经理助理	—	—
39	胡存积	5.69	0.71	公司监事、采购开发二部经理	—	监事
40	雷晓娟	4.26	0.53	公司会计部经理	—	—
41	张军	3.99	0.50	公司设计院骨干	—	—
42	周剑河	3.92	0.49	公司设计院骨干	—	—
合计		800.00	100.00			

梦悦投资的合伙人均为发行人及其子公司员工，余静渊为普通合伙人，其余均为有限合伙人。

## ②合伙人相关管理制度

2016年8月2日，余静渊、范小珍及余静滨入伙；2018年12月8日，徐小平等39名自然人通过受让余静渊400万元（占比50%）的财产份额入伙，该39名自然人均为有限合伙人。

针对2018年12月8日吸收入伙的合伙人，选定依据如下：

分配依据	分配比例	备注	财产份额计算公式
入职月数	10.00%	入职至2018年12月累计月份	根据入职月份数分配股数=总股份数*10%*各人总月份数/本期被授予对象总月份数

管理职级	50.00%	总裁（30分）、副总裁（15分）、总监（9分）、副总监（5分）、经理（2分）	根据管理职级分配股数=总股份数*50%*各人管理职级分数/本期被授予对象的管理职级总分数。
担任经理同等级岗位月数	20.00%	担任经理以上职级时间至2018年12月累计	根据担任经理同等级岗位月数分配股数=总股份数*20%*各人担任经理同等级岗位总月份数/本期被授予对象担任经理同等级岗位总月份数
特殊贡献	20.00%	由董事长根据被授予对象对公司的特殊贡献、特殊技能进行分配	—
合计	100.00%		

关于员工离职和退股的相关安排情况如下：

项目	内容或条款
员工离职安排	作为合伙人的自然人入伙后5年内与梦天家居股份有限公司及关联方解除劳动关系，作为当然退伙。
员工退股安排	1、有下列情形之一时，合伙人可以退伙： （1）合伙协议约定的退伙事由出现； （2）合伙人全额转让在本合伙企业的财产份额； （3）发生合伙人难以继续参加合伙企业的事由； 2、有下列情形之一时，合伙人当然退伙： （1）作为合伙人的自然人死亡或者被依法宣告死亡； （2）作为合伙人的法人或者其他组织依法被吊销营业执照、责令关闭撤销，或者被宣告破产； （3）作为合伙人的自然人入伙后5年内与梦天股份及关联方解除劳动关系，或因违法、犯罪行为被拘留、判刑或被劳动改造； （4）法律规定或者合伙协议约定合伙人必须具有相关资格而丧失该资格； （5）合伙人在合伙企业中的全部财产份额被人民法院强制执行。

经核查，梦悦投资系其合伙人以自有资金对梦天家居进行投资的投资平台，不存在委托、信托持股或利益输送安排，也不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议；也无需按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定进行私募基金管理人或私募基金登记或备案。

③最近一年及一期的主要财务数据

单位：万元

2021年6月30日		2021年1-6月	2020年12月31日		2020年度
总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
818.31	818.31	166.76	818.05	817.55	134.37



以上数据未经审计。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人的现有股东均为适格股东，发行人直接、间接股东（或合伙人）、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与本次发行中介机构及其负责人、签字人员均不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在纠纷或潜在争议。

## （二）持有发行人 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署日，持有公司 5%以上股份的股东为梦天控股、梦家投资、范小珍、梦悦投资，具体参见上文“（一）发起人基本情况”之相关内容。

## （三）实际控制人的基本情况

公司的实际控制人为余静渊、范小珍夫妇，近三年来未发生变化。截至本招股说明书签署日，实际控制人直接和间接拥有公司 98%的表决权。

范小珍直接持有公司本次发行前 8%的股份，余静渊通过梦天控股控制公司本次发行前 75%的股份，同时，余静渊、范小珍通过梦家投资、梦悦投资分别拥有公司本次发行前 10%、5%的表决权。

公司实际控制人余静渊、范小珍的基本情况为：

姓名	国籍	拥有境外永久居留权	身份证号码	住所
余静渊	中国	无	332525196307*****	杭州市下城区山子巷
范小珍	中国	无	332525196307*****	杭州市江干区东方润园

余静渊、范小珍的简历参见“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事简介”之相关内容。

## （四）实际控制人控制的其他企业

报告期初至今，除本公司、梦天控股、梦家投资及梦悦投资外，公司实际控制人控制的其他企业基本情况如下：

## 1、简要情况

序号	名称	成立时间	注册资本/实收资本	注册地及主要生产经营地	股东或合伙人构成	主营业务	备注
1	浙江梦天	1995.1.17	6,000 万元	浙江省庆元县	余静渊 85%、余静滨 7.50%、范云 7.50%	木门生产及销售	于 2018 年 9 月注销
2	双兔投资	2018.3.22	1,100 万元	浙江省庆元县	余静渊 85%、余静滨 7.50%、范云 7.50%	投资管理	存续
3	晴朗贸易	2020.1.10	20,000 万元 /13,024.56 万元	浙江省庆元县	双兔投资 100%	未开展经营	存续
4	香港梦天	2003.6.5	14,075.20 万港元	香港	余静渊 100%	投资管理	存续
5	上海梦天	2001.5.18	500 万元	上海	余静渊 100%	未开展经营	于 2019 年 5 月注销
6	美国莫特	2004.10.25	100 万美元	美国加利福尼亚州	双兔投资 100%	未开展经营	于 2020 年 2 月注销

## 2、主要财务数据

单位：万元

名称	2021 年 6 月 30 日		2021 年 1-6 月	2020 年 12 月 31 日		2020 年度
	总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
双兔投资	36,091.34	20,726.06	-109.64	36,480.03	20,832.72	-751.13
晴朗贸易	12,878.73	13,021.81	-3.93	13,025.74	13,025.70	1.19
香港梦天（港元）	14,985.94	14,983.06	0.00	15,326.68	14,985.70	-338.57

2020 年度双兔投资财务数据已经深圳兰迪会计师事务所（普通合伙）审计；以上其他数据均未经审计。

## 3、浙江梦天的基本情况

浙江梦天于 1995 年 1 月 17 日在庆元县市场监督管理局注册成立，于 2018 年 9 月 30 日注销。

### （1）注销前基本情况

浙江梦天统一社会信用代码为 91331126704775445A，注册资本及实收资本均为 6,000 万元，法定代表人为余静渊，住所为浙江省丽水市庆元县松源镇小济路 11 号，经营范围：木门、门套、竹木地板、线条、橱柜等木竹制品生产、加工、销售、安装及售后服务，货物和技术进出口（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）。

注销前，浙江梦天的股权结构为：余静渊、余静滨、范云分别持股 85%、7.50%、7.50%。

## (2) 注销前业务开展情况

1995 年 1 月至 2017 年 12 月，浙江梦天主营业务为木门等木制品的生产及销售；2017 年 12 月 31 日，浙江梦天将经营木门的有效资产出售给梦天有限；2018 年 1 月至 2018 年 10 月注销期间，浙江梦天未开展实际经营业务。

## (3) 注销后人员、资产去向

2017 年 12 月 31 日，浙江梦天与梦天有限签订《资产收购协议书》，将其经营木门业务的有效资产出售给梦天有限，由梦天有限浙江分公司承接；2018 年 2 月 28 日，梦天有限、庆元梦天、梦天有限浙江分公司签订《资产收购协议书》，梦天有限将其持有的梦天有限浙江分公司的全部资产转让给庆元梦天。

2018 年 6 月 29 日，双兔投资与浙江梦天签订《庆元双兔投资有限公司与浙江梦天木业有限公司合并协议》，约定双兔投资吸收合并浙江梦天后而存续，浙江梦天解散并注销。2018 年 9 月 30 日，浙江梦天办理了注销登记。浙江梦天的剩余资产（货币资金、交易性金融资产、其他应收款等）转移至双兔投资，债权债务由双兔投资承接。

浙江梦天 2017 年 12 月将经营木门的有效资产出售给发行人后，已停止经营业务，其人员先后与发行人、庆元梦天重新签订了劳动合同，浙江梦天注销时无员工。

综上，原浙江梦天员工最终进入庆元梦天，注销时已无人员；浙江梦天经营木门的有效资产最终转移至庆元梦天，注销后的剩余资产全部由双兔投资承接。

## (4) 行政处罚

时间	处罚决定书文号	金额（万元）	事项
2018.1.22	庆环罚字[2018]1 号	2.90	油漆车间部分设备未按照规定安装、使用污染防治设施，产生的废气对周边环境造成一定影响

2020 年 9 月 9 日，丽水市生态环境局庆元分局出具《证明》：浙江梦天受到

相关行政处罚后，积极进行了整改，上述违法行为较轻微、罚款数额较小，未造成严重社会影响，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚。

### （五）控股股东和实际控制人持有发行人股权的质押或其他有争议情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东梦天控股和实际控制人余静渊、范小珍直接或间接持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

## 九、发行人有关股本的情况

### （一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前公司总股本为 16,600 万股，公司公开发行的股份数量不低于公司发行后股份总数的 25%，且不超过 5,536 万股，最终发行数量以中国证监会核准的发行数量为准，公司股东不在本次发行过程中进行老股转让。

公司发行前后，股本结构如下：

项目	股东名称/ 姓名	发行前		发行后	
		持股数 (万股)	持股比例 (%)	持股数 (万股)	持股比例 (%)
有限售条件的股份	梦天控股	12,450.0000	75.0000	12,450.0000	56.2432
	梦家投资	1,660.0000	10.0000	1,660.0000	7.4991
	范小珍	1,328.0000	8.0000	1,328.0000	5.9993
	梦悦投资	830.0000	5.0000	830.0000	3.7495
	余静滨	332.0000	2.0000	332.0000	1.4998
拟发行社会公众股		—	—	5,536.0000	25.0090
合计		<b>16,600.0000</b>	<b>100.0000</b>	<b>22,136.0000</b>	<b>100.0000</b>

### （二）发行人前十名股东情况

序号	股东	持股数量 (万股)	持股比例	股权性质
1	梦天控股	12,450.00	75.00%	一般境内法人股
2	梦家投资	1,660.00	10.00%	其他
3	范小珍	1,328.00	8.00%	自然人股
4	梦悦投资	830.00	5.00%	其他

5	余静滨	332.00	2.00%	自然人股
	合计	16,600.00	100.00%	—

### （三）发行人前十名自然人股东及其在公司担任的职务

序号	股东姓名	股份数（万股）	在发行人处任职情况
1	范小珍	1,328.0000	公司董事、总经理助理，庆元梦天监事，梦天销售执行董事，易家易居、莫特门控监事
2	余静滨	332.0000	公司董事、董事会秘书、设计院院长，梦天装饰、梦天销售总经理，易家易居、莫特门控执行董事，上海木极执行董事兼总经理

### （四）股东中的战略投资者持股及其简况

公司股东中无战略投资者。

### （五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

余静渊与范小珍系夫妻关系，余晚婧为余静渊和范小珍的女儿。本次发行前，范小珍直接持有公司 8% 的股份；范小珍、余静渊分别持有梦家投资 10% 和 90% 的财产份额，梦家投资直接持有公司 10% 的股份；范小珍、余静渊分别持有梦悦投资 5% 和 35% 的财产份额，梦悦投资直接持有公司 5% 的股份；余静渊和余晚婧分别持有梦天控股 60% 和 20% 的股权，梦天控股直接持有公司 75% 的股份。

余静滨与余静渊系兄弟关系。余静滨直接持有公司 2% 的股份，持有梦天控股 20% 的股权，持有梦悦投资 10% 的财产份额。

### （六）本次发行前股东的承诺

#### 1、避免同业竞争的承诺

公司的实际控制人、全体股东、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均作出了《避免同业竞争的承诺》，具体内容如下：

（1）本公司/本人/本企业目前没有、将来也不直接或间接从事与梦天家居及其控股的子公司现有及将来的业务构成同业竞争的任何活动，包括但不限于研发、生产和销售与梦天家居及其控股的子公司研发、生产和销售产品相同或相近似的任何产品，并愿意对违反上述承诺而给梦天家居造成的经济损失承担

赔偿责任；

(2) 对本公司/本人/本企业控股企业或间接控股的企业（不包括梦天家居及其控股子公司），将通过派出机构及人员（包括但不限于董事、经理）在该等企业履行本承诺项下的义务，并愿意对违反上述承诺而给梦天家居造成的经济损失承担赔偿责任；

(3) 自本承诺函签署之日起，如梦天家居进一步拓展其产品和业务范围，本公司及本公司控股的企业/本人及本人控股的企业/本企业及本企业控股的企业（不包括梦天家居及其控股子公司）将不与梦天家居拓展后的产品或业务相竞争；可能与梦天家居拓展后的产品或业务发生竞争的，本公司及本公司控股的企业/本人及本人控股的企业/本企业及本企业控股的企业（不包括梦天家居及其控股子公司）按照如下方式退出与梦天家居的竞争：①停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；②停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；③将相竞争的业务纳入到梦天家居来经营；④将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

## 2、股份锁定承诺

### (1) 控股股东梦天控股承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本公司持有发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本公司锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

### (2) 股东、实际控制人、董事范小珍承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人发行前直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人直接持有的发行人股份，不由梦天控股、梦家投资或梦悦投资回购本人持有的股权或财



产份额。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本人持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本人在锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

上述锁定期届满后，在担任发行人董事、高级管理人员期间，本人每年转让直接或间接持有股份不超过所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而拒绝履行。

### （3）股东、董事、高级管理人员余静滨承诺

自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人回购本人直接持有的发行人股份，不由梦天控股或梦悦投资回购本人持有的股权或财产份额。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本人持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本人在锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

上述锁定期届满后，在担任发行人董事、高级管理人员期间，本人每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。

上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而拒绝履行。

### （4）股东梦悦投资、梦家投资承诺



自发行人公开发行股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本企业发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

若发行人股票上市后六个月内，连续二十个交易日的收盘价均低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整，下同），或者上市后六个月，期末收盘价低于发行价，则本企业持有的发行人股票的锁定期自动延长六个月。

若本企业在锁定期届满后两年内减持发行人股票的，减持价格不低于发行价。

### 3、稳定股价的承诺

2020年5月7日，发行人2020年第一次临时股东大会通过了《关于<公司首次公开发行人民币普通股股票并上市后三年内稳定股价预案>的议案》，同时发行人、控股股东、实际控制人以及董事（独立董事除外）、高级管理人员对稳定股价做出承诺，具体如下：

（1）控股股东梦天控股、实际控制人余静渊、范小珍增持股份

①本公司/本人为稳定股价增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

②本公司/本人合计单次用于增持的资金不超过上一年度公司现金分红的30%，年度用于增持的资金合计不超过上一年度现金分红的60%。

③本公司/本人合计单次增持不超过公司总股本的2%。

④本公司/本人应在启动条件触发之日起2个交易日内，就增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告；并应在增持公告作出之日起2个交易日内开始启动增持方案。增持方案履行完毕后，公司应在2个交易日内公告公司股份变动报告。

⑤本公司/本人在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

如果本公司/本人未履行上述承诺，将在前述事项发生之日起停止在公司处领取股东分红，同时本公司/本人持有的公司股份将不得转让，直至本公司/本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

(2) 股东、同时作为董事、高级管理人员的余静滨增持股份

①本人为稳定股价增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

②本人单次用于增持公司股份的资金不超过上一年度从公司取得现金薪酬总和的 30%，且年度用于增持股份的资金不超过上一年度领取的现金薪酬总和的 80%。

③本人应在启动条件触发之日起 2 个交易日内，就增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告；并应在增持公告作出之日起 2 个交易日内开始启动增持方案。增持方案履行完毕后，公司应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告。

④本人在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

如果本人未采取上述稳定股价的具体措施，则本人将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬和股东分红（如有），同时本人直接或间接持有的公司股份（如有）不得转让，直至本人按上述预案内容的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。

**4、持股 5%以上股东的持股及减持意向的承诺**

(1) 控股股东梦天控股承诺

①本公司拟长期持有发行人股票；

②本公司将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计

划，在股票锁定期满后依法减持；

③本公司减持股票，应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

④本公司减持股票，应当按照法律、法规、上海证券交易所规则和本承诺，真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务；

⑤如果在锁定期满后两年内，本公司拟减持股票的，减持价格不低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整），且每年减持所持有的公司股份数量合计不超过发行人股本总额的5%。因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本公司所持发行人股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

⑥如果本公司未履行上述减持意向，本公司承诺接受以下约束措施：①将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；②本公司持有的发行人股份自本公司未履行上述减持意向之日起六个月内不得减持。

## （2）股东、实际控制人、董事范小珍承诺

①本人拟长期持有公司股票；

②本人将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后依法减持；

③本人减持发行人股票，应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

④本人减持发行人股票，应当按照法律、法规、上海证券交易所规则和本承诺，真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务；

⑤如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股票的，减持价格不低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整），且每年减持所持有的发行人股份数量合计不超过发行人

股本总额的 5%。因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本人所持发行人股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

⑥如果本人未履行上述减持意向，本人承诺接受以下约束措施：A、将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；B、本公司持有的发行人股份自本公司未履行上述减持意向之日起六个月内不得减持。

### (3) 梦悦投资、梦家投资承诺

①本企业拟长期持有发行人股票；

②本企业将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后依法减持；

③本企业减持发行人股票，应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

④本企业减持发行人股票，应当按照法律、法规、上海证券交易所规则和本承诺，真实、准确、完整、及时地履行信息披露义务；

⑤如果在锁定期满后两年内，本企业拟减持股票的，减持价格不低于发行价（若发行人股票已发生派息、送股、转增股本、增发新股等除权除息事项，则发行价作相应调整），且每年减持所持有的发行人股份数量合计不超过发行人股本总额的 5%。因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本企业所持发行人股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更；

⑥如果本企业未履行上述减持意向，本企业承诺接受以下约束措施：①将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；②本企业持有的发行人股份自本企业未履行上述减持意向之日起六个月内不得减持。

## 5、填补被摊薄即期回报的承诺

(1) 控股股东、实际控制人的相关承诺

公司的控股股东梦天控股、实际控制人分别根据中国证监会的相关规定，为保障公司填补即期回报措施能够得到切实履行，作出如下承诺：

①任何情形下，本公司/本人均不得滥用控股股东/实际控制人地位，均不会越权干预公司经营管理活动，不会侵占公司利益；

②承诺不得无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益；

③本公司/本人将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费；

④不得动用公司资产从事与本公司/本人履行职责无关的投资、消费活动；

⑤积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合填补摊薄即期回报的要求；支持公司董事会或薪酬与考核委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑥在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑦本公司/本人承诺全面、完整、及时履行有关填补回报措施的承诺。若本公司/本人违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本公司/本人愿意：A、在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；B、依法承担对公司和/或股东的补偿责任；C、无条件接受中国证监会和/或上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本公司/本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

(2) 股东、同时作为董事、高级管理人员的余静滨承诺

①不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益；

②本人将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履

行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费；

③不会动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

④积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合填补摊薄即期回报的要求；支持公司董事会或薪酬与考核委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑤在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑥本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本人愿意：A、在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；B、依法承担对公司和/或股东的补偿责任；C、无条件接受中国证监会和/或上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

## 6、关于信息披露违规的承诺

（1）控股股东梦天控股、实际控制人余静渊及范小珍承诺

若因公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司/本人将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股。若因公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司/本人将依法赔偿投资者损失，并依法承担相关法律责任。

（2）股东，同时兼任董事、高级管理人员的余静滨承诺

若因公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失，并依法承担相关法律责任。

## 十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

发行人不曾存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东



数量超过二百人的情况。

## 十一、发行人员工及其社会保障情况

### （一）员工人数及构成

#### 1、员工人数

单位：人

员工	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
在册员工	2,686	2,716	3,009	3,518
劳务派遣用工	160	171	186	140
<b>用工总数</b>	<b>2,846</b>	<b>2,887</b>	<b>3,195</b>	<b>3,658</b>

报告期内，整体家居行业市场前景广阔，公司用工总数逐年下降，主要系公司实施生产线信息化、智能化改造，推进“机器换人”的结果，并非市场不景气所导致。

报告期内，公司不存在群体性劳动纠纷或潜在纠纷。

报告期内，公司积极推行生产线的智能化技术改造，提升劳动生产率，一定程度上降低了生产总成本，提升了经营业绩，符合国家产业政策引导方向和行业发展趋势，有助于保障公司的持续盈利能力；公司不存在未顾及长远发展利益，单纯靠减少人工来提高经营业绩的情形。

因此，上述人员减少不会对公司未来持续经营发展造成重大不利影响。

#### 2、员工的专业、学历、年龄结构

##### （1）员工专业结构

截至报告期末，员工专业结构如下：

专业结构	人数（人）	占比（%）
销售人员	250	9.31
管理人员	276	10.28
技术人员	318	11.84
生产人员	1,842	68.58
<b>合计</b>	<b>2,686</b>	<b>100.00</b>



## (2) 员工教育结构

截至报告期末，员工教育结构如下：

受教育程度	人数（人）	占比（%）
本科及以上	155	5.77
大专	334	12.43
高中及中专	399	14.85
高中以下	1,798	66.94
<b>合计</b>	<b>2,686</b>	<b>100.00</b>

## (3) 员工年龄分布

截至报告期末，员工年龄分布如下：

年龄区间	人数（人）	占比（%）
30岁及以下	501	18.65
31-40岁	753	28.03
41-50岁	1,094	40.73
51岁及以上	338	12.58
<b>合计</b>	<b>2,686</b>	<b>100.00</b>

## 3、劳务派遣相关情况

报告期内，发行人存在劳务派遣用工方式。发行人与有资质的劳务派遣公司签订了劳务派遣协议，劳务派遣公司与被派遣劳动者签订劳动合同，发行人与被派遣劳动者间不存在劳动合同纠纷。发行人已按派遣协议约定向劳务派遣公司支付社保费，由劳务派遣公司承担被派遣人员的社会保险及法律法规规定的福利费用的缴纳义务，公司未单独为劳务派遣员工缴纳社会保险及公积金。发行人劳务派遣员工数量未超过其用工总量的 10%，且主要在辅助性岗位使用劳务派遣员工，发行人按同工同酬的原则确定劳动报酬，发行人劳务派遣方式的用工制度符合国家有关规定。

劳务派遣员工工资水平具体参见下文“（四）公司薪酬情况”之相关内容。

## 4、劳务外包

截至报告期末，公司与嘉善超信外包服务有限公司签订协议，向其购买包装、装卸、保洁、绿化等服务。

## （二）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

### 1、社会保险和住房公积金缴纳情况

#### （1）公司单位和个人社会保险缴纳情况

##### ①报告期内，公司单位和个人的社会保险缴费比例情况

社会保险		养老保险	医疗保险	失业保险	生育保险	工伤保险	
2018年度	单位	梦天家居	14.00%	5.00%	0.50%	0.50%	1.50%
		庆元梦天	14.00%	6.00%	0.50%	0.50%	0.80%
	个人	8.00%	1.50%、2.00%	0.50%	-	-	
2019年度	单位	梦天家居	14.00%	5.00%	0.50%	0.50%	1.50%
		庆元梦天	14.00%	6.00%	0.50%	0.50%	1.00%
	个人	8.00%	1.50%、2.00%	0.50%	-	-	
2020年度	单位	梦天家居	14.00%	9.00%	0.50%	-	1.00%、0.88%
		庆元梦天	14.00%	6.00%、6.50%	0.50%	-	1.40%
		莫特门控	14.00%	11.70%	0.50%	-	0.25%、0.20%
		梦天销售	14.00%	11.70%	0.50%	-	0.20%
	个人	8.00%	2.00%	0.50%	-	-	
2021年上半年	单位	梦天家居	14.00%	9.00%	0.50%	-	0.55%
		庆元梦天	14.00%	6.50%	0.50%	-	1.44%
		莫特门控	14.00%	9.90%	0.50%	-	0.20%
		梦天销售	14.00%	9.90%	0.50%	-	0.20%
	个人	8.00%	2.00%	0.50%	-	-	

注：报告期内，公司根据当地政策对社会保险缴费比例进行相应调整；2020年起，生育保险和医疗保险合并，统一征缴。

##### ②报告期内，公司员工社会保险缴纳情况

项目	2021年6月末 (人)	2020年末 (人)	2019年末 (人)	2018年末 (人)
员工总人数	2,686	2,716	3,009	3,518
其中：退休返聘	7	8	3	34
在其他单位缴纳	4	1	1	3

当月入职正在办理 缴纳手续	72	18	3	92
未缴纳人数	4	3	15	17
实际缴纳人数	2,599	2,686	2,987	3,372

(2) 报告期内，公司单位和个人住房公积金缴纳情况

①报告期内，公司单位和个人的住房公积金缴费比例情况

单位	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
梦天家居	5.00%	5.00%	5.00%	8.00%
庆元梦天	定额 200 元	定额 200 元	定额 200 元	定额 150 元
莫特门控	5.00%	5.00%	—	—
梦天销售	5.00%	5.00%	—	—

②报告期内，公司员工住房公积金缴纳情况

项目	2021年6月末 (人)	2020年末 (人)	2019年末 (人)	2018年末 (人)
员工总人数	2,686	2,716	3,009	3,518
其中：退休返聘	7	8	3	34
在其他单位缴纳	1	0	1	1
当月入职正在办 理手续	72	18	3	92
未缴纳人数	7	3	16	20
实际缴纳人数	2,599	2,687	2,986	3,371

## 2、部分员工未缴纳社会保险、住房公积金原因

报告期内各期末，少部分员工未缴纳社会保险、住房公积金，主要原因为该部分员工即将到达法定退休年龄，本人不愿缴纳。

假定公司为员工全部缴纳社会保险和住房公积金，报告期内补缴金额很小，不会对发行人持续经营造成不利影响。

### (三) 主管部门的合法证明及控股股东、实际控制人的承诺

#### 1、人力资源和社会保障局、住房公积金主管部门的无违法违规证明

(1) 梦天股份

2021年8月3日，嘉兴市住房公积金管理中心嘉善县分中心出具《证明》：梦天股份自2017年1月起至该证明出具日，能够遵守国家、地方有关住房公积金的法律、法规及规范性文件，已依法办理住房公积金的缴存登记手续，依法为其员工建立住房公积金账户，并依法为在册员工按时缴纳住房公积金，至今不存在因违法国家、地方有关住房公积金的法律、法规及规范性文件的规定而受到行政处罚的情况。

2021年8月3日，嘉善县人力资源和社会保障局出具《社保证明》：2017年1月1日起至2021年6月30日，梦天股份无劳动保障行政处罚记录。

### （2）庆元梦天

2021年7月19日，丽水市住房公积金管理中心庆元分中心出具《证明》，确认：庆元梦天自2018年2月5日至今，不存在违反国家有关公积金管理相关法律法规的情形，在该单位不存在任何因违反公积金相关法律法规而受到行政处罚的记录。

同日，庆元县人力资源和社会保障局出具《证明》，确认：庆元梦天自2018年2月5日起至今不存在违反国家有关社会保险、劳动用工和劳动保障法律法规的情形，在该单位不存在任何因违反社会保险、劳动用工和劳动保障相关法律法规而受到行政处罚的记录。

### （3）莫特门控

2021年8月6日，杭州市滨江区人力资源和社会保障局出具《用人单位劳动保障信用情况证明》，确认：莫特门控自2018年1月至本证明出具日期间，未发现因劳动保障违法行为被行政处理处罚的记录。

2021年7月21日，杭州住房公积金管理中心出具《证明》，确认：莫特门控至今无住房公积金行政处罚记录。

### （4）梦天销售

2021年8月4日，杭州市江干区人力资源和社会保障局出具《用人单位劳动保障信用情况证明》，确认：梦天销售自2018年1月至本证明出具日期间，未发现因劳动保障违法行为被行政处理处罚的记录。

2021年8月4日，杭州住房公积金管理中心出具《证明》，确认：梦天销售至今无住房公积金行政处罚记录。

#### （5）梦天有限浙江分公司

2020年3月6日，丽水市住房公积金管理中心庆元县分中心出具《证明》，确认：梦天有限浙江分公司自2017年12月4日起至2018年7月23日期间，不存在违反国家有关公积金管理相关法律法规的情形，在该单位不存在任何因违反公积金相关法律法规而受到行政处罚的记录。

同日，庆元县人力资源和社会保障局出具《证明》，确认：梦天有限浙江分公司自2017年12月4日至2018年7月23日期间不存在违反国家有关社会保险、劳动用工和劳动保障法律法规的情形，在该单位不存在任何因违反社会保险、劳动用工和劳动保障相关法律法规而受到行政处罚的记录。

## 2、控股股东及实际控制人的承诺

控股股东梦天控股及实际控制人余静渊、范小珍分别做出承诺：

若梦天家居被要求为其员工补缴未缴纳或者未足额缴纳的“五险一金”，或因“五险一金”缴纳问题受到有关政府部门的处罚，本公司/本人将全额承担该部分补缴款项或因被处罚造成的一切直接和间接损失，并不向梦天家居追偿，保证梦天家居不因此遭受任何损失。

## （四）公司薪酬情况

### 1、员工薪酬制度

为规范薪酬管理工作，完善价值评估与分配体系，以调动员工的积极性和促进公司持续发展，公司制定了薪酬核算管理制度，对薪酬设计原则、薪酬结构、福利以及薪酬调整、计算与发放等内容进行了明确。

根据相关制度的规定，梦天家居根据不同岗位设定了不同的工资类别，包括计件工资、计时工资、KPI 工资、PPV 工资等，工资结构由基本工资、加班费、岗位津贴、绩效工资、工龄奖、通讯补贴、伙食补贴等构成。子公司庆元梦天的生产员工工资由产量工资、绩效工资、6S 工资构成；其他员工工资由底

薪、经营绩效、个人绩效、工龄补贴、特殊补贴、奖金等构成。

## 2、各级别、各类岗位员工收入水平与当地平均工资水平比较情况

单位：万元/人·年

项目	级别/岗位	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
不同级别员工收入水平	董监高及核心技术人员	17.43	64.53	68.43	44.10
	中层员工	7.78	21.32	21.78	18.56
	普通员工	4.45	7.13	7.47	7.10
不同岗位员工收入水平	管理人员	6.71	11.44	12.55	12.57
	销售人员	9.92	18.53	20.59	17.46
	技术人员	5.50	9.85	8.96	8.66
	生产人员	3.62	6.58	6.61	6.62
总体收入水平	总计	4.72	8.53	8.26	7.88
劳务派遣人员收入水平	劳务派遣	3.17	6.25	5.58	5.77
当地平均工资水平	浙江省全社会单位就业人员年平均工资—私营单位制造业[注]	-	5.93	5.51	5.09

注：来源于浙江省统计局网站公布的浙江统计年鉴、统计公报，2021年上半年数据尚未公布。

报告期内，公司薪酬水平高于所在地区平均工资水平，具有一定竞争力；公司劳务派遣人员薪酬总体低于生产人员，主要系其加入公司时间较短，业务熟练程度不及自有生产人员，且主要从事临时性、辅助性、基础性工作，加上用工具有季节性，其工作强度及出勤天数少于自有生产人员。

## 3、未来薪酬制度及水平变化趋势

公司根据国家政策和物价水平等宏观因素、行业和地区竞争状况、公司整体经济效益，结合员工激励机制对薪酬水平进行调整；根据职务变动或岗位职责变动等原因对员工薪酬进行个别调整。预计未来工资水平，在单位员工基本工资增长的基础上，其效益工资与公司经营业绩保持一致。

## 十二、持有 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况

### **（一）避免同业竞争的承诺**

为避免同业竞争，保障公司利益，公司的控股股东梦天控股、实际控制人余静渊和范小珍、持有公司 5% 以上的主要股东梦家投资、梦悦投资以及公司的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员分别作出《避免同业竞争的承诺》，具体内容详见本节“九、发行人有关股本的情况”之“（六）本次发行前股东的承诺”之“1、避免同业竞争的承诺”。

### **（二）股份锁定承诺**

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺”之“（一）股份锁定承诺”。

### **（三）关于信息披露违规的承诺**

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺的说明”之“（二）关于信息披露违规的承诺”。

### **（四）关于稳定股价的承诺**

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺的说明”之“（三）关于稳定股价的承诺”。

### **（五）公司发行前持股 5% 以上股东的持股及减持意向**

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺”之“（四）本次发行前持股 5% 以上股东的持股及减持意向的承诺”。

### **（六）填补被摊薄即期回报的承诺**

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺的说明”之“（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。



## 第六节 业务与技术

### 一、公司的主营业务、主要产品及其设立以来的变化情况

#### （一）公司主营业务

公司主要从事木门、墙板、柜类等定制化木质家具的设计、研发、生产和销售，为客户提供家居的整体空间解决方案。

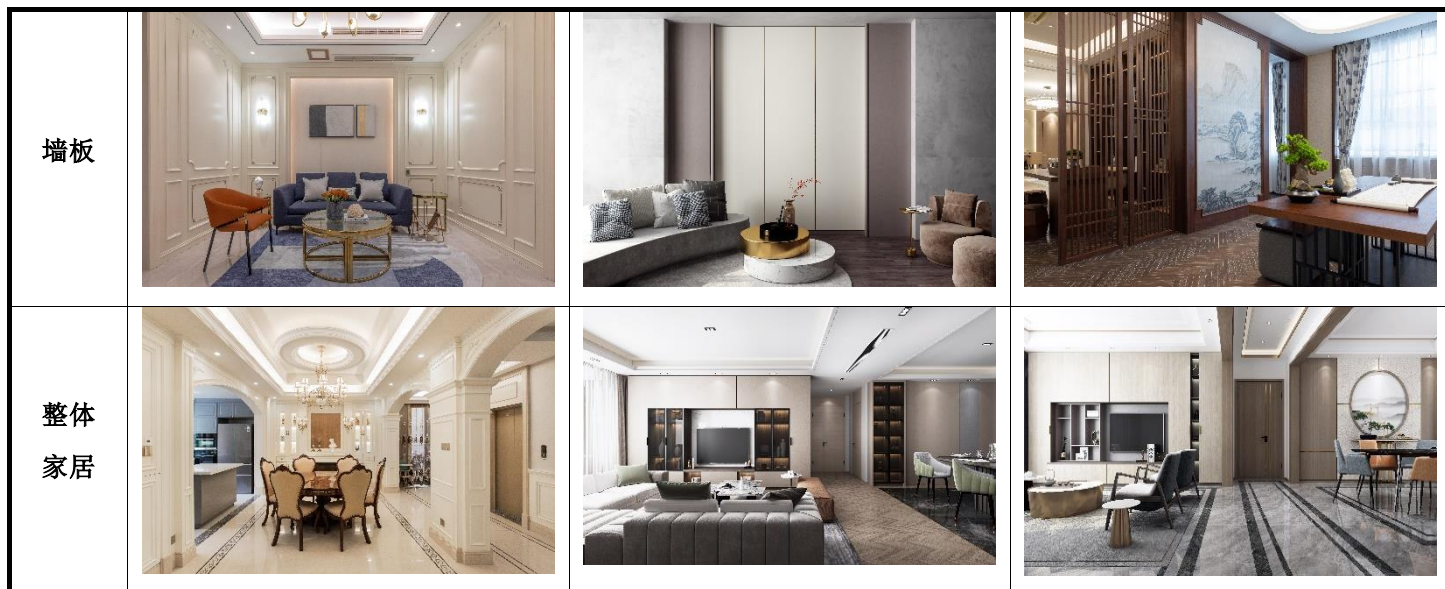
经中国木材与木制品流通协会认定，2017—2020 年度，公司在木门市场销售规模上，在国内家居行业同类企业中排名前三。

#### （二）公司的主要产品

公司的主要产品为“梦天”品牌的系列木门、墙板、柜类等家具产品，共同构建成个性化、定制化的整木定制家居。

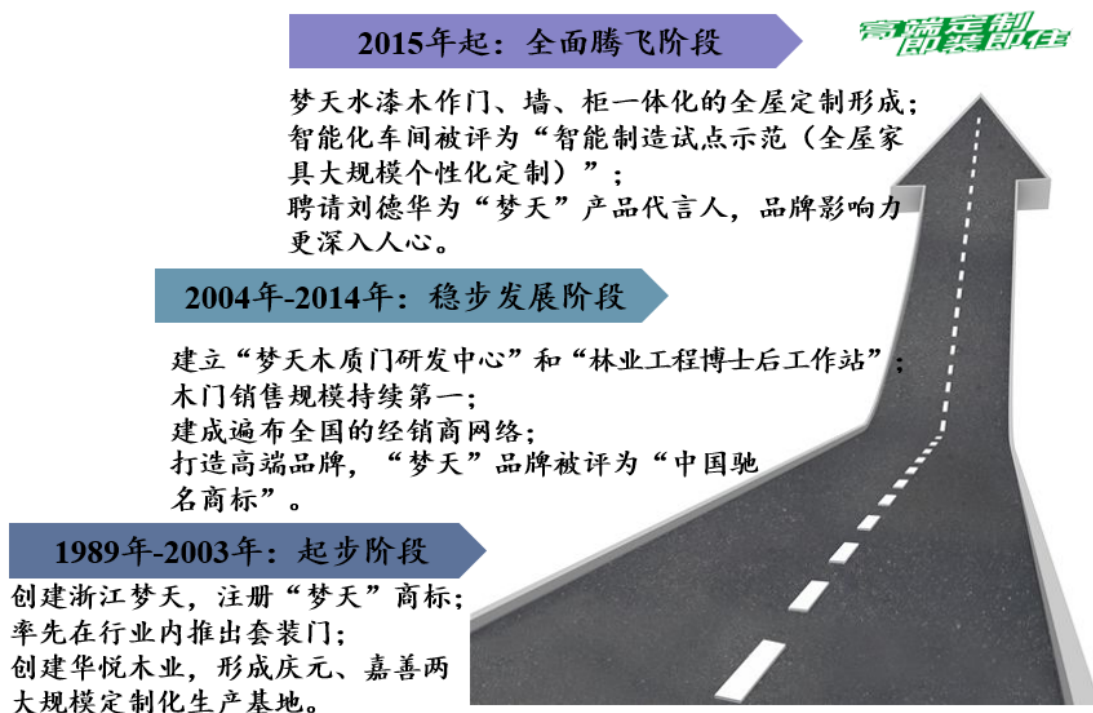
公司生产的主要产品如下图所示：

类型	新经典风格	新现代风格	新中式风格
木门			
柜类			



### (三) 公司主营业务变化情况

自设立以来，公司主要从事定制化木质家具的设计、研发、生产和销售，主营业务未发生变化。公司通过不断对产品设计和工艺推陈出新，努力打造优质的市场形象和品牌，主营业务呈现以下发展历程：



## 二、公司所处行业基本情况

### (一) 行业管理体制

根据《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2017)，公司所从事的行业为家具制造业(C21)中的木质家具制造业(C211)；按照中国证监会公布的《上市公司行业分类指引(2012年修订)》，公司所从事的行业为制造业中的家具制造业(C21)。

### 1、行业主管部门

公司所处的木质家具制造业，由国家发展和改革委员会统一制定产业政策；行业主管部门为工业和信息化部消费品工业司；行业质量技术监督部门为国家市场监督管理总局产品质量安全监督管理司及国家林业和草原局。

行业自律组织主要有中国木材与木制品流通协会、中国林产工业协会、中国建筑材料流通协会、中国家具协会、全国工商联家具装饰业商会、中国连锁经营协会等。

政府部门和自律管理机构对本行业的管理和服务职能主要体现在为企业提供政策指导、法律监管和会员服务上，包括制定产业政策、规划行业发展战略、制定产品质量监督和技术标准、优化行业发展环境等。

### 2、行业主要法律法规

我国家具行业实行的主要法律法规如下所示：

序号	法规
1	《中华人民共和国价格法》
2	《中华人民共和国产品质量法》
3	《中国家具协会家具设计保护试行办法》
4	《中华人民共和国商标法》
5	《中华人民共和国消费者权益保护法》

### 3、行业主要产业政策

目前，我国颁布的家具行业及其上下游的产业政策主要如下表所示：

文件名	文号/发文单位	主要内容
产业结构调整指导目录（2019 年本）	发改委 2019 年第 29 号令	“木、竹、草（包括秸秆）人造板及其复合材料技术开发及应用”、“木材及木（竹）质材料节能、节材、环保加工技术开发与利用”属于鼓励类项目。
林业发展“十三五”规划	国家林业局	加快传统木材加工业转型升级，打造制浆造纸、家具制造等林产品深加工产业集群。依托沿海口岸辐射和临港工业能力，建设一批国家进口木材资源储备加工交易基地和地板、家具、木结构建筑等木竹加工产业集群。优化人造板、家具、木浆造纸、林业装备制造和林业循环经济等产业布局，依托资源禀赋和口岸，打造一批精深加工产业集群，发挥重点产业聚集效应和区域产业竞争优势。推进林浆纸一体化、林板一体化建设，延长产业链和价值链，引导人造板、家具、木浆造纸、林化产品等产业集聚发展，培育 30 个具有国际影响力的示范产业集群，淘汰落后产能 80% 以上。
建筑业发展“十三五”规划	住房和城乡建设部	建筑节能及绿色建筑发展目标：到 2020 年，城镇绿色建筑占新建建筑比重达到 50%，新开工全装修成品住宅面积达到 30%，绿色建材应用比例达到 40%。
中国家具行业“十三五”发展规划	中国家具协会	“新型城镇化建设”规划等战略，将进一步扩大城镇消费群体、优化消费结构、释放消费潜力，发挥我国的人口红利和人才红利，带来城市基础设施、公共服务设施和住宅建设等巨大投资需求，带来持续的发展动力和新一轮的消费增长。二孩政策的全面开放将在一定时期内促进儿童家具的发展，并在长远的未来为家具行业提供持续的市场需求和发展动力。
十三部门关于印发制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022 年）的通知	工信部、发改委、人社部、中国证监会等 13 个部门	提升制造业设计能力，能够为产品植入更高品质、更加绿色、更可持续的设计理念；能够综合应用新材料、新技术、新工艺、新模式，促进科技成果转化应用；能够推动集成创新和原始创新，助力解决制造业短板领域设计问题。

## （二）家具行业的发展概况及发展前景

### 1、家具定义

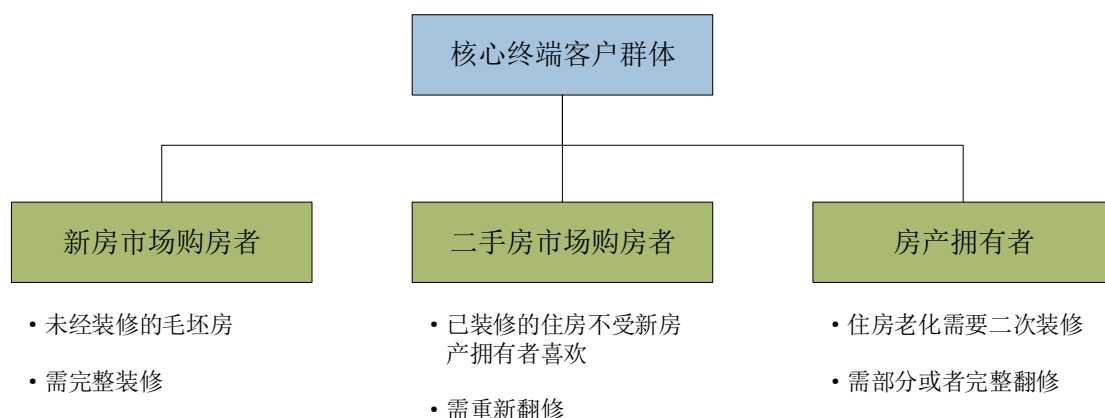
家具行业属于消费产品及服务零售行业类别。家具作为住房装修不可或缺的部分，可以起到安全、装饰、心里满足等作用，是人民居住的重要需求。

现阶段，受居民可支配收入提高、消费结构升级影响以及在中国居民的实木情结推动下，我国木质家具行业迎来了新一轮的发展机遇，木质家具的市场规模不断扩大。

### 2、家具产品的核心终端消费群体

家具产品的终端消费者主要分为以下三类：



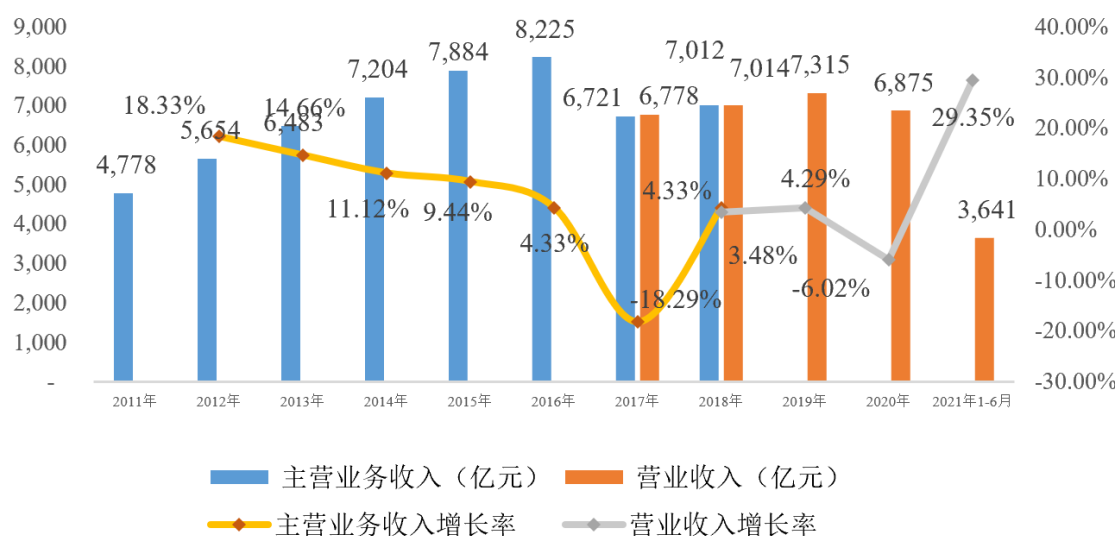


### 3、家具行业发展现状

受益于国民经济的平稳发展，国内家具行业相较于其他主要消费产品及服务零售行业具有更高的增速。

根据国家统计局对规模以上企业的统计，2011年至2016年期间，中国家具制造业主营业务收入连年攀升，2017年度有所调整；2017年度、2018年度、2019年度、2020年度，中国家具制造业的营业收入分别为6,778亿元、7,014亿元、7,315亿元及6,875亿元，其中：2018年度、2019年度，持续回升；2020年度，受新冠疫情影响，营业收入略有下降；2021年1-6月，呈现持续复苏态势，具体如下图所示：

中国家具制造业主营业务收入和营业收入变动情况



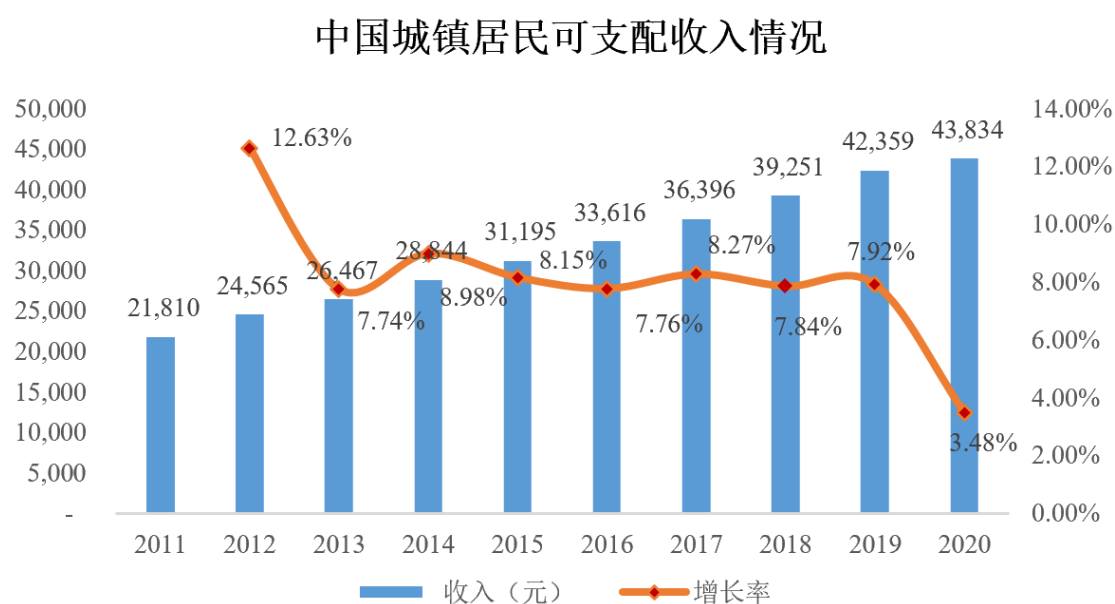
数据来源：国家统计局

### 4、家具行业的发展前景

### (1) 国民收入水平提高为行业需求增长提供支撑

随着宏观经济的发展，我国城镇居民可支配收入持续增长，居民消费能力提升，同时居民消费结构和消费理念也出现了一定变化，影响居民消费行为的因素从单纯的价格因素逐渐发展到品牌、质量、信誉、服务以及购物环境等综合因素。同时城镇居民可支配收入的提高，也为整体家居行业需求的增长提供了强有力的支撑。

根据国家统计局的数据，2011年至2020年，中国城镇居民人均可支配收入由21,810元上升至43,834元，年均复合增长率为8.06%，具体参见下图所示：



数据来源：国家统计局

### (2) 国家城镇化水平不断提高，为家具行业提供广阔市场

进入21世纪以来，中国的城镇化率不断提升。2011—2020年，中国城镇化率从51.27%提升至63.89%，发改委印发《2019年新型城镇化建设重点任务》，提出要继续加大户籍制度改革力度，全面放开放宽落户条件，并全面取消重点群体落户限制，积极推动已在城镇就业的农业转移人口落户。城镇化进程加快以及随之而来的人口迁移有利于房地产市场和整体家居行业的发展。

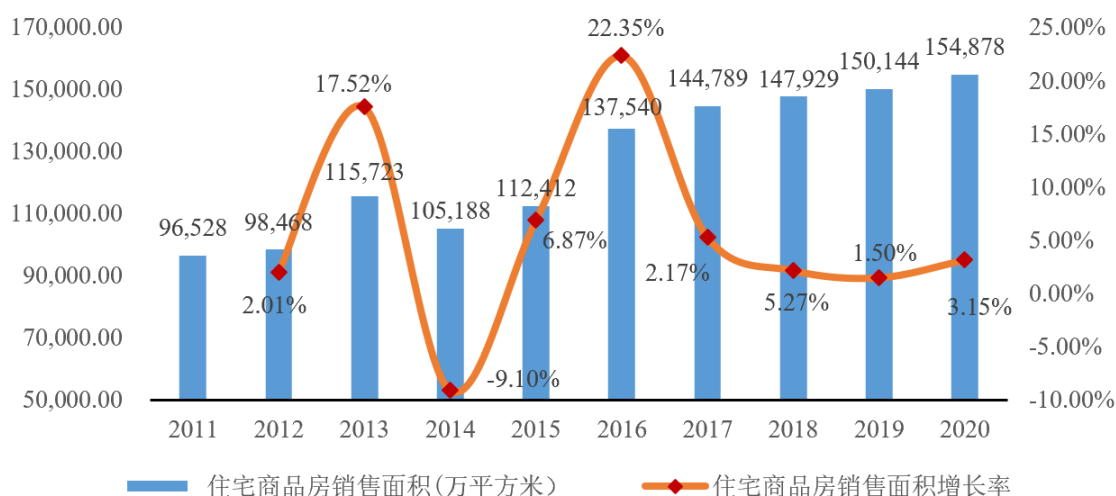
### (3) 庞大的适婚人群成为消费主力

婚育购房需求使装修和家具需求平稳增长。20 世纪 80 年代，中国进入第三次生育高峰期，1985 年至 1998 年出生的人口数量处于较高水平。这些年龄段的人口目前属于适婚、适育人群，为未来购房需求的主力军。出生高峰期带来的人口数量增长，将促进购房需求，从而带来装修和家具需求的增长。

#### (4) 房地产市场继续为家具行业提供发展空间

近年来，我国房地产和建筑行业不断发展，有效改善了城镇居民的住房条件。在房地产政策坚持“房住不炒”的基调下，房地产行业的平稳发展带来住宅销售面积的增加，推动了家居装饰及家具市场的稳定增长。2011年至2020年，我国住宅商品房销售面积及增长率情况如下：

中国住宅商品房销售面积及增长率



数据来源：国家统计局

#### (5) 精装修发展进入快车道，同时大力发展绿色环保建材

《建筑业发展“十三五”规划》明确要求，到2020年，新开工全装修成品住宅面积达到30%，城镇绿色建筑占新建建筑比重达到50%，绿色建材应用比例达到40%。

在中央的倡导下，地方政府也陆续出台了相应的“全装修”政策，明确提出全装修覆盖率，努力提高全装修渗透率。

全装修已经进入发展的快车道，由此带来的大宗工程业务将驱动家具行业



的快速增长。

另外，未来，我国家具行业也将更重视生产工艺和产品的绿色环保，有效降低生产过程的能源消耗，进一步保障消费者的健康和权益。

### **（三）定制家居行业的发展现状及发展方向**

整体家居定制是指基于使用者为中心进行的全屋家具完全定制，从设计入手将家具与室内装修、装饰等之间的关系充分协调。梦天家居主要从事整体家居中的木质家具木门、柜类、墙板、吊顶等产品的一体化定制。

随着居民收入增长、消费理念的升级转变以及环保意识的提升，人们对家具产品的需求已不仅限于满足基础的使用功能，更偏好于个性化设计、品质化、品牌化的消费导向，使得对定制类产品的需求不断提升，推动家具行业中的定制家居市场逆势增长。

#### **1、定制家居概念**

定制家居是指为消费者量身定制，通过自动化、规模化生产个性化板式家具，以满足消费者个性化需求的家居服务。

#### **2、定制家居行业特征**

与规模化、标准化的成品家具行业相比，定制家居行业具有以下特征：

（1）根据消费者需求定制生产家具，企业在前端接单后进行生产，以销定产，产品基本零库存，使得定制家居企业较成品家居企业的资金占用少；

（2）非标准化产品的特性，决定了定制家居企业提供的服务链条长，涵盖了设计、生产、安装等一整套服务流程；

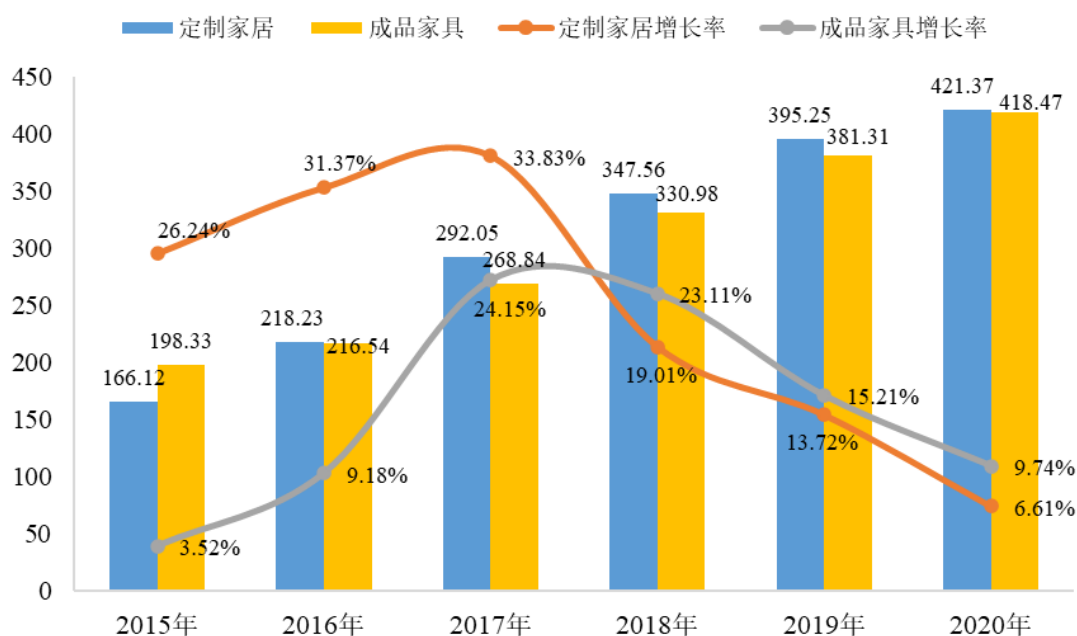
（3）企业后端通过自动化和柔性化制造实现标准化生产，从而能够释放规模效应，提升制造环节的效率；

（4）定制家居企业的经销渠道销售占比较高，终端客户以个人消费群体为主，一般采用先预付款再生产的产品决算模式，使得其现金流充裕、盈利质量高。

### 3、定制家居行业的发展现状

现分别选取代表性的定制家居和成品家具上市公司为样本，比较分析2015—2020年两大家具细分市场的营业收入及其变动状况，具体如下图所示：

2015年-2020年定制家居和成品家具上市公司营业收入（亿元）



数据来源：各上市公司年报

注：定制家居上市公司分别为欧派家居、索菲亚、尚品宅配、志邦家居、好莱客、金牌橱柜、皮阿诺、我乐家居和顶固集创；成品家具上市公司分别为顾家家居、喜临门、梦百合、美克家居、曲美家居、亚振家居、菲林格尔和大亚圣象。

如上图所示，2020年度，上述定制家居上市公司的营业收入合计为421.37亿元，同比增长6.61%；2015—2020年，上述定制家居上市公司的营业收入复合增长率为20.46%，高于同期成品家具上市公司的复合增长率16.11%。

随着越来越多的定制家居品牌公司成功上市，定制家居行业已进入渠道、品类、产能快速扩张时期，行业竞争加剧，同时该细分行业的高成长性、优质盈利性吸引了上游企业、成品家具企业的进入，销售渠道被多元化截流，行业增速有所放缓。

### 4、定制家居行业的未来发展方向

(1) 销售渠道多元化建设，业务下沉至三四线城市

随着新兴渠道的崛起，定制家居行业渠道发生变革，客流分化明显，产品

供需结构发生显著变化，定制家居企业开始向下游延伸，除了家居卖场、建材城以外，电商、整装、体验展厅成为渠道多元化建设的新选择；在全装修政策大力推动下，大宗工程渠道成为定制家居企业大力拓展的重要渠道，龙头企业均将大宗业务纳入“全渠道扩张”的战略，以扩大市场份额，未来这一渠道的销售占比将不断提升。

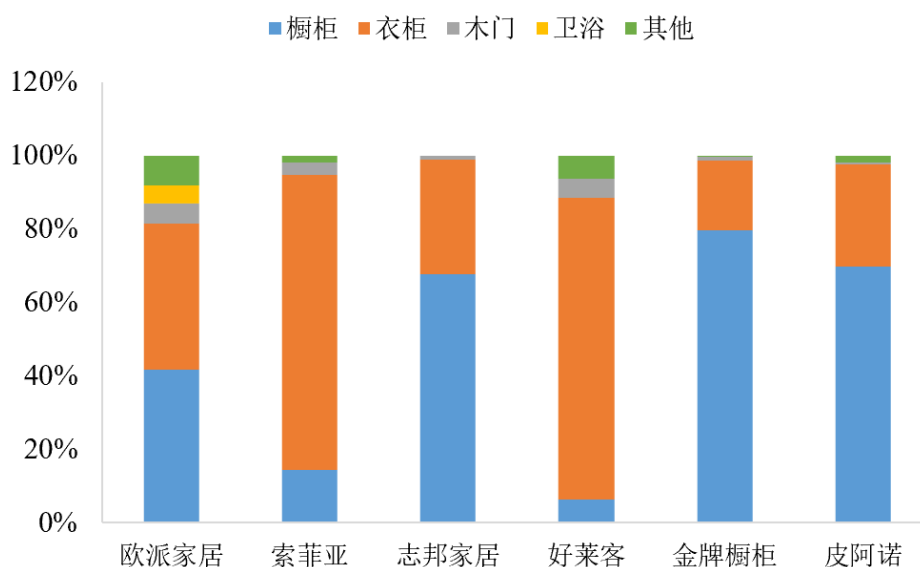
此外，人们生活水平及物质需求的稳步提升，带来了三、四线城市的消费升级，定制家居企业为完善业务营销网络，纷纷布局三、四线城市，为定制家居企业提供了新的业务增长空间。

### (2) 多品类全屋定制，构建大家居生态链

全屋定制能够满足消费者的个性化需求，为客户提供家具产品中高端整体解决方案，正逐渐成为消费升级的趋势和行业主流。

随着企业生产技术的提高和居民家具消费理念的成熟，定制家居范围逐步拓展到厨房、卧室、书房、客厅等全屋领域，涵盖橱柜、衣柜、木门、卫浴等众多家具品类。为迎合市场消费趋势变化，定制家居品牌商纷纷通过自建或收购的方式发展其他品类，如欧派家居在橱柜和衣柜业务基础上，延伸至木门、卫浴等产品；索菲亚在衣柜基础上，进军橱柜和木门等领域。2020 年度定制家居主要上市公司各品类收入分布结构如下图所示：

**2020年度定制家居上市公司各品类收入分布结构**



数据来源：各上市公司年报

虽然，定制家居企业产品线扩展还存在一定品类融合竞争的问题，但实施整体家居、全屋定制战略，构建大家居生态链，满足消费者一站式采购需求，已成为定制家居行业产品端的发展趋势。

### （3）借助信息技术，进行智能化升级改造

当前定制家居企业的竞争，不仅局限于渠道布局和品类扩展，扩大智能化生产设备的使用范围正逐渐成为定制家居行业新的竞争领域。随着现代信息技术的发展，部分家具企业借助信息系统、自动加工系统等技术，将数字控制加工设备转变为能根据加工指令智能操作的自动化机械制造系统，实现柔性化生产，提升大规模非标定制能力，以满足消费者对定制家具的需求。

未来，通过持续对现有生产基地进行智能化升级改造，采用机器和智能算法进行生产数据实时分析、订单信息精准定位，以机器指挥机器，减少人工与人为错误，实现信息化、自动化和智能化的大规模定制生产，已成为定制家居行业生产端的发展趋势。

## 三、公司所在行业主要特点

### （一）行业特有的经营模式

定制家居行业的生产模式为以客户为中心，按客户要求的尺寸、颜色、材质进行定制化生产。

销售模式采取经销与直营相结合的模式。经销采取经销商专卖店模式；直营模式分为直营店、家装公司和大宗工程客户销售模式。

定制家居行业主要以经销商的零售模式为主，随着新兴渠道的崛起，家装公司整装模式以及大宗工程业务模式发展较快。

经销模式指生产企业将自己所拥有的品牌、商标等授予经销商使用，并提供经销商人员培训、经营管理等帮助，由经销商设立专卖店销售企业生产的产品，并由经销商自行承担经营风险。采用经销商专卖店模式，有利于企业充分借助经销商的经验和社会资源，快速建设销售渠道，迅速扩大市场份额。

### （二）行业的周期性、区域性和季节性特征

## 1、行业周期性

定制家居行业主要与国民经济收入水平、宏观经济发展情况以及房地产行业景气度等相关，一定程度上受到宏观经济政策调控的影响。目前，定制家居特别是定制整体家居正处于快速发展的阶段。

## 2、行业区域性

从消费端看，定制家居行业没有明显的区域性特征，但与人均可支配收入水平相关度较高，因此，呈现出东部沿海等经济发达地区的消费额较高的情形。

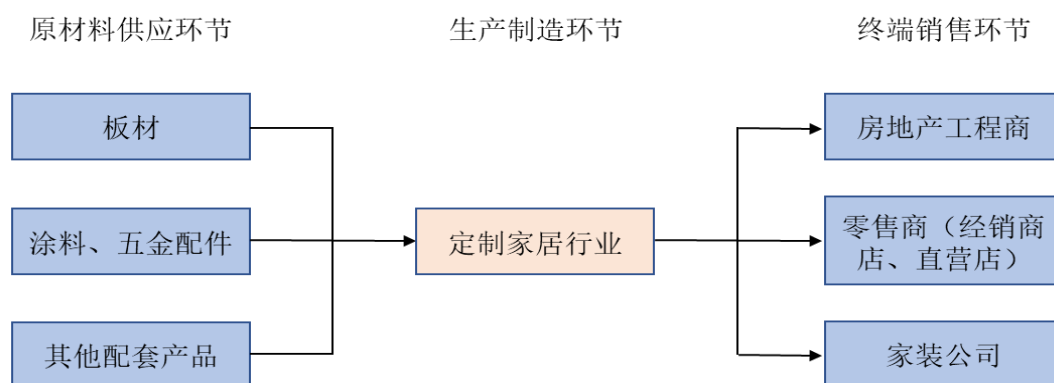
从制造端看，定制家居产品制造业产业集群效应较为明显，主要集中于长三角与珠三角地区，具有一定区域性。上述两个地区，相应的配套设施齐备，上下游产业链完整，供应商资源丰富，物流体系发达，区域内家具企业众多，且具有较强的竞争力。

## 3、行业季节性

定制家居行业的季节性主要与居民的商品住房购买和交房时间有关，也与居民存量房的一次或二次装修有关。同时，受消费者的消费习惯和消费意愿影响较大，每年“金九银十”商家优惠幅度大，是行业销售的高峰期。从每年的9月至次年1月前，是国内消费者家庭装修的高峰期；另外，人们习惯于春节过后安排装修事宜，夏季由于气候的原因为装修淡季。因此，自第二季度起，特别是在第四季度，家具的销售量较大，呈现出一定的季节性。

### （三）行业与上下游行业之间的关联性

定制家居行业在产业链中处于中间制造环节，上游主要为原材料供应环节，下游为终端销售市场，具体如下所示：



### 1、与上游行业的关联性

定制家居行业与上游行业关系密切，主要从上游采购板材、木皮、木线条、涂料、五金配件等。上游采购环节产生的成本占据了定制家居行业企业的较高比例。

另外，由于供应原材料的建材企业众多，完全可以满足本行业制造企业的采购需求。

### 2、与下游行业的关联性

定制家居行业企业主要通过终端销售渠道为消费者提供产品和服务。其中：零售商（经销店和直营店）模式为定制化家居行业的传统销售渠道，该模式更侧重于直接服务客户：前期为客户提供测量、个性化方案设计等服务；后期产品完工送达后，为客户提供安装及售后服务。

近年来，随着行业销售渠道多元化，家装公司和房地产工程商不断提高对终端市场的渗透率，逐步成为未来家装市场的重要成员。一方面，年轻消费者逐渐成为家居市场消费主力军，加上互联网思维兴起，由家装公司整合家具、软装和家电等家居元素的“整装”模式应运而生；另一方面，随着精装房政策的快速推进，大宗工程市场崛起，正成为定制家居行业销售增长的重要驱动因素。

## 四、发行人所处行业的技术及装备水平

### （一）行业技术水平及特点

我国整体家居行业经多年的发展后，行业的技术水平有了较大的提升，主

要体现为如下几个方面：

### 1、选材环保性

随着国家对环保的日益重视、消费者和员工对自身健康的关心，生产企业在原材料选用、制作加工过程等方面愈加重视环保性能。采用“油改水”和免漆生产工艺，正成为家具行业发展的方向之一。

### 2、生产智能化

在木质家具制造过程中，生产机器对提高板材利用率和生产效率至关重要。随着竞争加剧，整体家居行业产品的价格越来越公开透明，消费者选择更广，控制成本成为企业面临的迫切问题。目前，行业内企业逐步采用自动化生产线，提高装备智能化率，加大对关键设备的技术改造力度，提升生产的智能化水平。

### 3、信息技术应用

在定制化整体家居的营销和管理过程中，客户需求多样，订单结构复杂，数据庞大，催生了信息技术的全面应用。目前，行业内的龙头企业均已建立一套完善的信息管理系统来处理订单、库存、交付等流程，并不断升级，以适应业务发展的需要。

## （二）行业装备水平

近年来，通过对国外先进技术的不断引进、消化和吸收，我国定制家居行业的装备水平迅速提高。近年来，受益于国内不断发展的家具行业，国内外先进的家具装备企业帮助定制家居企业走上功能化、智能化、信息化、现代化的装备发展之路。

## 五、发行人行业竞争地位分析

### （一）公司在行业中的地位

经中国木材与木制品流通协会认定，公司在品牌建设、技术改造、产品研发、质量管理等方面成绩显著，在中国木门行业有杰出的表现和重要的影响力。经中国木材与木制品流通协会认定，2017—2020 年度，公司在木门市场销



售规模上，在国内家居行业同类企业中排名前三。

同时，公司为全国工商联家具装饰业商会门业专业委员会执行会长单位、中国木材与木制品流通协会及中国室内装饰协会副会长单位及国家幕墙、木门窗标准化技术委员会中的木门生产企业委员。

另外，公司于 2017 年被工信部认定为“智能制造试点示范（全屋家具大规模个性化定制）”项目单位，在规模化全屋定制方面处于行业领先地位；2021 年，公司被浙江省经济和信息化厅认定为“省级工业互联网平台”。

## （二）公司的市场占有率

### 1、发行人在中国家具制造业的市场占有率

报告期内，发行人营业收入占中国家具制造业的营业收入总额的比例如下：

单位：亿元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人营业收入	5.38	12.27	13.48	13.45
中国家具制造业营业收入总额[注]	3,640.80	6,875.40	7,315.10	7,013.70
市场占有率	0.15%	0.18%	0.18%	0.19%

注：数据来源于国家统计局

报告期内，通过实施整体家居、多品类发展，公司营业收入占中国家具制造业营业收入的占比较为稳定。

### 2、发行人木门产品在中国木业行业的市场占有率

2018—2020 年度，发行人木门类产品收入占中国木门行业产值的比例如下：

单位：亿元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人木门类产品收入	8.25	9.73	10.12
中国木门行业产值[注]	1,570.00	1,530.00	1,470.00
市场占有率	0.53%	0.64%	0.69%

注：数据来源于中国林产工业协会木门窗产业分会、中国木材与木制品流通协会木门

窗专业委员会

公司为国内木门行业的领先企业，受竞争加剧及自身整体木作均衡发展等影响，报告期内，公司木门类产品收入及占中国木门行业产值的比例略有下降。

### **(三) 公司主要产品的市场供求和竞争状况**

#### **1、木门**

中国为世界上最大的木门生产国和消费国，但国内木门行业中作坊式中小企业居多，行业集中度较低。其中，超过 10,000 家木门企业主要分布在珠江三角洲、长江三角洲、环渤海地区以及东北、西南和西北地区。

公司在木门领域的竞争对手主要有：专业从事木门生产的 TATA、江山欧派，从橱柜进行大家居扩展的欧派家居以及收购了华鹤木门的索菲亚。

根据《中国木门行业发展白皮书》预测，2022 年全国木门行业销售收入将达到 2,102.20 亿元，木门市场的发展空间广阔。

公司在木门领域的竞争优劣势：公司具有规模化生产、经营木门的先发优势，拥有成熟的工艺和营销理念；除 TATA 外，公司拥有全国性的经销商网点最多的零售渠道；经多年投入，“梦天”品牌木门以优质、高档的形象深入人心；但在大宗工程业务方面，公司曾暂停与大型房地产商合作，目前该类业务的市场份额较低。

#### **2、柜类**

中国定制厨柜、定制衣柜市场集中度不高，竞争态势趋于综合实力的比拼。定制厨柜、定制衣柜市场集中度不高源于我国定制家居行业为新兴行业及行业参与竞争者众多，且以中小型企业为主。根据智研咨询报告，2018 年我国整体橱柜市场规模为 1,216.18 亿元。根据中国建筑装饰协会预测，到 2020 年中国定制衣柜的规模将达到 1,545 亿元，定制橱柜的规模将达到 1,557 亿元，增长较快。

公司在柜类领域的竞争对手主要有欧派家居、索菲亚和顶固集创。

公司在柜类领域的竞争优劣势为：公司借助经营木门的终端渠道，进行整

体品牌运作，带动门墙柜一体化发展；木门与柜门的生产工艺相类似，能迅速掌握核心技术，成功扩展到柜类；但公司柜类产品起步较晚，相比欧派家居和索菲亚等以柜类起家的行业龙头，在规模、品牌及工艺成熟度等方面处于劣势。

### 3、主要竞争对手情况

#### (1) TATA 木门

TATA 木门隶属于北京闼闼同创工贸有限公司品牌，始建于 1999 年，是致力于居室门研发、生产、销售、服务的专业企业。目前，TATA 木门已形成吉林、北京、山东、河南、江苏、安徽、浙江七大生产基地，拥有北京和嘉善两大物流中心。TATA 木门在静音门方面拥有相关专利，具有研发优势。

TATA 木门在资产规模和营业规模方面，未有公开数据披露。

#### (2) 欧派家居（603833）

该公司于 2017 年 3 月在上海证券交易所主板上市，主要从事全屋定制家居产品的个性化设计、研发、生产、销售、安装和室内装饰服务。截至 2020 年末，欧派家居资产总额为 188.43 亿元；2020 年度，营业收入为 147.39 亿元。该公司业务由定制橱柜起步，并从橱柜向全屋产品延伸，逐渐覆盖到整体衣柜、整体卫浴、定制木门、金属门窗等定制化整体家居产品。目前，该公司拥有清远、天津、无锡、成都四大生产基地。该公司具有大规模的非标定制能力，拥有亚洲规模最大的橱柜生产制造基地，现已建立柔性化的定制生产线。

#### (3) 江山欧派（603208）

该公司于 2017 年 2 月在上海证券交易所主板上市，是一家集研发、生产、销售、服务于一体的专业木门制造企业。截至 2020 年末，江山欧派资产总额为 39.12 亿元；2020 年度，营业收入为 30.12 亿元。该公司主要面向工程类客户销售，目前有多个生产基地，主要产品为实木复合门和夹板模压门，并逐步延伸到入户门、防火门、柜类等新产品。该公司拥有“木门研发中心”，为国家高新技术企业，目前着力完善全程信息化 SCM 供应链管理系统。

#### (4) 索菲亚（002572）

该公司于 2011 年 4 月在深圳交易所中小板上市。该公司主要从事全屋定制家具及配套家居产品的设计、生产及销售。截至 2020 年末，索菲亚资产总额为 108.68 亿元；2020 年度，营业收入为 83.53 亿元。该公司产品主要品牌为“索菲亚”全屋定制、“司米”定制橱柜、“米兰纳 MILANA”定制木门、“华鹤”定制木门以及“易福诺”地板。目前，该公司拥有广州、廊坊、嘉善等七大工厂，拥有信息与数字化中心、宁基智能和极点三维，具备家具行业领先的智能制造生产能力。

#### (5) 顶固集创 (300749)

该公司于 2018 年 9 月在深圳交易所创业板上市，主要从事全屋定制、精品五金、定制生态门等产品的研发、生产和销售。截至 2020 年末，顶固集创资产总额为 14.63 亿元；2020 年度，营业收入为 8.72 亿元。该公司产品主要品牌有“顶固全屋定制”、“顶固安全门锁”、“VICOOL 智能锁”、“闪晾智能晾衣机”、“顶固定制生态门”。目前，该公司拥有中山、佛山、成都三大生产基地，拥有广东省企业技术中心和广东省智能家具工程技术研究开发中心，在精品五金制造方面具有优势。

以上内容来源于该等公司网站及公开披露的信息。

#### (四) 行业利润水平的变动趋势及变动原因

报告期内，中国家具制造业的销售利润率变动情况如下图所示：

中国家具制造业销售利润率变动情况



数据来源：国家统计局

2018年国内家具制造业的销售利润率整体较高，缓慢回落，至2019年起有所回升，2020年，年初受新冠病毒疫情影响，中国家具制造业销售利润率急剧下滑，随着疫情得到控制，逐渐回升至正常水平，2021年1-6月销售利润率呈季节性回升趋势。

## **（五）影响行业发展的有利和不利因素**

### **1、有利因素**

#### **（1）城镇化进程加快促进家具装修需求增长**

参见本节“二、公司所处行业基本情况”之“（二）家具行业的发展概况及发展前景”之“4、家具行业的发展前景”之“（2）国家城镇化水平不断提高，为家具行业提供广阔市场”。

#### **（2）中产阶级队伍壮大推动消费需求升级**

中产阶级消费者受过良好教育，具有较强的购买力。随着中国经济水平的稳健发展，国内不断壮大的中产阶级消费者群体已成为消费的主力军。这部分消费者注重提高生活品质，且注重产品质量、环境保障、创新及整体消费者体验。对行业内企业来说，提供创新、优质及绿色的产品，来满足消费者不断变化的品味需求，将驱动企业销售显著增长。

#### **（3）家具行业竞争层次提升，品牌竞争态势初显**

目前，我国家具行业已发展成为以机械化生产为主、技术含量不断提高、知名品牌不断涌现的重要产业。随着国家对建筑装饰产品质量的重视、消费者品牌意识的树立，国内家具市场逐步向品牌竞争迈进。通过提升技术水平，加强质量管理，加大广告营销投入，家具行业领军企业品牌优势逐渐显现，带动产业竞争层次不断升级，促进全行业形成由品牌企业带动，不断创新的发展态势。

### **2、不利因素**

#### **（1）行业竞争较为混乱**

我国整体家居行业发展相对较晚，大部分企业成立时间比较短，企业管理

水平、制造工业化水平落后，技术开发能力不强，优势不明显，导致产品同质化程度高，行业竞争格局混乱。此外，由于行业标准制定滞后，也阻碍了行业的进一步发展，导致目前行业内仍普遍存在作坊式中小企业的现状。

## （2）行业受原材料价格变动影响较大

木质家具是资源性产品，离不开原木、坯料、木皮等原材料。我国是个木材资源缺乏的国家，又是世界最大的木材需求市场，进口木材将是长期的任务。随着国际监督查缉力度的加强、森林认证的加快以及国内天然林保护工程的深入实施，木质家具材料市场竞争变得异常激烈，从长期看，原木、木皮等原材料价格将呈上涨趋势，从而对家具制造企业的成本控制构成一定影响。

## （六）进入行业的主要壁垒

### 1、品牌壁垒

整体家居行业经过多年发展，已形成了相当规模的国内品牌企业。目前，部分品牌在业内已具有较高的知名度，树立了良好形象，在市场竞争中占有先发优势。由于品牌建设需要大量资金长期投入，需要在市场中沉淀，经受消费者长时间的考验，行业的新进入者难以在短期内积累良好的口碑，形成具有竞争力的品牌。因此，品牌是进入本行业的重要壁垒。

### 2、资金壁垒

整体家居行业目前已经具备机械化、自动化和信息化的技术水平。进入这个行业需要大量的前期资金投入，才能具备基本的生产条件。同时考虑到组织效率、生产流程管理等方面的技术沉淀，新进入的企业在生产上难以获得成本优势。因此，资金是进入本行业的重要壁垒。

### 3、营销网络壁垒

目前，整体家居行业中，经销商模式是主要的销售渠道，经销商的数量、覆盖范围、销售实力以及行业经验沉淀是影响营销网络效率的重要因素。考虑到新进入的企业，产品尚未在市场上获得良好的声誉，优质的经销商选择新企业作为加盟对象的风险较高，可能性较低。同时考虑到经销商培训和管理方面的因素，建立一个有效的营销网络，需要大量的人才和丰富的管理经验。因



此，营销网络是进入本行业的重要壁垒。

## （七）公司的竞争优势

### 1、品牌优势

公司自成立以来，一直以“梦天”品牌建设为核心，以设计、研发为先导，以用户体验为驱动，为消费者提供健康、环保、优质的生活家居产品和服务。

多年来，公司“梦天”商标被认定为“中国驰名商标”，“梦天”品牌拥有较高的美誉度，在消费者心中拥有着广泛的知名度和认可度。2015年开始，公司签约刘德华先生为品牌代言人，“高档装修，用梦天木门”、“梦天木作、高端定制、即装即住”等品牌宣传深入人心。

近年来，公司及“梦天”品牌被授予的主要奖项和荣誉如下：

序号	年度	获得奖项和荣誉	授予单位
1	2017	2016 中国建材家居消费者信赖品牌	中国建筑装饰协会
2	2017	2016 中国建材家居影响力民族品牌	中国建筑装饰协会
3	2017	2017 中国木门窗行业十大实木门品牌	中国木材与木制品流通委员会木门窗专业委员会
4	2017	2017 中国木门原创设计金奖	中国木门技术联盟
5	2017	百企万亿成员企业证书	中国建筑装饰协会
6	2018	2017-2018 十大木门领袖品牌	北京商报社
7	2018	2018 家居行业匠心质造奖	网易家居
8	2018	2018 年全国市场、工程木门企业产品质量、售后服务双承诺活动整木家装领导品牌	中国木材与木制品流通委员会木门窗专业委员会
9	2018	大雁奖：2017 中国家具产业门类领军品牌	中国家居产业发展年会暨中国家居产业领袖峰会组委会
10	2018	中国全屋定制环保健康示范品牌	中国环保健康家居联盟
11	2018	2018 年度中国家居产业品牌大奖消费者喜爱品牌	腾讯家居
12	2018	2018 年木门窗国家品牌培育计划单位	中国木材与木制品流通委员会木门窗专业委员会
13	2019	2019CBDBTOP100 品牌	中国建博会
14	2019	2005-2019 全国市场、工程木门企业产品质量、售后服务双承诺活动示范企业	中国木材与木制品流通委员会木门窗专业委员会
15	2019	2018 居然之家杯中国家居产业门类领军品牌	中国家居产业发展年会暨中国家居产业领袖峰会组委会
16	2019	2019 年第十五届全国市场、工程木门企业产品质量、售后服务双承诺活动单位	中国木材与木制品流通委员会木门窗专业委员会
17	2019	2019 年度家居行业服务榜样	网易新闻

18	2019	2019年中国木门品牌金木匠	中国木门技术联盟、中国建博会、 红星美凯龙
19	2019	中国家居业高质量发展示范企业	全国工商联家具装饰业商会
20	2019	中国环境标志优秀企业奖	生态环境部环境发展中心
21	2020	中国高定 TOP10 品牌	中国建博会
22	2020	2020年中国木门/木门+系统 金木匠	中国木门技术联盟、中国建博会、 1688 工业品牌站、搜房网
23	2020	2020年度家居行业服务榜样	网易新闻、网易家居
24	2020	2020年全国市场、工程木门企业产品质量、售后服务双承诺活动单位匠心定制品牌	中国木材与木制品流通委员会木门 窗专业委员会
25	2020	浙江省商标品牌示范企业	浙江省市监局
26	2020	第五届中国林业产业创新奖（木门业）三等奖- 高耐黄变水性漆木门涂装方法	中国林业产业联合会、中国林产工 业协会
27	2020	中国家居行业抗疫情先锋企业	全国工商联家具装饰业商会
28	2020	2020年中国家居品牌力量榜-影响力品牌	优居、腾讯家居、贝壳
29	2020	2020-2021年度绿色全装修-绿色房地产全精装成 品房优秀供应商	中经联盟
30	2021	家居业信用评价 AAAAA 级企业	全国工商联家具装饰业商会
31	2021	全国产品和服务质量诚信示范企业	中国质量检验协会
32	2021	2020-2021 十大优选高端定制木作品牌	北京商报社

## 2、行业地位优势

公司在发展历程中，确立了在家具行业特别是木门领域的领导地位。经中国木材与木制品流通协会认定，2017年度—2020年度，梦天家居在木门市场销售规模上，在国内家居行业同类企业中排名前三。

同时，公司为中华全国工商业联合会家具装饰业商会门窗专业委员会会长单位、中国木材与木制品流通协会常务副会长单位、中国室内装饰协会副会长单位及国家幕墙、木门窗标准化技术委员会中的木门生产企业委员。

## 3、终端销售渠道优势

凭借完善的渠道管理和培训服务，公司构建了高效的面向经销商专卖店、家装公司及大宗工程客户为一体的营销网络。

公司深耕树根理念，拥有完善的营销管理体系，包括经销商分级管理、MT精准终端营销系统、736工程系统等。截至报告期末，公司已发展了经销商专卖店 1,117 家，遍布中国 31 个省、自治区和直辖市，各营销服务网点下沉至三、四、五线城市，贴近消费者服务。

同时，公司设立专业培训机构“梦天商学院”，汇聚内外部力量，形成了一整套与营销规模相匹配的、满足经销商多样化需求的培训模式。

#### 4、设计研发及工艺优势

##### （1）研发及设计成果

公司为高新技术企业，注重将研发成果产业化。公司拥有专业的设计、研发团队，公司的专职研发机构设计院和研发院专注于定制木门、整木定制领域，完善产品规划和研发管理体系，取得了多项设计、研发成果：

##### ①围绕着定制家居制造主业，形成了众多专利和非专利核心技术

截至本招股说明书签署日，公司共取得专利 154 项，其中：发明 14 项、实用新型 84 项、外观设计 56 项。

##### ②参与国家、行业和团体标准起草，推动家居建材行业规范化、标准化

公司及相关人员参与 3 项国家标准起草：《木门窗》（GB/T 29498-2013）、《住宅装修木制品模数》（GB/T 31434-2015）、《木门分类和通用技术要求》（GB/T 35379-2017）；众多行业及团体标准起草：《木质门》（WB/T 1024-2006）、《木质门安装规范》（WB/T 1047-2012）、《木质门修理、更换和退货规范》（WB/T 1048-2012）、《室内木质门》（LY/T 1923-2010）、《木夹板门》（LY/T 2877-2017）、《木镶板门》（LY/T 2878-2017）、《实木复合木镶板门》（T/ZZB0214-2017）、《绿色产品评价—木质门》（T/CNFPIA 3001-2018）等。

##### （2）工艺优势

公司不断优化工艺，为全屋定制家居产品提供技术保障。设立之初，公司引入“套装门”概念，开创了工业化木门生产的先河；在规模化、标准化生产过程中，公司产品采用模块化设计、加工，运用“柔性混流连线自动化生产线”等核心技术，采用工业 4.0 模式，将数控门扇、线条、横挺、立挺、门套、纵横锯等部件进行自动加工、输送及组装，实现了柔性化加工。公司的三号智能化车间因此被工信部授予“智能制造试点示范（全屋家具大规模个性化定制）”项目。2017 年，公司攻克木质水性漆技术难关，推出水性漆全屋定制产品。

### （3）整木定制设计优势

为响应“从木门到木作”的发展战略，公司聚焦设计主导权，洞察用户需求，围绕“为用户装修一个家”，推出水性漆健康的完整木作解决方案。

公司设计开发团队联合陈飞杰设计事务所、猎狐家居设计研究院等外部力量，提升以门、墙、柜一体化的主流风格产品设计，组成满足不同消费群体需求的产品矩阵。公司在“佛罗伦萨·随想”、“莱茵·晨想”、“塞纳·左岸”、“宋园·雅韵”、“西雅图·拾光”系列的基础上，推出符合市场趋势的三大主流风格（新现代风格、新经典风格、新中式风格）及六大空间（玄关入户空间、餐厅饮食空间、卧室收纳空间、衣帽收纳空间、书房思想空间和客厅接待空间）。

另外，公司通过推广“三维家 3D 设计系统”、“酷家乐”等设计软件在经销商专卖店的运用，助力终端门店提升消费体验和获客力。

## 5、信息化管理优势

基于数据化管理的定制能力，为公司的核心竞争力。经过多年实践，公司在信息化建设、运行和维护方面积累了丰富的经验，并培养了一批信息化人才队伍。

公司以三号车间为样本，实现了智能制造的工业化和信息化融合；同时携手数夫开发 F19 家具 ERP 管理系统，实现管控家具制造过程和实时采集现场生产数据全贯通。目前，公司已在产品设计、订单形成、订单审核、订单报价、扣款、排产、组织生产、成品出货、收货确认等全流程，实现了柔性化定制平台管理，并据此申请了《生产线智能控制系统》、《智能订单系统》、《智能排产系统》以及《智能柔性生产系统》等软件著作权。

公司与软件方持续合作，继续完善符合自身精细化管理和柔性生产需求的软件系统，将定制家具信息化水平保持在行业先进行列。

### （八）公司的竞争劣势

#### 1、品种结构尚待均衡发展

公司定制木门、墙板等传统优势产品处于行业领先地位，但在定制柜类的产销规模与国内龙头企业尚有不少的差距。公司需要在产能布局、工艺优化和品牌宣传等方面进行针对性投入，通过推出全品类的整体家装风格系列产品，进一步抢占整体家居市场的份额。

## 2、融资渠道单一，急需拓宽融资渠道

近年来，家居行业的上市公司不断通过资本市场融资，迅速发展壮大实力。而公司净资产规模较小，以盈利滚动投入来实现自身发展的方式，已越发不能适应激烈的竞争格局。目前，公司急需资金来加快转型升级，吸引优秀人才，提升核心竞争力。

公司拟通过本次发行上市，扩宽融资渠道，实施工程平板门及定制柜生产线建设、智能化仓储中心建设、信息化建设及品牌渠道建设等项目，促进公司综合实力的全方位提升。

## 六、发行人的主营业务

### （一）公司主要产品及其用途

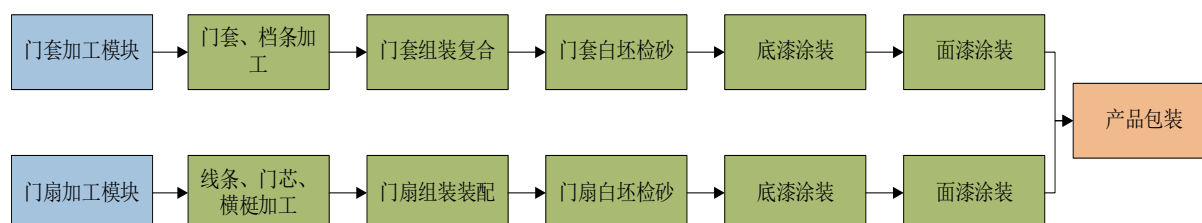
公司主要产品及其主要用途详见本节“一、发行人的主营业务、主要产品及其设立以来的变化情况”。

### （二）公司主要产品的生产工艺流程

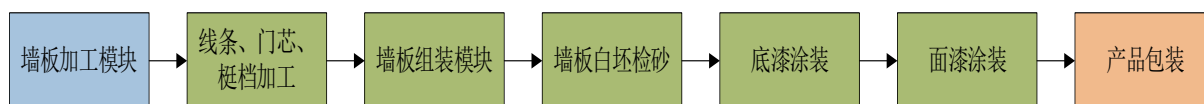
公司主要产品均采用了模块化设计、加工、组装，有利于生产线复制和产能提升。具体生产工艺如下图所示：

#### 1、木门

主要分为门套和门扇两部分生产加工，具体如下：

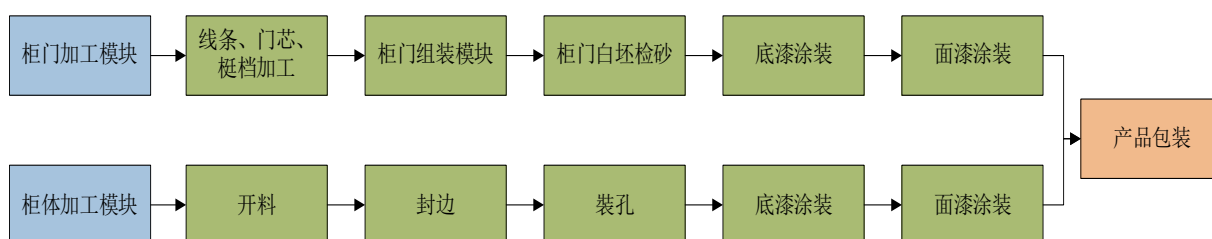


## 2、墙板



## 3、柜类

分为柜门和柜体两部分生产加工，具体如下：



### (三) 公司经营模式

#### 1、采购模式

##### (1) 遵循“集中与分散”相结合的采购原则

公司材料采购遵循“集中与分散”相结合的原则，其中，对主要原辅材料，集中在采协中心进行采购；对使用量较少的零星物料，由各制造中心自行按需采购。

##### (2) 原辅材料的分类采购管理

公司根据对产成品质量的影响程度，将原辅材料划分为 A、B、C 三类进行分类管理：

类别	说明	范围	管理要求
A	价值占比高，品种少，交期长，构成产品主体，影响产品性能、质量的关键物料	木材类、木皮类、涂料类	a、必须经过对供方评定合格的流程； b、提供质保书或检验报告，签订协议，取得出厂合格报告； c、产品必须经检验或试验； d、供货业绩登记，定期评定供货业绩，责成采取纠防措施，确保供货质量。
B	价值占比较高，品种多，交期正常，影响产品性能、质量的物料	玻璃、成品五金、包材类	a、必须经过对供方评定合格的流程； b、提供质保书或检验报告，签订协议，取得出厂合格报告； c、进行数量、外观验收，必要时定量检验； d、供货业绩登记，定期评定供货业绩，责成采取纠防措施，确保供货质量。



C	价值较低，品种多，容易采购，轻微影响产品性能、质量的物料	维修五金件、化工类	a、数量验收； b、产品必须经检验或试验。
---	------------------------------	-----------	--------------------------

### (3) 实行供应商资格管理制度

公司对供应商进行资格筛选、原材料试用、评审后，最终进入合格供应商名录；公司每年从价格、质量、交期、服务等多方面，对供应商进行业绩评价和管理，适当删除或增补。

### (4) 实行“安全库存+部分零库存”库存管理

采协中心根据生产制造 PMC 部的要求，实行原材料“安全库存+部分零库存”的原则，制定采购计划，比质比价后进行批量采购。其中，线条、水性漆等大宗原材料实行零库存采购，即供应商管理库存（VMI），供应商根据公司指令将原材料运送至场地，经检验后，与公司所有其他存货分开堆放；公司根据生产需要向代管仓库领用材料，并每月定期就领用数量与供应商对账结算。

对主要原材料，公司一般签订年度采购框架合同，锁定供应价格；根据季度预测计划、月度采购计划，按需采购，保证原材料充分供应。

### (5) 外购成品情况

报告期内，发行人不存在委外加工产品，但存在外购成品的情形。

#### ①外购成品的内容、金额及其占采购总额的比例情况

单位：万元

供应商名称	采购内容	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
湖州韵高木业有限公司	木门、柜类等	79.76	489.45	-	-
上海威焰装饰材料有限公司	柜类	138.34	339.89	111.97	-
嘉兴泰洛斯家具有限公司	木门、柜类、墙板等	161.99	297.96	106.82	-
常熟德尔班实业有限公司	铝合金门	68.08	165.03	-	-
常熟市诚信建材有限公司	木门、柜类、墙板、其他家具	-	137.17	-	-
苏州图美智能科技有限公司	柜类	150.77	88.43	-	-
浙江彬洪家具有限公司	木门类、柜类、其他家具	32.72	86.44	93.91	-
江山市赐福门业有限公司	铝合金门	-	4.78	-	-

浙江爱窠家具有限公司	木门类	-	3.26	-	-
浙江坤裕门业有限公司	铝合金门	169.16	2.77	-	-
浙江江山润安门业有限公司	铝合金门	50.58	2.05	-	-
浙江易木堂家居有限公司	木门类、柜类、墙板	2.23	0.82	-	-
浙江金鸿木业有限公司	木门类、其他家具	-	-	19.86	-
浙江金迪门业有限公司	木门类	38.71	-	-	-
佛山市彩创金属科技有限公司	铝合金门	17.30	-	-	-
浙江三晟家居有限公司	木门类	5.70	-	-	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>915.34</b>	<b>1,618.05</b>	<b>332.56</b>	<b>-</b>
<b>占采购总额的比例</b>		<b>3.68%</b>	<b>3.01%</b>	<b>0.64%</b>	<b>-</b>

2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司对外采购少量异形规格木门、部分铝合金门及柜类产品，采购金额及占比均有所增长。

②外购成品供应商的基本情况

序号	供应商名称	基本情况	合作方式	合作历史
1	湖州韵高木业有限公司	成立时间：2015-12-06； 注册资本：3,000 万元； 住所：湖州市南浔区南浔镇横街村银达路北面； 股权结构：钱雪峰 75%、沈惠芬 25%； 主营业务：木质家具、整木家居产品等制造、加工、销售	买断式采购； 单次采购单独定价； 预付 30% 货款、发货完成后支付至 95%，质保金 5%	2020 年 7 月起
2	上海威焰装饰材料有限公司	注册时间：2013-05-17； 注册资本：100 万元； 住所：上海市金山区石化卫清西路 1391 号第 7 幢 5202 室； 股权结构：聂芮盟 33%、张润超 30%、徐辉 21%、张雷 16%； 主营业务：建筑装潢材料销售	买断式采购； 根据年度合同统一定价； 收到发票后次月付款	2019 年 1 月起
3	嘉兴泰洛斯家具有限公司	成立时间：2015-01-07； 注册资本：1,195 万元； 住所：浙江省嘉兴市嘉善县惠民街道隆全路 48 号； 股权结构：瞿志良 45%、瞿筠轩 35%、王梅芳 20%； 主营业务：生产销售家具	买断式采购； 单次采购单独定价； 收到发票后次月付款	2019 年 9 月起
4	常熟德尔班实业有限公司	注册时间：2016-04-26； 注册资本：500 万元； 住所：常熟市经济技术开发区沿江高等级公路(南侧)68 号 1 幢； 股权结构：陈均脑 56%、郑士鑫 22%、张恒川 22%； 主营业务：木材、门窗制造加工	买断式采购； 单签合同单独定价； 收到发票后次月付款	2019 年 12 月起

5	常熟市诚信建材有限公司	成立时间：1999-07-12； 注册资本：800 万元； 住所：常熟沿江经济开发区东张配套区； 股权结构：江苏中诚建材集团有限公司 80%、常熟中信建材有限公司 20%； 主营业务：木门、橱柜制造加工	买断式采购； 单签合同单独定价； 收到发票后 20 日内付款或预付 30% 货款、发货完成后支付至 95%，质保金 5%	2020 年 9 月起
6	苏州图美智能科技有限公司	成立时间：2015-12-07； 注册资本：125 万元； 住所：常熟市碧溪新区吴市小市工业区电厂路 41 号 1 幢； 股权结构：许魁 84%、庄德号 16%； 主营业务：金属陈列柜、五金制品等设计、生产、销售	买断式采购； 单签合同单独定价； 收到发票后次月付款	2020 年 6 月起
7	浙江彬洪家具有限公司	成立时间：2010-08-24； 注册资本：500 万元； 住所：浙江省义乌市福田街道杏元村 110 号一楼； 股权结构：骆宏江 80%、黄萍萍 20%； 主营业务：家具、木制工艺品加工、销售	买断式采购； 单签合同单独定价； 收到发票后 20 日内付款	2019 年 7 月起
8	江山市赐福门业有限公司	成立时间：2014-06-26； 注册资本：300 万元； 住所：浙江省衢州市江山市贺村镇金丰路 26-2 号； 股权结构：周成刚 100%； 主营业务：免漆门加工、销售	买断式采购； 单签合同单独定价； 收到发票后 20 日内付款	2020 年 11 月起
9	浙江爱巢家具有限公司	注册时间：2017-06-30； 注册资本：2,000 万元； 住所：浙江省绍兴市上虞区道墟镇汇联村； 股权结构：汪国栋 70%、牡丹萍 30%； 主营业务：生产、销售家具、门窗、木地板	买断式采购； 单签合同单独定价； 收到发票后 20 日内付款	2020 年 7 月起
10	浙江坤裕门业有限公司	成立时间：2013-08-15； 注册资本：1,000 万元； 住所：江山市贺村镇贺辉路 22-1 号； 股权结构：毛门香 60%、王达寿 40%； 主营业务：木门、家具加工销售	买断式采购； 单签合同单独定价； 收到发票后 20 日内付款	2020 年 12 月起
11	浙江江山润安门业有限公司	成立时间：2010-01-19； 注册资本：600 万元； 住所：江山市贺村镇贺辉路 22-1 号； 股权结构：夏益明 100%； 主营业务：实木复合门、原木门生产、销售	买断式采购； 单签合同单独定价； 收到发票后 20 日内付款	2020 年 11 月起
12	浙江金鸿木业有限公司	成立时间：2012-04-28； 注册资本：1,000 万元； 住所：浙江省丽水市庆元县屏都综合新区翠竹路 6 号； 股权结构：姚安利 60%、毛小娇 40%； 主营业务：实木复合工艺门、柜门、原木门等加工、销售	买断式采购； 单次采购单独定价； 银行承兑汇票结算	2013 年 3 月起
13	浙江易木堂家居有限公司	成立时间：2017-05-26； 注册资本：500 万元； 经营地址：浙江省丽水市庆元县屏都综合新区金山	买断式采购； 单签合同单独定价；	2020 年 5 月起

		大道9号; 股权结构: 叶水姿 60%、姚荣淼 40%; 主营业务: 室内外装饰材料生产、销售、安装。	收到发票后 20 日 内付款	
14	浙江金迪门业有限公司	成立时间: 2000-01-07; 注册资本: 3,051.20 万元; 住所: 萧山区瓜沥镇党山工业园区; 股权结构: 王永虎 71.185%、杭州金迪家私装饰有限公司 18.065%、周秀琴 10.750%; 主营业务: 生产防火门、钢木门、复合门、装饰板、装饰线条、厨卫家居等。	买断式采购; 根据年度合同统一定价; 收到发票后 10 个工作日内付款	2021 年 3 月起
15	佛山市彩创金属科技有限公司	成立时间: 2014-03-14; 注册资本: 24.39 万元; 住所: 佛山市南海区狮山工业园兴业路北路; 股权结构: 柳永卿 30.09%、方艳雯 30.00%、曹展鑫 20.91%; 主营业务: 金属制品、喷涂铝型材、喷涂木纹型材的研发、加工、生产、销售。	买断式采购; 单签合同单独定价; 收到发票后次月付款	2021 年 6 月起
16	浙江三晟家居有限公司	成立时间: 2014-12-04; 注册资本: 5,000 万元; 住所: 浙江省衢州市龙游县东华街道鼎新路(东)2号; 股权结构: 徐海永 100% 主营业务: 实木家具、实木门窗、木饰面生产、销售。	买断式采购; 单签合同单独定价; 收到发票后 20 个工作日内付款	2021 年 3 月起

报告期内，公司的外购成品供应商与公司、实际控制人、控股股东及董监高之间均不存在关联关系。

### ③外购成品业务模式不涉及对相关厂商的依赖

报告期内，公司出于采用智能化生产线加工不经济，而对外采购零星异形规格产品，不涉及关键工序及关键技术，同时由于采购金额较少且分散采购，不存在对相关厂商的依赖。

报告期内，公司外购成品的数量、金额占相应外购成品供应商的销售比重均很小，外购成品供应商并非专门为公司提供服务。

报告期内，发行人不存在委外加工业务，存在少量的外购成品业务，同时仅将外购成品作为生产的临时性、替代性的补充。因此，外购成品不影响发行人资产、技术的完整性和业务的独立性。

### ④发行人对外购成品供应商制定的质量控制制度及措施

为确保外购成品的质量符合标准，加强对于外购成品供应商的管理，公司

制定并实施了管理流程，对外购成品严把质量关，要求按照公司提供的工艺线路、技术参数进行生产，派人驻场监督，并进行现场和成品检测。

相关产品工序无特殊资质认证要求，但产品质量需满足国家及行业的强制性质量标准，并具有约定的质量检验报告；如质量缺陷属于供应商的责任，需对发行人或最终客户赔偿损失。

报告期内，公司外购成品占采购总额的比重很小，且自身也生产同类产品，不存在利用外购成品来规避环保、安全生产、员工社保等要求的情形。

## 2、生产模式

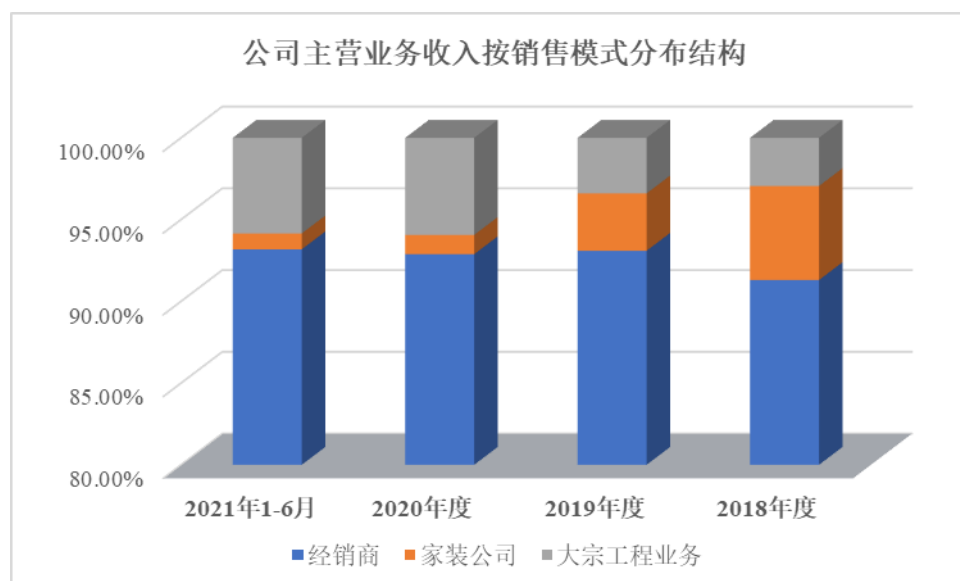
公司根据非标准化销售订单来组织生产，定制化、个性化为公司生产模式的核心。

## 3、销售模式

### (1) 销售模式分布

公司的销售模式分为经销商模式、家装公司模式、大宗工程业务模式。报告期内，公司经销商模式销售收入占主营业务收入的比例分别为 91.30%、93.09%、92.88%及 93.18%，为最重要的销售模式。

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分布情况如下：



### (2) 经销商模式

公司通过与经销商签订《经销合作协议》，将“梦天”品牌、商标等授予经销商使用；由经销商自行设立专卖店销售，根据终端客户个性化定制需求，向公司下单采购，并由其自行承担经营风险；而公司对经销商实施人员培训、经营管理以及业绩考核。

#### ①公司与经销商的主要合作模式

报告期内，公司对经销商执行统一的管理政策：

##### A、授权

公司一般授权经销商在所在区域内独家销售“梦天”商标系列产品。经销商在该销售区域内享有独家经销、宣传、管理等权限，并且必须在所授权区域内设立一定数量的专卖店。

##### B、产品的配送方式、运费承担方式

公司在确认订单后规定的工作日内完成生产，并按订单要求将货物送到指定的物流中心。公司承担产品发往指定物流中心的运费，此后发生从物流中心到经销商所在地或指定地点的运输、短途运输费、保管费等均由经销商承担。公司在产品发出时通知经销商接货，经销商在提货时负责货物数量验收和包装验收。产品在工厂到指定物流中心前造成的损失由公司承担，之后由经销商承担。

##### C、经销商保证金缴纳金额

经销商向公司缴纳的保证金，指新商签约时缴纳的品牌保证金，根据不同地区的级别为3—20万元不等。

##### D、产品定价政策

对于所有经销商，公司均按照《梦天产品结算规则》，进行统一定价。

##### E、销售任务

公司每年对经销商制定销售任务，根据其下单销售时全额预收款任务的完成率，进行月度、季度、年度考核和奖惩。



#### F、扣点分成

公司与经销商之间为买断式交易，不采用扣点分成形式进行结算。

#### G、公司与经销商的退换货政策

公司与经销商之间为买断式销售，由于公司产品高度定制化特征，无质量问题不允许经销商退换货，因此，不存在经销商为完成销售任务囤货而实际未最终销售的情形。

如果存在质量问题，在界定属于公司责任后，考虑到物流成本及时间消耗，通常采取由经销商为客户优先修复，公司给予一定折让补偿；修复难度较大的，则公司对产品进行重做；少量现场修复难度较大且距离客户近的，采用寄回返修方式。

报告期内，公司因质量问题进行经销商优先修复、重做和寄回返修如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
经销商修复	346.07	557.69	603.83	751.76
重做	725.71	1,445.38	1,089.46	705.83
返修	16.74	56.38	102.52	45.20
合计	<b>1,088.52</b>	<b>2,059.45</b>	<b>1,795.81</b>	<b>1,502.80</b>
占主营业务收入的比例	<b>2.24%</b>	<b>1.72%</b>	<b>1.37%</b>	<b>1.14%</b>

报告期内，公司因质量问题而损失的收入占主营业务收入的比例较小，公司与经销商之间不存在质量纠纷和索赔情况。

#### H、样品补贴

##### a、经销商门店的装修标准

公司店装管理部负责对梦天专卖店的店装进行管理。公司制定了《终端形象标准系统》，统一规定了经销商专卖店的装修标准、要求，包括基础设计系统、平面布置制作规范、门头制作规范、空间模块规范、灯光系统指引规范及终端店陈设软装规范等内容；同时，分家装店、木门标准店、木门综合店及木作体验店四种店态，规定了分项和合计的单位面积装修成本，具体如下：

单位：元/平方米

项目	家装店	木门标准店	木门综合店	木作体验店
硬装费用	600.00	800.00	1,000.00	1,200.00
样品费用	600.00	850.00	1,200.00	1,500.00
软装费用	150.00	350.00	450.00	550.00
导视费用	150.00	300.00	350.00	400.00
<b>合计</b>	<b>1,500.00</b>	<b>2,300.00</b>	<b>3,000.00</b>	<b>3,650.00</b>

从上可见，单个门店平均装修成本的主要影响因素为门店面积和门店种类。因不同门店种类的店装标准不同，单位面积的装修成本不同，从而导致单个门店的平均装修成本差别较大。

b、与经销商分担门店装修费用的规则、比例

自 2018 年起，公司不再单独给梦天专卖店予店装补贴，实行店装下样品给予折扣。

根据《梦天专卖店（区）装修支持政策》，报告期内，公司对经销商店装的样品折扣政策如下：

期间	店装样品折扣标准		样品折扣标准
2018 年度	新开店面、全新装修	≤2 个店	6 折
		≥3 个店	4.5 折
	局部整改、家装店	≥1 个店	6 折
2019 年度	新开店面、全新装修的样品		5 折
	局部整改、家装店、样品更换调整的样品		7 折
2020 年度	老店重装、老商新增、新商新开、换商重装	A 级 100m <sup>2</sup> 以上；B、C 级 150m <sup>2</sup> 以上	4 折
	家装店		
	局部装修		
	老店重装、老商新增、新商新开、换商重装	A 级 100m <sup>2</sup> 以下； B、C 级 150m <sup>2</sup> 以下	6 折
局部装修	A 级 20-100m <sup>2</sup> ； B、C 级 20-150m <sup>2</sup> 以下		
2021 年 1-6 月	老店重装、老商新增	A 级 200m <sup>2</sup> 以上，B 级 300m <sup>2</sup> 以上	4 折
	家装店	A 级 80m <sup>2</sup> 以上	
	新商新开、换商重装	A、B 级 200m <sup>2</sup> 以上	5 折

	老店重装、老商新增	A 级 120-200m <sup>2</sup> , B 级 200-300m <sup>2</sup> , C 级 300m <sup>2</sup> 以上	
	家装店	A 级 50-80m <sup>2</sup> , B、C 级 80m <sup>2</sup> 以上	
	新商新开、换商重装	A、B 级 140-200m <sup>2</sup> , C 级 150m <sup>2</sup> 以上	6 折
	老店重装、老商新增	B 级 140-200m <sup>2</sup> , C 级 150-300m <sup>2</sup>	
	局部装修	A 级 50m <sup>2</sup> 以上, B 级 100m <sup>2</sup> 以上	
	家装店	A 级 20-50m <sup>2</sup> , B 级 20-80m <sup>2</sup> , C 级 50-80m <sup>2</sup>	7 折
	局部装修	A 级 20-50m <sup>2</sup> , B 级 20-100m <sup>2</sup> , C 级 20m <sup>2</sup> 以上	
	家装店	C 级 20-50m <sup>2</sup>	

### I、广告费分担机制

报告期内, 公司不存在与经销商共同分担广告费的情形。

### J、返利

#### a、公司对经销商执行相同的返利政策

公司对经销商执行相同的返利政策。

主要参考以下因素, 来设定经销商的不同目标回款额:

1) 历史回款的数据规模及增长幅度; 2) 所在地市场增长潜力的判断(考虑所处城市的地区级别、交房量、经济发展水平等); 3) 经销商店面情况(是否新增或翻新装修、新品上样率等); 4) 员工配置情况(含职业经理人、设计师、店长、导购等)。

#### b、返利政策

**正激励:** 对于季度实际回款额超过上年同期实际回款额或目标回款额的 20%、30%、50% 时, 分别给予经销商季度实际回款额返点奖励 1%、2%、3%; 上、下半年, 公司会结合经销商市场行情, 增加销区排名、回款绝对额等考核指标, 分别给予 3%、5% 返利奖励。

**负激励:** 对于累计 1、2 个季度未完成底线目标回款额的, 次季度供货价执行原供货价的 1.03 倍, 对于累计 3 个季度未完成底线目标回款额的, 则对该经销商作停货处理, 并视作空白市场区域, 同时启动招商程序。

c、经销商返利情况

报告期内，经销商返利金额占营业收入的比例情况：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
经销商返利	1,063.20	2,193.52	2,949.22	2,285.56
营业收入	53,837.68	122,675.45	134,805.23	134,456.39
返利占营业收入的比例	1.97%	1.79%	2.19%	1.70%
经销商实际回款额	59,130.36	142,729.10	143,473.28	145,766.29
返利占经销商实际回款额的比例	1.80%	1.54%	2.06%	1.57%
当年目标总体完成率	104.49%	104.44%	109.84%	106.65%

报告期内，经销商返利占营业收入的比例分别为 1.70%、2.19%、1.79% 及 1.97%；经销商返利占经销商实际回款额的比例分别为 1.57%、2.06%、1.54% 及 1.80%，其中：2019 年度返利比例较高，主要系当年目标回款额较低，经销商回款任务完成比例较高所致。

d、返利金额与发行人既定的返利政策的一致性

报告期内，经销商返利金额对应回款目标情况如下：

单位：万元

项目	返利比例	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
		回款金额	对应返利含税金额	回款金额	对应返利含税金额	回款金额	对应返利含税金额	回款金额	对应返利含税金额
回款目标完成率居于120%-130%的回款额	1%	4,155.84	41.56	10,695.13	106.95	13,658.96	136.59	12,673.42	126.73
回款目标完成率居于130%-150%的回款额	2%	13,447.73	268.95	12,012.90	240.26	16,770.24	335.40	15,480.61	309.61
回款目标完成率大于150%的回款额	3%	16,290.72	488.72	15,135.49	454.06	27,160.22	814.81	25,935.02	778.05
增加销区排名、回款绝对额等指标后，相应符合条件的回款额	3%、5%	13,406.01	402.18	55,913.20	1,677.40	45,443.82	2,061.68	46,219.77	1,386.59
其他不符合返利条件的回款额	-	11,830.05	-	48,972.38	-	40,440.04	-	45,457.47	-
<b>合计</b>		<b>59,130.36</b>	<b>1,201.42</b>	<b>142,729.10</b>	<b>2,478.67</b>	<b>143,473.28</b>	<b>3,348.48</b>	<b>145,766.29</b>	<b>2,600.99</b>
<b>经销商返利(税后)</b>			<b>1,063.20</b>		<b>2,193.52</b>		<b>2,949.22</b>		<b>2,285.56</b>

注：回款目标完成率=季度实际回款额/上年同期实际回款额或目标回款额，以较高者作为考核依据。

报告期内，公司经销商返利金额与相应回款金额具有匹配关系，符合既定的返利政策。2020 年度受疫情影响，回款目标完成率在 120% 以上的回款金额有所下降，使得当年经销商返利金额有所下降。

报告期内，公司通过上半年、下半年增加销区排名、回款绝对额等考核指标，使得符合条件的经销商均可享受返利，兼顾对销售市场较为稳定的经销商的公平性。

#### e、与同行业可比公司比较

报告期内，公司经销商返利、疫情折扣、样品折扣占营业收入的比例分别为 3.52%、3.45%、5.49% 及 4.69%，符合既定的相应政策。其中，2020 年度比例较高，主要系执行疫情折扣政策、整体木作样品补贴所致。

报告期内，同行业可比上市公司未在公开资料中披露经销商返利比例等相关信息，但根据顶固集创 2020 年年度报告，2020 年销售折扣占营业收入的比例为 4.67%，与公司对经销商返利、样品折扣合计占营业收入的比例 5.49% 相当，不存在明显差异。

报告期内，公司给予经销商的返利、样品折扣及销售折让等情况如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经销商返利	1,063.20	2,193.52	2,949.22	2,285.56
疫情折扣	-	1,417.99	-	-
销售折让	346.07	557.69	603.83	751.76
延期赔款	-	0.14	7.66	681.82
样品折扣	1,459.35	3,118.16	1,706.75	2,449.38
<b>合计</b>	<b>2,868.62</b>	<b>7,287.50</b>	<b>5,267.45</b>	<b>6,168.52</b>

2020 年 2-4 月，公司为扶持经销商，给予其 91 折让利，使得当年疫情折扣达到 1,417.99 万元；2020 年度，公司对经销商样品折扣金额大幅增加，主要系公司对经销商全面实行梦天木门到梦天木作的转换，对整体木作样品进行补贴的规模较大所致。

会计处理：

公司对经销商的返利、补贴是以销售折扣（商业折扣）的形式兑现，即直接扣减对应经销商的销售收入。公司在当月开具增值税发票时采用负数抵减形式在发票上注明折扣金额，同时按净额确认收入。每一报告期末，公司根据返利政策所计算的各经销商未兑现的返利，按照权责发生制予以计提，冲减各期收入，并于当月按照“未开票收入”申报缴纳增值税销项税额，抵减经销商的相应货款（增加经销商的预收款项），即：借：预收账款（红字），贷：主营业务收入（红字）、应交税费——应交增值税（销项税额）（红字）

在确认疫情折扣、样品折扣及销售折让时，公司在当月开具增值税发票时采用负数抵减形式在发票上注明折扣金额，同时按净额确认收入。

#### K、独家经营品牌管理

根据公司《特别管理措施（负面清单）》相关规定，经销商门店须独家经营公司产品，不得展示、销售非公司品牌旗下的产品。经销商可以销售其他品牌产品，但须在不同门店内独立销售，且其他品牌产品与公司产品不得存在定位冲突和竞争关系。

因此，“梦天”品牌的经销商门店为独家经营发行人产品，不存在销售其他品牌产品的情形。

#### L、借款

报告期初，公司为支持经销商发展业务，曾应个别经销商要求，在评估其资信和业务能力后，向其提供了部分借款。目前，公司进行了严格管控，不再进行借款审批。对于前期借款，公司全面进行清理回收。需要分阶段收回的，制定并执行还款计划；对于催收效果不理想的，充分考虑业务平稳过渡，采取换商、诉讼等方式予以收回。

#### 会计处理：

公司向相应经销商提供借款时，借：其他应收款——相应经销商，贷：银行存款。

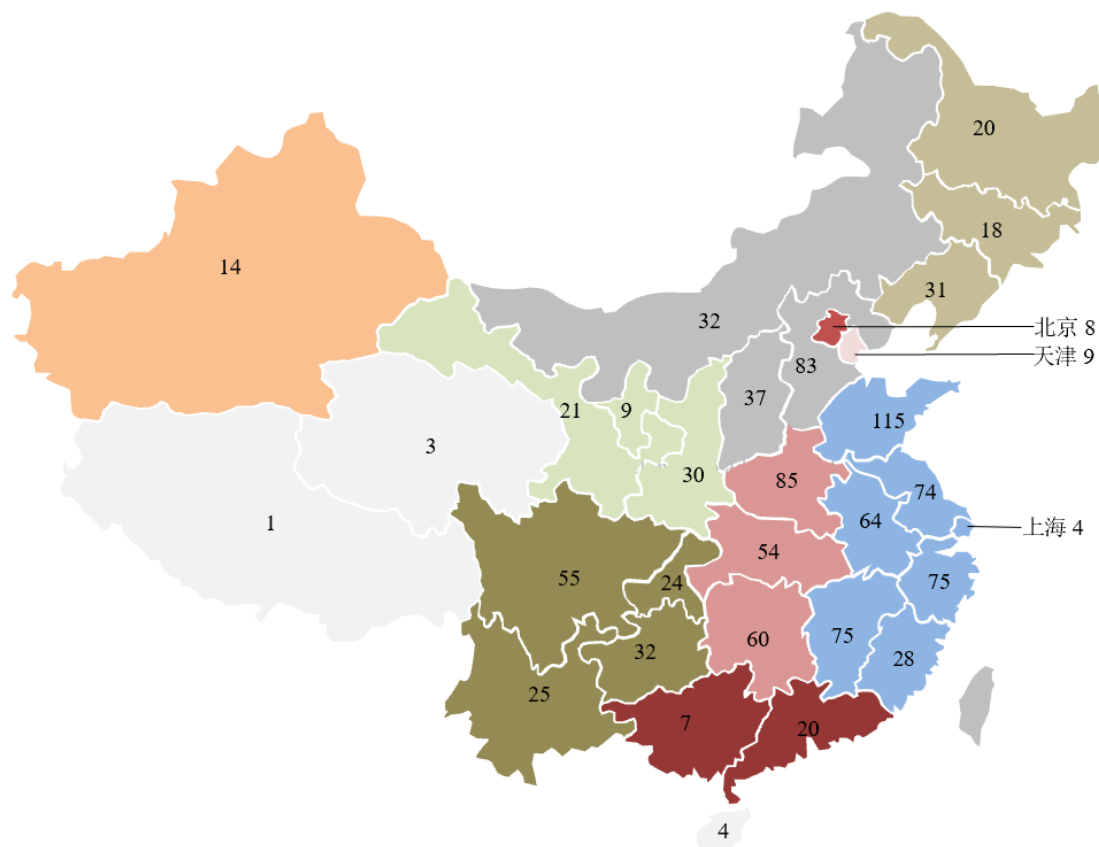
#### ②经销商网络及管理体制



## A、经销商网络

报告期内，公司构建了遍布国内 31 个省、直辖市及自治区的经销商营销网络，覆盖了国内所有的一、二线城市，并下沉到三、四、五线城镇。截至 2021 年 6 月末，公司共发展经销商 974 家，经销商共开设专卖店 1,117 家，如下图所示：

2021年6月末发行人经销商门店国内分布概况（单位：家）



## B、经销商管理体制

### a、经销商的分级情况

公司按照“营销升级、重心下沉、赋能市场”的战略推进经销商渠道建设，对签约经销商实行扁平化管理。报告期内，公司的经销商均为一级经销商。

对营销组织“梦天营销铁军”实行统一分级归口管理。根据属地原则，将经销商按地理位置划分为东西两战区，每个战区再划分为 6 大销区。各战区下面分别设有营销总监（分管该战区所有工作）、销区经理（负责销区内所有工

作)、区域经理(负责销区内分管区域具体工作)以及主动营销组和市场推广组(负责各自战区的营销和推广等帮扶活动)。

公司营销管理系统按战区和销区分布如下:

战区	销区	管辖省(市)
东部战区	浙江销区	浙江省
	江苏销区(统管上海市)	江苏省、上海市
	山东销区	山东省
	安徽销区	安徽省
	河南销区	河南省
	华北销区	北京市、天津市、河北省、山西省
西部战区	华南销区	江西省、福建省、广东省、广西壮族自治区、海南省
	两湖销区	湖南省、湖北省
	川陕销区	四川省、陕西省
	东北销区	辽宁省、吉林省、黑龙江省
	西南销区	贵州省、云南省、重庆市
	西北销区	甘肃省、青海省、新疆维吾尔自治区、宁夏回族自治区、内蒙古自治区、西藏自治区

由于中国幅员辽阔,各地区经济发展不均衡,消费习惯也存在差异,公司采用经销商模式,由其经营特定区域市场,既可充分利用经销商在当地的优势资源来提高公司产品市场份额,又便于公司将有限资源集中投向于研发、设计、品牌建设和经营管理。

#### b、经销商中法人单位和非法人单位情况

经销商一般以非法人单位(个体工商户)形式与公司发生业务;少数以法人公司形式与公司发生业务;部分经销商同时以非法人单位和法人单位与公司签约发生业务。

报告期内,公司经销商中法人单位和非法人单位(个体工商户)的数量、销售收入及占经销商收入的比例如下:

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	平均家数(家)	销售收入(万元)	占比(%)	平均家数(家)	销售收入(万元)	占比(%)	平均家数(家)	销售收入(万元)	占比(%)	平均家数(家)	销售收入(万元)	占比(%)

法人单位	175.00	12,141.75	24.94	141.50	21,080.38	18.91	90.50	17,878.49	14.62	44.50	10,601.95	8.83
非法人单位	976.50	36,540.08	75.06	1,022.00	90,372.38	81.09	996.00	104,426.16	85.38	954.00	109,509.32	91.17
<b>合计</b>	<b>980.00</b>	<b>48,681.83</b>	<b>100.00</b>	<b>1,007.00</b>	<b>111,452.76</b>	<b>100.00</b>	<b>999.00</b>	<b>122,304.65</b>	<b>100.00</b>	<b>956.00</b>	<b>120,111.27</b>	<b>100.00</b>

注 1：平均家数=（本期期初数+本期期末数）/2；

注 2：合计平均家数=法人经销商平均家数+非法人经销商平均家数-同时为法人经销商和非法人经销商重复计算家数。

报告期内，公司的经销商的数量和收入金额均以非法人单位（个体工商户）为主，其贡献的销售收入占经销商收入的比例分别为 91.17%、85.38%、81.09%及 75.06%。报告期内，法人单位的经销商收入占比有所上升，主要系公司鼓励经销商设立法人公司，直接对接终端法人客户发展业务；同时也造成部分经销商在同一年度内既以个体工商户名义又以法人单位名义与公司签约的情形。

#### c、经销商中前员工经销商情况

报告期内，经销商与公司及其控股股东、实际控制人、公司的董事、监事及高级管理人员均不存在实质和潜在的关联关系，也不存在由现有员工直接或间接控制、施加重大影响的经销商，但存在已正式办理离职的少量前员工成为发行人经销商的情形。

报告期内，公司对前员工经销商的销售收入及其占主营业务收入的比例如下：

项目	2021年 1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	销售收入 (万元)	占比 (%)	销售收入 (万元)	占比 (%)	销售收入 (万元)	占比 (%)	销售收入 (万元)	占比 (%)
前员工经销商	670.65	1.28	1,666.02	1.39	2,261.89	1.72	2,307.02	1.75

报告期内，公司对前员工经销商的销售占比较低，分别为 1.75%、1.72%、1.39%及 1.28%；公司对上述前员工经销商，均执行统一的经销商销售定价、管理政策。

#### C、发行人经销商或门店的盈亏测算情况

公司与经销商之间为买断式销售，经销商独立运营、自负盈亏，故公司无法获取经销商准确的经营数据。

公司渠道管理部根据经销商所在城市的经济发展水平和市场潜力，将经销商级别划分为 A 级（主要为直辖市、省会级、副省会级等一、二线城市）、B 级（主要为地市级等三线城市）、C 级（主要为县区级等四、五线城镇）。

在不考虑返利、折扣等情况下，公司大致测算了不同级别的经销商的盈亏平衡点（含税），具体如下：

级别	门店装修成本			年度固定成本（万元）						经销商预估毛利率	盈亏平衡点回款额（万元）
	装修单价（万元/m <sup>2</sup> ）[注]	面积（m <sup>2</sup> ）	合计（万元）	折旧（门店装修成本/3）	租金	人工费用	仓储费用	管理、营销等费用	合计		
A 级	0.40	750	300.00	100.00	110.00	120.00	20.00	100.00	450.00	50%	450.00
B 级	0.40	280	112.00	38.00	15.00	50.00	3.00	40.00	146.00	50%	146.00
C 级	0.40	170	68.00	22.00	8.00	20.00	2.00	10.00	62.00	50%	62.00

注：2020 年经销商店装均实现了木门至整体木作的转换，且实际装修单位成本含零星费用，故超过木作体验店单位成本 0.365 万元/m<sup>2</sup>。

当经销商总收入\*预估毛利率=固定成本时，达到盈亏平衡点。由于预估毛利率为 50%，故 A 级、B 级、C 级经销商对公司的回款额分别为 450 万元、146 万元及 62 万元时，达到盈亏平衡点。

在上述经销商盈亏平衡测算的基础上，推算出全国单个经销商的平均利润水平（以下数据均含税）：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1、经销商平均家数（家）	1,007.00	999.00	956.00
其中：A 级经销商	31.50	31.00	31.00
B 级经销商	232.00	238.00	237.50
C 级经销商	743.50	730.00	687.50
2、经销商回款额（万元）[注 1]	142,729.10	143,473.28	145,766.29
3、样品下单实际支出（万元）	4,092.81	3,019.15	3,302.52
4、测算经销商总收入（万元）[注 2]	277,272.58	280,908.26	284,927.54
5、测算固定成本（万元）[注 3]	94,144.00	93,958.00	91,250.00
6、成本总额（6=2+5）（万元）	236,873.10	237,431.28	237,016.29
7、利润总额（万元）	40,399.48	43,476.98	47,911.25
8、平均利润（8=7/1）（万元）	40.12	43.52	50.12

注 1：为当年下单的经销商订单金额；

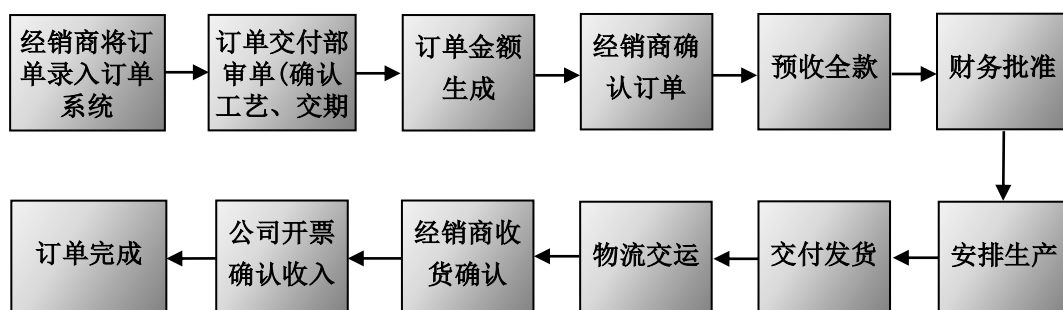
注 2：经销商总收入=（经销商回款额-样品下单实际支出）/（1-经销商预估毛利率）；

注 3：测算固定成本=∑（各级经销商数量\*相应年度固定成本）

经测算，报告期内，发行人经销商整体处于盈利水平。2019 年度，经销商

平均盈利水平下降，主要系公司 C 级经销商数量增加较多所致；2020 年度，受疫情影响，经销商整体盈利水平有所下滑。

### ③经销商模式的主要业务流程



### ④经销商收入分析

#### A、销区收入分布

报告期内，经销商的销区收入、平均家数、单个经销商平均收入及占经销商收入总额的比例如下：

销区	2021年1-6月			
	平均家数(家)	销售收入(万元)	单个经销商平均收入(万元/家)	占比(%)
华北	117.50	6,747.98	57.43	13.86
山东	93.50	6,136.65	65.63	12.61
浙江	66.50	6,096.73	91.68	12.52
江苏(统管上海市)	68.50	5,302.18	77.40	10.89
华南	121.00	4,842.56	40.02	9.95
两湖	109.00	3,669.08	33.66	7.54
川陕	70.00	3,236.11	46.23	6.65
安徽	57.50	2,979.43	51.82	6.12
河南	79.50	2,929.07	36.84	6.02
西南	79.00	2,424.61	30.69	4.98
东北	63.00	2,376.43	37.72	4.88
西北	55.00	1,941.01	35.29	3.99
合计	<b>980.00</b>	<b>48,681.83</b>	<b>49.68</b>	<b>100.00</b>
销区	2020年度			

	平均家数 (家)	销售收入(万元)	单个经销商平均收 入(万元/家)	占比 (%)
华北	118.50	14,352.57	121.12	12.88
浙江	66.50	13,359.71	200.90	11.99
山东	93.00	13,026.87	140.07	11.69
江苏(统管上海市)	70.50	12,713.50	180.33	11.41
华南	129.00	11,442.18	88.70	10.27
两湖	117.50	8,171.30	69.54	7.33
河南	80.50	8,007.07	99.47	7.18
川陕	73.00	7,704.27	105.54	6.91
安徽	59.00	6,921.88	117.32	6.21
西南	80.50	5,756.10	71.50	5.16
西北	53.00	5,030.32	94.91	4.51
东北	66.00	4,967.00	75.26	4.46
<b>合计</b>	<b>1,007.00</b>	<b>111,452.76</b>	<b>110.68</b>	<b>100.00</b>
销区	<b>2019年度</b>			
	平均家数 (家)	销售收入(万元)	单个经销商平均收 入(万元/家)	占比 (%)
华北	114.00	16,553.84	145.21	13.53
浙江	67.50	14,517.86	215.08	10.48
山东	89.50	13,550.65	151.40	11.87
江苏 (统管上海)	69.00	12,822.92	185.84	11.08
华南	131.50	12,411.69	94.39	10.15
两湖	118.50	9,454.52	79.78	7.73
河南	78.00	8,155.74	104.56	6.67
川陕	70.50	7,740.49	109.79	6.33
安徽	59.50	7,121.89	119.70	5.82
西北	52.00	6,791.42	130.60	5.55
西南	70.00	6,719.29	92.35	5.49
东北	79.00	6,464.35	85.05	5.29
<b>合计</b>	<b>999.00</b>	<b>122,304.65</b>	<b>122.43</b>	<b>100.00</b>
销区	<b>2018年度</b>			
	平均家数 (家)	销售收入(万元)	单个经销商平均收 入(万元/家)	占比 (%)
浙江	67.00	16,121.90	240.63	13.42



华北	107.50	15,668.89	145.76	13.05
江苏（统管上海）	69.00	14,207.45	205.91	11.83
华南	124.50	12,796.72	102.78	10.65
山东	85.00	12,219.50	143.76	10.17
两湖	113.00	8,742.13	77.36	7.28
川陕	65.00	7,448.77	114.60	6.20
东北	70.00	7,077.05	101.10	5.89
河南	72.00	6,644.91	92.29	5.53
西北	50.50	6,647.52	131.63	5.53
西南	76.00	6,322.01	83.18	5.26
安徽	56.50	6,214.42	109.99	5.17
<b>合计</b>	<b>956.00</b>	<b>120,111.27</b>	<b>125.64</b>	<b>100.00</b>

#### a、经销商数量变动

报告期内，公司加大对经销商的考核，并结合简奢型整体木作产品的推广，将渠道下沉，增加经销商网点布局，使得经销商平均家数逐年上升。

#### b、收入分布

报告期内，除 2020 年度受疫情影响，略有下滑外，公司经销商及各销区收入基本保持稳定。

由于地区发展及居民收入的不均衡，浙江、山东、江苏（含上海）、华北销区实现的收入和单个经销商收入水平平均占据全国前列。

近年来，北京作为政治中心和北方经济中心，其职能及地域范围不断向河北省等周边地区扩散、转移，导致人员工作和生活向石家庄、保定、廊坊、燕郊、香河等城镇迁移，从而带动了当地房地产市场的兴起。公司抓住机遇，将经销商网点“下沉”到基层乡镇，使得华北销区经销商家数不断增长，经销业务快速发展；2020 年度，华北销区受疫情影响较大，其收入及占比均有所下降。

浙江及江苏（上海）销区地处长三角地区腹地，为全国经济最发达的地区之一，客户消费能力强劲，一直为公司营销的主战场。报告期内，浙江销区、江苏（上海）销区实现的销售收入有所下滑，主要系浙江、江苏多地陆续出台

了限购及精装房交付政策，同时，主要竞争对手 TATA 木门、索菲亚、江山欧派等在该地区设有生产基地，市场竞争激烈。

2020 年度，山东、河南、川陕等销区受疫情影响较小，销售收入较稳定。

### B、经销商收入规模分布

报告期内，公司经销商收入规模分布情况如下：

项目	2021年 1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	平均家数 (家)	收入 (万元)	占比 (%)	平均家数 (家)	收入 (万元)	占比 (%)	平均家数 (家)	收入 (万元)	占比 (%)	平均家数 (家)	收入 (万元)	占比 (%)
400 (含) 万元以上	6.00	3,247.49	6.67	32.00	21,376.31	19.18	42.00	28,352.83	23.19	46.00	32,041.39	26.68
100 (含) -400 万元	93.00	15,756.09	32.37	325.00	59,001.42	52.94	359.00	65,745.45	53.76	324.00	59,822.02	49.81
100 万元以下	881.00	29,678.25	60.96	650.00	31,075.03	27.88	598.00	28,206.37	23.06	586.00	28,247.86	23.53
合计	<b>980.00</b>	<b>48,681.83</b>	<b>100.00</b>	<b>1,007.00</b>	<b>111,452.76</b>	<b>100.00</b>	<b>999.00</b>	<b>122,304.65</b>	<b>100.00</b>	<b>956.00</b>	<b>120,111.27</b>	<b>100.00</b>

报告期内，家居行业的经销商渠道市场受家装公司、电商、大宗工程渠道等多渠道分流影响，特别是 2020 年度受疫情影响，公司经销商收入规模层次有所下移。2018—2020 年度，收入层次在 400 (含) 万元以上的经销商数量、金额及占比均有所下降；100 万元以下的经销商数量、金额及占比总体有所增长；100 (含) —400 万元区间的经销商数量和收入金额基本保持稳定，约占经销商收入总额的一半。

#### ⑤经销商的终端销售情况

由于经销商模式的最终客户为零售渠道的装修散户，产品具有高度定制化特征。公司对经销商实行买断式销售，除质量问题外不得退换货。

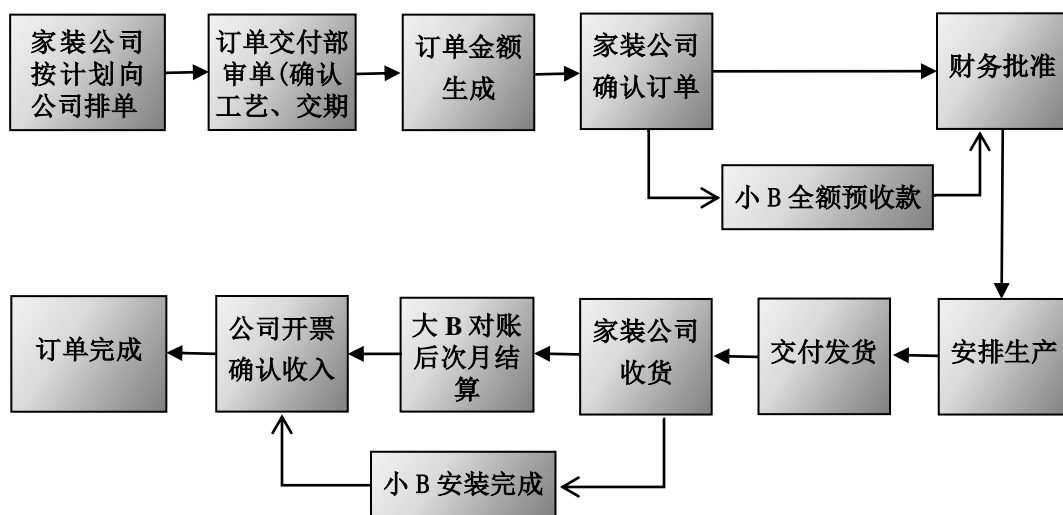
公司确认经销商订单后，先向经销商收取全额订单预付款，再行安排生产；而经销商为规避终端客户改变订货意向的经济损失，在订单确认后，先向终端客户收取 80% 以上预收款，再向公司支付全额预付款。因此，经销商或门店均不存在大量库存积压，不存在提前压货，也不存在以此调节收入的情形。

### (3) 家装公司

该销售模式为面对大型、小型家装公司（又称大 B、小 B）客户的销售。

大 B 一般是线上、线下相结合的互联网装修平台、装修公司，如金螳螂、云家通等，其能够对接到一定基数的终端客户群体，公司一般会给大 B 一定账期；小 B 则一般是业务量相对零散的小型装修公司、项目经理、设计师，公司采取全额预收款的政策。公司主要对家装公司销售“康 E”品牌木门。

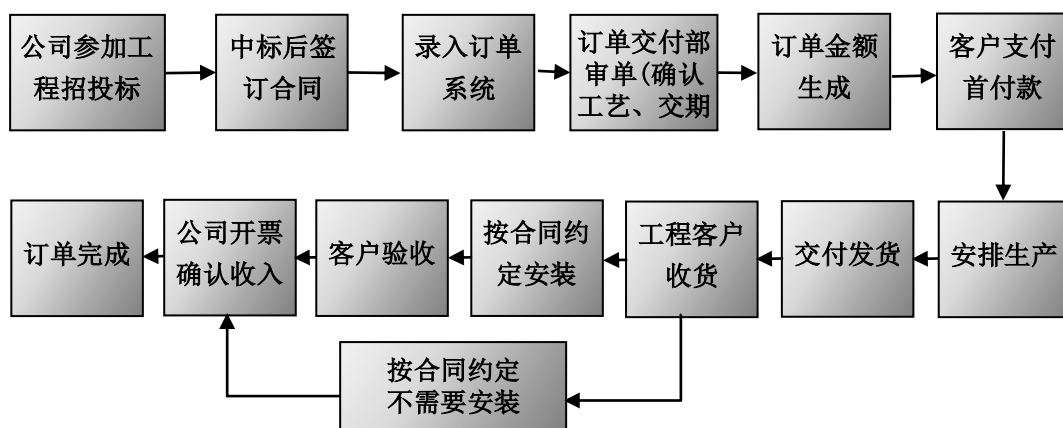
家装公司模式的业务流程如下：



#### (4) 大宗工程业务

大宗工程业务模式主要指与房地产开发商和精装修工程公司发生的业务模式，其出货量大，产品具有规模化和标准化的特点。

主要业务流程如下：



#### (四) 公司主要产品的生产和销售情况

##### 1、公司主要产品的产能和产销情况

产品	期间	产能	产量	产能利用率	销量	产销率	单价（元）
门扇 (扇)	2021年1-6月	317,500.00	184,508.00	58.11%	172,886.00	93.70%	704.70
	2020年度	565,000.00	422,402.00	74.76%	414,319.00	98.09%	724.45
	2019年度	700,000.00	440,983.00	63.00%	456,142.00	103.44%	798.87
	2018年度	700,000.00	518,847.00	74.12%	509,473.00	98.19%	774.15
柜类 (平方米)	2021年1-6月	325,000.00	317,097.35	97.57%	338,979.80	106.90%	298.69
	2020年度	600,000.00	608,223.67	101.37%	595,873.82	97.97%	334.99
	2019年度	450,000.00	444,582.33	98.80%	458,338.25	103.09%	381.61
	2018年度	450,000.00	427,744.75	95.05%	413,171.78	96.59%	367.48
墙板 (平方米)	2021年1-6月	175,000.00	160,196.83	91.54%	165,107.80	103.07%	463.71
	2020年度	325,000.00	318,832.87	98.10%	316,442.90	99.25%	453.98
	2019年度	250,000.00	244,741.47	97.90%	248,306.57	101.46%	525.16
	2018年度	250,000.00	222,433.04	88.97%	219,438.88	98.65%	539.52
门套 (万米)	2021年1-6月	270.00	148.36	54.95%	141.61	95.45%	79.85
	2020年度	490.00	356.67	72.79%	353.60	99.14%	82.10
	2019年度	540.00	373.31	69.13%	383.19	102.65%	87.76
	2018年度	540.00	399.70	74.02%	401.07	100.34%	86.59
线条 (万米)	2021年1-6月	568.00	360.73	57.72%	351.44	97.42%	25.47
	2020年度	1,137.50	891.28	78.35%	885.55	99.36%	26.44
	2019年度	1,250.00	933.91	74.71%	957.81	102.56%	28.43
	2018年度	1,250.00	989.82	79.19%	987.12	99.73%	27.40

### (1) 产销率

公司产品为高度定制化生产，报告期内各主要产品的产销率均很高。

2018年度，公司门套的产销率高于100%，主要系销售上年存货所致；2019年度，公司门扇、柜类、墙板、门套及线条的产销率均高于100%，主要系2018年末各类产品的发出商品余额较大，而2019年末发出商品余额下降所致；2021年1-6月，公司柜类、墙板的产销率高于100%，主要系销售上年存货所致。

### (2) 产能变动

2018年度，公司三号车间全面投入使用，将部分木门生产线改造成智能化的木门生产线，同时为适应市场需求，公司新增柜类和墙板产能；2020年度，

庆元厂区搬迁后新增柜类和墙板产能，同时因年初疫情致投产延迟，加上嘉善厂区部分生产线实施技改，导致公司木门产能下降。

2019 年度，嘉善厂区之柜体生产线经优化后，可柔性化生产柜体、平板柜门、平墙板；2020 年下半年起，庆元厂区之墙板线可柔性化生产墙板、柜门。

### (3) 产能利用率

2021 年 1-6 月，受需求季节性及春节假期影响，公司主要产品的产能利用率有所降低。

#### ①门扇

报告期内，由于内部产能结构性不均衡，门扇的整体产能利用率不高，具体如下：

单位：扇

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	产能	产量	产能利用率	产能	产量	产能利用率	产能	产量	产能利用率	产能	产量	产能利用率
平板门	140,000	121,239	86.60%	210,000	195,897	93.28%	75,000	77,456	103.27%	40,000	40,056	100.14%
榫卯结构组拼门[注]	182,500	63,269	35.64%	355,000	226,505	63.80%	625,000	363,527	58.16%	660,000	478,791	72.54%
合计	317,500	184,508	58.11%	565,000	422,402	74.76%	700,000	440,983	63.00%	700,000	518,847	74.12%

注：榫卯结构组拼门包括木质复合门、全木门、非标门及原木门

公司传统的榫卯结构组拼门适合经典装修风格，但随着消费主体趋于年轻化及精装市场的房产开发商偏好于性价比较高的产品，使得报告期内简约、现代的平板门产能利用率较高，圆棒榫卯结构组拼门的产能利用率下降。

其中：2018 年、2019 年平板门产能利用率略高于 100%，主要系公司平板门产能较低，产品需求旺盛，公司在旺季加班生产所致。

基于上述情况，公司不断将部分传统门扇生产线改造为平板门生产线，并通过实施募集资金投资项目“年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目”，来缓解门扇产能结构性不足的问题。

#### ②柜类、墙板

报告期内，柜类、墙板的产能利用率均较高。其中 2020 年度，柜类产能利

用率为 101.37%，超过 100%，系公司外购少量铝合金柜加工所致。

### ③门套、线条

报告期内，公司门套和线条产品的产能利用率及其机器设备原值情况如下：

期间	产能利用率	年末机器设备原值（万元）	产能利用率	年末机器设备原值（万元）
	门套		线条	
2021 年 1-6 月	54.95%	4,017.47	57.72%	4,329.54
2020 年度	72.79%	3,991.08	78.35%	4,276.46
2019 年度	69.13%	3,672.08	74.71%	4,073.76
2018 年度	74.02%	2,579.01	79.19%	4,257.41

由于门扇与门套、线条产品具有风格和数量的适配性，因此，报告期内，公司门套、线条的产能利用率与门扇的产能利用率接近，均呈现先降后升的趋势。

报告期内，公司线条产品的产能利用率及其机器设备原值均较为稳定，两者之间具有匹配性；公司门套产品的产能利用率波动不大，但其机器设备原值有所增加，主要系 2019 年度公司嘉善厂区三号车间新增门套自动加工复合生产线，替换了部分原有产能，使得 2019 年度、2020 年度的门套机器设备原值增加较多，但门套产能维持不变。

#### （4）主要产品单价

2019 年度，公司主要产品单价总体攀升，主要系 2018 年 5 月 1 日、2019 年 4 月 1 日，增值税率分别下调 1%、3%，而公司对经销商的含税价不变，致使不含税价升高；公司 2018 年 7 月 1 日调增了产品系列单价；另外，随着柜类、墙板品种丰富，推动其单价提升。

2020 年 2-4 月，公司对经销商打折促销，致使 2020 年度各类产品单价有所下降；2021 年 1-6 月，由于公司产品风格持续向简奢型转移，除墙板外，公司主要产品的单价有所下滑。

## 2、公司主营业务收入的产品分部

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
木门类	32,443.42	62.10	82,456.83	68.72	97,297.32	74.05	101,214.67	76.93
其中：门扇	12,183.23	23.32	30,015.15	25.01	36,439.67	27.73	39,440.87	29.98
门套	11,307.79	21.64	29,030.82	24.19	33,628.50	25.59	34,728.82	26.40
线条	8,952.41	17.14	23,410.86	19.51	27,229.15	20.72	27,044.98	20.56
柜类	10,124.97	19.38	19,961.34	16.64	17,490.78	13.31	15,183.24	11.54
墙板	7,656.26	14.65	14,365.77	11.97	13,039.97	9.92	11,839.19	9.00
其他家具	2,020.11	3.87	3,206.26	2.67	3,559.51	2.71	3,323.58	2.53
<b>主营业务收入</b>	<b>52,244.75</b>	<b>100.00</b>	<b>119,990.20</b>	<b>100.00</b>	<b>131,387.58</b>	<b>100.00</b>	<b>131,560.68</b>	<b>100.00</b>

报告期内，受家具行业销售渠道多元化分流影响，公司以经销商渠道为主的业务发生变化，木门类产品（包括门扇、门套、线条）的销售收入及占比有所下降；随着公司全屋定制战略的深化，柜类、墙板的销售收入及占比均不断增长。

### 3、公司前五大客户销售

报告期内，公司前五大客户销售收入及其占主营业务收入的比例如下：

期间	序号	客户	客户类型	销售收入 (万元)	占比 (%)
2021年 1-6月	1	深圳恒大材料设备有限公司	大宗工程客户	1,362.94	2.61
	2	北京星淼	经销商	672.64	1.29
	3	现代筑美	大宗工程客户	647.20	1.24
	4	胡剑跃	经销商	647.09	1.24
	5	谢凯泽	经销商	594.61	1.14
			合计	3,924.48	7.51
2020年度	1	现代筑美	大宗工程客户	2,517.27	2.10
	2	谢凯泽	经销商	1,321.62	1.10
	3	北京星淼	经销商	1,199.02	1.00
	4	徐江平	经销商	1,196.27	1.00
	5	蒋振超	经销商	878.77	0.73
			合计	<b>7,112.95</b>	<b>5.93</b>
2019年度	1	谢凯泽	经销商	2,032.59	1.55
	2	北京星淼	经销商	1,679.13	1.28



	3	金螳螂	家装公司	1,579.13	1.20
	4	胡剑跃	经销商	1,397.22	1.06
	5	徐江平	经销商	1,384.60	1.05
		<b>合计</b>		<b>8,072.67</b>	<b>6.14</b>
2018 年度	1	金螳螂	家装公司	2,582.77	1.96
	2	谢凯泽	经销商	2,168.79	1.65
	3	吴晓莹	经销商	1,676.11	1.27
	4	胡剑跃	经销商	1,593.73	1.21
	5	徐江平	经销商	1,445.49	1.10
		<b>合计</b>		<b>9,466.89</b>	<b>7.20</b>

注：公司对经销商谢凯泽、胡剑跃、徐江平、吴晓莹、蒋振超等销售收入，按其控制的个体工商户和有限公司的销售收入合并计算填列，下同。

报告期内，公司对前五大客户销售收入合计有所波动，其构成有所变动，具体如下：

(1) 公司经销商模式销售占比较大，故前五大客户主要由经销商客户构成。报告期内，因经销商渠道客户被多渠道分流以及 2020 年度经销商业务普遍受疫情影响较大，公司经销商模式的销售收入有所下降。

(2) 报告期内，公司家装公司客户金螳螂将总部统一采购调整为直营店自主采购，致使公司对该客户的销售收入下降；

(3) 受益于公司对大宗工程客户的前期积累，同时大宗工程业务受疫情影响较小，现代筑美、深圳恒大材料设备有限公司成为报告期内前五大客户；2021 年 1-6 月，前五大客户中，大宗工程业务模式销售占比超过经销商模式。

#### 4、报告期内，各销售模式的前五大客户情况

##### (1) 经销商模式

报告期内，公司经销商模式的前五大客户销售收入及占比如下：

时间	序号	客户名称	销售收入（万元）	占比（%）
2021 年 1-6 月	1	北京星淼	672.64	1.29
	2	胡剑跃	647.09	1.24
	3	谢凯泽	594.61	1.14

	4	徐江平	504.95	0.96
	5	王洪	393.57	0.75
		<b>合计</b>	<b>2,812.86</b>	<b>5.38</b>
<b>2020 年度</b>	1	谢凯泽	1,321.62	1.10
	2	北京星淼	1,199.02	1.00
	3	徐江平	1,196.27	1.00
	4	蒋振超	878.77	0.73
	5	单晓波	875.31	0.73
		<b>合计</b>	<b>5,470.99</b>	<b>4.56</b>
<b>2019 年度</b>	1	谢凯泽	2,032.59	1.55
	2	北京星淼	1,679.13	1.28
	3	胡剑跃	1,397.22	1.06
	4	徐江平	1,384.60	1.05
	5	王洪	919.51	0.70
		<b>合计</b>	<b>7,413.05</b>	<b>5.64</b>
<b>2018 年度</b>	1	谢凯泽	2,168.79	1.65
	2	吴晓莹	1,676.11	1.27
	3	胡剑跃	1,593.73	1.21
	4	徐江平	1,445.49	1.10
	5	王洪	1,073.81	0.82
		<b>合计</b>	<b>7,957.93</b>	<b>6.05</b>

报告期内，公司前五大经销商收入变动如下：

①谢凯泽、徐江平始终为公司报告期内前五大经销商，其中：谢凯泽负责山西太原、山西晋中、河北承德等地区的经销业务，徐江平负责上海、江苏苏州地区的经销业务，受当地市场新房交付量、市场竞争以及 2020 年上半年疫情影响，两者销售额有所下降；

②北京星淼为公司 2018 年在北京地区新换的经销商，随着市场拓展不断深入，2019 年起成为公司前五大经销商；

③蒋振超、单晓波分别为山东青岛、浙江青田及苍南的经销商，2020 年度，上述地区的业务发展相对稳定，进入到前五大经销商；

④胡剑跃、王洪均为公司 2018 年度、2019 年度及 2021 年上半年的前五大经销商；2020 年度，所负责的浙江乐清、浙江杭州业务上半年受疫情影响较大，未进入前五大经销商；

⑤2019 年起，吴晓莹退出了江苏南京、江苏溧水、江苏高淳三地的经销业务，仅负责浙江永康的经销业务，致使其销售收入减少。

## (2) 家装公司模式

报告期内，公司家装公司模式的前五大客户的销售收入及占比如下：

时间	序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)
2021 年 1-6 月	1	金螳螂	114.22	0.22
	2	浙江杭州周文英	76.18	0.15
	3	湖南长沙岳诗婕	70.93	0.14
	4	佛山市悦饰界科技有限公司	38.39	0.07
	5	云家通	26.66	0.05
			<b>合计</b>	<b>326.39</b>
2020 年度	1	金螳螂	440.54	0.37
	2	广东安乐窝网络科技有限公司	136.17	0.11
	3	佛山市悦饰界科技有限公司	81.91	0.07
	4	云家通	81.10	0.07
	5	湖南点石装饰设计工程有限公司	59.28	0.05
			<b>合计</b>	<b>799.00</b>
2019 年度	1	金螳螂	1,579.13	1.20
	2	云家通	513.10	0.39
	3	广东安乐窝网络科技有限公司	279.49	0.21
	4	佛山市悦饰界科技有限公司	181.52	0.14
	5	爱空间科技（北京）有限公司	146.67	0.11
			<b>合计</b>	<b>2,699.91</b>
2018 年度	1	金螳螂	2,582.77	1.96
	2	云家通	1,326.88	1.01
	3	爱空间科技（北京）有限公司	1,117.73	0.85
	4	广东安乐窝网络科技有限公司	341.59	0.26
	5	温州斑马网络科技有限公司	250.16	0.19

		合计	5,619.13	4.27
--	--	----	----------	------

报告期内，公司主要为家装公司客户专业提供“康E”木门类产品。

①报告期内，公司前五大家装客户变动情况

报告期内，前五大家装公司客户总体稳定，但销售收入有所下滑，其中：

A、金螳螂、云家通一直为公司前五大家装公司客户，受互联网家装行业整体下滑、上述公司经营策略调整以及对木门产品需求变化等因素影响，报告期内公司对该三家客户的销售收入有所减少；

B、佛山市悦饰界科技有限公司、广东安乐窝网络科技有限公司是公司合作多年的客户，报告期内受疫情及互联网家装行业下滑影响，销售收入有所减少；

C、温州斑马网络科技有限公司、爱空间科技（北京）有限公司均为互联网家装公司，因经营策略调整，对公司产品采购下降；

D、公司为湖南点石装饰设计工程有限公司、浙江杭州周文英及湖南长沙岳诗婕提供适合其需求的产品，成为公司家装公司模式前五大客户。

②公司与云家通的交易不存在利益输送

发行人实际控制人范小珍、余静渊分别于 2016 年 6 月及 12 月投资上海苏州新居、上海颂夏，从而间接持有云家通 3.46% 的股权。上述投资不会导致发行人与云家通构成导致利益转移的关联关系。

详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况”之“（二）实际控制人投资的其他企业”。

公司与云家通的交易价格公允性分析如下：

A、与公司向无关联第三方销售单价比较

公司向云家通、无关联第三方金螳螂等家装公司主要销售“康E”品牌的木门类产品（门扇、门套、线条），对该两家客户采取同一套产品销售定价标

准。

a、入股前后，公司对云家通、金螳螂的同类产品销售单价比较

入股前后，公司对云家通的销售收入分别 1,092 万元、1,132.41 万元、1,264.03 万元及 2,765.72 万元，未发生重大变动，同期产品单价与金螳螂对比如下：

项目	2017 年度			2016 年 7-12 月			2016 年 1-6 月			2015 年度
	云家通	金螳螂	差异率	云家通	金螳螂	差异率	云家通	金螳螂	差异率	云家通
门扇（元/扇）	611.29	601.82	1.57%	613.88	612.26	0.26%	617.26	613.85	0.56%	608.14
门套（元/米）	66.96	69.63	-3.83%	67.73	68.52	-1.15%	68.34	68.14	0.29%	67.21
线条（元/米）	24.58	24.07	2.12%	25.16	25.01	0.60%	25.21	24.67	2.19%	24.78

注：公司与金螳螂于 2016 年开始合作。

入股前后，公司对云家通和金螳螂销售的同类产品单价总体差异较小，差异率为定制产品的不同规格型号引起。因此，公司对云家通销售产品的定价公允。

b、报告期内，公司对云家通、金螳螂的同类产品销售单价比较

报告期内，公司对云家通的销售额分别为 1,326.88 万元、513.10 万元、81.10 万元及 26.66 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.01%、0.39%、0.07% 及 0.05%，产品单价与金螳螂对比如下：

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	云家通	金螳螂	差异率	云家通	金螳螂	差异率	云家通	金螳螂	差异率	云家通	金螳螂	差异率
门扇（元/扇）	650.75	602.76	7.96%	611.79	621.64	-1.59%	705.10	702.69	0.34%	618.15	639.78	-3.38%
门套（元/米）	72.10	75.52	-4.53%	67.44	73.25	-7.93%	78.21	79.58	-1.72%	68.37	71.19	-3.96%
线条（元/米）	26.76	26.05	2.73%	25.69	25.25	1.75%	28.49	27.39	4.02%	25.61	24.54	4.36%

报告期内，公司对云家通和金螳螂销售的同类产品单价总体差异较小，差异率为定制产品的不同规格型号引起。因此，公司对云家通的销售价格是公允的。

B、与云家通向其他方采购同类产品单价比较

江山欧派（603208）是云家通的主要供应商之一，其实木复合门与公司销

售给云家通的木质复合门为同类可比产品。

a、入股前后，江山欧派实木复合门与公司对云家通同类产品的销售单价对比如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
江山欧派实木复合门（元/套）	1,124.12	1,103.79	1,104.14
公司木质复合门（元/樘）	1,249.95	1,266.51	1,250.38

注：公司按 1 扇门、5.5 米门套和 11 米线条折算为 1 樘门进行比较。

入股前后，公司对云家通的产品销售单价均保持略高于江山欧派的实木复合门，主要系公司产品定位高端，品牌知名度较高所致。

b、报告期内，江山欧派实木复合门与公司对云家通的同类产品销售单价对比如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
江山欧派实木复合门（元/套）	未披露	未披露	1,088.34	1,163.42
公司木质复合门价格（元/樘）	1,341.66	1,265.34	1,448.65	1,275.90

注：公司按 1 扇门、5.5 米门套和 11 米线条折算为 1 樘门进行比较；

报告期内，由于产品定位及品牌溢价不同，公司对云家通的销售单价格均略高于江山欧派的实木复合门，其中 2019 年度单价较高，主要系当年云家通的采购额下降，未享受返利所致。

综上，发行人与云家通之间的交易是真实的，价格是公允的，不存在对发行人或云家通进行利益输送的情形。

### （3）大宗工程业务模式

报告期内，公司大宗工程业务模式下前五大客户的销售收入及占比如下：

时间	序号	客户名称	销售收入（万元）	占比（%）
2021 年 1-6 月	1	深圳恒大材料设备有限公司	1,362.94	2.61
	2	现代筑美	647.20	1.24
	3	浙江全品建筑材料科技有限公司	157.64	0.30
	4	北京清尚建筑装饰工程有限公司	154.23	0.30
	5	河北冉星建筑工程有限公司	144.65	0.28
			合计	2,466.65

2020 年度	1	现代筑美	2,517.27	2.10
	2	泰和华宇	824.82	0.69
	3	浙江鸿翔建设集团股份有限公司	591.81	0.49
	4	上海市室内装潢工程有限公司	551.03	0.46
	5	新昌县华佳房地产开发有限公司	474.26	0.40
		合计	<b>4,959.19</b>	<b>4.13</b>
2019 年度	1	泰和华宇	710.48	0.54
	2	江苏江都建设集团有限公司	401.04	0.31
	3	北京精装汇装饰工程有限公司	255.65	0.19
	4	尉氏县运发木材购销处	229.96	0.18
	5	南昌市东弘建筑材料有限公司	196.71	0.15
		合计	<b>1,793.84</b>	<b>1.37</b>
2018 年度	1	现代筑美	1,111.20	0.84
	2	泰和华宇	885.44	0.67
	3	江苏江都建设集团有限公司	503.99	0.38
	4	南昌市东弘建筑材料有限公司	218.33	0.17
	5	嘉兴星源信息科技有限公司	205.77	0.16
		合计	<b>2,924.73</b>	<b>2.22</b>

报告期内，公司积极应对新建住宅精装交付政策，推动大宗工程业务发展，使得该模式收入增长较快。

报告期内，公司前五大大宗工程客户构成有所变动，具体如下：

①2018 年度、2020 年度及 2021 年上半年，现代筑美与公司分别合作了多个楼盘的精装修业务，成为规模较大的大宗工程客户；2021 年上半年，经多年积累，深圳恒大材料设备有限公司成为公司第一大客户；

②泰和华宇是公司持续合作的大宗工程客户，报告期内对其销售收入较为稳定；2021 年 1-6 月，因项目尚未作收货验收，故销售收入有所减少；

③江苏江都建设集团有限公司、北京精装汇装饰工程有限公司、浙江鸿翔建设集团股份有限公司、上海市室内装潢工程有限公司、浙江全品建筑材料科技有限公司、北京清尚建筑装饰工程有限公司及河北冉星建筑工程有限公司为装修工程总承包商，根据客户指定，采购“梦天”品牌木门或木作产品；



④2020 年度，新昌县华佳房地产开发有限公司与公司合作了其所开发楼盘的精装修业务，成为当年大宗工程业务第五大客户；

⑤嘉兴星源信息科技有限公司为一次性交易的终端客户；南昌市东弘建筑材料公司、尉氏县运发木材购销处报告期内对公司进行大宗采购。

报告期内，公司对客户的销售较为分散，不存在向单个客户的销售比例超过主营业务收入总额 50%或严重依赖于少数客户的情形。

报告期内，公司的董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持股 5%以上股份的股东与上述客户均无关联关系。

## **（五）公司主要原材料和能源的供应情况**

### **1、公司主要原材料的供应及采购情况**

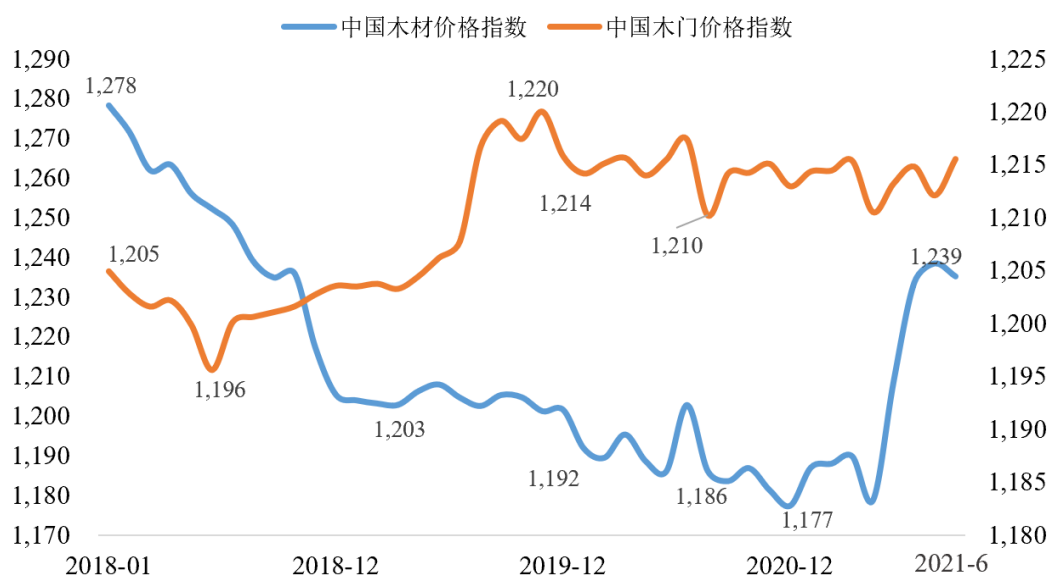
#### **（1）公司主要原材料的供应情况**

报告期内，公司的主要原材料为板材类（包括集成材、板材、多层板、饰面板、中纤板等）、线条、木皮、涂料等。其中：板材类、线条、木皮属于木材类，涂料主要为水性漆等。

公司地处定制家居产品制造产业集群的长三角腹地，各类原材料供应充足，货源稳定。

报告期内，公司板材类、线条等木材类原材料采购单价及木门类产品价格与行业木材和木门价格指数变动基本一致。具体如下图所示：

中国木材和木门价格指数变动情况



数据来源：中国木材价格指数网

由上图可见，中国木材价格指数 2018 年度从高点回落，2019 年度、2020 年度继续缓慢下行，2021 年 1-6 月急剧上升；木门价格指数自 2018 年下半年起逐步上扬，2020 年起维持高位，2021 年 1-6 月，保持平稳震荡态势。

## (2) 公司主要原材料的采购情况

报告期内，公司的采购总额分别为 64,699.44 万元、51,735.72 万元、53,757.48 万元及 24,906.63 万元，其中，主要原材料采购情况如下：

期间	原材料	数量	金额（万元）	占比（%）	平均单价
2021 年 1-6 月	板材类	38,817.11m <sup>3</sup>	9,031.00	36.26	2,326.55 元/m <sup>3</sup>
	涂料	179.70 万 kg	4,197.32	16.85	23.36 元/kg
	线条	348.59 万 m	2,907.12	11.67	8.34 元/m
	木皮	230.79 万 m <sup>2</sup>	3,105.10	12.47	13.45 元/m <sup>2</sup>
	合计		<b>19,240.53</b>	<b>77.25</b>	
2020 年度	板材类	85,329.37m <sup>3</sup>	19,807.94	36.85	2,321.35 元/m <sup>3</sup>
	涂料	460.10 万 kg	10,745.80	19.99	23.36 元/kg
	线条	898.78 万 m	8,297.17	15.43	9.23 元/m
	木皮	532.60 万 m <sup>2</sup>	6,946.18	12.92	13.04 元/m <sup>2</sup>
	合计		<b>45,797.09</b>	<b>85.19</b>	

2019 年度	板材类	75,641.42m <sup>3</sup>	17,678.05	34.17	2,337.09 元/m <sup>3</sup>
	涂料	488.40 万 kg	11,324.57	21.89	23.19 元/kg
	线条	1,032.07 万 m	9,877.81	19.09	9.57 元/m
	木皮	589.33 万 m <sup>2</sup>	7,250.61	14.01	12.30 元/m <sup>2</sup>
	合计		<b>46,131.04</b>	<b>89.17</b>	
2018 年度	板材类	89,542.16m <sup>3</sup>	22,179.58	34.28	2,477.00 元/m <sup>3</sup>
	涂料	597.81 万 kg	13,303.66	20.56	22.25 元/kg
	线条	1,225.39 万 m	12,981.52	20.06	10.59 元/m
	木皮	698.54 万 m <sup>2</sup>	7,707.12	11.91	11.03 元/m <sup>2</sup>
	合计		<b>56,171.88</b>	<b>86.82</b>	

①报告期内，公司原材料采购额逐年下降，主要系原材料耗用量较大的木门类产品逐年产量下降；公司主要产品的结构向简奢型风格系列转移，该类产产品样式简洁，工艺较为简单，原材料耗用量较少，对应材质单价较低；同时，公司板材类、线条的市场采购单价有所下降；

②2020 年度，因墙板和柜类产量大幅上升以及期末与订单匹配的原材料备货较多，导致板材类原材料采购数量及金额均有所提升；

③与中国木材价格指数走势一致，公司的板材、线条的采购价格呈现出 2018 年度较高，而 2019 年度、2020 年度逐年降低；2021 年 1-6 月，由于原材料采购内部结构变动，致使板材采购单价与上年持平，线条单价持续下降；

④木皮一般通过向境内原木加工厂商采购而来，木皮单价逐年上涨；

⑤2021 年 1-6 月，公司原材料采购占比下降，系五金及外购采购较多所致。

## 2、公司主要能源的供应及其采购情况

报告期内，公司使用的主要能源为电和蒸汽，供应充足。其中，电由当地的供电公司供应。

报告期内，公司主要能源的采购情况如下：

期间	项目	采购数量	采购金额 (万元)	平均单价
----	----	------	--------------	------

2021年1-6月	电	1,307.73 万度	1,067.19	0.82 元/度
	蒸汽	1.72 万 t	324.68	188.65 元/t
2020年度	电	2,856.71 万度	2,312.71	0.81 元/度
	蒸汽	3.12 万 t	530.01	169.73 元/t
2019年度	电	3,023.86 万度	2,448.03	0.81 元/度
	蒸汽	3.04 万 t	511.26	168.39 元/t
2018年度	电	3,764.46 万度	2,931.74	0.78 元/度
	蒸汽	4.11 万 t	687.47	167.21 元/t

报告期内，公司燃料、动力的采购变动情况如下：

(1) 2018 年度，公司的电耗用量较大，主要系该年度公司的三号智能化车间全面投入使用以及木门类产量较高所致；

(2) 2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司木门产量下降，而工艺简单、单位耗电量较低的柜类、墙板产量上升，同时公司进行柔性化生产，将主要产品集中在条件较好的车间生产，均使得电耗用量有所下降；

(3) 2019 年度，随着木门产量下降，蒸汽采购量下降；2020 年度、2021 年 1-6 月，庆元新工厂投产后，外购蒸汽量增加，使得公司蒸汽采购量上升。

(4) 2021 年 1-6 月，蒸汽单价大幅上涨，系嘉善地区供热公司采取“煤汽联动”，供汽价格多次上调所致。

### 3、公司向前五名供应商的采购情况

#### (1) 报告期内，公司向前五名供应商的采购情况

期间	序号	供应商	采购内容	采购金额 (万元)	占采购总额比例 (%)
2021年1-6月	1	豪升木业	多层板	2,139.05	8.59
	2	立邦长润发	水性漆	1,085.25	4.36
	3	上海玉美涂料有限公司	水性漆	930.52	3.74
	4	金辉木业	线条、集成材	899.06	3.61
	5	润鹏木业	线条、集成材	877.69	3.52
			合计		<b>5,931.56</b>

2020年度	1	豪升木业	多层板	4,301.30	8.00
	2	润鹏木业	线条	3,188.11	5.93
	3	金辉木业	线条	2,622.54	4.88
	4	立邦长润发	水性漆	2,392.35	4.45
	5	漆宝化学品	水性漆	2,017.09	3.75
		合计			<b>14,521.39</b>
2019年度	1	润鹏木业	线条	4,547.98	8.79
	2	漆宝化学品	水性漆	3,576.59	6.91
	3	豪升木业	多层板	2,843.17	5.50
	4	立邦长润发	水性漆	2,778.93	5.37
	5	金辉木业	线条、多层板	2,748.14	5.31
		合计			<b>16,494.80</b>
2018年度	1	润鹏木业	线条	5,892.90	9.11
	2	漆宝化学品	水性漆	3,939.87	6.09
	3	金辉木业	线条、多层板	3,550.81	5.49
	4	立邦长润发	水性漆	3,326.87	5.14
	5	豪升木业	多层板	2,637.46	4.07
		合计			<b>19,347.91</b>

报告期内，公司前五大供应商较为稳定，具体采购情况如下：

①报告期内，润鹏木业为公司线条的主要供应商，受公司木门类产量减少及分散采购影响，公司对其采购规模逐年减少；

②漆宝化学品、立邦长润发为公司水性漆的重要供应商，报告期内，公司实行“比质比价”分散采购原则，对两家公司的采购额有所变动；

③豪升木业为公司多层板的主要供应商，因其提供的多层板种类较为丰富，故报告期内向其采购规模逐年增长；

④金辉木业为公司多层板、线条等的主要供应商，受公司产品结构调整，相应原材料采购额有所减少；

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过 50%或严重依赖于少

数供应商的情况。

报告期内，公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持股 5% 以上股份的股东与上述供应商均无关联关系。

## (2) 主要原材料分类采购情况

### ① 板材类

报告期内，公司对板材类原材料主要供应商的采购情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购单价 (元/m <sup>3</sup> )	采购数量 (m <sup>3</sup> )	采购金额 (万元)	同类采购 占比 (%)	采购总额 占比 (%)
2021 年 1-6 月	1	豪升木业	多层板	3,307.95	6,466.38	2,139.05	23.69	8.59
	2	上海灿轩木业有限公司	密度板	1,845.21	3,106.40	573.20	6.35	2.30
	3	日照市澳思柏恩装饰材料有限公司	刨花板	1,198.67	4,582.36	549.28	6.08	2.21
	4	苏州德厦木业有限公司	集成材	3,216.44	1,566.30	503.79	5.58	2.02
	5	嘉善协盈木业有限公司	集成材	2,153.65	2,105.16	453.38	5.02	1.82
	合计					<b>17,826.60</b>	<b>4,218.70</b>	<b>46.72</b>
2020 年度	1	豪升木业	多层板	3,368.56	12,768.94	4,301.30	21.72	8.00
	2	日照市澳思柏恩装饰材料有限公司	刨花板	1,198.34	13,023.05	1,560.55	7.88	2.90
	3	上海灿轩木业有限公司	密度板	1,906.75	8,005.85	1,526.51	7.71	2.84
	4	德清县宝利木业有限公司	饰面板	7,508.75	1,913.37	1,436.71	7.25	2.67
	5	嘉善协盈木业有限公司	集成材	2,405.56	4,727.43	1,137.21	5.74	2.12
	合计					<b>40,438.64</b>	<b>9,962.33</b>	<b>50.30</b>
2019 年度	1	豪升木业	多层板	3,273.15	8,686.35	2,843.17	16.08	5.50
	2	上海灿轩木业有限公司	密度板	1,859.68	8,842.76	1,644.47	9.30	3.18
	3	柳州市欧纳森木业有限责任公司	集成材	2,298.66	5,067.09	1,164.75	6.59	2.25
	4	新世纪木业	集成材	2,490.09	4,627.42	1,152.27	6.52	2.23
	5	德清县宝利木业有限公司	饰面板	7,431.00	1,466.98	1,090.11	6.17	2.11
	合计					<b>28,690.60</b>	<b>7,894.77</b>	<b>44.66</b>
2018 年度	1	豪升木业	多层板	3,425.25	7,700.06	2,637.46	11.89	4.08

2	新世纪木业	集成材	2,464.51	8,343.17	2,056.18	9.27	3.18
3	上海灿轩木业有限公司	密度板	1,752.91	8,109.82	1,421.58	6.41	2.20
4	德清县宝利木业有限公司	饰面板	7,677.20	1,661.28	1,275.40	5.75	1.97
5	广西震铄木业有限公司	集成材	2,277.13	4,999.80	1,138.52	5.13	1.76
合计				<b>30,814.13</b>	<b>8,529.14</b>	<b>38.45</b>	<b>13.19</b>

根据生产所需的板材类原材料品种及规格型号选择供应商。报告期内，受公司产品结构调整影响，对不同供应商的原材料采购金额及占比有所波动，其中：豪升木业因多层板种类较为丰富，公司向其采购占比逐年增长。

报告期内，公司对同一类材料的采购单价变动，主要系规格差异因素导致。其中：向豪升木业采购的 A 级多层板等级较高，嘉善协盈木业有限公司有较大比重规格为无节的集成材，新世纪木业的集成材规格厚度较高，故相应板材采购单价较高。

## ②涂料

报告期内，公司对涂料主要供应商的采购情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购单价 (元/kg)	采购数量 (万 kg)	采购金额 (万元)	同类采购 占比 (%)	采购总额 占比 (%)
2021年1-6月	1	立邦长润发	水性漆	24.96	43.47	1,085.25	25.86	4.36
	2	上海玉美涂料有限公司	水性漆	31.49	29.55	930.52	22.17	3.74
	3	漆宝化学品	水性漆	37.83	16.01	605.59	14.43	2.43
	合计					<b>89.03</b>	<b>2,621.36</b>	<b>62.46</b>
2020年度	1	立邦长润发	水性漆	24.76	103.23	2,392.35	22.26	4.45
	2	漆宝化学品	水性漆	40.41	56.35	2,017.09	18.77	3.75
	3	上海玉美涂料有限公司	水性漆	31.00	56.95	1,765.69	16.43	3.28
	合计					<b>216.53</b>	<b>6,175.13</b>	<b>57.46</b>
2019年度	1	漆宝化学品	水性漆	37.42	95.57	3,576.59	31.58	6.91
	2	立邦长润发	水性漆	24.42	113.78	2,778.93	24.54	5.37
	合计					<b>209.35</b>	<b>6,355.52</b>	<b>56.12</b>
2018年度	1	漆宝化学品	水性漆	41.77	94.32	3,939.87	29.61	6.09



	2	立邦长润发	水性漆	26.83	124.01	3,326.87	25.01	5.14
	合计				<b>218.33</b>	<b>7,266.74</b>	<b>54.62</b>	<b>11.23</b>

报告期内，漆宝化学品和立邦长润发为公司最主要的水性漆供应商，两者合计采购额占涂料采购额的 50%左右，且较为稳定；2020 年度，公司通过“比质比价”，新增主要涂料供应商上海玉美涂料有限公司采购。

报告期内，漆宝化学品主要供应美国宣伟品牌的水性面漆，单价较高；立邦长润发主要供应水性透明面漆、透明底漆，单价较低；上海玉美涂料有限公司供应国产品牌水性面漆，价位适中。

### ③线条

报告期内，公司对线条主要供应商的采购情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	采购单价 (元/m)	数量 (m)	采购金额 (万元)	同类采购占比 (%)	采购总额占比 (%)
2021 年 1-6 月	1	润鹏木业	贴脸线、踢脚线	8.42	104.04	875.51	30.12	3.52
	2	金辉木业	贴脸线、档条	9.80	87.60	858.77	29.54	3.45
	3	吉安木业	贴脸线、档条	9.34	66.48	621.13	21.37	2.49
	合计					<b>258.12</b>	<b>2,355.41</b>	<b>81.03</b>
2020 年度	1	润鹏木业	贴脸线、踢脚线	8.79	362.53	3,188.11	38.42	5.93
	2	金辉木业	贴脸线、档条	9.42	278.37	2,622.54	31.61	4.88
	3	吉安木业	贴脸线、档条	9.45	108.11	1,021.46	12.31	1.90
	合计					<b>749.01</b>	<b>6,832.11</b>	<b>82.34</b>
2019 年度	1	润鹏木业	贴脸线、档条	9.51	478.30	4,547.98	46.04	8.79
	2	金辉木业	贴脸线、档条	9.83	276.75	2,720.29	27.54	5.26
	3	吉安木业	贴脸线、档条	10.47	101.48	1,062.74	10.76	2.05
	合计					<b>856.53</b>	<b>8,331.01</b>	<b>84.34</b>
2018 年度	1	润鹏木业	贴脸线、挂线条	10.63	554.18	5,892.90	45.39	9.11
	2	金辉木业	贴脸线、档条	10.40	326.19	3,392.21	26.13	5.24
	3	吉安木业	贴脸线、踢脚线	11.31	177.90	2,011.67	15.50	3.11
	合计					<b>1,058.27</b>	<b>11,296.78</b>	<b>87.02</b>

报告期内，随着简奢型系列产品销售占比提升，公司对线条采购额有所下降。2021 年 1-6 月，润鹏木业的线条采购单价下降幅度较大，主要系平板线条

及灌浆线条等采购占比上升较快所致。

公司对上述线条主要供应商的采购较为集中，采购额合计超过 80%。报告期内，润鹏木业因提供的贴脸线规格多数为白坯，单价较低；金辉木业、吉安木业贴脸线为杉木包覆材质，单价较高，两者因种类和规格不同存在零星差异。

#### ④木皮

报告期内，公司对木皮未采用供应商管理库存（VMI）模式进行管理、结算，但建立了完善的木皮存货管理机制：

根据《原材料仓库管理制度》和《检验控制程序》，公司建立了覆盖木皮原材料入库、成品检验、产成品入库等全流程的木皮存货管理机制。其中：公司技术部对木皮原材料进行入库前的质量抽检，生产中心负责生产过程中的首检、自检以及工序抽检，物流品控部负责对产成品入库前的质量检验。

因此，木皮存货管理规范、有序，不存在少计或多计成本而调节利润的情形。

报告期内，公司对木皮主要供应商的采购情况如下：

时间	序号	供应商名称	采购内容	采购单价 (元/m <sup>2</sup> )	采购数量 (万 m <sup>2</sup> )	采购金额 (万元)	同类采购 占比 (%)	采购总额 占比 (%)
2021 年 1-6 月	1	德清共享木业有限公司	指接木皮、木皮	13.31	37.18	494.79	15.93	1.99
	2	德清县天盈木业有限公司	指接木皮、木皮	11.32	35.64	403.35	12.99	1.62
	3	杭州冠树木业有限公司	指接木皮、UV木皮	30.23	12.57	379.93	12.24	1.53
	4	上海震唐木业有限公司	木皮	18.43	14.81	272.92	8.79	1.10
	5	东莞市兔宝宝木业有限公司	指接木皮、木皮	9.36	27.62	258.46	8.32	1.04
	<b>合计</b>					<b>127.82</b>	<b>1,809.45</b>	<b>58.27</b>
2020 年度	1	德清共享木业有限公司	指接木皮、木皮	14.14	105.89	1,497.10	21.55	2.78
	2	德清县天盈木业有限公司	指接木皮、木皮	11.98	47.37	567.57	8.17	1.06
	3	杭州冠树木业有	指接木	27.83	20.30	564.94	8.13	1.05

		限公司	皮、木皮					
	4	东莞市兔宝宝木业有限公司	指接木皮、木皮	11.42	40.70	464.78	6.69	0.86
	5	江苏宏雅木业有限公司	指接木皮、木皮	17.95	22.52	404.18	5.82	0.75
	合计				<b>236.78</b>	<b>3,498.57</b>	<b>50.36</b>	<b>6.50</b>
2019 年度	1	德清共享木业有限公司	指接木皮、木皮	12.68	128.83	1,633.81	22.53	3.16
	2	德清县三鑫木业有限公司	木皮	11.21	55.51	622.04	8.58	1.20
	3	浙江华富立复合材料有限公司	指接木皮	8.40	65.17	547.71	7.55	1.06
	4	东莞市兔宝宝木业有限公司	指接木皮、木皮	11.84	37.55	444.44	6.13	0.86
	5	嘉善文杰装饰材料有限公司	木皮	17.50	23.26	407.12	5.61	0.79
	合计				<b>310.32</b>	<b>3,655.12</b>	<b>50.40</b>	<b>7.07</b>
2018 年度	1	嘉善瑞茂装饰材料有限公司	指接木皮、木皮	12.28	138.91	1,705.25	22.13	2.64
	2	德清县三鑫木业有限公司	指接木皮、木皮	10.14	122.62	1,243.17	16.13	1.92
	3	浙江华富立复合材料有限公司	指接木皮	8.42	95.14	800.86	10.39	1.24
	4	德清共享木业有限公司	指接木皮、木皮	11.07	54.61	604.45	7.84	0.93
	5	嘉善文杰装饰材料有限公司	木皮	15.63	29.30	458.01	5.94	0.71
	合计				<b>440.58</b>	<b>4,811.74</b>	<b>62.43</b>	<b>7.44</b>

报告期内，公司根据不同产品需求，对木皮主要供应商的采购额基本稳定，有所变动。由于提供的木皮种类、规格不同，对上述供应商的采购单价有所差异。

经核查，除发行人与关联方晶品贸易存在零星交易外，供应商及其控股股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间均不存在关联关系，也不存在关联关系非关联化的情形，与发行人不存在其他利益安排等。

## （六）主要产品产量与主要原材料之间的关系

### 1、主要原材料的采购量、领用量

报告期内，公司主要原材料的采购量、领用量如下：

原材料名称	单位	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
		采购量	生产领用量	采购量	生产领用量	采购量	生产领用量	采购量	生产领用量
板材类	立方米	38,817.11	36,968.19	85,329.37	81,029.62	75,641.42	74,247.44	89,542.16	83,995.89
涂料	吨	1,797.03	1,721.58	4,601.00	4,437.00	4,883.99	4,656.18	5,978.08	5,700.21
线条	万米	348.59	339.61	898.78	883.94	1,032.07	996.41	1,225.39	1,136.85
木皮	万平方米	230.79	194.15	532.60	488.07	589.33	570.84	698.54	655.62

报告期内，四类主要原材料的采购量除主要用于生产领用外，同时还用于研发及少量材料销售，故各年采购量均大于生产领用量。

## 2、各主要产品的销售库存及匹配情况

### (1) 主要产品的产量、销量及期末库存情况

报告期内，公司主要产品产量、销量和期末库存情况如下：

单位：万扇、万米、万平方米

产品名称	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	产量	销量	期末库存 [注]	产量	销量	期末库存 [注]	产量	销量	期末库存 [注]	产量	销量	期末库存 [注]
门扇	18.45	17.29	4.29	42.24	41.43	2.65	44.10	45.61	1.78	51.88	50.95	3.30
门套	148.36	141.61	23.71	356.67	353.60	13.45	373.32	383.19	9.60	399.70	401.07	19.32
线条	360.73	351.44	44.64	891.28	885.55	27.57	933.91	957.81	19.64	989.82	987.12	43.32
柜类	31.71	33.90	1.42	60.82	59.59	2.58	44.46	45.83	0.75	42.77	41.32	2.29
墙板	16.02	16.51	1.13	31.88	31.64	1.50	24.47	24.83	0.76	22.24	21.94	1.16

注：期末库存=期末库存商品+期末发出商品

### (2) 折合成四类主要原材料情况

报告期内，按照各单位产品的实际耗用量，将主要产品的产量、销量和期末库存，折算为四类主要原材料，具体情况如下：

2021年1-6月							
原材料名称	单位	生产领用量	外购入库	销量	其他出库 [注1]	期末库存 [注2]	匹配情况 [注3]
板材类	立方米	36,968.19	905.36	36,262.43	8.72	5,803.97	36,968.19
涂料	吨	1,721.58	39.71	1,704.32	0.39	259.04	1,721.58
线条	万米	339.61	7.94	326.54	0.01	53.40	339.61

木皮	万平方米	194.15	4.67	191.97	0.04	35.92	194.15
<b>2020 年度</b>							
原材料名称	单位	生产领用量	外购入库	销量	其他出库	期末库存	匹配情况
板材类	立方米	81,029.62	470.05	79,558.37	95.73	4,201.57	-
涂料	吨	4,437.00	24.46	4,395.28	4.89	202.46	-
线条	万米	883.94	3.53	874.21	0.50	32.40	-
木皮	万平方米	488.07	3.12	479.35	0.66	29.11	-
<b>2019 年度</b>							
原材料名称	单位	生产领用量	外购入库	销量	其他出库	期末库存	匹配情况
板材类	立方米	74,247.44	74.78	76,919.92	113.33	2,356.00	-
涂料	吨	4,656.18	4.45	4,813.44	7.08	141.17	-
线条	万米	996.41	0.99	1,024.86	0.89	19.64	-
木皮	万平方米	570.84	0.95	586.54	2.88	17.93	-
<b>2018 年度</b>							
原材料名称	单位	生产领用量	外购入库	销量	其他出库	期末库存	匹配情况
板材类	立方米	83,995.89	-	82,989.59	212.49	5,067.03	-
涂料	吨	5,700.21	-	5,621.49	15.43	301.06	-
线条	万米	1,136.85	-	1,135.19	1.62	47.99	-
木皮	万平方米	655.62	-	646.35	1.94	35.56	-

注 1：其他出库为展示用样品出库

注 2：期末库存=期末库存商品+期末发出商品+在产品变动额

注 2：匹配情况=上年期末库存+本年生产领用量+外购入库-销量-本年期末库存

综上，报告期内，折算为主要原材料的主要产品生产领用量（产量）与各主要产品的销售和库存情况具有匹配性，公司相应成本核算是完整的，不存在少计成本、费用的情形。

## 七、发行人的主要固定资产

### （一）公司主要固定资产

报告期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	29,999.22	7,554.00	-	22,445.21
通用设备	2,464.01	1,510.93	-	953.08
专用设备	63,977.07	23,830.73	502.51	39,643.83
运输工具	408.18	348.71	-	59.47
<b>合计</b>	<b>96,848.48</b>	<b>33,244.37</b>	<b>502.51</b>	<b>63,101.60</b>

## (二) 公司主要生产经营用固定资产情况

截至报告期末，公司的主要生产经营用固定资产如下：

序号	所有权人	固定资产名称	数量 (台/套/个)	原值 (万元)	净值 (万元)	成新率
1	梦天家居	立体烘干窑	18	2,461.37	1,835.33	74.57%
2	梦天家居	垂直干燥房	20	2,207.52	1,501.20	68.00%
3	梦天家居	5号车间	1	2,143.20	977.84	45.63%
4	梦天家居	4号车间	1	1,757.92	1,610.87	91.64%
5	梦天家居	砂光机	46	1,707.71	979.77	57.37%
6	梦天家居	1号车间	1	1,605.48	732.50	45.62%
7	梦天家居	2号车间	1	1,599.04	729.56	45.62%
8	梦天家居	3号车间	1	1,464.99	1,082.26	73.87%
9	梦天家居	3号车间立体仓库设备	1	1,427.34	1,156.48	81.02%
10	梦天家居	门套自动加工复合生产线	2	1,055.56	813.22	77.04%
11	梦天家居	6号车间	1	791.99	361.34	45.62%
12	梦天家居	高端喷涂机	6	730.56	430.19	58.88%
13	梦天家居	门挺加工中心	3	710.96	71.10	10.00%
14	梦天家居	左式直线封边机	9	710.60	485.31	68.30%
15	梦天家居	拣选超市立体仓库	1	708.55	495.39	69.92%
16	梦天家居	墙板挂线条加工专机	2	606.84	395.46	65.17%
17	梦天家居	喷涂机	17	556.15	350.19	62.97%
18	梦天家居	数控横挺生产线	2	545.30	372.49	68.31%
19	梦天家居	底漆砂光机	42	642.01	403.98	62.92%
20	梦天家居	中央除尘系统	4	520.84	410.60	78.83%
21	梦天家居	全自动数控板材开料锯	9	514.53	379.16	73.69%
22	梦天家居	定厚砂光机	12	512.56	331.75	64.72%
23	庆元梦天	1号车间	1	5,761.14	5,419.08	94.06%
24	庆元梦天	垂直干燥机	8	1,705.03	1,501.28	88.05%
25	庆元梦天	中央除尘系统	6	682.85	601.76	88.12%

## 八、发行人的主要无形资产

截至报告期末，公司无形资产账面价值为 5,168.52 万元，为土地使用权和商品化软件。

截至本招股说明书签署日，公司拥有的主要无形资产情况如下：

### （一）商标

#### 1、基本情况

序号	所有权人	商标证号	注册商标	分类	取得方式	取得时间	起止时间
1	梦天家居	932965		第 19 类	从浙江梦天处受让	2009.5.7	2017.1.21-2027.1.20
2	梦天家居	3072377		第 19 类	从浙江梦天处受让	2009.5.7	2013.4.14-2023.4.13
3	梦天家居	3072378		第 6 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.5.21-2023.5.20
4	梦天家居	3072379	梦天	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.4.14-2023.4.13
5	梦天家居	4066571	篮球儿	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2017.1.21-2027.1.20
6	梦天家居	4167091		第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2017.5.21-2027.5.20
7	梦天家居	4535927		第 6 类	申请取得	2007.12.14	2017.12.14-2027.12.13
8	梦天家居	4535928		第 19 类	申请取得	2008.8.14	2018.8.14-2028.8.13
9	梦天家居	4535929		第 20 类	申请取得	2008.8.14	2018.8.14-2028.8.13
10	梦天家居	5021390		第 6 类	从刘章隆处受让	2013.8.6	2018.12.28-2028.12.27
11	梦天家居	5955155	梦天	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2019.12.28-2029.12.27
12	梦天家居	5955156	梦天	第 11 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2019.12.28-2029.12.27
13	梦天家居	5955159		第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.2.7-2030-2.6
14	梦天家居	5955160		第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2019.12.28-2029.12.27



15	梦天家居	5955162		第 20 类	从美国莫特处受让	2019.2.6	2020.1.14-2030.1.13
16	梦天家居	5955163		第 19 类	从美国莫特处受让	2019.2.6	2020.2.14-2030.2.13
17	梦天家居	5955164		第 6 类	从美国莫特处受让	2019.2.6	2020.6.7-2030.6.6
18	梦天家居	5955172		第 6 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2019.11.7-2029.11.6
19	梦天家居	5955208		第 41 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.9.21-2030.9.20
20	梦天家居	5955209		第 37 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.2.21-2030.2.20
21	梦天家居	5955210		第 36 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.2.21-2030.2.20
22	梦天家居	5955214		第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.1.14-2030.1.13
23	梦天家居	6579791		第 37 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.3.28-2030.3.27
24	梦天家居	6579802		第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.3.28-2030.3.27
25	梦天家居	6579803		第 3 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.12.21-2030.12.20
26	梦天家居	6579804		第 6 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.3.28-2030.3.27
27	梦天家居	6579805		第 11 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.4.21-2030.4.20
28	梦天家居	6579806		第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2020.3.28-2030.3.27
29	梦天家居	7894421		第 20 类	申请取得	2011.2.14	2021.2.14-2031.2.13
30	梦天家居	7894537		第 35 类	申请取得	2011.2.21	2021.2.21-2031.2.20
31	梦天家居	7894561		第 37 类	申请取得	2011.3.14	2021.3.14-2031.3.13
32	梦天家居	7894586		第 42 类	申请取得	2011.2.21	2021.2.21-2031.2.20
33	梦天家居	7896913		第 37 类	申请取得	2012.4.21	2012.4.21-2022.4.20

34	梦天家居	7896963		第 42 类	申请取得	2011.10.7	2011.10.7-2021.10.6
35	梦天家居	9530340	居博士	第 20 类	申请取得	2012.9.14	2012.9.14-2022.9.13
36	梦天家居	9530407	居博士	第 19 类	申请取得	2012.7.14	2012.7.14-2022.7.13
37	梦天家居	10178923	梦天居博士	第 11 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
38	梦天家居	10178936	梦天居博士	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
39	梦天家居	10178958	梦天居博士	第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
40	梦天家居	10178978	梦天居博士	第 21 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
41	梦天家居	10178989	梦天居博士	第 24 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
42	梦天家居	10179006	梦天居博士	第 27 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
43	梦天家居	10179028	梦天居博士	第 35 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
44	梦天家居	10179042	梦天居博士	第 37 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
45	梦天家居	10179115	梦天居博士	第 42 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
46	梦天家居	10183880	梦天e生活	第 11 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
47	梦天家居	10184062	梦天e生活	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
48	梦天家居	10184131	梦天e生活	第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
49	梦天家居	10184197	梦天e生活	第 21 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.2.21-2023.2.20
50	梦天家居	10184211	梦天e生活	第 35 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.2.21-2023.2.20
51	梦天家居	10184255	梦天e生活	第 24 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.2.21-2023.2.20
52	梦天家居	10184261	梦天e生活	第 37 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13


53	梦天家居	10184288	梦天e生活	第 27 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.21-2023.1.20
54	梦天家居	10184376	梦天e生活	第 42 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
55	梦天家居	10185990	梦天宝贝	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
56	梦天家居	10189171	梦天宝贝	第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
57	梦天家居	10189405	梦天宝宝	第 11 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.2.7-2023.2.6
58	梦天家居	10189451	梦天宝宝	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
59	梦天家居	10189498	梦天宝宝	第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
60	梦天家居	10189553	梦天宝宝	第 21 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
61	梦天家居	10189598	梦天宝宝	第 24 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
62	梦天家居	10189632	梦天宝宝	第 27 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
63	梦天家居	10189662	梦天宝宝	第 35 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
64	梦天家居	10189699	梦天宝宝	第 37 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
65	梦天家居	10189732	梦天宝宝	第 42 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2013.1.14-2023.1.13
66	梦天家居	10699610	莫特	第 19 类	申请取得	2013.9.7	2013.9.7-2023.9.6
67	梦天家居	11131867	居博士	第 37 类	申请取得	2013.11.14	2013.11.14-2023.11.13
68	梦天家居	11131885	居博士	第 42 类	申请取得	2013.11.14	2013.11.14-2023.11.13
69	梦天家居	11152233	E家E居	第 19 类	申请取得	2013.11.21	2013.11.21-2023.11.20
70	梦天家居	11152254	E家E居	第 20 类	申请取得	2013.11.21	2013.11.21-2023.11.20
71	梦天家居	11152274	E家E居	第 37 类	申请取得	2014.1.14	2014.1.14-2024.1.13

72	梦天家居	11458246	E家E居	第 36 类	申请取得	2014.5.7	2014.5.7-2024.5.6
73	梦天家居	11458258	E居E家	第 36 类	申请取得	2014.6.28	2014.6.28-2024.6.27
74	梦天家居	11458296	E居E家	第 37 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
75	梦天家居	11461599	易家易居	第 35 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
76	梦天家居	11461667	易家易居	第 36 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
77	梦天家居	11461730	易家易居	第 37 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
78	梦天家居	11461794	易家易居	第 38 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
79	梦天家居	11461824	易居易家	第 35 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
80	梦天家居	11461870	易居易家	第 37 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
81	梦天家居	11461897	易家易居	第 42 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
82	梦天家居	11461912	易居易家	第 38 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
83	梦天家居	11461940	易居易家	第 42 类	申请取得	2014.2.14	2014.2.14-2024.2.13
84	梦天家居	11622675	豆香	第 6 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
85	梦天家居	11622699	豆香	第 11 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
86	梦天家居	11622720	豆香	第 19 类	申请取得	2014.8.28	2014.8.28-2024.8.27
87	梦天家居	11622848	豆香	第 20 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
88	梦天家居	11623043	豆香	第 24 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
89	梦天家居	11623312	豆香	第 38 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
90	梦天家居	11623363	豆香	第 42 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20

91	梦天家居	11629082	豆王	第 6 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
92	梦天家居	11629098	豆王	第 11 类	申请取得	2014.6.7	2014.6.7-2024.6.6
93	梦天家居	11629099	豆王	第 35 类	申请取得	2014.4.21	2014.4.21-2024.4.20
94	梦天家居	11629117	豆王	第 19 类	申请取得	2014.6.7	2014.6.7-2024.6.6
95	梦天家居	11629136	豆王	第 38 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
96	梦天家居	11629157	豆王	第 20 类	申请取得	2014.4.14	2014.4.14-2024.4.13
97	梦天家居	11629181	豆王	第 42 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
98	梦天家居	11629184	豆王	第 24 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
99	梦天家居	11637479	豆皇	第 6 类	申请取得	2014.3.28	2014.3.28-2024.3.27
100	梦天家居	11637518	豆皇	第 11 类	申请取得	2014.4.21	2014.4.21-2024.4.20
101	梦天家居	11637597	豆皇	第 19 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
102	梦天家居	11637625	豆皇	第 20 类	申请取得	2014.4.21	2014.4.21-2024.4.20
103	梦天家居	11637783	豆皇	第 24 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
104	梦天家居	11637825	豆皇	第 35 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
105	梦天家居	11637863	豆皇	第 38 类	申请取得	2014.3.21	2014.3.21-2024.3.20
106	梦天家居	11637918	豆皇	第 42 类	申请取得	2014.3.28	2014.3.28-2024.3.27
107	梦天家居	11698456	豆霸	第 6 类	申请取得	2014.4.7	2014.4.7-2024.4.6
108	梦天家居	11698493	豆霸	第 24 类	申请取得	2014.4.7	2014.4.7-2024.4.6
109	梦天家居	11698514	豆霸	第 11 类	申请取得	2014.4.7	2014.4.7-2024.4.6

110	梦天家居	11698564	豆霸	第 19 类	申请取得	2014.4.7	2014.4.7-2024.4.6
111	梦天家居	11698578	豆霸	第 38 类	申请取得	2014.4.7	2014.4.7-2024.4.6
112	梦天家居	11698612	豆霸	第 20 类	申请取得	2014.4.7	2014.4.7-2024.4.6
113	梦天家居	11698628	豆霸	第 42 类	申请取得	2014.4.21	2014.4.21-2024.4.20
114	梦天家居	11722678	喜豆	第 6 类	申请取得	2014.4.14	2014.4.14-2024.4.13
115	梦天家居	11722723	喜豆	第 11 类	申请取得	2014.4.14	2014.4.14-2024.4.13
116	梦天家居	11722784	喜豆	第 19 类	申请取得	2014.4.14	2014.4.14-2024.4.13
117	梦天家居	11722840	喜豆	第 38 类	申请取得	2014.4.14	2014.4.14-2024.4.13
118	梦天家居	14815781	梦天	第 1 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
119	梦天家居	14815888	梦天	第 2 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
120	梦天家居	14815935	梦天	第 4 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
121	梦天家居	14816013	梦天	第 5 类	申请取得	2015.8.7	2015.8.7-2025.8.6
122	梦天家居	14816112	梦天	第 7 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
123	梦天家居	14816163	梦天	第 8 类	申请取得	2015.7.21	2015.7.21-2025.7.20
124	梦天家居	14816401	梦天	第 9 类	申请取得	2015.9.7	2015.9.7-2025.9.6
125	梦天家居	14842103	梦天	第 12 类	申请取得	2015.8.28	2015.8.28-2025.8.27
126	梦天家居	14842154	梦天	第 10 类	申请取得	2015.8.28	2015.8.28-2025.8.27
127	梦天家居	14842257	梦天	第 13 类	申请取得	2015.8.28	2015.8.28-2025.8.27
128	梦天家居	14842328	梦天	第 14 类	申请取得	2015.8.28	2015.8.28-2025.8.27















129	梦天家居	14842351	梦天	第 15 类	申请取得	2015.8.28	2015.8.28-2025.8.27
130	梦天家居	14842453	梦天	第 16 类	申请取得	2015.7.14	2015.7.14-2025.7.13
131	梦天家居	14842645	梦天	第 17 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
132	梦天家居	14842740	梦天	第 21 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
133	梦天家居	14842772	梦天	第 27 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
134	梦天家居	14842814	梦天	第 31 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
135	梦天家居	14842896	梦天	第 34 类	申请取得	2015.7.14	2015.7.14-2025.7.13
136	梦天家居	14842928	梦天	第 22 类	申请取得	2015.7.14	2015.7.14-2025.7.13
137	梦天家居	14842969	梦天	第 26 类	申请取得	2015.7.21	2015.7.21-2025.7.20
138	梦天家居	14843954	梦天	第 39 类	申请取得	2015.7.21	2015.7.21-2025.7.20
139	梦天家居	14844041	梦天	第 40 类	申请取得	2015.7.21	2015.7.21-2025.7.20
140	梦天家居	14844534	梦天门业	第 20 类	申请取得	2015.9.7	2015.9.7-2025.9.6
141	梦天家居	14844664	梦天门业	第 35 类	申请取得	2015.9.7	2015.9.7-2025.9.6
142	梦天家居	14845267	梦天木业	第 20 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
143	梦天家居	14845274	梦天木业	第 35 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
144	梦天家居	14845517	梦天木门	第 20 类	申请取得	2015.9.7	2015.9.7-2025.9.6
145	梦天家居	14845569	梦天木门	第 35 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
146	梦天家居	14845815		第 20 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
147	梦天家居	14845843		第 35 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13























148	梦天家居	14853838	梦天	第 38 类	申请取得	2015.10.14	2015.10.14-2025.10.13
149	梦天家居	14853935	梦天	第 44 类	申请取得	2015.11.14	2015.11.14-2025.11.13
150	梦天家居	14853957	梦天	第 45 类	申请取得	2015.7.21	2015.7.21-2025.7.20
151	梦天家居	15328486	康E	第 19 类	申请取得	2016.3.28	2016.3.28-2026.3.27
152	梦天家居	15328610	康简	第 19 类	申请取得	2015.10.21	2015.10.21-2025.10.20
153	梦天家居	15328635	康见	第 19 类	申请取得	2015.10.21	2015.10.21-2025.10.20
154	梦天家居	16673740	梦天门业	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2016.5.28-2026.5.27
155	梦天家居	16673756	梦天木业	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.10.14	2018.10.14-2028.10.13
156	梦天家居	16673770	梦天木门	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.10.14	2018.10.14-2028.10.13
157	梦天家居	16673839	梦天木门 高档装修,用梦天木门	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.10.14	2018.10.14-2028.10.13
158	梦天家居	16674383	梦天门业	第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2016.6.21-2026.6.20
159	梦天家居	16674487	梦天木业	第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2016.5.28-2026.5.27
160	梦天家居	16674523	梦天木门	第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2016.5.28-2026.5.27
161	梦天家居	16674542	梦天木门 高档装修,用梦天木门	第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2016.9.7-2026.9.6
162	梦天家居	20691407	江山梦天	第 19 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2017.11.7-2027.11.6
163	梦天家居	20691550	江山梦天	第 6 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2017.11.7-2027.11.6
164	梦天家居	20691648	江山梦天	第 35 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2017.9.14-2027.9.13
165	梦天家居	20691706	江山梦天	第 20 类	从浙江梦天处受让	2018.1.20	2017.11.21-2027.11.20
166	梦天家居	23317857	智品智造	第 20 类	申请取得	2018.6.7	2018.6.7-2028.6.6

167	梦天家居	23766776	梦天木门	第 42 类	申请取得	2018.7.7	2018.7.7-2028.7.6
168	梦天家居	23766777	梦天	第 42 类	申请取得	2018.7.7	2018.7.7-2028.7.6
169	梦天家居	23766778	WOMEN	第 42 类	申请取得	2018.7.21	2018.7.21-2028.7.20
170	梦天家居	23766780	WOMEN	第 40 类	申请取得	2018.7.21	2018.7.21-2028.7.20
171	梦天家居	23766781	WOMEN	第 20 类	申请取得	2018.7.7	2018.7.7-2028.7.6
172	梦天家居	23766782	WOMEN	第 19 类	申请取得	2018.4.14	2018.4.14-2028.4.13
173	梦天家居	23766783	WOMEN	第 17 类	申请取得	2018.4.14	2018.4.14-2028.4.13
174	梦天家居	23766784	WOMEN	第 9 类	申请取得	2018.7.21	2018.7.21-2028.7.20
175	梦天家居	23861613	梦天	第 42 类	从浙江梦天处受让	2018.7.28	2018.7.28-2028.7.27
176	梦天家居	23909579	梦天	第 35 类	从浙江梦天处受让	2018.7.28	2018.7.28-2028.7.27
177	梦天家居	24305081	梦天宅配	第 19 类	从浙江梦天处受让	2019.1.28	2019.1.28-2029.1.27
178	梦天家居	24305280	梦天宅配	第 20 类	从浙江梦天处受让	2019.3.6	2018.10.28-2028.10.27
179	梦天家居	24305459	梦天设计家	第 35 类	从浙江梦天处受让	2019.3.6	2018.5.21-2028.5.20
180	梦天家居	24305663	梦天宅配	第 42 类	从浙江梦天处受让	2018.12.7	2018.12.7-2028.12.6
181	梦天家居	24305943	梦天设计家	第 42 类	从浙江梦天处受让	2018.12.7	2018.12.7-2028.12.6
182	梦天家居	24432572	梦天定制家	第 42 类	从浙江梦天处受让	2018.10.28	2018.10.28-2028.10.27
183	梦天家居	24433145	梦天定制家	第 37 类	从浙江梦天处受让	2019.3.6	2018.10.21-2028.10.20
184	梦天家居	28157488	梦天	第 6 类	申请取得	2019.2.14	2019.2.14-2029.2.13
185	梦天家居	29696118	梦天设计家	第 20 类	申请取得	2019.1.21	2019.1.21-2029.1.20

186	梦天家居	29697198	梦天设计家	第 19 类	申请取得	2019.1.21	2019.1.21-2029.1.20
187	梦天家居	29697234	梦天宅配	第 37 类	申请取得	2019.3.28	2019.3.28-2029.3.27
188	梦天家居	29698547	梦天设计家	第 6 类	申请取得	2019.1.21	2019.1.21-2029.1.20
189	梦天家居	29731024	江山梦天	第 19 类	申请取得	2019.5.21	2019.5.21-2029.5.20
190	梦天家居	29822242	智品智造	第 19 类	申请取得	2019.6.21	2019.6.21-2029.6.20
191	梦天家居	30594986	梦天定制家	第 19 类	申请取得	2019.2.28	2019.2.28-2029.2.27
192	梦天家居	30596522	梦天设计家	第 37 类	申请取得	2019.7.7	2019.7.7-2029.7.6
193	梦天家居	30598939	梦天定制家	第 20 类	申请取得	2019.2.28	2019.2.28-2029.2.27
194	梦天家居	30611655	梦天定制家	第 37 类	申请取得	2019.7.7	2019.7.7-2029.7.6
195	梦天家居	31164655	梦天宅配	第 35 类	申请取得	2019.3.28	2019.3.28-2029.3.27
196	梦天家居	31168492	梦天定制家	第 35 类	申请取得	2019.3.28	2019.3.28-2029.3.27
197	梦天家居	31168505	梦天定制家	第 42 类	申请取得	2019.3.28	2019.3.28-2029.3.27
198	梦天家居	31179870	梦天宅配	第 20 类	申请取得	2019.7.7	2019.7.7-2029.7.6
199	梦天家居	33248037	<b>梦天</b>	第 19 类	申请取得	2020.7.14	2020.7.14-2030.7.13
200	梦天家居	33658353	<b>MOOTO</b>	第 19 类	申请取得	2020.6.7	2020.6.7-2030.6.6
201	梦天家居	33662042	<b>MOOTO</b>	第 6 类	申请取得	2020.6.7	2020.6.7-2030.6.6
202	梦天家居	33667486	居博士	第 20 类	申请取得	2019.5.21	2019.5.21-2029.5.20
203	梦天家居	33672028	<b>MOOTO</b>	第 20 类	申请取得	2020.7.28	2020.7.28-2030.7.27
204	梦天家居	33684497	一家一居	第 19 类	申请取得	2020.4.7	2020.4.7-2030.4.6

205	梦天家居	34321329	梦天宅配	第 6 类	申请取得	2019.7.7	2019.7.7-2029.7.6
206	梦天家居	34964840	江山梦天	第 20 类	申请取得	2020.8.21	2020.8.21-2030.8.20
207	梦天家居	35008217	梦天会	第 41 类	申请取得	2019.8.14	2019.8.14-2029.8.13
208	梦天家居	37640302	梦天木作	第 35 类	申请取得	2019.12.7	2019.12.7-2029.12.6
209	梦天家居	37650355	梦天木作	第 19 类	申请取得	2020.10.21	2020.10.21-2030.10.20
210	梦天家居	37657741	梦天木作	第 6 类	申请取得	2019.12.7	2019.12.7-2029.12.6
211	梦天家居	37659977	梦天木作	第 20 类	申请取得	2019.12.21	2019.12.21-2029.12.20
212	梦天家居	38450271		第 9 类	申请取得	2021.3.28	2021.3.28-2031.3.27
213	梦天家居	38451041		第 35 类	申请取得	2021.2.7	2021.2.7-2031.2.6
214	梦天家居	38452689		第 19 类	申请取得	2020.6.21	2020.6.21-2030.6.20
215	梦天家居	38454345		第 35 类	申请取得	2020.1.14	2020.1.14-2030.1.13
216	梦天家居	38455755		第 9 类	申请取得	2021.4.7	2021.4.7-2031.4.6
217	梦天家居	38457554		第 9 类	申请取得	2020.1.14	2020.1.14-2030.1.13
218	梦天家居	38457606		第 19 类	申请取得	2020.6.21	2020.6.21-2030.6.20
219	梦天家居	38457699		第 21 类	申请取得	2020.1.14	2020.1.14-2030.1.13
220	梦天家居	38459952		第 20 类	申请取得	2020.1.14	2020.1.14-2030.1.13
221	梦天家居	38461626		第 6 类	申请取得	2020.2.28	2020.2.28-2030.2.27
222	梦天家居	38465015		第 35 类	申请取得	2020.3.14	2020.3.14-2030.3.13
223	梦天家居	38465022		第 35 类	申请取得	2020.2.7	2020.2.7-2030.2.6

224	梦天家居	38465321		第 9 类	申请取得	2020.2.28	2020.2.28-2030.2.27
225	梦天家居	38466009		第 19 类	申请取得	2020.2.28	2020.2.28-2030.2.27
226	梦天家居	38466047		第 20 类	申请取得	2020.2.28	2020.2.28-2030.2.27
227	梦天家居	38467740		第 20 类	申请取得	2020.3.14	2020.3.14-2030.3.13
228	梦天家居	38467778		第 21 类	申请取得	2021.2.7	2021.2.7-2031.2.6
229	梦天家居	38468112		第 6 类	申请取得	2020.3.14	2020.3.14-2030.3.13
230	梦天家居	38468499		第 19 类	申请取得	2020.1.14	2020.1.14-2030.1.13
231	梦天家居	38477250		第 6 类	申请取得	2021.2.21	2021.2.21-2031.2.20
232	梦天家居	38476323		第 20 类	申请取得	2020.3.14	2020.3.14-2030.3.13
233	梦天家居	38476347		第 21 类	申请取得	2020.3.14	2020.3.14-2030.3.13
234	梦天家居	38477673		第 6 类	申请取得	2020.3.7	2020.3.7-2030.3.6
235	梦天家居	38478537		第 21 类	申请取得	2020.3.14	2020.3.14-2030.3.13
236	梦天家居	43812714		第 35 类	申请取得	2020.9.21	2020.9.21-2030.9.20
237	梦天家居	43817620		第 20 类	申请取得	2020.9.21	2020.9.21-2030.9.20
238	梦天家居	43817915		第 6 类	申请取得	2021.1.14	2021.1.14-2031.1.13
239	梦天家居	43827363		第 19 类	申请取得	2020.9.21	2020.9.21-2030.9.20
240	梦天家居	43829449		第 6 类	申请取得	2021.1.14	2021.1.14-2031.1.13
241	梦天家居	43829626		第 20 类	申请取得	2020.9.28	2020.9.28-2030.9.27
242	梦天家居	44522712		第 20 类	申请取得	2020.12.28	2020.12.28-2030.12.27

243	梦天家居	48568348		第 20 类	申请取得	2021.4.21	2021.4.21-2031.4.20
-----	------	----------	---	--------	------	-----------	---------------------

上述“受让取得”的商标中，5021390 号商标系从自然人刘章隆处受让；5955162 号、5955163 号、5955164 号商标，系从美国莫特处受让取得；

其余商标均系 2017 年 12 月从浙江梦天处受让取得。本次受让自浙江梦天的商标与专利[具体参见下文“（二）专利”相关内容]系浙江梦天自主开发、自然形成的，不存在从外部购买支付对价的情形，故浙江梦天未将该部分无形资产资本化入账。同时考虑到本次转让的目的，梦天家居对浙江梦天进行业务合并，对有效的有形、无形资产进行整体转让。因此，本次转让无形资产未支付对价为合理的，不存在其他利益安排。

经核查，刘章隆为发行人前员工，与发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在关联关系；而浙江梦天、美国莫特均为公司实际控制人余静渊曾经控制的企业（已注销）。

上述受让的商标对发行人业务均较为重要，为目前公司业务宣传及品牌运作正在使用的商标，或者对未来可能涉足的领域以及为防止被侵权，而进行防御性注册的商标；发行人受让上述商标不存在纠纷或潜在纠纷。

## 2、商标涉及诉讼情况

### （1）商标侵权纠纷

序号	涉案商标	案由	案号	一审原告	一审被告	进展情况
1	第 3072379 号“梦天”商标	侵害商标权及不正当竞争纠纷	(2016)京 0106 民初 17586 号、(2018)京 73 民终 485 号	浙江梦天	北京梦天门业有限公司、北京东方银鼎家居建材市场有限责任公司、北京美家佳门业经销部	法院判令被告停止商标侵权行为并赔偿原告损失及合理支出；已执行完结
2	第 3072379 号“梦天”商标	侵害商标权纠纷	(2017)浙 08 民初 424 号、(2018)浙民终 345 号	浙江梦天	姜开亮、浙江梦凯家居有限公司、江山市开亮木门经营部	法院判令被告停止商标侵权行为并赔偿原告损失及合理支出；已执行完结
			(2018)浙 08 民初 147 号、(2019)浙民终 70 号	双兔投资、梦天有限[注 1]	姜开亮、浙江梦凯家居有限公司[注 2]	

注 1：浙江梦天被双兔投资吸收合并而注销，由双兔投资承继，成为原告；

注 2：梦天有限受让该项商标申请后，成为原告；案件重新审理期间，江山市开亮木门经营部停业而注销，原告撤回对其的起诉。



上述诉讼案件已审结，均为浙江梦天及发行人胜诉或主动撤诉，并执行完结，不影响梦天家居对“梦天”商标的使用，故发行人受让该项商标不存在纠纷或潜在纠纷。

## (2) 其他诉讼

序号	案由	案号	一审原告	一审被告	第三人	基本案情	进展情况
1	商标不予注册复审行政纠纷	(2018)京73行初11962号	发行人	国家工商行政管理总局商标评审委员会	应勇强	发行人因不服被告作出的因发行人连续三年停止使用诉争商标作出商标撤销复审决定，提起诉讼	发行人撤诉，已结案
2	商标不予注册复审行政纠纷	(2018)京73行初6917号	姜开亮	国家工商行政管理总局商标评审委员会	发行人	原告因被告作出诉争商标不予核准注册的决定，提起诉讼	法院判决驳回起诉，已结案
3	商标无效宣告请求行政纠纷	(2018)京73行初5198号	姜开亮	国家工商行政管理总局商标评审委员会	发行人	原告因被告作出诉争商标不予核准注册的决定，提起诉讼	法院判决驳回起诉，已结案
4	商标无效宣告请求行政纠纷	(2018)京73行初5199号	姜开亮	国家工商行政管理总局商标评审委员会	发行人	原告因被告作出诉争商标不予核准注册的决定，提起诉讼	法院判决驳回起诉，已结案
6	商标无效宣告请求行政纠纷	(2018)京73行初11811号、(2019)京行终4746号	河北普瑞森装饰材料有限公 司	国家工商行政管理总局商标评审委员会(国家知识产权局[注])	发行人	原告因被告作出诉争商标不予核准注册的决定，提起诉讼	一审法院判决驳回起诉，二审法律判决维持原判，已结案
7	商标无效宣告请求行政纠纷	(2019)京73行初2896号	姜开亮	国家知识产权局	发行人	原告因被告作出诉争商标不予核准注册的决定，提起诉讼	法院判决驳回起诉，已结案
8	商标无效宣告请求行政纠纷	(2019)京73行初2897号	姜开亮	国家知识产权局	发行人	原告因被告作出诉争商标不予核准注册的决定，提起诉讼	法院判决驳回起诉，已结案

注：上诉期间，商标审查工作以国家知识产权局名义开展。

报告期内，发行人存在上述 8 起商标行政诉讼。其中：第 1 起为发行人作为原告方提起诉讼，在进一步评估该项商标无使用价值后，主动撤诉，故发行人不存在商标侵权情况，也不会因此承担法律责任；其他 7 起均为发行人以第三人身份参加诉讼，以法院判决驳回起诉而结案，不影响发行人有效商标的使用。

## (二) 专利



截至本招股说明书签署日，公司共取得专利 154 项，其中：发明 14 项、实用新型 84 项、外观设计 56 项，具体如下：

序号	专利名称	类别	专利号	取得方式	取得时间	权利人
1	木线打磨滚涂一体机	发明	ZL201410218249.X	从浙江梦天处受让	2018.5.11	庆元梦天
2	一种门板类产品的组合安装方法	发明	ZL200910261107.0	从浙江梦天处受让	2018.5.21	庆元梦天
3	木皮贴面木制品的涂装方法及其产品	发明	ZL200710046290.3	从浙江梦天处受让	2018.6.1	庆元梦天
4	贴面木门及其门框内侧线条的贴面方法	发明	ZL03178760.6	从浙江梦天处受让	2018.7.10	庆元梦天
5	一种转动式木门边框喷漆设备	发明	ZL201710416983.0	从田毅处受让	2018.11.1	庆元梦天
6	一种复合涂装木制品的生产方法	发明	ZL201110320190.1	申请取得	2014.12.24	梦天家居
7	一种凸凹门板结构及其生产工艺	发明	ZL201510406997.5	申请取得	2017.7.11	梦天家居
8	一种门套板加工复合生产线	发明	ZL201610546649.2	申请取得	2017.12.29	梦天家居
9	一种纵横锯切装置	发明	ZL201610519348.0	申请取得	2018.4.3	梦天家居
10	一种横框生产装置	发明	ZL201610544201.7	申请取得	2018.4.3	梦天家居
11	一种门扇立框生产装置	发明	ZL201610547434.2	申请取得	2018.4.3	梦天家居
12	一种门扇线条加工生产线	发明	ZL201610548228.3	申请取得	2018.4.24	梦天家居
13	一种节能型门扇高频组装装置	发明	ZL201710615980.X	申请取得	2018.11.30	梦天家居
14	一种挂线条生产线	发明	ZL201811403222.2	申请取得	2021.6.8	梦天家居
15	一种环形铣花工件表面贴皮设备	实用新型	ZL201220470514.X	从浙江梦天处受让	2018.5.11	庆元梦天
16	锅炉送料机	实用新型	ZL201320278351.X	从浙江梦天处受让	2018.5.11	庆元梦天
17	木线铣木皮铣背槽打磨一体机	实用新型	ZL201420727327.4	从浙江梦天处受让	2018.5.11	庆元梦天
18	木线滚涂装置	实用新型	ZL201420264085.X	从浙江梦天处受让	2018.5.14	庆元梦天
19	木线打磨滚涂一体机	实用新型	ZL201420264256.9	从浙江梦天处受让	2018.5.14	庆元梦天
20	一种用于擦涂格丽斯的设备	实用新型	ZL201320261123.1	从浙江梦天处受让	2018.5.14	庆元梦天
21	一种圆弧自动修整装置	实用新型	ZL201720675038.8	从浙江梦天处受让	2018.5.14	庆元梦天
22	一种门框拼装设备	实用新型	ZL201720691865.6	从浙江梦天处受让	2018.5.15	庆元梦天
23	一种木门表面平整设备	实用新型	ZL201720674940.8	从浙江梦天处受让	2018.5.17	庆元梦天
24	一种 L 边木皮包覆机设备	实用新型	ZL201720674867.4	从浙江梦天处受让	2018.5.18	庆元梦天

25	木门自动输送车	实用新型	ZL201420162123.0	从浙江梦天处受让	2018.5.21	庆元梦天
26	一种木门自动喷漆设备	实用新型	ZL201720682399.5	从浙江梦天处受让	2018.5.23	庆元梦天
27	一种贴脸线加工设备	实用新型	ZL201720683279.7	从浙江梦天处受让	2018.5.23	庆元梦天
28	档条铣木皮铣背槽打磨一体机	实用新型	ZL201720731047.4	从浙江梦天处受让	2018.5.23	庆元梦天
29	木门自动翻转器	实用新型	ZL201420162686.X	从浙江梦天处受让	2018.5.24	庆元梦天
30	门套安装撑杆	实用新型	ZL201220158675.5	从浙江梦天处受让	2018.5.24	庆元梦天
31	复合涂装木制品	实用新型	ZL201220045679.2	从浙江梦天处受让	2018.6.12	庆元梦天
32	一种半自动门扇实木封边设备	实用新型	ZL201821320122.9	申请取得	2019.11.15	庆元梦天
33	一种门扇油漆涂装固化时自动控制温湿度装置	实用新型	ZL201920059464.8	申请取得	2019.11.15	庆元梦天
34	一种弧形实木线条铣型设备	实用新型	ZL201920500481.0	申请取得	2020.2.18	庆元梦天
35	一种凹凸线条自动辊涂设备	实用新型	ZL201920756047.9	申请取得	2020.3.27	庆元梦天
36	一种层压复合门	实用新型	ZL201620365602.1	申请取得	2016.11.23	梦天家居
37	一种组合式墙板	实用新型	ZL201620365604.0	申请取得	2016.11.23	梦天家居
38	燕尾榫拼装构件	实用新型	ZL201620638281.8	申请取得	2016.11.30	梦天家居
39	组合式饰面墙板	实用新型	ZL201620641460.7	申请取得	2016.11.30	梦天家居
40	纵横锯切装置	实用新型	ZL201620696531.3	申请取得	2016.12.7	梦天家居
41	横挺生产装置	实用新型	ZL201620737165.1	申请取得	2016.12.14	梦天家居
42	门扇线条加工生产线	实用新型	ZL201620737057.4	申请取得	2016.12.14	梦天家居
43	门扇立挺生产装置	实用新型	ZL201620728226.8	申请取得	2016.12.14	梦天家居
44	木门安装辅助升降器	实用新型	ZL201620872516.X	申请取得	2017.2.8	梦天家居
45	一种木制品直角拼接结构	实用新型	ZL201620872216.1	申请取得	2017.2.8	梦天家居
46	一种造型层压复合门	实用新型	ZL201620639479.8	申请取得	2017.3.22	梦天家居
47	具有加工余料填充层的隔音实木复合门	实用新型	ZL201621448642.9	申请取得	2017.6.30	梦天家居
48	木镶板抗冲击实木复合门	实用新型	ZL201621450538.3	申请取得	2017.6.30	梦天家居
49	木镶板保温隔音实木复合门	实用新型	ZL201621450540.0	申请取得	2017.6.30	梦天家居
50	具有多孔板及复合填充料的保温实木复合门	实用新型	ZL201621448645.2	申请取得	2017.7.21	梦天家居
51	一种平开门套	实用新型	ZL201621441908.7	申请取得	2017.7.21	梦天家居
52	具有聚氨酯填充层的保温实木复合门	实用新型	ZL201621442219.8	申请取得	2017.7.25	梦天家居
53	具有多层衰减吸收结构的隔音实木复合门	实用新型	ZL201621442712.X	申请取得	2017.7.25	梦天家居

54	凸凹造型保温实木复合门	实用新型	ZL201720006005.4	申请取得	2017.7.28	梦天家居
55	具有酚醛泡沫保温层的实木复合门	实用新型	ZL201621442598.0	申请取得	2017.8.11	梦天家居
56	一种包覆式隔音实木复合门	实用新型	ZL201720021613.2	申请取得	2017.8.1	梦天家居
57	一种具有加强结构的抗冲击实木复合门	实用新型	ZL201720019490.9	申请取得	2017.8.4	梦天家居
58	一种隔音实木复合门	实用新型	ZL201720021716.9	申请取得	2017.8.4	梦天家居
59	一种具有缓冲结构的抗冲击实木复合门	实用新型	ZL201720019489.6	申请取得	2017.8.8	梦天家居
60	一种具有反射结构的保温实木复合门	实用新型	ZL201720018683.2	申请取得	2017.8.11	梦天家居
61	一种具有隔断结构的保温实木复合门	实用新型	ZL201720021237.7	申请取得	2017.8.11	梦天家居
62	一种具有限位结构的隔音实木复合门	实用新型	ZL201720021295.X	申请取得	2017.8.11	梦天家居
63	一种具有隔热边条的保温实木复合门	实用新型	ZL201720021267.8	申请取得	2017.8.25	梦天家居
64	门扇多工位喷涂装置	实用新型	ZL201720919501.9	申请取得	2018.3.2	梦天家居
65	节能型门扇横挺加工装置	实用新型	ZL201720928182.8	申请取得	2018.3.2	梦天家居
66	节能型门扇立挺生产系统	实用新型	ZL201720937402.3	申请取得	2018.3.2	梦天家居
67	节能型贴脸线加工系统	实用新型	ZL201721090406.9	申请取得	2018.4.3	梦天家居
68	节能型门扇边挺组装装置	实用新型	ZL201721123974.4	申请取得	2018.4.17	梦天家居
69	节能型门芯板组件组装装置	实用新型	ZL201721124049.3	申请取得	2018.4.17	梦天家居
70	节能型门扇装配系统	实用新型	ZL201721123533.4	申请取得	2018.4.17	梦天家居
71	节能型门扇线条加工装置	实用新型	ZL201721008206.4	申请取得	2018.7.27	梦天家居
72	一种玻璃移门组合结构	实用新型	ZL201721898779.9	申请取得	2018.10.16	梦天家居
73	一种磁力密封门结构	实用新型	ZL201820431518.4	申请取得	2019.3.1	梦天家居
74	一种二维定位装置	实用新型	ZL201821936690.1	申请取得	2019.7.16	梦天家居
75	铝蜂窝隔声木质门	实用新型	ZL201821160139.2	申请取得	2019.7.26	梦天家居
76	一种大幅面防潮薄木	实用新型	ZL201821793439.4	申请取得	2019.8.9	梦天家居
77	一种木门装饰条快速安装装置	实用新型	ZL201821792825.1	申请取得	2019.8.27	梦天家居
78	一种木质产品卡扣结构	实用新型	ZL201920027208.0	申请取得	2019.9.27	梦天家居
79	一种木门槽内薄木切割刀具	实用新型	ZL201821739903.1	申请取得	2019.10.8	梦天家居
80	一种木板裁切设备	实用新型	ZL201821936887.5	申请取得	2019.10.8	梦天家居
81	一种 LVL 复合板材	实用新型	ZL201821793410.6	申请取得	2019.11.15	梦天家居
82	一种多功能凸凹柜门结构	实用新型	ZL201920323538.4	申请取得	2020.1.24	梦天家居
83	一种防潮免基层墙板	实用新型	ZL201920606542.1	申请取得	2020.1.24	梦天家居
84	一种防潮免基层造型墙板	实用新型	ZL201920607234.0	申请取得	2020.1.24	梦天家居

85	一种拼接式墙板美缝安装结构	实用新型	ZL201920489132.3	申请取得	2020.2.18	梦天家居
86	一种灯具展示柜	实用新型	ZL201920606567.1	申请取得	2020.2.18	梦天家居
87	一种隔音木门结构	实用新型	ZL201920607268.X	申请取得	2020.2.18	梦天家居
88	一种静音抗冲击柜门	实用新型	ZL201920606577.5	申请取得	2020.3.24	梦天家居
89	一种榫卯结构的抽屉	实用新型	ZL201920606544.0	申请取得	2020.3.31	梦天家居
90	木质墙板型材安装结构	实用新型	ZL201920726590.4	申请取得	2020.4.17	梦天家居
91	一种环保保温水性漆木门	实用新型	ZL201920994966.X	申请取得	2020.4.17	梦天家居
92	一种阻燃隔音复合门	实用新型	ZL201920994056.1	申请取得	2020.4.17	梦天家居
93	一种抗变形抗冲击实木复合门	实用新型	ZL201921025478.4	申请取得	2020.5.5	梦天家居
94	环保无甲醛抗冲击实木复合门	实用新型	ZL201921025497.7	申请取得	2020.5.5	梦天家居
95	一种新型防变形平板柜门	实用新型	ZL201920607247.8	申请取得	2020.6.5	梦天家居
96	一种防变形抗冲击平板门扇结构	实用新型	ZL201922209841.4	申请取得	2020.10.9	梦天家居
97	一种防潮防变形门套结构	实用新型	ZL201922232900.X	申请取得	2020.11.17	梦天家居
98	一种防潮防变形平板柜门结构	实用新型	ZL201922245504.0	申请取得	2020.12.22	梦天家居
99	墙板(50)	外观设计	ZL202030357690.2	申请取得	2020.11.17	庆元梦天
100	柜门(025)	外观设计	ZL202030357953.X	申请取得	2020.12.22	庆元梦天
101	木门(8A14)	外观设计	ZL201630269148.5	申请取得	2016.11.30	梦天家居
102	木门(8A15)	外观设计	ZL201630269149.X	申请取得	2016.11.30	梦天家居
103	木门(8A12)	外观设计	ZL201630269251.X	申请取得	2017.3.8	梦天家居
104	木门(B)	外观设计	ZL201730537771.9	申请取得	2018.4.3	梦天家居
105	木门(A)	外观设计	ZL201730538389.X	申请取得	2018.4.3	梦天家居
106	电视柜(米兰情愫)	外观设计	ZL201730651567.X	申请取得	2018.6.8	梦天家居
107	木门(万物)	外观设计	ZL201830171311.3	申请取得	2018.7.31	梦天家居
108	木门(F)	外观设计	ZL201730537146.4	申请取得	2018.8.24	梦天家居
109	木门(G)	外观设计	ZL201730538390.2	申请取得	2018.8.24	梦天家居
110	木门(C)	外观设计	ZL201730537009.0	申请取得	2018.9.11	梦天家居
111	木门(E)	外观设计	ZL201730537010.3	申请取得	2018.9.11	梦天家居
112	木门(唯一)	外观设计	ZL201830171331.0	申请取得	2018.9.11	梦天家居
113	玄关柜	外观设计	ZL201730651329.9	申请取得	2018.9.25	梦天家居
114	木门(H)	外观设计	ZL201830385596.0	申请取得	2019.1.11	梦天家居
115	木门(6P11门型2)	外观设计	ZL201830488657.6	申请取得	2019.1.11	梦天家居
116	木门(6P11门型4)	外观设计	ZL201830488956.X	申请取得	2019.1.11	梦天家居



117	木门（6P11 门型 1）	外观设计	ZL201830488957.4	申请取得	2019.1.11	梦天家居
118	铝型材（05）	外观设计	ZL201830581810.X	申请取得	2019.3.1	梦天家居
119	铝型材（10）	外观设计	ZL201830581823.7	申请取得	2019.3.1	梦天家居
120	铝型材（06）	外观设计	ZL201830581825.6	申请取得	2019.3.1	梦天家居
121	铝型材（04）	外观设计	ZL201830581848.7	申请取得	2019.3.1	梦天家居
122	铝型材（07）	外观设计	ZL201830582143.7	申请取得	2019.3.1	梦天家居
123	铝型材（01）	外观设计	ZL201830582156.4	申请取得	2019.3.1	梦天家居
124	铝型材（08）	外观设计	ZL201830582157.9	申请取得	2019.3.1	梦天家居
125	铝型材（02）	外观设计	ZL201830582159.8	申请取得	2019.3.1	梦天家居
126	铝型材（09）	外观设计	ZL201830582160.0	申请取得	2019.3.1	梦天家居
127	铝型材（11）	外观设计	ZL201830581831.1	申请取得	2019.4.19	梦天家居
128	铝型材（03）	外观设计	ZL201830581834.5	申请取得	2019.4.19	梦天家居
129	铝型材（LK21-3000）	外观设计	ZL201930008816.2	申请取得	2019.5.24	梦天家居
130	铝型材（LC12-3000）	外观设计	ZL201930008825.1	申请取得	2019.5.24	梦天家居
131	铝型材（LC11-3000）	外观设计	ZL201930008827.0	申请取得	2019.5.24	梦天家居
132	铝型材（LK11-40）	外观设计	ZL201930009070.7	申请取得	2019.8.27	梦天家居
133	铝型材（LK13-40）	外观设计	ZL201930009112.7	申请取得	2019.9.10	梦天家居
134	铝型材（踢脚线凹槽装饰线 LC51-3000）	外观设计	ZL201930135045.3	申请取得	2019.9.24	梦天家居
135	铝型材（直连装饰条 LC36-3000）	外观设计	ZL201930135047.2	申请取得	2019.9.24	梦天家居
136	铝型材（直边收口装饰条 LC35-3000）	外观设计	ZL201930135049.1	申请取得	2019.9.24	梦天家居
137	铝型材（装饰条 LC34-3000）	外观设计	ZL201930135060.8	申请取得	2019.9.24	梦天家居
138	铝型材（扣件 LK-100）	外观设计	ZL201930135572.4	申请取得	2019.9.24	梦天家居
139	铝型材（踢脚线 L 装饰条 LC52-3000）	外观设计	ZL201930135573.9	申请取得	2019.9.24	梦天家居
140	铝型材（阴角收口装饰条 LC31-3000）	外观设计	ZL201930135575.8	申请取得	2019.9.24	梦天家居
141	木门（6P71 型）	外观设计	ZL201930330186.0	申请取得	2020.1.10	梦天家居
142	木门（6P61 型）	外观设计	ZL201930330264.7	申请取得	2020.5.22	梦天家居
143	直角角码	外观设计	ZL202030606334.X	申请取得	2021.4.16	梦天家居
144	铝型材（01 款横框料）	外观设计	ZL202030606342.4	申请取得	2021.4.16	梦天家居
145	铝型材（01 款竖框料）	外观设计	ZL202030606549.1	申请取得	2021.4.16	梦天家居
146	移门回形拉手	外观设计	ZL202030606550.4	申请取得	2021.4.16	梦天家居
147	移门胶条	外观设计	ZL202030606567.X	申请取得	2021.4.16	梦天家居
148	内磨轴套	外观设计	ZL202130089469.8	申请取得	2021.7.23	梦天家居

149	木门（4T21 型）	外观设计	ZL202130089471.5	申请取得	2021.7.23	梦天家居
150	门	外观设计	ZL202130093181.8	申请取得	2021.7.23	梦天家居
151	木门（6P81 型）	外观设计	ZL202130093364.X	申请取得	2021.7.23	梦天家居
152	木门（M62-1Z 型）	外观设计	ZL202130093372.4	申请取得	2021.7.23	梦天家居
153	木门（M61-1Z 型）	外观设计	ZL202130093373.9	申请取得	2021.7.23	梦天家居
154	轴座角码	外观设计	ZL202130093374.3	申请取得	2021.7.23	梦天家居

上述受让取得的专利除“一种转动式木门边框喷漆设备”（专利号 ZL201710416983.0）受让于自然人田毅外，其余均受让于浙江梦天。

浙江梦天为实际控制人余静渊控制的企业，为发行人之关联方。为解决同业竞争，浙江梦天将相关从事木门等生产经营相关的资产（含专利）转让给发行人后，于 2018 年 9 月注销，上述专利转让不存在纠纷或潜在纠纷。经核查，田毅与发行人及相关方不存在关联关系，其专利转让不存在纠纷或潜在纠纷。

上述专利受让情况及重要性程度如下：

序号	专利名称	出让方	受让方	转让时间	对应产品	专利应用重要性
1	贴面木门及其门框内侧线条的贴面方法	浙江梦天	庆元梦天	2018.7.10	木门	门扇线条部位贴面技术方法，通过一台定制设备设定相应的温度、压力、时间等技术参数，平面压贴或仿形模压，保障木门表面均覆盖相应饰面木皮与线条覆面木皮一致，各部位贴面效果也一致性，从而达到产品外观效果。提升生产效率，产品质量
2	木皮贴面木制品的涂装方法及其产品	浙江梦天	庆元梦天	2018.6.1	木门、门套、柜类、墙板、线条	产品饰面后涂装技术工艺应用，通过设定油漆涂布量、干燥温湿度等条件，采用底漆+面漆结合方式，多道工序后，达到产品各种涂装效果。提升产品质量。满足客户需求
3	一种门板类产品的组合安装方法	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.21	木门、门套	产品采用模块化设计工艺技术，各部件模块化备料，批量化加工后，进行组合安装，提升产品生产效率，满足客户定制要求
4	木线打磨滚涂一体机	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.11	木门、门套、墙板、线条	造型木线自动化打磨及辊涂油漆技术，采用仿形结构砂带、砂轮，线上自动输送，对木线进行打磨，并采用仿形辊涂软辊，线上自动输送，对木线进行自动辊涂，相对于人工打磨，人工喷涂，降低人工劳动强度，提高生产效率，产品质量稳定性提高
5	一种转动式木门边框喷漆设备	田毅	庆元梦天	2018.11.1	木门	设备自动编程，按程序进行门扇喷涂，侧面喷涂，并自动翻面，进行反面喷涂和另外一侧边喷涂，相比于人工喷涂，自动喷涂效率高，质量稳定，油漆喷涂量设定可控，降低油漆浪费

6	木门打磨车间除尘系统[注]	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.2	木门	门扇打磨，会产生灰尘，对人体健康产生极大威胁，此技术应用，打磨台配备灰尘收集管道，除尘率高，并空间内配备抽风、压风，保障空间环境。对车间工作环境有极大的提升，保障员工健康
7	复合涂装木制品	浙江梦天	庆元梦天	2018.6.12	木门、门套、柜类、墙板、线条	产品饰面后涂装技术工艺应用，通过设定油漆涂布量、干燥温湿度等条件，采用底漆+面漆结合方式，多道工序后，达到产品各种涂装效果。提升产品质量。满足客户需求
8	门套安装撑杆	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.24	木门	一种安装调节装置，保障产品安装时，上中下尺寸一致，产品安装准确性提高，提升用户使用体验
9	一种环形铣花工件表面贴皮设备	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.11	木门	产品工件主体为平板，四周为曲边铣型面，此技术应用主要为解决此类异形工件贴面，主要为异形压机设备，上下压板采用钢板复合一定厚度的软硅胶皮，设定相应的温度、压力、时间等技术参数，利用软硅胶特性进行仿形压贴。此技术应用，保障了此类造型工件的饰面加工，保障产品生产
10	一种用于擦涂格丽斯的设备	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.14	木门、门套、墙板、线条	此技术主要为格丽斯自动擦涂应用，部分产品涂装工艺最后一道需要擦涂格丽斯，原先采用人工擦涂，工作台位多，占地面积大，人工劳动强度大，采用此技术后，设备连线自动擦涂格丽斯，人工配合检验即可，大大提高产地利用率，降低劳动强度，提高生产效率
11	锅炉送料机	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.11	木门、门套、墙板、线条	余料自动送料，代替人工送料，提高效率，降低劳动强度
12	木门自动输送车	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.21	木门	木门自动输送装置，代替人工叉车搬运，减少人员劳动强度，减少搬运过程产生的磕碰等质量问题产生
13	木门自动翻转器	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.24	木门	木门自动翻转装置，代替人工翻门，实现设备按节拍生产，减少人员配置，降低人工成本，生产效率高
14	木线滚涂装置	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.14	木门、门套、墙板、线条	造型木线自动化辊涂油漆技术，采用仿形辊涂软辊，线上自动输送，对木线进行自动辊涂，相对于人工喷涂，降低人工劳动强度，实现造型线条批量化，流水线加工，提高生产效率，产品质量稳定性提高
15	木线打磨滚涂一体机	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.14	木门、门套、墙板、线条	造型木线自动化打磨及辊涂油漆技术，采用仿形结构砂带、砂轮，线上自动输送，对木线进行打磨，并采用仿形辊涂软辊，线上自动输送，对木线进行自动辊涂，相对于人工打磨，人工喷涂，降低人工劳动强度，提高生产效率，产品质量稳定性提高
16	木线铣木皮铣背槽打磨一体机	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.11	木门、门套、	自动化加工装置，（木线）工件多余木皮自动修铣，背槽自动铣槽，表面木皮自动打磨一体，



					墙板、线条	相比人工修木皮，打磨，自动化程度高，效率高
17	一种 L 边木皮包覆机设备	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.18	线条	一种带 L 边造型线条，应用此技术，就行木皮包覆，此技术才有 PUR 胶卷状规格木皮涂胶，包覆在带 L 边造型线条表面，达到木皮饰面效果。生产效率高，PUR 胶包覆效果好，质量高，后道工序油漆烘干不会产生脱胶
18	一种门框拼装设备	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.15	木门	一种组拼装置，此技术保障门扇和封边料通过胶水复合使用此设备保证持续的压力，在一个周期时间内实现胶黏剂的固化，效率高，质量可靠，降低人工搬运强度
19	一种木门表面平整设备	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.17	木门	一种平整装置，此技术保障门扇表面质量效果，实现流水线批量加工，降低人员劳动强度，提高生产效率
20	一种圆弧自动修整装置	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.14	木门、门套	自动化三维雕刻加工，异形工件自动化加工，代替人工单机加工，自动化程度高，效率高，精度高，安全系数高
21	一种木门自动喷漆设备	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.23	木门	门扇输送进入后，自动感应门扇，进行正面、侧面喷涂，并自动翻转，进行反面喷涂，自动化程度高，生产效率高，质量稳定
22	一种贴脸线加工设备	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.23	线条	自动化加工装置，输入尺寸或扫码，设备自动加紧，切角定长（45°），相比人工推台锯裁切，自动化程度高，加工精度高，效率高
23	档条铣木皮铣背槽打磨一体机	浙江梦天	庆元梦天	2018.5.23	门套	自动化加工装置，（档条专用）工件多余木皮自动修铣，背槽自动铣槽，表面木皮自动打磨一体，相比人工修木皮，打磨，自动化程度高，效率高

注：木门打磨车间除尘系统已届满终止失效。

### （三）著作权

序号	作品类型	权属	编号	登记号	首次发表时间	作品名称
1	计算机软件	梦天家居	软著登字第 1799489 号	2017SR214205	2017.3.18	抗冲击实木复合门生产线智能控制系统 V1.0
2	计算机软件	梦天家居	软著登字第 1799479 号	2017SR214195	2017.3.18	隔音实木复合门生产线控制系统 V1.0
3	计算机软件	梦天家居	软著登字第 1796389 号	2017SR211105	2017.3.18	保温型复合门生产线控制系统 V1.0
4	计算机软件	梦天家居	软著登字第 4503334 号	2019SR1082577	2019.8.16	梦天家居智能订单系统 V1.0
5	计算机软件	梦天家居	软著登字第 4506182 号	2019SR1085425	2019.8.22	梦天家居智能排产系统（ASP）V1.0
6	计算机软件	梦天家居	软著登字第 4503340 号	2019SR1082583	2019.8.22	梦天家居智能柔性生产系统（MES）V1.0
7	计算机软件	莫特门控	软著登字第 6093445 号	2020SR1214749	2020.8.10	MOOTO 小程序软件 1.0.6

8	美术作品	梦天家居	-	浙作登字 11-2019-F-9136	2019.5.27	梦天 MT logo
---	------	------	---	---------------------	-----------	------------

#### (四) 不动产权证

##### 1、发行人拥有不动产情况

序号	使用权人	证号	土地位置	用途	面积	使用期限	取得方式
1	梦天家居	浙(2020)嘉善县不动产权第0062857号	惠民街道长江路88号	工业用地	国有建设用地使用权243,193.40m <sup>2</sup> /房屋所有权182,370.77m <sup>2</sup>	至2054.1.17、2053.11.3	出让
2	梦天家居	浙(2020)嘉善县不动产权第0001884号	惠民街道大众·湖滨花园196幢2号	住宅用地	土地使用权177.66m <sup>2</sup> /房屋所有权268.26m <sup>2</sup>	至2078.10.9	出让
3	梦天家居	浙(2020)嘉善县不动产权第0001885号	惠民街道大众·湖滨花园178幢2号	住宅用地	土地使用权178.84m <sup>2</sup> /房屋所有权268.26m <sup>2</sup>	至2078.10.9	出让
4	庆元梦天	浙(2019)庆元县不动产权第0013743号	屏都综合新区金山大道58号	工业用地	国有建设用地使用权113,412.83m <sup>2</sup>	至2068.4.18	出让

经核查，发行人上述土地使用权和房产的取得、使用符合《土地管理法》等相关规定，依法办理了必要的审批程序，均为合法建筑，不存在受到行政处罚的可能，亦不会因此构成重大违法行为。

截至本招股说明书签署日，发行人的不动产均不存在用于抵押的情形。

##### 2、发行人租赁房产情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁情况	租赁期限
1	上海木极	上海福克斯资产管理有限公司	上海市沪闵路6088号2631室	2020.12.1-2022.1.31
2	梦天销售	吴宗林	杭州市江干区钱江国际时代广场1幢1612室，面积44.98m <sup>2</sup>	2021.7.1-2022.6.30
3	易家易居	陈建琴	杭州市江干区钱江国际时代广场1幢1319室，面积58.96m <sup>2</sup>	2021.8.1-2022.7.31
4	莫特门控	中易置业(杭州)有限公司	杭州市滨江区长河路1318号1幢10层1002室，面积89m <sup>2</sup>	2021.7.22-2023.7.26
5	梦天装饰	梦天家居	嘉善县惠民街道长江路88号1幢103室，面积36m <sup>2</sup>	2020.1.1-2021.12.31

上述发行人子公司租赁的房产均系办公使用，租赁期限均不超过3年，对发行人的业务不构成重大影响，发行人子公司均可在租赁期限届满后或在租赁期间内另行寻求其他房产进行租赁。

除了梦天家居与梦天装饰存在关联关系外，其余出租方均与发行人及其股东、董监高、客户不存在关联关系、亲属关系。

上述租赁的房产均为城市建设用地，相关房产均已取得产权证书，出租方均有权出租该等房产，但未办理租赁备案手续。根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》第 9 条的规定，上述房屋租赁未办理备案手续不影响租赁合同的法律效力。

## 九、发行人拥有的特许经营权

截至本招股说明书签署日，发行人无特许经营权。

## 十、发行人拥有的资质、许可、备案

发行人及生产型子公司庆元梦天主要从事定制化木质家具的设计、研发、生产和销售。

根据《国务院关于进一步压减工业产品生产许可证管理目录和简化审批程序的决定》（国发〔2018〕33号）、《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录加强事中事后监管的决定》（国发〔2019〕19号）、《市场监管总局关于公布工业产品生产许可证实施通则及实施细则的公告》（2018年第26号）的规定，发行人及庆元梦天无需办理木质家具的生产许可证等相关资质。

截至本招股说明书签署日，发行人持有的与生产经营相关的许可和备案如下：

单位	相关许可/备案	编号/许可证号/备案号	有效期
梦天家居	排污许可证	913304217530017530001U	至 2022 年 11 月 21 日
	对外贸易经营者备案登记表	02315213	长期
	海关报关单位注册登记证书	33049697GS	长期
	技改项目备案	2020-330421-21-03-103573、2020-330421-21-03-103574、2020-330421-21-03-109504、2020-330421-21-03-171164	—
	环保备案	登记表备[2020]017号、登记表备[2020]111号、202033042100000058	—
	节能承诺备案	善发改能源备 2020002号、善发改能源备 2020003号	—

	域名备案	浙 ICP 备 11018798 号-2、4、5、7、8	至 2029 年 3 月 17 日、 至 2029 年 12 月 30 日
庆元梦天	排污许可证	91331126MA2A1D983Y001U	至 2023 年 4 月 23 日
	投资项目备案	2018-331126-20-03-012751-000、2018-331126-20-03-012751-001	—

发行人及庆元梦天的生产经营合法合规，不存在因无证经营、超产能生产、未取得排污许可等违法违规行为受到处罚的风险。

## 十一、发行人主要产品生产技术所处阶段、研发经费的投入

### （一）公司主要产品生产技术所处的阶段

公司主要产品木门、墙板、柜类、吊顶等均处于大批量生产阶段，技术成熟稳定，且处于国内行业领先水平。

### （二）公司的核心技术

经过多年的研发和积累，发行人已拥有多项核心技术，确立了行业领先地位：

#### 1、水性漆应用技术

由于喷涂环境及烘干技术要求高等特点，家具行业内水性漆尚未得到普遍运用。公司优化涂装工艺，实现“油改水”技术突破，具体技术成果体现如下：

（1）水性漆静电喷涂技术：提高喷涂利用率，减少抽压风量，同时减少环境污染，降低清洁成本；

（2）水性漆箱式立体烘干技术：采用箱式立体烘干窑，模拟水性漆干燥过程；

（3）产品涂装中装配工艺优化：采用中装配工艺、环保 UV 底漆（水性耐黄变底漆）和水性面漆工艺，进行模块化生产，提升生产效率。

#### 2、柔性混流连线自动化生产线技术

公司通过运用柔性混流连线自动化生产线技术，建成了全屋定制家具大规模、个性化智能制造试点示范基地。

公司在数控门扇线条生产线、数控横挺生产线、数控立挺生产线、门套自动加工复合生产线、数控纵横锯及门扇自动组装系统方面均拥有核心技术，实现加工专机和装配区域无人化、工件内部流转自动化、装配参数智能化在线调整、订单式混线生产，使得用工量减少，显著提高了产品的装配质量和生产效率。其中部分智能化生产线的加工情况如下：

(1) 门套自动加工复合生产线：实现 AB 结构的门套从主辅套、档条复合工序到锁铰槽、引孔加工的自动化生产。基于条形码和网络数据传输，设计了主辅套自动复合、门套档条自动复合、数控定尺、引孔加工、套板锁铰槽加工、门套自动旋转、自动输送等主机，使套板实现了柔性化加工。

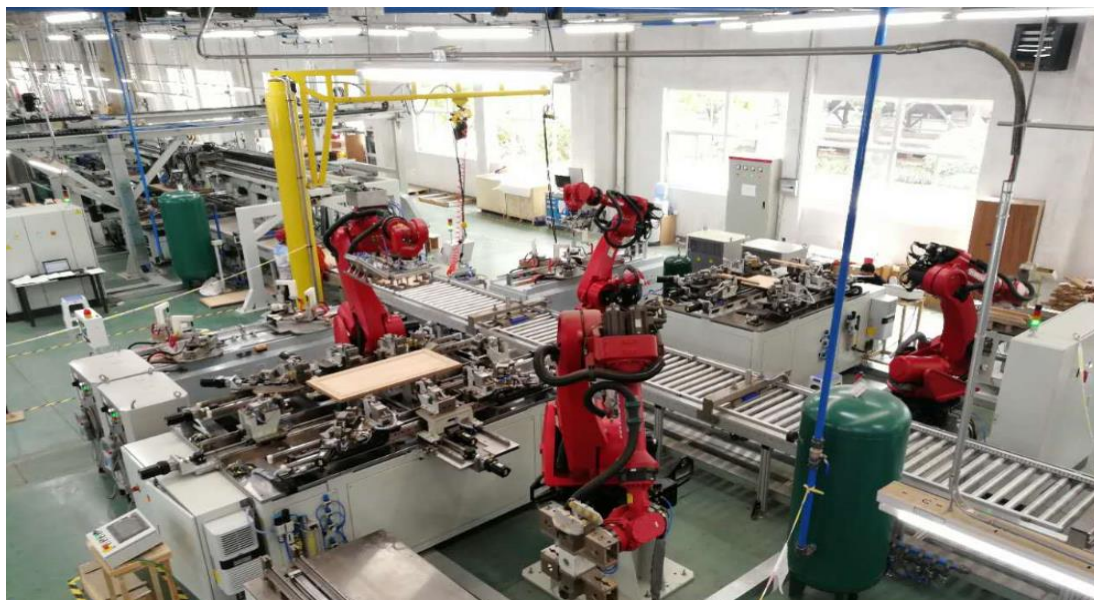


门套自动加工复合生产线现场图

## (2) 门扇自动组装系统

门扇自动组装系统实现了进料的门芯板自动抓取、门扇中门芯板的自动组装、机器人自动抓取门扇中的挂线条、门芯、码头和边挺。整线工艺流程为：开料→机器人自动搬运门芯板至预压装台→机器人自动搬运挂线条至预压装台→预压装→机器人搬运至总装→总装（高频等）→机器人搬运至皮带输送线进行人工检测→合格品流转 to 下一步工位。





门扇自动组装系统现场图

公司运用柔性混流连线自动化生产线技术的过程中，申请了“一种门套板加工复合生产线”、“一种横挺生产装置”、“一种纵横锯切装置”、“一种门扇立挺生产装置”、“一种门扇线条加工生产线”、“一种节能型门扇高频组装装置”等发明专利以及“门扇线条加工生产线”、“横挺生产装置”、“门扇立挺生产装置”等实用新型专利。

### 3、墙板技术应用

公司将墙板分为造型墙板与平墙板。造型墙板按模块化设计，分为边挺、上下码头、横档、芯板、线条框，各部件模块化加工。平墙板按模块化加工，搭配免基层安装铝合金配件，现场免基层，节约安装成本，可实现快速安装。所有墙板均采用最新防潮膜防潮技术，提高了产品使用寿命。其中，获得了“组合式饰面墙板”、“一种拼接式墙板美缝安装结构”、“一种防潮免基层墙板”、“一种防潮免基层造型墙板”等实用新型专利，墙板免安装铝型材金属配件获得 23 项铝型材外观设计专利。

### 4、定制柜技术应用

定制柜按产品类型分为油漆定制柜和免漆定制柜。公司采用先进的加工设备，保证加工精度，如采用豪迈数控电子裁板锯，设备加工精度 0.3mm，保障柜板裁切精度；采用先进的豪迈封边机，保障柜板封边效率；采用豪迈数控钻



孔加工中心，保障柜板钻孔效果。另外，公司设计团队密切关注市场，保障定制柜产品风格与市场相适应，并取得多项核心技术成果，其中，获得“一种多功能凸凹柜门结构”、“一种灯具展示柜”、“一种静音抗冲击柜门”、“一种榫卯结构的抽屉”实用新型专利及“电视柜（米兰情愫）”、“玄关柜”等外观设计专利。

### （三）公司正在从事的研发项目

#### 1、公司正在从事的研发项目

截至本招股说明书签署日，公司正在从事的研发项目情况如下：

序号	项目名称	技术来源	项目进展	拟定目标
1	高效节能环保型木皮染色工艺	自主研发	基础研究	工业化生产
2	LVL复合式高强度隔音平板门	自主研发	小批量生产	工业化生产
3	静音抗冲击防形变免漆柜门	自主研发	小批量生产	工业化生产
4	环保防潮保温免基层墙板	自主研发	大批量生产	工业化生产
5	高固定强度木质产品卡扣结构	自主研发	大批量生产	工业化生产
6	绿色环保型防变形平板柜门	自主研发	大批量生产	工业化生产
7	环保耐腐蚀多功能凸凹柜门	自主研发	大批量生产	工业化生产
8	梦天木门产品规范服务系统	合作研发	研发阶段	信息管理应用

#### 2、报告期内曾经或正在开展的合作研发项目

序号	合作研发单位	研发项目	合作期限	研发成果及知识产权归属	进展情况	知识产权申报取得
1	梦天家居（甲方）、浙江工业大学（乙方）	梦天木门产品规范服务系统开发	2018.12.1至今	乙方受甲方委托设计所产生的开发设计成果的知识产权等相关权利均归甲方所有	尚在进行中	—
2	国家木竹产业技术创新战略联盟（甲方）、德华兔宝宝装饰新材股份有限公司（乙方）、南京林业大学（丙方）、梦天家居（丁方）	高耐磨浸渍薄木及其衍生产品的研发	2018.1-2019.12	1、各方合作研究完成的科技成果及其形成的知识产权为各方共有； 2、各方在独立完成的科技成果及其形成的知识产权归研究方所有；	2019年11月23日通过了甲方组织的专家委员会验收	由丙方、乙方独立完成并申请了“一种用于超宽薄木单板纵向接长的梳齿型拼接机”（CN201811571733.5）、“一种自清洁装饰薄木的制造方法”（CN201811101014.7）发明专利，尚处实质审查阶段

3	梦天家居（甲方）、中南林业科技大学家具与艺术设计学院（乙方）	校企合作（梦天集团整木定制班）	2018.11.10-2019.9.1	1、甲方参与乙方科技开发、教学改革、教材编写等工作，成果归双方共同所有； 2、双方共同参与的科研项目双方拥有项目成果的署名权和所有权； 3、双方共同研发的教材均有出版权、发行权、署名权	完成	—
---	--------------------------------	-----------------	---------------------	--	----	---

上述合作研发技术主要用于公司未来产品的开发、公司产品适用的标准，为标准化和前瞻性的工作。公司实际运用的技术仍然依靠自我独立研发，对合作研发方不存在技术依赖。

#### （四）公司研发费用的投入

报告期内，公司研发费用及其占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
研发费用	2,762.78	6,311.85	6,227.58	6,796.08
营业收入	53,837.68	122,675.45	134,805.23	134,456.39
研发投入占营业收入的比例	5.13%	5.15%	4.62%	5.05%

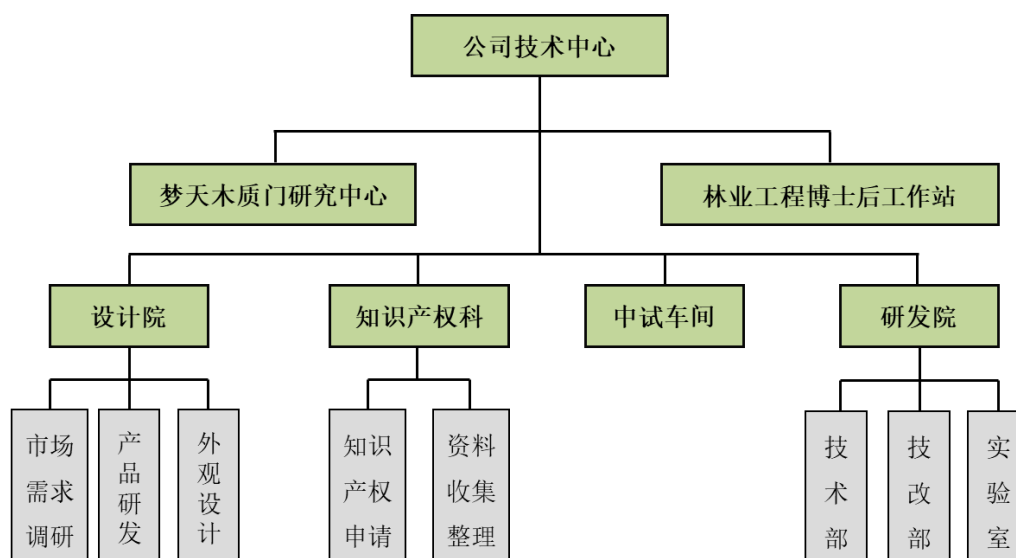
## 十二、发行人保持技术不断创新的机制和进一步开发的能力

### （一）公司研发机构的设置

公司为高新技术企业，拥有浙江省企业技术中心，自创立之初，即设立了“梦天研究开发中心”，致力于定制家具产品和工艺的研发和创新。

公司以“梦天木质门研发中心”和“林业工程博士后工作站”为技术保障，研究院、设计院分别负责协调和统筹公司的产品和技术开发工作，配套知识产权科、中试车间，共同组成了公司的研发创新平台，涵盖从市场调研、新产品研制至产业化、技术更新改造的全流程。

公司研发机构的组织结构图如下：



上述机构的职能分工情况如下：

1、研发院包括技术部、技改部、实验室，分别负责产品的新材料、新工艺、新结构的开发、制定标准、设计工艺流程；提供技术支持，优化生产线；测试工艺指标是否达到量产化要求；

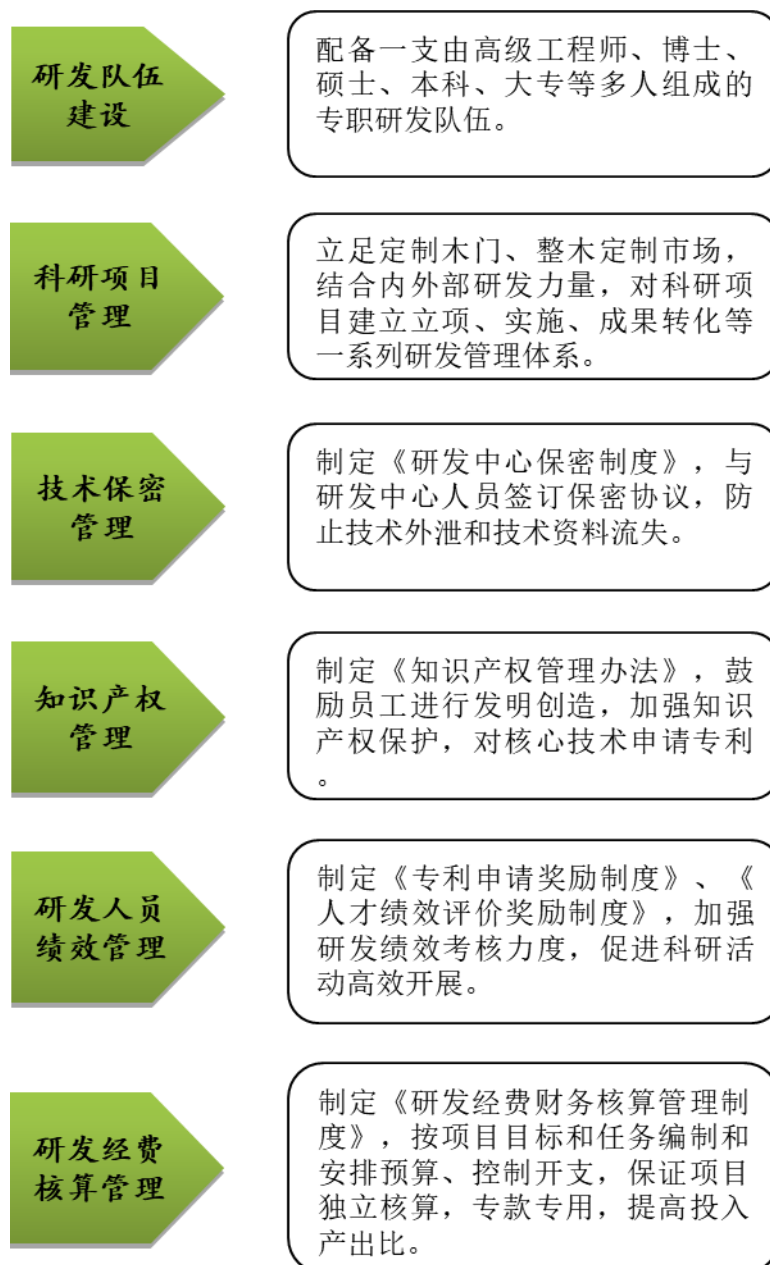
2、设计院主要负责市场需求调研、新产品的外观设计以及五金件的配套研发等；

3、知识产权科负责组织标准起草、申报专利及软件著作权、收集整理资料并组织培训；

4、中试车间负责工艺、结构改进后的产品试制，确定产品能否进一步产业化，并将数据信息反馈给研发院。

## （二）公司不断完善的技术创新机制

公司建立了一整套促进技术创新的运行机制，具体如下：



首先，公司注重研发队伍建设，通过培养和储备，已经拥有一支由高级工程师、博士、硕士、本科等中高级专业技术人才组成的专职技术队伍。公司通过人才引进和培训制度化，从浙江工业大学等高校挑选高素质人员进行培训，由经验丰富的技术开发人员一对一传授；同时，在公司内部发掘有潜力的人才，保证技术人员的内部补充。

其次，公司坚持走产学研结合的道路，联合内外部力量进行研发。2006年起，公司与中国林业科学院木材工业研究所联合组建“梦天木质复合门研发中

心”、“林业工程博士后工作站”；2018年，联合行业内多个单位共同发起建立了“木竹产业技术创新战略联盟”；公司与南京林业大学、浙江工业大学以及上市公司兔宝宝（002043）保持长期合作，共同开发课题，进行技术和产品合作交流，开拓了研发人员的视野，提升了年轻技术人员的业务能力。

同时，公司制定了一系列研发机构管理制度，保障技术中心创新机制有效运行。

另外，为确保创新能力和技术优势，公司历来注重研发投入，报告期内，公司研发费用共投入 22,098.29 万元，占营业收入的平均比重达 4.96%。

### （三）专利管理的内部控制制度

公司制定并有效执行包括《专利申请奖励制度》、《知识产权管理办法》、等在内的专利内部控制制度。具体专利管理工作具体如下：

#### 1、专利管理、保护制度

公司制定了《知识产权管理办法》，该制度将专利产权管理、专利运用、专利奖酬等活动贯穿于公司的经营目标和发展战略之中。公司建立知识产权工作领导小组，配备专职专利管理人员，负责本单位的专利管理工作。

#### 2、内部专利创新制度

公司制定了《专利申请奖励制度》来提高公司员工的产权意识和专利设计申请的积极性。公司专利申请奖励分为两种形式，分别为专利申报奖励与专利实施效益利益分配。公司知识产权工作小组对发明人或设计人申请的专利及其实施效益进行定期评价，并给予相应的奖励。

公司已获授权的专利保护范围涵盖了公司的门扇类、门套类、柜类、墙板类、线条类等全部产品，能够有效保护公司生产和销售的安全性，并形成一定的技术壁垒，保障公司的市场竞争地位。

报告期内，公司未发生与专利相关的纠纷。

## 十三、发行人的境外经营情况

报告期内，发行人不存在境外经营情况。

## 十四、环境保护、安全生产执行情况

### （一）环境保护执行情况

公司的主营业务为木门、墙板、柜类等设计、研发、生产和销售，属于家具制造业，不属于国家确定的重污染行业。

#### 1、污染物排放及处理情况

公司生产经营中产生的污染物主要为废水、废气、固废及噪声，污染物的排放及处理情况如下：

类别	污染物	产生环节	处理设施	排放量	处理能力
废水	生产废水	设备清洗、水帘除漆雾	污水处理站加药物化+生化	回用于生产，未对外排放	30m <sup>3</sup> /d
	生活污水	生活设施	隔油池和化粪池预处理	15.49 万吨 (2020 年度)	充足且运行正常
废气	油漆有机废气	UV 底漆辊涂线、往复机、烘干窑	经干式过滤+光催化+活性炭吸附等环保设施处理后排气筒高空排放	VOCs 1.142 吨/年 颗粒物 17.59 吨/年	风量 30,000 m <sup>3</sup> /h
	木工粉尘	机加工	经布袋除尘处理后排气筒高空排放		风量 60,000 m <sup>3</sup> /h
	油烟废气	食堂	经油烟净化器处理后外排		充足且运行正常
固废	漆渣、包装桶	喷漆	委托资质单位处置	266.48 吨 (2020 年度)	充足且运行正常
	污泥	污水处理站	委托资质单位处置	329.50 吨 (2020 年度)	充足且运行正常
	边角料、木屑	机加工、布袋除尘	出售综合利用	未对外排放	充足且运行正常
	生活垃圾	员工生活	环卫部门清运	未对外排放	充足且运行正常
噪声	设备运行噪声	生产过程	选取优质低噪设备，采取一定减震措施；定期检查生产设备，减少非正常生产噪声	70~85dB	充足且运行正常

报告期内，公司持续投入环保处理设施，并一直运行和维护，目前相关设备设施与生产设备同步运转，运行情况正常良好。

#### 2、环保投入和相关费用支出情况

报告期内，公司环保支出情况如下：

单位：万元



环保支出	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
环保设施投入	220.17	1,007.45	853.19	345.03
环保费用支出	146.55	255.59	270.08	240.97
<b>合计</b>	<b>366.72</b>	<b>1,263.05</b>	<b>1,123.27</b>	<b>586.00</b>

2019年度，随着生产工艺和产品技术的不断优化、改进，公司相应增加对环保配套设施的投入，致使环保设施投入金额上升较快。2020年度，随着庆元新厂区一期竣工，子公司庆元梦天的环保设施投入金额较大。

报告期内，公司环保费用主要为排污费、污水处理费、固废处置费、检测费和环评费等，环保费用支出较为稳定。

### 3、环保费用与排放污染物的匹配情况

报告期内，公司对外排放的污染物主要为生活污水、废气、固废和噪声。其中，生活污水排放支出与固体废弃物处置支出，与相应的排放量及处置量存在匹配关系，其他污染物的排放量无法精确统计，具体对比如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
生活污水排放支出（万元）	19.81	33.99	45.94	56.16
生活污水排放量（万吨）	8.38	15.49	19.14	23.40
<b>单价（元/吨）</b>	<b>2.36</b>	<b>2.19</b>	<b>2.40</b>	<b>2.40</b>
漆渣、包装桶处置支出（万元）	52.09	109.67	113.94	106.30
漆渣、包装桶处置量（吨）	138.08	266.48	282.33	279.65
<b>单价（元/吨）</b>	<b>3,772.30</b>	<b>4,115.51</b>	<b>4,035.70</b>	<b>3,801.18</b>
污泥处置支出（万元）	21.64	30.25	22.97	15.28
污泥处置量（吨）	229.43	329.50	261.71	177.29
<b>单价（元/吨）</b>	<b>943.40</b>	<b>918.06</b>	<b>877.69</b>	<b>861.86</b>

2018—2020年度，公司员工人数逐年降低，使得生活污水排放量也逐年递减；2018年，公司购置了污水处理设备，使得2019年起的污泥处置量有所增加。

### 4、募投项目的环保措施及相应的资金来源和金额

公司本次募集资金投资项目涉及环保的为年产37万套平板门、9万套个性化定制柜技改项目和智能化仓储中心建设项目，相关的环保措施和投入金额详见

本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“二、募集资金建设项目内容”之“（一）年产37万套平板门、9万套个性化定制柜技改项目”之“10、项目的环境保护情况”及“（二）智能化仓储中心建设项目”之“7、项目的环境保护情况”。

## 5、环境保护合法情况

### （1）募集资金投资项目环评备案

发行人本次募集资金投资项目取得环评备案情况，具体参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之相关内容。

### （2）主管部门出具证明认为无重大行政处罚

①2021年8月5日，嘉兴市生态环境局嘉善分局出具《证明》，确认：梦天家居自2017年1月1日起至今，均能遵守国家 and 地方环境保护相关法律法规的规定，在该局不存在其他因违反环境保护相关法律法规而受到行政处罚的记录。

②2021年8月25日，丽水市生态环境局庆元分局出具《证明》，确认：庆元梦天自2018年2月5日起至今不存在违反国家有关环境保护相关法律的情形，在该单位不存在任何因违反环境保护相关法律法规而受到行政处罚的记录。

③2020年3月6日，丽水市生态环境局庆元分局出具《证明》，确认：梦天有限浙江分公司自2017年12月4日至2018年7月23日期间，不存在违反国家有关环境保护相关法律的情形，在该单位不存在任何因违反环境保护相关法律法规而受到行政处罚的记录。

## （二）安全生产执行情况

### 1、安全生产机构设置及制度建设

公司遵循国家“安全第一、预防为主、综合治理”的安全生产方针，重视安全生产和职业卫生问题，成立了以法定代表人为主任、分管副总经理为执行主任的安全委员会，并实行安全生产责任制，由总经理、分管副总经理、车间部门到班组层层签订责任状、层层实行年度安全工作目标考核。公司设立了安全环保部，配置了专职的安全生产管理人员，具体负责全公司安全管理工作。

公司认真贯彻相关法律法规的规定，结合公司安全生产现状，制定了《安全管理制度》《安全教育培训管理制度》《风险评估和控制管理制度》《生产设备设施安全管理制度》《作业安全管理制度》《安全检查管理制度》《隐患排查治理管理制度》《应急救援管理制度》《动火作业安全管理制度》《高处作业安全管理制度》《警示标志和安全防护管理制度》《安全生产投入管理制度》《微型消防站制度》《职业健康管理制度》等系统、全面的安全生产管理文件，明确规范了安全生产的各项制度要求，对公司生产中的各个流程提出了标准操作程序、注意事项及相关负责人。

因此，公司已建立了完善的安全生产管理制度。

## 2、安全生产管理制度的执行情况和有效性

公司严格按照安全生产法的相关要求，建立健全各级岗位安全生产责任制，确保主要负责人、安全管理人员、部门分管负责人、一线主管、班长、员工责任到岗，责任到人，确保所有人员的安全责任落到实处；

公司建立安全委员会，加强对安全生产的决策管理和信息方面的沟通，确保安全信息和管理功能畅通地到达各个生产环节；

公司根据安全生产目标，制定年度安全培训计划，对员工进行包括安全教育培训、义务消防员培训、急救培训、安全意识培训等安全培训，提高员工的安全意识及技能；

公司对危险源进行定期风险评估，并根据风险评估结果，采取安全手段降低风险；

根据公司安全生产情况，将公司的安全控制分为有限空间、消防系统、废水处理、用水用气、供配电安全、IT 及弱电安全等系统，采取日常隐患排查、节前节后隐患排查、专项隐患排查等各种形式，消除安全隐患；

公司定期开展消防演习，不定期对重点部位开展无预警演习活动；

公司配置了各类安全设施和装备，包括各项检测报警设施、安全防护设施、安全警示标识、消防灭火设施、应急救援装置、劳保防护装备等；

公司重视职业卫生管理工作，每年不定期组织职工进行职业健康体检，定期对车间等作业现场进行职业病危害因素检测，针对检测结果，相应增加职业病的防范措施，并对相应岗位按期发放符合国家标准要求的劳动防护用品。

2019年12月30日，公司取得嘉兴市应急管理局颁发的《安全生产标准化证书》（编号：嘉 AQBQGMIII201901551）。根据上述证书，公司被认定为安全生产标准化三级企业（轻工），有效期至2022年12月。

因此，公司安全生产管理制度得到了有效执行。

### **3、安全设施的运行情况**

公司的安全设施分为预防事故设施和减少与消除事故影响设施两大类。其中，预防事故设施包括检测报警设施、设备安全防护设施、防爆设施和安全警示标志，减少与消除事故影响设施包括消防灭火设施、紧急个体处置设施、应急救援设施和劳动防护用品装备。公司的安全设施均功能可靠，运行良好，使用正常，未发生因安全设施运行不良产生的安全事故。

### **4、安全生产方面不存在重大隐患**

公司建立并不断完善安全生产管理体系，严格按照安全生产法和公司相关制度的规定进行安全生产。针对日常检查中发现的安全隐患及时整改消除，并加强安全教育培训，提高员工安全生产意识。

报告期内，公司存在两起安全生产行政处罚和一起火灾事故。事项发生后，公司高度重视，立即采取组织排查安全隐患，维护更换安全设施，减少危险物品堆积、采购防火耐燃材料，加装火花探测、废气浓度检测、消防喷淋和监控设备，并加大消防安全检查，组织相关人员重新进行安全教育和消防演练等多项安全生产管理措施，就具体项目落实安全生产责任人，消除了安全隐患。经过积极整改，公司进一步完善了安全生产管理体系。目前，公司在安全生产方面不存在重大隐患。

### **5、安全生产合法情况**

#### **（1）行政处罚情况**

时间	处罚决定书文号	被处罚主体	金额(万元)	事项	整改措施
2018.1.16	善公(消)行罚决字[2018]0007号	梦天家居	0.50	车间内消防设施未保持完好有效	维修完善消防设施
2020.6.29	(善)应急罚[2020]49号	梦天家居	1.80	使用危险物品未采取可靠的安全措施	补充安装安全设施
2021.2.1	善公(消)行罚决字[2021]0013号	梦天家居	0.50	车间内消防设施未保持完好有效	维修完善消防设施

2020年8月17日,嘉善县应急管理局出具《证明》:(善)应急罚[2020]49号行政处罚不属于情节严重的行政处罚。梦天家居受到相关行政处罚后,均已严格按照相关法律法规的规定进行了整改。

2021年2月8日,嘉善县消防救援大队对上述行政处罚出具《证明》:善公(消)行罚决字[2018]0007号和善公(消)行罚决字[2021]0013号行政处罚属于较轻违法行为,梦天家居已将罚款缴纳完毕。

## (2) 火灾情况

2019年6月,梦天家居四号车间发生火灾,烧损部分车间设备、原料等,无人员伤亡。

2020年8月25日,嘉善县消防救援大队确认:该次火灾无人员伤亡,造成的直接经济损失较小,未对公共安全造成危害。事故发生后,梦天家居积极整改,彻底消除火灾隐患,不属于重大违法违规行为,未对其采取行政处罚措施。

## (3) 主管部门证明

①2021年7月25日,嘉善县应急管理局出具《证明》:梦天家居能遵守安全生产有关的法律法规,自2017年1月1日起至今,未发生过其他安全生产事故。除(善)应急罚[2020]49号行政处罚外,梦天家居未受到其他行政处罚。

②2021年7月19日,庆元县应急管理局出具《证明》:经查询,庆元梦天自2018年2月5日起至今期间,在该辖区内未发现生产安全死亡事故,无因安全生产违法行为受到安全生产行政处罚记录。

③2020年3月9日,庆元县应急管理局出具《安全生产证明》:经查询,梦天有限浙江分公司自2017年12月4日起至2018年7月23日期间,在该辖区内未发现

生产安全死亡事故，未发现受到安全生产行政处罚记录。

④2021年7月27日，嘉善县消防救援大队出具《证明》，梦天家居自2018年1月1日至今，除善公（消）行罚决字[2018]0007号、善公（消）行罚决字[2021]0013号行政处罚外，无其他行政处罚。

## 十五、发行人的质量控制情况

### （一）质量控制标准

公司生产家具严格执行质量控制的国家标准、行业标准或企业标准，具体如下所示：

序号	标准号	标准名称
1	GB/T 29498-2013	《木门窗》
2	GB/T 31434-2015	《住宅装修木制品模数》
3	GB/T 35379-2017	《木门分类和通用技术要求》
4	GB 18584-2001	《室内装饰装修材料 木家具中有害物质限量》
5	GB/T 20446-2006	《木线条》
6	GB 18583-2008	《室内装饰装修材料 胶粘剂中有害物质限量》
7	GB/T 19367-2009	《人造板的尺寸测定》
8	GB 18581-2009	《室内装饰装修材料 溶剂型木器涂料中有害物质限量》
9	GB/T 28999-2012	《重组装饰单板》
10	GB/T 17657-2013	《人造板及饰面人造板理化性能试验方法》
11	GB/T 9846-2015	《普通胶合板》
12	GB 18580-2017	《室内装饰装修材料 人造板及其制品中甲醛释放限量》
13	GB/T 35062-2017	《绿色产品评价 涂料》
14	GB/T 3324-2017	《木家具通用技术条件》
15	WB/T 1024-2006	《木质门》
16	LY/T 1923-2010	《室内木质门》
17	WB/T 1047-2012	《木质门安装规范》
18	WB/T 1048-2012	《木质门修理、更换和退货规范》
19	LY/T 2878-2017	《木镶板门》
20	LY/T 2877-2017	《木夹板门》
21	LY/T 3134-2019	《室内木质隔声门》



22	HJ/T 414-2007	《环境标志产品技术要求 室内装饰装修用溶剂型木器涂料》
23	HJ 457-2009	《环境标志产品技术要求 防水涂料》
24	HJ 459-2009	《环境标志产品技术要求 木质门和钢质门》
25	HJ 571-2010	《环境标志产品技术要求 人造板及其制品》
26	QB/T 4463-2013	《家具用封边条技术要求》
27	HJ 2537-2014	《环境标志产品技术要求 水性涂料》
28	LY/T 1787-2016	《非结构用集成材》
29	LY/T 1697-2017	《饰面木质墙板》
30	T/ZZB 0214-2017	《实木复合木镶板门》
31	T/CNFPIA 3001-2018	《绿色产品评价—木质门》
32	T/SBMIA 004-2018	《定制家居产品安装服务标准》
33	T/CNFPIA 3006-2019	《水性漆室内木质门》

公司致力于产品质量的控制和标准体系的完善，近年来，梦天家居及庆元梦天通过的质量管理、环境管理体系及职业健康管理体系的认证如下：

认证标准	持证单位	证书编号	所涉及活动覆盖范围	有效期
质量管理体系 ISO9001:2015	梦天家居	CN06/01280	木门及门套的设计和制造	至 2024.1.1
质量管理体系 GB/T 19001-2016/ISO9001:2015	庆元梦天	02118Q11560R0M	木门系列产品的生产	至 2021.12.3
环境管理体系认证 GB/T24001-2016/ISO 14001:2015	梦天家居	02120E10606R4L	木门、门套的制造及相关管理活动	至 2023.9.5
	庆元梦天	02118E10921R0M	木门系列产品的生产及相关管理活动	至 2021.12.3
中国环境保护行业标准 HJ459-2009《环境标志产品技术要求 木质门和钢质门》	梦天家居	CEC2018ELP07204012	实木复合门	至 2026.8.25

## （二）质量控制措施

### 1、产品质量控制制度

公司制定各项产品质量控制制度，包括《设计开发控制程序》、《规格超标产品控制标准》、《检验控制程序》、《供应商入围管理制度》、《原材料不合格处置管理制度》、《采购退货管理制度》、《非标、异形订单评审管理

制度》、《工艺纪律管理制度》、《售后服务管理制度》等。

## 2、质量控制措施

公司建立了产品研发立项、原材料采购、生产过程控制及售后服务的全过程控制链，具体包括以下方面：

### （1）产品设计开发控制

公司制定了《设计开发控制程序》，该制度规范了新产品的研发设计。从新产品研发设计策划、立项、计划、造型设计、制样、评审到交付白坯样品、结构设计、试制、小批量试产的全过程进行管理，从而提高公司的产品研发设计能力。

### （2）原材料采购控制

公司生产用的原材料由采协中心统一采购，品管部负责原材料质量的监视、测量和验收。采协中心执行严格的采购控制流程，先对供应商的供应能力、原材料品质进行评定，再向供应商索取样本，技术部协同对样本进行测试，最终确定合格供应商名录，合格供应商名录实行动态管理。采协中心根据生产计划编制采购计划，对列入采购计划的原材料在合格供应商名录内采用多家询价比较后，签订采购合同。每次原材料入库前，由公司相关技术人员进行抽检，检验合格后方可入库，以确保稳定、高品质的原材料供应。

### （3）生产过程控制

公司的生产中心负责生产过程中的首检、自检，以及工序抽检和生产过程中，不合格品的隔离、标识、统计和维修。生产中心严格按照质量控制标准和生产工艺要求，以各关键工序为检验点，对生产前产品进行首检，确认合格后方可生产。公司制定了《工艺纪律管理制度》，保证工艺技术和工艺管理的有效实施，健全生产秩序，强化工序工作质量，保证产品质量和提高企业的生产效率。

### （4）产成品质量控制

公司物流品控部对成品入库前的质量进行检验，并对一次交验合格率进行

统计汇总，填报《成品一次交验合格率统计汇总表》，确保流入客户手中的产品质量无问题。

### 3、产品质量检测

产品生命周期不同阶段的质量进行检测，以确保产品符合要求。主要涉及三个部门：物流品控部、生产中心和技术部。其中，物流品控部主要负责进货检验、成品检验、以及客户返品复检；负责不合格品的判定和处置；负责品质信息的收集、汇总、分析；生产中心负责生产过程中的首检、自检及工序抽检；负责生产过程中，不合格品的隔离标识、统计和维修；技术部负责制定检验规范；负责解决不合格品的技术问题，参与不合格品的评审。

#### （三）质量纠纷解决措施

公司建立了严格、完善的质量管理体系，实施了科学的质量管理措施，严格遵守和执行国家关于产品质量方面的法律法规及标准，同时配备了专业的质量管理人员，确保了产品质量。

公司成立了客户服务部，及时、高效的处理客户投诉，确保客户满意，维护企业形象与信誉，促进企业产品质量改善。客户服务部严格遵循《售后服务管理制度》和《售后服务处理依据和标准》，根据具体情况采取相应的措施或者退赔。

综上，发行人具有健全的质量控制制度和措施，并能得到有效的执行。

#### （四）质量控制效果

报告期内，公司不存在因违反有关产品质量和技术监督方面的法律法规而被处罚的情况，也未发生过重大的产品质量纠纷。

##### 1、主管部门对发行人产品质量的监督检查情况

报告期内，庆元县市场监督管理局对发行人产品进行了抽查检验，质量均为合格。

2021年7月19日，庆元县市场监督管理局出具《证明》，确认庆元梦天自2018年2月5日起至2021年7月19日未被该局行政处罚。

2021年8月6日，嘉兴市市场监督管理局出具《企业无违法违规证明》，确认梦天家居自2018年1月1日至今，市场监管部门无该企业行政处罚记录。

## 2、因质量问题被消费者投诉、举报或起诉的解决情况

报告期内，发行人因质量问题被消费者投诉、举报或起诉的情况，主要分为以下情况：

(1) 因为经销商安装、维修售后原因，导致消费者投诉、举报；

(2) 因为消费者自身原因导致退款、退货、安装不及时，消费者与经销商协商未果，引起投诉、举报；

(3) 因为发行人产品质量问题，引起投诉、举报。

发行人及其经销商针对消费者的投诉、举报，积极协调处理，大多以双方协商的形式解决。

## 第七节 同业竞争与关联交易

### 一、发行人在资产、人员、财务、机构和业务方面的独立性

#### （一）资产独立性

发行人由梦天有限整体变更设立，梦天有限的业务、资产、机构及相关债权、债务均已进入发行人。发行人具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。

#### （二）人员独立性

发行人的董事、监事、总经理及其他高级管理人员，均以合法程序选举或聘任，不存在控股股东越过发行人股东大会和董事会作出人事任免决定的情况。

发行人的总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均专职在发行人工作并领取薪酬，不存在在实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外其他职务的情形；发行人的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情况。

#### （三）财务独立性

发行人设有独立的财务部门，并已按《中华人民共和国会计法》等有关法律法规的要求建立了独立的财务核算体系，能够独立地作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司、分公司的财务管理制度。发行人独立在银行开立账户，不存在与实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。发行人作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报并履行纳税义务。

#### （四）机构独立性

发行人设有股东大会、董事会、监事会及总经理负责的管理层等机构。发行人已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

### （五）业务独立性

发行人主要从事木门、墙板、柜类等定制化木质家具的设计、研发、生产和销售，拥有独立的业务体系。发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或显失公平的关联交易。

综上所述，发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，拥有独立完整的资产结构和业务系统，具有独立面向市场的经营能力。

## 二、同业竞争

### （一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，公司的实际控制人为余静渊、范小珍夫妇，公司的控股股东为梦天控股。

截至本招股说明书签署日，梦天控股除本公司及其子公司外，无直接或间接控制的企业；截至本招股说明书签署日，除本公司及其子公司外，梦天控股、实际控制人直接或间接控制的企业基本情况如下：

名称	关联关系	主营业务
梦天控股	实际控制人余静渊持股 60%	股权投资
梦家投资	实际控制人余静渊、范小珍合计持有 100%的财产份额，持有本公司 10%股份	股权投资
梦悦投资	实际控制人余静渊、范小珍合计持有 40%的财产份额，并由余静渊担任执行事务合伙人，持有本公司 5%股份	股权投资
双兔投资	实际控制人余静渊持股 85%	股权投资
香港梦天	实际控制人余静渊持股 100%	股权投资
晴朗贸易	双兔投资持股 100%	贸易

综上，截至本招股说明书签署日，公司不存在与控股股东、实际控制人及



其控制的其他企业从事相同或相近业务的情形。

## （二）关于避免同业竞争的承诺

为避免未来与公司之间可能出现的同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员分别出具了《避免同业竞争的承诺》，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人有关股本的情况”之“（六）本次发行前股东的承诺”之“1、避免同业竞争的承诺”。

## 三、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》等相关规定，报告期内，公司的关联方如下：

### （一）存在控制关系的关联方

公司的控股股东为梦天控股；公司的实际控制人为余静渊、范小珍，近三年未发生变化。

报告期内，公司的控股子公司具体如下：

序号	关联方	关联关系
1	庆元梦天	公司的全资子公司
2	易家易居	公司的全资子公司
3	梦天销售	公司的全资子公司
4	梦天装饰	公司的全资子公司
5	上海木极	公司的全资子公司
6	莫特门控	公司的控股子公司
7	莫特家居	公司的全资子公司，已于 2018 年 7 月注销

### （二）控股股东、实际控制人控制的其他企业

具体参见上文“二、同业竞争”之“（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司不存在同业竞争”之相关内容。

### （三）实际控制人关系密切的家庭成员

实际控制人关系密切的家庭成员及其控制和担任董事、高级管理人员的其他企业为公司的关联方。

### 1、实际控制人关系密切的家庭成员控制和担任董事、高级管理人员的其他企业

上述关联企业为实际控制人余静渊、范小珍的女儿余晚婧以及范小珍的弟弟范云控制的企业，其中：

#### (1) 余晚婧控制的企业

序号	公司名称	设立时间	住所	股权结构	实际业务	主要产品
1	北京余时俱进商贸有限公司	2018.12	北京市	余晚婧 100%	未开展经营	-
2	上海瑜景远致商贸有限公司	2018.10	上海市	余晚婧 99%、北京余时俱进商贸有限公司 1%	举办文化创意活动	文化创意活动
3	上海瑜景芳华化妆品有限公司	2019.8	上海市	Yu Brands Limited 100%	美妆产品开发及销售	美妆产品
4	Yu Holdings Limited	2017.6	香港	Yu Global Inc 100%	未开展经营	-
5	Yu Capital Investment Limited	2017.6	香港	余晚婧 100%	未开展经营	-
6	Yu Culture Limited	2017.6	香港	余晚婧 100%	未开展经营	-
7	Yu Fashion Limited	2018.8	香港	余晚婧 100%	未开展经营	-
8	Yu Style Limited	2018.8	香港	余晚婧 100%	未开展经营	-
9	Yu Brands Limited	2019.6	香港	Yu Global Inc 100%	美妆品牌开发	美妆产品品牌运作
10	Yu Universal Limited	2019.1	英属维尔京群岛	余晚婧 100%	未开展经营	-
11	Yu Global Inc.	2019.4	开曼群岛	Yu Universal Limited 100%	未开展经营	-
12	Yu Capital Limited	2017.2	英国	余晚婧 100%	未开展经营	-
13	Yu Holdings Limited	2018.1	英国	余晚婧 100%	未开展经营	-

上述公司为余晚婧独立设立、运作的企业，在主营业务、技术等方面与发行人存在重大差异，相互不存在替代性、竞争性，不涉及竞争产品在同一市场范围内销售，因此不存在利益冲突的情形；上述企业与发行人资产、人员、业务等均保持独立，不存在使用发行人商标、商号等情形。

#### (2) 范云控制的企业

序号	公司名称	设立时间	住所	股权结构	实际业务	主要产品
----	------	------	----	------	------	------

1	晶品贸易	2006.7	浙江省杭州市	范云及其配偶 100%	货物进出口	木皮、原木等
2	浙江海杰能源有限公司	2012.2	浙江省庆元县	范云及其配偶 100%	报告期内未开展经营，已于2019年2月注销	—

范云及其配偶控制的晶品贸易从事木皮及原木等贸易，与公司主营业务存在上下游关系。2018年度，公司向晶品贸易零星采购五金，2019年起不再发生关联交易，参见下文“四、关联交易”之“（一）关联交易”之“1、关联采购”；浙江海杰能源有限公司与公司主营业务不存在上下游关系。

晶品贸易及浙江海杰能源有限公司与发行人相互不存在替代性、竞争性，不涉及竞争产品在同一市场范围内销售，不存在利益冲突的情形；与发行人在历史沿革、资产、人员、客户、供应商等方面均不存在关联关系，不存在使用发行人商标、商号等情形。

## 2、上述已开展业务公司的主要财务数据

单位：万元

公司名称	2021年6月30日		2021年1-6月	2020年12月31日		2020年度
	总资产	净资产	净利润	总资产	净资产	净利润
上海瑜景远致商贸有限公司	524.89	-1,948.34	-288.38	121.81	-1,659.96	-804.19
上海瑜景芳华化妆品有限公司	3,677.41	-1,399.11	-686.11	2,779.45	-713.00	-583.65
Yu Brands Limited	USD4.73	USD-1.45	USD-0.31	USD5.04	USD-1.15	USD-1.15
晶品贸易	1,993.45	583.22	-29.11	2,007.02	612.33	2.65

以上数据未经审计。

### （四）持有发行人5%以上股份的其他主要股东

截至本招股说明书签署日，持有发行人5%以上股份的其他主要股东为梦家投资（持股10%）、梦悦投资（持股5%）。

### （五）董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员

梦天控股的董事、监事和高级管理人员为公司的关联自然人；公司的董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员为本公司的关联自然人。

报告期内，除实际控制人及其关系密切家庭成员外，上述关联自然人控制或担任董事、高级管理人员的其他企业为公司的关联法人，具体如下：

序号	关联方	关联关系	实际业务
1	嘉善海力达工具有限公司	公司董事、财务总监朱亦群关系密切的家庭成员担任董事长	液压工具的研发、生产和销售
2	庆元泰隆银行	公司董事、副总经理徐小平担任董事	存贷款业务
3	广州建众互联网科技有限公司	公司副总经理屈凡军于 2018 年 10 月前担任董事，于 2019 年 1 月前担任总经理	新零售的咨询服务，数字化营销工具和在线教育的研发、销售
4	绍兴龙庆木业有限公司	公司前独立董事谷穗担任执行董事、经理	谷穗辞任公司独立董事前未开展经营
5	绍兴房桥新材料有限公司	公司前独立董事谷穗担任执行董事	生物质竹钢的生产、销售
6	浙江明圣龙庆股权投资管理有限公司	公司前独立董事谷穗担任副总经理	股权投资
7	嵊州陌桑高科股份有限公司	公司前独立董事谷穗于 2020 年 7 月前担任董事	工业化养蚕
8	绍兴龙庆股权投资管理有限公司	公司前独立董事谷穗担任执行董事、经理，已于 2019 年 12 月注销	谷穗辞任公司独立董事前未开展经营
9	嘉兴求真房地产资产评估有限公司	公司独立董事黄少明控制并担任执行董事、经理	资产评估、房地产评估
10	浙江必美建筑科技有限公司	公司独立董事黄少明控制并担任执行董事、总经理	未开展经营
11	嘉兴求真会计师事务所有限公司	公司独立董事黄少明担任执行董事、经理	财务审计、财务咨询
12	嘉兴求真税务师事务所有限公司	公司独立董事黄少明控制并担任执行董事、经理	税务鉴证、税务顾问服务
13	浙江桐乡农村商业银行股份有限公司	公司独立董事黄少明担任独立董事	银行业金融业务
14	友邦吊顶（002718）	公司独立董事黄少明担任独立董事	集成吊顶的研发、生产和销售
15	桐乡市家珍纺织品有限公司	公司独立董事黄少明关系密切的家庭成员控制并担任执行董事、经理	纺织品销售
16	桐乡市福得来鞋业股份有限公司	公司独立董事黄少明关系密切的家庭成员控制并担任董事长、经理	各类鞋子的生产、销售
17	桐乡市高桥伟芬箱包店	公司独立董事黄少明关系密切的家庭成员开办的个体工商户，已于 2018 年 6 月注销	箱包销售
18	北京五洲风展览有限公司	公司独立董事张国林担任经理，已于 2018 年 5 月注销	报告期内未开展经营
19	北京森特亚医药科技有限公司	公司独立董事张国林关系密切的家庭成员担任董事	报告期内未开展经营
20	春风动力（603129）	公司独立董事曹悦担任独立董事	以发动机为核心的全地形车、摩托车等研发、生产和销售
21	万邦德（002082）	公司独立董事曹悦担任独立董事	铝及铝合金加工业务和新增的医疗业务
22	旺能环境（002034）	公司独立董事曹悦担任独立董事	生活垃圾焚烧发电、餐厨垃圾处理等
23	浙江国检检测技术股份有限	公司独立董事曹悦担任独立董事	实验室及工程项目等检验检测

	公司		
24	浙江护童人体工学科技股份有限公司	公司独立董事曹悦担任独立董事	儿童健康椅的生产、销售
25	德宏股份（603701）	公司独立董事曹悦 2020 年 11 月前担任独立董事	车用交流发电机的研发、生产、销售及相关技术服务

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的其他企业，均不存在与发行人从事相同或相似业务的情况，不存在与发行人客户、供应商重合的情况。

#### （六）报告期内注销的子公司、实际控制人控制的其他企业及其他关联方的基本情况、注销原因

序号	名称	存续期间	注册资本/实收资本	注册地及主要生产经营地	关联关系	实际业务	注销原因
1	莫特家居	2011.9-2018.7	500 万元	浙江省嘉善县	公司的全资子公司	报告期内未开展经营活动	长期未经营
2	美国莫特	2004.11-2020.2	40 万美元	美国	实际控制人控制的公司	未开展经营活动	长期未经营
3	浙江梦天	1995.1-2018.9	6,000 万元	浙江省庆元县	实际控制人控制的公司	2018 年前从事木门等木制品的生产及销售	被吸收合并
4	上海梦天	2001.5-2019.5	500 万元	上海	实际控制人控制的公司	未开展经营活动	长期未经营
5	浙江海杰能源有限公司	2012.2-2019.2	600 万元	浙江省庆元县	实际控制人近亲属控制的公司	未开展经营活动	长期未经营
6	绍兴龙庆股权投资管理有限公司	2015.7-2019.12	300 万元/-	浙江省绍兴市	前独立董事担任执行董事、经理的企业	未开展经营活动	长期未经营
7	桐乡市高桥伟芬箱包店	2015.9-2018.6	-	浙江省桐乡市	独立董事近亲属控制的企业	箱包销售	经营需要
8	北京五洲风展览有限公司	2012.10-2018.5	85 万元/80 万元	北京	独立董事担任高管的企业	报告期内未开展经营活动	经营需要

上述企业注销前，均不存在为发行人承担成本或费用的情形，不存在因重大违法违规而注销的情形，不存在因企业违法违规行为注销而涉及发行人及实际控制人，不影响发行人董事、监事、高级管理人员的任职资格，注销程序合法合规。

## 四、关联交易

### （一）关联交易

报告期内，发行人发生的关联交易均为偶发性关联交易。

### 1、关联采购

2018 年度，公司向晶品贸易零星采购五金及包材辅料 2.46 万元，交易价格公允，不影响公司主营业务的独立性，不存在损害公司及股东利益的情形。

### 2、关联销售

2021 年 1-6 月，公司向实际控制人范小珍销售货物 67.72 万元，交易价格公允，不影响公司主营业务的独立性，不存在损害公司及股东利益的情形。

### 3、房屋租赁

#### (1) 出租办公用房

2018 年度，发行人的股东梦家投资和梦悦投资设立时，租赁发行人的房产办公，租金分别为 0.87 万元，具体情况如下：

出租方	承租方	房产面积 (m <sup>2</sup> )	租赁费 (元/月)	具体用途	租赁期间
梦天家居	梦家投资	21.00	969.70	办公	2018.1.1-2018.9.30
梦天家居	梦悦投资	36.00	969.70	办公	2018.1.1-2018.9.30

上述租赁具有合理性和必要性；租赁价格主要参考周边办公用房租赁价格确定，具有公允性。

#### (2) 承租办公用房

2018 年度，发行人子公司梦天销售、易家易居向范小珍租赁房产合计 1.47 万元，具体情况如下：

出租方	承租方	房产面积 (m <sup>2</sup> )	租赁费 (元/月)	具体用途	租赁期间
范小珍	梦天销售	10.00	1,050.00	办公	2018.1.1-2018.7.31
范小珍	易家易居	10.00	1,050.00	办公	2018.1.1-2018.7.31

上述租赁房产作为办公使用，具有较强的替代性，对发行人的重要程度较低，因此，实际控制人未将该房产投入发行人；租赁合同到期后，为减少关联交易，上述子公司已另行租赁办公用房，未影响其经营使用。

本次租赁价格参照杭州所在区域的房产租赁市场价确定，价格公允。



#### 4、股权转让

2018年7月，庆元梦天以每股3.11元的价格，受让浙江梦天持有的庆元泰隆银行330万股股份（占比6.60%）。本次股份转让价格参考庆元泰隆银行截至2018年6月末的每股净资产3.36元确定，价格公允。本次股权转让与发行人主营业务不相关，但是双方根据公司发展战略作出，具有合理性和必要性。

#### 5、资金往来

单位：万元

关联方	期初余额	2018年度		2019年度	期末余额
		增加	减少（注）	减少	
范小珍	966.79	441.43	-142.19	-1,266.03	-

注：报告期初公司多收，本期归还。

2018年1-4月，范小珍代付公司员工薪酬441.43万元，公司于2019年7月结清全部代付款，相关费用已计入公司相应年份的财务报表，调整当年的所得税汇算清缴表，薪酬已补缴相应的个人所得税。上述资金往来按银行同期贷款基准利率计算资金使用费，未损害发行人及股东利益。

上述资金往来行为发生于股份公司设立前，2020年3月26日，公司召开第一届董事会第四次会议，对上述关联交易进行补充确认，独立董事发表了独立意见；2020年4月16日，公司2019年度股东大会通过上述决议。

公司已建立健全了相关内部控制，规范资金管理，并由实际控制人出具承诺，不再发生资金往来行为。公司建立了《资金管理制度》，自2018年12月改制为股份公司后，建立健全了公司治理结构通过并执行《关联交易管理制度》、《内部控制管理办法》、股东大会议事规则、董事会议事规则等，内部控制制度完善、有效。

#### 6、委托贷款

单位：万元

委托人	贷款人	借款单位	金额	借款期限	年利率
双兔投资	杭州银行股份有限公司钱江支行	梦天家居	4,900.00	2019.1.30— 2019.10.9	4.35%
双兔投资	杭州银行股份有	梦天家居	3,000.00	2020.5.29— 2020.7.14	4.35%

	限公司钱江支行				
--	---------	--	--	--	--

上述委托贷款系双兔投资为发行人资金周转提供支持，具有合理性与必要性；贷款利率参考一年期的银行贷款基准利率确定，价格公允。

## （二）关联方应收应付款项

报告期内各期末，公司关联方应收应付款余额情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
合同负债	范小珍	3.08	70.80	-	-
其他应付款	范小珍	-	-	-	1,267.50

2018年末，其他应付款余额为应付范小珍的拆借款及房租费；2020年末、2021年6月末，合同负债为范小珍向公司预付家具订购款。

## （三）关联交易对公司财务的影响分析

报告期内，关联交易对公司经营成果的影响很小，具体如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
关联销售	67.72	-	-	-
房租	-	-	-	1.74
营业收入	53,837.68	122,675.45	134,805.23	134,456.39
占营业收入的比重	<b>0.13%</b>	-	-	<b>0.00%</b>
关联采购	-	-	-	2.46
房租	-	-	-	1.47
利息	-	16.68	148.02	-
营业总成本	34,704.83	76,063.91	83,237.34	90,417.88
占营业成本的比重	<b>0.00%</b>	<b>0.02%</b>	<b>0.18%</b>	<b>0.00%</b>

## （四）规范关联交易的制度安排

为规范公司关联交易行为，依据《公司法》、《证券法》等有关规定，公司制定了公司《章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》和《关联交易决策制度》，对关联交易决策权限与程序作出了规

定。

### 1、公司《章程（草案）》关于规范关联交易的规定

第三十九条规定：公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

第四十一条规定：公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（一）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，超过最近一期经审计净资产的50%以后提供的任何担保；（二）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的30%以后提供的任何担保；（三）为资产负债率超过70%的担保对象提供的担保；（四）单笔担保额超过最近一期经审计净资产10%的担保；（五）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

董事会审议担保事项时，除应当经全体董事的过半数通过外，还应当经出席董事会会议的三分之二以上董事同意。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，除涉及前款第（四）项担保事项外，表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

股东大会审议前款第（四）项担保事项时，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

第七十九条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

审议有关关联交易事项，关联关系股东的回避和表决程序如下：

（一）股东大会审议的某项与某股东有关联关系，该股东应当在股东大会召开之日前向公司董事会披露其关联关系；

（二）股东大会在审议有关关联交易事项时，大会主持人宣布有关关联关系的股东，并解释和说明关联股东与关联交易事项的关联关系；

（三）大会主持人宣布关联股东回避，由非关联股东对关联交易事项进行

审议、表决；

（四）关联事项形成决议，必须由出席会议的非关联股东半数以上通过；如该交易事项属特别决议范围，应由出席会议的非关联股东有表决权的股份数的三分之二以上通过。

（五）关联股东未就关联事项按上述程序进行关联关系披露或回避，有关该关联事项的一切决议无效，重新表决。

第一百一十九条规定：董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

第一百四十一条规定：监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

## **2、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》关于规范关联交易的规定**

《股东大会议事规则》第三十一条第一款规定：股东与股东大会拟审议事项有关联关系时，应当回避表决，其所持有表决权的股份不计入出席股东会有表决权的股份总数。

《董事会议事规则》第二十四条第一款规定：在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受关联董事的委托。

《董事会议事规则》第二十六条规定：董事个人或者其所任职的其他企业直接或者间接与公司已有的或者计划中的交易、安排有关联关系时（聘任合同除外），不论有关事项在一般情况下是否需要董事会批准同意，均应当尽快向董事会披露其关联关系的性质和程度。除非有关联关系的董事按照本条前款的要求向董事会作了披露，并且董事会在不将其计入法定人数，该董事亦未参加表决的会议上批准了该事项，公司有权撤销该交易或者安排，但在对方是善意第三人的情况下除外。

《董事会议事规则》第三十六条规定：出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：（一）本公司章程规定的因董事与会议提案所涉及的事项有关联关系而须回避的其他情形；（二）其他法律法规等规定董事应当回避的情形。在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

《独立董事工作制度》第十九条第一款规定：需要提交股东大会审议的重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事作出判断，可以聘请中介机构出具专项报告。

《独立董事工作制度》第二十二条规定：独立董事除履行上述职责外，还应当对下列事项向董事会或股东大会发表独立意见：（五）需由董事会审议的关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、上市公司自主变更会计政策、股票及其衍生品投资等重大事项。

### 3、《关联交易决策制度》关于规范关联交易的规定

为进一步规范关联交易，公司依据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件及公司《章程》的有关规定，制定了《关联交易决策制度》，对公司关联方及关联交易的认定、关联交易审批权限、决策程序等事项进行了明确规定。

第二条规定：公司关联交易应当定价公允、决策程序合规、信息披露规范。公司在确认和处理有关关联人之间的关联关系与关联交易时，应遵循并贯彻以下原则：（一）积极通过资产重组，尽量避免或减少与关联人之间的关联交易；（二）确定关联交易价格时，遵循“自愿、平等、诚实信用以及等价有偿”的原则，并以书面协议方式予以确定；（三）对于必须发生的关联交易，应切实履行信息披露的有关规定；（四）关联董事和关联股东回避表决；（五）必要时聘请独立财务顾问或专业评估机构发表意见和报告。

第三十二条规定：以下关联交易，除应披露外，还应经独立董事认可后，

由董事会提交股东大会审议：（一）公司与关联人发生本制度第二十六条所述的重大关联交易。公司拟发生重大关联交易（公司提供担保、受赠现金资产、单纯减免公司义务的债务除外）的，应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行审计或者评估，由董事会将该交易提交股东大会审议通过后实施。与本制度第四十二条所述的日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估。（二）公司为关联人提供担保。不论数额大小，均应当在董事会审议通过后及时披露，并提交股东大会审议。独立董事作出判断前可聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

第三十三条规定：以下关联交易，除应及时披露外，还应经独立董事认可后，由董事会审议：（一）公司与关联自然人发生的交易金额在人民币 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外）；（二）公司与关联法人发生的交易金额在人民币 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易（公司提供担保除外）。

第三十四条规定：公司审计委员会应当同时对上述第三十二条的关联交易事项进行审核，形成书面意见，提交董事会审议，并报告监事会。审计委员会可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

第四十条规定：公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数不足三人的，公司应当将交易提交股东大会审议。

第四十一条规定：公司股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决，也不得代理其他股东行使表决权。

### **（五）公司报告期内关联交易的执行情况及独立董事意见**

报告期内，公司已建立了独立的整体家居的设计、研发、生产和销售系统，与关联企业在业务、资产、机构、人员、财务等方面均相互独立。针对与关联方在采购、房屋租赁、资金往来等方面的行为，公司均与关联方签订了关联交易协议，并参考市场价格定价，保证交易价格的公允性，并对关联交易履行了相关决策程序及回避措施。



公司独立董事发表了独立意见，认为：“公司的上述关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，定价合理，关联交易公平、公正，符合公司和全体股东的利益，不存在通过关联交易操纵公司利润的情形，不存在损害公司利益及股东利益之情形，不会对公司业务的独立性造成影响。”

梦天有限整体变更为股份公司前，《公司法》等相关法律法规及其适时有效的《公司章程》并未对关联交易决策程序作出明确规定，因此，梦天有限对于2018年12月前发生关联交易当时未履行相关决策程序。

发行人2018年度股东大会审议通过《关于向银行申请综合授信额度及公司实际控制人提供关联担保的议案》对2019年度的关联交易内容和额度进行了审议；发行人2019年度股东大会审议通过《关于确认公司2017年1月1日至2019年12月31日关联交易的议案》，全体股东对报告期内公司与其关联方之间的关联交易进行了确认。发行人2020年第二次临时股东大会、一届九次董事会分别对其2020年发生的委托贷款、实际控制人向公司购买产品进行了审议。

发行人存在未及时按规定履行必要的决策程序、后续补充确认的情况，但基于之前关联交易已经发生且价格未显失公允，报告期内的关联交易均经发行人经独立董事、董事会、监事会以及股东大会确认，不存在损害发行人及股东利益的情形，具有合法性。

#### **（六）规范和减少关联交易的措施**

公司实际控制人余静渊、范小珍承诺：“为进一步减少和规范关联交易，未来本人将不再与梦天家居发生类似资金拆借的行为。”

公司已建立了完善的公司治理制度，公司2020年第一次临时股东大会通过的《章程（草案）》中，规定了有关关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序，以保证公司关联交易的公允性；同时，公司在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》和《关联交易决策制度》等相关制度中对关联交易决策权力与程序作了更加详尽的规定，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

## 第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

### 一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况

#### (一) 董事简介

公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名。公司现任董事提名及选聘情况如下：

姓名	提名人	选聘情况	任职期限
余静渊	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘；第一届董事会第一次会议选举为董事长	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日
范小珍	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日
余静滨	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日
徐小平	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日
朱亦群	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日
夏群	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日
张国林	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日
曹悦	提名委员会	2021 年 1 月 11 日，经 2021 年第一次临时股东大会选聘	2021 年 1 月 11 日—2021 年 12 月 8 日
黄少明	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日

董事简历如下：

**余静渊先生：**董事长兼总经理，1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1984 年 7 月至 1989 年 6 月，担任浙江省庆元县经济委员会副科长；1989 年 7 月至 1995 年 1 月，担任庆元县玻璃钢厂厂长；1995 年 1 月至 2018 年 9 月，历任浙江梦天执行董事、董事长兼总经理；2003 年 9 月至 2016 年 5 月，担任华悦木业董事兼总经理；2016 年 6 月至 2018 年 12 月，历任梦天

有限董事长兼总经理、执行董事；2018年12月起，担任公司董事长兼总经理。

**范小珍女士：**董事，1963年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1983年7月至1995年7月，担任庆元中学教师；1995年7月至1996年6月，担任中国银行庆元支行外汇会计；1996年7月至1998年2月，担任庆元县科学技术协会主任科员；1998年2月至2003年8月，担任浙江梦天财务经理；2003年9月至2016年5月，担任华悦木业董事长；2016年6月至今，历任梦天有限董事、监事、公司总经理助理；2018年12月起，担任公司董事。

**余静滨先生：**董事兼董事会秘书，1972年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1993年8月至2001年12月，历任中国人民保险集团财产保险有限公司丽水分公司业务员、业务科长；2002年1月至2004年3月，担任中国人民保险股份有限公司西湖支公司部门经理；2004年4月至今，历任华悦木业、梦天有限、公司外贸部业务员、外贸部经理、生产副总、营销副总、经理兼营销副总、设计院院长；2018年12月起，担任公司董事兼董事会秘书。

**徐小平先生：**董事兼副总经理，1957年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1980年8月至1984年2月，担任庆元县燃料公司财务组长；1984年3月至1986年9月，担任庆元县商业局财务股长；1986年9月至1988年7月在商业部安徽商业管理干部学院进行脱产学习；1988年9月至1996年7月，担任庆元县外贸公司经理、外贸局局长；1996年8月至1999年9月，担任浙江圣港实业有限公司综合处长；1999年10月至2008年9月，担任庆元县统战部科员；2008年10月至今，历任浙江梦天副总经理、梦天有限浙江分公司负责人、庆元梦天经理；2018年12月起，担任公司董事兼副总经理。

**朱亦群女士：**董事兼财务总监，1970年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级会计师。1988年4月至2001年3月，担任嘉善县钱江啤酒厂会计；2002年4月至2003年9月，担任嘉善艺峰装饰有限公司主办会计；2003年10月至2004年9月，担任嘉兴倍力精密五金工业有限公司主办会计；2004年9月至今，历任华悦木业、梦天有限主办会计、财务副经理、财务审计

部经理、财务副总监、财务总监；2018年12月起，担任公司董事兼财务总监。

**夏群女士：**董事，1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。2003年12月至今，历任浙江梦天镶嵌线领班、包装车间主任、组框工段长、木门部专员、生产部副经理、木门部经理，梦天有限浙江分公司、庆元梦天生产部经理；2018年12月起，担任公司董事。

**曹悦先生：**独立董事，1969年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，律师。1990年8月至2006年9月，担任浙江省政府联络办公室法制处主任科员；2006年9月至2010年12月，担任浙江省司法厅办公室主任科员；2010年12月至今，担任浙江省律师协会副秘书长、浙江律师进修学院监事；2015年12月起，担任浙江国检检测技术股份有限公司独立董事；2015年12月起，担任春风动力（603129）独立董事；2016年12月至2020年11月，担任德宏股份（603701）独立董事；2017年7月起，担任万邦德（002082）独立董事；2019年3月起，担任旺能环境（002034）独立董事；2020年8月起，担任浙江护童人体工学科技股份有限公司独立董事；2021年1月起，担任公司独立董事。

**黄少明先生：**独立董事，1966年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，注册会计师、高级会计师。1986年8月至1994年7月，担任浙江调速电机厂助理工程师；1994年8月至1999年12月，担任桐乡会计师事务所副所长；1999年12月至2004年5月，担任桐乡市求是联合会计师事务所所长；2004年6月至今，担任嘉兴求真会计师事务所有限公司执行董事兼经理、嘉兴求真房地产资产评估有限公司执行董事兼经理、嘉兴求真税务师事务所有限公司执行董事兼经理、浙江必美建筑科技有限公司执行董事兼总经理、浙江求真工程管理咨询有限公司监事；2008年4月至2014年4月，担任桐昆股份（601233）独立董事；2011年7月至2017年3月，担任恒锋工具（300488）独立董事；2016年3月起，担任浙江桐乡农村商业银行股份有限公司独立董事；2016年5月起，担任友邦吊顶（002718）独立董事；2018年12月起，担任公司独立董事。

**张国林先生：**独立董事，1947 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，高级会计师。1971 年 10 月至 1979 年 9 月，担任山西省忻州地区木材公司科员；1979 年 10 月至 1989 年 5 月，担任山西省木材公司财务科长；1989 年 6 月至 2003 年 3 月，历任中国木材总公司资产部处长、中国木材西北公司党委书记、总经理；2003 年 3 月至 2019 年 12 月，历任中国木材与木制品流通协会副会长、秘书长、名誉会长、木门窗专业委员会会长；2011 年 8 月至 2017 年 9 月，担任江山欧派（603208）独立董事；2018 年 12 月起，担任公司独立董事。

## （二）监事简介

公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名，设监事会主席 1 名。公司现任监事提名及选聘情况如下：

姓名	提名人	选聘情况	任职期限
李敏丽	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘；第一届监事会第一次会议选举为监事会主席	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日
胡存积	余静渊	2018 年 12 月 9 日，经公司创立大会选聘	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日
范林杰	职工代表大会	2018 年 12 月 8 日，经职工代表大会选举为职工代表监事	2018 年 12 月 9 日—2021 年 12 月 8 日

监事简历如下：

**李敏丽女士：**监事会主席，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2003 年 7 月至 2004 年 5 月，历任蓬莱蒙得家居用品有限公司统计、绘图员、质检员、生产调度；2004 年 6 月至今，历任华悦木业、梦天有限、公司生产部生产开单、图纸审核、开单组长、生产部副经理、PMC 部副经理、管理部经理、总裁办主任兼任人力资源部经理、总裁办主任；2018 年 12 月起，担任公司监事会主席。

**胡存积先生：**监事，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。1995 年 9 月至 2005 年 1 月，历任浙江梦天采购员、业务员；2005 年 2 月至今，历任华悦木业、梦天有限、公司出纳、采购部下单科科长、采协部供应商开发科长、审计部职员、比质比价科科长、采购开发二部经理；2018 年 12 月起，担任公司监事。

**范林杰先生：**职工代表监事，1993 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2013 年 11 月至今，历任华悦木业、梦天有限、公司订单分解员、商务部异形组长、商务部集成科长、技术支持部集成科长、技术支持部副经理、生产中心助理、订单交付部经理；2018 年 12 月起，担任公司职工代表监事。

### （三）高级管理人员简介

公司共有 6 名高级管理人员，各高级管理人员简历如下：

**余静渊先生：**总经理，其简历参见本部分“（一）董事简介”之“余静渊先生”。

**余静滨先生：**董事会秘书，其简历参见本部分“（一）董事简介”之“余静滨先生”。

**朱亦群女士：**财务总监，其简历参见本部分“（一）董事简介”之“朱亦群女士”。

**徐小平先生：**副总经理，其简历参见本部分“（一）董事简介”之“徐小平先生”。

**屈凡军先生：**副总经理，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2003 年 7 月至 2005 年 7 月，历任广东科龙电器股份有限公司决策支持专员、零售主管；2005 年 8 月至 11 月，担任国美电器无锡分公司空调采销专员；2005 年 12 月至 2006 年 5 月，担任广东美的集团股份有限公司 KA 业务主管；2006 年 6 月至 2006 年 11 月，担任台湾尚朋堂电器股份有限公司大客户部经理；2007 年 4 月至 2012 年 9 月，历任广州美珑美利家居用品有限公司营销总监、副总经理、总经理；2012 年 10 月至 2013 年 12 月，担任广东合中广运家居用品有限公司董事兼总经理；2015 年 7 月至 2018 年 10 月，担任广州建众企业管理咨询有限公司经理；2016 年 5 月至 2018 年 10 月，担任广州建众互联网科技有限公司总经理；2018 年 11 月起，担任梦天有限、公司副总经理。

**李春芝女士：**副总经理，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1999 年 9 月至 2007 年 9 月，历任浙江梦天拆单部开单员、技术部技术



员；2007年10月至今，历任华悦木业、梦天有限、公司营销中心服务部主管、PMC经理、财务中心核算管控部经理、采购部经理、数控中心总监、生产中心总监；2019年5月起，担任公司副总经理。

#### **（四）核心技术人员及简介**

公司共有3名核心技术人员，各核心技术人员简历如下：

**周学良先生：**1962年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级工程师。1985年7月至2002年11月，历任徐州市木材公司技术科长、机电设备科、计划科、经理室、劳动服务中心工程师；2002年12月至2004年4月，徐州市鑫森物资贸易有限公司工程主管；2004年5月至今，历任华悦木业、梦天有限、公司技术科科长、产品设计总工程师，期间荣获中国门业最佳产品原创设计奖，参与起草林业行业标准《室内木质隔声门》及团体标准《定制家居产品安装服务标准》；2019年3月至2020年3月，受聘上海建筑材料行业协会专家智库专家。

**崔正峰先生：**1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2004年7月至今，历任华悦木业、梦天有限、公司车间主任助理、统计员、调度员、计划员、审核员、技术部设计员、工程师、工艺科长、技术部副经理、技术部经理、制造中心技术部经理、四分厂厂长、制造中心副总监、研发院院长，期间被嘉善经济技术开发区评选为“十佳科技创新人才”，被嘉善县人民政府评选为“职业技能带头人”，被嘉善县组织部、总工会、共青团授予“凯鸿物流”杯嘉善党员职工创新创业大赛一等奖，全面负责实施的梦天有限《全屋家具大规模个性化定制》被工信部认定为“智能制造试点示范”项目。

**范林杰先生：**具体详见“（二）监事简介”之“范林杰先生”相关内容。

综上，公司的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均未曾任职于竞争对手。

## **二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属的持股情况**

### **（一）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持股情**

## 况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有公司股份情况如下表所示：

姓名	在公司职务	2018.12.18 至今		2018.6.28-2018.12.17		2018.1.1-2018.6.27	
		持股数 (万股)	比例 (%)	持股数 (万股)	比例 (%)	持股数 (万股)	比例 (%)
范小珍	董事	1,328.0000	8.00	1,303.5479	8.00	1,195.0320	8.00
余静滨	董事、董事会秘书	332.0000	2.00	325.8870	2.00	298.7580	2.00
合计		<b>1,660.0000</b>	<b>10.00</b>	<b>1,629.4349</b>	<b>10.00</b>	<b>1,493.7900</b>	<b>10.00</b>

## (二) 董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持股情况

### 况

#### 1、董事、高级管理人员及其近亲属通过梦天控股间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，梦天控股持有公司本次发行前 75% 的股份。报告期内，公司董事、高级管理人员及其近亲属持有梦天控股的股权情况如下：

姓名	在本公司职务或与本公司关系	出资额（万元）	比例（%）
余静渊	董事长、总经理	7,200.00	60.00
余静滨	董事、董事会秘书	2,400.00	20.00
余晚婧	余静渊、范小珍的女儿	2,400.00	20.00
合计		<b>12,000.00</b>	<b>100.00</b>

#### 2、董事、高级管理人员通过梦家投资间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，梦家投资持有公司本次发行前 10% 的股份。报告期内，公司董事、高级管理人员持有梦家投资的股权情况如下所示：

姓名	在公司职务	出资额（万元）	比例（%）
余静渊	董事长、总经理	1,440.00	90.00
范小珍	董事	160.00	10.00
合计		<b>1,600.00</b>	<b>100.00</b>

#### 3、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员属通过梦悦投资间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，梦悦投资持有公司本次发行前 5% 的股份。报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持有梦悦投资的财产份额情况如下所示：

姓名	在公司职务	2019.12.31 至今		2018.12.31		2018.1.1	
		财产份额 (万元)	比例 (%)	财产份额 (万元)	比例 (%)	财产份额 (万元)	比例 (%)
余静渊	董事长、总经理	280.00	35.00	280.00	35.00	680.00	85.00
余静滨	董事、董事会秘书	80.00	10.00	80.00	10.00	80.00	10.00
范小珍	董事	40.00	5.00	40.00	5.00	40.00	5.00
徐小平	董事、副总经理	39.35	4.92	39.35	4.92	-	-
崔正峰	核心技术人员	31.29	3.91	31.29	3.91	-	-
李春芝	副总经理	27.53	3.44	27.53	3.44	-	-
朱亦群	董事、财务总监	22.59	2.82	22.59	2.82	-	-
李敏丽	监事会主席	13.93	1.74	13.93	1.74	-	-
夏群	董事	13.75	1.72	13.75	1.72	-	-
周学良	核心技术人员	9.00	1.12	9.00	1.12	-	-
范林杰	职工代表监事、核心技术人员	8.13	1.02	8.13	1.02	-	-
胡存积	监事	5.69	0.71	-	-	-	-
合计		571.26	71.40	565.57	70.69	800.00	100.00

上述人员持有公司的股份均不存在质押或冻结情况。

### 三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

#### (一) 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况如下：

姓名	公司职务	投资企业	持股比例 (%)
余静渊	董事长、总经理	梦天控股	60.00
		梦家投资	90.00
		梦悦投资	35.00

		香港梦天	100.00
		双兔投资	85.00
		上海颁夏	7.48
范小珍	董事	梦家投资	10.00
		梦悦投资	5.00
		苏州新居	35.24
余静滨	董事、董事会秘书	梦天控股	20.00
		梦悦投资	10.00
		双兔投资	7.50
徐小平	董事、副总经理	梦悦投资	4.92
朱亦群	董事、财务总监	梦悦投资	2.82
夏群	董事	梦悦投资	1.72
曹悦	独立董事	长兴桑柘林业发展合伙企业（有限合伙）	6.25
黄少明	独立董事	嘉兴求真房地产资产评估有限公司	70.00
		浙江求真工程管理咨询有限公司	32.87
		浙江必美建筑科技有限公司	60.00
		嘉兴求真会计师事务所有限公司	25.73
		嘉兴求真税务师事务所有限公司	60.00
李敏丽	监事会主席	梦悦投资	1.74
胡存积	监事	梦悦投资	0.71
范林杰	职工代表监事、核心技术人员	梦悦投资	1.02
李春芝	副总经理	梦悦投资	3.44
周学良	核心技术人员	梦悦投资	1.12
崔正峰	核心技术人员	梦悦投资	3.91

上述人员的对外投资情况与发行人均不存在利益冲突情形。

## （二）实际控制人投资的其他企业

除梦天控股、梦家投资、梦悦投资、香港梦天及双兔投资外，实际控制人余静渊、范小珍分别投资了上海颁夏、苏州新居 11.5557%、9.8148%的财产份额，基本情况如下：

### 1、上海颁夏

名称	上海颂夏企业管理合伙企业（有限合伙）			
成立时间	2016年5月13日			
统一社会信用代码	91310230MA1JXD669Y			
经营范围	企业管理咨询，商务信息咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），人力资源管理（不得从事人才中介、职业中介、职业经纪、劳务派遣），市场营销策划，企业形象策划。[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]			
主要经营场所	上海市崇明县横沙乡富民支路58号A1-5306室（上海横泰经济开发区）			
执行事务合伙人	方云峰			
合伙人构成：				
序号	合伙人	财产份额（万元）	比例（%）	合伙人性质
1	方云峰	0.9429	0.0600	普通合伙人
2	余静渊	121.3714	7.4848	有限合伙人
3	其他有限合伙人	1,499.2657	92.4575	有限合伙人
合计		<b>1,621.5800</b>	<b>100.0000</b>	

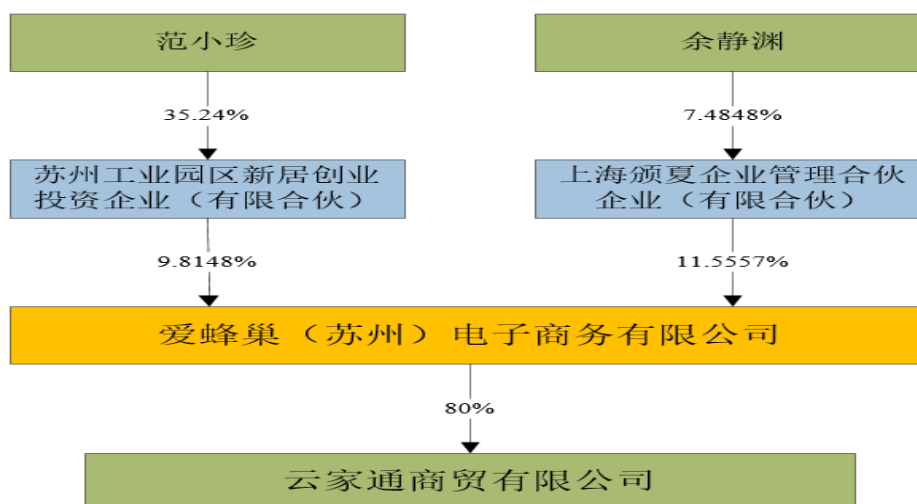
## 2、苏州新居

名称	苏州工业园区新居创业投资企业（有限合伙）			
成立时间	2016年6月6日			
统一社会信用代码	91320594MA1MMDY94Y			
经营范围	创业投资。（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）			
主要经营场所	苏州工业园区苏虹东路183号东沙湖股权投资中心16号楼201室			
执行事务合伙人	苏州工业园区正则股权投资管理中心（普通合伙）（委派代表：费建江）			
合伙人构成：				
序号	合伙人	财产份额（万元）	比例（%）	合伙人性质
1	苏州工业园区正则股权投资管理中心（普通合伙）	1.00	0.01	普通合伙人
2	苏州工业园区原点正则壹号创业投资企业（有限合伙）	2,000.00	35.24	有限合伙人
3	范小珍	2,000.00	35.24	有限合伙人
4	其他有限合伙人	1,675.00	29.51	有限合伙人
合计		<b>5,676.00</b>	<b>100.00</b>	

## 3、投资发行人下游客户情况

截至本招股说明书签署日，上述两家投资企业分别参股发行人下游客户的

情况如下：



(1) 爱蜂巢的基本情况

名称	爱蜂巢（苏州）电子商务有限公司		
成立时间	2014年6月6日		
注册资本	14,032.6498 万元		
注册地址	中国（江苏）自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区星湖街 328 号创意产业园 5-A1F-062		
经营范围	电子商务技术咨询；计算机领域内的技术咨询服务、网络技术与电子技术信息咨询；企业管理咨询、商务咨询、财务咨询；装修设计与施工；建筑装饰工程、水电安装；电器安装维修服务；婚庆服务、清洁服务；销售：建筑装饰材料、陶瓷制品、卫生洁具、家具、家纺家饰、装饰品、家用电器、日用百货、电动工程、健身器材、音响设备、酒店设备、暖通设备、净水设备。（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）		
法定代表人	刘江平		
<b>股权结构：</b>			
序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	方云峰	3,542.6916	25.2461
2	东鹏控股（003012）	3,000.0000	21.3787
3	西藏斯为美股权投资合伙企业（有限合伙）	2,133.8130	15.2061
4	上海颁夏	1,621.5700	11.5557
5	苏州新居	1,377.2753	9.8148
6	上海联羨企业管理合伙企业（有限合伙）	965.0400	6.8771
7	王一鸣	543.3300	3.8862
8	宋京	343.3600	2.4469
9	陈硕	226.8699	1.6167



10	梁慧才	100.0000	0.7126
11	马长志	60.0000	0.4276
12	陈铁山	60.0000	0.4276
13	张红旗	56.70000	0.4041
合计		<b>14,032.6498</b>	<b>100.0000</b>

截至本招股说明书签署日，方云峰持有爱蜂巢 25.2461%的股权，同时担任上海颁夏、上海联羨企业管理合伙企业（有限合伙）的普通合伙人，直接和间接控制爱蜂巢 43.6789%的表决权，故爱蜂巢的实际控制人及控股股东为方云峰。

自成立以来，爱蜂巢一直为投资控股平台，其子公司通过运营“家装 e 站”，从事互联网家装业务，但近年来业务低迷。

## （2）爱蜂巢直接或间接投资的企业云家通商贸、云家通苏州

### ①公司对云家通商贸、云家通苏州的销售及回款情况

报告期内，公司对云家通商贸、云家通苏州的销售及回款情况如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	销售收入	回款金额	销售收入	回款金额	销售收入	回款金额	销售收入	回款金额
云家通商贸	-	-	-	-	199.72	-	1,326.88	2,132.31
云家通苏州	26.66	7.16	81.10	88.09	313.38	389.21	-	-

2018年度，公司对云家通商贸的销售及回款规模较大；2019年度、2020年度及2021年 1-6月，对云家通商贸、云家通苏州的销售及回款规模均较小。

2019年 1月前，公司对云家通商贸执行大型家装公司的销售回款政策，实行当月发货，次月对账确认后，收取全额货款；2019年 2月起，对云家通商贸、云家通苏州执行小型家装公司的销售回款政策，实行一单一结，即先付款后生产。

报告期内，云家通商贸、云家通苏州均为公司的家装公司客户，公司对其均执行家装公司的销售回款政策，并根据销售规模、信用状况进行调整，具有合理性。

②云家通商贸、云家通苏州的历史沿革

A、云家通商贸

a、2014年8月，云家通商贸设立，设立时的基本情况如下：

名称	云家通商贸有限公司		
成立时间	2014年8月12日		
注册资本	5,000万元		
注册地址	苏州工业园区金尚路89号		
经营范围	销售建筑装饰材料、陶瓷制品、卫生洁具、家具、家纺家饰、装饰品、家用电器、日用百货、电动工具、健身器材、音响设备、酒店设备、机械设备、体育用品、工艺品、计算机、软件及辅助设备、电子产品、通讯设备、玩具、服装、鞋帽、针纺织品、文具用品；电子商务技术开发、计算机技术咨询服务、网络技术开发及咨询、网络工程、电子计算机与电子技术信息；市场调研、企业管理咨询、商务咨询、财务咨询；建筑装饰工程、水电安装、电器安装维修服务、婚庆服务、清洁服务、商务咨询；文化艺术交流活动组织策划；技术推广服务；经济贸易咨询；摄影、扩印服务；翻译服务；婚姻中介服务（不含涉外婚姻）；会议及展览服务；电脑图文设计、制作；基础软件服务；汽车租赁。（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）。		
法定代表人	朱农		
<b>股权结构：</b>			
	<b>股东</b>	<b>出资额（万元）</b>	<b>出资比例（%）</b>
	金螳螂（苏州）电子商务有限公司	5,000.00	100.0000
	<b>合计</b>	<b>5,000.00</b>	<b>100.0000</b>

b、设立后，云家通商贸的历次变更情况如下：

序号	时间	事项	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	2015.9	股东更名为爱蜂巢（苏州）电子商务有限公司	爱蜂巢	5,000.00	100.00
2	2020.8	爱蜂巢将其持有的20%的股权转让给陈硕	爱蜂巢	4,000.00	80.00
			陈硕	1,000.00	20.00

B、云家通苏州

a、2015年1月，云贤通（苏州）科技服务有限公司（以下简称“云贤通”）设立，设立时的基本情况如下：

名称	云贤通（苏州）科技服务有限公司
成立时间	2015年1月20日

注册资本	10,000 万元	
注册地址	苏州工业园区金尚路 89 号	
经营范围	计算机软硬件、网络科技开发及技术服务。（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）	
法定代表人	杨志	
<b>股权结构：</b>		
<b>股东</b>	<b>出资额（万元）</b>	<b>出资比例（%）</b>
金螳螂（苏州）电子商务有限公司	7,000.00	70.00
杨志	3,000.00	30.00
<b>合计</b>	<b>10,000.00</b>	<b>100.00</b>

b、设立后，云家通苏州的历次变更情况如下：

序号	时间	事项	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	2015.4	全体股东同比例减资，注册资本减至 1,000 万元	金螳螂（苏州）电子商务有限公司	700.00	70.00
			杨志	300.000	30.00
2	2015.9	股东更名为爱蜂巢（苏州）电子商务有限公司、杨志将其持有的 30% 股权转让给爱蜂巢	爱蜂巢	1,000.00	100.00
3	2018.12	云贤通更名为云家通（苏州）电子商务有限公司、爱蜂巢将其持有的 1% 股权转让给云家通商贸	爱蜂巢	990.00	99.00
			云家通商贸	10.00	1.00
4	2019.1	黄山颁联企业管理咨询合伙企业（有限合伙）增资 428.57 万元，注册资本增至 1,428.57 万元	爱蜂巢	990.00	69.30
			云家通商贸	10.00	0.70
			黄山颁联企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	428.57	30.00
5	2019.10	爱蜂巢将其持有的 69.30% 股权转让给陈硕	陈硕	990.00	69.30
			云家通商贸	10.00	0.70
			黄山颁联企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	428.57	30.00
6	2019.11	云家通商贸将其持有的 0.70% 股权转让给朱志	陈硕	990.00	69.30
			朱志	10.00	0.70
			黄山颁联企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	428.57	30.00
7	2021.3	朱志将其持有的 0.70% 股权转让给陈硕	陈硕	1,000.00	70.00
			黄山颁联企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	428.57	30.00
8	2021.4	黄山颁联企业管理咨询合伙企业（有限合伙）减资 100 万元，注册资本减至 1,328.57 万元	陈硕	1,000.00	75.27
			黄山颁联企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	328.57	24.73

### ③云家通与发行人均不存在关联关系

#### A、实际控制人入股上海颂夏和苏州新居并非专为投资云家通而设立

截至本招股说明书签署日，上海颂夏和苏州新居均仅投资了爱蜂巢，但爱蜂巢投资云家通商贸及云家通苏州的时间分别为 2014 年 8 月、2015 年 1 月，均早于 2016 年上海颂夏和苏州新居的设立及投资爱蜂巢的时间；而且，2016 年以来，爱蜂巢并未对云家通商贸或云家通苏州增资。除上述投资外，爱蜂巢设立以来还投资过云峰（天津）电子商务有限公司、苏州易美空间家居有限公司等七家公司。

故从爱蜂巢投资设立云家通商贸和云家通苏州的过程看，上海颂夏和苏州新居并非专门为投资云家通商贸或云家通苏州而设立，其对爱蜂巢的投资并未用于对云家通商贸或云家通苏州的投资。

#### B、云家通股东结构及历史沿革均与发行人不存在关联关系

从云家通商贸、云家通苏州的股东结构及历史沿革来看，其与发行人均不存在关联关系。

#### C、成为公司家装公司客户的时间、原因及合理性

云家通商贸、云家通苏州分别自 2014 年 8 月成立起、2019 年 2 月起至今，为公司的家装公司客户。

由于云家通商贸、云家通苏州从事互联网家装业务，而公司为家居行业特别是木门领域的主流供应商，故其主动寻求与公司合作，具有合理性。

#### D、发行人实际控制人对云家通未构成重大影响

发行人实际控制人余静渊、范小珍目前分别通过上海颂夏、苏州新居合计间接持有云家通商贸 3.46% 的股权，且曾于 2019 年 11 月前合计间接持有云家通苏州 3.03% 的股权。

鉴于上述间接持股比例较小，余静渊、范小珍分别为上述两家投资公司的财务投资人，并不参与经营决策；同时，发行人与云家通商贸、云家通苏州之间交易价格公允。因此，根据实质重于形式原则，发行人与上述两家公司并未

构成可能导致利益倾斜的关联关系，不存在关联交易非关联化的情形，不应当认定为发行人的关联方。

### **(3) 发行人实际控制人从上海颂夏、苏州新居的退伙进展**

实际控制人余静渊、范小珍已分别向上海颂夏、苏州新居提出退伙申请。2020年9月，上海颂夏、苏州新居分别出具《情况说明》，一旦找到合适的受让方，会协助余静渊、范小珍尽快办理相关财产份额的转让手续。截至本招股说明书签署日，因一直未找到合适受让方，余静渊、范小珍均尚未退伙。

### **(4) 逐条对照《企业会计准则第 36 号——关联方披露》的要求，未将云家通认定和披露为公司关联方并披露与其交易情况符合相关准则规定**

#### **①不符合《企业会计准则第 36 号——关联方披露》第三条对关联方认定**

余静渊、范小珍分别为上海颂夏、苏州新居的有限合伙人，为财务投资者，并不执行合伙事务，也不参与合伙企业的经营决策；同时，余静渊、范小珍目前分别通过上海颂夏、苏州新居合计间接持有云家通商贸 3.46%的股权，于2019年11月前间接持有云家通苏州 3.03%的股权，间接持股比例均较小。

因此，发行人实际控制人范小珍和余静渊不能通过上海颂夏、苏州新居决定或参与云家通商贸、云家通苏州的财务和经营政策决策，公司和云家通商贸、云家通苏州不存在受同一方控制、共同控制或重大影响的情形。云家通商贸、云家通苏州不符合《企业会计准则第 36 号——关联方披露》第三条对关联方的认定，不构成公司的关联方。

#### **②不属于《企业会计准则第 36 号——关联方披露》第四条列举的任一情形**

除余静渊、范小珍目前间接持有云家通商贸 3.46%的股权且于2019年11月前间接持有云家通苏州 3.03%的股权外，发行人及其主要投资者、董监高及其关系密切的家庭成员均未直接或间接持有云家通商贸、云家通苏州的股权，也未在上述公司任职或参与经营管理，不符合《企业会计准则第 36 号——关联方披露》第四条列举的任一情形。

因此，云家通商贸、云家通苏州不构成公司的关联方，未将其认定和披露为公司关联方并披露与其交易情况，符合相关规定。

## 四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在公司领取薪酬情况

### （一）董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及核心技术人员在公司领薪情况

报告期内，公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及核心技术人员均在公司领薪，不存在在关联企业领取收入及享受其他待遇和退休金计划。

上述人员在公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元

姓名	职务	2021 年上半年	2020 年度
余静渊	董事长、总经理	49.98	98.03
范小珍	董事	30.10	58.62
余静滨	董事、董事会秘书	30.18	58.63
徐小平	董事、副总经理	6.99	104.13
朱亦群	董事、财务总监	8.70	58.44
夏群	董事	12.76	38.96
李敏丽	监事会主席	9.02	46.25
胡存积	监事	6.30	15.82
范林杰	职工代表监事、核心技术人员	7.70	44.55
屈凡军	副总经理	24.05	113.06
李春芝	副总经理	14.77	107.93
周学良	核心技术人员	10.14	34.57
崔正峰	核心技术人员	15.90	59.93

### （二）独立董事津贴

根据 2018 年度股东大会决议，公司第一届董事会独立董事的津贴为每年 5 万元（含税）。

## 五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人



员的兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	与本公司的关联关系
余静渊	董事长、 总经理	庆元梦天	执行董事	公司全资子公司
		易家易居	经理	公司全资子公司
		梦天装饰	执行董事	公司全资子公司
		梦天控股	执行董事	公司控股股东、实际控制人控制的企业
		梦家投资	执行事务合伙人	公司股东、实际控制人控制的企业
		梦悦投资	执行事务合伙人	公司股东、实际控制人控制的企业
		香港梦天	董事	实际控制人控制的企业
		双兔投资	执行董事	实际控制人控制的企业
		晴朗贸易	执行董事	实际控制人控制的企业
范小珍	董事	庆元梦天	监事	公司全资子公司
		易家易居	监事	公司全资子公司
		梦天销售	执行董事	公司全资子公司
		莫特门控	监事	公司控股子公司
		梦天控股	监事	公司控股股东、实际控制人控制的企业
余静滨	董事、董 事会秘书	易家易居	执行董事	公司全资子公司
		梦天销售	经理	公司全资子公司
		梦天装饰	经理	公司全资子公司
		上海木极	执行董事、总 经理	公司全资子公司
		莫特门控	执行董事	公司控股子公司
		双兔投资	监事	实际控制人控制的企业
		晴朗贸易	监事	实际控制人控制的企业
徐小平	董事、副 总经理	庆元梦天	经理	公司全资子公司
		庆元泰隆银行	董事	公司子公司的参股公司
张国林	独立董事	北京森特亚医药科技有限公司	监事	无关联关系
曹悦	独立董事	春风动力（603129）	独立董事	无关联关系
		万邦德（002082）	独立董事	无关联关系
		旺能环境（002034）	独立董事	无关联关系
		浙江国检检测技术股份有限公司	独立董事	无关联关系
		浙江护童人体工学科技股份有限公司	独立董事	无关联关系

黄少明	独立董事	嘉兴求真房地产资产评估有限公司	执行董事、经理	无关联关系
		浙江求真工程管理咨询有限公司	监事	无关联关系
		浙江必美建筑科技有限公司	执行董事、总经理	无关联关系
		嘉兴求真会计师事务所有限公司	执行董事、经理	无关联关系
		嘉兴求真税务师事务所有限公司	执行董事、经理	无关联关系
		浙江桐乡农村商业银行股份有限公司	独立董事	无关联关系
		友邦吊顶（002718）	独立董事	无关联关系
李春芝	副总经理	梦天销售	监事	公司全资子公司
		梦天装饰	监事	公司全资子公司
		上海木极	监事	公司全资子公司

## 六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系

公司董事长兼总经理余静渊与董事范小珍为夫妻关系；余静渊与董事兼董事会秘书余静滨为兄弟关系。此外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间均不存在近亲属关系。

## 七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及其作出的重要承诺

### （一）公司与其董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议

公司已与董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员和核心技术人员签订了《劳动合同》；同时，公司还与核心技术人员签订了《保密协议》、《竞业限制合同》。

### （二）公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺

#### 1、避免同业竞争的承诺

参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人有关股本的情况”之“（六）本次发行前股东的承诺”之“1、避免同业竞争的承诺”。

#### 2、股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺”之“（一）股份锁定承诺”的相关内容。

### **3、关于履行诚信义务的承诺**

参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺”之“（二）关于履行诚信义务的承诺”的相关内容。

### **4、关于稳定股价的承诺**

参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺”之“（三）关于稳定股价的承诺”的相关内容。

### **5、本次发行前持股 5%以上股东的持股及减持意向的承诺**

参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺”之“（四）本次发行前持股 5%以上股东的持股及减持意向的承诺”的相关内容。

### **6、填补被摊薄即期回报的承诺**

参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺”之“（五）填补被摊薄即期回报的措施与承诺”的相关内容。

### **（三）协议及承诺的履行情况**

截至本招股说明书签署日，上述协议、承诺等均正常履行，不存在违约情形。

## **八、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况**

本公司现任董事、监事、高级管理人员诚信记录良好，符合法律法规规定的任职资格；独立董事任职符合党政领导干部在企业兼职（任职）的相关规定。

## **九、董事、监事、高级管理人员变动情况**

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员未发生重大变动，具体变动情

况如下：

### （一）董事

2018年1月至2018年11月，梦天有限未设立董事会，由余静渊担任执行董事。

2018年12月9日，公司创立大会暨第一次股东大会选举余静渊、范小珍、余静滨、徐小平、朱亦群、夏群为第一届董事会董事，选举谷穗、黄少明、张国林为第一届董事会独立董事。

2020年12月10日，谷穗因个人原因，辞任独立董事职务；2021年1月11日，2021年第一次临时股东大会补选曹悦为公司独立董事。

### （二）监事

2018年1月至2018年11月，梦天有限未设立监事会，由范小珍担任监事。

2018年12月9日，公司创立大会暨第一次股东大会选举李敏丽、胡存积为第一届监事会股东代表监事，与公司职工代表大会选举产生的职工代表监事范林杰共同组成公司第一届监事会。

### （三）高级管理人员

2018年1月至2018年11月，余静滨担任梦天有限经理。

2018年12月9日，公司第一届董事会第一次会议聘请余静渊为总经理，徐小平、屈凡军为副总经理，余静滨为董事会秘书，朱亦群为财务总监。

2019年5月5日，公司第一届董事会第二次会议聘请李春芝为副总经理。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员在报告期内不存在其他变动情况。

## 第九节 公司治理

公司自设立以来，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书等制度，并建立了相互独立、权责明确、监督有效的法人治理结构。

根据《公司法》和《公司章程》的规定，并参照上市公司的要求，公司先后审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《战略与发展委员会工作细则》、《审计委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《总经理工作细则》、《独立董事工作制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《内部控制管理办法》、《内部审计制度》、《募集资金管理制度》等一系列规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及管理层之间的权责范围和工作程序。通过对上述规章制度的制定和执行，公司逐步建立健全了符合上市要求的、能够保证中小股东充分行使权利的公司治理结构。

### 一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

#### （一）股东大会制度的建立健全及运行情况

##### 1、股东大会制度的建立健全情况

2018年12月9日，公司创立大会通过公司《章程》和《股东大会议事规则》，建立股东大会制度，对股东大会职权范围、召集与召开程序、表决程序等事项作出明确规定。该议事规则系依据《公司法》、《上市公司股东大会规则》等法律、法规制定的，符合上市公司治理的规范性文件要求，除未对网络投票进行规定外，其他方面无差异。

公司已建立了较为完善的股东大会制度，股东享有《公司法》、公司《章程》中规定的权利，履行相应的义务。

公司股东大会由全体股东组成，是公司的最高权力机构，依据《公司

法》、公司《章程》依法行使以下职权：决定公司经营方针和投资计划；选举和更换非由职工代表担任的公司董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；审议批准董事会的报告；审议批准监事会的报告；审议批准公司的年度报告、财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；审议批准变更募集资金用途事项；审议批准股权激励计划；对公司增加或者减少注册资本做出决议；对发行公司债券做出决议；对公司合并、分立、解散和清算等事项做出决议；对公司聘用、解聘会计师事务所做出决议；修改公司章程；决定公司在一年内购买或出售资产超过公司最近一期经审计资产总额30%以上的事项；决定公司章程规定的对外担保事项；决定公司《关联交易决策制度》规定的需由股东大会审议的关联交易事项；决定公司章程规定的其他交易事项；审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

## 2、股东大会制度的运行情况

自股份公司设立以来，股东大会一直根据《公司法》、公司《章程》和《股东大会议事规则》的规定规范运作。

### (二) 董事会制度的建立健全及运行情况

#### 1、董事会制度建立健全情况

2018年12月9日，公司创立大会通过公司《章程》和《董事会议事规则》，建立董事会制度，对董事会职权范围、召集与召开程序、表决程序等事项作出明确规定。该议事规则系依据《公司法》、《上市公司治理准则》等法律、法规制定的，符合上市公司治理的规范性文件要求。

公司董事会由9名董事组成（独立董事3名），是公司的决策机构，对股东大会负责并报告工作。

公司董事会依据《公司法》、公司《章程》依法行使以下职权：负责召集股东大会，并向大会报告工作；执行股东大会的决议；在股东大会授权范围内决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年度财务预算方案、决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；制订公司增加或者减少注册资本、



发行债券或其他证券及上市方案；拟订公司重大收购、回购本公司股票或者合并、分立和解散及变更公司形式的方案；制订需由公司股东大会审议批准的公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易等方案；决定公司内部管理机构的设置；聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；批准控股、参股企业董事、总经理和财务负责人人选；与总经理及其他高级管理人员签订经营责任书；制订公司的基本管理制度；制订公司章程的修改方案；管理公司信息披露事项；向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；听取公司总经理和其他高级管理人员的工作汇报并检查总经理工作；在章程规定以及股东大会授权范围内，决定公司项目投资、对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易、银行贷款等事项；国家法律、法规或公司章程规定，以及股东大会授予的其他职权。

## **2、董事会制度运行情况**

自股份公司设立以来，董事会一直根据《公司法》、公司《章程》和《董事会议事规则》的规定规范运作。

### **(三) 监事会制度的建立健全及运行情况**

#### **1、监事会制度的建立健全情况**

2018年12月9日，公司创立大会通过公司《章程》和《监事会议事规则》，建立监事会制度，对监事会职权范围、召集与召开程序、表决程序等事项作出明确规定。该议事规则系依据《公司法》、《上市公司治理准则》等法律、法规制定的，符合上市公司治理的规范性文件要求。

公司监事会由3名监事组成（职工代表监事1名），是公司的监督机构，负责监督检查公司的财务状况，并对董事、总经理及其他高级管理人员执行职务情况进行监督，维护公司和股东的利益。

公司监事会依据《公司法》、公司《章程》依法行使以下职权：对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；检查公司的财务；对董

事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；当董事、总经理和其他高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求其予以纠正，必要时向股东大会或国家有关主管机关报告；提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东会会议职责时召集和主持股东会会议；向股东大会提出提案；依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；公司章程规定或股东大会授予的其他职权。股东大会授予的其他职权以股东大会决议明确。

## **2、监事会制度的运行情况**

自股份公司设立以来，监事会一直根据《公司法》、公司《章程》和《监事会议事规则》的规定规范运作。

### **（四）独立董事制度建立健全及运行情况**

#### **1、独立董事制度的建立健全情况**

2019年5月26日，2018年年度股东大会审议通过《独立董事工作制度》，对独立董事的职责作出明确规定。

#### **2、保障独立董事充分发挥作用的制度安排**

为保障独立董事充分行使职权，公司在《独立董事工作制度》中规定了独立董事的特别职权，具体如下：需要提交股东大会审议的重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事作出判断，可以聘请中介机构出具专项报告；向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；向董事会提请召开临时股东大会；征集中小股东的意见，提出利润分配提案，并直接提交董事会审议；提议召开董事会；独立聘请外部审计机构和咨询机构；在股东大会召开前公开向股东征集投票权，但不得采取有偿或变相有偿方式进行征集。

### **（五）董事会秘书制度建立健全及运行情况**

2018年12月9日，公司一届一次董事会审议通过《董事会秘书工作细

则》，对董事会秘书的职责作出明确规定。该工作细则依据《公司法》等法律、法规制定，符合上市公司治理的规范性文件要求。

公司设董事会秘书 1 名，董事会秘书对公司和董事会负责。董事会秘书是公司的高级管理人员，享有《公司法》和公司《章程》规定的权利，并承担相应的义务。

董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

董事会秘书自聘任以来，能够按照法律、法规及公司《章程》的规定，勤勉地履行职责，履职情况良好。

## 二、董事会专门委员会的设置情况

公司董事会下设战略与发展委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会四个专门委员会，分别负责公司的发展战略、薪酬与考核、董事和高级管理人员的推选及公司审计等工作。

2018 年 12 月 9 日，公司一届一次董事会审议通过了《战略与发展委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《审计委员会工作细则》；选举余静渊、张国林、黄少明为公司战略与发展委员会委员，其中余静渊为召集人；选举谷穗、黄少明、范小珍为公司薪酬与考核委员会委员，其中谷穗为召集人；选举张国林、余静渊、谷穗为公司提名委员会委员，其中张国林为召集人；选举黄少明、谷穗、徐小平为公司审计委员会委员，其中黄少明为召集人。

2021 年 1 月 11 日，公司一届十一次董事会审议通过了《关于更换薪酬与考核委员会委员的议案》、《关于更换提名委员会委员的议案》、《关于更换审计委员会委员的议案》，选举曹悦为董事会薪酬与考核委员会、提名委员、审计委员会委员。

## 三、发行人报告期内资金占用和对外担保情况

报告期内，发行人资金占用情况详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与

关联交易”之“四、关联交易”之“（一）关联交易”之“4、资金往来”，自2018年4月起，已不存在关联资金往来。

报告期内，发行人不存在对外担保行为。

#### **四、发行人报告期内违法违规情况**

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等行使权利、开展工作的相关制度。报告期内，发行人及其董事、监事和高级管理人员严格按照《公司法》、公司《章程》及相关法律法规的规定开展经营活动。

报告期内，除安全相关行政处罚外，发行人还存在一起行政处罚：2020年11月10日，因未建立国际联网安全保护管理制度，嘉善县公安局惠民派出所对发行人作出善公（惠）行罚决字[2020]01283号《行政处罚决定书》，给予发行人警告的行政处罚。该项行政处罚所涉违法行为显著轻微，不属于重大违法行为。发行人受到行政处罚后，已按照相关规定进行了整改。

#### **五、发行人内部控制制度的情况**

##### **（一）公司管理层对内部控制的自我评价**

公司管理层认为：公司充分认识到良好、完善的管理机制对实现经营管理目标的重要性，并根据自身的实际情况，建立了覆盖公司治理、经营各环节的内部控制制度，以保证公司业务活动的正常进行和资产的安全、完整。公司建立和完善了符合现代管理要求的法人治理结构及内部组织结构，形成科学的决策机制、执行机制和监督机制，保证公司经营管理目标的实现；建立了行之有效的风险控制系统，强化风险管理，保证公司各项业务活动的健康运行；堵塞漏洞、消除隐患，防止并及时发现和纠正各种错误、舞弊行为，保护公司财产的安全、完整；规范公司会计行为，保证会计资料真实、完整，提高会计信息质量；确保国家有关法律法规和公司内部控制制度的贯彻执行。

##### **（二）保障公司内控制度完整有效、公司治理机构完善的措施**

股份公司成立后，公司针对其股权结构、行业等特点，建立了较为完善的

公司治理和健全、有效的内控制度等，所采取的具体措施如下：

### 1、在内部控制制度的建立健全方面

股份公司设立以来，公司逐步建立了较为完善的公司治理结构，审议通过了公司《章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》及《董事会秘书工作细则》等规章制度，对股东大会、董事会、监事会及管理层的职权作出制度性安排。

针对公司日常经营的具体事项，公司制定了《关联交易决策制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《内部控制管理办法》、《内部审计制度》等内部控制制度。

针对公司的业务及行业特点，公司制定了《经销商政策汇编》、《资金管理制度》、《采购管理制度》、《成品仓库出库管理制度》、《售后服务管理制度》等业务环节的规章制度。

截至本招股说明书签署日，上述内控制度均能得到有效执行。

### 2、在董事会成员构成方面

公司积极引入独立董事，有效避免董事会决策被管理层决策代替的风险，提高董事会决策的质量。2018年12月，股份公司成立后，选举余静渊、范小珍、余静滨、徐小平、朱亦群、夏群、谷穗、黄少明、张国林为公司董事，组成第一届董事会，其中，谷穗、黄少明、张国林为独立董事；后因谷穗辞任独立董事，2021年1月补选曹悦为独立董事。

### 3、在监事会成员构成方面

股份公司成立后，选举李敏丽、胡存积及范林杰为公司监事，组成第一届监事会，其中，李敏丽为监事会主席，范林杰为职工代表监事。

综上，股份公司成立以后，公司主要通过建立规范的职权制度、优化董事会及监事会的人员构成、设立董事会专门委员会等具体措施，建立较为完善、职权明确、相互制衡的公司治理结构，内部控制制度完整、有效。

### （三）注册会计师的鉴证意见

发行人会计师对公司的内部控制制度进行了专项审核，并出具了“天健审[2021]9479号”《关于梦天家居集团股份有限公司内部控制的鉴证报告》，认为：公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2021年6月30日在所有重大方面保持了有效的内部控制。本结论是在受到鉴证报告中指出的固有限制的条件下形成的。



## 第十节 财务会计信息

本节财务数据，非经特别说明，均引自公司经天健会计师事务所审计的财务报告。

### 一、财务报表

#### (一) 合并财务报表

##### 1、合并资产负债表

单位：元

资产	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>流动资产：</b>				
货币资金	263,199,072.23	368,898,213.41	249,963,969.62	243,614,020.34
交易性金融资产		60,000,000.00		
应收票据	19,623,926.95	5,700,000.00	500,000.00	
应收账款	17,154,671.97	21,888,697.79	17,183,739.00	23,149,184.56
应收款项融资	2,406,607.34	11,579,267.14		
预付款项	12,915,286.75	15,226,846.23	22,001,482.81	9,803,699.03
其他应收款	5,353,872.00	3,845,055.40	4,534,883.64	10,777,647.36
存货	134,616,031.84	98,284,073.35	69,718,708.17	119,906,902.29
其他流动资产	767,618.86	231,196.84	5,688,445.55	8,236,780.47
<b>流动资产合计</b>	<b>456,037,087.94</b>	<b>585,653,350.16</b>	<b>369,591,228.79</b>	<b>415,488,234.05</b>
<b>非流动资产：</b>				
长期股权投资				
可供出售金融资产				10,263,000.00
其他非流动金融资产	10,263,000.00	10,263,000.00	10,263,000.00	
固定资产	631,015,992.30	662,204,490.06	520,671,993.78	475,891,051.34
在建工程	13,785,528.02	6,866,809.89	152,410,027.33	137,493,639.07
无形资产	51,685,224.66	52,208,004.99	55,110,437.55	41,391,960.65
递延所得税资产	3,787,279.63	4,012,908.83	3,214,001.67	2,795,400.37

其他非流动资产	5,464,850.00	3,479,273.81	6,514,571.51	9,288,257.28
<b>非流动资产合计</b>	<b>716,001,874.61</b>	<b>739,034,487.58</b>	<b>748,184,031.84</b>	<b>677,123,308.71</b>
<b>资产总计</b>	<b>1,172,038,962.55</b>	<b>1,324,687,837.74</b>	<b>1,117,775,260.63</b>	<b>1,092,611,542.76</b>

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>流动负债：</b>				
短期借款		50,005,763.89	54,029,972.23	100,000,000.00
应付票据	65,753,225.10	126,230,068.93	119,927,176.47	155,024,591.46
应付账款	149,399,625.28	188,032,320.16	176,058,041.84	203,430,485.25
预收款项			179,218,362.86	247,514,799.08
合同负债	207,587,082.52	202,684,164.69		
应付职工薪酬	30,711,885.91	45,355,722.72	36,941,238.05	33,812,527.76
应交税费	12,810,371.80	16,188,099.28	24,163,635.60	10,120,361.26
其他应付款	56,560,403.50	63,991,814.18	57,391,269.87	68,431,370.07
其他流动负债	26,974,640.62	24,499,780.20		
<b>流动负债合计</b>	<b>549,797,234.73</b>	<b>716,987,734.05</b>	<b>647,729,696.92</b>	<b>818,334,134.88</b>
<b>非流动负债：</b>				
递延收益	10,128,010.47	7,699,999.96	7,600,000.00	
<b>非流动负债合计</b>	<b>10,128,010.47</b>	<b>7,699,999.96</b>	<b>7,600,000.00</b>	
<b>负债合计</b>	<b>559,925,245.20</b>	<b>724,687,734.01</b>	<b>655,329,696.92</b>	<b>818,334,134.88</b>
<b>所有者权益：</b>				
实收资本（或股本）	166,000,000.00	166,000,000.00	166,000,000.00	166,000,000.00
资本公积	87,385,648.23	87,385,648.23	87,385,648.23	87,385,648.23
盈余公积	30,338,673.79	30,338,673.79	17,424,602.28	1,972,022.06
未分配利润	328,429,506.98	316,230,170.51	191,378,152.74	18,934,009.64
<b>归属于母公司所有者权益合计</b>	<b>612,153,829.00</b>	<b>599,954,492.53</b>	<b>462,188,403.25</b>	<b>274,291,679.93</b>
少数股东权益	-40,111.65	45,611.20	257,160.46	-14,272.05
<b>所有者权益合计</b>	<b>612,113,717.35</b>	<b>600,000,103.73</b>	<b>462,445,563.71</b>	<b>274,277,407.88</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>1,172,038,962.55</b>	<b>1,324,687,837.74</b>	<b>1,117,775,260.63</b>	<b>1,092,611,542.76</b>

## 2、合并利润表

单位：元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
<b>一、营业收入</b>	<b>538,376,762.33</b>	<b>1,226,754,525.87</b>	<b>1,348,052,343.84</b>	<b>1,344,563,894.41</b>
减：营业成本	347,048,268.40	760,639,087.28	832,373,351.08	904,178,761.82
税金及附加	3,291,965.52	6,967,929.34	7,758,317.28	8,688,317.96
销售费用	66,701,950.11	152,517,873.11	165,296,675.85	204,284,648.24
管理费用	34,199,892.48	64,248,006.05	62,033,830.20	64,546,021.03
研发费用	27,627,764.65	63,118,459.92	62,275,827.27	67,960,834.41
财务费用	-1,446,614.86	-145,186.01	1,923,973.07	1,339,591.10
其中：利息费用	23,055.55	1,612,438.87	4,395,523.42	4,450,074.98
利息收入	1,611,594.20	2,026,195.38	2,749,079.21	3,418,420.57
加：其他收益	1,580,541.31	14,143,261.03	12,701,957.31	22,272,413.25
投资收益（损失以“-”号填列）	961,831.51	594,000.00	495,000.00	960,480.57
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）				
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-926,684.60	345,456.61	-2,054,217.38	
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-341,172.69	-1,065,779.95	-8,188,889.92	-11,981,685.66
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-136,722.09	-3,986,800.59	-2,854,684.40	-77,301.28
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>62,091,329.47</b>	<b>189,438,493.28</b>	<b>216,489,534.70</b>	<b>104,739,626.73</b>
加：营业外收入	31,463.22	356,450.57	2,187,189.01	1,517,806.96
减：营业外支出	203,907.58	1,632,941.19	2,835,808.85	1,510,901.49
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>61,918,885.11</b>	<b>188,162,002.66</b>	<b>215,840,914.86</b>	<b>104,746,532.20</b>
减：所得税费用	8,305,271.49	17,407,462.64	28,272,759.03	10,505,722.57
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>53,613,613.62</b>	<b>170,754,540.02</b>	<b>187,568,155.83</b>	<b>94,240,809.63</b>
（一）按经营持续性分类				
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	53,613,613.62	170,754,540.02	187,568,155.83	94,240,809.63
2. 终止经营净利润（净亏				

损以“-”号填列)				
(二) 按所有权归属分类				
1. 归属于母公司所有者的净利润(净亏损以“-”号填列)	53,699,336.47	170,966,089.28	187,896,723.32	94,255,081.68
2. 少数股东损益(净亏损以“-”号填列)	-85,722.85	-211,549.26	-328,567.49	-14,272.05
五、其他综合收益的税后净额				
六、综合收益总额(综合亏损总额以“-”号填列)	<b>53,613,613.62</b>	<b>170,754,540.02</b>	<b>187,568,155.83</b>	<b>94,240,809.63</b>
(一) 归属于母公司所有者的综合收益总额	53,699,336.47	170,966,089.28	187,896,723.32	94,255,081.68
(二) 归属于少数股东的综合收益总额	-85,722.85	-211,549.26	-328,567.49	-14,272.05
七、每股收益				
(一) 基本每股收益	0.32	1.03	1.13	0.57
(二) 稀释每股收益	0.32	1.03	1.13	0.57

### 3、合并现金流量表

单位：元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	595,006,543.67	1,386,753,962.18	1,448,455,683.25	1,479,685,512.69
收到的税费返还		4,698,406.11		
收到其他与经营活动有关的现金	82,675,532.78	124,357,563.77	185,143,514.69	179,122,682.31
经营活动现金流入小计	677,682,076.45	1,515,809,932.06	1,633,599,197.94	1,658,808,195.00
购买商品、接受劳务支付的现金	385,538,406.17	603,532,171.81	720,248,277.75	698,651,686.50
支付给职工以及为职工支付的现金	156,000,226.19	260,556,930.50	288,185,625.97	328,524,533.80
支付的各项税费	42,112,924.68	103,268,958.62	89,106,215.47	111,421,033.15
支付其他与经营活动有关的现金	112,327,965.23	252,584,878.27	310,024,125.67	403,763,621.09
经营活动现金流出小计	695,979,522.27	1,219,942,939.20	1,407,564,244.86	1,542,360,874.54
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-18,297,445.82</b>	<b>295,866,992.86</b>	<b>226,034,953.08</b>	<b>116,447,320.46</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金				
取得投资收益收到的现金	792,000.00	594,000.00	495,000.00	
处置固定资产、无形资产和其他长	132,865.00	9,524,703.92	4,854,347.60	254,896.60

期资产收回的现金净额				
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额				
收到其他与投资活动有关的现金	60,234,811.51	980,047.83	4,516,752.75	300,721,287.39
投资活动现金流入小计	61,159,676.51	11,098,751.75	9,866,100.35	300,976,183.99
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	30,375,261.37	99,434,350.46	160,299,665.16	153,863,416.19
投资支付的现金				10,263,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金		60,000,000.00	600,000.00	188,400,000.00
投资活动现金流出小计	30,375,261.37	159,434,350.46	160,899,665.16	352,526,416.19
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>30,784,415.14</b>	<b>-148,335,598.71</b>	<b>-151,033,564.81</b>	<b>-51,550,232.20</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>				
吸收投资收到的现金			600,000.00	
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			600,000.00	
取得借款收到的现金		140,000,000.00	233,000,000.00	100,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金				
筹资活动现金流入小计		140,000,000.00	233,600,000.00	100,000,000.00
偿还债务支付的现金	50,000,000.00	144,000,000.00	279,000,000.00	50,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	41,528,819.44	34,836,647.21	3,647,912.13	4,372,998.59
支付其他与筹资活动有关的现金				
筹资活动现金流出小计	91,528,819.44	178,836,647.21	282,647,912.13	54,372,998.59
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-91,528,819.44</b>	<b>-38,836,647.21</b>	<b>-49,047,912.13</b>	<b>45,627,001.41</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>				<b>6,579.99</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-79,041,850.12</b>	<b>108,694,746.94</b>	<b>25,953,476.14</b>	<b>110,530,669.66</b>
加：期初现金及现金等价物余额	324,187,983.94	215,493,237.00	189,539,760.86	79,009,091.20
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>245,146,133.82</b>	<b>324,187,983.94</b>	<b>215,493,237.00</b>	<b>189,539,760.86</b>

#### 4、合并所有者权益变动表

单位：元

项 目	2021年1-6月							
	归属于母公司所有者权益						少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	-	30,338,673.79	316,230,170.51	45,611.20	600,000,103.73
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	-	30,338,673.79	316,230,170.51	45,611.20	600,000,103.73
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	12,199,336.47	-85,722.85	12,113,613.62
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	53,699,336.47	-85,722.85	53,613,613.62
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-



(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-41,500,000.00	-	-41,500,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-41,500,000.00	-	-41,500,000.00
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
(四) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-
5. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>166,000,000.00</b>	<b>87,385,648.23</b>	-	-	<b>30,338,673.79</b>	<b>328,429,506.98</b>	<b>-40,111.65</b>	<b>612,113,717.35</b>

单位：元

项 目	2020 年度							
	归属于母公司所有者权益						少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	-	17,424,602.28	191,378,152.74	257,160.46	462,445,563.71
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	-	17,424,602.28	191,378,152.74	257,160.46	462,445,563.71
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	12,914,071.51	124,852,017.77	-211,549.26	137,554,540.02
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	170,966,089.28	-211,549.26	170,754,540.02
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	12,914,071.51	-46,114,071.51	-	-33,200,000.00

1. 提取盈余公积	-	-	-	-	12,914,071.51	-12,914,071.51	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-33,200,000.00	-	-33,200,000.00
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-
5. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>166,000,000.00</b>	<b>87,385,648.23</b>	-	-	<b>30,338,673.79</b>	<b>316,230,170.51</b>	<b>45,611.20</b>	<b>600,000,103.73</b>

单位：元

项目	2019年度							
	归属于母公司所有者权益						少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本(或股本)	资本公积	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	-	1,972,022.06	18,934,009.64	-14,272.05	274,277,407.88
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	-	1,972,022.06	18,934,009.64	-14,272.05	274,277,407.88
三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)	-	-	-	-	15,452,580.22	172,444,143.10	271,432.51	188,168,155.83
(一)综合收益总额	-	-	-	-	-	187,896,723.32	-328,567.49	187,568,155.83
(二)所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	600,000.00	600,000.00
1.所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-	600,000.00	600,000.00
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
3.股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
(三)利润分配	-	-	-	-	15,452,580.22	-15,452,580.22	-	-

1. 提取盈余公积	-	-	-	-	15,452,580.22	-15,452,580.22	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-
5. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>166,000,000.00</b>	<b>87,385,648.23</b>	-	-	<b>17,424,602.28</b>	<b>191,378,152.74</b>	<b>257,160.46</b>	<b>462,445,563.71</b>

单位：元

项 目	2018 年度							
	归属于母公司所有者权益						少数股东权益	所有者权益合计
	实收资本（或股本）	资本公积	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	162,943,486.29	951.31	-	-	3,909,117.73	5,754,542.92	-	172,608,098.25
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	162,943,486.29	951.31	-	-	3,909,117.73	5,754,542.92	-	172,608,098.25
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	3,056,513.71	87,384,696.92	-	-	-1,937,095.67	13,179,466.72	-14,272.05	101,669,309.63
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	94,255,081.68	-14,272.05	94,240,809.63
（二）所有者投入和减少资本	-	7,428,500.00	-	-	-	-	-	7,428,500.00
1. 所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	7,428,500.00	-	-	-	-	-	7,428,500.00
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	1,972,022.06	-1,972,022.06	-	-



1. 提取盈余公积	-	-	-	-	1,972,022.06	-1,972,022.06	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	3,056,513.71	79,956,196.92	-	-	-3,909,117.73	-79,103,592.90	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-
5. 其他	3,056,513.71	79,956,196.92	-	-	-3,909,117.73	-79,103,592.90	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>166,000,000.00</b>	<b>87,385,648.23</b>	-	-	<b>1,972,022.06</b>	<b>18,934,009.64</b>	<b>-14,272.05</b>	<b>274,277,407.88</b>

## (二) 母公司财务报表

### 1、母公司资产负债表

单位：元

资 产	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>流动资产：</b>				
货币资金	209,595,794.17	291,703,523.29	218,959,891.58	231,853,295.63
应收票据	19,623,926.95	5,700,000.00	500,000.00	
应收账款	17,030,288.97	21,851,535.16	25,980,237.48	23,057,292.65
应收款项融资	2,406,607.34	11,579,267.14		
预付款项	103,327,069.08	183,151,691.25	21,708,484.19	9,528,386.51
其他应收款	5,564,510.91	3,469,123.81	73,007,893.95	31,652,651.23
存货	106,065,335.03	77,559,815.41	63,081,653.83	107,912,180.57
其他流动资产				7,703,855.50
<b>流动资产合计</b>	<b>463,613,532.45</b>	<b>595,014,956.06</b>	<b>403,238,161.03</b>	<b>411,707,662.09</b>
<b>非流动资产：</b>				
长期股权投资	68,400,000.00	68,400,000.00	68,356,400.00	45,693,000.00
其他非流动金融资产				
固定资产	433,236,770.65	460,558,118.34	495,699,261.74	459,073,678.14
在建工程	10,111,755.14	5,468,040.56	10,259,947.04	110,016,930.61
无形资产	35,440,291.26	35,773,656.99	38,502,717.55	24,440,632.65
递延所得税资产	2,810,398.07	3,026,902.64	3,155,995.43	1,130,801.03
其他非流动资产	5,168,350.00	2,968,100.00	3,948,803.71	7,669,077.28
<b>非流动资产合计</b>	<b>555,167,565.12</b>	<b>576,194,818.53</b>	<b>619,923,125.47</b>	<b>648,024,119.71</b>
<b>资产总计</b>	<b>1,018,781,097.57</b>	<b>1,171,209,774.59</b>	<b>1,023,161,286.50</b>	<b>1,059,731,781.80</b>

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
<b>流动负债：</b>				
短期借款		50,005,763.89	50,024,166.67	100,000,000.00
应付票据	65,753,225.10	126,311,290.91	119,927,176.47	155,024,591.46
应付账款	91,118,011.87	122,479,207.36	129,341,902.22	181,187,918.71
预收款项			175,427,723.43	244,538,249.64
合同负债	216,181,867.60	204,232,679.29		
应付职工薪酬	22,584,476.90	36,092,876.66	33,858,482.22	28,003,539.56
应交税费	9,766,840.58	12,891,810.01	23,878,808.58	6,752,942.84
其他应付款	58,565,041.83	62,627,132.52	55,471,355.85	71,118,670.75
其他流动负债	28,091,962.68	26,196,627.86		
<b>流动负债合计</b>	<b>492,061,426.56</b>	<b>640,837,388.50</b>	<b>587,929,615.44</b>	<b>786,625,912.96</b>
<b>非流动负债：</b>				
递延收益	6,399,999.94	6,799,999.96	7,600,000.00	
<b>非流动负债合计</b>	<b>6,399,999.94</b>	<b>6,799,999.96</b>	<b>7,600,000.00</b>	
<b>负债合计</b>	<b>498,461,426.50</b>	<b>647,637,388.46</b>	<b>595,529,615.44</b>	<b>786,625,912.96</b>
<b>所有者权益：</b>				
实收资本（或股本）	166,000,000.00	166,000,000.00	166,000,000.00	166,000,000.00
资本公积	87,385,648.23	87,385,648.23	87,385,648.23	87,385,648.23
盈余公积	30,338,673.79	30,338,673.79	17,424,602.28	1,972,022.06
未分配利润	236,595,349.05	239,848,064.11	156,821,420.55	17,748,198.55
<b>所有者权益合计</b>	<b>520,319,671.07</b>	<b>523,572,386.13</b>	<b>427,631,671.06</b>	<b>273,105,868.84</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>1,018,781,097.57</b>	<b>1,171,209,774.59</b>	<b>1,023,161,286.50</b>	<b>1,059,731,781.80</b>

## 2、母公司利润表

单位：元

项目	2021.6.30	2020年度	2019年度	2018年度
<b>一、营业收入</b>	<b>518,048,584.17</b>	<b>1,155,251,289.93</b>	<b>1,366,419,743.23</b>	<b>1,385,391,405.60</b>
减：营业成本	365,688,353.76	794,525,593.72	941,618,869.63	1,029,356,053.16
税金及附加	2,200,506.87	6,240,780.82	6,521,848.69	6,816,279.26
销售费用	59,830,514.89	136,940,802.30	122,941,610.48	180,086,430.28
管理费用	26,890,913.63	49,823,537.79	51,575,599.88	54,303,228.49
研发费用	21,153,067.38	48,889,737.31	47,551,336.62	53,348,268.16
财务费用	-1,229,816.73	-140,240.11	1,983,406.93	1,330,295.72
其中：利息费用	23,055.55	1,437,866.66	4,380,217.86	4,450,074.98
利息收入	1,372,949.43	1,803,363.64	2,649,395.44	3,399,272.99
加：其他收益	1,368,758.42	11,664,858.76	8,163,286.36	22,126,667.25
投资收益（损失以“-”号填列）				718,615.58
其中：对联营企业和合营企业的投资收益				
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）				
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-931,447.03	16,682,389.34	-10,862,627.37	
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-287,458.09	-1,065,779.95	-8,109,061.86	-14,244,371.52
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-139,119.29	-1,730,151.93	-3,371,918.00	-134,594.19
<b>二、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>43,525,778.38</b>	<b>144,522,394.32</b>	<b>180,046,750.13</b>	<b>68,617,167.65</b>
加：营业外收入	14,610.70	27,445.47	2,180,431.22	1,504,160.73
减：营业外支出	2,000.00	1,467,135.24	2,472,906.00	1,158,157.90
<b>三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>43,538,389.08</b>	<b>143,082,704.55</b>	<b>179,754,275.35</b>	<b>68,963,170.48</b>
减：所得税费用	5,291,104.14	13,941,989.48	25,228,473.13	5,321,416.50
<b>四、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>38,247,284.94</b>	<b>129,140,715.07</b>	<b>154,525,802.22</b>	<b>63,641,753.98</b>
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>				
<b>六、综合收益总额（综合亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>38,247,284.94</b>	<b>129,140,715.07</b>	<b>154,525,802.22</b>	<b>63,641,753.98</b>
<b>七、每股收益</b>				

(一) 基本每股收益	0.23	0.78	0.93	0.38
(二) 稀释每股收益	0.23	0.78	0.93	0.38

### 3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2021.6.30	2020 年度	2019 年度	2018 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>				
销售商品、提供劳务收到的现金	581,526,491.59	1,322,659,912.18	1,461,603,246.81	1,568,530,601.87
收到的税费返还				
收到其他与经营活动有关的现金	82,580,242.07	205,890,276.85	180,498,402.18	178,944,142.50
经营活动现金流入小计	664,106,733.66	1,528,550,189.03	1,642,101,648.99	1,747,474,744.37
购买商品、接受劳务支付的现金	355,221,104.31	855,256,068.74	929,460,806.01	932,382,389.79
支付给职工以及为职工支付的现金	119,505,602.05	206,558,247.87	219,720,889.01	269,624,855.45
支付的各项税费	30,587,088.74	92,549,446.66	71,443,495.56	89,266,830.88
支付其他与经营活动有关的现金	103,285,315.77	230,636,317.80	264,738,569.54	361,914,969.02
经营活动现金流出小计	608,599,110.87	1,385,000,081.07	1,485,363,760.12	1,653,189,045.14
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>55,507,622.79</b>	<b>143,550,107.96</b>	<b>156,737,888.87</b>	<b>94,285,699.23</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>				
收回投资收到的现金				4,820,824.60
取得投资收益收到的现金				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	174,841.20	4,055,743.79	19,441,234.06	12,443,556.61
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额				
收到其他与投资活动有关的现金	64,980.00	980,047.83	24,516,752.75	280,298,597.80
投资活动现金流入小计	239,821.20	5,035,791.62	43,957,986.81	297,562,979.01
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	19,669,062.61	51,381,895.28	41,240,340.74	104,443,387.83
投资支付的现金		43,600.00	22,307,000.00	39,693,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金			76,800,000.00	175,000,000.00
投资活动现金流出小计	19,669,062.61	51,425,495.28	140,347,340.74	319,136,387.83
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-19,429,241.41</b>	<b>-46,389,703.66</b>	<b>-96,389,353.93</b>	<b>-21,573,408.82</b>

<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>				
取得借款收到的现金		140,000,000.00	229,000,000.00	100,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金				
筹资活动现金流入小计		140,000,000.00	229,000,000.00	100,000,000.00
偿还债务支付的现金	50,000,000.00	140,000,000.00	279,000,000.00	50,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	41,528,819.44	34,656,269.44	3,638,412.13	4,372,998.59
支付其他与筹资活动有关的现金				
筹资活动现金流出小计	91,528,819.44	174,656,269.44	282,638,412.13	54,372,998.59
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-91,528,819.44</b>	<b>-34,656,269.44</b>	<b>-53,638,412.13</b>	<b>45,627,001.41</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>				<b>6,579.99</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-55,450,438.06</b>	<b>62,504,134.86</b>	<b>6,710,122.81</b>	<b>118,345,871.81</b>
加：期初现金及现金等价物余额	246,993,293.82	184,489,158.96	177,779,036.15	59,433,164.34
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>191,542,855.76</b>	<b>246,993,293.82</b>	<b>184,489,158.96</b>	<b>177,779,036.15</b>

#### 4、母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	2021年1-6月					
	实收资本 (或股本)	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	30,338,673.79	239,848,064.11	523,572,386.13
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	30,338,673.79	239,848,064.11	523,572,386.13
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-3,252,715.06	-3,252,715.06
（一）综合收益总额	-	-	-	-	38,247,284.94	38,247,284.94
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1. 所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-

(三) 利润分配	-	-	-	-	-41,500,000.00	-41,500,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2. 对所有者(或股东)的分配	-	-	-	-	-41,500,000.00	-41,500,000.00
3. 其他	-	-	-	-	-	-
(四) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-
5. 其他	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>166,000,000.00</b>	<b>87,385,648.23</b>	-	<b>30,338,673.79</b>	<b>236,595,349.05</b>	<b>520,319,671.07</b>
项 目	2020 年度					
	实收资本(或股本)	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	17,424,602.28	156,821,420.55	427,631,671.06
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	17,424,602.28	156,821,420.55	427,631,671.06
三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)	-	-	-	12,914,071.51	83,026,643.56	95,940,715.07
(一) 综合收益总额	-	-	-	-	129,140,715.07	129,140,715.07
(二) 所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1. 所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	-	12,914,071.51	-46,114,071.51	-33,200,000.00



1. 提取盈余公积	-	-	-	12,914,071.51	-12,914,071.51	-
2. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-33,200,000.00	-33,200,000.00
3. 其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-
5. 其他	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>166,000,000.00</b>	<b>87,385,648.23</b>	<b>-</b>	<b>30,338,673.79</b>	<b>239,848,064.11</b>	<b>523,572,386.13</b>
项 目	2019 年度					
	实收资本（或股本）	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	1,972,022.06	17,748,198.55	273,105,868.84
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	166,000,000.00	87,385,648.23	-	1,972,022.06	17,748,198.55	273,105,868.84
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	15,452,580.22	139,073,222.00	154,525,802.22
（一）综合收益总额	-	-	-	-	154,525,802.22	154,525,802.22
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-
1. 所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	15,452,580.22	-15,452,580.22	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	15,452,580.22	-15,452,580.22	-

2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-
3. 其他	-	-	-	-	-	-
(四) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-
5. 其他	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>166,000,000.00</b>	<b>87,385,648.23</b>	<b>-</b>	<b>17,424,602.28</b>	<b>156,821,420.55</b>	<b>427,631,671.06</b>
项 目	2018 年度					
	实收资本(或股本)	资本公积	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
<b>一、上年年末余额</b>	<b>162,943,486.29</b>	<b>951.31</b>	<b>-</b>	<b>3,909,117.73</b>	<b>35,182,059.53</b>	<b>202,035,614.86</b>
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
<b>二、本年年初余额</b>	<b>162,943,486.29</b>	<b>951.31</b>	<b>-</b>	<b>3,909,117.73</b>	<b>35,182,059.53</b>	<b>202,035,614.86</b>
<b>三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)</b>	<b>3,056,513.71</b>	<b>87,384,696.92</b>	<b>-</b>	<b>-1,937,095.67</b>	<b>-17,433,860.98</b>	<b>71,070,253.98</b>
(一) 综合收益总额	-	-	-	-	63,641,753.98	63,641,753.98
(二) 所有者投入和减少资本	-	7,428,500.00	-	-	-	7,428,500.00
1. 所有者投入的普通股	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	7,428,500.00	-	-	-	7,428,500.00
4. 其他	-	-	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	-	1,972,022.06	-1,972,022.06	-
1. 提取盈余公积	-	-	-	1,972,022.06	-1,972,022.06	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-

3. 其他	-	-	-	-	-	-
(四) 所有者权益内部结转	3,056,513.71	79,956,196.92	-	-3,909,117.73	-79,103,592.90	-
1. 资本公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-
5. 其他	3,056,513.71	79,956,196.92	-	-3,909,117.73	-79,103,592.90	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本期期末余额</b>	<b>166,000,000.00</b>	<b>87,385,648.23</b>	<b>-</b>	<b>1,972,022.06</b>	<b>17,748,198.55</b>	<b>273,105,868.84</b>

### (三) 发行人主要财务报表项目的异常情况及原因

#### 1、2021年6月30日比2020年12月31日

单位：元

资产负债表项目	2021.6.30	2020.12.31	变动幅度	变动原因说明
交易性金融资产		60,000,000.00	-100.00%	系本期赎回银行理财产品所致。
应收票据	19,623,926.95	5,700,000.00	244.28%	主要系收到商业承兑汇票增加所致。
应收款项融资	2,406,607.34	11,579,267.14	-79.22%	主要系期末未到期的用于背书转让等的银行承兑汇票减少所致。
其他应收款	5,353,872.00	3,845,055.40	39.24%	系本期支付往来款所致。
存货	134,616,031.84	98,284,073.35	36.97%	系期末按订单生产的在产品及已发货尚未确认收货的发出商品增加所致。
在建工程	13,785,528.02	6,866,809.89	100.76%	主要系募投项目支出增加所致。
其他非流动资产	5,464,850.00	3,479,273.81	57.07%	系本期期末预付设备款增加所致。
短期借款		50,005,763.89	-100.00%	系本期根据经营资金需要归还银行借款所致。
应付票据	65,753,225.10	126,230,068.93	-47.91%	系本期到期兑付票据较多所致。
应付职工薪酬	30,711,885.91	45,355,722.72	-32.29%	系支付2020年度年终奖所致。
递延收益	10,128,010.47	7,699,999.96	31.53%	系本期收到与资产相关的政府补助所致。

#### 2、2020年度与2019年度比较

单位：元

资产负债表项目	2020.12.31	2019.12.31	变动幅度	变动原因说明
货币资金	368,898,213.41	249,963,969.62	47.58%	主要系预收货款增加所致。
交易性金融资产	60,000,000.00		100.00%	系本期购买银行理财产品所致。
应收票据	5,700,000.00	500,000.00	1040.00%	主要系收到商业承兑汇票增加所致。
预付款项	15,226,846.23	22,001,482.81	-30.79%	系本期期末预付属于以后期间受益的广告费余额减少所致。
存货	98,284,073.35	69,718,708.17	40.97%	系期末按订单生产未确认收货的发出商品增加所致。
其他流动资产	231,196.84	5,688,445.55	-95.94%	系期末待抵扣增值税进项税和预缴企业所得税减少所致。
在建工程	6,866,809.89	152,410,027.33	-95.49%	系庆元新厂区项目本期转固所致。
其他非流动资产	3,479,273.81	6,514,571.51	-46.59%	系本期期末预付设备款减少所致。
应交税费	16,188,099.28	24,163,635.60	-33.01%	系期末应交所得税减少所致。
利润表项目	2020年度	2019年度	变动幅度	变动原因说明

信用减值损失	345,456.61	-2,054,217.38	-116.82%	系按组合计提坏账准备减少所致。
资产减值损失	-1,065,779.95	-8,188,889.92	-86.99%	系上期计提固定资产减值准备所致。
资产处置收益	-3,986,800.59	-2,854,684.40	39.66%	系本期固定资产处置增加所致。
营业外收入	356,450.57	2,187,189.01	-83.70%	系上期收到商标权纠纷案赔款所致。
营业外支出	1,632,941.19	2,835,808.85	-42.42%	系上期公司发生火灾产生非常损失所致。
所得税费用	17,407,462.64	28,272,759.03	-38.43%	系本期利润总额下降，及子公司弥补以前年度亏损所致。

### 3、2019年度与2018年度比较

单位：元

资产负债表项目	2019.12.31	2018.12.31	变动幅度	变动原因说明
预付款项	22,001,482.81	9,803,699.03	124.42%	系本期期末预付属于2020年及以后期间的广告费增加所致。
其他应收款	4,534,883.64	10,777,647.36	-57.92%	系本期收回往来款所致。
存货	69,718,708.17	119,906,902.29	-41.86%	系本期期末未确认收货的发出商品减少所致。
其他流动资产	5,688,445.55	8,236,780.47	-30.94%	系本期预缴企业所得税减少所致。
无形资产	55,110,437.55	41,391,960.65	33.14%	系本期商品化软件增加所致。
短期借款	54,029,972.23	100,000,000.00	-45.97%	系本期根据经营资金需要归还银行借款所致。
应交税费	24,163,635.60	10,120,361.26	138.76%	系本期期末应交企业所得税增加所致。
递延收益	7,600,000.00		100.00%	系本期收到技改项目扶持基金所致。
利润表项目	2019年度	2018年度	变动幅度	变动原因说明
其他收益	12,701,957.31	22,272,413.25	-42.97%	系本期收到的与收益相关的政府补助减少所致。
资产减值损失	-8,188,889.92	-11,981,685.66	-31.65%	系本期收回往来款导致坏账损失减少和计提的存货跌价减少所致。
资产处置收益	-2,854,684.40	-77,301.28	35.93%	系本期固定资产处置增加所致。
营业外收入	2,187,189.01	1,517,806.96	44.10%	系本期收到商标权纠纷案赔款所致。
营业外支出	2,835,808.85	1,510,901.49	87.69%	系本期公司发生火灾产生非常损失所致。
所得税费用	28,272,759.03	10,505,722.57	169.12%	系本期利润总额增加，相应计提的当期所得税费用增加所致。

## 二、 审计意见

受公司委托，天健事务所对公司2018年度、2019年度、2020年度及2021年1-6月的财务报表进行了审计，并出具“天健审[2021]9478号”《审计报告》，发表了标准无保留的审计意见。

### 三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

#### (一) 财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则—基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

#### (二) 合并财务报表的范围及变化

##### 1、合并财务报表的范围

控股子公司	主营业务	注册资本 (万元)	持有权益 比例	报告期内合并期间
庆元梦天	木门等木制品生产与销售	6,000.00	100.00%	2018 年 2 月至 2021 年 6 月
易家易居	木门销售等电子商务	100.00	100.00%	2018 年 1 月至 2021 年 6 月
梦天销售	木门等销售	1,000.00	100.00%	2018 年 1 月至 2021 年 6 月
梦天装饰	装饰工程	1,000.00	100.00%	2018 年 1 月至 2021 年 6 月
上海木极	品牌管理	200.00	100.00%	2018 年 1 月至 2021 年 6 月
莫特家居	木门等安装及售后服务	500.00	100.00%	2018 年 1 月至 2018 年 7 月
莫特门控	门控设备、五金等开发与销售	500.00	70.00%	2018 年 11 月至 2021 年 6 月

##### 2、报告期内合并财务报表范围的变化情况

###### (1) 报告期内新纳入合并财务报表范围的主体

①2018 年 2 月，公司出资设立庆元梦天，持有其 100%的股权，对其拥有实质控制权。庆元梦天自成立之日起，被纳入合并财务报表范围；

②2018 年 11 月，公司与金九龙出资设立莫特门控，公司持有其 70%的股权，对其拥有实质控制权。莫特门控自成立之日起，被纳入合并财务报表范围。

###### (2) 报告期内不再纳入合并财务报表范围的主体

2018 年 7 月，莫特家居注销，自 2018 年 8 月起不再纳入合并财务报表范围。

## 四、公司采用的重要会计政策和会计估计

### （一）收入

#### 1、2020年度和2021年1-6月

##### （1）收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；②客户能够控制公司履约过程中在建商品或服务；③公司履约过程中所产出的商品或服务具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：①公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；⑤客户已接受该商品；⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

##### （2）收入计量原则

①公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

②合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对



价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

③合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

④合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

### （3）收入确认的具体方法

#### 按时点确认的收入

公司主要销售木质定制家具等产品，属于在某一时点履行履约义务。报告期内公司采用以经销商为主、家装公司和大宗工程类客户为辅的复合销售模式。

①经销商模式销售产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品运送至经销商指定的交货地点，且产品销售收入金额已确定，在经销商确认收货后且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；

②家装公司模式销售产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，双方完成对账或在对方确认收货后且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；

③大宗工程业务模式销售产品收入确认需满足以下条件：不包安装的货物销售，公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，在对方确认收货后且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；包含安装的货物销售，公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，安装完成并经客户现场验收合格且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

## 2、2018年度和2019年度

### (1) 收入确认原则

#### ①销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：A、将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；B、公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；C、收入的金额能够可靠地计量；D、相关的经济利益很可能流入；E、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

#### ②提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

#### ③让渡资产使用权

工程类客户产品收入确认需满足以下条件：不包安装的货物销售，公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，在对方确认收货后且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；包含安装的货物销售，公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，安装完成并经客户现场验收合格且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

### (2) 销售商品收入确认具体原则

报告期内公司采用以经销商为主、家装公司和大宗工程业务为辅的复合销

售模式：

①经销商模式销售产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品运送至经销商指定的交货地点，且产品销售收入金额已确定，在经销商确认收货后且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；

②家装公司模式销售产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，双方完成对账或取得了收货凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；

③大宗工程业务模式销售产品收入确认需满足以下条件：不包安装的货物销售，公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，取得了收货凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；包含安装的货物销售，公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，安装完成并经客户现场验收合格且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

## （二）金融工具

### 1、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月

#### （1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：①以摊余成本计量的金融资产；②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺；④以摊余成本计量的金融负债。

#### （2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

##### ①金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确

认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

## ②金融资产的后续计量方法

### A、以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

### B、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

### C、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

### D、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

## ③金融负债的后续计量方法

### A、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定

为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

**B、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债**

按照《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》相关规定进行计量。

**C、不属于上述 A 或 B 的财务担保合同，以及不属于上述 A 并以低于市场利率贷款的贷款承诺**

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：**a、按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；b、初始确认金额扣除按照相关规定所确定的累计摊销额后的余额。**

**D、以摊余成本计量的金融负债**

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

**③金融资产和金融负债的终止确认**

**A、当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：**

**a、收取金融资产现金流量的合同权利已终止；**

**b、金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。**

**B、当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。**

### （3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；②保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

### （4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观



察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

## （5）金融工具减值

### ①金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于租赁应收款、包含重大融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。



除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

②按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款—账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来12个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

③按组合计量预期信用损失的应收款项

A、具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收票据账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算
应收商业承兑汇票		

		预期信用损失
应收账款—账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

**B、应收账款—账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表**

账龄	应收账款预期信用损失率(%)
1年以内(含,下同)	5.00
1—2年	10.00
2—3年	30.00
3—4年	50.00
4—5年	70.00
5年以上	100.00

**(6) 金融资产和金融负债的抵销**

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：①公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；②公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

**2、2018年度**

**(1) 金融资产和金融负债的分类**

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

## (2) 金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：①持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；②在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；②与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；③不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A、按照《企业会计准则第 13 号—或有事项》确定的金额；B、初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号—收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。②可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价

值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

### (3) 金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；②未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产的账面价值；②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

### (4) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观

察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

#### (5) 金融资产的减值测试和减值准备计提方法

①资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

②对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

#### ③可供出售金融资产

A、表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

- a、债务人发生严重财务困难；
- b、债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；
- c、公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- d、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- e、因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；

f、其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

B、表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

### （三）应收款项

#### 1、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月

详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“四、公司采用的重要会计政策和会计估计”之“（二）金融工具”之“1、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月”之“（5）金融工具减值”。

#### 2、2018 年度

##### （1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额 100 万元以上（含）且占应收款项账面余额 10% 以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

##### （2）按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项

##### ①具体组合及坏账准备的计提方法



账龄组合	账龄分析法
------	-------

②账龄分析法

账龄	应收商业承兑汇票计提比例 (%)	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1年以内 (含1年)	5.00	5.00	5.00
1—2年 (含2年)	10.00	10.00	10.00
2—3年 (含3年)	30.00	30.00	30.00
3—4年 (含4年)	50.00	50.00	50.00
4—5年 (含5年)	70.00	70.00	70.00
5年以上	100.00	100.00	100.00

(3) 单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收银行承兑汇票、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(四) 存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费



后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

#### **4、存货的盘存制度**

存货的盘存制度为永续盘存制。

#### **5、低值易耗品和包装物的摊销方法**

##### **(1) 低值易耗品**

按照一次转销法进行摊销。

##### **(2) 包装物**

按照一次转销法进行摊销。

### **(五) 长期股权投资**

#### **1、共同控制、重大影响的判断**

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

#### **2、投资成本的确定**

(1) 同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并

后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(2) 非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

③除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第12号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

### **3、后续计量及损益确认**

对被投资单位能够实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

### **4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法**

### （1）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

### （2）合并财务报表

①通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

②通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

## （六）固定资产

### 1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年

限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

公司固定资产分为房屋及建筑物、通用设备、专用设备及运输设备。其中，公司通用设备指办公和事务用的通用性设备，包括办公家具和计算机等电子设备；专用设备指各种具有专门性能和专门用途的机器设备，专门用于生产和研发等。

## 2、各类固定资产的折旧方法

项目	折旧方法	折旧年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率 (%)
房屋及建筑物	年限平均法	20	5、10	4.50-4.75
通用设备	年限平均法	3-5	5、10	18.00-31.67
专用设备	年限平均法	5-10	5、10	9.00-19.00
运输工具	年限平均法	4	5	23.75

### (七) 在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

### (八) 无形资产

1、无形资产包括土地使用权、商品化软件等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
土地使用权	50
商品化软件	5

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司划分内部研究开发项目研究阶段支出和开发阶段支出的具体标准：

研究阶段是为进一步开发活动进行资料及相关方面的准备，已进行的研究活动将来是否会转入开发、开发后是否会形成无形资产等均具有较大的不确定性。

开发阶段是已完成研究阶段的工作，具备了形成一项新产品或新技术的基本条件。

### （九）部分长期资产减值

对固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

### （十）递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之

间的差额), 按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日, 有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的, 确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日, 对递延所得税资产的账面价值进行复核, 如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益, 则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时, 转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益, 但不包括下列情况产生的所得税: (1) 企业合并; (2) 直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

## **(十一) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理**

### **1、同一控制下企业合并的会计处理方法**

公司在企业合并中取得的资产和负债, 按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额, 调整资本公积; 资本公积不足冲减的, 调整留存收益。

### **2、非同一控制下企业合并的会计处理方法**

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额, 确认为商誉; 如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额, 首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核, 经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的, 其差额计入当期损益。

## **(十二) 职工薪酬**

### **1、职工薪酬的内容**



职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

## 2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

## 3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

(1) 在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

(2) 对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

## 4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：(1) 公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减



建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

## 5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

### （十三）股份支付

#### 1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

#### 2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

##### （1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

##### （2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按

公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

### （3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

## （十四）政府补助

### 1、政府补助的确认条件

政府补助在同时满足下列条件时予以确认：（1）公司能够满足政府补助所附的条件；（2）公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

### 2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资

产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

### 3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

### 4、政府补助的会计处理方法

与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

## （十五）重要会计政策和会计估计的变更

### 1、重要会计政策变更

#### （1）执行新金融工具准则的影响

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以下简称新金融工具准则）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个主要的计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值

计量且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益（处置时的利得或损失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益），且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、租赁应收款。

①执行新金融工具准则对公司 2019 年 1 月 1 日财务报表的主要影响

单位：万元

项目	资产负债表		
	2018 年 12 月 31 日	新金融工具准则 调整影响	2019 年 1 月 1 日
可供出售金融资产	1,026.30	-1,026.30	
其他非流动金融资产		1,026.30	1,026.30
短期借款	10,000.00	14.35	10,014.35
其他应付款	6,843.14	-14.35	6,828.78

②2019 年 1 月 1 日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比

单位：万元

项目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
货币资金	贷款和应收款项	24,361.40	以摊余成本计量的金融资产	24,361.40
应收账款	贷款和应收款项	2,314.92	摊余成本	2,314.92
其他应收款	贷款和应收款项	1,077.76	摊余成本	1,077.76
可供出售金融资产—权益投资	可供出售金融资产	1,026.30	以公允价值计量且其变动计入当期损益	1,026.30
短期借款	其他金融负债	10,000.00	以摊余成本计量的金融负债	10,014.35
应付票据	其他金融负债	15,502.46	摊余成本	15,502.46
应付账款	其他金融负债	20,343.05	摊余成本	20,343.05
其他应付款	其他金融负债	6,843.14	摊余成本	6,828.78

③2019年1月1日，公司原金融资产和金融负债账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产和金融负债账面价值的调节表

单位：万元

项目	按原金融工具准则列示的账面价值 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值 (2019年1月1日)
A、金融资产				
a、摊余成本				
货币资金	24,361.40			24,361.40
应收账款	2,314.92			2,314.92
其他应收款	1,077.76			1,077.76
以摊余成本计量的总金融资产	27,754.09			27,754.09
b、以公允价值计量且其变动计入当期损益				
可供出售金融资产-权益投资	1,026.30	-1,026.30		
其他非流动金融资产-权益投资		1,026.30		1,026.30
以公允价值计量且其变动计入当期损益的总金融资产	1,026.30			1,026.30
B、金融负债				
a、摊余成本				
短期借款	10,000.00	14.35		10,014.35
应付票据	15,502.46			15,502.46
应付账款	20,343.05			20,343.05
其他应付款	6,843.14	-14.35		6,828.78
以摊余成本计量的总金融负债	52,688.64			52,688.64

④2019年1月1日，公司原金融资产减值准备期末金额调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新损失准备的调节表

单位：万元

项目	按原金融工具准则计提损失准备 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则计提损失准备 (2019年1月1日)
应收账款	195.75			195.75

其他应收款	1,075.93			1,075.93
-------	----------	--	--	----------

(2) 执行新收入准则的影响

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称新收入准则）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整 2020 年 1 月 1 日的留存收益及财务报表其他相关项目金额。

执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项目	资产负债表		
	2019 年 12 月 31 日	新收入准则调整影响	2020 年 1 月 1 日
预收款项	17,921.84	-17,921.84	
合同负债		15,860.03	15,860.03
其他流动负债		2,061.80	2,061.80

2、重要会计估计变更

报告期内，发行人会计估计未发生重大变化。

五、公司的主要税种、税率及税收优惠

(一) 公司主要税种和税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务	17%、16%、13%、6%、3%[注 1]
消费税	应纳税销售额（量）	5%[注 2]
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值的 1.20% 计缴；从租计征的，按租金收入的 12% 计缴	1.20%、12%
城市维护建设税	应缴流转税税额	5%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%、15%

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明：



纳税主体名称	2020年度、 2021年1-6月	2019年度	2018年度
梦天家居	15%	15%	15%
庆元梦天	15%	15%	25%
梦天装饰、上海木极、莫特家居、莫特门控[注3]	20%	20%	20%
梦天销售[注4]	25%	20%	20%
易家易居[注5]	20%	25%	25%

注1：根据财政部税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32号），自2018年5月1日起，公司发生增值税应税销售行为原适用17%税率的，税率调整为16%。

根据财政部税务总局海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告2019年第39号），自2019年4月1日起，公司发生增值税应税销售行为原适用16%税率的，税率调整为13%。

注2：公司销售的产品实木地板按5%税率计缴消费税。

注3：梦天装饰、上海木极、莫特家居、莫特门控2018-2020年均符合小微企业条件。2018年度企业所得税按20%减半征收。2019年度、2020年度，根据财政部税务总局《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号），对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。2021年1-6月，对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，在财税〔2019〕13号规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。

注4：梦天销售2018年度、2019年度符合小微企业条件，所得税率按20%增税。

注5：易家易居2018年度、2019年度按照收入总额核定应税所得税率为25%；2020年度符合小微企业条件，所得税率为20%；2021年预计符合小微企业条件。

## （二）税收优惠及批文

根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2008]172号、国科发火[2016]32号）、《关于浙江省2017年第一批高新技术企业备案的复函》（国科火字[2017]201号）、《关于浙江省2019年高新技术企业备案的复函》（国科火字[2020]32号）以及《关于浙江省2020年高新技术企业备案的复函》（国科火字[2020]251号），梦天家居、庆元梦天被认定为高新技术企业，分别于2018—2022年、2019—2021年享受15%的所得税优惠税率。

## 六、分部报告信息

报告期内，公司按产品分部的主营业务收入和主营业务成本情况如下：



单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
木门类	32,443.42	22,523.93	82,456.83	53,209.23	97,297.32	62,124.28	101,214.67	69,372.76
柜类	10,124.97	6,366.79	19,961.34	11,480.45	17,490.78	10,367.06	15,183.24	9,972.30
墙板	7,656.26	4,351.16	14,365.77	8,475.37	13,039.97	7,876.49	11,839.19	7,774.76
其他家具	2,020.11	673.92	3,206.26	1,742.14	3,559.51	2,513.57	3,323.58	2,579.31
<b>合计</b>	<b>52,244.75</b>	<b>33,915.79</b>	<b>119,990.20</b>	<b>74,907.19</b>	<b>131,387.58</b>	<b>82,881.40</b>	<b>131,560.68</b>	<b>89,699.12</b>

## 七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

依据天健事务所出具的“天健审[2021]9481号”《关于梦天家居集团股份有限公司最近三年非经常性损益的鉴证报告》，报告期内，公司非经常性损益的具体内容及其对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-13.86	-420.91	-321.01	-101.95
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	158.05	1,414.33	1,270.20	2,227.24
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		23.79	6.27	136.47
委托他人投资或管理资产的损益		-	-	96.05
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	16.98			
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	0.60	104.37	415.00	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-17.05	-105.42	-29.32	94.91
其他符合非经常性损益定义的损益项目		-	-	-742.85
<b>小 计</b>	<b>144.72</b>	<b>1,016.15</b>	<b>1,341.13</b>	<b>1,709.87</b>
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	21.68	154.04	201.16	254.10
少数股东损益	0.05	0.36	-	-
<b>归属于母公司股东的非经常性损益净额</b>	<b>122.99</b>	<b>861.76</b>	<b>1,139.97</b>	<b>1,455.77</b>

报告期内，公司的非经常性损益净额主要来源于政府补助、非流动资产处

置损益、单独进行减值测试的应收款项减值准备转回及股份支付等。报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例分别为 15.44%、6.07%、5.04% 及 2.29%，公司盈利能力对非经常性损益不存在重大依赖。

## 八、报告期末主要财产状况

### （一）货币资金

报告期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	比例（%）
库存现金	4.59	0.02
银行存款	24,625.02	93.56
其他货币资金	1,690.30	6.42
<b>合计</b>	<b>26,319.91</b>	<b>100.00</b>

截至报告期末，公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成，其中其他货币资金主要系银行承兑汇票保证金。

### （二）存货

报告期末，公司存货情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	3,918.78	283.55	3,635.23
在产品	4,835.59	9.60	4,825.99
库存商品	790.22	148.24	641.97
发出商品	4,358.42	-	4,358.42
<b>合计</b>	<b>13,903.00</b>	<b>441.40</b>	<b>13,461.60</b>

截至报告期末，公司存货余额主要由原材料、在产品及发出商品构成。

### （三）固定资产

报告期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	折旧年限	原值	累计折旧	减值准备	净值
房屋及建筑物	20年	29,999.22	7,554.00	-	22,445.21
通用设备	3-5年	2,464.01	1,510.93	-	953.08
专用设备	5-10年	63,977.07	23,830.73	502.51	39,643.83
运输工具	4年	408.18	348.71	-	59.47
<b>合计</b>		<b>96,848.48</b>	<b>33,244.37</b>	<b>502.51</b>	<b>63,101.60</b>

截至报告期末，公司存在用于抵押的固定资产，具体内容详见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“二、重大合同”之“（五）抵押合同”。

截至报告期末，公司针对部分老化、闲置的设备，计提固定资产减值准备686.70万元。

## 九、报告期末主要负债情况

### （一）应付票据

报告期末，公司应付票据明细如下：

单位：万元

项目	账面余额	比例（%）
银行承兑汇票	6,575.32	100.00
<b>合计</b>	<b>6,575.32</b>	<b>100.00</b>

报告期末，应付票据中无应付关联方的票据。

### （二）应付账款

报告期末，公司应付账款明细如下：

单位：万元

项目	账面余额	比例（%）
应付货款	11,350.67	75.98
应付工程及设备款	3,273.38	21.91
应付费用类款项	315.91	2.11
<b>合计</b>	<b>14,939.96</b>	<b>100.00</b>

报告期末，应付账款余额中无应付关联方的款项。

### （三）合同负债

报告期末，公司合同负债明细如下：

单位：万元

项目	账面余额	比例（%）
预收货款	20,758.71	100.00
合计	<b>20,758.71</b>	<b>100.00</b>

## 十、所有者权益变动表

报告期内各期期末，公司所有者权益科目的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
股本	16,600.00	16,600.00	16,600.00	16,600.00
资本公积	8,738.56	8,738.56	8,738.56	8,738.56
盈余公积	3,033.87	3,033.87	1,742.46	197.20
未分配利润	32,842.95	31,623.02	19,137.82	1,893.40
<b>归属于母公司所有者 权益</b>	<b>61,215.38</b>	<b>59,995.45</b>	<b>46,218.84</b>	<b>27,429.17</b>
少数股东权益	-4.01	4.56	25.72	-1.43
<b>所有者权益合计</b>	<b>61,211.37</b>	<b>60,000.01</b>	<b>46,244.56</b>	<b>27,427.74</b>

### （一）股本

根据梦天控股、梦家投资、范小珍、梦悦投资及余静滨签订的《关于整体变更设立梦天家居集团股份有限公司的发起人协议书》以及第一届董事会第二次会议通过的《关于调整公司整体变更时净资产情况的议案》，2018年12月18日，梦天有限整体变更为股份有限公司，以经审计的截至2018年9月30日的母公司净资产24,595.71万元折股为16,600万元，股本溢价7,995.71万元计入资本公积。

### （二）资本公积

报告期内各期期末，公司资本公积余额均为8,738.56万元，其中：

1、2018 年度资本溢价增加 7,995.71 万元，系整体变更为股份公司时净资产折股增加股本溢价所致；

2、2018 年资本溢价增加 742.85 万元，系 2018 年 12 月实际控制人余静渊将其持有的梦悦投资 50% 财产份额（计 400 万元），间接持有本公司 415 万股，以 5 元/股的价格转让给公司 39 位核心人员。按经坤元评估评定的公允价值与股权转让价格之间差额确认股份支付费用 742.85 万元，计入资本公积。

### （三）盈余公积

报告期内各期末，盈余公积为法定盈余公积，分别为 197.20 万元、1,742.46 万元、3,033.87 万元及 3,033.87 万元。2018 年度，因整体变更为股份公司，减少 390.91 万元；2018 年度、2019 年度及 2020 年度，因利润分配计提，分别新增 197.20 万元、1,545.26 万元及 1,291.41 万元。

### （四）未分配利润

报告期内各期末，公司未分配利润余额情况如下：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
期初未分配利润	31,623.02	19,137.82	1,893.40	575.45
加：本期归属于母公司所有者的净利润	5,369.93	17,096.61	18,789.67	9,425.51
减：提取法定盈余公积	-	1,291.41	1,545.26	197.20
分配普通股股利	4,150.00	3,320.00	-	-
净资产折股	-	-	-	7,910.36
期末未分配利润	<b>32,842.95</b>	<b>31,623.02</b>	<b>19,137.82</b>	<b>1,893.40</b>

## 十一、现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额	-1,829.74	29,586.70	22,603.50	11,644.73
投资活动产生的现金流量净额	3,078.44	-14,833.56	-15,103.36	-5,155.02
筹资活动产生的现金流量净额	-9,152.88	-3,883.66	-4,904.79	4,562.70

现金及现金等价物净增加额	-7,904.19	10,869.47	2,595.35	11,053.07
期末现金及现金等价物余额	24,514.61	32,418.80	21,549.32	18,953.98

## 十二、财务报表附注中的或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项

### （一）或有事项

截至报告期末，本公司不存在需要披露的重要或有事项。

### （二）承诺事项

1、根据 2020 年 5 月 7 日公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司申请首次公开发行人民币普通股股票并上市方案的议案》，公司拟向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票，发行数量不超过 5,536 万股，每股面值 1 元。

2、根据 2020 年 5 月 7 日公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司本次公开发行人民币普通股股票前滚存利润的分配政策的议案》，公司首次公开发行股票完成之后，本次发行前的滚存未分配利润由本次发行完成后的新老股东共同享有。

### （三）资产负债表日后事项

截至报告期末，本公司不存在需要披露的重要资产负债表日后非调整事项。

### （四）其他重要事项

截至报告期末，公司无需要披露的其他重要事项。

## 十三、财务指标

### （一）主要财务指标

财务指标	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1、流动比率（倍）	0.83	0.82	0.57	0.51

2、速动比率（倍）	0.56	0.66	0.42	0.34
3、资产负债率（母公司）（%）	48.93	55.30	58.20	74.23
4、无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例（%）	3.70	3.80	5.40	3.83
<b>财务指标</b>	<b>2021年1-6月</b>	<b>2020年度</b>	<b>2019年度</b>	<b>2018年度</b>
1、应收账款周转率（次/年）	55.16	62.79	66.85	57.40
2、存货周转率（次/年）	5.96	9.06	8.78	7.93
3、息税折旧摊销前利润（万元）	10,363.60	26,827.35	28,759.62	15,920.19
4、利息保障倍数（倍）	2,686.64	117.69	50.10	24.54
5、每股经营活动产生的现金流量（元）	-0.11	1.78	1.36	0.70
6、每股净现金流量（元）	-0.48	0.65	0.16	0.67

主要财务指标计算说明：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-存货-预付款项-其他流动资产）/流动负债

资产负债率（母公司）=（母公司负债总额/母公司资产总额）×100%

无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权）/归属于母公司股东的净资产

应收账款周转率=营业收入/平均应收账款账面价值

存货周转率=营业成本/平均存货账面价值

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+计提折旧+摊销

利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

## （二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《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）的要求，公司报告期内的净资产收益率和每股收益如下：

### 1、净资产收益率

项目	加权平均净资产收益率（%）			
	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
归属于公司普通股股东的净利润	8.96	32.53	51.03	42.18



扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	8.76	30.89	47.93	35.67
-------------------------	------	-------	-------	-------

## 2、每股收益

项目	每股收益（元/股）							
	基本每股收益				稀释每股收益			
	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
归属于公司普通股股东的净利润	0.32	1.03	1.13	0.57	0.32	1.03	1.13	0.57
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.32	0.98	1.06	0.48	0.32	0.98	1.06	0.48

计算公式如下：

(1) 加权平均净资产收益率=P÷S

$$S = E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0$$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为当期归属于公司普通股股东的净利润；E<sub>0</sub> 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E<sub>i</sub> 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E<sub>j</sub> 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M<sub>0</sub> 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M<sub>j</sub> 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E<sub>k</sub> 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M<sub>k</sub> 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

(2) 基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S<sub>0</sub> 为期初股份总数；S<sub>1</sub> 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S<sub>i</sub> 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S<sub>j</sub> 为报告期因回购等减少股份数；S<sub>k</sub> 为报告期缩股数；M<sub>0</sub> 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub> 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

(3) 稀释每股收益

稀释每股收益=P/(S<sub>0</sub>+S<sub>1</sub>+S<sub>i</sub>×M<sub>i</sub>÷M<sub>0</sub>-S<sub>j</sub>×M<sub>j</sub>÷M<sub>0</sub>-S<sub>k</sub>+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

## 十四、发行人设立时及报告期内发行人资产评估情况

### （一）改制时评估报告

2018年11月21日，坤元评估接受梦天有限委托，以2018年9月30日为评估基准日，出具了“坤元评报[2018]615号”《梦天木门集团有限公司拟变更设立为股份有限公司涉及的全部资产及相关负债价值评估项目资产评估报告》。

1、评估目的：对梦天有限的资产净额（相关资产减负债）进行评估，为梦天有限改制为股份有限公司提供价值参考。

2、评估方法：资产基础法。

3、评估结论：

（1）评估确定的梦天有限资产净额为37,205.33万元；

（2）评估结果汇总表：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率（%）
	A	B	C=B-A	D=C/A×100
一、流动资产	32,103.65	33,734.65	1,631.00	5.08
二、非流动资产	63,269.85	73,492.27	10,222.41	16.16
其中：长期股权投资	3,389.30	2,874.06	-515.24	-15.20
固定资产	43,690.51	46,857.06	3,166.55	7.25
无形资产	1,671.01	9,242.11	7,571.10	453.09
递延所得税资产	92.30	92.30	-	-
其他非流动资产	2,031.04	2,031.04	-	-
<b>资产总计</b>	<b>95,373.50</b>	<b>107,226.92</b>	<b>11,853.41</b>	<b>12.43</b>
三、流动负债	70,021.58	70,021.58	-	-
<b>负债总计</b>	<b>70,021.58</b>	<b>70,021.58</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>净资产</b>	<b>25,351.92</b>	<b>37,205.33</b>	<b>11,853.41</b>	<b>46.76</b>

2018年12月18日，公司就本次整体变更股份公司事项，在嘉兴市市场监督管理局办理了工商变更登记。

### （二）收购浙江梦天有效资产的评估报告

2018年1月4日，坤元评估接受浙江梦天委托，以2017年12月31日为评估基准日，出具了“坤元评报[2018]2号”《浙江梦天木业有限公司拟转让的部分资产价值评估项目资产评估报告》。

#### 1、评估目的

对浙江梦天拟转让的存货和设备类固定资产价值进行评估，为浙江梦天拟转让资产价值提供参考依据。

#### 2、评估对象和评估范围

涉及上述经济行为的浙江梦天的存货和设备类固定资产。截至2017年12月31日，委托评估的资产账面价值合计为3,588.61万元。

3、评估基准日：2017年12月31日。

4、评估方法：成本法。

#### 5、评估结论

浙江梦天拟转让给梦天有限的资产的评估价值为3,650.78万元，评估增值62.17万元，增值率为1.73%。资产评估结果汇总如下表：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率(%)
	A	B	C=B-A	D=C/A×100
<b>一、存货</b>	<b>2,512.31</b>	<b>2,515.35</b>	<b>3.03</b>	<b>0.12</b>
其中：原材料	1,032.44	1,032.44	-	-
在产品	1,479.87	1,482.91	3.03	0.20
<b>二、固定资产</b>	<b>1,076.30</b>	<b>1,135.44</b>	<b>59.14</b>	<b>5.49</b>
其中：设备类固定资产	1,076.30	1,135.44	59.14	5.49
<b>委托资产总计</b>	<b>3,588.61</b>	<b>3,650.78</b>	<b>62.17</b>	<b>1.73</b>

本次资产转让价格依据浙江梦天上述资产的账面价值含税金额确定为4,191.72万元。

### (三) 员工股权激励的评估报告

2018年7月10日，坤元评估接受梦天有限委托，以2017年12月31日为

评估基准日，出具了“坤元评报[2018]609号”《梦天木门集团有限公司以财务报告为目的涉及的股东全部权益价值评估项目资产评估报告》。

#### 1、评估目的

梦天有限拟进行骨干员工入股，为该经济行为提供梦天有限全部权益价值的参考依据。

#### 2、评估对象和评估范围

评估对象为涉及上述经济行为的梦天有限的股东全部权益。评估范围为截至2017年12月31日梦天有限的全部资产及相关负债。

#### 3、价值类型：公允价值。

#### 4、评估基准日：2017年12月31日。

#### 5、评估方法：收益法。

#### 6、评估结论

评估确定梦天有限股东全部权益的评估价值为112,654.46万元，与账面值（合并报表口径）20,310.15万元相比，评估增值92,344.31万元，增值率为454.67%。

2018年12月8日，梦天有限的股东梦悦投资实施股权激励，以上述评估价为基础，对应每份股权出资额的公允价值为6.79元。梦悦投资合伙人余静渊将其所持50%的财产份额转让给新增39位合伙人，折合为梦天有限本次股权激励价格为5元/股，每股差价1.79元，合计差价742.85万元作为股份支付，梦天有限于2018年12月全部计入管理费用。

## 十五、发行人历次验资情况

发行人历次验资情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”。

## 第十一节 管理层讨论与分析

### 一、财务状况分析

#### (一) 资产状况

报告期内各期末，公司资产构成如下：

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
流动资产	45,603.71	38.91	58,565.34	44.21	36,959.12	33.06	41,548.82	38.03
非流动资产	71,600.19	61.09	73,903.45	55.79	74,818.40	66.94	67,712.33	61.97
<b>资产总额</b>	<b>117,203.90</b>	<b>100.00</b>	<b>132,468.78</b>	<b>100.00</b>	<b>111,777.53</b>	<b>100.00</b>	<b>109,261.15</b>	<b>100.00</b>

报告期内各期末，公司资产总额呈增长态势。整体来看，公司非流动资产占资产总额的比例较大，体现了公司资本密集型的特点。

#### 1、流动资产

报告期内各期末，公司流动资产结构如下：

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
货币资金	26,319.91	57.71	36,889.82	62.99	24,996.40	67.63	24,361.40	58.63
交易性金融资产	-	-	6,000.00	10.24	-	-	-	-
应收票据	1,962.39	4.30	570.00	0.97	50.00	0.14	-	-
应收账款	1,715.47	3.76	2,188.87	3.74	1,718.37	4.65	2,314.92	5.57
应收款项融资	240.66	0.53	1,157.93	1.98	-	-	-	-
预付款项	1,291.53	2.83	1,522.68	2.60	2,200.15	5.95	980.37	2.36
其他应收款	535.39	1.17	384.51	0.66	453.49	1.23	1,077.76	2.59
存货	13,461.60	29.52	9,828.41	16.78	6,971.87	18.86	11,990.69	28.86
其他流动资产	76.76	0.17	23.12	0.04	568.84	1.54	823.68	1.98
<b>合计</b>	<b>45,603.71</b>	<b>100.00</b>	<b>58,565.34</b>	<b>100.00</b>	<b>36,959.12</b>	<b>100.00</b>	<b>41,548.82</b>	<b>100.00</b>

报告期内各期末，公司流动资产结构基本保持稳定，主要为货币资金、存货、预付款项等。

### (1) 货币资金

报告期内各期末，货币资金余额明细情况如下：

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
库存现金	4.59	0.02	3.71	0.01	6.62	0.03	3.17	0.01
银行存款	24,625.02	93.56	32,415.08	87.87	21,560.70	86.26	18,950.80	77.79
其他货币资金	1,690.30	6.42	4,471.02	12.12	3,429.08	13.72	5,407.44	22.20
<b>合计</b>	<b>26,319.91</b>	<b>100.00</b>	<b>36,889.82</b>	<b>100.00</b>	<b>24,996.40</b>	<b>100.00</b>	<b>24,361.40</b>	<b>100.00</b>

报告期内各期末，公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成。其中，2020年末，由于经营状况、货款回收情况良好，预收货款规模较大，公司货币资金余额增长较快；2021年6月末，由于上半年为定制家居行业销售淡季，致使公司货币资金余额有所减少。

报告期内，公司货币资金中不存在结构性存款，货币资金受限情况为：

2019年末、2021年6月末，上海实万计算机技术有限公司、丁焯与公司发生合同纠纷，分别致使司法冻结银行存款18万元（已于2020年1月解除）、115万元。

报告期内各期末，其他受限资金为其他货币资金，为开具银行承兑汇票的保证金。

### (2) 交易性金融资产

报告期末，公司交易性金融资产余额6,000万元，系购买的理财产品。

### (3) 应收票据、应收款项融资

2019年末、2020年末及2021年末，应收票据余额分别为银行承兑汇票50万元、商业承兑汇票570万元及1,962.39万元，逐年增长，主要系使用票据结算的大宗工程客户业务规模增大所致；2020年末、2021年6月末，应收款项融

资余额为银行承兑汇票 1,157.93 万元、240.66 万元。

(4) 应收账款

报告期内各期末，应收账款账面余额占同期营业收入的比例均较小，分别为 1.87%、1.36%、1.94%及 3.56%，主要系公司仅对销售占比较少的大型家装公司及大宗工程客户采用赊销方式。

①应收账款结构情况

报告期内各期末，公司应收账款账龄分布情况如下：

单位：万元

账龄	2021年6月30日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面价值
账龄组合				
1年以内(含1年)	1,167.10	60.92	58.35	1,108.75
1-2年(含2年)	503.90	26.30	50.39	453.51
2-3年(含3年)	159.68	8.34	47.90	111.78
3-4年(含4年)	79.60	4.16	39.80	39.80
4-5年(含5年)	5.47	0.29	3.83	1.64
合计	<b>1,915.74</b>	<b>100.00</b>	<b>200.27</b>	<b>1,715.47</b>
账龄	2020年12月31日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面价值
账龄组合				
1年以内(含1年)	1,574.28	66.08	78.71	1,495.56
1-2年(含2年)	710.99	29.85	71.10	639.89
2-3年(含3年)	30.63	1.29	9.19	21.44
3-4年(含4年)	60.40	2.54	30.20	30.20
4-5年(含5年)	5.92	0.25	4.14	1.78
合计	<b>2,382.22</b>	<b>100.00</b>	<b>193.35</b>	<b>2,188.87</b>
账龄	2019年12月31日			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面价值
账龄组合				
1年以内(含1年)	1,704.80	92.81	85.24	1,619.56



1-2年(含2年)	37.44	2.04	3.74	33.69
2-3年(含3年)	88.81	4.83	26.64	62.17
3-4年(含4年)	5.92	0.32	2.96	2.96
合计	<b>1,836.96</b>	<b>100.00</b>	<b>118.59</b>	<b>1,718.37</b>
账龄	<b>2018年12月31日</b>			
	账面余额	比例(%)	坏账准备	账面价值
<b>账龄分析法组合</b>				
1年以内(含1年)	2,240.34	89.23	112.02	2,128.33
1-2年(含2年)	191.09	7.61	19.11	171.98
2-3年(含3年)	9.86	0.39	2.96	6.90
3-4年(含4年)	14.99	0.60	7.49	7.49
4-5年(含5年)	0.72	0.03	0.50	0.22
5年以上	53.67	2.14	53.67	-
合计	<b>2,510.66</b>	<b>100.00</b>	<b>195.75</b>	<b>2,314.92</b>

报告期内各期末，公司账龄 1 年以内（含 1 年）的应收账款账面余额占比分别 89.23%、92.81%、66.08%及 60.92%，有所下滑，而账龄 1-2 年的占比有所增加。

②公司应收账款账面余额前五名

<b>2021年6月30日</b>					
序号	公司名称	销售模式	账面余额 (万元)	账龄	占应收账款账面余额的比例(%)
1	现代筑美	大宗工程业务	626.21	1年以内	32.69
2	云家通商贸	家装公司	421.10	1年以内 64.58 万元，1-2年 356.52 万元	21.98
3	江苏江都建设集团有限公司	大宗工程业务	152.45	1-2年 17.52 万元，2-3年 134.94 万元	7.96
4	上海市室内装潢工程有限公司	大宗工程业务	139.96	1年以内	7.31
5	金螳螂	家装公司	91.47	1年以内	4.77
<b>合计</b>			<b>1,431.19</b>		<b>74.71</b>
<b>2020年12月31日</b>					
序号	公司名称	销售模式	账面余额 (万元)	账龄	占应收账款账面余额的比例(%)
1	现代筑美	大宗工程业务	434.11	1年以内	18.22

2	云家通商贸	家装公司	421.10	1年以内 93.13万元, 1-2年 327.97万元	17.68
3	浙江鸿翔建设集团股份有限公司	大宗工程业务	364.90	1年以内	15.32
4	上海市室内装潢工程有限公司	大宗工程业务	263.95	1年以内	11.08
5	江苏江都建设集团有限公司	大宗工程业务	212.45	1年以内 4.04万元, 1-2年 208.41万元	8.92
合计			<b>1,696.51</b>		<b>71.22</b>
<b>2019年12月31日</b>					
序号	公司名称	销售模式	账面余额(万元)	账龄	占应收账款账面余额的比例(%)
1	云家通商贸	家装公司	417.84	1年以内	22.75
2	金螳螂	家装公司	402.09	1年以内	21.89
3	江苏江都建设集团有限公司	大宗工程业务	259.31	1年以内	14.12
4	河北华丰能源科技发展有限公司	大宗工程业务	95.38	1年以内	5.19
5	现代筑美	大宗工程业务	68.69	1年以内	3.74
合计			<b>1,243.30</b>		<b>67.68</b>
<b>2018年12月31日</b>					
序号	公司名称	销售模式	账面余额(万元)	账龄	占应收账款账面余额的比例(%)
1	现代筑美	大宗工程业务	1,033.02	1年以内	41.15
2	金螳螂	家装公司	360.01	1年以内	14.34
3	云家通商贸	家装公司	220.61	1年以内	8.79
4	爱空间科技(北京)有限公司	家装公司	138.27	1年以内	5.51
5	泰和华宇	大宗工程业务	116.83	1年以内	4.65
合计			<b>1,868.74</b>		<b>74.43</b>

报告期内各期末,公司前五大客户中,云家通因经营周转原因而使得账龄延长,目前已与公司达成延期还款计划;江苏江都建设集团有限公司因项目整体安装结算延期而延迟付款。

### ③信用政策对公司应收账款余额变动影响

公司对经销商及家装公司中的小B客户,实行先预收全款后下单生产的结算政策;对大宗工程客户及家装公司中的大B客户给予一定信用期。

#### A、不同信用政策的客户销售收入及占主营业务收入的比例

单位：万元

信用政策	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
先款后货	48,942.68	93.68%	111,533.86	92.95%	123,780.80	94.21%	121,158.38	92.09%
给予信用期	3,302.06	6.32%	8,456.34	7.05%	7,606.79	5.79%	10,402.30	7.91%
合计	<b>52,244.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>119,990.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>131,387.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>131,560.68</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司采用先款后货结算客户的收入占比较为稳定。

#### B、应收账款余额占当期给予信用期客户收入的比例

单位：万元

项目	2021.6.30/ 2021年1-6月	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度
应收账款余额	1,915.74	2,382.22	1,836.96	2,510.66
当期给予信用期的客户收入	3,302.06	8,456.34	7,606.79	10,402.30
应收账款余额占比	58.02%	28.17%	24.15%	24.14%

报告期内各期末，公司应收账款账面余额占当期给予信用期客户收入比例较为稳定。

#### (5) 预付款项

报告期内各期末，公司预付款项情况如下：

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
1年以内	1,291.03	99.96	1,511.72	99.28	2,183.35	99.24	964.77	98.41
1-2年	0.50	0.04	-	-	16.79	0.76	3.14	0.32
2-3年	-	-	10.97	0.72	-	-	12.46	1.27
合计	<b>1,291.53</b>	<b>100.00</b>	<b>1,522.68</b>	<b>100.00</b>	<b>2,200.15</b>	<b>100.00</b>	<b>980.37</b>	<b>100.00</b>

报告期内各期末，公司预付款项主要系预付广告费、保荐费等，其占流动资产的比例较小。

截至报告期末，公司无预付关联方款项。

#### (6) 其他应收款

报告期内各期末，公司其他应收款账面价值分别为 1,077.76 万元、453.49 万元、384.51 万元及 535.39 万元，主要系往来款、押金保证金。截至报告期末，公司无对关联方的其他应收款。

公司曾应个别经销商发展业务需求，在评估其资信和业务能力后，向其提供暂借款。公司与部分借款人约定了借款利息，独立结算利息；公司对经销商执行统一的产品定价政策，该类借款不影响对经销商收入、定价。

报告期内，公司与经销商的非经营性资金往来情况如下：

单位：万元

经销商名称	期初余额	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年 1-6 月	利息	期末余额
北京张凯	843.56	-158.72	-730.72[注]	-40.90[注]	-	86.78	-
天津吕刚	539.44	150.50	-	-7.18	-0.60	29.42	711.58
江苏南京吴晓莹	18.91	-	-18.91	-	-	-	-
湖北武汉高小艳	22.94	-22.94	-	-	-	-	-
河南郑州李辉	56.03	-	-33.58	-16.49	-0.13	-	5.83
辽宁阜新郭冶群	-	34.37	-	-7.67	-	-	26.71
吉林长春张玉良	15.00	-	-	-15.00	-	-	-
黑龙江牡丹江贾明伟	60.00	-	-0.07	-40.00	-4.70	8.57	23.80
广西北海何志坚	9.00	-	-9.00	-	-	-	-
云南昆明姚锦波	51.18	-	-54.71	-	-	3.54	-
陕西榆林聂建伟	20.00	-20.00	-	-	-	-	-
陕西宝鸡李维严	20.00	-10.00	-10.00	-	-	-	-
宁夏灵武贺志洋	1.47	-	-1.47	-	-	-	-
合肥张少莉	-	-	47.00	-23.25	-1.20	5.94	28.49
<b>合计</b>	<b>1,657.53</b>	<b>-26.79</b>	<b>-811.46</b>	<b>-150.49</b>	<b>-6.63</b>	<b>134.25</b>	<b>796.41</b>

注：张凯欠款减少系通过法院执行收回 428.71 万元、公司核销 342.91 万元。

截至 2019 年末，公司不再发生类似借款行为，并加大催收欠款力度，执行还款计划。对于天津吕刚的暂借款，公司已单项全额计提坏账准备，同时限定了其还款进度，并要求其将门店逐步转让给新经销商。

## (7) 存货

### ① 存货分布结构

报告期内各期末，公司存货的明细情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日			2020年12月31日			2019年12月31日			2018年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备	账面价值
原材料	3,918.78	283.55	3,635.23	3,710.89	283.35	3,427.53	2,894.49	310.92	2,583.57	3,664.96	300.75	3,364.21
在产品	4,835.59	9.60	4,825.99	2,598.07	11.18	2,586.89	2,076.26	13.04	2,063.22	2,637.12	22.81	2,614.31
库存商品	790.22	148.24	641.97	566.73	148.24	418.48	244.03	160.10	83.93	760.80	259.20	501.60
发出商品	4,358.42	-	4,358.42	3,395.50	-	3,395.50	2,241.16	-	2,241.16	5,510.58	-	5,510.58
合计	<b>13,903.00</b>	<b>441.40</b>	<b>13,461.60</b>	<b>10,271.19</b>	<b>442.78</b>	<b>9,828.41</b>	<b>7,455.94</b>	<b>484.07</b>	<b>6,971.87</b>	<b>12,573.45</b>	<b>582.76</b>	<b>11,990.69</b>

报告期内各期末，公司存货的账面价值占流动资产的比例分别为28.86%、18.86%、16.78%及29.52%。2019年末，公司存货余额大幅减少，主要系2020年春节放假提早至1月份，公司大部分在手订单已提前2019年底交付，与订单匹配的存货占用较少所致；2020年末、2021年6月末，在手订单规模较大，存货余额回升。

2018年末、2021年6月末，公司发出商品规模较大，系当年末已发出但尚不满足收入确认条件的产品较大所致。

## ②存货库龄

报告期内各期末，公司存货的库龄分布情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日								
	1年以内		1-2年		2-3年		3年以上		1年以内
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
原材料	2,991.52	76.35%	207.10	5.28%	228.98	5.84%	491.18	12.53%	3,918.78
在产品	4,835.59	100.00%							4,835.59
库存商品	641.03	81.12%	0.95	0.12%			148.24	18.76%	790.22
发出商品	4,257.88	97.70%	100.53	2.30%					4,358.42
合计	<b>12,726.02</b>	<b>91.53%</b>	<b>308.58</b>	<b>2.22%</b>	<b>228.98</b>	<b>1.65%</b>	<b>639.42</b>	<b>4.60%</b>	<b>13,903.00</b>
项目	2020年12月31日								
	1年以内		1-2年		2-3年		3年以上		合计
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	

原材料	2,769.12	74.62%	281.67	7.59%	199.88	5.39%	460.22	12.40%	<b>3,710.89</b>
在产品	2,598.07	100.00%	-	-	-	-	-	-	<b>2,598.07</b>
库存商品	417.67	73.70%	0.82	0.15%	-	-	148.24	26.15%	<b>566.73</b>
发出商品	3,380.31	99.55%	15.19	0.45%	-	-	-	-	<b>3,395.50</b>
<b>合计</b>	<b>9,165.17</b>	<b>89.23%</b>	<b>297.68</b>	<b>2.90%</b>	<b>199.88</b>	<b>1.95%</b>	<b>608.46</b>	<b>5.92%</b>	<b>10,271.19</b>
项目	<b>2019年12月31日</b>								
	1年以内		1-2年		2-3年		3年以上		合计
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
原材料	2,121.91	73.31%	273.09	9.43%	446.19	15.42%	53.30	1.84%	<b>2,894.49</b>
在产品	2,076.26	100.00%	-	-	-	-	-	-	<b>2,076.26</b>
库存商品	90.22	36.97%	-	-	-	-	153.81	63.03%	<b>244.03</b>
发出商品	2,234.87	99.72%	6.29	0.28%	-	-	-	-	<b>2,241.16</b>
<b>合计</b>	<b>6,523.25</b>	<b>87.49%</b>	<b>279.39</b>	<b>3.75%</b>	<b>446.19</b>	<b>5.98%</b>	<b>207.11</b>	<b>2.78%</b>	<b>7,455.94</b>
项目	<b>2018年12月31日</b>								
	1年以内		1-2年		2-3年		3年以上		合计
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
原材料	2,994.29	81.71%	600.09	16.37%	30.20	0.82%	40.38	1.10%	<b>3,664.96</b>
在产品	2,637.12	100.00%	-	-	-	-	-	-	<b>2,637.12</b>
库存商品	508.37	66.82%	28.97	3.81%	69.28	9.11%	154.17	20.26%	<b>760.79</b>
发出商品	5,510.58	100.00%	-	-	-	-	-	-	<b>5,510.58</b>
<b>合计</b>	<b>11,650.36</b>	<b>92.66%</b>	<b>629.06</b>	<b>5.00%</b>	<b>99.48</b>	<b>0.79%</b>	<b>194.55</b>	<b>1.55%</b>	<b>12,573.45</b>

报告期内各期末，公司 1 年以内的存货余额占比超过 87%，存货的库龄总体情况良好。报告期末，库龄 2 年以上的原材料余额为 720.16 万元，主要为木皮、辅料及维修用五金材料等；库龄 3 年以上的库存商品系 2018 年前积压的地板 148.24 万元。

### ③存货跌价准备计提情况

报告期内各期末，公司对库龄较长、预计无使用价值、滞销的存货，按预计可变现净值与账面价值的差额计提了存货跌价准备。

报告期末，公司与同行业可比上市公司存货跌价准备计提情况对比如下：

单位：万元

项目	江山欧派	索菲亚	欧派家居	顶固集创	本公司
原材料	220.60	1,607.67	-	199.29	283.55
在产品	-	-	-	-	9.60
库存商品	607.22	14.95	-	483.24	148.24
发出商品	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>827.82</b>	<b>1,622.62</b>	<b>-</b>	<b>682.53</b>	<b>441.40</b>
<b>占存货账面余额的比例</b>	<b>1.60%</b>	<b>2.40%</b>	<b>-</b>	<b>3.07%</b>	<b>3.17%</b>

公司产品具有高度定制化特征，一旦无订单支撑就面临无法销售的风险。报告期末，公司存货跌价准备计提比例达到 4.31%，在上述同行业公司中，为最高，主要系公司对以前年度遗留的地板、恒大门等存货全额计提跌价准备所致。此外，由于公司对涂料、线条两类大宗原材料采用零库存模式管理，故公司存货规模较小，使得存货跌价准备计提比例较高。

#### ④发出商品期后实现销售收入或退回情况

报告期内各期末，公司发出商品期后实现销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
期末余额	4,358.42	3,395.50	2,241.16	5,510.58
期后结转合计[注]	3,108.62	3,042.37	2,225.99	5,510.58
期后结转合计比例	71.32%	89.60%	99.32%	100.00%

注：截至时间为 2021 年 9 月 20 日。

报告期内各期末，发出商品期后实现销售收入情况良好，不存在期后退回的情况。

#### (8) 其他流动资产

报告期内各期末，公司其他流动资产分别为 823.68 万元、568.84 万元、23.12 万元及 76.76 万元，主要系预缴企业所得税、待抵扣增值税进项税额等。

## 2、非流动资产

报告期内各期末，公司非流动资产情况如下：



项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
可供出售金融资产			-	-	-	-	1,026.30	1.52
其他非流动金融资产	1,026.30	1.43	1,026.30	1.39	1,026.30	1.37	-	-
固定资产	63,101.60	88.13	66,220.45	89.60	52,067.20	69.59	47,589.11	70.28
在建工程	1,378.55	1.93	686.68	0.93	15,241.00	20.37	13,749.36	20.31
无形资产	5,168.52	7.22	5,220.80	7.06	5,511.04	7.37	4,139.20	6.11
递延所得税资产	378.73	0.53	401.29	0.54	321.40	0.43	279.54	0.41
其他非流动资产	546.49	0.76	347.93	0.47	651.46	0.87	928.83	1.37
<b>合计</b>	<b>71,600.19</b>	<b>100.00</b>	<b>73,903.45</b>	<b>100.00</b>	<b>74,818.40</b>	<b>100.00</b>	<b>67,712.33</b>	<b>100.00</b>

(1) 可供出售金融资产、其他非流动金融资产

可供出售金融资产以及其他非流动金融资产余额均为 1,026.30 万元，系庆元梦天对庆元泰隆银行持股 6.60% 的投资。

(2) 固定资产

报告期内各期末，公司固定资产账面价值及其占非流动资产的比重较大，主要系 2017 年公司推出三号车间智能制造项目以及 2020 年 4 月庆元新厂区转固。

① 固定资产构成

报告期内各期末，公司固定资产的构成如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	财务成新率 (%)
房屋及建筑物	29,999.22	7,554.00	-	22,445.21	74.82
通用设备	2,464.01	1,510.93	-	953.08	38.68
专用设备	63,977.07	23,830.73	502.51	39,643.83	61.97
运输工具	408.18	348.71	-	59.47	14.57
<b>合计</b>	<b>96,848.48</b>	<b>33,244.37</b>	<b>502.51</b>	<b>63,101.60</b>	<b>65.15</b>

项目	2020年12月31日				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	财务成新率(%)
房屋及建筑物	29,999.22	6,795.94	-	23,203.28	77.35
通用设备	2,450.29	1,387.73	-	1,062.56	43.36
专用设备	63,699.98	21,127.64	686.70	41,885.64	65.75
运输工具	408.18	339.21	-	68.97	16.90
<b>合计</b>	<b>96,557.67</b>	<b>29,650.53</b>	<b>686.70</b>	<b>66,220.45</b>	<b>68.58</b>
项目	2019年12月31日				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	财务成新率(%)
房屋及建筑物	18,878.02	5,479.82	-	13,398.20	70.97
通用设备	1,876.01	1,130.00	-	746.00	39.77
专用设备	56,363.23	17,804.74	710.52	37,847.97	67.15
运输工具	390.58	315.56	-	75.03	19.21
<b>合计</b>	<b>77,507.83</b>	<b>24,730.11</b>	<b>710.52</b>	<b>52,067.20</b>	<b>67.18</b>
项目	2018年12月31日				
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	财务成新率(%)
房屋及建筑物	17,515.16	5,053.85	-	12,461.30	71.15
通用设备	1,550.45	954.88	-	595.57	38.41
专用设备	49,501.14	15,023.23	-	34,477.92	69.65
运输工具	352.38	298.06	-	54.32	15.41
<b>合计</b>	<b>68,919.13</b>	<b>21,330.02</b>	-	<b>47,589.11</b>	<b>69.05</b>

公司固定资产以专用设备、房屋及建筑物为主，与家具制造行业重资产的特点相适应。报告期内，公司通过生产线智能化提升改造，截至报告期末，固定资产整体财务成新率为 65.15%。

报告期末，公司专用设备分用途的明细情况如下：

单位：万元

资产名称	数量(台/套)	购入时间	购入原值	折旧年限	累计折旧	减值准备	净值	是否闲置
喷涂机	168	2009年8月-2021年6月	6,223.11	10年	2,082.23	183.05	3,957.83	部分
砂光机	185	2004年10月-2021年6月	4,721.34	10年	1,853.39	—	2,867.95	否

封边机	68	2009年9月-2021年5月	3,533.37	10年	1,117.07	—	2,416.30	否
立体仓库设备	4	2005年4月-2018年10月	2,554.03	10年	681.10	—	1,872.93	否
立体烘干窑	18	2017年4月-2020年6月	2,461.37	10年	626.05	—	1,835.32	否
干燥机	66	2011年10月-2021年4月	2,272.61	10年	364.99	—	1,907.62	否
垂直干燥房	20	2017年4月-2019年10月	2,207.52	10年	706.32	—	1,501.20	否
贴面压机	132	2001年12月-2020年9月	1,928.06	10年	965.96	—	962.10	否
裁板开料锯	163	2004年7月-2020年5月	1,857.68	10年	744.80	—	1,112.88	否
门挺加工机	16	2004年8月-2018年10月	1,733.41	10年	1,011.82	—	721.59	否
墙板生产线	6	2017年10月	1,649.57	10年	574.60	—	1,074.97	否
门套自动加工复合生产线	2	2019年1月-2020年6月	1,055.56	10年	242.34	—	813.22	否
贴脸线加工专机	4	2017年10月	1,000.00	10年	348.33	—	651.67	否
拼接裁切机	7	2017年7月-2017年10月	952.82	10年	314.58	—	638.24	否
组装系统	2	2016年12月-2017年10月	897.44	10年	262.87	—	634.57	否
喷漆系统	14	2006年7月-2020年12月	892.63	10年	250.37	214.07	428.19	部分
门扇线条生产线	3	2017年10月-2020年6月	769.28	10年	199.97	—	569.31	否
中央除尘系统	6	2020年8月	682.85	10年	81.09	—	601.76	否
钻孔中心	7	2018年4月-2018年7月	595.74	10年	174.33	—	421.41	否
组框机	38	2012年8月-2019年7月	494.80	10年	229.03	—	265.77	否
门套线料塔	2	2016年12月-2017年4月	345.30	10年	141.93	—	203.37	否
管道项目	1	2020年9月	154.01	10年	17.61	—	136.40	否
电控装置	1	2020年12月	106.55	10年	15.34	—	91.21	否
<b>合计</b>			<b>39,089.05</b>		<b>13,006.12</b>	<b>397.12</b>	<b>25,685.81</b>	

截至 2021 年 6 月 30 日，公司对因设备技术老化而闲置的 8 台喷涂机和 3 套喷漆系统等，固定资产原值 955.16 万元，累计折旧 409.18 万元，计提减值 502.51 万元。

## ②固定资产减值

2019 年末，公司将专用设备中坐落于 1 号、4 号车间内少数无法再利用的喷涂设备计提减值准备 710.52 万元；2021 年 6 月末，余额为 502.51 万元。

2019 年度，公司固定资产减值损失占当年利润总额的比例为 3.29%，对经营业绩影响较小。

### (3) 在建工程

报告期内各期末，在建工程余额分别为 13,749.36 万元、15,241.00 万元、686.68 万元及 1,378.55 万元，由于庆元新厂区结转固定资产，2020 年末在建工程余额大幅下降；2021 年 6 月末，由于先行实施募集资金投资项目“年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目”及“信息化建设项目”，余额有所提升。

报告期内，公司主要在建工程项目具体如下：

#### ①2021 年 6 月末

单位：万元

项目名称	预算数	期初余额	本期增加	转固定资产/ 无形资产	期末余额	工程进度
管理系统软件	-	187.56	-	44.03	143.53	-
庆元新厂区	22,610.00	139.88	384.30	156.80	367.38	94.00%
年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目	45,300.00	121.88	525.97	65.41	582.43	5.00%
信息化建设项目	6,300.00	62.70	137.43	84.72	115.42	3.50%
其他零星工程	-	174.66	25.46	30.33	169.79	-
<b>合计</b>		<b>686.68</b>	<b>1,073.15</b>	<b>381.28</b>	<b>1,378.55</b>	

#### ②2020 年度

单位：万元

项目名称	预算数	期初余额	本期增加	转固定资产/ 无形资产	期末余额	工程进度
管理系统软件	-	371.06	245.61	429.11	187.56	-
庆元新厂区	22,610.00	14,215.01	3,934.92	18,010.06	139.88	92.00%
年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目	45,300.00	-	1,448.69	1,326.82	121.88	3.00%
信息化建设项目	6,300.00	-	62.70	-	62.70	1.00%

其他零星工程	-	654.93	32.02	512.29	174.66	
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>15,241.00</b>	<b>5,723.95</b>	<b>20,278.28</b>	<b>686.68</b>	

③2019 年度

单位：万元

项目名称	预算数	期初余额	本期增加	转固定资产/ 无形资产	期末余额	工程进度
3 号车间改造项目	22,330.00	8,202.82	268.41	8,471.23	-	100.00%
管理系统软件	-	2,020.14	294.97	1,944.05	371.06	-
庆元新厂区	12,083.00	2,747.67	11,467.34	-	14,215.01	70.00%
展厅	-	614.99	1,228.73	1,843.73	-	-
其他零星工程	-	163.74	491.19	-	654.93	-
<b>合计</b>		<b>13,749.36</b>	<b>13,750.64</b>	<b>12,259.00</b>	<b>15,241.00</b>	

④2018 年度

单位：万元

项目名称	预算数	期初余额	本期增加	转固定资产/ 无形资产	期末余额	工程进度
3 号车间改造项目	22,330.00	13,768.39	2,035.55	7,601.12	8,202.82	85.00%
管理系统软件	-	2,867.35	90.44	937.65	2,020.14	-
6 号车间项目	-	-	1,725.00	1,725.00	-	-
庆元新厂区	12,083.00	-	2,747.67	-	2,747.67	20.00%
展厅	-	-	614.99	-	614.99	-
其他零星工程	-	25.05	138.70	-	163.74	-
<b>合计</b>		<b>16,660.79</b>	<b>7,352.35</b>	<b>10,263.78</b>	<b>13,749.36</b>	

报告期内，公司主要实施了 3 号车间改造项目、庆元新工厂建设项目、管理系统软件等，并完工投入使用，提升了公司智能化、自动化的生产、管理水平，从而提高了公司的经营效率。

截至报告期末，无明显迹象表明在建工程存在可收回金额低于账面价值的情形，故未计提减值准备。

(4) 无形资产

无形资产由土地使用权和商品化软件构成。报告期内各期末，无形资产

的账面价值分别为 4,139.20 万元、5,511.04 万元、5,220.80 万元及 5,168.52 万元，2019 年末较 2018 年末增长较大，主要系数夫 ERP 管理系统软件各模块陆续交付启用所致。

### (5) 其他非流动资产

报告期内各期末，公司其他非流动资产余额分别为 928.83 万元、651.46 万元、347.93 万元及 546.49 万元，占非流动资产比重分别为 1.37%、0.87%、0.47% 及 0.76%，主要系预付设备、工程款。

## (二) 负债情况

### 1、负债结构

报告期内各期末，公司负债主要为短期借款、应付票据、应付账款、预收款项（合同负债），构成情况如下：

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
<b>流动负债</b>	<b>54,979.72</b>	<b>98.19</b>	<b>71,698.77</b>	<b>98.94</b>	<b>64,772.97</b>	<b>98.84</b>	<b>81,833.41</b>	<b>100.00</b>
短期借款	-	-	5,000.58	6.90	5,403.00	8.24	10,000.00	12.22
应付票据	6,575.32	11.74	12,623.01	17.42	11,992.72	18.30	15,502.46	18.94
应付账款	14,939.96	26.68	18,803.23	25.95	17,605.80	26.87	20,343.05	24.86
预收款项	-	-	-	-	17,921.84	27.35	24,751.48	30.25
合同负债	20,758.71	37.07	20,268.42	27.97	-	-	-	-
应付职工薪酬	3,071.19	5.49	4,535.57	6.26	3,694.12	5.64	3,381.25	4.13
应交税费	1,281.04	2.29	1,618.81	2.23	2,416.36	3.69	1,012.04	1.24
其他应付款	5,656.04	10.10	6,399.18	8.83	5,739.13	8.76	6,843.14	8.36
其他流动负债	2,697.46	4.82	2,449.98	3.38	-	-	-	-
<b>非流动负债</b>	<b>1,012.80</b>	<b>1.81</b>	<b>770.00</b>	<b>1.06</b>	<b>760.00</b>	<b>1.16</b>	-	-
递延收益	1,012.80	1.81	770.00	1.06	760.00	1.16	-	-
<b>合计</b>	<b>55,992.52</b>	<b>100.00</b>	<b>72,468.77</b>	<b>100.00</b>	<b>65,532.97</b>	<b>100.00</b>	<b>81,833.41</b>	<b>100.00</b>

### 2、主要流动负债

#### (1) 短期借款

报告期内各期末，短期借款余额占负债总额的比例分别为 12.22%、8.24%、6.90%及 0，明细如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
抵押借款	-	5,000.58	5,002.42	10,000.00
保证借款	-	-	400.58	-
合计	-	5,000.58	5,403.00	10,000.00

报告期内，公司银行借款规模较小，信用记录良好，无逾期偿还情况。

### (2) 应付票据

报告期内各期末，公司应付票据余额情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
银行承兑汇票	6,575.32	12,623.01	11,992.72	15,502.46
合计	6,575.32	12,623.01	11,992.72	15,502.46

报告期内，公司使用银行承兑汇票支付货款，其中绝大多数为3个月。报告期末，公司无已到期未支付的应付票据。

### (3) 应付账款

#### ①应付账款余额构成情况

报告期内各期末，公司应付账款余额占负债总额的比例分别为24.86%、26.87%、25.95%及26.68%，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
应付货款	11,350.67	14,289.34	12,136.82	15,926.12
应付工程及设备款	3,273.38	4,071.05	4,677.31	3,863.84
应付费用类款项	315.91	442.84	791.68	553.09
合计	14,939.96	18,803.23	17,605.80	20,343.05

公司对于原材料供应商的货款结算政策，通常约定为当月 15 日就上月供货额对账、对账后次月 15 日至 20 日付款，故平均账期为 2 个月。



报告期内，公司实施了梦天股份三号智能车间改造、展厅以及庆元新厂区等工程，根据设备到货及工程进度进行暂估设备和工程应付款，合同结算周期较长，使得期末应付工程及设备余额较大。

截至报告期末，公司无应付关联方款项。

②应付账款余额账龄情况

报告期内各期期末，公司应付账款余额账龄结构如下：

账龄	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
1年以内	13,600.12	91.03	17,184.86	91.39	16,202.50	92.04	19,458.16	95.65
1—2年	975.92	6.53	1,187.73	6.32	1,176.42	6.68	766.52	3.77
2—3年	253.68	1.70	282.19	1.50	118.67	0.67	87.31	0.43
3年以上	110.24	0.74	148.45	0.79	108.21	0.61	31.05	0.15
合计	<b>14,939.96</b>	<b>100.00</b>	<b>18,803.23</b>	<b>100.00</b>	<b>17,605.80</b>	<b>100.00</b>	<b>20,343.05</b>	<b>100.00</b>

报告期内各期期末，公司1年以内应付账款余额占比分别为95.65%、92.04%、91.39%及91.03%，主要为应付原材料采购款。

报告期内各期期末，公司1年以上应付账款余额按性质划分情况如下：

单位：万元

2021年6月30日					
项目	1-2年	2-3年	3年以上	合计	占比(%)
应付工程及设备款	967.19	253.68	110.24	1,331.11	99.35
应付货款	8.19			8.19	0.61
应付费用类款项	0.54			0.54	0.04
小计	<b>975.92</b>	<b>253.68</b>	<b>110.24</b>	<b>1,339.84</b>	<b>100.00</b>
2020年12月31日					
项目	1-2年	2-3年	3年以上	合计	占比(%)
应付工程及设备款	1,077.75	282.19	148.45	1,508.39	93.20
应付货款	0.47			0.47	0.03
应付费用类款项	109.51			109.51	6.77
小计	<b>1,187.73</b>	<b>282.19</b>	<b>148.45</b>	<b>1,618.37</b>	<b>100.00</b>

2019年12月31日					
项目	1-2年	2-3年	3年以上	合计	占比(%)
应付工程及设备款	1,173.50	118.67	99.31	1,391.48	99.16
应付货款					
应付费用类款项	2.92		8.90	11.82	0.84
<b>小计</b>	<b>1,176.42</b>	<b>118.67</b>	<b>108.21</b>	<b>1,403.30</b>	<b>100.00</b>
2018年12月31日					
项目	1-2年	2-3年	3年以上	合计	占比(%)
应付工程及设备款	749.94	83.43	22.15	855.51	96.68
应付货款	16.59	3.89		20.47	2.31
应付费用类款项			8.90	8.90	1.01
<b>小计</b>	<b>766.52</b>	<b>87.31</b>	<b>31.05</b>	<b>884.89</b>	<b>100.00</b>

报告期内各期末，公司1年以上应付账款主要为工程设备款，系按工程设备合同约定结算（付款）时间尚未支付的工程暂估款和设备工程质保金。

报告期内，公司不存在超过合同约定付款时点的情形。

#### （4）预收款项、合同负债

2018年末、2019年末，预收款项余额分别为24,751.48万元、17,921.84万元；2020年末、2021年6月末，合同负债余额为20,268.42万元、20,758.71万元，均为预收货款。

报告期内，公司预收账款90%左右为预收经销商订单货款，少量为预收大宗工程客户及家装公司小B客户货款。

##### ①预收款项收取时点

###### A、经销商客户

报告期内，公司对经销商客户货款结算始终采用先款后货的模式，经销商客户订单确认后3—5天内全额支付货款；公司在收到全额货款后，安排生产、发货。

###### B、大宗工程客户

公司大宗工程渠道货款结算根据合同约定付款进度收取，一般公司预收一定比例的首付款，然后按照合同安排生产、发货、安装等。

### C、家装公司客户

公司对于业务零散的小型装修公司、项目经理、设计师家装渠道的客户（即小 B 客户），采取一单一结的结算方式；公司在确认订单，收到全额货款后，安排订单生产、发货。

### D、零星客户

零星客户预收款项主要为预收物料及废料货款。

#### ②收到预收款项到实际结算周期

经销商及小 B 客户，在订单管理系统中下单后，公司进行订单审核、确认订单产品工艺及大致交货期；对方在确认后 3—5 天内全额付款；公司收款后安排生产；生产完工后发货，同时公司通过订单管理系统向客户发出收货通知；公司安排物流公司送货至指定收货地；客户在订单管理系统中确认收货后，公司确认相应收入。

大宗工程客户，双方签订产品销售安装合同后，根据产品清单及客户进度在订单管理系统确认订单；收到客户按照合同约定的首付款后安排生产；产品交货并完成安装，经客户验收确认后，公司确认相应收入。

#### ③预收款项周转同行业对比

报告期内，公司与同行业可比上市公司的预收款项周转天数比较如下：

单位：天

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
江山欧派	24.65	28.45	37.31	32.62
索菲亚	36.51	30.90	25.26	25.13
欧派家居	46.15	34.22	32.41	41.57
顶固集创	20.89	16.82	10.45	10.45
行业平均	<b>32.05</b>	<b>27.60</b>	<b>26.36</b>	<b>27.44</b>
公司	<b>75.52</b>	<b>58.90</b>	<b>56.98</b>	<b>71.67</b>

注：预收账款周转天数=360\*预收账款平均余额/营业收入。

报告期内，公司预收款项周转速度总体有所加快，主要系公司自动化程度提高，主要产品产能分布均衡，生产周期加快所致。

报告期内，公司预收账款周转天数均高于可比上市公司，主要原因如下：

A、公司经销商模式的收入占比较大，对经销商均全额预收货款后下单生产，大部分经销在销售系统下单后，全额支付货款；同时经销商在下单前均会在公司账户预留结余款项，待下单后直接扣款；公司对大宗客户按照合同约定收取一定的预收货款后，安排下单生产，导致公司预收账款金额较大；

B、公司主导产品木门、水漆柜的生产周期较同行业上市公司的主导产品工程门、免漆柜等生产周期长；同时公司对经销商模式按照以收货收入确认，较同行业上市公司发货确认收入的时间长。

综上，由于销售模式占比、主导产品生产周期以及信用政策的不同导致公司预收账款周转天数长于同行业上市公司。

④前十大预收款项客户情况

报告期内各期末，前十大预收款项客户情况如下：

单位：万元

期 间	客 户 名 称	预收账款 余 额	期后是否确认 收入[注]	是否为前 十大客户	是否存 在退款	销售模式
2021.6.30	乌鲁木齐房地产开发 (集团)有限公司	598.84	否	否	否	大宗工程用户
	深圳恒大材料设备有 限公司	394.29	是	是	否	大宗工程用户
	北京星淼木业有限公 司	371.25	是	是	否	经销商
	葫芦岛坤泰新界房地 产开发有限公司	328.50	否	否	否	大宗工程用户
	谢凯泽	284.57	是	是	否	经销商
	河南伟博置业有限公 司	219.07	否	否	否	大宗工程用户
	王东尧	210.75	是	否	否	经销商
	胡剑跃	209.44	是	是	否	经销商
	聂建伟	179.32	是	否	否	经销商
	王洪	175.96	是	是	否	经销商

小计		2,971.99	-			
2020.12.31	深圳恒大材料设备有限公司	499.76	是	否	否	大宗工程客户
	胡剑跃	374.83	是	是	否	经销商
	蒋振超	320.07	是	是	否	经销商
	谢凯泽	254.18	是	是	否	经销商
	雷达	224.35	是	否	否	经销商
	北京星淼	219.48	是	是	否	经销商
	徐江平	180.66	是	是	否	经销商
	高小艳	179.34	是	否	否	经销商
	王东尧	173.43	是	否	否	经销商
	单晓波	168.89	是	是	否	经销商
小计		2,594.99	-			
2019.12.31	泰和华宇	664.56	是	是, 2020年前十大	否	大宗工程客户
	谢凯泽	302.26	是	是	否	经销商
	徐江平	209.70	是	是	否	经销商
	北京星淼	184.93	是	是	否	经销商
	江苏兴洋管业股份有限公司	181.82	是	否	否	大宗工程客户
	马群	157.19	是	否	否	经销商
	冉箭翎	150.04	是	否	否	经销商
	王洪	146.35	是	是	否	经销商
	赵国生	142.48	是	否	否	经销商
	单晓波	141.84	是	是, 2020年前十大	否	经销商
小计		2,281.17	-			
2018.12.31	谢凯泽	578.84	是	是	否	经销商
	北京星淼	289.25	是	是, 2019年前十大	否	经销商
	于宝军	279.49	是	是	否	经销商
	胡剑跃	271.54	是	是	否	经销商
	刘洁	266.84	是	否	否	经销商
	王洪	241.86	是	是	否	经销商
	徐江平	222.71	是	是	否	经销商
	常小飞	194.67	是	是, 2019年前十大	否	经销商

	吴晓莹	182.37	是	是	否	经销商
	聂建伟	173.15	是	否	否	经销商
小计		<b>2,700.73</b>	-			

注：期后收入确认时点为截至 2021 年 9 月 20 日。

报告期内各期末，前十大预收款项客户与公司当期及后一期前十大客户有一定匹配性，但并不完全一致，主要系客户下单、收款的时间与公司以产品收货或安装验收确认收入的时间存在差异导致。

#### (5) 应付职工薪酬

报告期内各期末，应付职工薪酬余额分别为3,381.25万元、3,694.12万元、4,535.57万元及3,071.19万元，主要系已计提尚未发放的薪酬。

#### (6) 应交税费

报告期内各期末，应交税费余额分别为1,012.04万元、2,416.36万元、1,618.81万元及1,281.04万元，主要系应交的企业所得税、增值税。

#### (7) 其他应付款

报告期内各期末，公司其他应付款余额占负债总额的比例分别为8.36%、8.76%、8.83%及10.10%，主要为押金保证金，系经销商首次签约时，按所在地区级别缴纳的品牌保证金。

#### (8) 其他流动负债

2020年末、2021年6月末，其他流动负债分别为2,449.98万元、2,697.46万元，分别为未终止确认已背书转让的商业承兑汇票及待转销项税额。

### 3、非流动负债

2019年末、2020年末及2021年6月末，非流动负债为递延收益，分别为760万元、770万元及1,012.80万元，系与资产相关的政府补助，具体如下：

内容	依据	到账时间	收款金额 (万元)	划分依据	计入当期损益 (万元)
<b>2021年6月末</b>					
工业发展资金技改项目补助	嘉善县经济和信息化局证明、《关于兑付 2018	2019-7-26	800.00	“技改项目”的政府补助	40.00

	年度工业发展资金（第二批）的通知》				
普通设备投资补助	《中共庆元县委庆元县人民政府关于2019年全县生态工业和商贸经济高质量发展奖励结果的通报》（庆委发[2020]11号）	2020-5-19	100.00	普通设备投资补助	5.00
普通设备100万以上补助、工业机器人补助、数字化改造补助	《中共庆元县委庆元县人民政府办公室关于2020年全县生态工业和商贸经济高质量发展奖励结果的通报》（庆委办发[2021]12号）	2021-1-21、2021-2-25、2021-4-20	303.79	设备投资补助	15.99
	<b>合计</b>		<b>1,203.79</b>		<b>60.99</b>
	<b>摊销后余额</b>		<b>1,012.80</b>		
<b>2020年末</b>					
工业发展资金技改项目补助	嘉善县经济和信息化局证明、《关于兑付2018年度工业发展资金（第二批）的通知》	2019-7-26	800.00	“技改项目”的政府补助	80.00
普通设备投资补助	《中共庆元县委庆元县人民政府关于2019年全县生态工业和商贸经济高质量发展奖励结果的通报》（庆委发[2020]11号）	2020-5-19	100.00	普通设备投资补助	10.00
	<b>合计</b>		<b>900.00</b>		<b>90.00</b>
	<b>摊销后余额</b>		<b>770.00</b>		
<b>2019年末</b>					
工业发展资金技改项目补助	嘉善县经济和信息化局证明、《关于兑付2018年度工业发展资金（第二批）的通知》	2019-7-26	800.00	“技改项目”的政府补助	40.00
	<b>合计</b>		<b>800.00</b>		<b>40.00</b>
	<b>摊销后余额</b>		<b>760.00</b>		

### （三）偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力的主要财务指标如下：

项目	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
流动比率（倍）	0.83	0.82	0.57	0.51
速动比率（倍）	0.56	0.66	0.42	0.34



资产负债率（母公司）（%）	48.93	55.30	58.20	74.23
<b>财务指标</b>	<b>2021年1-6月</b>	<b>2020年度</b>	<b>2019年度</b>	<b>2018年度</b>
息税折旧摊销前利润（万元）	10,363.60	26,827.35	28,759.62	15,920.19
利息保障倍数（倍）	2,686.64	117.69	50.10	24.54

## 1、偿债能力分析

随着公司盈利水平不断提升，报告期内各期末，母公司资产负债率逐年下降；报告期内，公司流动比率、速动比率逐年上升。

报告期内，公司流动比率、速动比率较低，原因为：由于公司对经销商实行全额预收货款，致使预收款项、合同负债占负债总额的比例较高，其他应付款项下的经销商保证金占比约为5%，而该两项负债属于沉淀资金，总体保持稳定；另外，公司仅对收入占比较小的家装及工程客户给予一定信用期，该两类客户回款情况良好，致使流动资产中的应收账款占用资金较少。因此，报告期内，公司实际的长、短期偿债能力及流动性均较好。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润充足，利息保障倍数较高，公司拥有充足的支付利息和偿还债务的能力。

## 2、与同行业可比上市公司比较分析

在家具制造业上市公司中，公司选取了与自身主营业务接近的从事木门、柜类或全屋定制的定制家具企业，作为同行业可比上市公司。其中，江山欧派主营产品以实木复合门和夹板模压门为主，主要供应工程门市场；索菲亚主营为“索菲亚”衣柜为核心的全屋定制，还包括司米定制橱柜、米兰纳 MILANA 定制木门、华鹤定制木门等；欧派家居主营产品为欧派橱柜、欧派衣柜、欧派卫浴、欧铂尼木门、欧铂丽橱柜、金属门窗等定制化整体家居产品；顶固集创主营产品为定制衣柜及配套家具、精品及智能五金、定制生态门。

报告期内各期末，公司与同行业可比上市公司长、短期偿债能力比较如下：

项目	2021年6月末			2020年末			2019年末			2018年末		
	流动比率（倍）	速动比率（倍）	母公司资产负债率	流动比率（倍）	速动比率（倍）	母公司资产负债率	流动比率（倍）	速动比率（倍）	母公司资产负债率	流动比率（倍）	速动比率（倍）	母公司资产负债率

江山欧派	1.79	1.46	51.31%	1.44	1.19	49.74%	1.45	1.08	47.29%	1.71	1.36	43.09%
索菲亚	1.36	1.18	42.66%	1.49	1.34	41.32%	1.69	1.51	32.22%	1.68	1.28	30.40%
欧派家居	1.25	1.09	59.14%	1.39	1.22	47.40%	1.97	1.11	46.90%	1.33	0.93	44.79%
顶固集创	1.45	1.11	44.61%	1.40	1.11	42.13%	2.02	1.61	32.07%	2.40	1.20	23.83%
行业平均	<b>1.46</b>	<b>1.21</b>	<b>49.43%</b>	<b>1.43</b>	<b>1.22</b>	<b>45.15%</b>	<b>1.78</b>	<b>1.33</b>	<b>39.62%</b>	<b>1.78</b>	<b>1.19</b>	<b>35.53%</b>
本公司	<b>0.83</b>	<b>0.56</b>	<b>48.93%</b>	<b>0.82</b>	<b>0.66</b>	<b>55.30%</b>	<b>0.57</b>	<b>0.42</b>	<b>58.20%</b>	<b>0.51</b>	<b>0.34</b>	<b>74.23%</b>

报告期内各期末，公司的流动比率、速动比率低于同行业上市公司平均，母公司资产负债率高于同行业上市公司平均，但公司的长、短期偿债能力均较高，主要系：公司经销商模式销售占比较高，预收款项比重较高，应收账款较低；另外，上述同行业可比上市公司已完成资本市场融资，资金充足。

#### （四）资产周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率、存货周转率及与同行业上市公司对比如下：

单位：次/年

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	应收账款周转率	存货周转率	应收账款周转率	存货周转率	应收账款周转率	存货周转率	应收账款周转率	存货周转率
江山欧派	5.26	4.32	6.75	5.16	6.38	4.42	6.21	4.70
索菲亚	10.02	9.73	10.89	12.74	13.97	15.01	23.20	15.48
欧派家居	23.75	11.85	26.93	11.58	35.12	11.65	53.94	9.91
顶固集创	6.00	3.66	6.17	3.68	7.58	3.93	9.91	4.30
行业平均	<b>11.26</b>	<b>7.39</b>	<b>12.68</b>	<b>8.29</b>	<b>15.76</b>	<b>8.75</b>	<b>23.31</b>	<b>8.60</b>
本公司	<b>55.16</b>	<b>5.96</b>	<b>62.79</b>	<b>9.06</b>	<b>66.85</b>	<b>8.78</b>	<b>57.40</b>	<b>7.93</b>

##### 1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率较高，呈小幅波动，主要系：公司采用应收账款结算的客户主要为大型家装公司（大B）及大宗工程客户，该两类客户合计收入占主营业务收入的比例仅为10%以下，造成应收账款规模较小所致。

##### 2、存货周转率

报告期内，公司的存货周转率总体呈上升趋势，主要系：

(1) 公司为减少资金占用，将线条、水性漆等大宗原材料采用零库存管理模式，随用随取，使得公司原材料备货规模适当；

(2) 随着三号智能车间、庆元新工厂的启用，公司生产工艺不断改进，生产效率提高，在产品规模减少，使得存货总量得以控制，加速了存货周转；

(3) 公司各主要产品产能分布逐步趋于合理，同一订单不同产品的交期趋于一致，从而缩短了存货占用时间；

(4) 近年来，公司学习“丰田”先进管理经验，积极采纳并奖励员工的合理化建议，在物料综合利用、减少和杜绝物料浪费上，取得较大成效。

### 3、与同行业可比上市公司比较分析

#### (1) 应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率高于行业平均水平，主要系公司主要通过经销商模式开展业务，对经销商及小型家装公司客户采取全额预收款政策，应收账款余额较小。

#### (2) 存货周转率

报告期内，公司存货周转率总体低于索菲亚、欧派家居，但高于江山欧派、顶固集创，主要系：

①公司主导产品木门的生产周期较索菲亚、欧派家居的主导产品衣柜、橱柜长；公司收入确认时间较长，采用经销商确认收货作为收入确认时点，而索菲亚采用发货即确认收入，欧派家居采用送货至指定交货地点、或是经销商自行提货时确认收入。因此，报告期内，公司存货周转率整体低于索菲亚、欧派家居。

②江山欧派主要面对大宗工程客户，工程门销售占比较高，该产品标准化程度高，批量大，需要适当备货，且安装、验收周期长，其存货周转率较低；

③顶固集创的五金件标准化程度高，需要提前备货，加之其大宗工程客户销售比重增加，存货备货规模进一步增加，降低了其存货周转率。

## 二、盈利能力分析

### (一) 营业收入

#### 1、营业收入分析

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
主营业务收入	52,244.75	97.04	119,990.20	97.81	131,387.58	97.46	131,560.68	97.85
其他业务收入	1,592.92	2.96	2,685.25	2.19	3,417.65	2.54	2,895.71	2.15
<b>合计</b>	<b>53,837.68</b>	<b>100.00</b>	<b>122,675.45</b>	<b>100.00</b>	<b>134,805.23</b>	<b>100.00</b>	<b>134,456.39</b>	<b>100.00</b>

公司主营业务突出，主营业务收入占营业收入的比例均在 97% 以上；其他业务收入主要系改单费、订单取消费、物料及废品销售收入、主动营销服务费等。

报告期内，公司营业收入保持稳定，略有下降，主要系：

(1) 精装房交付政策及行业销售渠道多元化的影响下，公司以经销商渠道为主的零售模式受到一定冲击；(2) 定制家居品牌商纷纷进军全屋定制领域，公司木门类产品市场竞争加剧；(3) 疫情对公司 2020 年经销商业务影响较大。

通过经销商渠道下沉、扩充整体家居品类、扩大单个终端客户的客单值，公司 2019 年度营业收入与 2018 年度基本保持稳定；2020 年度，虽然受疫情有所影响，但公司柜类、墙板销售收入回升较快，并实现增长，使得营业收入同比下滑幅度不大。

#### 2、主营业务收入分析

##### (1) 分产品的主营业务收入

报告期内，公司对木门类、柜类、墙板等产品进行各种矩阵组合，实现了多个系列的风格搭配，实施公司的全屋定制战略。

##### ①分产品的主营业务收入情况

报告期内，公司主营业务收入按产品品种分部的情况如下：

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	单价(元)	销量(万扇、万平米、万平方米)	收入(万元)	单价(元)	销量(万扇、万平米、万平方米)	收入(万元)	单价(元)	销量(万扇、万平米、万平方米)	收入(万元)	单价(元)	销量(万扇、万平米、万平方米)	收入(万元)
木门类	-	-	32,443.42	-	-	82,456.83	-	-	97,297.32	-	-	101,214.67
其中：门扇	704.70	17.29	12,183.23	724.45	41.43	30,015.15	798.87	45.61	36,439.67	774.15	50.95	39,440.87
门套	79.85	141.61	11,307.79	82.10	353.60	29,030.82	87.76	383.19	33,628.50	86.59	401.07	34,728.82
线条	25.47	351.44	8,952.41	26.44	885.55	23,410.86	28.43	957.81	27,229.15	27.40	987.12	27,044.98
柜类	298.69	33.90	10,124.97	334.99	59.59	19,961.34	381.61	45.83	17,490.78	367.48	41.32	15,183.24
墙板	463.71	16.51	7,656.26	453.98	31.64	14,365.77	525.16	24.83	13,039.97	539.52	21.94	11,839.19
其他家具	-	-	2,020.11	-	-	3,206.26	-	-	3,559.51	-	-	3,323.58
合计	-	-	<b>52,244.75</b>	-	-	<b>119,990.20</b>	-	-	<b>131,387.58</b>	-	-	<b>131,560.68</b>

2019年度，公司主营业务收入基本保持稳定；2020年度，受公司产品风格持续向简约型转移以及疫情影响有所下滑；2021年1-6月，同比大幅上升。

其中：报告期内，受行业销售渠道多元化及公司整体家居均衡发展战略影响，公司木门类销售收入及占比有所下滑；凭借在木门领域的丰富经验，公司成功切入柜类、墙板，形成门墙柜一体化的风格系列，使得柜类、墙板的销售收入逐年递增。

## ②分产品的主营业务收入变动分析

### A、因素分析

2019年度、2020年度及2021年1-6月，公司主要产品收入变动因素分析如下：

单位：万元

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度		
	销量影响额	单价影响额	收入变动额	销量影响额	单价影响额	收入变动额	销量影响额	单价影响额	收入变动额
木门类	9,307.92	-1,715.56	7,592.36	-7,992.02	-6,848.49	-14,840.49	-6,480.32	2,562.97	-3,917.35
其中：门扇	3,703.31	-823.11	2,880.19	-3,341.10	-3,083.42	-6,424.52	-4,128.62	1,127.42	-3,001.20
门套	3,237.55	-312.31	2,925.24	-2,596.68	-2,001.01	-4,597.68	-1,548.70	448.37	-1,100.32
线条	2,367.06	-580.14	1,786.93	-2,054.24	-1,764.06	-3,818.29	-803.00	987.18	184.17

柜类	4,607.19	-763.42	3,843.77	5,248.54	-2,777.98	2,470.56	1,659.78	647.76	2,307.54
墙板	3,118.75	363.63	3,482.38	3,578.22	-2,252.42	1,325.80	1,557.47	-356.69	1,200.78
其他家具	-	797.59	797.59	-	-353.25	-353.25	-	235.93	235.93
合计	17,033.86	-1,317.76	15,716.09	834.74	-12,232.14	-11,397.38	-3,263.07	3,089.97	-173.10

注：销量变动影响额=（本期销量-上期销量）×上期单价；单价变动影响额=（本期单价-上期单价）×各产品本期销量

2019 年度，公司主营业务收入基本保持稳定，主要系：公司主动调价及增值税率下调 3% 影响，致使公司除墙板外的主要产品单价上升，贡献收入 3,089.97 万元；木门类产品销量下降幅度较大，在抵消柜类、墙板的销量上升带来的收入增长后，仍使得收入下降 3,263.07 万元。

2020 年度，公司主营业务收入下降 11,397.38 万元，主要系公司产品结构持续向适合消费主体的单价较低的简奢型产品转移，同时 2020 年 2-4 月疫情期间，公司为扶持经销商实行 91 折促销，使得公司各类产品销售单价均有所下降所致。

2021 年 1-6 月，公司经营状况稳定，与受疫情影响较大的 2020 年上半年相比，主要产品销量快速提升，贡献收入 17,033.86 万元，抵消因简奢型产品占比增加而单价下降影响后，仍使主营业务收入增长 15,716.09 万元。

### B、与同行业可比公司比较

报告期内，公司与同行业可比上市公司的主营业务收入变动比较如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
江山欧派	140,698.07	32.49%	301,151.50	48.60%	202,663.14	57.98%	128,287.47
索菲亚	429,992.39	68.30%	835,283.23	8.67%	768,607.68	5.13%	731,089.22
欧派家居	820,017.95	65.14%	1,473,969.02	8.91%	1,353,336.02	17.59%	1,150,938.65
顶固集创	52,242.88	69.71%	87,239.20	-6.17%	92,972.88	11.93%	83,065.88
<b>本公司</b>	<b>52,244.75</b>	<b>43.02%</b>	<b>119,990.20</b>	<b>-8.67%</b>	<b>131,387.58</b>	<b>-0.13%</b>	<b>131,560.68</b>

报告期内，公司与同行业可比公司收入变动趋势存在一定差异，主要系各公司间经销商模式收入占比及进行多品类发展的范围和程度不同所致。其中：

a、江山欧派以大宗工程业务为主，受益于新建住宅精装交付政策，营业收入逐年大幅增长，但其经销商收入规模较小，并有所波动；

b、公司与其余三家公司均以经销商模式为主，但大宗工程业务收入占比为最低，收入变动比较情况如下：

1) 索菲亚通过发展大宗工程业务以及新开店等方式，同时从衣柜向橱柜、木门等品类扩展，致使 2019 年度营业收入实现增长；因其规模体量大，2020 年度较快从疫情中恢复，实现增长；

2) 欧派家居打造“橱柜+”全新商业模式，其规模体量大，大家居全品类发展成为拉动其收入增长的重要动力，致使营业收入 2019 年度增长较快，2020 年度较快从疫情中恢复，实现增长。

3) 顶固集创推出门墙、橱柜产品系列，并发展大宗工程业务，致使 2019 年度营业收入有所增长；2020 年度，因其规模体量较小，受疫情影响较大，营业收入有所下滑；

4) 公司经销商模式收入占比最高，受零售渠道客源被分流的影响最大，但通过门墙柜一体化的多品类发展、提升单个终端客户的客单值，使得 2019 年营业收入保持稳定；2020 年较快从疫情中恢复，营业收入下滑幅度较小。

5) 2021 年 1-6 月，公司与同行业可比公司的收入同比均实现大幅增长。

因此，报告期内，公司收入波动与同行业可比公司存在差异是合理的。

## (2) 主要产品收入变动分析

### ①木门类产品

公司木门类产品主要包括门扇及其衍生品门套、线条等，按照客户需求由不同规格型号、不同尺寸、不同颜色材质组合而成。因终端客户个性化需求，公司门扇、门套、线条产品在数量、尺寸、型号上并不成套，三者销售数量变动幅度不一致，并不构成固定比例的关系，故将木门类产品按门扇、门套、线条单独分析如下：

#### A、门扇



a、门扇收入变动因素分析

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
销售收入（万元）	12,183.23	30,015.15	36,439.67	39,440.87
销售收入变动率	30.96%	-17.63%	-7.61%	-
销量（扇）	172,886	414,319	456,142	509,473
平均销售单价（元/扇）	704.70	724.45	798.87	774.15
销量变动对营业收入的影响额（万元）	3,703.26	-3,341.10	-4,128.62	-
销售单价变动对营业收入的影响额（万元）	-823.06	-3,083.42	1,127.42	-
<b>累计影响额（万元）</b>	<b>2,880.20</b>	<b>-6,424.52</b>	<b>-3,001.20</b>	-

报告期内，公司门扇销售收入总体下降，主要系销量下降所致。2019年度，公司门扇销量下降，抵消公司因自主提价以及增值税税率下调带来的销售单价上升的影响后，仍使得门扇收入下降；2020年度，疫情期间，家装行业需求及生产能力均有所下降，同时公司让利促销及增大平板门等销售占比，门扇销售量及平均单价双双下降，导致门扇收入下降幅度较大；2021年1-6月，公司平板门等简奢型产品销量持续增加，使得门扇的平均单价进一步降低，但门扇销量同比增幅较大，使得门扇收入大幅增加。

b、门扇细分产品收入变动分析

报告期内，门扇细分产品收入变动情况如下：

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	销量 (扇)	单价 (元/扇)	收入 (万元)	销量 (扇)	单价 (元/扇)	收入 (万元)	销量 (扇)	单价 (元/扇)	收入 (万元)	销量 (扇)	单价 (元/扇)	收入 (万元)
木质复合门	64,005	765.36	4,898.66	203,654	748.61	15,245.74	338,625	770.23	26,081.91	419,282	729.84	30,600.88
平板门	100,893	608.59	6,140.22	182,835	604.77	11,057.31	79,939	648.65	5,185.24	35,842	551.68	1,977.33
全木门	4,793	1,383.27	663.00	20,747	1,279.43	2,654.43	32,669	1,322.23	4,319.59	46,771	1,262.98	5,907.08
非标门	3,191	1,505.05	480.26	7,030	1,485.72	1,044.46	4,671	1,621.54	757.42	6,982	1,162.21	811.46
原木门	4	2,717.92	1.09	53	2,489.01	13.19	238	2,949.39	70.20	596	2,417.65	144.09
<b>小计</b>	<b>172,886</b>	<b>704.70</b>	<b>12,183.23</b>	<b>414,319</b>	<b>724.45</b>	<b>30,015.34</b>	<b>456,142</b>	<b>798.87</b>	<b>36,414.37</b>	<b>509,473</b>	<b>774.15</b>	<b>39,440.84</b>

2019年度，公司因对加档产品加价、增值税下调3%影响，致使各门扇细分产品单价同比上升幅度较大；2020年度，公司产品整体向简奢型方向发展，同时疫情期间对经销商让利促销，致使各门扇细分产品单价明显回落。

因切合年轻消费主体的品味及消费能力，平板门销量大幅提升；木质复合门为公司传统优势品种，但随着消费主体的部分需求向平板门等转移，销量有所下滑；全木门、原木门因定位高端、面向小众消费群体，故公司定价较高，销量下降明显；非标门销量呈先降后升态势，其中：2020 年度，公司扩充非标门新品种，并通过外购成品等方式来满足需求，使得销量有所回升。

c、单价及变动趋势与市场同类产品对比

2018—2020 年度，公司木质复合门、平板门平均单价与市场同类产品对比如下：

单位：元/樘

可比公司	产品类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
江山欧派	实木复合门	1,129.05	1,088.34	1,163.42
索菲亚	木门	1,847.20	1,840.33	2,342.40
欧派家居	木门	1,208.03	1,044.22	1,050.12
本公司[注]	木质复合门	1,491.00	1,565.64	1,507.49
	平板门	1,347.16	1,444.06	1,329.33

注：本公司按 1 扇门扇、5.5 米门套和 11 米线条折算为 1 樘门

由于同行业可比公司未披露 2021 年上半年产品单价，故未作比较。

2018—2020 年度，公司木质复合门、平板门平均单价高于江山欧派、欧派家居同类产品，但低于索菲亚，处于行业中等水平，主要系：

1) 公司“梦天”木门品牌知名度高，用材一般较好，以实木为主，使用水性漆等，故定价高于江山欧派及欧派家居。其中：公司木质复合门大多采用圆棒榫卯结构工艺，而公司平板门与上述同类产品一致，采用平板框架结构。

2) 索菲亚主要为华鹤木门，该产品定位高端，与公司中高端木门定位类似，故其单价高于公司木质复合门、平板门的平均单价。

2018—2020 年度，公司与同行业可比公司的同类产品单价变动均向中等价位转移，其中：公司木质复合门、平板门价位适中，基本保持稳定，而价位较低的江山欧派、欧派家居的实木复合门略有上涨，定位高端的索菲亚木门单价有所下降，均为了满足市场规模较大的中等收入人群需求所致。

因此，公司木质复合门、平板门的平均单价及变动趋势与上述市场同类产品相比略有差异，具有合理性。

## B、门套

### a、门套收入变动分析

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
销售收入（万元）	11,307.79	29,030.82	33,628.50	34,728.82
销售收入变动率	34.90%	-13.67%	-3.17%	-
销量（万米）	141.61	353.60	383.19	401.07
平均销售单价（元/米）	79.85	82.10	87.76	86.59
销量变动对营业收入的影响额（万元）	3,237.94	-2,596.68	-1,548.70	-
销售价格变动对营业收入的影响额（万元）	-312.70	-2,001.01	448.37	-
<b>累计影响额（万元）</b>	<b>2,925.24</b>	<b>-4,597.68</b>	<b>-1,100.32</b>	-

报告期内，公司门套销量与门扇同步变动。2019年度，公司门套销量下降，抵消销售单价上升的影响后，仍使得门套收入下降 1,100.32 万元；2020年度，受疫情让利促销及内部结构调整等影响，门套平均单价与销量双重下降，导致门套收入下降 4,597.68 万元；2021年 1-6 月，门套平均单价略有下降，但销量大幅回升，使得收入同比大幅增长。

### b、门套细分产品收入变动分析

报告期内，门套细分产品收入变动情况如下：

产品类型	2021年 1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	单价 (元/米)	销量 (万米)	收入 (万元)	单价 (元/米)	销量 (万米)	收入 (万元)	单价 (元/米)	销量 (万米)	收入 (万元)	单价 (元/米)	销量 (万米)	收入 (万元)
刨花板门套	56.84	33.36	1,896.14	65.19	155.20	10,117.96	69.80	173.91	12,138.46	64.06	93.62	5,997.11
全木板门套	86.94	108.25	9,411.65	95.33	198.40	18,912.86	102.69	209.28	21,490.04	93.45	307.45	28,731.71
<b>小计</b>	<b>79.85</b>	<b>141.61</b>	<b>11,307.79</b>	<b>82.10</b>	<b>353.60</b>	<b>29,030.82</b>	<b>87.76</b>	<b>383.19</b>	<b>33,628.50</b>	<b>86.59</b>	<b>401.07</b>	<b>34,728.82</b>

2019年度，门套细分产品主要受调价及增值税税率下调影响，单价有所上升，但由于全木板门套销量下降较快，使得门套收入有所下滑；2020年度，由于疫情打折及各细分产品销量下降等影响，使得门套收入进一步下降；2021年 1-6 月，公司主营业务恢复正常，门套细分产品销量大幅上升，致使门套收入同

比大幅上升。

### C、线条

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
销售收入（万元）	8,952.41	23,410.86	27,229.15	27,044.98
销售收入变动率	24.94%	-14.02%	0.68%	-
销量（万米）	351.44	885.55	957.81	987.12
平均销售单价（元/米）	25.47	26.44	28.43	27.40
销售量变动对营业收入的影响额（万元）	2,368.27	-2,054.24	-803.00	-
销售单价变动对营业收入的影响额（万元）	-581.34	-1,764.06	987.18	-
<b>累计影响额（万元）</b>	<b>1,786.93</b>	<b>-3,818.29</b>	<b>184.17</b>	

报告期内，公司线条的销量与其他木门类产品（门扇、门套）变动一致，总体有所下降。2019年度，公司线条销售单价上升，抵消销售量下降的影响后，仍使线条收入略有上升；2020年度，同样受疫情让利促销及内部结构调整等影响，线条平均单价与销售量双双下降，导致线条收入下降较快；2021年1-6月，同样因单价略有下降，但销量大幅回升，使得线条收入同比实现增长。

### D、与同类可比公司门类收入变动分析

报告期内，公司与同行业可比上市公司的木门销量、平均单价比较如下：

项目	2021年1-6月[注2]			2020年度			2019年度			2018年度		
	销量 (万樘)	单价 (元/樘)	收入 (万元)	销量 (万樘)	单价 (元/樘)	收入 (万元)	销量 (万樘)	单价 (元/樘)	收入 (万元)	销量 (万樘)	单价 (元/樘)	收入 (万元)
江山欧派 其中：实木复合门	-	-	34,648.27	69.80	1,129.05	78,807.69	62.57	1,088.34	68,097.43	38.70	1,163.42	45,024.35
模压门	-	-	79,354.39	237.95	752.58	179,076.41	158.60	708.41	112,353.83	123.78	609.81	75,482.28
索菲亚	-	-	17,153.06	15.80	1,847.20	29,185.76	10.21	1,840.33	18,789.77	6.75	2,342.40	15,811.20
欧派家居	-	-	45,664.97	63.81	1,208.03	77,084.39	57.21	1,044.22	59,739.83	45.20	1,050.12	47,465.42
<b>本公司 [注1]</b>	<b>22.78</b>	<b>1,424.04</b>	<b>32,443.42</b>	<b>56.21</b>	<b>1,466.83</b>	<b>82,456.83</b>	<b>61.03</b>	<b>1,594.28</b>	<b>97,297.32</b>	<b>65.22</b>	<b>1,551.80</b>	<b>101,214.67</b>

注1：由于公司木门类产品门扇、门套及线条并不成套，故此处销量为木门类收入÷1樘门折算单价测算而来；

注2：同行业可比公司未披露2021年1-6月木门的销量、单价。

2018—2020年度，公司木门类收入受销量下降而逐年下滑，而同行业可比

公司的销量及木门收入均逐年增加，两者变动趋势不一致的原因主要为：江山欧派以大宗工程业务为主，受益于精装房交付政策，销量持续大幅上涨；索菲亚、欧派家居大宗业务持续增长，且 2020 年该类收入占比分别为 18.08%、18.49%，远高于公司的 5.94%。

2018—2020 年度，公司木门类产品销量逐年下降，主要系：a、精装房交付政策及行业销售渠道多元化的影响下，公司经销商模式收入占比最高，故受到的冲击最大；b、随着整体家居理念不断深入，索菲亚、欧派家居等定制家居行业的品牌商从其他家居品类扩展至木门领域，公司在柜类、墙板收入不断增长的同时，传统的木门类产品市场竞争加剧；c、公司收入规模较小，疫情对 2020 年经销商业务影响较大。

2021 年 1-6 月，公司及同行业可比公司的木门收入同比均实现大幅增长。

因此，报告期内，公司木门类产品收入变动与同行业可比公司存在差异具有合理性。

## ②柜类

### A、柜类收入变动分析

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入（万元）	10,124.97	19,961.34	17,490.78	15,183.24
销售收入变动率	61.19%	14.12%	15.20%	-
销量（万平方米）	33.90	59.59	45.83	41.32
平均销售单价（元/平方米）	298.69	334.99	381.61	367.48
销量变动对营业收入的影响额（万元）	4,607.15	5,248.54	1,659.78	-
销售单价变动对营业收入的影响额（万元）	-763.38	-2,777.98	647.76	-
<b>累计影响额（万元）</b>	<b>3,843.77</b>	<b>2,470.56</b>	<b>2,307.54</b>	-

报告期内，公司柜类产品销售收入逐年上升，主要系受益于整体家居战略深化，公司柜类产品销量逐年递增所致。其中，2020 年度公司在疫情期间让利促销以及免漆柜、平板柜门等收入占比增加，2021 年 1-6 月免漆柜、平板柜门等收入占比进一步增加，使得柜类平均单价有所下降。

### B、柜类细分产品收入变动分析

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	单价 (元/平方米)	销量 (万平方米)	收入 (万元)	单价 (元/平方米)	销量 (万平方米)	收入 (万元)	单价 (元/平方米)	销量 (万平方米)	收入 (万元)	单价 (元/平方米)	销量 (万平方米)	收入 (万元)
水漆柜	378.24	22.31	8,437.39	402.02	42.99	17,282.84	403.20	41.77	16,841.66	373.83	40.19	15,024.23
免漆柜	145.59	11.59	1,687.58	161.38	16.60	2,678.91	159.74	4.07	650.14	140.31	1.12	157.15
小计	<b>298.69</b>	<b>33.90</b>	<b>10,124.97</b>	<b>334.99</b>	<b>59.59</b>	<b>19,961.34</b>	<b>381.61</b>	<b>45.83</b>	<b>17,490.78</b>	<b>367.48</b>	<b>41.31</b>	<b>15,183.24</b>

2019年度，柜类细分产品单价及销量均有所增长，导致柜类收入增长15.20%；2020年度，柜类细分产品单价基本保持不变，销量均有所增长，其中：免漆柜销量大幅增长，致使柜类收入总体增长14.12%；2021年1-6月，柜类细分产品的单价因进一步向简奢型转移均有所下降，但由于销量均大幅增长，导致柜类收入大幅增长。

### C、单价及变动趋势与市场同类产品对比情况

2018—2020年度，公司柜类产品平均单价与市场同类产品对比如下：

单位：元/平方米

可比公司	产品类型	2020年度	2019年度	2018年度
欧派家居	整体衣柜[注]	3,073.65	3,117.15	3,052.69
索菲亚	衣柜及配件	167.83	153.47	148.43
顶固集创	定制衣柜及配套家具	185.89	193.27	188.01
本公司	水漆柜	402.02	403.20	373.83
	免漆柜	161.38	159.74	140.31

注：欧派家居整体衣柜计量单位为元/套

公司柜类主要为大部分采用实木材质的水漆柜，可比上市公司主要为免漆刨花板为主的免漆柜，故公司柜类的平均单价较高。对比免漆柜，公司与索菲亚差别不大，略低于顶固集创；由于计量单位不同，与欧派家居的整体衣柜不具有可比性。

2018—2020年度，公司免漆柜的单价变动与索菲亚一致，逐年上涨；而其余两家公司单价呈现先升后降态势。其中，2020年度，顶固集创加大了销售折扣力度，使得平均单价有所下降。

因此，公司柜类的平均单价及变动趋势与上述市场同类产品相比略有差异，具有合理性。

### ③墙板

#### A、墙板收入变动分析

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
销售收入（万元）	7,656.26	14,365.77	13,039.97	11,839.19
销售收入变动率	83.43%	10.17%	10.14%	-
销量（万平方米）	16.51	31.64	24.83	21.94
平均销售单价（元/平方米）	463.71	453.98	525.16	539.52
销量变动对营业收入的影响额（万元）	3,118.80	3,578.22	1,557.47	-
销售单价变动对营业收入的影响额（万元）	363.58	-2,252.42	-356.69	-
<b>累计影响额（万元）</b>	<b>3,482.38</b>	<b>1,325.80</b>	<b>1,200.78</b>	-

报告期内，同样受益于公司整体家居、多品类发展战略，公司墙板销售收入随销量增加而逐年递增；2018—2020年度，单价逐年降低，主要系受平墙板与造型墙板的销量此升彼减的影响所致，其中，2020年度，叠加疫情期间让利经销商等影响，导致墙板单价下降较快；2021年1-6月，墙板平均单价与销量双双提升，使得墙板收入大幅增加。

#### B、墙板细分产品收入变动分析

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	单价 (元/平方米)	销量 (万平方米)	收入 (万元)	单价 (元/平方米)	销量 (万平方米)	收入 (万元)	单价 (元/平方米)	销量 (万平方米)	收入 (万元)	单价 (元/平方米)	销量 (万平方米)	收入 (万元)
造型墙板	647.37	3.02	1,954.27	638.26	8.01	5,114.39	725.06	10.10	7,324.58	705.54	11.27	7,953.50
平墙板	422.62	13.49	5,701.99	391.51	23.63	9,251.38	388.01	14.73	5,715.39	364.17	10.67	3,885.69
<b>小计</b>	<b>463.71</b>	<b>16.51</b>	<b>7,656.26</b>	<b>453.98</b>	<b>31.64</b>	<b>14,365.77</b>	<b>525.16</b>	<b>24.83</b>	<b>13,039.97</b>	<b>539.52</b>	<b>21.94</b>	<b>11,839.19</b>

2019年度，由于平墙板的销量递增，抵消造型墙板销量下降的影响后，仍带动墙板总体销量上升；同时，墙板各细分产品单价均有所上升，致使当年收入增长较快。

2020年度，造型墙板中70mm线条、50mm线条的产品销量均有所下降，而



35mm线条的产品上升，造成造型墙板单价、销量双重下降，但由于平墙板销量大幅增长，且单价保持稳定，致使墙板总体收入实现增长；

2021年1-6月，由于平墙板的销量增长较快，同时，造型墙板、平墙板的单价均有所上升，使得收入增长较快。

墙板在同行业上市公司中尚无同类产品可比。

### (3) 分销售模式主营业务收入

报告期内，公司按销售模式划分的主营业务收入及变动情况如下：

销售模式	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度	
	金额 (万元)	变动率 (%)	占比 (%)	金额 (万元)	变动率 (%)	占比 (%)	金额 (万元)	变动率 (%)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
经销商	48,681.83	51.77	93.18	111,452.76	-8.87	92.88	122,304.65	1.83	93.09	120,111.27	91.30
家装公司	504.84	-10.70	0.97	1,414.40	-69.32	1.18	4,610.50	-39.09	3.51	7,568.99	5.75
大宗工程业务	3,058.08	-21.31	5.85	7,123.04	59.27	5.94	4,472.43	15.26	3.40	3,880.42	2.95
合计	<b>52,244.75</b>	<b>43.02</b>	<b>100.00</b>	<b>119,990.20</b>	<b>-8.67</b>	<b>100.00</b>	<b>131,387.58</b>	<b>-0.13</b>	<b>100.00</b>	<b>131,560.68</b>	<b>100.00</b>

公司通过布局多元化的销售渠道，产品多品类均衡发展，以应对精装交付政策、定制家居行业客流多渠道分流及整体家居的发展变化。

2019年度、2020年度，公司经销商模式收入呈基本稳定、略有下滑的态势，家装公司模式收入同比下滑幅度较大，而大宗工程业务收入上升态势明显；2021年1-6月，公司经销商模式收入较快从疫情回升，同比大幅增长。

三种销售模式呈现不同变动趋势及幅度的原因为：

#### ①经销商模式

报告期内，经销商模式是公司最重要的销售模式，占主营业务收入的比重在90%以上；截至报告期末，公司发展了遍布全国的1,117家经销商专卖店，贴近终端客户提供产品和服务。

#### A、经销商收入呈现上述变动趋势及幅度的原因

报告期内，公司通过实施简奢型的门墙柜一体化的整体木作战略，并将渠道网点下沉到四、五线城镇，以保障经销商模式收入的稳定性。

a、实施整体木作战略，提升单一客户的客单值

报告期内，公司经销商收入的产品分布情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	金额 (万元)	变动率 (%)	金额 (万元)	变动率 (%)	金额 (万元)	变动率 (%)	金额 (万元)
木门类	29,169.07	33.34	76,008.26	-14.97	89,385.41	-1.10	90,382.85
柜类	9,998.31	83.94	18,886.68	11.17	16,989.08	13.60	14,955.67
墙板	7,585.85	93.14	13,646.46	7.41	12,704.45	10.40	11,507.96
其他家具	1,928.60	130.17	2,911.36	-9.75	3,225.71	-1.20	3,264.79
合计	<b>48,681.83</b>	<b>51.77</b>	<b>111,452.76</b>	<b>-8.87</b>	<b>122,304.65</b>	<b>1.83</b>	<b>120,111.27</b>
单一客户客单值	<b>1.3300</b>	<b>-0.95</b>	<b>1.3427</b>	<b>-4.30</b>	<b>1.4030</b>	<b>5.22</b>	<b>1.3334</b>

报告期内，公司通过实施整体家居战略，从木门向整体木作多品类扩展，使得柜类、墙板收入实现增长，整体提升了公司单一客户的客单值，分别为1.3334万元、1.4030万元、1.3427万元及1.3300万元。其中：2020年度、2021年1-6月，主要受公司产品风格向简约型转移影响，客单值略有下滑。

通过上述举措，2019年度、2020年度，经销商模式总收入变动幅度分别为1.83%、-8.87%，低于木门类收入的下降幅度1.10%、14.97%；2021年1-6月，经销商模式收入增长幅度为51.77%，高于木门类收入的增长幅度33.34%。

b、通过渠道网点下沉，稳固经销商收入总体规模

报告期内，经销商收入按地区级别的分布情况如下：

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	平均家数 (家)	收入 (万元)	占比 (%)	平均家数 (家)	收入 (万元)	占比 (%)	平均家数 (家)	收入 (万元)	占比 (%)	平均家数 (家)	收入 (万元)	占比 (%)
A级	32.00	5,760.74	11.83	31.50	13,127.95	11.78	31.00	16,500.34	13.49	31.00	17,962.14	14.95
B级	225.00	15,685.26	32.22	232.00	35,576.44	31.92	238.00	39,186.47	32.04	237.50	40,867.06	34.02
C级	723.00	27,235.84	55.95	743.50	62,748.37	56.30	730.00	66,617.84	54.47	687.50	61,282.07	51.02
合计	<b>980.00</b>	<b>48,681.83</b>	<b>100.00</b>	<b>1,007.00</b>	<b>111,452.76</b>	<b>100.00</b>	<b>999.00</b>	<b>122,304.65</b>	<b>100.00</b>	<b>956.00</b>	<b>120,111.27</b>	<b>100.00</b>

注：2020年度、2021年1-6月，部分经销商因处于换商阶段而减少。

报告期内，公司经销商模式的收入结构有所调整：受整装及精装交付政策影响，A级（主要为直辖市、省会、副省会级等一、二线城市）、B级（主要

为地市级等三线城市)的经销商收入有所下降,而C级(主要为县、区级等四、五线城镇)经销商因网点下沉,收入占比有所提升。其中:2019年度,C级经销商收入上升,使得经销商模式总收入实现增长;2020年度,受疫情影响,各级经销商收入均有所下滑,但C级经销商下降幅度较小,使得经销商模式总收入下滑幅度放缓。

B、收入金额分别增长和减少明显的主要客户情况及原因

报告期内,公司经销商模式下,收入金额增加、减少明显的主要客户情况及原因如下:

单位:万元

序号	客户名称	变动原因	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
			金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
<b>一、收入增加明显客户</b>									
1	蒋振超	大额工程订单	384.80	145.34%	878.77	31.21%	669.72	8.26%	618.63
2	单晓波	侨民返乡拉升装修需求	329.39	36.94%	875.31	24.16%	705.01	7.71%	654.56
3	刘伶	新房交付量大	189.24	34.74%	756.82	25.63%	602.39	-5.61%	638.17
4	任杰	2019年新换商	309.42	56.56%	730.96	26.73%	576.80	100.00%	-
5	冉箭翎	新房交付量大	279.75	-1.36%	699.61	25.59%	557.05	34.67%	413.64
6	胡启东	2018年新换商	299.94	75.85%	573.23	35.45%	423.20	577.34%	62.48
7	曹兵志	2019年新换商	83.46	39.55%	254.61	200.39%	84.76	-	-
	<b>小计</b>		<b>1,876.00</b>	<b>50.15%</b>	<b>4,769.31</b>	<b>31.79%</b>	<b>3,618.93</b>	<b>51.58%</b>	<b>2,387.48</b>
<b>二、收入减少明显客户</b>									
1	刘洁	疫情影响较大	232.67	11.31%	714.86	-21.44%	909.97	1.92%	892.87
2	吴晓莹	老商撤换	79.97	15.86%	242.39	-58.45%	583.40	-65.19%	1,676.11
3	袁诚	受疫情影响较大	90.53	27.65%	208.45	-53.44%	447.67	-21.03%	566.89
4	吕刚	因欠款未还,被撤换部分经销区域	88.55	20.71%	172.58	-57.75%	408.50	-45.19%	745.33
5	刘年凤	老商撤换	-	-	12.10	-96.17%	316.23	-53.34%	677.70
6	许昊	老商撤换	-	-	65.69	-80.29%	333.32	-8.92%	365.95
	<b>小计</b>		<b>491.72</b>	<b>2.51%</b>	<b>1,416.07</b>	<b>-52.78%</b>	<b>2,999.09</b>	<b>-39.10%</b>	<b>4,924.85</b>
<b>三、收入波动较大客户</b>									
1	北京星淼	2018年新换商,2020年疫情影响较大	672.64	119.34%	1,199.02	-28.59%	1,679.13	75.64%	955.98

2	戚永灿	2018年新换商	168.55	39.26%	440.07	130.33%	191.06	-18.96%	235.77
3	马仙	疫情影响较大	100.92	-21.58%	483.25	-38.86%	790.46	17.33%	673.70
4	谢凯泽	疫情影响较大	594.61	47.00%	1,321.62	-34.98%	2,032.59	-6.28%	2,168.79
5	胡剑跃	疫情影响较大	647.20	205.60%	810.61	-41.98%	1,397.22	-12.33%	1,593.73
6	王洪	疫情影响较大	403.71	76.42%	733.51	-20.23%	919.50	-14.37%	1,073.81
7	张广林	新房交付量少及疫情影响较大	222.05	116.49%	319.65	-35.92%	498.83	-23.71%	653.82
小计			<b>2,809.68</b>	<b>86.82%</b>	<b>5,307.73</b>	<b>-29.31%</b>	<b>7,508.79</b>	<b>2.08%</b>	<b>7,355.60</b>

a、主要经销商销售收入增加较大的原因

1) 新商市场拓展力度较大，业绩提升较快

报告期内，北京星淼、江苏南京任杰、江苏徐州胡启东、浙江慈溪戚永灿、河北邢台曹兵志均为新换商，随着市场深入拓展，在换商当年及次年其业绩提升明显。

2) 经营地新房交付量大

2020年度、2021年1-6月，贵州贵阳刘伶、贵州仁怀冉箭翎经营地新房交付量大，而山东青岛蒋振超接到较大工程订单，使得销售额增长幅度较大。

3) 疫情返乡拉升装修需求

2020年疫情期间，因侨民返乡，拉升装修需求，导致2020年度、2021年1-6月对浙江青田单晓波的销售收入增加。

4) 疫情后业务恢复较快

2021年1-6月，北京星淼、山西太原等谢凯泽、温州乐清胡剑跃、浙江杭州王洪及河北廊坊、沧州张广林等经销商业务从疫情中较快回升，同比增长幅度较大。

b、主要经销商销收入减少较大的原因

1) 经营地疫情影响较大

2020 年度，山西太原、晋中及河北承德等谢凯泽、北京星淼、浙江乐清胡剑跃、浙江杭州王洪、甘肃马仙、四川成都刘洁等主要经销商，因经营地疫情较为严重，销售收入减少明显；

2) 老商退出或被撤换

2019 年起，吴晓莹退出了江苏南京、江苏溧水、江苏高淳三地的经销业务，致使销售收入大幅减少；

浙江嘉兴刘年凤、辽宁丹东许昊、天津吕刚退出或缩减经销业务，使得销售收入大幅减少。

3) 交房量少及疫情影响

报告期内，河北廊坊及沧州的经销商张广林受当地新房交付量、市场竞争以及 2020 年疫情影响，其销售收入有所下降。

②家装公司模式

2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司家装公司模式的收入同比分别下降 39.09%、69.32% 及 10.70%，主要系家金螳螂、云家通等主要客户受互联网家装行业下滑、整装产品定位向低价组合转移等影响，减少了对公司“康 E”木门的采购所致。

报告期内，公司家装公司模式下收入金额无明显增加的主要客户，收入金额下降的主要客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	变动原因	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
			金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
1	金螳螂	互联网家装下滑、客户经营策略调整	114.22	-38.99%	440.54	-72.10%	1,579.13	-38.86%	2,582.77
2	云家通	互联网家装下滑、木门需求变化	26.66	-14.70%	81.10	-84.19%	513.10	-61.33%	1,326.88
3	爱空间科技（北京）有限公司	互联网家装下滑	-	-	-	-100.00%	146.67	-86.88%	1,117.73
4	广东安乐窝网络科技有限公司	疫情影响	10.37	-78.34%	136.17	-51.28%	279.49	-18.18%	341.59

5	佛山市悦饰界科技有限公司	疫情影响	38.39	47.92%	81.91	-54.88%	181.52	-18.01%	221.38
	小计		189.64	-35.12%	739.72	-72.60%	2,699.91	-51.70%	5,590.35

上述客户销售收入减少的原因如下：

A、报告期内，受互联网家装行业整体下滑、客户自身经营策略调整以及对木门产品需求变化等因素影响，公司对金螳螂、云家通、爱空间科技（北京）有限公司的销售收入减少；

B、2020 年度，受疫情影响，公司对广东安乐窝网络科技有限公司、佛山市悦饰界科技有限公司的销售收入减少。

### ③大宗工程业务模式

大宗工程业务主要面向房地产开发商、工程承包商及其他大型工程客户。

2019 年度、2020 年度，公司大宗工程业务模式收入同比分别增长 15.26%、59.27%，主要系公司积极应对精装交付政策的变化，2019 年起成立精装事业部对接大宗工程业务，并与下游房地产开发商签订战略合作协议，积累客户资源；2020 年度，受益于前期积累，同时该类业务受疫情影响较小，公司大宗工程业务收入占比增至 5.94%。

2021 年 1-6 月，公司实现大宗工程业务收入 3,058.08 万元，与上年同期大致相当。

报告期内，公司大宗工程业务模式下收入增加、减少较大的主要客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	变动原因	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
			金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
1	深圳恒大材料设备有限公司	多年合作经历，2020 年起业务回升	1,362.94	100.00%	9.84	100.00%	-	-	-
2	现代筑美	不同楼盘精装业务合作	647.20	-67.78%	2,517.27	72,443.80%	3.47	-99.69%	1,111.20
3	浙江全品建筑材料科技有限公司	单项工程合作	157.64	100.00%	-	-	-	-	-

4	北京清尚建筑装饰工程有限公司	单项工程合作	154.23	100.00%	-	-	-	-	-
5	河北冉星建筑工程有限公司	单项工程合作	144.65	100.00%	-	-	-	-	-
6	浙江鸿翔建设集团股份有限公司	单项工程合作	-	-	591.81	1,527.64%	36.36	100.00%	-
7	上海市室内装潢工程有限公司	单项工程合作	120.99	100.00%	551.03	100.00%	-	-	-
8	新昌县华佳房地产开发有限公司	单个楼盘精装业务合作	-	-	474.26	100.00%	-	-	-
9	江苏江都建设集团有限公司	单项工程合作	-	-	-	-100.00%	401.04	-20.43%	503.99
10	北京精装汇装饰工程有限公司	单项工程合作	-	-	-	-100.00%	255.65	42.32%	179.63
11	尉氏县运发木材购销处	单项工程合作	-	-	16.86	92.67%	229.96	100.00%	-
12	南昌市东弘建筑材料有限公司	单项工程合作	-	-	-	-100.00%	196.71	-9.90%	218.33
13	嘉兴星源信息科技有限公司	终端客户单项工程采购	-	-	-	-	-	-100.00%	205.77
	<b>小计</b>		<b>2,587.65</b>	<b>28.82%</b>	<b>4,161.07</b>	<b>270.47%</b>	<b>1,123.19</b>	<b>-49.38%</b>	<b>2,218.92</b>

上述客户销售收入变动原因如下：

#### A、与房地产开发商进行精装业务合作

经多年积累，2021年1-6月，公司对深圳恒大材料设备有限公司的收入有所上升；

报告期内，公司与现代筑美合作了多个楼盘的精装修业务，其中2019年度公司向现代筑美供应部分样板房新样品，为2020年收入大幅增长奠定了基础；

2020年度，新昌县华佳房地产开发有限公司与公司进行单个楼盘的精装修业务合作，使得销售收入较大。

#### B、与工程承包商进行单项工程合作

浙江鸿翔建设集团股份有限公司、上海市室内装潢工程有限公司、江苏江都建设集团有限公司、北京精装汇装饰工程有限公司、浙江全品建筑材料科技有限公司等为装修工程总承包商，根据客户指定，采购“梦天”品牌木门或木作产品，报告期内因交易频次较低，故部分年度未产生销售收入；



报告期内，尉氏县运发木材购销处、南昌市东弘建筑材料有限公司向公司采购单项工程用产品。

#### C、终端客户进行单一项目采购

嘉兴星源信息科技有限公司为 2018 年度一次性交易的终端客户。

综上，报告期内，公司三种销售模式下，收入变动趋势不一致，具有合理性；对部分客户的收入增长、减少幅度较大，具有合理性。

#### (4) 按地区分部的主营业务收入

报告期内，公司的主营业务收入均在境内实现。其中，家装公司模式及大宗工程业务模式无明显地域性，经销商模式具有一定的地域特征。公司营销中心将经销商市场分为东西两大战区，共 12 个销区，派专人负责，进行考核管理。

报告期内，公司经销商模式收入按销区分布情况如下：

销区	2021年 1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
华北	6,747.98	13.86	14,352.57	12.88	16,553.84	13.53	15,668.89	13.05
浙江	6,096.73	12.52	13,359.71	11.99	14,517.86	11.87	16,121.90	13.42
山东	6,136.65	12.61	13,026.87	11.69	13,550.65	11.08	12,219.50	10.17
江苏（统管上海市）	5,302.18	10.89	12,713.50	11.41	12,822.92	10.48	14,207.45	11.83
华南	4,842.56	9.95	11,442.18	10.27	12,411.69	10.15	12,796.72	10.65
两湖	3,669.08	7.54	8,171.30	7.33	9,454.52	7.73	8,742.13	7.28
河南	2,929.07	6.02	8,007.07	7.18	8,155.74	6.67	6,644.91	5.53
川陕	3,236.11	6.65	7,704.27	6.91	7,740.49	6.33	7,448.77	6.20
安徽	2,979.43	6.12	6,921.88	6.21	7,121.89	5.82	6,214.42	5.17
西南	2,424.61	4.98	5,756.10	5.16	6,719.29	5.49	6,322.01	5.26
西北	1,941.01	3.99	5,030.32	4.51	6,791.42	5.55	6,647.52	5.53
东北	2,376.43	4.88	4,967.00	4.46	6,464.35	5.29	7,077.05	5.89
<b>合计</b>	<b>48,681.84</b>	<b>100.00</b>	<b>111,452.76</b>	<b>100.00</b>	<b>122,304.65</b>	<b>100.00</b>	<b>120,111.27</b>	<b>100.00</b>

近年来，从中央（国务院、住房和城乡建设部等）到地方（北京、天津、

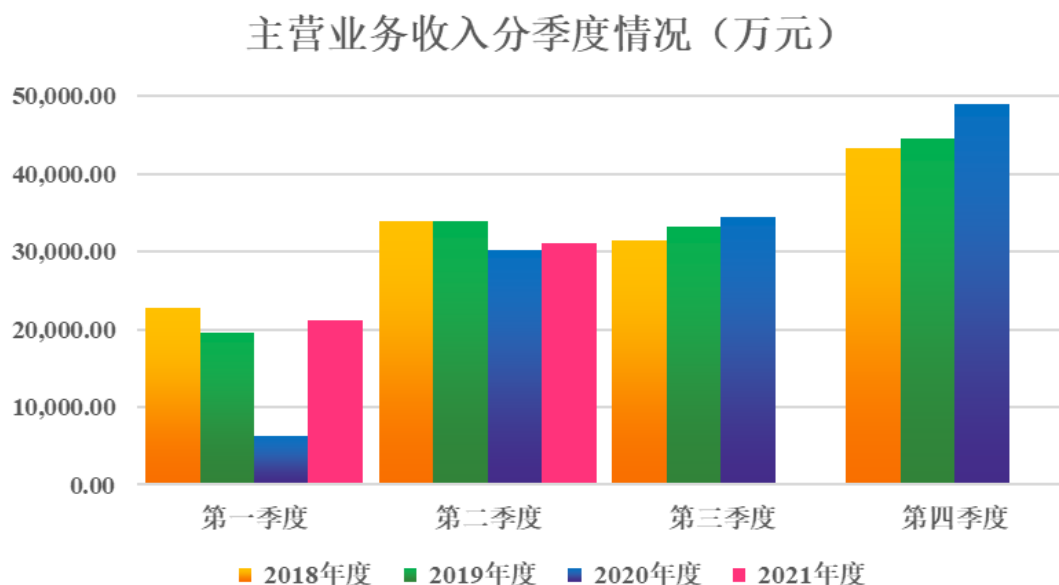
河北、黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古、宁夏、上海、江苏、安徽、山西、山东、四川、重庆、浙江、山东、广西、河南、海南、湖北等）不断发布新建商品住宅精装交付政策，要求在一定年份内达到不同的覆盖比例。由此，造成了原通过经销商渠道获取的新建商品住宅装修市场份额，部分被分流至面向房地产工程商的大宗工程业务等渠道。

但整体家居行业市场并不局限于新建商品住宅的装修，还包括新房的一次装修、存量住宅的二次装修等，同时在精装交付政策推行当年，不会立刻对当地市场产生直接影响。另外，各省市遵循“房住不炒”的原则，推出各项限购政策，虽然短期内抑制了对商品房的需求，但有利于家居装修市场的长期稳定发展。

在上述形势下，报告期内，公司通过加大经销商考核力度，调整区域网点布局，实施多品类扩展，使得经销商各销区收入呈现涨跌互现的态势。

#### （5）主营业务收入的季节性

报告期内，公司主营业务收入各季度分布情况如下图所示：



由上表可见，公司的收入规模变动具有一定的季节性，其中：一季度最低，而第四季度最高，其原因为：一季度实现的销售收入，主要是在上年 12 月至春节前接受的订单，受春节假期影响，终端客户订单较少；四季度则表现为

销售旺季，主要受“金九银十”的影响，在商家的促销优惠下，消费者在该时间段的家装意向也相对强烈，使得第四季度实现的收入规模相对较大。

2020 年度，公司主营业务收入季节性分布愈加明显，主要系：受疫情影响严重，公司一季度的业务大幅萎缩，同比下滑 67.82%；随着疫情得到控制，家装消费需求不断释放，二季度收入快速回升，同比下滑幅度缩减至 11.01%；第三季度已回复至正常水平，同比增长 3.57%；第四季度增长势头强劲，同比增幅达 9.91%。

### 3、第三方回款情况

由于经销商销售模式的特性，公司的下游经销商客户以个体工商户居多。报告期初，经销商基于自身交易习惯，以配偶、亲属、员工等第三方将货款打给公司等情形，符合行业特点，具有合理性。

报告期内，公司第三方付款原因的分布情况如下：

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额 (万元)	占营业收入的比例 (%)	金额 (万元)	占营业收入的比例 (%)	金额 (万元)	占营业收入的比例 (%)	金额 (万元)	占营业收入的比例 (%)
第三方付款总额	-	-	-	-	23.16	0.02	1,864.57	1.39
其中：1、夫妻、父母、 兄弟姐妹、其他亲属	-	-	-	-	23.16	0.02	1,604.20	1.19
2、经销商公司、 经销商合伙人、换 商、员工账户	-	-	-	-	-	-	260.37	0.20

2018 年起，公司要求经销商汇款账户必须为年度《经销商合同》的签约人所对应的银行账户，使得第三方回款情形得到较好控制。2019 年 4 月，公司发布《关于经销商汇款账号的说明》，重申经销商汇款账户必须与合同签约方账户一致，否则公司不计入其预收款账户，并予以退款，对应订单不予排产。通过上述第三方回款的内控制度的有效执行，2020 年起，公司已不存在第三方付款，第三方付款情形得到有效控制。

经核查，报告期内，上述经销商回款的第三方均为经销商的相关方，与发行人不存在关联关系，不存在由发行人的关联方资金回款虚增收入的情况。

## （二）公司利润的主要来源

### 1、公司利润来源的构成及其变动

报告期内，公司利润来源的构成及其变动情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)
营业收入	53,837.68	44.35%	122,675.45	-9.00%	134,805.23	0.26%	134,456.39
主营业务毛利	18,328.96	44.62%	45,083.01	-7.06%	48,506.18	15.87%	41,861.56
期间费用	12,708.30	14.31%	27,973.92	-4.04%	29,153.03	-13.78%	33,813.11
其中：销售费用	6,670.20	11.71%	15,251.79	-7.73%	16,529.67	-19.09%	20,428.46
资产及信用减值损失	-126.79	47.67%	-72.03	-92.97%	-1,024.31	-14.51%	-1,198.17
<b>营业利润</b>	<b>6,209.13</b>	<b>212.80%</b>	<b>18,943.85</b>	<b>-12.50%</b>	<b>21,648.95</b>	<b>106.69%</b>	<b>10,473.96</b>
<b>利润总额</b>	<b>6,191.89</b>	<b>231.49%</b>	<b>18,816.20</b>	<b>-12.82%</b>	<b>21,584.09</b>	<b>106.06%</b>	<b>10,474.65</b>
<b>净利润</b>	<b>5,361.36</b>	<b>200.27%</b>	<b>17,075.45</b>	<b>-8.96%</b>	<b>18,756.82</b>	<b>99.03%</b>	<b>9,424.08</b>
<b>扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润</b>	<b>5,246.94</b>	<b>213.98%</b>	<b>16,234.85</b>	<b>-8.02%</b>	<b>17,649.70</b>	<b>121.46%</b>	<b>7,969.74</b>

2019年度，公司营业收入与上年相当，受益于主动调价、增值税率下调、产品结构调整及工艺优化等影响，共同提升主营业务毛利 15.87%；进行广告精准投放，销售费用减少 3,898.79 万元，降幅为 19.09%。以上因素共同作用，致使净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别增长 9,332.74 万元、9,679.96 万元，增长幅度较大。

2020年度，主要受疫情影响，公司营业收入下滑 9.00%，但综合毛利率较为稳定，使得主营业务毛利下滑 7.06%，带动净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别下降 8.96%、8.02%。

2021年1-6月，公司营业收入同比大幅增长，且合理管控期间费用合理，使得净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别增长 200.27%、213.98%。

### 2、销售净利率逐年提高的合理性

报告期内，公司销售净利率分别为 7.01%、13.91%、13.92%及 9.96%，其中：2019年度、2020年度有所提高；2021年1-6月，因处于销售淡季，而有所

回落。

影响公司销售净利率变动的因素如下：

项目	2021年1-6月变动率	2020年度变动率	2019年度变动率
销售净利率变动	-3.96%	0.01%	6.90%
其中：综合毛利率增加	-2.46%	0.25%	5.50%
期间费用率减少	-0.80%	-1.18%	3.52%
其中：销售费用率减少	0.04%	-0.17%	2.93%
管理费用率减少	-1.11%	-0.64%	0.20%
研发费用率减少	0.01%	-0.52%	0.43%
其他收益占比增加	0.26%	0.21%	-0.71%
资产及信用减值损失占比减少	-0.86%	0.70%	0.13%
所得税及其他影响	-0.18%	0.53%	-1.54%

2019年度，公司销售净利率提升6.90%，主要得益于增值税率下调、公司产品提价、产品结构调整及水性漆工艺改进等，使得综合毛利率水平提升5.50%；合理调整广告投放，使得销售费用率下降2.93%；

2020年度，公司销售净利率与上年基本持平，主要系公司持续实施简奢型及整体家居的产品策略，使得综合毛利率保持平稳，同时期间费用控制较好所致。

2021年1-6月，公司销售净利率较2020年度下降3.96%，主要系上半年为定制家具销售淡季，公司营业收入规模较小，使得综合毛利率下降2.46%、期间费用率增加0.80%所致。

### （三）影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

#### 1、整体家居行业未来发展前景广阔

公司的产品主要用于新房装修和旧房二次装修领域。随着居民可支配收入提高、消费能力提升带来的品质化、品牌化消费升级，将驱动整体家居行业的需求增长；

公司全屋定制、健康环保的多品类发展战略符合行业的发展方向，未来，随着本次募集资金投资项目的实施，公司将逐步完善产品的多品类扩充和销售

渠道多元化建设，有利于公司抓住市场机遇，实现盈利能力持续、稳定增长。

## 2、持续加大研发投入，促进产品不断推陈出新及工艺提升

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例较高，分别为 5.05%、4.62%、5.15%及 5.13%。公司通过研发，不断推出性价比较高的简约型风格系列产品，同时提升规模化定制化能力，促进了综合毛利率水平提升，成为公司保持较高盈利能力的关键。

未来，公司将围绕消费主体对木质家具产品个性化、环保、简洁及一体化风格等需求，持续加大研发力度。

## 3、实行整体家居的产品战略

公司持续实施从“梦天木门”至“梦天木作”的整体家居转换，以顺应家居行业消费升级的趋势。报告期内，公司通过多品类扩展，提升柜类、墙板的销售规模及占比，扩大了单一客户的客单值，从而稳定了公司营业收入；同时柜类、墙板的毛利率较高，对综合毛利率的提升起到较大的推动作用。

## 4、持续加大智能化、自动化生产线建设

报告期内，公司固定资产原值新增 4.84 亿元，依托于新设备的投入启用，公司全屋定制的大规模个性化智能制造能力得到提升，对降低原材料单耗新工艺的使用以及减少人工、发挥规模效应，起到核心作用。

## 5、进行多渠道布局，大宗工程业务蓄势待发

报告期内，为适应精装修交付政策，公司已与现代筑美、恒大集团等签署战略合作协议并开展合作，大宗工程业务规模逐步增长，并随着募集资金项目的建成投产，有待大幅提升。

未来，公司将持续加大经销商考核和网点布局，配合整体木作的推行，保障经销商渠道的盈利能力；同时通过经销商渠道，开拓当地家装小 B 客户市场，带动家装公司渠道的收入及盈利能力提升。

## 6、保持良好的成本费用管控能力

公司持续加强成本费用的管控，对原材料采购一贯执行“比质比价”原则，并通过优化定长定尺采购、原材料回收利用等管理措施，提高原材料利用率；同时加大绩效考核力度，控制期间费用。

## 7、保障稳定的产品利润空间

公司在原材料价格上涨幅度较大时，结合产品市场需求状况，启动提价机制，保障稳定的产品利润空间。

综上，报告期内，公司综合毛利率、销售净利率提升具有合理性，预计未来将保持稳定的综合毛利率及销售净利率水平。

### （四）利润表项目逐项分析

报告期内，公司利润表各项目及占营业收入比例如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
一、营业收入	<b>53,837.68</b>	<b>100.00</b>	<b>122,675.45</b>	<b>100.00</b>	<b>134,805.23</b>	<b>100.00</b>	<b>134,456.39</b>	<b>100.00</b>
减：营业成本	34,704.83	64.46	76,063.91	62.00	83,237.34	61.75	90,417.88	67.25
税金及附加	329.20	0.61	696.79	0.57	775.83	0.58	868.83	0.65
销售费用	6,670.20	12.39	15,251.79	12.43	16,529.67	12.26	20,428.46	15.19
管理费用	3,419.99	6.35	6,424.80	5.24	6,203.38	4.60	6,454.60	4.80
研发费用	2,762.78	5.13	6,311.85	5.15	6,227.58	4.62	6,796.08	5.05
财务费用	-144.66	-0.27	-14.52	-0.01	192.40	0.14	133.96	0.10
加：其他收益	158.05	0.29	1,414.33	1.15	1,270.20	0.94	2,227.24	1.66
投资收益（损失以“－”号填列）	96.18	0.18	59.40	0.05	49.50	0.04	96.05	0.07
信用减值损失（损失以“－”号填列）	-92.67	-0.17	34.55	0.03	-205.42	-0.15	-	-
资产减值损失（损失以“－”号填列）	-34.12	-0.06	-106.58	-0.09	-818.89	-0.61	-1,198.17	-0.89
资产处置收益（损失以“－”号填列）	-13.67	-0.03	-398.68	-0.32	-285.47	-0.21	-7.73	-0.01
二、营业利润	<b>6,209.13</b>	<b>11.53</b>	<b>18,943.85</b>	<b>15.44</b>	<b>21,648.95</b>	<b>16.06</b>	<b>10,473.96</b>	<b>7.79</b>
加：营业外收入	3.15	0.01	35.65	0.03	218.72	0.16	151.78	0.11
减：营业外支出	20.39	0.04	163.29	0.13	283.58	0.21	151.09	0.11
三、利润总额	<b>6,191.89</b>	<b>11.50</b>	<b>18,816.20</b>	<b>15.34</b>	<b>21,584.09</b>	<b>16.01</b>	<b>10,474.65</b>	<b>7.79</b>



减：所得税费用	830.53	1.54	1,740.75	1.42	2,827.28	2.10	1,050.57	0.78
<b>四、净利润</b>	<b>5,361.36</b>	<b>9.96</b>	<b>17,075.45</b>	<b>13.92</b>	<b>18,756.82</b>	<b>13.91</b>	<b>9,424.08</b>	<b>7.01</b>

## 1、营业收入

报告期内，公司营业收入的变动详见上文“（一）营业收入情况”。

## 2、营业成本

### （1）营业成本构成

报告期内，公司营业成本构成如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
主营业务成本	33,915.79	97.73	74,907.19	98.48	82,881.40	99.57	89,699.12	99.21
其他业务成本	789.03	2.27	1,156.72	1.52	355.93	0.43	718.76	0.79
<b>营业成本</b>	<b>34,704.83</b>	<b>100.00</b>	<b>76,063.91</b>	<b>100.00</b>	<b>83,237.34</b>	<b>100.00</b>	<b>90,417.88</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司营业成本主要由主营业务成本构成。

### （2）主营业务成本分成本项目分析

报告期内，公司主营业务成本分产品的成本项目构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	直接材料	直接人工	制造费用	直接材料	直接人工	制造费用	直接材料	直接人工	制造费用	直接材料	直接人工	制造费用
门扇	5,368.23	988.01	1,141.81	13,922.84	2,025.47	2,032.70	16,834.94	2,405.13	2,304.54	19,785.19	3,152.14	2,271.53
门套	4,233.00	1,864.63	1,940.12	10,996.43	3,892.23	3,633.83	12,325.89	4,989.06	3,989.22	14,187.64	5,739.77	3,509.51
线条	3,138.70	1,811.84	2,041.29	8,603.09	4,023.66	4,078.99	9,849.58	4,917.79	4,508.14	11,003.98	5,745.81	3,977.17
柜类	3,698.53	1,219.59	1,446.63	6,951.31	2,097.48	2,431.66	6,108.46	2,039.51	2,219.09	6,063.90	2,142.04	1,766.36
墙板	2,568.41	823.42	957.94	5,535.44	1,368.46	1,571.46	5,304.56	1,230.35	1,341.57	5,431.58	1,282.16	1,061.02
其他家具	544.47	64.08	65.09	1,440.37	139.69	162.07	1,291.89	613.08	608.60	1,418.47	648.68	512.17
<b>合计</b>	<b>19,551.34</b>	<b>6,771.57</b>	<b>7,592.88</b>	<b>47,449.49</b>	<b>13,546.99</b>	<b>13,910.71</b>	<b>51,715.32</b>	<b>16,194.92</b>	<b>14,971.16</b>	<b>57,890.76</b>	<b>18,710.60</b>	<b>13,097.76</b>

报告期内，公司主营业务成本中，与销量变动一致，木门类产品（门扇、门套、线条）的直接材料逐年下降，而柜类、墙板的直接材料逐年上升。

随着嘉善三号等智能车间及庆元新工厂投入运营，通过“机器换人”，2018—2020年度，公司生产工人人数分别为2,826人、2,450人及2,060人，造成直接人工逐年下降；同时新增折旧1,269.20万元、1,216.64万元及1,216.24万元，推动制造费用总体有所上升，其中2020年度制造费用减少，主要系疫情期间车间管理人员薪酬及运营费减少所致。

2021年1-6月，受行业淡季影响，公司主要产品的直接材料金额及占比相对较低，直接人工、制造费用金额及占比相对较高。

### ①直接材料

#### A、直接材料减少的合理性

报告期内，公司直接材料逐年下降，主要系木门类产品销量下降，公司产品结构变动、工艺提升及优化管理导致主要原材料单耗下降以及板材类及线条的领用单价下降共同作用的结果。其中：主要原材料单耗下降为主要影响因素。

报告期内，主要产品销量、实际单耗、领用单价变动对公司营业成本中直接材料成本的影响情况如下：

项目	2021年1-6月				2020年度				2019年度				2018年度			
	销量	单耗	领用单价	直接材料成本(万元)	销量	单耗	领用单价	直接材料成本(万元)	销量	单耗	领用单价	直接材料成本(万元)	销量	单耗	领用单价	直接材料成本(万元)
板材类	31,135.69	1.16	2,322.51	8,422.00	68,695.75	1.16	2,278.53	18,127.61	65,993.76	1.16	2,324.08	17,876.82	69,326.39	1.20	2,491.71	20,678.64
涂料	210.76	0.81	23.34	3,977.67	457.98	0.96	23.38	10,277.37	445.51	1.08	23.14	11,136.29	458.45	1.23	22.23	12,496.82
线条	310.99	1.05	8.49	2,771.01	824.73	1.06	9.25	8,086.48	957.81	1.07	9.63	9,869.37	987.12	1.15	10.62	12,055.70
木皮	185.43	1.04	13.90	2,668.71	390.81	1.23	12.98	6,220.17	366.18	1.61	12.14	7,123.03	378.28	1.71	10.94	7,071.42
其他	-	-	-	1,711.95	-	-	-	4,737.85	-	-	-	5,709.58	-	-	-	5,588.18
合计	-	-	-	19,551.34	-	-	-	47,449.49	-	-	-	51,715.32	-	-	-	57,890.76

注：上述销量为五类主要产品折算使用板材类原材料体积（m<sup>3</sup>）、使用涂料及木皮面积（万 m<sup>2</sup>）、线条长度（万 m）；单耗涂料单位为 kg/m<sup>2</sup>；领用单价单位分别为板材类元/m<sup>3</sup>、涂料元/kg、线条元/m、木皮元/m<sup>2</sup>。

2019年度、2020年度及2021年1-6月，四类主要原材料的销量、单耗及领用单价变动对公司主营业务成本中直接材料成本变动的情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月				2020年度				2019年度			
	销量影响额	单耗影响额	领用单价影响额	直接材料成本影响额	销量影响额	单耗影响额	领用单价影响额	直接材料成本影响额	销量影响额	单耗影响额	领用单价影响额	直接材料成本影响额
板材类	3,004.59	33.06	159.48	3,197.13	728.44	-115.26	-362.39	250.79	-994.06	-524.51	-1,283.25	-2,801.82
涂料	1,768.26	-745.99	-6.82	1,015.46	311.71	-1,276.13	105.50	-858.92	-352.73	-1,445.74	437.94	-1,360.53
线条	718.52	-30.20	-248.05	440.27	-1,371.27	-79.42	-332.20	-1,782.89	-357.96	-813.76	-1,014.61	-2,186.33
木皮	1,167.68	-468.42	176.63	875.89	481.40	-1,786.80	402.54	-902.85	-226.19	-429.66	707.46	51.60
小计	<b>6,659.05</b>	<b>-1,211.55</b>	<b>81.25</b>	<b>5,528.75</b>	<b>150.28</b>	<b>-3,257.61</b>	<b>-186.55</b>	<b>-3,293.88</b>	<b>-1,930.94</b>	<b>-3,213.67</b>	<b>-1,152.46</b>	<b>-6,297.07</b>
直接材料	-	-	-	<b>5,875.12</b>	-	-	-	<b>-4,265.83</b>	-	-	-	<b>-6,175.44</b>

2019年度，公司直接材料成本下降6,175.44万元，主要系：a、木门类产品销量下降，带动四种主要原材料的销售数量下降，导致直接材料成本下降1,930.94万元；b、随着公司品种结构变动、工艺提升及优化管理等，四种主要原材料单耗下降，导致直接材料成本下降较大，达到3,213.67万元；c、板材类、线条原材料领用价格下降，导致直接材料成本下降1,152.46万元。

2020年度，公司直接材料成本进一步下降4,265.83万元，主要系：a、免漆柜、科技系列产品、平板类产品占比提升以及水性漆涂装工艺改进等，致使四类主要原材料单耗均有所下降，减少直接材料成本3,257.61万元；b、板材类、线条的领用单价随着刨花板、灌浆线条等领用数量上升而有所下降，致使直接材料成本略有下降；c、由于木门类产品销量下降、简奢型产品增加，致使其他材料的雕花件、包材辅料耗用量下降

2021年1-6月，公司直接材料成本同比增加5,875.12万元，主要系：a、当期主要产品销量大幅增加，使得四类主要原材料成本增加6,659.05万元；b、水性漆工艺改进及不贴木皮产品增加，致使涂料、木皮等单耗下降，减少直接材料成本1,211.55万元。

综上，2018—2020年度，公司直接材料成本持续下降，2021年1-6月同比有所回升，具有合理性。

## B、主要原材料单耗下降的原因及合理性

### a、板材类

单位：立方米

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
板材领用量	36,968.19	81,029.62	74,247.44	83,995.89
减：自制线条领用板材量	679.62	1,021.86	-	-
生产门扇、门套、柜类、墙板领用量	36,288.57	80,007.76	74,247.44	83,995.89
产品折算体积	31,352.22	68,930.00	64,085.60	70,252.18
单位体积产品的板材耗用量	1.16	1.16	1.16	1.20

注：梦天家居木质复合门单扇折算体积 0.0615 立方米，全木门、原木门单扇 0.0847 立方米，其他门扇（不含铝合金门扇）、庆元梦天门扇单扇 0.0756 立方米，单米门套 0.00552 立方米；2018、2019 年每平方米柜类（不含铝合金柜门）折算 0.0195 立方米，2020 年因免漆柜比重增加，每平方米柜类（不含铝合金柜门）折算体积 0.023 立方米；平墙板每平方米折算体积 0.015 立方米，造型墙板每平方米 0.021 立方米。

2019 年度、2020 年度，公司板材的单耗有所下降的主要原因如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度	
	所涉体积 (m <sup>3</sup> )	减少用量 (m <sup>3</sup> )	所涉体积 (m <sup>3</sup> )	减少用量 (m <sup>3</sup> )	所涉体积 (m <sup>3</sup> )	减少用量 (m <sup>3</sup> )
1、品种结构调整		-518.33		-1,043.30		-248.21
（1）平板门占比提升		-842.18	-	-1,302.85	-	-411.40
（2）免漆柜占比提升		-319.65		-831.19		-110.96
（3）15mm 平墙板占比提升		643.50		1,090.74		274.15
2、余料回用变动额		168.73	-	-1,567.28	-	1,177.25
3、平板类产品全自动数控板材开料锯开料	8,024.81	401.24	12,320.28	616.01	14,180.34	709.02
4、集成材、中纤板优化采购		-	-	1,324.53	-	975.05
小计		<b>51.64</b>	-	<b>-670.04</b>	-	<b>2,613.11</b>
单位体积产品的板材耗用量变动额		<b>0.00</b>	-	<b>-0.01</b>	-	<b>0.04</b>

注：2020 年 1-6 月，单位体积产品的板材耗用量为 1.16 立方米。

#### 1) 余料回用

报告期内，公司利用集成材、多层板裁切后的边角余料，将其复合成大板，作为部分平板类产品的填充料等使用；2019 年度，新增节约板材 1,177.25 立方米；2020 年度，随着定长定尺采购深入、平板类产品占比增大等，可回用余料较少，使得余料回用量减少 1,567.28 立方米；2021 年 1-6 月，因产量及板材生产领用量增加，使得余料回用体积较上年同期增加 168.73 立方米。

## 2) 全自动数控板材开料锯开料

随着公司简奢型产品增加，2019 年度，公司平板门、柜类、平墙板等平板类产品产量的体积为 14,180.34 立方米，2020 年度较 2019 年度增加 12,320.28 立方米。

2019 年起，公司通过全自动数控板材开料锯开料，提高平板类产品的板材利用率约 5%，使得 2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月分别减少板材耗用量 709.02 立方米、616.01 立方米及 401.24 立方米。

## 3) 定长定尺优化采购集成材、中纤板

公司对集成材、中纤板实行定长定尺优化采购，2019 年度、2020 年度减少集成材、中纤板领用量 975.05 立方米及 1,324.53 立方米，2021 年 1-6 月较上年基本保持稳定。

## 4) 产品结构变动

2019 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月，板材单耗较大的平板门、免漆柜销量占比增加，抵消板材单耗较小的 15mm 平墙板销售占比增加后，造成板材耗用量仍分别增加 248.21 立方米、1,043.30 立方米及 518.33 立方米。

以上因素综合作用，致使 2019 年度板材单耗下降 0.04 立方米，2020 年度、2021 年 1-6 月基本与上年同期持平。

## b、涂料

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
涂料耗用数量（吨）	1,721.58	4,437.00	4,656.18	5,700.21
门扇、门套、线条、柜类、墙板喷涂面积（万平方米）	212.11	464.54	432.78	464.52
摊薄后的单位面积产品的涂料耗用量（千克/平方米）	0.81	0.96	1.08	1.23
门扇、门套、线条、柜类、墙板喷涂面积（扣除免漆柜）（万平方米）	188.79	429.65	425.59	461.03
单位面积产品的涂料耗用量（千克/平方米）	0.91	1.03	1.09	1.24

注：门扇单扇喷涂面积 3.30 平方米、门套每米喷涂 0.415 平方米、柜类（不含免漆柜）每平方米喷涂 2.00 平方米、墙板每平方米 1.00 平方米。

报告期内，由于产品结构变动及工艺改进影响，导致单位面积产品的涂料

耗用量逐年下降，具体如下：

项目	单耗下降系数 (kg/m <sup>2</sup> )	2021年1-6月		2020年度		2019年度	
		所涉面积 (万 m <sup>2</sup> )	减少涂料 耗用量 (吨)	所涉面积 (万 m <sup>2</sup> )	减少涂料 耗用量 (吨)	所涉面积 (万 m <sup>2</sup> )	减少涂料 耗用量 (吨)
1、白漆材产品涂装工艺改进		44.73	93.93	67.25	141.23	128.23	525.74
(1) 水性漆回收利用	0.41			-	-	128.23	525.74
(2) 两道面漆改一道	0.21	44.73	93.93	67.25	141.23		
2、科技系列产品喷涂改淋涂辊涂	0.10	43.55	43.55	51.79	51.79		
3、平板类产品数量上升，降低胶水量	0.08	42.78	34.22	55.49	44.39	14.67	11.74
4、往复机等减少耗用						-	7.95
5、开放漆系列产品底漆辊涂	0.20	23.88	47.76				
小计		<b>154.94</b>	<b>219.46</b>	<b>174.53</b>	<b>237.41</b>	<b>142.90</b>	<b>545.43</b>
测算对应单耗变动(千克/平方米)			<b>-0.12</b>		<b>-0.06</b>		<b>-0.15</b>

注：2020年1-6月，单位面积产品的涂料耗用量为1.07千克/平方米。

#### 1) 白漆材系列产品工艺改进

报告期内，白漆材系列产品约占产品总量的30%左右。自2019年起，公司广泛使用往复机喷涂系统、水性漆回收系统等，回收利用水性漆，并运用于白漆材系列产品的混油工艺中，减少水性漆耗用量527.74吨；2020年，由于混油白水性漆性能改善，白漆材系列产品减少一道面漆使用量，导致2020年度、2021年1-6月分别减少耗用量141.23吨、93.93吨。

#### 2) 科技系列产品、开放漆系列产品工艺改进

自2020年6月起，公司将科技系列产品的涂装工艺，从喷漆改为辊涂、淋涂，提高了材料利用率，致使2020年度、2021年1-6月分别减少水性漆耗用量51.79吨、43.55吨。

2021年3月起，公司将开放漆系列产品的底漆工艺均改为辊涂，致使2021年1-6月减少了水性漆耗用量47.76吨。

#### 3) 平板结构产品增大，导致胶类用量下降

报告期内，公司平板类产品逐年上升，造型类产品逐年下降，使得胶类耗

用量逐年下降。

以上因素综合作用，致使 2019 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月涂料单耗分别下降 0.15 千克/平方米、0.06 千克/平方米、0.12 千克/平方米。

### c、线条

报告期内，线条产品的产量与线条原材料的生产领用量的配比关系：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
线条类材料生产领用量（万米）	339.61	883.94	996.41	1,136.85
加：自制线条数量（万米）	40.45	60.82	-	-
线条类材料领用量小计（万米）	380.06	944.76	996.41	1,136.85
完工线条产品数量（万米）	360.73	891.28	933.91	989.82
单位线条产品耗用的线条类材料数量（米）	1.05	1.06	1.07	1.15

报告期内，公司线条的单耗下降的具体原因如下：

项目	挂线条单耗（米）	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
		产量变动（万米）	领用线条数量（万米）	产量变动（万米）	领用线条数量（万米）	产量变动（万米）	领用线条数量（万米）
1、外购挂线条产品产量减少			-5.98		-16.58		-16.39
其中：全木门（万扇）	3.60	-0.39	-1.40	-1.08	-3.87	-1.60	-5.76
造型墙板（万平方米）	4.80	-1.31	-6.29	-1.84	-8.83	-1.74	-8.35
造型柜门（万平方米）	3.00	0.57	1.71	-1.29	-3.87	-0.76	-2.28
2、线条定长采购影响	-	-	-	-	-	-	-35.37
小计	-	-	<b>-5.98</b>	-	<b>-16.58</b>	-	<b>-51.76</b>
测算对应线条单耗变动额	-	-	<b>-0.02</b>	-	<b>-0.02</b>	-	<b>-0.06</b>

注：2020 年 1-6 月单位产品耗用的线条单耗为 1.07 米。

2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司线条的单耗下降 0.08 米、0.01 米及 0.01 米，主要系全木门、造型墙板及造型柜门挂线条领用量下降及门套线定长定尺采购所致。具体为：

1) 公司领用外购挂线条的全木门、造型墙板及造型柜门产量下降，使得挂线条耗用量分别减少 16.39 万米、16.58 万米及 5.98 万米；

2) 2019 年起对门套线实行定长优化采购，减少线条领用量 35.37 万米。



d、木皮

单位：万平方米

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
木皮生产领用量	194.15	488.07	570.84	655.62
门扇、门套、柜类、墙板、线条产品面积	187.50	398.16	355.56	384.52
摊薄的单位面积木皮耗用量	1.04	1.23	1.61	1.71
门扇、门套、柜类、墙板、线条产品面积 (已扣除不贴木皮数量) [注]	127.36	312.17	341.38	381.03
单位面积产品木皮耗用量(平方米)	1.52	1.56	1.67	1.72

注：不贴木皮产品包括白漆材门扇及门套、灌浆线条、免漆柜、铝合金门扇及柜门

报告期内，公司单位面积产品木皮耗用量分别下降 0.05 平方米、0.11 平方米，主要影响因素如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度
	减少用量 (万 m <sup>2</sup> )	减少用量 (万 m <sup>2</sup> )	减少用量 (万 m <sup>2</sup> )
1、产品结构变动	8.54	31.33	10.06
(1) 科技系列产品产量销售增加	7.00	20.65	7.27
(2) 平板结构产品产量销售增加	1.54	10.68	2.79
2、全自动数控板材开料锯开料	0.75	4.11	7.72
小计	<b>9.29</b>	<b>35.44</b>	<b>17.78</b>
门扇、门套、柜类、墙板、线条产品面积 (已扣除不贴木皮数量)	127.36	312.17	341.38
对应单耗变动(千克/平方米)	<b>-0.07</b>	<b>-0.11</b>	<b>-0.05</b>

注：2020年1-6月，单位面积产品的木皮耗用量为 1.56 平方米

a、产品结构变动

由于科技木皮花纹规整，较天然木皮易于裁切，大幅提高木皮的利用率。随着科技系列产品占比上升，使得 2019 年度、2020 年及 2021 年 1-6 月分别减少木皮耗用量 7.27 万平方米、20.65 万平方米及 7.00 万平方米；

2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，平板类产品（平墙板、柜类、平板门）的面积分别增长 16.59%、54.28%及 5.42%，由于该类产品外观平整，木皮利用率较高，致使木皮耗用量分别下降 2.79 万平方米、10.68 万平方米及 1.54 万平方米。

b、全自动数控裁板锯开料

公司使用豪迈全自动数控裁板锯开料，致使平板类产品的木皮利用率提升约 5%，致使 2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月木皮耗用量分别下降 7.72 万平方米、4.11 万平方米及 0.75 平方米。

c、2021 年 1-6 月，公司生产车间于期末领用木皮数量较大，尚未开始投入生产，使得木皮单耗上升所致。

以上因素综合作用，致使 2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月公司木皮单耗分别下降 0.05 平方米、0.11 平方米及 0.04 平方米。

综上，报告期内，公司单位产品的主要原材料单耗下降，为公司产品结构调整与工艺改进共同影响所致，具有合理的。

②直接人工

2019 年度、2020 年度，公司直接人工成本分别下降 2,515.68 万元及 2,647.93 万元，主要系公司依靠提升生产线自动化水平，减少生产工人需求所致；2021 年 1-6 月，直接人工较上年同期增加 2,664.20 万元，主要系上年同期处于疫情期间，本期产量相对大幅增长所致。

报告期内，公司生产工人人数、人均工资对直接人工变动的的影响如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1、生产工人平均人数（人）	1,872.00	2,060.00	2,450.00	2,826.00
其中：梦天家居	1,056.00	1,252.00	1,565.50	1,870.00
庆元梦天	816.00	808.00	884.50	956.00
2、人均工资（万元/人）	3.6173	6.5762	6.6102	6.6208
其中：梦天家居	4.2510	7.8203	7.3287	7.2727
庆元梦天	2.7973	4.6485	5.3385	5.3458
3、直接人工（万元）	6,771.57	13,546.99	16,194.92	18,710.60
其中：梦天家居	4,489.01	9,791.03	11,473.05	13,599.97
庆元梦天	2,282.56	3,755.96	4,721.87	5,110.63
4、直接人工变动额（万元）	2,664.20	-2,647.93	-2,515.68	-
其中：平均人数变动影响	-317.82	-2,577.98	-2,489.42	-

人均工资变动影响	2,982.02	-69.95	-26.26	-
----------	----------	--------	--------	---

注 1：平均人数变动影响=（本期平均人数-上期平均人数）\*上期人均工资；

注 2：人均工资变动影响=（本期人均工资-上期人均工资）\*本期平均人数；

#### A、工人人数变动情况

2019 年度，随着公司智能化生产线全面运行，生产、组装、打磨、涂装、包装等环节的生产人员人数减少，使得当年分摊至单位产品的直接人工成本较 2018 年度有所下降。2019 年因生产人员减少 376 人，致使公司直接人工成本下降 2,489.42 万元。

2020 年度，因疫情期间用工不足，公司要求员工“一岗多能”；同时庆元梦天新车间于 2020 年 4 月搬迁完成投产，其生产工人进一步减少。两者使得公司生产人员减少 390 人，直接人工下降 2,577.98 万元。

2021 年 1-6 月，公司优化产线布置，嘉善、庆元厂区分别生产不同系列的产品，使得员工人数有所减少，直接人工下降 317.82 万元。

#### B、工人平均工资的变化情况

由于地区收入差异，梦天家居与生产型子公司庆元梦天的工人平均薪酬水平不同，地处嘉善（毗邻上海）的梦天家居工人薪酬水平高于地处庆元（为福建浙江交界处）的庆元梦天人均薪酬。

公司对生产工人一贯实行“基本工资+计件工资”的薪酬政策，报告期内，公司逐年调升生产人员的基本工资与计件工资。

2019 年度，庆元梦天生产工人的人均工资基本持平；2020 年度，因疫情及厂区搬迁停工影响，庆元梦天产量减少，致使其生产工人的人均工资有所下降。但由于梦天家居的人均工资逐年上升，使得公司人均工资基本稳定，使得直接人工分别下降 26.26 万元和 69.95 万元。

2021 年 1-6 月，公司产量较上年同期大幅增加，员工计件工资相应增长，使得直接人工增加 2,982.02 万元。

#### C、工艺流程的变化对直接人工的影响

报告期内，随着公司嘉善各生产车间的改造及庆元新工厂的建设完工、投

入使用，运用柔性混流连线自动化生产等，主要产品生产工艺流程得到优化，逐步实现单一生产线从备料、生产、涂装、搬运等全流程贯通，从而大幅降低生产工人的需要量，导致直接人工下降，但生产工人的人均创收得以提升。

综上，报告期内，公司直接人工逐年减少，主要系随着生产线自动化程度全面提升，生产工人需要量减少所致，不存在人为减少员工人数来提高经营业绩的情形。

### ③制造费用

报告期内，计入主营业务成本的制造费用明细如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
职工薪酬	1,182.38	2,928.41	3,621.92	2,793.40
资产折旧及摊销	2,997.81	5,868.80	5,666.89	3,858.44
物料消耗	601.86	1,403.93	1,570.09	1,821.23
水电费	848.29	2,034.96	2,116.62	2,888.17
蒸汽费	330.27	490.76	527.60	647.97
修理费	1,410.35	1,039.57	1,236.79	876.39
其他费用	221.92	144.28	231.26	212.17
<b>合计</b>	<b>7,592.88</b>	<b>13,910.71</b>	<b>14,971.16</b>	<b>13,097.76</b>

报告期内，公司固定资产及无形资产规模随着嘉善厂区各生产线进行持续更新改造以及庆元新厂区建成投产而大幅增长，致使资产折旧及摊销提升较快，从而带动制造费用总体实现增长。

其中：2020年度，受疫情影响，公司开工时间及产量减少，职工薪酬、物料消耗、水电费、蒸汽费、修理费等有所下降，故使得虽然资产折旧及摊销有所增加，但当年制造费用仍较2019年度略有下降。

2021年1-6月，修理费涨幅较大，主要系公司对车间产线进行优化分布，相应发生设备维护检修及车间安装维修支出所致。

### (3) 主营业务成本分品种分析

报告期内，公司主营业务成本构成及变动情况如下：

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	变动额	金额 (万元)	占比 (%)	变动额	金额 (万元)	占比 (%)	变动额	金额 (万元)	占比 (%)
木门类	22,527.64	66.42	5,996.99	53,209.23	71.03	-8,915.05	62,124.28	74.96	-7,248.48	69,372.76	77.34
其中：门扇	7,498.06	22.11	1,999.45	17,981.01	24.00	-3,563.60	21,544.61	25.99	-3,664.26	25,208.87	28.10
门套	8,037.75	23.70	2,452.24	18,522.49	24.73	-2,781.68	21,304.17	25.70	-2,132.75	23,436.92	26.13
线条	6,991.83	20.62	1,545.31	16,705.73	22.30	-2,569.77	19,275.50	23.26	-1,451.46	20,726.96	23.11
柜类	6,364.75	18.77	2,479.90	11,480.45	15.33	1,113.39	10,367.06	12.51	394.76	9,972.30	11.12
墙板	4,349.76	12.83	1,720.11	8,475.37	11.31	598.88	7,876.49	9.50	101.73	7,774.76	8.67
其他家具	673.64	1.99	-135.63	1,742.14	2.33	-771.43	2,513.57	3.03	-65.74	2,579.31	2.88
<b>主营业务成本</b>	<b>33,915.79</b>	<b>100.00</b>	<b>10,061.37</b>	<b>74,907.19</b>	<b>100.00</b>	<b>-7,974.21</b>	<b>82,881.40</b>	<b>100.00</b>	<b>-6,817.72</b>	<b>89,699.12</b>	<b>100.00</b>

2018—2020 年度，公司木门类产品成本逐年下降，带动主营业务成本下降；2021 年 1-6 月因国内疫情得到良好控制，木门类成本同比有所回升。报告期内，公司柜类、墙板的成本均逐年上升。

2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司主要产品的成本变动因素分析如下：

单位：万元

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度		
	销量 影响额	单位成本 变动额	成本影响 额	销量 影响额	单位成本 变动额	成本影响 额	销量 影响额	单位成本 变动额	成本影响 额
门扇	2,188.86	-189.41	1,999.45	-1,975.39	-1,588.21	-3,563.60	-2,638.83	-1,025.42	-3,664.26
门套	2,157.26	294.97	2,452.24	-1,645.03	-1,136.65	-2,781.68	-1,045.14	-1,087.61	-2,132.76
线条	1,799.22	-253.91	1,545.31	-1,454.19	-1,115.58	-2,569.77	-615.41	-836.05	-1,451.46
柜类	2,849.49	-369.59	2,479.90	3,110.89	-1,997.50	1,113.39	1,090.14	-695.37	394.77
墙板	1,964.89	-244.79	1,720.11	2,161.34	-1,562.46	598.88	1,022.79	-921.06	101.73
其他家具	-	-135.63	-135.63	-	-771.44	-771.44	-	-65.74	-65.74
<b>合计</b>	<b>10,959.73</b>	<b>-898.36</b>	<b>10,061.37</b>	<b>197.61</b>	<b>-8,171.82</b>	<b>-7,974.21</b>	<b>-2,186.47</b>	<b>-4,631.25</b>	<b>-6,817.72</b>

注：销量影响额=（本期销量-上期销量）×上期单位成本；单位成本影响额=（本期单位成本-上期单位成本）×本期销量

2019 年度、2020 年度，公司主营业务成本分别下降 6,817.72 万元、7,974.21 万元，2021 年 1-6 月同比增长 10,061.37 万元，主要系：

2019 年度、2020 年度，木门类产品（门扇、门套、线条）销量不断减少，在抵消柜类、墙板的销量增长后，使得主营业务成本分别下降 2,186.47 万元、上升 197.61 万元；2021 年 1-6 月，公司主要产品销量同比快速提升，使得成本增加 10,959.73 万元；

同时，受公司不断推出简奢型产品系列及工艺改进等影响，使得各主要产品的单位成本均有所下降，导致主营业务成本分别下降 4,631.25 万元、8,171.82 万元及 898.36 万元。

#### （4）公司主要产品的单位成本分析

报告期内，公司主要产品的单位成本构成情况具体如下：

##### ①门扇

##### A、门扇单位成本构成情况

报告期内，门扇单位成本的料工费构成及变动如下：

单位：元/扇

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度	
	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比
单位直接材料	310.51	71.60%	-25.53	336.04	77.43%	-33.03	369.07	78.14%	-19.28	388.35	78.49%
单位直接人工	57.15	13.18%	8.26	48.89	11.26%	-3.84	52.73	11.16%	-9.14	61.87	12.50%
单位制造费用	66.04	15.23%	16.98	49.06	11.30%	-1.46	50.52	10.70%	5.93	44.59	9.01%
<b>单位成本小计</b>	<b>433.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>-0.29</b>	<b>433.99</b>	<b>100.00%</b>	<b>-38.33</b>	<b>472.32</b>	<b>100.00%</b>	<b>-22.48</b>	<b>494.80</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司门扇的单位直接材料带动单位成本逐年下降；

2018—2020 年度，随着 2018 年公司三号等智能车间及 2020 年 4 月庆元梦天新厂区的投入启用等，通过“机器换人”，单位直接人工不断下降，单位制造费用随折旧增加而整体有所上升；2021 年 1-6 月，受上半年为行业淡季影响，公司产品产销量较低，使得单位直接人工、单位制造费用均有所上升。

##### B、门扇单位直接材料构成情况

报告期内，公司门扇产品所耗用的主要原材料数量、金额情况如下：

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/扇)	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/扇)	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/扇)	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/扇)
板材类	0.079	1,942.66	<b>153.47</b>	0.078	1,997.82	<b>155.83</b>	0.075	2,173.33	<b>163.00</b>	0.077	2,349.61	<b>180.92</b>
涂料	3.72	23.33	<b>86.80</b>	4.31	23.35	<b>100.62</b>	4.62	23.19	<b>107.15</b>	5.05	22.16	<b>111.91</b>
木皮	3.64	13.92	<b>50.66</b>	4.59	12.92	<b>59.30</b>	6.10	12.14	<b>74.06</b>	6.31	10.93	<b>68.99</b>
其他材料[注]	-	-	<b>19.58</b>	-	-	<b>20.30</b>	-	-	<b>24.85</b>	-	-	<b>26.53</b>
小计	-	-	<b>310.51</b>	-	-	<b>336.04</b>	-	-	<b>369.07</b>	-	-	<b>388.35</b>

注：主要为包材辅料及雕花件等。

报告期内，公司门扇单位直接材料成本逐年下降，主要系主要原材料单位耗用量及板材原材料领用单价逐年下降的结果。

#### a、板材类

2019年度，单位门扇的板材类成本下降9.90%，主要系：1）采购单价下降；2）公司对集成材、中纤板定长定尺采购、使用全自动数控板材开料锯以及余料回用等，导致门扇的板材单耗下降0.002立方米所致；

2020年度、2021年1-6月，单位门扇的板材类成本分别下降4.40%、1.51%，主要系受平板门销量占比增加，增加单价较低的刨花板领用量，导致领用单价下降8.08%、2.76%所致。

#### b、涂料

2019年度，单位门扇的涂料成本下降幅度达到4.25%，主要系公司对水性漆进行回收利用，运用于白漆材产品的混油工艺中，致使涂料单耗下降8.51%；2020年度、2021年1-6月，涂料成本分别下降6.09%、15.67%，主要系2020年6月起科技木皮产品的喷涂工艺改为淋涂、辊涂，白漆材系列产品减少一道混油面漆工艺，同时2021年1-6月将开放漆系列产品的底漆改为辊涂工艺，使得涂料单耗逐年下降。

#### c、木皮

2019年度，单扇门扇的木皮成本上升7.35%，低于同期采购单价上涨幅度，主要系平板门及科技系列产品的比重提升，提高木皮利用率，致使木皮单



耗下降所致；2020年度、2021年1-6月，单位门扇木皮成本分别下降19.93%、14.57%，主要系公司水性漆性能提高及混油工艺升级，致使2020年6月起白漆材系列产品不再贴木皮，同时科技系列产品、平板门的销售占比进一步提升，分别致使木皮单耗下降24.75%、20.70%所致。

### C、门扇各细分产品成本构成情况

报告期内，公司门扇各细分产品单位直接材料及其销量占比情况如下：

单位：元/扇

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度	
	单位直接材料	销量占比	变动额	单位直接材料	销量占比	变动额	单位直接材料	销量占比	变动额	单位直接材料	销量占比
木质复合门	345.61	37.02%	-42.33	346.44	49.15%	-103.74	369.13	74.24%	-36.13	376.88	82.30%
平板门	273.24	58.36%	25.71	303.07	44.13%	82.51	292.33	17.53%	33.56	251.23	7.04%
全木门	479.84	2.77%	-10.58	476.76	5.01%	-14.75	539.35	7.16%	-14.26	576.08	9.18%
非标门	528.49	1.85%	1.78	469.01	1.70%	3.98	388.17	1.02%	-2.05	439.63	1.37%
原木门	1,885.64	0.00%	-0.11	1,498.27	0.01%	-0.81	1,911.81	0.05%	-0.67	1,427.10	0.12%
小计	<b>310.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>-25.53</b>	<b>336.04</b>	<b>100.00%</b>	<b>-33.03</b>	<b>369.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>-19.28</b>	<b>388.35</b>	<b>100.00%</b>

注：变动额=本期单位成本\*本期销量占比-上期单位成本\*上期销量占比

报告期内，公司门扇单位直接材料逐年下降，主要系木质复合门单位直接材料成本逐年下降且销量占比大幅下降，单位成本最低的平板门销量占比大幅上升导致。

### D、门扇细分产品的料工费变动分析

报告期内，门扇产品细分产品的料工费构成如下：

单位：元/扇

项目		2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
木质复合门	直接材料	345.61	72.37%	346.44	76.98%	369.13	77.33%	376.88	78.54%
	直接人工	60.09	12.58%	50.42	11.20%	54.45	11.41%	59.81	12.46%
	制造费用	71.84	15.04%	53.17	11.81%	53.79	11.27%	43.17	9.00%
	小计	<b>477.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>450.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>477.37</b>	<b>100.00%</b>	<b>479.86</b>	<b>100.00%</b>
平板门	直接材料	273.24	70.83%	303.07	77.47%	292.33	82.18%	251.23	76.74%
	直接人工	51.87	13.45%	45.34	11.59%	36.66	10.31%	46.75	14.28%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
制造费用	60.64	15.72%	42.79	10.94%	26.75	7.52%	29.38	8.97%	
小计	<b>385.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>391.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>355.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>327.36</b>	<b>100.00%</b>	
全木门	直接材料	479.84	80.40%	476.76	80.96%	539.35	82.61%	576.08	83.64%
	直接人工	58.89	9.87%	54.16	9.20%	57.49	8.81%	65.05	9.44%
	制造费用	58.12	9.74%	57.98	9.85%	56.05	8.58%	47.62	6.91%
	小计	<b>596.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>588.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>652.89</b>	<b>100.00%</b>	<b>688.75</b>	<b>100.00%</b>
非标门	直接材料	528.49	64.17%	469.01	76.24%	388.17	54.18%	439.63	51.70%
	直接人工	162.46	19.73%	74.92	12.18%	156.90	21.90%	228.84	26.91%
	制造费用	132.62	16.10%	71.21	11.58%	171.44	23.93%	181.91	21.39%
	小计	<b>823.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>615.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>716.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>850.38</b>	<b>100.00%</b>
原木门	直接材料	1,885.64	89.11%	1,498.27	86.12%	1,911.81	86.48%	1,427.10	84.31%
	直接人工	104.76	4.95%	108.21	6.22%	144.00	6.51%	151.42	8.95%
	制造费用	125.71	5.94%	133.18	7.66%	154.94	7.01%	114.22	6.75%
	小计	<b>2,116.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,739.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,210.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,692.74</b>	<b>100.00%</b>

2018—2020年度，木质复合门、全木门的单位成本与单位直接材料成本变动趋势一致，逐年下降；2021年1-6月，单位直接材料成本基本保持不变，单位成本受单位直接人工、单位制造费用拉动，有所上升。

报告期内，平板门的单位直接材料、单位成本呈先升后降态势；非标门、原木门的单位成本、单位直接材料有所波动。

2018—2020年度，由于“机器换人”，门扇各产品单位直接人工下降，除非标门外，单位制造费用整体上升；2021年1-6月，主要受上半年销售淡季影响，各主要产品的单位人工、单位制造费用均有所提升。

#### a、木质复合门

报告期内，公司木质复合门单位直接材料成本逐年下降，其中，2019年度，单位直接材料成本小幅下降，主要系板材采购单价下降及白漆材系列水性漆回收利用所致；2020年度，单位直接材料下降较快，主要系板材领用价格下降以及白漆材系列不贴木皮、减少水性漆等因素所致。

b、平板门

报告期内，平板门的单位直接材料与单位成本变动一致，呈先升后降态势，主要系单位材料成本较高的 6P 系列销量占比有所上升，同时 2021 年 1-6 月白漆材产品销量占比增加所致，具体如下：

产品类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单位直接材料 (元/扇)	销量 占比	单位直接材料 (元/扇)	销量 占比	单位直接材料 (元/扇)	销量 占比	单位直接材料 (元/扇)	销量 占比
6P 系列	337.56	34.55%	365.16	35.94%	387.67	18.46%	-	-
4P 系列	264.86	19.76%	267.71	29.90%	267.75	77.67%	239.82	86.69%
4T 系列	201.29	31.99%	268.19	33.70%	-	-	-	-
Z 系列	267.51	0.35%	305.09	0.46%	331.03	3.87%	325.56	13.31%
HD 系列	291.71	13.34%	-	-	-	-	-	-
平板门小计	<b>273.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>303.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>292.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>251.23</b>	<b>100.00%</b>

2020 年，6P 系列、Z 系列产品单位直接材料下降，主要系板材采购价格下降以及刨花板使用比例增加导致；2021 年 1-6 月，因白漆材系列比重增长较快，使得 6P 系列、4T 系列、Z 系列单位直接材料下降。

2020 年度，庆元梦天新厂区于 4 月投产，平板门产量下降，2021 年 1-6 月，销售季节性使得公司产量较少，导致单位直接人工、单位制造费用增加，推动平板门的单位成本 2020 年度上升、2021 年 1-6 月与上年基本持平。

c、全木门

2018—2020 年度，全木门单位直接材料逐年下降，主要系单位材料成本较高的 8A、QM 系列销售占比下降，单位材料成本较低的 6B 系列（主要为玻璃移门）占比增加所致；2021 年 1-6 月，随着 8A 系列占比回升，使得全木门单位直接材料有所回升。具体如下：

产品类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单位直接材料 (元/扇)	销量 占比	单位直接材料 (元/扇)	销量 占比	单位直接材料 (元/扇)	销量 占比	单位直接材料 (元/扇)	销量 占比
8A 系列	626.06	37.87%	677.48	24.53%	779.92	24.25%	826.02	29.23%
6B 系列	344.96	38.24%	361.74	44.77%	395.79	31.85%	402.07	25.00%
QM 系列	463.96	23.89%	484.11	30.69%	510.60	43.90%	511.46	45.77%
全木门小计	<b>479.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>476.76</b>	<b>100.00</b>	<b>539.35</b>	<b>100.00</b>	<b>576.08</b>	<b>100.00%</b>

其中：8A 系列单位直接材料成本下降幅度较大，主要系 2019 年起其门芯板材质变更为利用率较高的橡胶木，2020 年度、2021 年 1-6 月造型简化的 8A21 等销售占比上升。具体如下：

产品类型	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	单位直接材料 (元/扇)	销量占比	变动额 (元/扇)	单位直接材料 (元/扇)	销量占比	变动额 (元/扇)	单位直接材料 (元/扇)	销量占比	变动额 (元/扇)	单位直接材料 (元/扇)	销量占比
8A 系列	626.06	38.24%	70.90	<b>677.48</b>	<b>24.53%</b>	<b>-22.94</b>	<b>779.92</b>	<b>24.25%</b>	<b>-52.33</b>	<b>826.02</b>	<b>29.23%</b>
其中：门芯板改为橡胶木影响[注 1]	-16.21	38.24%	-6.20	-55.75	18.28%	-10.19	-55.75	6.18%	-3.45	-	-
造型简化品种占比增加影响[注 2]	-90.00	14.43%	-12.99	-90.00	7.30%	-6.57	-	-	-	-	-
销量变动影响[注 4]	-	<b>13.71%</b>	<b>92.88</b>	-	<b>0.28%</b>	<b>2.18</b>	-	<b>-4.98%</b>	<b>-41.14</b>	-	-

注 1：黄杨、水冬瓜等原木门芯板单价 3,926.89 元/m<sup>3</sup>\*用量 0.0434 m<sup>3</sup>/扇-橡胶木单价 4,587.21 元/m<sup>3</sup>\*用量 0.0250 m<sup>3</sup>/扇=55.75（元/扇）

注 2：8A21 等造型简化、装饰弯脚少的型号销售占比提升，较 8A11 减少 90 元/扇弯脚等材料成本。

注 3：2021 年 1-6 月，无节橡胶木采购单价下降，使得每扇 8A 系列的板材成本下降(4,587.21-3,938.84)×0.0250m<sup>3</sup>/扇=16.21（元/扇）

注 4：2018 年度：单位直接材料成本 826.02 元/扇\*销量占比变动（24.25%-29.23%）=-41.14（元/扇）；2019 年度：单位直接材料成本 779.92 元/扇\*销量占比变动（24.53%-24.25%）=2.18（元/扇）；2021 年 1-6 月：单位直接材料成本 677.48 元/扇\*销量占比变动（38.24%-24.53%）=92.88（元/扇）

#### d、非标门

2018—2020 年度，非标门的单位成本逐年下降，但 2020 年单位直接材料成本有所上升，直接人工、制造费用下降，主要系公司外购部分特殊规格的铝合金门，加工程度较低所致；2021 年 1-6 月，单位成本及其料工费均有所上升，主要系生产成本较高的隐形门销量占比增加所致。

#### e、原木门

报告期内，该类产品个性化定制程度高，销量很少，单位成本波动较大。

### ②门套

#### A、门套单位成本的构成情况

报告期内，门套单位成本的料工费构成及变动情况如下：

单位：元/米

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度	
	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比
单位直接材料	29.89	52.66%	-1.21	31.10	59.37%	-1.07	32.17	57.86%	-3.20	35.37	60.54%
单位直接人工	13.17	23.20%	2.16	11.01	21.01%	-2.01	13.02	23.42%	-1.29	14.31	24.49%
单位制造费用	13.70	24.14%	3.42	10.28	19.62%	-0.13	10.41	18.72%	1.66	8.75	14.97%
<b>单位成本小计</b>	<b>56.76</b>	<b>100.00%</b>	<b>4.38</b>	<b>52.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>-3.22</b>	<b>55.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>-2.84</b>	<b>58.44</b>	<b>100.00%</b>

2018—2020年度，公司门套单位成本随单位直接材料成本、单位直接人工而逐年下降，主要系门套系列与门扇系列一致，同步向简奢型转型；同时公司自动化程度提高，使得单位直接人工下降，单位制造费用整体上升。

2021年1-6月，受简奢型转型的持续影响，门套单位直接材料有所下降，但受季节性产量较少影响，单位直接人工、单位制造费用较高，使得单位成本有所上升。

#### B、门套单位直接材料构成情况

报告期内，公司门套所耗用的主要原材料数量、金额情况如下：

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	平均耗用量	领用单价 (元/单位)	平均单位 金额 (元/米)	平均 耗用量	领用单价 (元/单位)	平均单位 金额 (元/米)	平均 耗用量	领用单价 (元/单位)	平均单位 金额 (元/米)	平均 耗用量	领用单价 (元/单位)	平均单位 金额 (元/米)
板材类	0.0067	2,504.98	<b>16.78</b>	0.0067	2,316.42	<b>15.52</b>	0.0067	2,271.64	<b>15.22</b>	0.0069	2,486.96	<b>17.16</b>
涂料	0.30	23.34	<b>6.94</b>	0.35	23.51	<b>8.23</b>	0.37	22.97	<b>8.50</b>	0.42	22.38	<b>9.40</b>
木皮	0.27	13.90	<b>3.75</b>	0.33	13.12	<b>4.33</b>	0.43	12.16	<b>5.23</b>	0.45	10.96	<b>4.93</b>
其他材料	-	-	<b>2.41</b>	-	-	<b>3.02</b>	-	-	<b>3.22</b>	-	-	<b>3.88</b>
<b>小计</b>	-	-	<b>29.89</b>	-	-	<b>31.10</b>	-	-	<b>32.17</b>	-	-	<b>35.37</b>

报告期内，公司门套的单位直接材料逐年下降，主要系刨花板门套销售占比上升，导致板材领用单价下降；进行定长定尺、余料回用等管理优化以及水性漆工艺改进等，导致主要原材料单耗下降所致。

##### a、板材类

2019年度，单位门套的板材类成本下降11.31%，主要系门套产品结构变化，刨花板门套销售占比增加，同时采取集成材定长定尺采购以及余料回用措

施，使得板材类单耗下降 2.90%；2020 年度、2021 年 1-6 月，板材类成本分别上升 1.97%、8.12%，主要系刨花板材质的门套占比不断下降，导致板材领用单价上升所致。

b、涂料

2019 年度，单位门套的涂料成本下降 9.57%，主要系对水性漆回收利用，涂料单耗下降所致；2020 年度、2021 年 1-6 月，涂料成本分别下降 3.18%、5.67%，，主要系 2020 年 6 月起科技系列产品的喷涂工艺改为淋涂、辊涂，白漆材系列产品减少一道面漆工艺，同时 2021 年 1-6 月将开放漆系列产品的底漆改为辊涂工艺，使得涂料单耗不断下降所致。

c、木皮

2019 年度，单位门套的木皮成本上升 6.09%，主要系利用率较高的科技系列门套比重上升，导致木皮单耗下降；2020 年度、2021 年 1-6 月，单位门套的木皮成本分别下降 17.21%、13.39%，主要系 2020 年 6 月起，白漆材系列门套不再贴木皮，科技系列门套比重持续上升，共同导致木皮单耗下降。

C、门套细分产品的料工费变动分析

报告期内，门套细分产品的料工费构成如下：

单位：元/米

项目		2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
刨花板 门套	直接材料	24.34	48.25%	27.56	56.62%	28.21	55.02%	29.07	56.02%
	直接人工	12.64	25.06%	10.82	22.22%	12.83	25.03%	13.42	25.87%
	制造费用	13.46	26.69%	10.30	21.16%	10.23	19.96%	9.40	18.12%
	小计	<b>50.44</b>	<b>100.00%</b>	<b>48.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>51.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>51.89</b>	<b>100.00%</b>
全木板 门套	直接材料	31.60	53.83%	33.87	61.27%	35.46	59.89%	37.29	61.71%
	直接人工	13.33	22.71%	11.15	20.17%	13.18	22.27%	14.61	24.18%
	制造费用	13.77	23.46%	10.26	18.56%	10.56	17.84%	8.53	14.11%
	小计	<b>58.71</b>	<b>100.00%</b>	<b>55.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>59.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>60.43</b>	<b>100.00%</b>

2018—2020 年度，公司门套细分产品的单位成本随单位直接材料成本下降

而整体有所下降；随着“机器换人”，各细分产品的直接人工金额及占比逐年下降，制造费用金额及占比有所上升。2021年1-6月，单位成本受单位直接人工及制造费用拉升影响，均有所回升。

报告期内，门套细分产品的单位直接材料及分布如下：

产品类型	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	单位直接材料 (元/米)	销量 占比	单位直接材料 (元/米)	销量 占比	单位直接材料 (元/米)	销量 占比	单位直接材料 (元/米)	销量 占比
刨花板门套	24.34	23.56%	27.56	43.89%	28.21	45.38%	29.07	23.34%
全木板门套	31.60	76.44%	33.87	56.11%	35.46	54.62%	37.29	76.66%
门套小计	<b>29.89</b>	<b>100.00%</b>	<b>31.10</b>	<b>100.00%</b>	<b>32.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>35.37</b>	<b>100.00%</b>

2018—2020年度，单位直接材料较低的刨花板门套的销售占比提升较快；同时受科技系列产品销售占比增大、白漆材系列的水性漆及木皮工艺改进等影响，使得报告期内门套细分产品的单位直接材料均有所下降。

### ③线条

#### A、线条单位成本构成情况

报告期内，线条单位成本的料工费构成及变动如下：

单位：元/米

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度	
	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比
单位直接材料	8.93	44.89%	-0.78	9.71	51.50%	-0.57	10.28	51.10%	-0.87	11.15	53.09%
单位直接人工	5.16	25.91%	0.62	4.54	24.09%	-0.59	5.13	25.51%	-0.69	5.82	27.72%
单位制造费用	5.81	29.20%	1.20	4.61	24.42%	-0.10	4.71	23.39%	0.68	4.03	19.19%
单位成本小计	<b>19.89</b>	<b>100.00%</b>	<b>1.03</b>	<b>18.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>-1.26</b>	<b>20.12</b>	<b>100.00%</b>	<b>-0.88</b>	<b>21.00</b>	<b>100.00%</b>

2018—2020年度，公司线条单位成本及单位直接材料整体较低，且随着原材料采购价格下降及简洁化的平板线条占比增加而逐年递减；随着公司智能化生产线陆续投入使用，单位制造费用整体有所上升，而单位直接人工逐年下降；2021年1-6月，受单位直接人工及制造费用拉动，单位成本有所回升。

#### B、线条细分产品的单位直接材料分析

报告期内，线条产品单位直接材料成本随线条原材料的采购单价下降而逐



年递减；另外，与公司简约型产品风格配套一致，单位直接材料较低的平板线条占比增大，也使得线条产品的单位直接材料逐年下降，具体如下：

单位：元/米

产品类型	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	单位直接材料	销量占比	单位直接材料	销量占比	单位直接材料	销量占比	单位直接材料	销量占比
造型线条	10.27	39.30%	10.59	50.35%	10.68	75.48%	11.29	93.37%
平板线条	8.06	60.70%	8.82	49.65%	9.06	24.52%	9.23	6.63%
合计	<b>8.93</b>	<b>100.00%</b>	<b>9.71</b>	<b>100.00%</b>	<b>10.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>11.15</b>	<b>100.00%</b>

#### ④柜类

##### A、柜类单位成本的构成分析

报告期内，柜类单位成本的料工费构成如下：

单位：元/平方米

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度	
	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比
单位直接材料	109.11	58.11%	-7.55	116.66	60.55%	-16.61	133.27	58.92%	-13.49	146.76	60.81%
单位直接人工	35.98	19.16%	0.78	35.20	18.27%	-9.30	44.50	19.67%	-7.34	51.84	21.48%
单位制造费用	42.68	22.73%	1.87	40.81	21.18%	-7.61	48.42	21.41%	5.67	42.75	17.71%
单位成本小计	<b>187.76</b>	<b>100.00%</b>	<b>-4.91</b>	<b>192.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>-33.52</b>	<b>226.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>-15.17</b>	<b>241.36</b>	<b>100.00%</b>

柜类为公司从木门向木作成功扩展的代表性品种。报告期内，为尽快占领市场，公司通过提升平板柜门、免漆柜等销售占比，致使柜类单位直接材料及单位成本大幅下降。

随着智能化生产程度提高，2019年度，公司柜类的单位直接人工下降、单位制造费用增加；2020年度，由于发挥规模效应，单位直接人工、单位制造费用均有所下降；2021年1-6月，受季节性产量较少影响，单位直接人工、单位制造费用略有回升。

##### B、柜类单位直接材料构成情况

报告期内，公司柜类产品所耗用的主要原材料数量、金额情况如下：

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/平方米)	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/平方米)	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/平方米)	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/平方米)
板材类	0.025	2,302.85	56.65	0.024	2,328.75	55.89	0.022	2,580.11	56.76	0.023	2,723.91	62.65
涂料	0.92	23.32	21.45	1.12	23.29	26.09	1.51	23.23	35.07	1.88	22.16	41.66
木皮	1.71	13.90	23.77	1.86	12.96	24.11	2.22	12.14	26.95	2.49	10.94	27.24
其他材料	-	-	7.24	-	-	10.58	-	-	14.50	-	-	15.21
小计	-	-	109.11	-	-	116.66	-	-	133.27	-	-	146.76

报告期内，公司柜类单位直接材料成本逐年下降，主要系免漆柜的销售占比逐年上升，造成板材领用单价及涂料、木皮单耗下降。

#### a、板材类

2019年度，单位柜类的板材类成本下降9.40%，主要系免漆柜销售占比上升6.15%，致使板材领用单价降低；2020年度、2021年1-6月，单位柜类的板材类成本略有下降，主要系免漆柜销量占比上升，致使板材单耗上升，与板材采购单价降低相抵所致。

#### b、涂料

报告期内，单位柜类的涂料成本均有所下降，主要系对水性漆回收利用，免漆柜的销售占比持续提升，同时科技系列产品的喷涂工艺改为淋涂、辊涂，降低涂料单耗所致。

#### c、木皮

2019年度、2020年度及2021年1-6月，随着免漆柜的销售占比分别提升6.15%、18.98%及6.34%，导致单位柜类的木皮成本分别下降1.06%、10.54%及1.41%。

### C、柜类各细分产品的料工费变动分析

单位：元/平方米

项目		2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
水漆柜	直接材料	135.60	58.65%	138.76	60.98%	140.41	58.91%	149.12	60.77%

	直接人工	44.23	19.13%	41.17	18.09%	46.88	19.67%	52.72	21.48%
	制造费用	51.38	22.22%	47.64	20.93%	51.05	21.42%	43.56	17.75%
	<b>小计</b>	<b>231.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>227.56</b>	<b>100.00%</b>	<b>238.35</b>	<b>100.00%</b>	<b>245.40</b>	<b>100.00%</b>
免漆柜	直接材料	58.13	55.81%	59.39	58.08%	59.94	59.16%	62.51	64.64%
	直接人工	20.09	19.29%	19.74	19.30%	19.99	19.73%	20.52	21.22%
	制造费用	25.93	24.90%	23.13	22.62%	21.38	21.10%	13.68	14.14%
	<b>小计</b>	<b>104.15</b>	<b>100.00%</b>	<b>102.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>101.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>96.71</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，随着水性漆回收利用等工艺成熟及减少打孔错误浪费，使得水漆柜单位直接材料逐年下降，与单位成本变动基本一致；报告期内，公司新开发的免漆柜的单位成本基本稳定。

2018—2020 年度，因“机器换人”，柜类细分产品单位直接人工逐年下降，制造费用总体上升；2021 年 1-6 月，单位直接人工及制造费用均有所上升。

报告期内，柜类细分产品的单位直接材料及分布如下：

产品类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单位直接材料 (元/平米)	销量占比	单位直接材料 (元/平米)	销量占比	单位直接材料 (元/平米)	销量占比	单位直接材料 (元/平米)	销量占比
水漆柜	135.60	65.81%	138.76	72.15%	140.41	91.13%	149.12	97.28%
免漆柜	58.13	34.19%	59.39	27.85%	59.94	8.87%	62.51	2.72%
<b>柜类小计</b>	<b>109.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>116.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>133.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>146.76</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，柜类单位直接材料下降，主要系单位直接材料较低的免漆柜的销量占比上升较快所致。

#### ⑤墙板

##### A、墙板单位成本的构成分析

报告期内，墙板单位成本的料工费构成及变动如下：

单位：元/平方米

项目	2021年1-6月			2020年度			2020年度			2018年度	
	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比	变动额	金额	占比
单位直接材料	155.56	59.05%	-19.37	174.93	65.31%	-38.70	213.63	67.35%	-33.89	247.52	69.86%
单位直接人工	49.87	18.93%	6.62	43.25	16.15%	-6.30	49.55	15.62%	-8.88	58.43	16.49%
单位制造费用	58.02	22.02%	8.36	49.66	18.54%	-4.37	54.03	17.03%	5.68	48.35	13.65%
<b>单位成本小计</b>	<b>263.45</b>	<b>100.00%</b>	<b>-4.38</b>	<b>267.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>-49.38</b>	<b>317.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>-37.09</b>	<b>354.30</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司墙板的单位成本、单位直接材料呈下降态势，主要系工艺简单、成本较低的平墙板销售占比逐年提升所致；同样由于“机器换人”，单位直接人工下降，单位制造费用整体上升。2021年1-6月，同样墙板的单位直接人工、单位制造费用均有所回升。

#### B、墙板单位直接材料构成情况

报告期内，公司墙板产品所耗用的主要原材料数量、金额情况如下：

产品类型	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/平方米)	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/平方米)	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/平方米)	平均耗用量	领用单价(元/单位)	平均单位金额(元/平方米)
板材类	0.024	3,133.88	75.84	0.026	3,084.62	80.20	0.028	2,888.21	80.87	0.030	3,023.33	90.70
涂料	1.35	23.41	31.60	1.49	23.32	34.75	1.59	23.25	36.96	1.80	22.22	40.00
木皮	1.57	13.89	21.80	1.62	12.90	20.89	1.68	12.12	20.36	1.89	10.94	20.68
线条	1.12	8.03	9.00	1.70	8.57	14.57	3.20	12.15	38.87	4.25	13.56	57.61
其他材料	-	-	17.32	-	-	24.51	-	-	36.57	-	-	38.53
<b>小计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>155.56</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>174.93</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>213.63</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>247.52</b>

报告期内，单位墙板的直接材料成本逐年下降，主要系：15mm厚度的平墙板的销售占比持续上升以及板材余料回用，导致板材单耗下降；线条的领用单价及单耗逐年大幅下降。

##### a、板材类

2019年度，单位墙板的板材类成本下降幅度为10.84%，主要系当年15mm厚度的平墙板销售占比从5.78%提升至15.76%，使得板材总体单耗及领用价格均有所下降所致；2020年度，平墙板销售占比上升至45.59%，但领用板材单价

上升与单耗下降的影响相抵；2021年1-6月，15mm平墙板的销售占比增至63.66%，单耗下降幅度超过领用单价上升幅度，使得墙板的板材单耗下降5.44%。

b、涂料

2019年度、2020年度及2021年1-6月，单位墙板的涂料成本分别下降7.60%、5.98%及9.06%，主要系对水性漆进行回收利用、科技系列及开放漆系列产品涂装工艺改进、白漆材系列产品减少一道面漆，使得涂料单耗下降，超过采购单价上升影响所致；

c、木皮

2019年度、2020年度及2021年1-6月，单位墙板的木皮成本总体有所增长，主要系木皮领用单价上升幅度超过平墙板及科技木皮墙板的销量占比逐年增加，导致木皮单耗下降的影响；

d、线条

报告期内，线条成本下降幅度均较大，主要系线条的采购单价逐年下降；不使用挂线条的15mm平墙板占比增长幅度较大，造型墙板销量占比下降以及领用70mm宽度挂线条的造型墙板改为35mm、50mm宽度所致。

C、墙板细分产品的料工费变动分析

报告期内，墙板细分产品的料工费构成及变动如下：

单位：元/平方米

项目		2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
造型墙板	直接材料	222.04	66.23%	219.69	69.43%	233.88	67.83%	258.84	69.30%
	直接人工	54.52	16.26%	44.37	14.02%	52.95	15.36%	63.04	16.88%
	制造费用	58.68	17.50%	52.36	16.55%	57.94	16.80%	51.62	13.82%
	小计	<b>335.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>316.42</b>	<b>100.00%</b>	<b>344.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>373.50</b>	<b>100.00%</b>
平墙板	直接材料	139.90	56.55%	159.68	63.52%	199.76	66.97%	235.59	70.53%
	直接人工	49.23	19.90%	42.90	17.07%	47.21	15.83%	53.54	16.03%
	制造费用	58.26	23.55%	48.78	19.41%	51.34	17.21%	44.89	13.44%

	小计	247.39	100.00%	251.36	100.00%	298.30	100.00%	334.02	100.00%
--	----	--------	---------	--------	---------	--------	---------	--------	---------

报告期内，因内部结构变动，单位成本较低的平墙板的销量占比分别为48.63%、59.31%、74.68%及81.72%，逐年上升，带动单位成本持续下降。

#### a、造型墙板

报告期内，造型墙板按线条宽度分布的单位直接材料情况如下：

产品类型	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	单位直接材料（元/平方米）	销量占比	单位直接材料（元/平方米）	销量占比	单位直接材料（元/平方米）	销量占比	单位直接材料（元/平方米）	销量占比
70mm 线条	237.56	11.85%	229.53	10.41%	242.35	21.75%	266.11	46.05%
50mm 线条	229.19	23.65%	225.82	35.88%	234.28	45.40%	256.33	33.95%
35mm 线条	216.57	64.49%	213.69	53.71%	227.72	32.86%	246.11	19.99%
造型墙板小计	222.04	100.00%	219.69	100.00%	233.88	100.00%	258.84	100.00%

报告期内，造型墙板材料成本下降主要系35mm线条造型墙板占比大幅增长，线条采购成本逐年下降以及产品简洁化，使得线条用量减少所致；同时，白漆材系列产品占比增大，也使得各类造型墙板的单位直接材料总体下降。

#### b、平墙板

报告期内，平墙板的单位直接材料成本下降幅度较大，主要系15mm厚度、21mm厚度的平墙板的销售占比呈此升彼减变动所致，具体如下：

产品类型	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	单位直接材料（元/平方米）	销量占比	单位直接材料（元/平方米）	销量占比	单位直接材料（元/平方米）	销量占比	单位直接材料（元/平方米）	销量占比
15mm 厚度	122.61	77.90%	127.32	62.71%	142.79	27.75%	151.68	12.29%
21mm 厚度	207.03	14.75%	218.83	26.30%	224.78	61.01%	251.73	76.64%
其他厚度	188.41	7.35%	202.76	10.99%	204.61	11.24%	216.98	11.07%
平墙板小计	139.90	100.00%	159.68	100.00%	199.76	100.00%	235.59	100.00%

同时，2019年起公司采用豪迈软件开料以及白漆材系列、科技系列产品占比增大，使得各类平墙板单位直接材料逐年下降。

### 3、期间费用

报告期内，期间费用金额及其占营业收入的比例如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
销售费用	6,670.20	12.39	15,251.79	12.43	16,529.67	12.26	20,428.46	15.19
管理费用	3,419.99	6.35	6,424.80	5.24	6,203.38	4.60	6,454.60	4.80
研发费用	2,762.78	5.13	6,311.85	5.15	6,227.58	4.62	6,796.08	5.05
财务费用	-144.66	-0.27	-14.52	-0.01	192.40	0.14	133.96	0.10
<b>合计</b>	<b>12,708.30</b>	<b>23.60</b>	<b>27,973.92</b>	<b>22.80</b>	<b>29,153.03</b>	<b>21.63</b>	<b>33,813.11</b>	<b>25.15</b>

报告期内，公司期间费用总额占当期营业收入的比例分别为 25.15%、21.63%、22.80%及 23.60%。其中，2018 年度占比较高，系当年广告宣传费较大，同时存在股份支付费用所致。

### (1) 销售费用

报告期内，公司销售费用占营业收入的比例分别 15.19%、12.26%、12.43%及 12.39%，主要由广告宣传费、运杂费、职工薪酬等构成。

#### ①销售费用率同行业对比

报告期内，公司销售费用率与同行业可比上市公司对比如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
江山欧派	8.90%	5.90%	8.61%	9.88%
索菲亚	10.10%	9.17%	9.96%	9.58%
欧派家居	7.63%	7.78%	9.68%	10.23%
顶固集创	11.62%	15.51%	13.64%	12.36%
<b>本公司</b>	<b>12.39%</b>	<b>12.43%</b>	<b>12.26%</b>	<b>15.19%</b>

报告期内，公司销售费用率与同行业上市公司相比，处于较高水平，主要系销售模式、运费承担方式以及规模效应等差异造成：

A、销售模式不同：以大宗工程渠道为主的江山欧派广告费开支较少；而公司与索菲亚、欧派家居、顶固集创均以经销商模式为主，注重通过广告投放，来拉动终端消费者的需求。

B、运费承担不同：与可比上市公司不同，公司为经销商承担从发货至指定交货地点的运杂费。



C、收入规模不同：在同属于经销商模式为主的公司中，公司的营业收入高于顶固集创，但远低于欧派家居、索菲亚，使得公司销售费用率高于索菲亚和欧派家居，总体低于顶固集创。

②销售费用构成明细

报告期内，公司的销售费用主要明细如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
广告宣传费	1,271.49	4,010.29	4,860.96	8,153.15
运杂费	2,195.99	4,334.31	4,759.66	4,992.11
职工薪酬	2,456.31	4,383.42	4,448.00	3,763.58
技术支持费	230.65	1,075.92	514.08	1,197.77
差旅业务费	230.18	565.55	755.27	1,218.93
其他	285.57	882.29	1,191.69	1,102.94
<b>合计</b>	<b>6,670.20</b>	<b>15,251.79</b>	<b>16,529.67</b>	<b>20,428.46</b>

A、广告宣传费

a、报告期内，公司的广告宣传费明细及变动情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
高铁广告	77.55	1,712.65	2,514.73	3,249.41
代言费	488.83	977.73	1,184.39	1,052.90
网络广告	107.15	693.90	392.48	899.97
红星广告	273.41	471.70	557.35	746.86
居然之家广告	188.68	-	-	-
机场广告	-	-	-	1,087.37
宣传活动	84.91	102.79	29.13	1,005.33
其他	50.95	51.52	182.90	111.31
<b>合计</b>	<b>1,271.49</b>	<b>4,010.29</b>	<b>4,860.97</b>	<b>8,153.15</b>

报告期内，公司广告宣传费逐年减少，主要系公司紧跟年轻消费主体的关注热点，针对性地转换媒介进行精准投放所致。其中，2019年度，公司广告宣

传费较上年减少 3,292.19 万元，主要系公司停止了机场广告投放，减少了演出活动赞助、大赛赞助等宣传活动投入所致，但保留了高铁、品牌代言人、网络及红星美凯龙家具城等投入；

2020 年度，将部分高铁户外及 LED 广告调整为高密度、高频次的“梦天号”高铁专列广告；充分利用网络宣传，加推天猫、抖音、微信等平台直播卖货等；

2021 年 1-6 月，公司将高铁户外广告及专列广告调整为重点城市站点的广告，着重开展抖音、微信平台的自媒体宣传，同时加推居然之家商场广告，更好地贴近目标客户。

#### b、发行人消减广告宣传费的原因及商业合理性

目前，定制家居行业的消费主体已转换为适婚一族的年轻人群体，家具企业的市场竞争已转变为品牌、营销网络、设计研发、服务等方面的综合竞争。

报告期内，公司广告宣传费下降，主要系根据消费主体变化、公司产品定位转移以及外界环境变化，选择适当的媒介和方式，对目标客户实施精准投放所致，具体调整策略为：

1) 2020 年前后，公司已完成了线下经销商门店从木门向木作的店装改造；此外，公司已分步在北京、上海、杭州、长沙、成都、郑州、济南、沈阳八大核心城市建设“梦天木作体验中心”，以提升“梦天”品牌和市场形象。

2) 将高铁广告投放重心先后转向营销着重布局的华东、华中、西南、西北等重点销售市场核心枢纽站点、部分三四线城市、旅游城市高铁站点以及重点城市，深度围合目标人群；

3) 针对疫情爆发及年轻人消费趋势变化，做出快速反应，借助天猫、抖音直播同步发力，举办多场新型营销活动；

4) 加强红星美凯龙、居然之家商场内的广告投放力度，更直接的贴近目标客户。

报告期内，公司经营活动现金流量净额合计为 6.20 亿元，报告期内各期期

末货币资金余额均超过 2.40 亿元，并不存在资金短缺的情形。

报告期内，公司归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低计）分别为 7,969.74 万元、17,649.70 万元、16,234.85 万元及 5,246.94 万元，扣除各年广告宣传费消减数后，为 7,969.74 万元、14,851.34 万元、15,511.78 万元及 4,683.61 万元，对公司的经营业绩未构成重大影响。因此，公司减少广告宣传费投入并非为了垫高经营业绩。

同时，近年来，公司所处的定制家具行业增长较快，发展空间广阔；自国内疫情得到控制以来，家装市场的消费需求不断释放，公司主营业务迅速恢复正常，不存在发行人业务及所处行业不景气的情形。

#### c、发行人消减广告宣传费不会影响未来的经营发展

报告期内，公司通过增加重点市场布局，将经销商网点下沉至四、五线城市，扩大市场覆盖面；另外，通过丰富产品结构，实施整体木作策略，提升单个客户的客单值，使得公司的营业收入基本保持稳定。

此外，为应对新房精装交付政策，公司结合募投项目的实施，大力发展大宗工程业务，而获取该类业务，基本凭借行业中的市场地位和口碑等，并不需要大量投放广告拉动。

因此，公司广告宣传费减少并不会影响未来的经营发展。

#### d、广告宣传费同行业比较

报告期内，公司广告宣传费及占营业收入的比例与同行业上市公司比较：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
江山欧派	770.91	0.55%	1,068.68	0.35	1,499.57	0.74	1,218.27	0.95
索菲亚	9,997.43	2.33%	25,295.24	3.03	26,700.24	3.47	30,842.75	4.22
欧派家居	19,084.45	2.33%	36,037.16	2.44	40,631.61	3.00	44,999.50	3.91
顶固集创 [注]	1,799.63	3.44%	4,981.58	5.71	2,619.60	2.82	2,539.88	3.06
<b>本公司</b>	<b>1,271.49</b>	<b>2.36%</b>	<b>4,010.29</b>	<b>3.27</b>	<b>4,860.97</b>	<b>3.61</b>	<b>8,153.15</b>	<b>6.06</b>

注：顶固集创为市场推广费，含广告宣传费外的其他费用。

随着家装行业的消费主体及其关注媒介热点的改变，减少广告宣传费投放已成为行业的普遍现象。报告期内，公司广告宣传费及其占营业收入的比例，与以经销商模式为主的同行业可比上市公司一致，呈逐年递减态势；报告期内，公司广告宣传费占营业收入的比例处于行业较高水平。

### B、运杂费

报告期内，公司运杂费较高，分别为 4,992.11 万元、4,759.66 万元、4,334.31 万元及 2,195.99 万元。公司与承运商按照不同的承运目的地，设置不同的单件运价，根据实际承运件数结算运费。

报告期内，公司单件产品运费变动情况如下：

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
运杂费（万元）	2,195.99	4,334.31	4,759.66	4,992.11
全部产品销售数量（件）	622,137	1,224,649	1,293,991	1,371,141
剔除自提产品的销售数量（件）	612,234	1,191,781	1,293,855	1,357,919
单位运费（元/件）	35.87	36.37	36.79	36.76

注：每扇门扇独立包装为一件，相应配套的门套、线条独立包装为一件；单独销售的门套、线条单独包装为一件；柜门、柜体、墙板视具体数量包装为一件或多件；其他家具按适当大小独立包装或与其他产品合并包装。

剔除自提部分产品销量后，报告期内，公司单位运费较为稳定，其中 2020 年度、2021 年 1-6 月略有下降，主要系单位运费报价有所下降所致。

报告期内，公司运杂费的金额及占比高于同行业上市公司，具体如下：

项目	2021年 1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
江山欧派	-	-	-	-	4,303.97	2.12	2,463.58	1.92
索菲亚	2,381.86	0.55	3,384.09	0.41	3,241.18	0.42	1,856.64	0.25
欧派家居	-	-	-	-	6,314.61	0.47	4,746.34	0.41
顶固集创	-	-	-	-	302.74	0.33	200.30	0.24
本公司	<b>2,195.99</b>	<b>4.08</b>	<b>4,334.31</b>	<b>3.53</b>	<b>4,759.66</b>	<b>3.53</b>	<b>4,992.11</b>	<b>3.71</b>

注：除索菲亚外，其他可比公司运杂费未在销售费用里列示

公司是行业内为数不多的为经销商承担运杂费的企业；而同行业上市公司

中，江山欧派仅为工程客户承担运费，欧派家居、顶固集创、索菲亚也均不为经销商承担运费。

### C、职工薪酬

报告期内，销售人员职工薪酬分别为 3,763.58 万元、4,448.00 万元、4,368.39 万元及 2,456.31 万元，总体有所上升，主要系公司采用市场先行，对拓展新网点、新品类（柜类、墙板）的奖励提成力度增大所致。

### D、技术支持费

技术支持费主要包括天猫、京东的促销活动费、委托外部设计费、服务费。2019 年度，公司的技术支持费有所降低，主要系委托外部设计及支付给经销商的协助谈判服务及销售服务费较少所致。

### E、其他

主要由会议费、咨询费、办公费、售后服务费等构成，报告期内总体保持稳定。

## (2) 管理费用

报告期内，公司管理费用分别为 6,454.60 万元、6,203.38 万元、6,424.80 万元及 3,419.99 万元，基本稳定。

### ①管理费用构成明细

报告期内，公司管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
职工薪酬	1,757.05	2,882.96	3,362.53	3,236.07
折旧及摊销	802.53	1,342.41	1,060.94	751.90
办公及差旅费	603.20	1,332.53	893.30	742.10
股份支付	-	-	-	742.85
其他	257.21	866.89	886.61	981.68
<b>合计</b>	<b>3,419.99</b>	<b>6,424.80</b>	<b>6,203.38</b>	<b>6,454.60</b>

2018年12月，公司通过梦悦投资对39名核心人员进行股权激励，当年产生股份支付742.85万元。

2019年度，由于展厅、管理系统软件投入使用，导致折旧及摊销费用有所增加。

2020年度，职工薪酬下降，主要系管理人员有所下降所致；折旧及摊销有所上升，主要系庆元梦天新办公楼投入使用、新购置商品化软件所致；办公及差旅费上升，主要系为防控疫情增加物资开支、支付上市中介机构服务费所致。

### ②管理费用率同行业对比

报告期内，公司管理费用率与同行业可比上市公司对比如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
江山欧派	3.36%	2.87%	3.63%	4.91%
索菲亚	8.15%	7.32%	7.69%	7.75%
欧派家居	6.19%	6.52%	6.94%	6.71%
顶固集创	8.83%	9.72%	10.71%	10.37%
平均值	<b>6.63%</b>	<b>6.61%</b>	<b>7.05%</b>	<b>7.43%</b>
本公司	<b>6.35%</b>	<b>5.24%</b>	<b>4.60%</b>	<b>4.80%</b>

报告期内，公司管理费用占营业收入的比例低于同行业上市公司水平，主要系公司主要运用信息化手段管理，人力成本相对较少所致。

### (3) 研发费用

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例分别为5.05%、4.62%、5.15%及5.13%，其明细情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
职工薪酬	1,757.26	3,093.05	2,950.69	3,176.69
材料及动力	755.85	2,726.56	2,755.54	3,035.89
折旧	241.71	427.67	491.95	558.06
其他	7.96	64.57	29.40	25.45

合计	2,762.78	6,311.85	6,227.58	6,796.08
----	----------	----------	----------	----------

报告期内，公司研发费用总体保持稳定。2020 年度研发人员薪酬有所上升，主要系参与研发人员增加所致。

报告期内，公司研发费用率与同行业可比上市公司对比如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
江山欧派	3.30%	3.11%	3.85	4.29
索菲亚	3.00%	2.48%	2.41	2.61
欧派家居	4.50%	4.74%	4.74	5.49
顶固集创	3.61%	4.68%	4.04	4.07
平均值	3.60%	3.75%	3.73%	4.11%
本公司	5.13%	5.15%	4.62%	5.05%

报告期内，公司对生产工艺及产品设计的研发力度较大，研发费用占营业收入的比例高于同行业上市公司的平均水平。

#### (4) 财务费用

报告期内，公司银行借款规模较小，财务费用较低，其明细情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息支出	2.31	161.24	439.55	445.01
利息收入	-161.16	-202.62	-274.91	-341.84
汇兑损益	-	-	-	-0.66
金融机构手续费	14.19	26.86	27.75	31.45
合计	-144.66	-14.52	192.40	133.96

#### 4、其他收益

报告期内，公司其他收益分别为 2,227.24 万元、1,270.20 万元、1,414.33 万元及 158.05 万元，占营业收入的比例分别为 1.66%、0.94%、1.15%及 0.49%，均为政府补助。

报告期内，发行人各项政府补助的具体情况如下：



序号	内容	依据	到账时间	收款金额 (万元)	划分依据	计入当期 损益 (万元)
<b>2018 年度</b>						
1	先进企业奖励	中共嘉善经济技术开发区（惠民街道）委员会证明	2018-3-1	2.00	奖励	2.00
2	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局嘉善县税务局开发区税务分局证明	2018-3-19	15.16	补偿已发生的成本费用	15.16
3	工业经济发展杰出贡献奖	嘉善县经济和信息化局证明、《关于兑付2017年度工业发展资金（第一批）的通知》	2018-3-29	60.00	奖励	60.00
4	工业经济发展贡献奖		2018-3-29	10.00	奖励	10.00
5	十佳传统产业改造提升示范企业		2018-3-29	20.00	补偿已发生的成本费用	20.00
6	“独角兽”企业提升效益奖励	嘉善县经济和信息化局证明、《关于申请拨付2017年度嘉善县工业企业提升效益奖励的报告》（善经信[2018]33号）	2018-6-8	1,552.19	奖励	1,552.19
7	十三五项目专项经费	国家重点研发计划子课题任务书（子课题编号：2016YFD060070205）	2018-6-13	3.00	补偿已发生的成本费用	3.00
8	十三五项目专项经费		2018-6-29	2.00	补偿已发生的成本费用	2.00
9	县总工会奖励	嘉善县总工会证明	2018-7-6	0.30	奖励	0.30
10	高新技术企业奖励	嘉善县科学技术局证明、《关于印发全县进一步推动科技创新的若干政策意见的通知》（善政发[2017]56号）	2018-7-31	30.00	补偿已发生的成本费用	30.00
11	省农业科技研发中心奖励		2018-7-31	50.00		50.00
12	市外招聘补贴	嘉善县就业管理服务处证明	2018-8-1	0.30	补偿已发生的成本费用	0.30
13	市外招聘补贴		2018-12-19	0.30	补偿已发生的成本费用	0.30
14	市外招聘补贴		2018-12-28	0.30	补偿已发生的成本费用	0.30
15	锅炉淘汰补助资金	嘉善县经济和信息化局证明、《中共嘉善县委 嘉善县人民政府 关于进一步加快振兴实体经济（传统产业改造提升）的若干意见》（善委发[2017]24号）	2018-8-14	22.50	补偿已发生的成本费用	22.50
16	锅炉淘汰补助资金		2018-8-14	9.00	补偿已发生的成本费用	9.00
17	锅炉淘汰补助资金		2018-8-14	9.00	补偿已发生的成本费用	9.00
18	工业企业奖励资金	嘉善县经济和信息化局证明、《关于拨付2017年度工业和信息化（第三批）资金的通知》（善财发[2018]184号）	2018-9-28	355.58	奖励	355.58
19	展会补贴	嘉善县商务局证明、《关于印发2017年度商务口财政扶持资金实施细则的通知》（善商务[2018]2号）	2018-11-26	10.00	补偿已发生的成本费用	10.00
20	企业稳定岗位补贴	《关于做好2017年度失业保险支持企业稳定岗位工作的通知》（善人社[2018]53号）	2018-12-19	28.84	补偿已发生的成本费用	28.84

序号	内容	依据	到账时间	收款金额 (万元)	划分依据	计入当期 损益 (万元)
21	发明专利产业化项目补助	嘉善县科学技术局、《关于下达 2018 年县级科技计划项目经费的通知》(嘉善善科[2018]63 号)	2018-12-19	12.00	补偿已发生的成本费用	12.00
22	专利权质押贷款贴息	嘉善县科学技术局证明、《关于合并下达 2017 年度第二批及 2018 年度第一批嘉善县专利专项资金补助经费的通知》(善科[2018]64 号)	2018-12-18	7.80	补偿已发生的成本费用	7.80
23	专利补助经费		2018-12-18	6.40		6.40
24	专利权质押贷款贴息		2018-12-18	5.00		5.00
25	科技进步奖	中家联家居文化产业(北京)有限公司证明、中华全国工商业联合会家具装饰业商会科技进步奖工作办法	2018-12-19	1.00	奖励	1.00
26	企业稳定岗位补贴	《关于下拨 2017 年度企业稳定岗位补贴资金的通知》(庆人社[2018]111 号)	2018-9-6	14.17	补偿已发生的成本费用	14.17
27	安全生产双重预防机制示范企业创建补助	庆元县应急管理局证明;《关于进一步推进工贸企业双重预防机制建设工作的通知》(庆安监管[2018]26 号)	2018-12-19	0.40	补偿已发生的成本费用	0.40
<b>合计</b>				<b>2,227.24</b>		<b>2,227.24</b>
<b>2019 年度</b>						
1	农业龙头企业奖励	嘉善经济技术开发区(惠民街道)财政局证明、《关于拟定 2017 年度嘉善县加快现代农业发展促进农业供给侧结构性改革补助资金(第一批)的公示》	2019-1-2	50.00	奖励	50.00
2	市外招聘补贴	嘉善县就业管理服务处证明	2019-1-9	0.20	补偿已发生的成本费用 奖励	0.20
3	市外招聘补贴		2019-2-1	0.30		0.30
4	市外招聘补贴		2019-5-20	0.30		0.30
5	市外招聘补贴		2019-5-23	0.30		0.30
6	市外招聘补贴		2019-6-11	0.20		0.20
7	市外招聘补贴		2019-7-8	0.30		0.30
8	市外招聘补贴		2019-11-20	0.30		0.30
9	市外招聘补贴		2019-12-20	0.30		0.30
10	市外招聘补贴		2019-12-20	0.20		0.20
11	中流砥柱奖		中共嘉善经济技术开发区(惠民街道)委员会证明、《关于表彰 2018 年度“中流砥柱奖”等先进企业的通报》(善经惠党[2019]8 号)	2019-2-20		4.00
12	工业经济发展杰出贡献奖	《关于进一步加快振兴实体经济(传统产业改造提升)的若干意见》(善委发[2017]24 号)、嘉善县人民政府《2018 年度先进集体和先进个人名单》	2019-4-8	30.00	奖励	30.00
13	工业经济发展贡献奖		2019-4-8	20.00		20.00
14	支持企业股改和	《关于印发嘉善县推动企业股改和利用资	2019-4-12	200.00	补偿已发生	200.00

序号	内容	依据	到账时间	收款金额 (万元)	划分依据	计入当期 损益 (万元)
	利用资本市场发展奖励	本市场发展实施办法的通知》(善政办发[2016]37号)			的成本费用	
15	人才强企工作先进团队二等奖	《关于印发全县工业企业人才工作目标考核激励办法(试行)的通知》(善政办发[2017]41号)	2019-5-29	2.00	补偿已发生的成本费用	2.00
16	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局嘉善县税务局证明	2019-6-24	3.79	补偿已发生的成本费用	3.79
17	代扣代缴个人所得税手续费		2019-12-2	10.67		10.67
18	总裁研究班财政补助	《关于举办数字经济与人工智能应用总裁研修班的通知》(工信人才[2018]36号)	2019-6-20	3.00	补偿已发生的成本费用	3.00
19	工业发展资金技改项目补助	嘉善县经济和信息化局证明、《关于兑付2018年度工业发展资金(第二批)的通知》	2019-7-26	800.00	“技改项目”的政府补助	40.00
20	工业发展资金研发投入补助		2019-7-26	100.00	补偿已发生的成本费用	100.00
21	“两化”深度融合项目补助	嘉善县经济和信息化局证明、《中共嘉善县委 嘉善县人民政府关于加强“独角兽”入围企业培育的若干政策意见》(善委发[2017]26号)	2019-10-18	138.88	补偿已发生的成本费用	138.88
22	电子商务项目财政扶持资金	嘉善县商务局证明、《关于2018年度商务口财政扶持资金拟补助和不予补助情况的公示》	2019-11-14	20.00	补偿已发生的成本费用	20.00
23	企业稳定岗位补贴	《关于做好2018年度失业保险支持企业稳定岗位工作的通知》(善人社[2019]55号)	2019-11-29	0.58	补偿已发生的成本费用	0.58
24	企业稳定岗位补贴		2019-12-16	57.35		57.35
25	专利补助经费	《关于下达2018年(含2018年)之前嘉善县专利、商标专项资金补助经费的通知》(善市监[2019]82号)	2019-12-11	0.80	补偿已发生的成本费用	0.80
26	发明专利维持费省级专项资金补助		2019-12-11	0.06		0.06
27	国内发明专利授权省级专项资金补助		2019-12-11	1.80		1.80
28	参与行业标准补助、浙江制造认证证书补助	嘉善县市场监督管理局证明、《关于兑现2018年度嘉善县质量提升专项补助奖励资金的公示》、《关于开展2018年度嘉善县质量提升专项补助奖励资金申报工作的通知》(善市监[2019]47号)	2019-12-19	31.00	补偿已发生的成本费用	31.00
29	省级两化融合示范企业补助	嘉善县经济和信息化局证明、《中共嘉善县委 嘉善县人民政府关于加快推动实体经济(传统产业改造)高质量发展的若干意见》(善委发[2019]16号)	2019-12-23	50.00	补偿已发生的成本费用	50.00
30	省级工业互联网平台补助		2019-12-23	50.00		50.00
31	提质增效奖	《中共庆元县委 庆元县人民政府关于2018年全县生态工业和商贸经济高质量发展奖励结果的通报》(庆委发[2019]18	2019-5-17	103.31	补偿已发生的成本费用	103.31

序号	内容	依据	到账时间	收款金额 (万元)	划分依据	计入当期 损益 (万元)	
		号)					
32	创税大户企业一等奖	庆元县人民政府证明、《中共庆元县委庆元县人民政府关于表彰 2018 年度先进集体和先进个人的通报》(庆委发[2019]6 号)	2019-6-10	6.00	奖励	6.00	
33	企业社会保险费返还	《关于返还第二批企业社会保险费的通知》(庆人社[2019]66 号)	2019-6-25	329.99	补偿已发生的成本费用	329.99	
34	企业授权专利补助	《关于下达 2018 年度市知识产权示范企业等专项补助资金的通知》(庆市监[2019]8 号)	2019-7-29	1.20	补偿已发生的成本费用	1.20	
35	企业授权专利补助		2019-12-9	1.20		1.20	
36	企业绩效综合评价奖励	《关于下达 2018 年度工业企业绩效综合评价奖励资金的通知》(庆亩均办[2019]1 号)	2019-12-6	8.00	奖励	8.00	
37	品牌创建与质量建设奖励	《关于发放 2018 年度全县品牌创建与质量建设财政奖励资金的通知》(庆市监[2019]56 号)	2019-12-6	1.00	奖励	1.00	
38	视频监控安装企业补助	丽水市生态环境局庆元分局证明、《关于要求拨付 2018 年第一批省级环境保护专项资金的函》(庆环函[2019]11 号)	2019-12-16	1.50	补偿已发生的成本费用	1.50	
39	科技创新券兑现	《关于兑现 2019 年下半年科技创新券资金的通知》(庆科发[2019]35 号)	2019-12-19	1.18	补偿已发生的成本费用	1.18	
40	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局庆元县税务局证明	2019-12-20	0.49	补偿已发生的成本费用	0.49	
<b>合计</b>					<b>2,030.20</b>		<b>1,270.20</b>
<b>2020 年度</b>							
1	两化融合贯标奖金	《嘉善县财政局关于拨付 2019 年度工业和信息化(第一批)资金的通知》(善财发[2020]38 号)	2020-3-19	50.00	补偿已发生的成本费用	50.00	
2	工业经济高质量发展杰出贡献奖	《嘉善县财政局关于拨付 2019 年度工业和信息化(第二批)资金的通知》(善财发[2020]46 号)	2020-3-24	50.00	奖励	50.00	
3	十佳股份制改造优秀企业奖金		2020-3-24	10.00		10.00	
4	稳岗返还社会保险费	《关于做好 2020 年嘉兴市本级失业保险稳岗返还工作有关事项的通知》(嘉人社[2020]11 号)	2020-4-1	299.80	补偿已发生的成本费用	299.80	
5	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局嘉善县税务局证明	2020-4-14	5.92	补偿已发生的成本费用	5.92	
6	2019 年度第一批科技创新发展专项资金	《嘉善县财政局关于拨付 2019 年度科技创新财政扶持资金(第一批)的通知》(善财发[2020]53 号)	2020-4-17	20.00	补偿已发生的成本费用	20.00	
7	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局嘉善县税务局证明	2020-5-26	0.01	补偿已发生的成本费用	0.01	
8	2020 年第一批	《关于公布第一批通过验收的县级科技计	2020-6-10	8.00	补偿已发生	8.00	

序号	内容	依据	到账时间	收款金额 (万元)	划分依据	计入当期 损益 (万元)
	通过验收的县级科技计划项目奖	划项目的通知》(善科[2020]26号)			的成本费用	
9	招聘补贴(疫情期间外出驻点招聘补贴)	嘉善县人力资源和社会保障局证明	2020-7-13	0.30	补偿已发生的成本费用	0.30
10	“两化”深度融合项目研发投入补助	嘉善县经济和信息化局证明、《中共嘉善县委 嘉善县人民政府关于加强“独角兽”入围企业培育的若干政策意见》(善委发[2017]26号)	2020-7-16	179.96	补偿已发生的成本费用	179.96
11	研发补助		2020-12-17	97.53		97.53
12	招聘补贴	嘉善县就业管理服务中心证明	2020-7-31	0.40	补偿已发生的成本费用	0.40
13	招聘补贴		2020-11-26	0.40		0.40
14	招聘补贴		2020-12-8	0.50		0.50
15	商标项目奖励	《关于下达2019年度嘉善县知识产权专项资金奖励(补助)经费的通知》(善市监[2020]61号)	2020-10-26	25.00	奖励	25.00
16	国内发明专利授权省级奖励		2020-11-5	0.30		0.30
17	发明专利维持费省级奖励		2020-11-5	0.06	补偿已发生的成本费用	0.06
18	发明专利维持费县级奖励		2020-12-15	0.20		0.20
19	支持企业股改和利用资本市场发展奖励	嘉善县人民政府金融工作办公室证明、《嘉善县人民政府办公室关于印发嘉善县推动企业股改和利用资本市场发展实施办法的通知》(善政办发[2016]37号)	2020-12-1	300.00	奖励	300.00
20	2020年嘉善县科技计划项目经费	《嘉善县科学技术局 嘉善县财政局关于下达2020年县级科技计划项目经费的通知》(善科[2020]69号)	2020-12-17	21.00	补偿已发生的成本费用	21.00
21	退役士兵就业税收优惠	《浙江省财政厅 国家税务总局浙江省税务局 浙江省退役军人事务厅关于落实自主就业退役士兵创业就业有关税收优惠政策的通知》	2020-12-31	17.10	补偿已发生的成本费用	17.10
22	稳岗返还社会保险费	《关于2020年庆元县企业社会保险费返还建议方案的报告》(庆人社[2020]14号)、《庆元县人民政府关于同意2020年庆元县企业社会保险费返还建议方案的批复》(庆政发[2020]25号)	2020-3-27	108.91	补偿已发生的成本费用	108.91
23	普通设备投资补助	《中共庆元县委 庆元县人民政府关于2019年全县生态工业和商贸经济高质量发展奖励结果的通报》(庆委发[2020]11号)	2020-5-19	100.00	普通设备投资补助	10.00
24	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局庆元县税务局证明	2020-5-21	0.21	补偿已发生的成本费用	0.21
25	创税大户企业一等奖	庆元县人民政府办公室证明、《中共庆元县委 庆元县人民政府关于表彰2019年度先进集体和先进个人的通报》(庆委发	2020-7-15	6.00	奖励	6.00



序号	内容	依据	到账时间	收款金额 (万元)	划分依据	计入当期 损益 (万元)
		[2020]19号)				
26	用汽补助	《关于下达 2019 年度屏都新区工业企业用汽补助资金的通知》(庆工区[2020]23号)	2020-8-13	1.69	补偿已发生的成本费用	1.69
27	用汽补助	《关于下达 2020 年上半年屏都新区工业企业用汽补助资金的通知》(庆工区[2020]48号)	2020-12-4	2.57	补偿已发生的成本费用	2.57
28	2019 年度第一批科技奖励	《关于下达 2019 年度第一批科技奖励资金的通知》(庆科发[2020]20号)	2020-10-10	38.00	奖励	38.00
29	工业企业绩效综合评价奖励	《关于下达 2019 年度工业企业绩效综合评价奖励资金的通知》(庆亩均办[2020]2号)	2020-10-21	5.00	奖励	5.00
30	第二批科技奖励	《关于下达 2019 年度第二批科技奖励(补助)资金的通知》(庆科发[2020]21号)	2020-10-23	36.74	奖励	36.74
31	2019 年知识产权工作专项补助资金	《庆元县市场监督管理局 庆元县财政局关于下达 2019 年度知识产权工作专项补助资金的通知》(庆市监[2020]29号)	2020-11-26	0.20	补偿已发生的成本费用	0.20
32	2019 年度发明专利年费补助		2020-12-14	0.40		0.40
33	“以工代训”补贴	庆元县就业管理处证明、《庆元县人力资源和社会保障局 庆元县财政局关于开展庆元县企业以工代训补贴工作的通知》(庆人社[2020]97号)	2020-11-30	35.76	补偿已发生的成本费用	35.76
34	房租补贴	《区党工委 区委 区管委会 区政府关于坚决打赢疫情防控阻击战帮助企业复工复产的若干意见》(区党委[2020]4号)	2020-7-30	1.18	补偿已发生的成本费用	1.18
35	房租补贴		2020-7-30	1.18		1.18
加：期初递延收益结转的其他收益						80.00
<b>合计</b>				<b>1,424.33</b>		<b>1,414.33</b>
<b>2021 年 1-6 月</b>						
36	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局嘉善县税务局证明	2021-1-21	6.38	补偿已发生的成本费用	6.38
37	科技新企业贡献奖	《关于表彰 2019-2020 年度“百亿企业特别贡献奖”等先进企业和先进个人的通报》(善经惠党[2021]10号)	2021-2-25	0.50	奖励	0.50
38	工业经济高质量发展杰出贡献奖	《嘉善县财政局关于拨付 2020 年度工业和信息化(第一批)资金的通知》(善财发[2021]60号)	2021-4-20	80.00	奖励	80.00
39	十佳产业数字化示范企业		2021-4-20	10.00	奖励	10.00
40	普通设备 100 万以上补助	《中共庆元县委办公室 庆元县人民政府办公室关于 2020 年全县生态工业和商贸经济高质量发展奖励结果的通报》(庆委办发[2021]12号)	2021-1-21	200.00	设备投资补助	10.53
41	工业机器人补助		2021-2-25	100.00	设备投资补助	5.26
42	数字化改造补助		2021-4-20	3.79	设备投资补	0.20

序号	内容	依据	到账时间	收款金额 (万元)	划分依据	计入当期 损益 (万元)
					助	
43	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局杭州市江干区税务局 杭江税通(2021)100000588号《税务事项通知书》；退税申请	2021-1-20	0.01	补偿已发生的成本费用	0.01
44	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局嘉善县税务局 善税税通(2021)100000195号《税务事项通知书》；退抵税申请	2021-1-22	0.02	补偿已发生的成本费用	0.02
45	代扣代缴个人所得税手续费	国家税务总局杭州市滨江区税务局 杭滨税通(2021)100001381号《税务事项通知书》；退抵税申请	2021-1-20	0.01	补偿已发生的成本费用	0.01
46	“以工代训”补贴	《浙江省人力资源和社会保障厅 浙江省财政厅 关于开展企业以工代训补贴工作的通知》(浙人社发[2020]36号)	2021-1-28	0.15	补偿已发生的成本费用	0.15
加：期初递延收益结转的其他收益						45.00
合计				<b>400.86</b>		<b>158.05</b>

### 5、信用减值损失

2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司信用减值损失金额分别为-205.42 万元、34.55 万元、-92.67 万元，系按照新金融工具准则计提的应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备。

### 6、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失主要由坏账损失、存货跌价损失和固定资产减值损失构成，具体如下所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
坏账损失	-	-	-	-861.50
存货跌价损失	-34.12	-106.58	-108.37	-336.66
固定资产减值损失	-	-	-710.52	-
合计	<b>-34.12</b>	<b>-106.58</b>	<b>-818.89</b>	<b>-1,198.17</b>

2018 年度，公司分别对长账龄的其他应收款计提坏账准备 861.50 万元、对存货计提跌价准备 336.66 万元；2019 年度，公司计提固定资产减值准备 710.52 万元、存货跌价准备 108.37 万元；2020 年度、2021 年 1-6 月，公司计提存货跌价准备 106.58 万元、34.12 万元。



## 7、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益分别为-7.73万元、-285.47万元、-398.68万元、-13.67万元，为固定资产处置损失。

## 8、营业外收入

报告期内，公司营业外收入分别为151.78万元、218.72万元、35.65万元及3.15万元，主要系诉讼案件赔款。

## 9、营业外支出

报告期内，公司营业外支出构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
非常损失	-	-	213.01	-
非流动资产毁损报废损失	0.19	22.23	35.54	94.22
捐赠支出	20.20	139.06	34.39	46.71
其他	-	2.01	0.64	10.15
<b>合计</b>	<b>20.39</b>	<b>163.29</b>	<b>283.58</b>	<b>151.09</b>

2019年度，公司四号车间因火灾事故，形成非常损失213.01万元；2020年度，公司在抗击疫情过程中进行慈善捐款，使得当年捐赠支出较大。

## 10、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
当期所得税费用	807.96	1,820.64	2,869.14	1,205.65
递延所得税费用	22.56	-79.89	-41.86	-155.08
<b>合计</b>	<b>830.53</b>	<b>1,740.75</b>	<b>2,827.28</b>	<b>1,050.57</b>

报告期内，公司所得税费用主要随利润总额增减而变动；同时受资产减值准备及递延收益影响，递延所得税费用有所变动。

## 11、净利润

### (1) 2019 年度

2019 年度，公司经营业绩变动情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度
	金额 (万元)	变动率 (%)	金额 (万元)
营业收入	134,805.23	0.26%	134,456.39
净利润	18,756.82	99.03%	9,424.08
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	17,649.70	121.46%	7,969.74

2019 年度，公司营业收入与 2018 年度持平，而净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别同比增长 99.03% 及 121.46%，增长幅度较大。

2019 年度，公司净利润同比增长 9,332.73 万元，增幅达 99.03%，主要系营业毛利增长 7,529.39 万元、期间费用减少 4,660.08 万元所致。其中：

①营业毛利提升主要系公司不断丰富简奢型的木门类产品系列，扩展柜类、墙板，使得主要产品毛利率较高，随着其销售比重提升，带动营业毛利不断提升；

②期间费用下降，主要系调整广告宣传费及股份支付费用综合作用所致。

针对定制家居行业的消费主体 80、90 年代年轻人的关注热点，2019 年起，公司调整了广告投放策略，减少机场、赞助等投放，保留高铁、网络及品牌代言人投放，加大网络宣传及天猫、抖音直播等，与同行业公司变动一致，公司 2019 年度广告费有所下降；2018 年度公司进行股权激励，发生股份支付 742.85 万元。

### (2) 2020 年度

2020 年度，公司的经营业绩较上年变动情况如下：

财务指标	2020 年度		2019 年度
	金额 (万元)	变动率	金额 (万元)
营业收入	122,675.45	-9.00%	134,805.23
净利润	17,075.45	-8.96%	18,756.82

扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	16,234.85	-8.02%	17,649.70
-----------------------	-----------	--------	-----------

2020 年度，公司以经销商模式为主的业务受疫情影响较大，主要系疫情期间，公司无法进行正常经营活动，致使 2020 年上半年公司营业收入、净利润及扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别同比大幅下滑。

虽然，自 2020 年三季度起，公司生产经营较快恢复，经营业绩回升迅猛，但仍导致 2020 年度公司营业收入同比下降 9.00%，净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比分别下降 8.96%、8.02%。

### (3) 2021 年 1-6 月

2021 年 1-6 月，公司的经营业绩较上年同期变动情况如下：

财务指标	2021 年 1-6 月		2020 年 1-6 月
	金额（万元）	变动率	金额（万元）
营业收入	53,837.68	44.35%	37,295.59
净利润	5,361.36	200.27%	1,785.51
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	5,246.94	213.98%	1,671.09

2021 年 1-6 月，随着国内疫情得到良好控制，公司营业收入同比大幅增长，加之对期间费用合理管控，使得净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别增长 200.27%、213.98%。

## (五) 毛利率分析

### 1、综合毛利率

#### (1) 产品结构变动对综合毛利率的影响

报告期内，公司紧跟定制家居行业发展趋势及消费主体的需求，不断发展简奢型的多品类整体木作产品，实现产品结构调整，提升了综合毛利率。

报告期内，公司主要产品毛利率变动及对综合毛利率变动的的影响如下：

类别	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献变动额	毛利率	收入占比	毛利率贡献变动额	毛利率	收入占比	毛利率贡献变动额	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
门扇	38.46%	23.32%	-1.06%	40.09%	25.01%	-1.31%	40.88%	27.73%	0.52%	36.08%	29.98%	10.82%

门套	28.92%	21.64%	-2.50%	36.20%	24.19%	-0.62%	36.65%	25.59%	0.80%	32.51%	26.40%	8.58%
线条	21.90%	17.14%	-1.83%	28.64%	19.51%	-0.46%	29.21%	20.72%	1.25%	23.36%	20.56%	4.80%
柜类	37.14%	19.38%	0.13%	42.49%	16.64%	1.65%	40.73%	13.31%	1.46%	34.32%	11.54%	3.96%
墙板	43.19%	14.65%	1.42%	41.00%	11.97%	0.98%	39.60%	9.92%	0.84%	34.33%	9.00%	3.09%
其他家具	66.65%	3.87%	1.36%	45.66%	2.67%	0.42%	29.38%	2.71%	0.23%	22.39%	2.53%	0.57%
<b>综合毛利率</b>	<b>35.08%</b>	<b>100.00%</b>	<b>-2.49%</b>	<b>37.57%</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.65%</b>	<b>36.92%</b>	<b>100.00%</b>	<b>5.10%</b>	<b>31.82%</b>	<b>100.00%</b>	<b>31.82%</b>

2019 年度，公司主要产品的毛利率均有所上升，共同推动综合毛利率提升 5.10%，其中柜类、墙板分别贡献 1.46%、0.84%；

2020 年度，公司综合毛利率略有上升 0.65%，主要系木门类产品（门扇、门套及线条）的毛利率及收入占比略有下降，影响综合毛利率分别下降 1.31%、0.62%及 0.47%；柜类、墙板的毛利率及收入占比持续提升，使得综合毛利率分别提升 1.65%、0.98%，对综合毛利率保持稳定贡献了较大份额；

2021 年 1-6 月，受定制家居行业淡季影响，公司主要产品的销量较少，未能充分发挥规模效应，致使综合毛利率下降 2.49%，但柜类、墙板的收入占比及毛利率有所上升，对综合毛利率的贡献额持续提升。

## （2）影响综合毛利率上升的主要因素

报告期内，除产品结构外，影响公司综合毛利率变动的主要因素如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
增值税税率下调	-	0.08%	1.44%
主动调价	-	-	1.18%
疫情打折	-	-0.73%	-
原材料价格变动	-0.16%	0.16%	0.88%
公司优化管理	0.28%	0.06%	0.58%
工艺变动	1.06%	0.54%	0.98%
机器换人	-4.61%	0.84%	0.46%
<b>测算对毛利率影响合计</b>	<b>-3.43%</b>	<b>0.95%</b>	<b>5.52%</b>
<b>综合毛利率实际变动额</b>	<b>-2.49%</b>	<b>0.65%</b>	<b>5.10%</b>

2019 年度，受增值税税率下调、主动调价、原材料价格下降、公司优化管理及水性漆工艺改进等多因素叠加影响，致使公司综合毛利率上升 5.10%；

2020 年度，受疫情折扣、水性漆工艺改进、机器换人等共同作用，致使公司综合毛利率上升 0.65%；2021 年 1-6 月，公司持续进行优化管理、水性漆工艺改进，但由于上半年为销售淡季，公司未能充分发挥规模效应，直接人工、制造费用较高，致使综合毛利率下降 2.49%。

## 2、分产品的毛利率

### (1) 木门类产品

#### ①门扇

报告期内，公司门扇细分产品毛利率及其收入占比变动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率变动贡献额	毛利率	收入占比	毛利率变动贡献额	毛利率	收入占比	毛利率变动贡献额	毛利率	收入占比
木质复合门	37.61%	40.21%	-5.13%	39.88%	50.79%	-6.98%	38.02%	71.64%	0.66%	34.25%	77.59%
平板门	36.62%	50.40%	5.45%	35.31%	36.84%	6.58%	45.16%	14.23%	4.39%	40.66%	5.01%
全木门	56.85%	5.44%	-1.68%	53.97%	8.84%	-1.23%	50.62%	11.85%	-0.81%	45.47%	14.98%
非标门	45.28%	3.94%	-0.26%	58.60%	3.48%	0.88%	55.81%	2.08%	0.61%	26.83%	2.06%
原木门	22.14%	0.01%	-0.01%	30.11%	0.04%	-0.04%	25.04%	0.19%	-0.06%	29.98%	0.37%
<b>门扇小计</b>	<b>38.46%</b>	<b>100.00%</b>	<b>-1.63%</b>	<b>40.09%</b>	<b>100.00%</b>	<b>-0.79%</b>	<b>40.88%</b>	<b>100.00%</b>	<b>4.80%</b>	<b>36.08%</b>	<b>100.00%</b>

注：毛利率变动贡献额=本期毛利率\*收入占比-上期毛利率\*收入占比

报告期内，各类门扇细分产品毛利率总体呈上升态势，致使门扇毛利率总体有所提升。

#### A、门扇细分产品毛利率存在差异的主要原因

木质复合门为公司传统的代表性门扇，适合各年龄层消费者，销售额最大，其定价及毛利率水平均较为适中；

全木门主要定位中高端客户群体，细分市场的竞争产品相对较少，品牌溢价较高，随着品种系列丰富，成本较低的系列产品销售占比上升，使得其毛利率较高且不断上升；

平板门定位于经济型人群，制作工艺相对简单，单位成本较低，但利润空间较大，2018 年度、2019 年度，其毛利率水平高于木质复合门；

非标门主要包括隐形门、异形门、百叶门、花格门，定制化程度很高，满足市场小众需求，报告期内，公司对该类产品进行加档加价收费，致使其毛利率涨幅较大；

原木门定位高端市场，报告期内销量较少，成本及售价均较高，其毛利率随订单不同而波动。

### B、主要门扇细分产品毛利率变动分析

报告期内，门扇细分产品毛利率按销售单价、单位成本分析如下：

单位：元/扇

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
木质复合门	765.36	477.53	37.61%	748.61	450.03	39.88%	770.23	477.37	38.02%	729.84	479.86	34.25%
平板门	608.59	385.74	36.62%	604.77	391.20	35.31%	648.65	355.74	45.16%	551.68	327.36	40.66%
全木门	1,383.27	596.84	56.85%	1,279.43	588.90	53.97%	1,322.23	652.89	50.62%	1,262.98	688.75	45.47%
非标门	1,505.05	823.58	45.28%	1,485.72	615.14	58.60%	1,621.54	716.51	55.81%	1,162.21	850.38	26.83%
原木门	2,717.92	2,116.11	22.14%	2,489.01	1,739.65	30.11%	2,949.39	2,210.75	25.04%	2,417.65	1,692.74	29.98%
<b>门扇小计</b>	<b>704.70</b>	<b>433.70</b>	<b>38.46%</b>	<b>724.45</b>	<b>433.99</b>	<b>40.09%</b>	<b>798.87</b>	<b>472.32</b>	<b>40.88%</b>	<b>774.15</b>	<b>494.80</b>	<b>36.08%</b>

报告期内，随着消费主体的年轻化，公司门扇不断向简奢型转移，使其单价及单位成本均呈下降趋势。其中：2019年单价上涨，主要是由于增值税率下调、公司产品提价所致。

#### a、木质复合门

报告期内，木质复合门的收入占比分别为 77.59%、71.64%、50.79% 及 40.21%，有所下滑。

2019年度，由于产品结构变动，并受增值税税率下降、产品提价影响，木质复合门的销售单价上升；由于板材采购价格下降及原材料单耗有所下降，单位直接材料有所降低，而随着智能化生产线全面运行，单位直接人工下降、单位制造费用增加，使得单位成本基本持平，导致当年毛利率上升至 38.02%。

2020年度，公司产品系列结构变动，趋向简奢型发展，同时疫情期间打折

促销，导致木质复合门平均单价有所下降；但因板材领用价格下降及白漆材产品工艺改进等，导致单位成本下降幅度较大，使得毛利率上升。

2021年1-6月，因季节性销量较少，木质复合门毛利率略有下降。

#### b、平板门

报告期内，公司通过开发和丰富适销对路的平板门，使其收入占比不断提高，分别为5.01%、14.23%、36.84%及50.40%，而毛利率分别为40.66%、45.16%、35.31%及36.62%。

2018年度，公司大力推广高性价比的4P系列，使得平板门单价、单位成本均较低，毛利率为40.66%；

2019年度，公司推出档次较高的6P系列，平板门单价上升，但由于规模效应，平板门单位直接人工、制造费用同比下降，使得平板门平均单价上涨幅度高于平均单位成本上涨幅度，带动毛利率提升；

2020年度，公司因疫情向经销商让利促销，使得平板门单价有所下降，而单位成本因6P系列销售占比提升、庆元梦天新厂区投入使用而上升，导致毛利率下降较大。

2021年1-6月，公司平板门单价有所回升，但受季节性产销量较少影响及恒大平板门规模效应尚未释放影响，毛利率略有回升。

#### c、全木门

报告期内，公司全木门的毛利率逐年递增，分别达到45.47%、50.62%、53.97%及56.85%。

2019年度，全木门毛利率提升，主要系单价整体上升，而产品结构变动导致单位成本下降所致；2020年度、2021年1-6月，因6B系列、8A21型号等产品销售占比增加，导致单位成本下降幅度大于单价，使得毛利率上升。

#### d、非标门、原木门

报告期内，公司非标门、原木门面向高端消费人群，销售数量较少，但产



品定制化程度高，导致单价差异大，同时因工艺较为复杂，单位成本受人工及制造费用影响较大，导致价格及成本波动较大。

## ②门套

报告期内，公司门套细分产品毛利率及其收入占比情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
刨花板门套	11.26%	16.77%	25.34%	34.85%	26.55%	36.10%	18.99%	17.27%
全木板门套	32.48%	83.23%	42.01%	65.15%	42.34%	63.90%	35.33%	82.73%
门套小计	<b>28.92%</b>	<b>100.00%</b>	<b>36.20%</b>	<b>100.00%</b>	<b>36.65%</b>	<b>100.00%</b>	<b>32.51%</b>	<b>100.00%</b>

2019年度，门套毛利率上升4.14%，主要系刨花板门套的毛利率及收入占比均增长较快所致；2020年度，门套细分产品毛利率及收入占比均较为稳定，门套毛利率变动不大；2021年1-6月，毛利率较高的全木板门套收入占比上升，但由于两类门套的毛利率均有所下降且刨花板门套毛利率降幅较大，使得门套总体毛利率下降。

### A、门套细分产品毛利率存在差异的主要原因

刨花板门套因材料成本较低，具有性价比优势，故其定价较低，导致毛利率较低；

全木板门套主要定位中高端客户群体，故定价相对较高，其毛利率较高。

### B、主要门套细分产品毛利率变动分析

报告期内，门套细分产品毛利率按单价、单位成本分析如下：

单位：元/米

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	成本	毛利率
刨花板门套	56.84	50.44	11.26%	65.19	48.67	25.34%	69.80	51.27	26.55%	64.06	51.89	18.99%
全木板门套	86.94	58.71	32.48%	95.33	55.28	42.01%	102.69	59.21	42.34%	93.45	60.43	35.33%
门套小计	<b>79.85</b>	<b>56.76</b>	<b>28.92%</b>	<b>82.10</b>	<b>52.38</b>	<b>36.20%</b>	<b>87.76</b>	<b>55.60</b>	<b>36.65%</b>	<b>86.59</b>	<b>58.44</b>	<b>32.51%</b>

2019年度，门套细分产品单价上升较快，使得门套毛利率提升较快；2020

年度，门套细分产品的单价、单位成本均小幅下降，使得门套毛利率变动不大；2021年1-6月，随着产品继续向简奢型发展，门套细分产品的单价均有所下降，同时单位成本受单位直接人工及制造费用拉升，有所增长，导致刨花板门套毛利率降幅较大。

### ③线条

报告期内，线条分产品毛利率及其收入占比情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
造型线条	25.71%	43.82%	30.42%	54.56%	29.06%	77.77%	24.00%	94.74%
平板线条	18.93%	56.18%	26.51%	45.44%	29.74%	22.23%	11.92%	5.26%
<b>线条小计</b>	<b>21.90%</b>	<b>100.00%</b>	<b>28.64%</b>	<b>100.00%</b>	<b>29.21%</b>	<b>100.00%</b>	<b>23.36%</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，与简奢型产品风格配套，造型线条收入占比逐年下降，而平板线条逐年上升；报告期内，造型线条的毛利率总体上升，而平板线条的毛利率先升后降，致使线条毛利率同步变动。

#### A、线条细分产品毛利率存在差异的主要原因

造型线条主要与木质复合门、全木门等搭配，定价较高，毛利率较高；

平板线条主要契合消费者简奢需求，通常与平板门搭配，故定价较低，其毛利率较低。

#### B、主要线条细分产品毛利率变动分析

报告期内，线条细分产品毛利率按单价、单位成本分析如下：

单位：元/米

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
造型线条	28.41	21.10	25.71%	28.65	19.94	30.42%	29.29	20.78	29.06%	27.80	21.13	24.00%
平板线条	23.58	19.11	18.93%	24.19	17.78	26.51%	25.77	18.11	29.74%	21.71	19.13	11.92%
<b>线条小计</b>	<b>25.47</b>	<b>19.89</b>	<b>21.90%</b>	<b>26.44</b>	<b>18.86</b>	<b>28.64%</b>	<b>28.43</b>	<b>20.12</b>	<b>29.21%</b>	<b>27.20</b>	<b>21.00</b>	<b>23.36%</b>

2019年度，线条细分产品毛利率上升，主要系单价上升所致；2020年度，

由于灌浆线条增加使得平板线条的单价下降较快，导致其毛利率下降；2021年1-6月，受单位成本上升影响，线条细分产品毛利率均有所下降。

## (2) 柜类

报告期内，公司柜类细分产品毛利率及收入占比情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
水漆柜	38.87%	83.33%	43.39%	86.58%	40.89%	96.29%	34.35%	98.95%
免漆柜	28.46%	16.67%	36.63%	13.42%	36.58%	3.72%	31.08%	1.05%
柜类小计	<b>37.14%</b>	<b>100.00%</b>	<b>42.49%</b>	<b>100.00%</b>	<b>40.73%</b>	<b>100.00%</b>	<b>34.32%</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司柜类主要为水性漆涂装的水漆柜，免漆柜收入占比较少。2018—2020年度，柜类细分产品的毛利率不断提升，使得柜类毛利率逐年上升；2021年1-6月柜类毛利率有所回落。

公司水漆柜的毛利率高于免漆柜，主要系家居市场上主要以免漆柜为主，而公司水漆柜用材以实木为主，水性漆涂装，定位高端，价格较高所致。

报告期内，公司柜类细分产品毛利率按销售单价、单位成本分析如下：

单位：元/平方米

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
水漆柜	378.24	231.21	38.87%	402.02	227.57	43.39%	403.20	238.34	40.89%	373.83	245.41	34.35%
免漆柜	145.59	104.15	28.46%	161.38	102.26	36.63%	159.74	101.31	36.58%	140.31	96.71	31.08%
柜类小计	<b>298.69</b>	<b>187.76</b>	<b>37.14%</b>	<b>334.99</b>	<b>192.67</b>	<b>42.49%</b>	<b>381.61</b>	<b>226.19</b>	<b>40.73%</b>	<b>367.48</b>	<b>241.36</b>	<b>34.32%</b>

2019年度，公司柜类细分产品的单价因调价及增值税税率下调而上升；2020年度，单价基本保持稳定；2021年1-6月，随着公司进一步向简约化转移，柜类细分产品的单价均有所下降。

2018—2020年度，随着水性漆涂装及打孔等工艺成熟，同时发挥规模效应，水漆柜的单位成本逐年下降，导致公司水漆柜毛利率逐年上升；由于使用刨花板及免涂装，免漆柜单位成本较低且较为稳定，使得2019年度毛利率上升较快，2020年较为稳定；2021年1-6月，因规模效应未能释放，使得单位成本

均有所上升，细分产品毛利率均有所降低。

### (3) 墙板

报告期内，公司墙板毛利率及收入占比情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
造型墙板	48.21%	25.53%	50.42%	35.59%	52.45%	56.18%	47.06%	67.17%
平墙板	41.46%	74.47%	35.80%	64.41%	23.12%	43.82%	8.28%	32.83%
<b>墙板小计</b>	<b>43.19%</b>	<b>100.00%</b>	<b>41.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>39.60%</b>	<b>100.00%</b>	<b>34.33%</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，由于消费主体偏好于简奢型产品，使得平墙板、造型墙板的收入占比呈现此升彼减的态势；同时，平墙板毛利率逐年提升较快，使得墙板毛利率随之递增。

公司墙板细分产品的毛利率有所差异，主要系造型墙板在装饰复杂性、生产工艺等方面均较平墙板更高，契合中高端客户的需求，故溢价水平较高，其毛利率较高。

报告期内，墙板细分产品毛利率按销售单价、单位成本分析如下：

单位：元/平方米

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
造型墙板	647.37	335.24	48.21%	638.26	316.42	50.42%	725.06	344.78	52.45%	705.54	373.50	47.06%
平墙板	422.62	247.39	41.46%	391.51	251.36	35.80%	388.01	298.30	23.12%	364.17	334.02	8.28%
<b>墙板小计</b>	<b>463.71</b>	<b>263.45</b>	<b>43.19%</b>	<b>453.98</b>	<b>267.83</b>	<b>41.00%</b>	<b>525.16</b>	<b>317.21</b>	<b>39.60%</b>	<b>539.52</b>	<b>354.30</b>	<b>34.33%</b>

2019年度，公司墙板细分产品因调价单价均有所上升；2020年度，造型墙板受内部结构调整及疫情打折让利影响，单价有所下降，而平墙板单价基本不变；2021年1-6月，墙板各细分产品的单价均有所上升。

2020年度，2021年1-6月，由于平墙板单价稳中有升，同时随着15mm平墙板及白漆材系列的销售占比增加，使得平墙板单位成本逐年下降，造成其毛利率增长较快。

### 3、按销售模式的毛利率分析

报告期内，公司按销售模式划分的毛利率、收入占比情况如下：

项目	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度	
	毛利率	收入占比	变动额	毛利率	收入占比	变动额	毛利率	收入占比	变动额	毛利率	收入占比
经销商	35.65%	93.18%	-1.82%	37.73%	92.88%	0.66%	37.07%	93.09%	5.22%	31.85%	91.30%
家装公司	24.84%	0.97%	-0.05%	24.71%	1.18%	-0.82%	25.53%	3.51%	0.87%	24.66%	5.75%
大宗工程业务	27.67%	5.85%	-0.62%	37.71%	5.94%	-6.68%	44.39%	3.40%	-0.45%	44.84%	2.95%
<b>主营业务</b>	<b>35.08%</b>	<b>100.00%</b>	<b>-2.49%</b>	<b>37.57%</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.65%</b>	<b>36.92%</b>	<b>100.00%</b>	<b>5.10%</b>	<b>31.82%</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司经销商模式收入占据主营业务收入的 90% 以上，故公司主营业务毛利率与经销商模式毛利率水平相当。

#### (1) 不同销售模式的毛利率差异原因

报告期内，公司不同销售模式的毛利率差别较大，主要原因系：

①经销商模式，公司实行一级经销商扁平化管理，为其预留了终端市场上的一定利润空间，故其毛利率适中；

②家装公司模式，公司通常向家装公司批发“康 E”品牌木门，相应售价及毛利率均低于经销商模式的“梦天”品牌木门；

③大宗工程业务模式，2018 年度、2019 年度，公司主要面向终端客户进行一次性交易，其毛利率较高；2020 年度、2021 年 1-6 月，面向房地产开发商的销售占比增大，毛利率有所下降。

#### (2) 不同销售模式的毛利率变动分析

报告期内，公司经销商模式毛利率增长幅度大于其他销售模式，主要为：

##### ①经销商模式

报告期内，公司经销商模式毛利率分别为 31.85%、37.07%、37.73% 及 35.65%，2019 年度增长较快，2020 年度基本稳定，2021 年 1-6 月略有下滑，主要系：

A、公司对经销商处于制定政策、考核、管理的地位，并实行一级扁平化

管理，造成公司具有较强的议价能力。如 2018 年 5 月 1 日、2019 年 4 月 1 日，国家对增值税率分别下调 1%、3%，而公司对其含税价保持不变；

B、2018 年 7 月，在前期原材料市场价格上涨、定制家具行业普遍上涨调产品价格的环境下，公司结合水性漆产品的推出，对产品进行加档调价；

C、报告期内，公司不断开发和丰富简奢型系列产品，针对新产品预留一定利润空间定价，辅之以各项降低成本的精细化管理措施，使得毛利率整体提升；

D、2020 年度，由于经销商模式受疫情影响较大，公司扶持经销商，疫情期间给予打折让利，使得该模式下的毛利率基本稳定。

E、2021 年 1-6 月，因未充分发挥规模效应，经销商模式的毛利率略有下降。

#### ②家装公司模式

公司家装公司模式主要面向全国性的互联网装修平台、大型家装公司（即大 B 客户）等，如金螳螂等，专业批发定位较低的“康 E”品牌木门，造成公司议价能力较弱，且给予一定账期。因此，报告期内，家装公司模式毛利率处于较低水平。

#### ③大宗工程业务模式

报告期内，公司大宗工程业务的毛利率有所波动，主要系 2018 年度、2019 年度，一次性交易的终端客户收入占比较大，而该类客户参照零售打折定价，故毛利率较高；2020 年起，随着大型房地产商的销售占比提升，同时 2021 年 1-6 月尚未产生规模效应，使得大宗工程业务毛利率下降。

综上，报告期内，经销模式下毛利率增长幅度大于其他模式的是合理的。

### 4、主要原材料和产品的价格变动对公司毛利影响的敏感性分析

报告期内，公司主要产品的单价、单位原材料成本对毛利的敏感性：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	单价	单位 原材料成本	单价	单位 原材料成本	单价	单位 原材料成本	单价	单位 原材料成本
门扇	2.60	1.15	2.49	1.16	2.45	1.13	2.77	1.39
门套	3.46	1.29	2.76	1.05	2.73	1.00	3.08	1.26
线条	4.57	1.60	3.49	1.28	3.42	1.24	4.28	1.74
柜类	2.69	0.98	2.35	0.82	2.46	0.86	2.91	1.16
墙板	2.32	0.78	2.44	0.94	2.53	1.03	2.91	1.34

由上表可见，主要产品销售单价及单位原材料成本均是公司毛利变动的敏感因素，主要产品销售单价的敏感性大于单位原材料成本。

在其他因素不变的情况下，以 2020 年度为例：（1）若产品销售单价每上涨 1%，则公司门扇、门套、线条、柜类、墙板的毛利将分别上升 2.49%、2.76%、3.49%、2.35% 和 2.44%；（2）若单位原材料成本每上涨 1%，则公司上述产品的毛利分别降低 1.16%、1.05%、1.28%、0.82% 和 0.94%。

报告期内，为应对产品销售单价和单位原材料成本的变化对公司毛利的影响，公司采取了相应的措施：

（1）加快新产品研发的投入，开发适销对路的门墙柜一体化的多品类产品，增强公司盈利能力；

（2）公司积极收集市场信息、分析产品变动成本和客户需求，视市场竞争情况制定合适的销售价格；

（3）凭借公司规模优势和良好的商业信用，在合格供应商中实行“比质比价”，采购价低质优的原材料；采取多种方式，进一步提升原材料的利用率。

## 5、与同行业可比上市公司毛利率比较分析

### （1）综合毛利率比较

#### ①综合毛利率对比情况

报告期内，公司与同行业上市公司的综合毛利率对比如下：

公司名称	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
江山欧派	30.30%	32.20%	32.22%	32.73%



索菲亚	34.74%	36.56%	37.33%	37.57%
欧派家居	32.30%	35.01%	35.84%	38.38%
顶固集创	33.41%	34.72%	38.52%	37.75%
<b>本公司</b>	<b>35.54%</b>	<b>38.00%</b>	<b>38.25%</b>	<b>32.75%</b>

注：综合毛利率=营业毛利/营业收入

报告期内，公司、欧派家居、索菲亚、顶固集创均以经销商模式为主，综合毛利率水平差别不大，且均高于以大宗工程业务为主的江山欧派。其中：2021年1-6月，公司与同行业上市公司的综合毛利率均低于2020年度水平。

②综合毛利率与同行业可比公司差别不大的原因及合理性

报告期内，公司综合毛利率与同行业可比公司差异不大，主要系各公司的主导产品毛利率水平差异不大所致，具体情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度		
	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	
江山欧派	夹板模压门	31.06	56.40	33.35	59.46	33.67	55.44	36.03	58.84
	实木复合门	29.94	24.63	32.13	26.17	31.49	33.60	28.25	35.10
	柜类产品	25.51	6.58	31.04	7.40	22.48	3.25	-	-
	其他	30.08	12.39	23.94	6.97	29.08	7.71	26.70	6.06
	<b>综合毛利率</b>	<b>30.30</b>	<b>100.00</b>	<b>32.20</b>	<b>100.00</b>	<b>32.22</b>	<b>100.00</b>	<b>32.73</b>	<b>100.00</b>
索菲亚	衣柜及其配套产品	37.96	80.43	40.44	80.23	40.49	80.35	40.03	82.90
	橱柜及其配件	24.38	13.07	22.67	14.50	28.54	11.07	27.98	9.69
	木门	16.16	3.99	14.57	3.49	15.85	2.44	11.79	2.16
	其他	15.22	2.51	17.90	1.78	20.33	6.14	27.09	5.25
	<b>综合毛利率</b>	<b>34.74</b>	<b>100.00</b>	<b>36.56</b>	<b>100.00</b>	<b>37.33</b>	<b>100.00</b>	<b>37.57</b>	<b>100.00</b>
欧派家居	橱柜	33.32	39.08	36.17	41.12	36.60	45.76	39.81	50.09
	衣柜	38.14	37.87	39.95	39.16	39.91	38.18	41.97	36.04
	木门	12.88	5.57	13.95	5.23	12.38	4.41	13.58	4.12
	其他	23.55	17.48	25.98	14.49	28.36	11.65	28.17	9.75
	<b>综合毛利率</b>	<b>32.30</b>	<b>100.00</b>	<b>35.01</b>	<b>100.00</b>	<b>35.84</b>	<b>100.00</b>	<b>38.38</b>	<b>100.00</b>
顶固集	定制衣柜及配套家居	35.26	56.84	32.98	61.32	38.84	62.61	37.72	59.26
	精品五金	30.04	35.72	36.24	31.17	36.78	31.91	37.25	34.47

创	定制生态门	29.16	6.75	35.52	6.14	34.56	4.62	34.96	5.71
	其他	95.45	0.69	74.51	1.36	100.00	0.87	100.00	0.56
	<b>综合毛利率</b>	<b>33.41</b>	<b>100.00</b>	<b>34.72</b>	<b>100.00</b>	<b>38.52</b>	<b>100.00</b>	<b>37.75</b>	<b>100.00</b>
本公司	木门类	30.56	60.26	35.47	67.22	36.15	72.18	31.46	75.28
	柜类	37.14	18.81	42.49	16.27	40.73	12.97	34.32	11.29
	墙板	43.19	14.22	41.00	11.71	39.60	9.67	34.33	8.81
	其他	59.52	6.71	50.80	4.80	58.87	5.18	46.97	4.62
	<b>综合毛利率</b>	<b>35.54</b>	<b>100.00</b>	<b>38.00</b>	<b>100.00</b>	<b>38.25</b>	<b>100.00</b>	<b>32.75</b>	<b>100.00</b>

报告期内，以经销商模式为主的索菲亚、欧派家居、顶固集创均以柜类为主导产品，其收入占比较大，且毛利率较高，对综合毛利率的贡献较大；同时其木门收入占比很小，故木门毛利率较低对综合毛利率的影响较小；

报告期内，江山欧派主要面向工程客户，主导产品木门毛利率低于公司，柜类产品毛利率较低且收入占比较小；

公司主导产品为木门、柜类、墙板，各主要产品毛利率及收入占比均较高，故公司的综合毛利率与经销商模式的索菲亚、欧派家居、顶固集创的综合毛利率相当，并高于江山欧派。

综上，公司木门类产品毛利率与可比公司存在差异，但综合毛利率差异不大，是合理的。

## (2) 分产品毛利率比较

### ① 木门

报告期内，公司木门与同行业可比公司的同类产品进行对比如下：

单位：元/樘

公司名称	产品	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
		单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
江山欧派	实木复合门	未披露	未披露	29.94%	1,129.05	766.29	32.13%	1,088.34	745.66	31.49%	1,163.42	834.81	28.25%
索菲亚	木门	未披露	未披露	16.16%	1,847.20	1,578.03	14.57%	1,840.33	1,548.62	15.85%	2,342.40	2,066.17	11.79%
欧派家居	木门	未披露	未披露	12.88%	1,208.03	1,039.48	13.95%	1,044.22	914.90	12.38%	1,050.12	907.50	13.58%
本公司	木质复合门	1,484.71	1,008.50	32.07%	1,491.00	945.64	36.58%	1,565.64	1,004.50	35.84%	1,507.49	1,032.24	31.53%
	平板门	1,327.94	916.71	30.97%	1,347.16	886.82	34.17%	1,444.06	882.86	38.86%	1,329.33	879.73	33.82%

注：本公司按 1 扇门扇、5.5 米门套和 11 米线条折算为 1 樘门。

#### A、单价

报告期内，公司木质复合门、平板门的平均单价高于江山欧派、欧派家居同类产品，但低于索菲亚，处于行业中高水平，主要系：

a、公司“梦天”木门品牌知名度高，用材以实木为主，水性漆涂装，故定价高于江山欧派及欧派家居；索菲亚的华鹤木门定位高端，与公司中高端木门定位类似，其单价最高，呈下降趋势。

b、公司主要面向经销商销售，2019 年受调价及增值税下调影响，木质复合门、平板门的单价上升；2020 年受产品向简奢型转移及疫情打折影响，单价有所下降。

#### B、单位成本

报告期内，公司木质复合门、平板门的单位成本也处于行业中等水平，主要系：公司为木门行业领军企业，规模化、个性化定制能力较高，成本控制能力较强。通过丰富简奢型产品系列、提升工艺及机器换人等，使得传统的木质复合门单位成本有所下滑，新品种平板门的单位成本基本保持稳定。

索菲亚木门定位高端，单位直接材料较高，同时产销量较少，单位制造费用较高，使得其单位成本较高，但有所下降。

#### C、毛利率

报告期内，公司木质复合门的毛利率变动趋势与专门生产木门的江山欧派一致，整体有所上升，但略高于江山欧派，主要系公司主要面对经销商销售，产品个性化定制程度较高，议价能力较强，而江山欧派主要面对大宗工程客户，产品标准化程度较高，议价能力较弱所致；公司平板门受单价变动影响，其毛利率变动趋势与索菲亚木门一致，呈先升后降态势。

报告期内，索菲亚、欧派家居木门产品的毛利率较低，主要系索菲亚木门的单位成本较高，盈利空间较小，而欧派家居为尽快抢占市场，木门销售定价较低所致。

2021年1-6月，公司木质复合门、平板门与同行业可比公司的木门毛利率一致，均较2020年度有所下降。

## ②柜类

同行业可比公司主要生产免漆柜，均未单独披露涂装柜，故公司水漆柜无法进行同行业比较。

报告期内，公司柜类产品与同行业可比公司的免漆柜毛利率情况如下：

单位：元/平方米

公司	产品	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
		单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
欧派家居	整体衣柜 [注]	未披露	未披露	38.14%	3,073.65	1,845.69	39.95%	3,117.15	1,873.20	39.91%	3,052.69	1,771.32	41.97%
索菲亚	衣柜及其配套产品	未披露	未披露	37.96%	167.83	99.96	40.44%	153.47	91.33	40.49%	148.43	89.01	40.03%
顶固集创	定制衣柜及配套家具	未披露	未披露	35.26%	185.89	124.58	32.98%	193.27	118.20	38.84%	188.01	117.10	37.72%
本公司	免漆柜	145.59	104.15	28.46%	161.38	102.26	36.63%	159.74	101.31	36.58%	140.31	96.71	31.08%
	水漆柜	378.24	231.21	38.87%	402.02	227.57	43.39%	403.20	238.34	40.89%	373.83	245.41	34.35%
	<b>柜类合计</b>	<b>298.69</b>	<b>187.76</b>	<b>37.14%</b>	<b>334.99</b>	<b>192.67</b>	<b>42.49%</b>	<b>381.61</b>	<b>226.19</b>	<b>40.73%</b>	<b>367.48</b>	<b>241.36</b>	<b>34.32%</b>

注：欧派家居单位为元/套。

### A、单价、单位成本

报告期内，公司免漆柜的销售单价、单位成本均与索菲亚、顶固集创差别不大；由于计量单位不同，与欧派家居的整体衣柜不具有可比性。报告期内，公司免漆柜的单价、单位成本变动均与索菲亚一致，有所上涨；而其余两家公司单价、单位成本均呈现先升后降的态势。

报告期内，公司水漆柜单价因调价及增值税率下调推动有所上升，而单位成本随着水性漆涂装及打孔工艺成熟等下降较快。

### B、毛利率

2019年度、2020年度，公司柜类毛利率高于柜类起家的索菲亚、欧派家居；2021年1-6月，略低于上述公司毛利率，主要系：

a、由于柜门与木门工艺类似，公司较易掌握其制作技术，成功扩展至该新

品类，随着工艺成熟，柜类毛利率逐步提高；

b、公司柜类以大多为实木料的水漆柜为主，该产品定位高端，盈利空间大。报告期内，由于公司水漆柜的毛利率水平较高，且不断提升，逐渐高于索菲亚、欧派家居毛利率稳定的免漆柜；

c、公司免漆柜的毛利率低于索菲亚、欧派家居的同类产品，主要系两家可比公司的柜类具有更高的品牌和规模效应所致；

d、公司为行业内较少的为经销商承担运费的企业，报告期内，公司运杂费占营业收入的比例分别为 3.71%、3.53%、3.53%及 4.08%，故在产品定价时，会考虑弥补运费支出部分。如剔除运杂费影响，报告期内，公司柜类毛利率分别为 30.61%、37.20%、38.96%及 33.06%，低于索菲亚、欧派家居的毛利率。

2021 年 1-6 月，由于公司收入规模相对欧派家居、索菲亚规模较小，且上半年未能发挥规模效应，使得柜类毛利率下降幅度较大。

综上，公司柜类毛利率呈增长态势，而可比公司产品毛利率基本稳定，主要系可比公司长期以柜类产品为主，工艺相对稳定、成熟，而公司柜类为新扩展品类，随着工艺水平逐步成熟，柜类毛利率逐步提升。

### 三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动现金流入小计	67,768.21	151,580.99	163,359.92	165,880.82
其中：销售商品、提供劳务收到的现金	59,500.65	138,675.40	144,845.57	147,968.55
经营活动现金流出小计	69,597.95	121,994.29	140,756.42	154,236.09
其中：购买商品、接受劳务支付的现金	38,553.84	60,353.22	72,024.83	69,865.17
支付给职工以及为职工支付的现金	15,600.02	26,055.69	28,818.56	32,852.45
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,829.74</b>	<b>29,586.70</b>	<b>22,603.50</b>	<b>11,644.73</b>
投资活动现金流入小计	6,115.97	1,109.88	986.61	30,097.62
其中：收到其他与投资活动有关的现金	6,023.48	98.00	451.68	30,072.13

投资活动现金流出小计	3,037.53	15,943.44	16,089.97	35,252.64
其中：购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,037.53	9,943.44	16,029.97	15,386.34
支付其他与投资活动有关的现金	-	6,000.00	60.00	18,840.00
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>3,078.44</b>	<b>-14,833.56</b>	<b>-15,103.36</b>	<b>-5,155.02</b>
筹资活动现金流入小计	-	14,000.00	23,360.00	10,000.00
其中：取得借款收到的现金	-	14,000.00	23,300.00	10,000.00
筹资活动现金流出小计	9,152.88	17,883.66	28,264.79	5,437.30
其中：偿还债务支付的现金	5,000.00	14,400.00	27,900.00	5,000.00
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-9,152.88</b>	<b>-3,883.66</b>	<b>-4,904.79</b>	<b>4,562.70</b>
<b>现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-7,904.19</b>	<b>10,869.47</b>	<b>2,595.35</b>	<b>11,053.07</b>

## （一）经营活动现金流量分析

### 1、公司经营活动现金流量变动分析

公司经营活动现金流量主要为销售商品、提供劳务收到的现金和购买商品、接受劳务支付的现金。报告期内，公司营业收入与销售商品、提供劳务收到的现金，采购金额与购买商品、接受劳务支付的现金的情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
销售商品、提供劳务收到的现金	59,500.65	138,675.40	144,845.57	147,968.55
营业收入	53,837.68	122,675.45	134,805.23	134,456.39
销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入之比	110.52%	113.04%	107.45%	110.05%
购买商品、接受劳务支付的现金	38,553.84	60,353.22	72,024.83	69,865.17
采购金额	24,906.63	53,757.48	51,735.72	64,699.44
购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本之比	154.79%	112.27%	139.22%	107.98%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比例分别为110.05%、107.45%、113.04%及110.52%，总体较为稳定。报告期内，购买商品、接受劳务支付的现金与采购金额的比例分别为107.98%、139.22%、112.27%及154.79%，其中2019年度、2021年1-6月占比较高，主要系2019年末、2021年6月末应付账款、应付票据均较年初大幅减少所致。

## 2、经营活动现金流量净额与净利润差异分析

报告期内，经营活动现金流量净额与净利润差异主要体现在以下方面：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
经营活动产生的现金流量净额	-1,829.74	29,586.70	22,603.50	11,644.73
净利润	5,361.36	17,075.45	18,756.82	9,424.08
<b>差额</b>	<b>-7,191.11</b>	<b>12,511.25</b>	<b>3,846.68</b>	<b>2,220.65</b>
其中：资产减值准备	126.79	72.03	1,024.31	1,198.17
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	3,761.97	7,104.18	6,145.08	4,864.96
无形资产摊销	407.44	745.73	590.89	135.57
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	13.67	398.68	285.47	7.73
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0.19	22.23	212.73	94.22
财务费用（收益以“-”号填列）	2.31	137.46	347.17	307.88
投资损失（收益以“-”号填列）	-96.18	-59.40	-49.50	-96.05
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	22.56	-79.89	-41.86	-155.08
存货的减少（增加以“-”号填列）	-3,667.31	-3,038.02	4,881.77	-1,510.29
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	2,591.47	-1,919.87	1,575.40	-2,256.05
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-10,354.01	9,128.12	-11,124.78	-1,113.26
其他	-	-	-	742.85

2018年度，公司经营活动产生的现金流量净额略高于净利润 2,220.65 万元，主要系当年固定资产折旧金额与资产减值准备合计 6,063.13 万元，超过经营性应收项目的减少、经营性应付项目的增加、存货的减少合计-4,879.60 万元所致。

2019年度，公司经营活动产生的现金流量净额略高于净利润 3,846.68 万元，主要系当年固定资产折旧金额与资产减值准备、存货的减少、经营性应收项目的减少合计 13,626.56 万元，超过经营性应付项目的增加的影响额-11,124.78 万元所致。



2020 年度，公司经营活动产生的现金流量净额高于净利润 12,511.25 万元，主要系当年固定资产折旧金额与经营性应付项目的增加合计 16,232.20 万元，超过存货的减少、经营性应收项目的减少合计-4,957.89 万元所致。

2021 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额低于净利润 7,191.11 万元，主要系经营性应付项目的减少金额为 10,354.01 万元，现金流出金额较大所致。

## （二）投资活动现金流量分析

报告期内，投资活动现金流量净额分别为-5,155.02 万元、-15,103.36 万元、-14,833.56 万元及 3,078.44 万元。2019 年度、2020 年度现金净流出有所增加，系固定资产、在建工程、无形资产等长期资产规模增加较快所致；2021 年 1-6 月为现金净流入，主要系当期赎回银行理财产品所致。

## （三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量净额分别为 4,562.70 万元、-4,904.79 万元、-3,883.66 万元、-9,152.88 万元，筹资活动净额发生较大波动，主要系公司新增、归还银行短期借款及分配普通股股利所致。

## 四、资本性支出

### （一）报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司发生的重大资本性支出主要为实施“3 号车间改造项目”以及“庆元新厂区”。

### （二）未来重大资本性支出计划及资金需求量

截至本招股说明书签署日，发行人可预见的重大资本性支出计划，主要为本次募集资金投资项目（详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”）。

## 五、重大或有事项和期后事项

详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十二、财务报表附注中的或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项”。

## 六、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

公司自设立以来，一直从事木门、柜类、墙板等定制家具产品的设计、研发、生产、销售。经多年匠心耕耘，“梦天”品牌产品已在消费者心中拥有较高的影响力及知名度；同时公司拥有强大的经销商营销网络；近年来，公司通过引进智能化的先进装备生产线，已形成了门、墙、柜一体化的全屋定制生产格局，为实现整体家居领域发展奠定基础。

报告期末，公司资产规模为 11.72 亿元，母公司资产负债率为 48.93%；报告期内，公司经营现金流量状况良好，不存在违约和偿债风险。

2020 年度，公司归属于普通股股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低计）达到 16,234.85 万元，2020 年度加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后孰低计）达到 30.89%。

公司凭借良好的盈利能力为公司的后续发展提供了有力的保障，也使公司具备了良好的财务优势。

未来，公司拟依托本次募集资金投资项目的顺利实施，持续增强设计研发力量，不断完善营销网络和提升品牌影响力，大力开发和生产适销对路的高附加值的产品，丰富公司的产品线，以满足市场的需求，从而提升公司的盈利能力，保证公司持续、健康、快速发展。

## 七、公司面临的财务困难

目前，整体家居企业正面临剧烈竞争、环保监管压力加大的严峻环境，为实现自身发展，需要加大资金投入，进行设备信息化升级改造，产品向多品类扩展，以满足消费者不断升级的家居需求。因此，公司目前仅通过自我积累和银行贷款来获取建设和营运资金的方式，已严重制约了公司核心竞争力的提升。

随着公司本次发行募集资金投资项目的实施，仅靠银行贷款和内部积累远远无法解决资金短缺困难，而且有息负债比重偏高，会加剧财务风险，影响公司的持续盈利能力，资金不足将会是制约公司快速发展的主要因素。因此，公

司急需改变原有的融资方式，通过资本市场直接融资来满足公司持续发展的需要。

## 八、发行人未来股东分红回报分析

### （一）上市后三年内分红回报规划

关于公司上市后三年内的分红回报规划具体详见本招股说明书“第十四节股利分配政策”相关内容。

### （二）上市后股东分红回报规划的决策程序

公司于 2020 年 4 月 21 日召开了第一董事会第五次会议，审议通过了《公司首次公开发行股票并上市后适用的<梦天家居集团股份有限公司章程（草案）>的议案》、《关于制订<公司上市后三年内分红回报规划>的议案》。

公司于 2020 年 5 月 7 日召开 2020 年第一次临时股东大会，审议通过了由董事会提交的上述议案。

## 九、首次公开发行股票事项对即期回报摊薄的影响分析

### （一）本次募集资金到位当年，发行人每股收益的变动趋势

1、假设本次首次公开发行股票于 2021 年 12 月完成发行，该时间仅为估计，最终以中国证监会核准本次发行后的实际完成时间为准。

2、2020 年度，公司归属于母公司所有者的净利润为 17,096.61 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 16,234.85 万元。假设 2021 年度实现的归属于母公司所有者的净利润及非经常性损益均与 2020 年度保持不变。

前述利润值不代表公司对未来利润的盈利预测，其实现取决于国家宏观经济政策、市场状况的变化等多种因素，存在不确定性。

3、假设本次首次公开发行股票最终发行数量为经公司董事会和股东大会审议通过的本次首次公开发行股票预案中的发行数量上限 5,536 万股。

4、未考虑本次首次公开发行股票募集资金到账后，对公司生产经营、财务

状况等（如营业收入、财务费用、投资收益等）的影响。

基于上述假设的前提下，本次首次公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响对比如下：

项目	2020 年度 /2020.12.31	2021 年度/2021.12.31 (未考虑首次公开发 行)	2021 年度/2021.12.31 (考虑首次公开发 行)
归属于母公司所有者的净利润 (万元)	17,096.61	17,096.61	17,096.61
扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者的净利润(万元)	16,234.85	16,234.85	16,234.85
基本每股收益(元/股)	1.03	1.03	0.77
稀释每股收益(元/股)	1.03	1.03	0.77
扣除非经常性损益后基本每股 收益(元/股)	0.98	0.98	0.73
扣除非经常性损益后稀释每股 收益(元/股)	0.98	0.98	0.73

根据以上测算，本次首次公开发行股票当年每股收益与上年同期相比将会有所下降，每股收益将受到稀释。

## （二）董事会选择本次融资的必要性和合理性分析

本次融资所募集的资金将运用于实施年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目、智能化仓储中心及信息化建设项目、品牌渠道建设项目、信息化建设项目及补充流动资金。

董事会选择本次融资的必要性和合理性分析，具体参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“一、本次发行募集资金用途及依据”之“（五）董事会对于募集资金投资项目可行性的分析意见”。

## （三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系以及公司从事募集资金投资项目的人员、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

本次募集资金投资项目是基于现有业务为基础，充分考虑到公司的发展战略实施的，是对公司现有业务的扩充和提升。其中，实施年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目进一步丰富公司产品品类，借此进军房地产工程

门市场；实施智能化仓储中心建设项目旨在对公司现有仓储中心进行智能化改造；品牌渠道建设项目和信息化建设项目为持续提升公司的品牌知名度和信息化管理水平，增强公司的综合竞争力；另外，公司还将募集资金投入补充流动资金，运用于主业。

## 2、公司募集资金投资项目的人员、技术、市场等方面的储备情况

公司具备较强的自主研发能力、研发人员储备和较为广泛的客户基础，为公司从事募集资金投资项目奠定了良好的基础。

具体参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”至“一、本次发行募集资金用途及依据”之“（五）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见”之相关内容。

### （四）填补被摊薄即期回报的具体措施及承诺

具体参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺”之“（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

## 十、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

### （一）2021年1-9月《审阅报告》情况

#### 1、会计师的审阅意见

发行人会计师出具“天健审[2021]9916号”《审阅报告》，审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映梦天家居公司合并及母公司的财务状况、经营成果和现金流量。”

#### 2、发行人的专项声明

发行人及其董事、监事、高级管理人员声明：已认真审阅了公司2021年1-9月财务报表，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

发行人负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人声明：已认真审阅

了公司 2021 年 1-9 月财务报表，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

### 3、主要财务信息

经发行人会计师审阅的公司 2021 年 1-9 月主要财务数据如下：

#### (1) 资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021年9月30日	2020年12月31日
流动资产	61,425.93	58,565.34
非流动资产	70,981.56	73,903.45
<b>资产总计</b>	<b>132,407.49</b>	<b>132,468.78</b>
流动负债	65,029.58	71,698.77
非流动负债	982.31	770.00
<b>负债合计</b>	<b>66,011.89</b>	<b>72,468.77</b>
<b>所有者权益合计</b>	<b>66,395.60</b>	<b>60,000.01</b>

#### (2) 利润表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-9月	2020年1-9月	2021年7-9月	2020年7-9月
营业收入	96,186.31	72,444.61	42,348.63	35,149.02
营业利润	11,895.02	7,237.81	5,685.89	5,252.79
利润总额	11,879.97	7,114.44	5,688.08	5,246.52
净利润	10,545.59	6,509.20	5,184.23	4,723.68
归属于母公司股东的净利润	10,554.72	6,526.99	5,184.78	4,730.66
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	10,361.88	6,262.51	5,114.94	4,591.43

#### (3) 现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-9月	2020年1-9月	2021年7-9月	2020年7-9月
经营活动产生的现金流量净额	11,304.88	13,742.97	13,134.63	15,911.09
投资活动产生的现金流量净额	869.22	-7,428.56	-2,209.22	-2,894.23
筹资活动产生的现金流量净额	-9,152.88	-8,479.95	-	-3,013.19

现金及现金等价物净增加额	3,021.22	-2,165.53	10,925.41	10,003.66
--------------	----------	-----------	-----------	-----------

(4) 非经常性损益明细表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-9月	2020年1-9月
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-12.65	-416.67
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	234.73	811.06
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	20.59
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	16.98	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	2.73	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-14.82	-107.32
<b>小计</b>	<b>226.97</b>	<b>307.66</b>
减：企业所得税影响数（所得税减少以“-”表示）	33.95	42.83
少数股东权益影响额（税后）	0.18	0.36
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	192.84	264.47

4、主要会计报表项目变动情况分析

(1) 财务状况

2021年6月末和2021年9月末，公司资产负债表主要情况如下：

单位：万元

项目	2021.9.30	2021.6.30	变动幅度
流动资产	61,425.93	45,603.71	34.70%
其中：货币资金	37,765.60	26,319.91	43.49%
应收票据	3,221.05	1,962.39	64.14%
应收账款	3,019.29	1,715.47	76.00%
存货	14,135.86	13,461.60	5.01%
非流动资产	70,981.56	71,600.19	-0.86%
<b>资产总计</b>	<b>132,407.49</b>	<b>117,203.90</b>	<b>12.97%</b>
流动负债	65,029.58	54,979.72	18.28%
其中：应付票据	11,836.55	6,575.32	80.01%



应付账款	16,663.98	14,939.96	11.54%
合同负债	21,873.17	20,758.71	5.37%
非流动负债	982.31	1,012.80	-3.01%
<b>负债合计</b>	<b>66,011.89</b>	<b>55,992.52</b>	<b>17.89%</b>
<b>所有者权益合计</b>	<b>66,395.60</b>	<b>61,211.37</b>	<b>8.47%</b>

2021年9月末较2021年6月末，公司资产规模稳步增长，增幅为12.97%，主要系：2021年三季度，公司各项生产经营活动持续、稳定进行，订单充足，使得流动资产增长较快。主要报表项目变动分析如下：

①货币资金

2021年9月末，货币资金余额较2021年6月末增加43.49%，主要系2021年三季度公司销售规模回升，经营活动产生的现金流量净额增加所致。

②应收票据

2021年9月末，应收票据余额较2021年6月末增加64.14%，主要系公司对深圳恒大的销售收入有所增加所致。

③应收账款

2021年9月末，应收账款余额较2021年6月末增加76.00%，主要系公司大宗工程业务销售收入增加，相应应收账款增加所致。

④应付票据、应付账款

2021年9月末，应付票据、应付账款余额分别较2021年6月末增加80.01%、11.54%，主要系本期公司采购规模增加，按合同约定结算方式，使得应付票据、应付账款规模均有所增加所致。

(2) 经营成果

2021年三季度、2021年1-9月，发行人经营业绩同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2021年 1-9月	2020年 1-9月	变动幅度	2021年 7-9月	2020年 7-9月	变动幅度
营业收入	96,186.31	72,444.61	32.77%	42,348.63	35,149.02	20.48%

营业成本	63,274.07	46,362.06	36.48%	28,569.24	22,061.89	29.50%
期间费用	20,146.72	18,876.38	6.73%	7,438.42	7,758.95	-4.13%
营业利润	11,895.02	7,237.81	64.35%	5,685.89	5,252.79	8.25%
利润总额	11,879.97	7,114.44	66.98%	5,688.08	5,246.52	8.42%
净利润	10,545.59	6,509.20	62.01%	5,184.23	4,723.68	9.75%
归属于母公司股东的净利润	10,554.72	6,526.99	61.71%	5,184.78	4,730.66	9.60%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	10,361.88	6,262.51	65.46%	5,114.94	4,591.43	11.40%

2021年三季度，公司生产经营活动持续、稳定进行，订单充足，致使主要产品的销售规模有所增长；同时盈利能力基本保持稳定，且不断发挥规模效应，拉动营业收入、净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比分别增长20.48%、9.75%及11.40%；

2021年1-9月，公司营业收入、净利润及扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比分别增长32.77%、62.01%及65.46%。

综上所述，财务报告审计截止日后，公司所处的经营环境稳定，财务状况和经营业绩稳定增长，总体运营情况良好，不存在重大不利变化。

## （二）2021年度经营业绩预计情况

公司核心业务为门墙柜等木质家具产品的一体化定制。财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司核心业务产品的销量及销售收入较为稳定。同时，公司所处行业未发生重大不利变化，公司经营状况良好，在产业政策、税收政策、业务模式、主要产品及原材料的价格、主要客户及供应商的构成以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大不利变化。因此，财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，发行人的核心业务和所处的经营环境未发生重大不利变化。

基于宏观经营环境保持稳定，同时四季度为家装行业的传统旺季，公司在2021年1-9月《审阅报告》的基础上，并结合在手订单等情况，预计2021年度公司经营业绩如下：

单位：万元

项目	2021 年度（预计）	变动幅度	2020 年度
营业收入	138,304.80—152,863.20	12.74%—24.61%	122,675.45
净利润	17,018.93—18,832.53	-0.33%—10.29%	17,075.45
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	16,526.09—18,339.69	1.79%—12.96%	16,234.85

经预计：2021 年度，公司营业收入、净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润总体均较上年总体实现增长。

## 十一、新冠疫情对发行人经营业绩的影响

### （一）2020 年度公司各季度经营业绩

2020 年度，公司分季度的营业收入、净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润及与上年同期比较情况如下：

单位：万元

季度	营业收入		净利润		扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
第一季度	6,420.71	-68.23%	-2,502.90	-222.87%	-2,372.50	-219.31%
第二季度	30,874.88	-12.50%	4,288.41	-16.28%	4,043.59	-9.09%
第三季度	35,149.02	4.44%	4,723.68	14.50%	4,591.43	9.57%
第四季度	50,230.84	10.03%	10,566.26	41.41%	9,972.34	41.99%
合计	<b>122,675.45</b>	<b>-9.00%</b>	<b>17,075.45</b>	<b>-8.96%</b>	<b>16,234.85</b>	<b>-8.02%</b>

2020 年度，受疫情影响，公司 2020 年一季度经营业绩下降幅度较大，随着疫情的有效控制，需求释放，公司业绩逐步转好，全年下降幅度较小。

### （二）新冠疫情对发行人经营业绩的影响为暂时性或阶段性的

2020 年一季度，公司以经销商模式为主的主营业务受疫情影响严重，营业收入下滑幅度较大，且因未能充分发挥规模效应，致使净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润均出现亏损；随着疫情的有效控制，前期受抑制的家装需求不断释放，2020 年二季度起，公司营业收入及净利润指标均不断递增，使得 2020 年全年公司的经营业绩受疫情影响较小。

因此，新冠疫情对发行人经营业绩的影响是暂时性的。

### **(三) 公司针对疫情已采取必要的解决措施**

疫情期间，公司严格落实政府防控要求，积极采取应对措施，降低疫情带来的负面影响，同时为疫情后发展积累资源，主要措施如下：

公司结合大众密切关注的健康理念，及时推出促销水性漆环保新款木门“山川”、“风月”；针对消费者居家隔离、减少出行特点，转换媒介投放，减少高铁站广告，大量运用网络平台直播卖货；2020年2-4月，为扶持经销商给予产品91折优惠折扣，支持其发展当地家装公司客户，积累订单；保障正常排单生产，如期履行订单；复产初期，对员工实行“一岗多能”培训，以解决用工临时性不足的矛盾，提高了劳动生产率。

### **(四) 公司已抵消疫情带来的负面影响并恢复正常状态**

随着疫情得到有效控制，同时公司简奢型整体木作产品适销对路，自2020年二季度起，公司生产经营迅速恢复正常，具体体现在：

2020年二季度，公司营业收入下滑幅度收窄至12.50%，净利润及扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为4,288.41万元、4,043.59万元，接近上年同期水平，使得2020年上半年经营业绩扭亏为盈；2020年第三、四季度，正值家居行业的传统旺季，公司营业收入回升势头加剧，净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润均同比实现大幅增长。

2021年上半年，公司生产经营活动正常开展，营业收入、净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为53,837.68万元、5,361.36万元、5,246.94万元，均同比实现大幅增长。

综上，疫情对发行人2020年度及2021年上半年经营业绩均未构成重大不利影响。

### **(五) 新冠疫情不会对发行人全年经营业绩、持续经营能力及发行条件构成重大不利影响**

#### **1、疫情不会对发行人2021年全年经营业绩构成重大不利影响**

目前，疫情在全国范围内持续可控，公司所处的经营环境稳定，各项生产经营活动持续、稳定进行，订单充足，不存在任何导致公司经营业绩不利变化的事项发生。

因此，疫情不会对发行人 2021 年全年经营业绩构成重大不利影响。

## **2、发行人不存在经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响的情形**

### **(1) 经营模式未发生重大变化**

报告期内，发行人实行经销商模式为主、大宗工程业务模式与家装公司模式为辅的多渠道并举的经营模式，疫情后未发生变化。

报告期内，公司营业收入分别 13.45 亿元、13.48 亿元、12.27 亿元及 5.38 亿元，经销商模式收入占比分别为 91.30%、93.09%、92.88%及 93.18%，收入规模及经销商模式占比均保持稳定。

截至 2021 年 6 月末，公司共发展了 974 家经销商，1,117 家经销商专卖店遍布于全国 31 个省、自治区和直辖市，并下沉至四、五线区镇。鉴于公司经销商规模较大，并实行一级经销商管理，致使客户集中度较低，公司对单一经销商客户的依赖度较小，从而有效降低特定区域疫情爆发对公司经营业绩的不利影响，较大程度地分散经营风险。

另外，公司积极拓展受疫情影响较小的大宗工程业务，报告期内该类模式收入占比分别为 2.95%、3.40%、5.94%及 5.85%，提升较快，并且该类业务未来将呈不断增大的趋势。

因此，发行人的经营模式不存在已经或者将发生重大不利变化的情形，不会对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响。

### **(2) 产品结构未发生重大变化**

公司主营业务为木质家具木门、柜类、墙板等产品的一体化定制。近年来，公司顺应家居行业发展趋势，围绕终端客户消费升级的需求，不断开发和丰富简奢型风格系列的整体木作产品。

报告期内，公司主营业务收入的产品结构如下：

产品种类	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
木门类	62.10%	68.72%	74.05%	76.93%
其中：门扇	23.32%	25.01%	27.73%	29.98%
门套	21.64%	24.19%	25.59%	26.40%
线条	17.14%	19.51%	20.72%	20.56%
柜类	19.38%	16.64%	13.31%	11.54%
墙板	14.65%	11.97%	9.92%	9.00%
其他家具	3.87%	2.67%	2.71%	2.53%
<b>合计</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

从上可见，2020年度、2021年1-6月，公司主营业务收入的产品结构仍延续了门墙柜一体化的多品类发展策略。

因此，发行人不存在产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

### 3、发行人不存在行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响

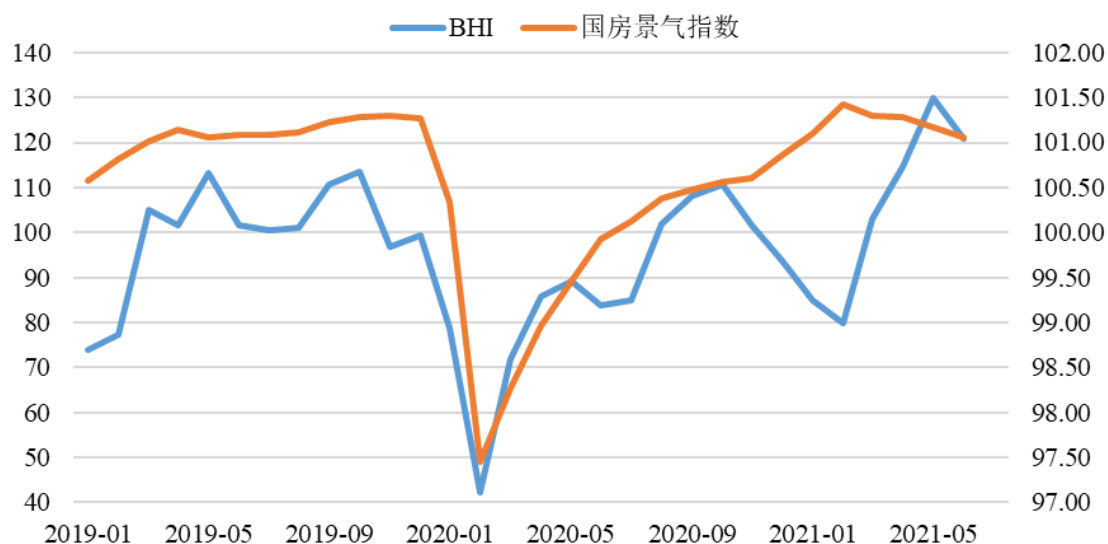
#### (1) 发行人行业地位未发生重大变化

经中国木材与木制品流通协会认定，2017—2020年度，公司在木门市场销售规模上，在国内家居行业同类企业中排名前三。

#### (2) 发行人所处的经营环境未发生重大变化

公司所处的经营环境稳定，基于中国良好的应对疫情能力，我国城镇居民人均可支配收入2020年持续攀高，达到43,834元，为定制家居行业需求增长持续提供有力支撑；定制家居行业庞大的消费主体前期延缓或受到抑制的家装消费需求持续释放，表现为全国建材家居（BHI）及全国房地产开发景气指数明显回升，具体如下图所示：

2019年—2021年6月全国建材家居景气指数（BHI）与国房景气指数



资料来源：中国建筑材料流通协会、国家统计局

综上，新冠疫情未对公司 2020 年经营业绩构成较大影响，该影响是暂时性的，公司已采取必要的解决措施，能够抵消负面影响并恢复正常状态，新冠疫情不会对发行人持续经营能力及发行条件构成重大不利影响。



## 第十二节 业务发展目标

### 一、发行人本次发行当年及未来两年的业务发展计划

#### （一）企业理念

公司本着“敬天爱人、知行合一”、“思利他”的梦天经营哲学，秉承“打造一流家居企业，共建共赢生态圈”为企业愿景，以“为客户装修好一个家”为使命，以现代企业理念为导向，努力使公司发展成为“最受欢迎的家居行业领导者”、“基业长青的百年企业”。

#### （二）业务发展目标

本次发行当年及未来两年，公司将以募集资金投资项目建设为抓手，拓宽融资渠道，加快品牌渠道和信息系统建设，全面打造梦天水性漆木作门、墙、柜一体化的产品体系。

#### （三）实现发展目标的具体计划

##### 1、品牌和产品发展计划

公司将继续以“梦天”为核心品牌，稳固在木门行业的市场地位，扩大在家装和工程领域的产品影响力，将“梦天”从行业品牌提升为消费者品牌，实现“梦天”品牌的价值最大化。同时，为满足客户需求，公司将加大在整体木作、五金系统、智能系统等配套领域投入，使之成为新的利润增长点，为公司可持续发展奠定基础。

##### 2、产能扩充计划

公司将结合信息化系统的升级改造，重建庆元生产基地，升级改造嘉善生产基地，以满足持续增长的市场需求。

本次发行当年及未来两年，公司将完成以下产能扩充：

- （1）满足房地产开发企业的产品需求，扩充工程木门产品的生产线；

(2) 基于门、墙、柜一体化的产品思路，扩充或技改木质墙饰面生产线、集成柜生产线。

### 3、产品研发和创新计划

公司制定了切实可行的产品研发和创新计划，通过内部研发机构设计院和研究院，联合中国林科院、南京林业大学、中南林业大学、浙江工业大学等科研机构和专业院校的外部技术力量，并与国内外设计师密切交流，从客户未来生活方式着手，从产品外观、功能、健康、智能等方面不断实现创新。

公司通过持续引进和培养人才，扩大专业研发队伍，运用新技术、新工艺、新材料，开发适应市场的新产品，将研发水平和创新能力始终保持在行业前列。

### 4、营销网络优化计划

公司将继续完善营销网络布局，加强经销商管理，通过不断为经销商赋能和服务，提升经销商的经营质量。主要体现在以下两方面：

(1) 帮扶经销商从单一的木门店向整体木作店转型，并在全国市场上合理布局，使两种店态和谐并存。

(2) 帮扶经销商（特别是一、二、三线城市）向服务商的职能转变，为未来大力拓展工程市场、家装公司市场做好准备。

### 5、信息系统建设计划

公司以战略和业务发展为方向，以提升组织效率为目的，建立快速反应、批量个性化定制、柔性制造、用户服务全程自动化、透明化、数字化高效智能的处理体系。主要做好如下工作：

(1) 满足公司从木门走向木作整体解决方案的需求，升级售前、售后服务系统，构建完善多渠道 O2O 的 MT 营销系统平台，面向营销体系、经销商体系、客户体系，包括但不限于智慧门店、CRM、云店等系统。

(2) 升级 MT 企业资源管理系统。企业资源管理平台面向供应链体系，包括但不限于财务系统、生产系统、供应链管理、产品研发平台。

(3) 升级构建 PC 端、移动端的 MT 协同办公管理平台。协同办公管理平台面向办公职能，包括协同 OA 系统、知识管理系统等。

(4) 建设中心机房及网络，满足以上系统的运行需求，并达到灾备的要求。

## 6、人才培养和扩充计划

人力资源是公司可持续发展的重要保障。为提高人力资源总体水平，优化人才梯队结构，进行人才战略性储备，公司将从以下方面进行人才队伍建设和培养：

(1) 建立有效的招聘途径和合理的录用机制。公司将进一步完善《招聘管理制度》、《员工试用考核管理办法》、《岗位竞聘管理制度》等，打造公平公正、坦诚沟通与协作、充满创意的职场，吸引和寻找优秀的设计研发人才及复合型管理人才。

(2) 建立和完善人才培育体系。建立任职资格等级标准、员工职业发展通道，构建员工规范化、职业化、多元化的职业发展路径；同时完善公司内部的培训教育体系，从设计研发、营销、生产、管理等各个方面，分层次、分专业进行系统培训，培养智慧型员工。

(3) 完善人才储备体系。公司将定期采取校园招聘、高校联办定制班等方式选拔优秀应届毕业生，并通过人才评估机制，挖掘人才潜能，从内部选拔人才，建立战略性的人才储备体系。

(4) 完善公司激励体系。提高员工待遇，激发员工工作积极性和创造性，促使员工和企业共同成长发展。

## 二、上述业务发展规划与现有业务的关系

公司的业务发展规划是充分考虑公司的发展战略，并结合国内外家居行业的现状和发展趋势而制定的，是现有业务基础上的延伸和拓展。通过上述业务发展规划的实施，将提升公司的核心竞争力。

## 三、本次募集资金运用对实现上述发展目标的作用

本次募集资金投资项目与上述发展目标构成相辅相成、相互依存的关系：

首先，本次募集资金投资项目的顺利实施，将为公司实现上述目标提供资金保障。

其次，本次募集资金投资项目的实施，又依托于实现上述目标所提供的研发成果、销售渠道建设、信息化管理能力和人才储备。

再次，本次发行上市可以进一步提高公司的知名度和影响力，有助于提升公司的品牌形象，扩大市场份额；增强公司对优秀人才的吸引力，为公司的长远发展提供人力资源的保障。

另外，本次发行上市补充流动资金可以缓解公司日常经营中的资金压力，改善财务结构，实现股东利益最大化。

最后，本次发行上市后，公司将成为公众公司，接受监管机构和广大股民的监督。这将进一步完善公司的法人治理结构，为公司的长远发展提供制度保障。

## 第十三节 募集资金运用

### 一、本次发行募集资金用途及依据

#### (一) 本次发行募集资金用途及依据

根据公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股股票募集资金投资项目及使用可行性的议案》，公司本次拟公开发行股票数量为 5,536 万股，实际募集资金扣除发行费用后，根据轻重缓急顺序拟投入如下项目：

单位：万元

项目名称	项目总投资额	拟以募集资金投入额	项目备案	环评备案
年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目	45,300.00	38,903.00	《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》（项目代码：2020-330421-21-03-103573）	《嘉善县经济技术开发区“规划环评+环境标准”改革建设项目环保备案通知书》（编号：登记表备[2020]017 号）
智能化仓储中心建设项目	14,500.00	12,452.00	《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》（项目代码：2020-330421-21-03-103574）	《环境影响登记表》（备案号：202033042100000058）
品牌渠道建设项目	35,000.00	21,470.00	-	-
信息化建设项目	6,300.00	5,410.00	《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》（项目代码：2020-330421-21-03-109504）	-
补充流动资金	6,900.00	5,928.14	-	-
<b>合计</b>	<b>108,000.00</b>	<b>84,163.14</b>	-	-

#### (二) 实际募集资金超出投资项目资金需求或不足时的安排

本次发行募集资金到位前，公司将根据实际生产经营需要，以自筹资金先

行投入，并在募集资金到位之后予以置换。若实际募集资金不足以满足上述拟投资项目的资金需求，资金缺口部分由公司自筹解决。

### **（三）募集资金投向符合国家产业政策、环境保护、土地管理等法律法规**

#### **1、符合国家产业政策**

根据《产业结构调整指导目录（2019年本）》，“木、竹、草（包括秸秆）人造板及其复合材料技术开发及应用”以及“木材及木（竹）质材料节能、节材、环保加工技术开发与利用”属于鼓励类。

《中国制造 2025》提出：（1）到 2020 年，基本实现工业化，制造业大国地位进一步巩固，制造业信息化水平大幅提升；制造业数字化、网络化、智能化取得明显进展；（2）到 2025 年，制造业整体素质大幅提升，创新能力显著增强，全员劳动生产率明显提高，两化（工业化和信息化）融合迈上新台阶；（3）全面推行绿色制造。

《浙江省人民政府办公厅关于推动工业企业智能化技术改造的意见（浙政办发[2018]83 号）》提出：实施制造生产线的智能化改造。深入推进“机器换人”。推动更多的企业向智能配料、智能装配、智能检测、智能装卸、智能仓储等整条生产线的工程化改造。

《中国家具产业升级指导意见》提出：推动生产改造，促进产业提升，提倡广泛应用现代信息化技术，以信息化改造来提升家具制造业是家具产业提升的重要环节。从原材料采购，家具生产管理，产品订货管理，产品发送管理，到市场营销都要应用信息化技术。

公司通过实施本次募集资金投资项目，贯彻和落实《中国制造 2025》和浙江省政府及行业发展的相关精神：公司通过对关键设备和生产线的技术改造、加大对定制家具制造、销售、管理等全过程信息化改造，从而实现工业化和信息化深度融合，提高全员劳动生产率，加大节能减排，实现绿色制造。

因此，公司实施上述项目符合国家相关产业政策。

#### **2、符合投资管理的法律法规**

本次募集资金均投向公司主业，旨在巩固和提升公司的市场份额，均不存在持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司计划。

2020年1月23日，年产37万套平板门、9万套个性化定制柜技改项目、智能化仓储中心建设项目分别取得了嘉善县经济和信息化局项目代码2020-330421-21-03-103573、2020-330421-21-03-103574的《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》；2020年3月14日，信息化建设项目取得了嘉善经济技术开发区管理委员会项目代码2020-330421-21-03-109504的《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》。

### 3、符合环境保护的法律法规

2020年4月，年产37万套平板门、9万套个性化定制柜技改项目取得了嘉兴市生态环境局（嘉善）出具的《嘉善经济技术开发区“规划环评+环境标准”改革建设项目环保备案通知书》（编号：登记表备[2020]017号）；同月，智能化仓储中心建设项目的《建设项目环境影响登记表》在建设项目环境影响登记表备案系统（浙江省）完成备案，备案号：202033042100000058。

项目实施主体梦天家居已于2019年11月22日取得了排污许可证（编号：913304217530017530001U）。

### 4、符合土地管理的法律法规

年产37万套平板门、9万套个性化定制柜技改项目、智能化仓储中心及信息化建设项目均为对原生产线、仓储中心及信息化系统进行更新改造，为利用公司现有的场地，该项目在证号为浙（2020）嘉善县不动产权第0062857号的不动产上的厂房内实施，均不涉及新增土地。

而品牌渠道建设项目为对“梦天”品牌进行全面宣传以及在北京、上海、杭州、长沙、成都、郑州、济南、沈阳八大核心城市建设“梦天木作体验中心”，无须进行项目备案、环评审批，也不涉及土地使用。

综上，实施本次募集资金投资项目符合投资管理、环境保护、土地管理等



相关法律法规。

#### **（四）募集资金投资专项存储制度的建立及执行情况**

公司 2018 年年度股东大会通过了《梦天家居集团股份有限公司募集资金管理制度》议案，该制度规定本次募集资金应存放于募集资金专项账户，保证专款专用。

#### **（五）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见**

##### **1、实施本次募集资金投资项目的意义**

公司实施本次募集资金投资项目，有利于运用信息化、智能化手段，扩充和提升主营业务，完善产品结构，提高生产、管理效率和品牌知名度，从而提升综合竞争力。

##### **2、本次募集资金投资项目与公司的经营规模是相匹配的**

###### **（1）37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目**

通过本技改项目，公司将从调整产能结构出发，完善产品结构，实现市场结构的均衡发展：一方面，对现有部分门扇生产线进行技术改造，形成 37 万套工程门产能，借此进入精装修工程市场；另一方面，新增年产 9 万套的柜类产能，将有效缓解柜类产能不足的瓶颈。

公司发展了经销商专卖店、家装公司及工程客户为一体的完善的营销网络。截至 2021 年 6 月 30 日，公司发展了经销商专卖店 1,117 家。在此基础上，公司可通过在工程渠道的客户积累和开拓，深耕工程精装市场。如公司与恒大地产、碧桂园等国内知名房地产商已建立多年工程客户合作关系；经前期洽谈，公司与部分知名房地产商已签订了初步的平板门业务合作协议。同时，公司通过经销商网络，拓展工程渠道客户。

###### **（2）品牌渠道建设项目**

该项目拟投入 35,000 万元（采用募集资金投入 25,000 万元），分为三年投入，其中：品牌建设投入 22,100 万元、渠道建设投入 12,900 万元。

2017—2019 年度，公司实际发生广告宣传费合计 22,079.64 万元，与本次

品牌建设拟投入规模相当，因此，本项目为公司广告宣传规划中系统、有序投放的一部分；而渠道建设投入拟在北京、上海、杭州、长沙、成都、郑州、济南、沈阳八大核心城市，设立、优化“梦天木作体验中心”，反映出公司在“梦天木门”品牌影响力的基础上，加大向“梦天木作”转移的力度。

### （3）智能化仓储中心建设项目、信息化建设项目

为实现全屋定制、“梦天木门”向“梦天木作”转变，公司全面构建智能化物流体系和全业务链信息化管理，是对现有业务和募集资金投入所涉未来业务进行配套优化和提供重要支撑。

## 3、本次募集资金投资项目与公司的财务状况是相匹配的

报告期内，公司营业收入分别为 13.45 亿元、13.48 亿元、12.27 亿元及 5.38 亿元，归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低计）分别为 7,969.74 万元、17,649.70 万元、16,234.85 万元及 5,246.94 万元；截至 2021 年 6 月末，母公司资产负债率为 48.93%。因此，公司的盈利能力及财务状况良好。

本次募集资金投资的技改项目预计达产后，将新增销售收入 8 亿元，实现净利润 14,607.85 万元。本次募集资金项目处于建设期时，公司预计盈利指标会有所下降，但一旦项目投产后，将持续提升公司盈利能力，优化财务结构，从而巩固公司的市场地位，提升核心竞争力。

## 4、本次募集资金投资项目与公司的技术水平是相匹配的

公司的技术水平始终处于行业领先，并在新材料、新技术、新产品等方面不断推陈出新，涉及本次募集资金投资项目产品的技术积累也较为深厚。

### （1）公司已形成成熟的技术研发体系

公司为高新技术企业，研发力量雄厚，联合中国林科院建立了“梦天木质门研发中心”和“林业工程博士后工作站”。公司通过设计院和研究院，专注于整木定制领域，建立了完善的产品规划和研发管理体系。

目前，公司配备一支由高级工程师、博士、硕士、本科等技术人才组成的

专职技术队伍，同时联合内外部研发力量，制定并实施了一系列研发中心制度，保障创新机制有效运行。具体参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“十二、发行人保持技术不断创新的机制和进一步开发的能力”。

#### （2）公司研发设计成果为实施本次募集资金投资项目提供的技术支撑

经多年的生产实践，公司拥有水性漆应用技术、柔性混流连线自动化生产线技术、定制柜技术应用等多项核心技术。截至本招股说明书签署日，公司拥有 154 项专利（发明 14 项、实用新型 84 项、外观设计 56 项），其中：众多的木门及相关的发明及实用新型专利，外观设计“玄关柜”、“电视柜（米兰情愫）”、“铝型材（01）”至“铝型材（11）”以及铝型材 L 系列等专利技术，均运用于上述技改项目的产品方案中。

公司还参与制定了多项木质门和定制家居产品的国家、行业和团体标准。

智能化、信息化系统建设方面，公司已取得《梦天家居智能订单系统 V1.0》等 6 项软件著作权。

#### （3）实施本次募集资金投资项目持续提升公司产品的技术水平

本次募集资金投资项目实施后，公司将有效提高装备技术水平和生产效率，同时持续提升公司在木门类和柜类领域的技术含量，形成新的技术成果。

### 5、本次募集资金投资项目与公司的管理能力是相匹配的

公司始终专注于定制家居行业，拥有一支稳定的管理和技术团队，对行业的发展现状和未来的发展趋势有着深刻的理解，在供产销等方面积累了丰富的实务经验，对公司现有业务以及本次募集资金投资项目均形成了一套行之有效的经营管理模式。

目前，公司已建立了由股东大会、董事会、监事会组成的公司治理结构，三者与管理层共同构建了分工明确、相互配合、相互制衡的运行机制，保证公司内控制度的贯彻执行以及经营管理目标的实现。

因此，本次募集资金投资项目与公司的管理能力是相匹配的。

综上，公司董事会对本次公开发行股票募集资金投资项目的可行性和必要

性进行了详尽和严格的论证，一致认为：本次募集资金投资项目符合国家产业政策和公司发展战略，与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应；投资项目具有较好的市场前景和盈利能力，公司能够有效防范风险，提高募集资金使用效益。

#### **（六）募集资金投资项目不产生同业竞争且对发行人的独立性不构成不利影响**

本次募集资金投资项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间产生同业竞争，不与关联方发生关联交易，也不会对公司的独立性构成不利影响。

## **二、募集资金建设项目内容**

### **（一）年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目**

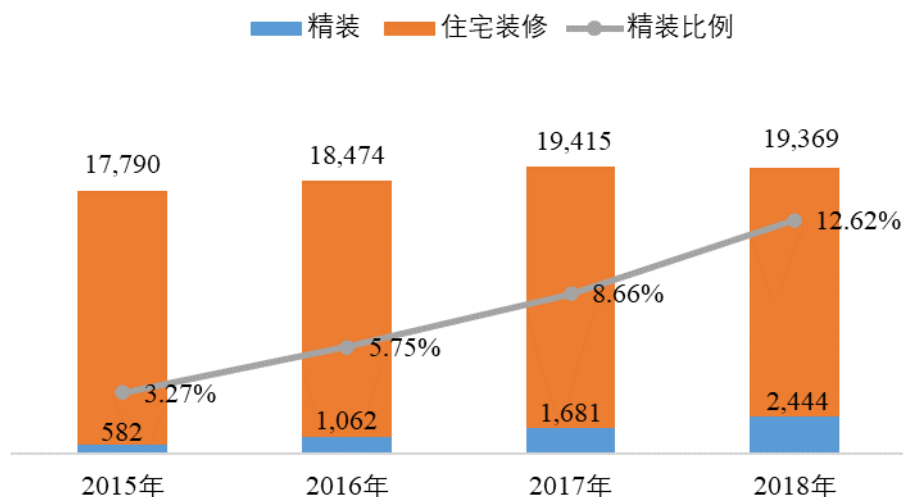
#### **1、项目实施的必要性及合理性**

##### **（1）适应住宅家装行业朝精装市场发展的需求**

由于精装修可以有效避免二次装修产生的环境污染问题，目前正成为国家政策引导的方向。住建部在《建筑业发展“十三五”规划》“建筑节能及绿色建筑发展目标”中明确提出：到 2020 年，新开工全装修成品住宅面积达到 30%，绿色建材应用比例达到 40%。在此倡导下，各地方政府也出台了相应的全装修政策，其中海南、河南、湖北等地要求全省全面实行新建商品住宅全装修。

近年来，我国住宅精装市场快速发展。据《中国泛家居产业 2020 趋势报告》，2015—2018 年住宅装修市场产值的年复合增长率为 2.87%，同期精装市场的年复合增长率为 61.30%，精装市场产值占比从 2015 年的 3.27% 大幅提升到 2018 年的 12.62%，预计未来仍将进一步提升。2015—2018 年住宅装修市场产值情况如下图所示：

2015—2018年家装市场和精装市场产值（亿元）



如上所述，住宅精装修为大势所趋，工程渠道已成为定制家居行业增长的重要驱动力，与房地产商构建战略合作关系，发展工程业务成为催化定制家居企业抢占市场份额的关键因素；而工程家装市场中木门以平板门结构居多，其特点为结构简单，规格统一，方便规模化、标准化批量供应。

公司拟通过本技改项目为消费者提供 37 万套水性漆平板门、配套 9 万套水性漆或免漆柜类，为适应住宅装修市场发展的需要，同时也符合政策倡导扩大绿色建材应用的要求。

### （2）适应不同消费层次产品多元化的需求

公司传统木门产品以圆棒结构组拼门为主，其立体感强、造型突出、做工精良、结构稳定，适合经典装修风格，也与公司宣传的“高端定制”的定位相契合；但随着家具行业消费者趋向年轻化，80 后、90 后消费者逐渐成为了购买主力群体，其更注重产品的性价比，青睐简约现代的家居风格。平板门凭借其外型简洁、现代感强、色彩丰富、材质选择范围广和价格适宜等特点，满足了年轻消费者的需求。

针对多层次客户对产品的多元化需求，近年来公司打造满足不同消费群体需求的产品矩阵，设计并推出了多系列多种风格的木门和整木定制产品，增加了消费者的认可度，为平板门项目的顺利投产开拓了市场基础。

### （3）满足客户一站式采购的要求，符合公司整木定制战略规划

终端消费者为了节省时间精力，选择全包式装修，工程客户和家装企业为了降低存货管理成本和施工管理风险，也逐渐采用一站式采购模式，要求供应商具有多种定制化产品的大规模生产制造能力。

通过本项目的实施，公司在满足客户一站式采购需要的同时，还有望带来明显的定制化规模效应，促进公司整木定制产品的均衡、协同发展。

#### (4) 缓解门扇产能结构性矛盾，优化生产布局

公司原有门扇生产线主要集中于传统的以木质复合门为代表的圆棒结构组拼门；平板门为 2017 年新推出的产品，产能相对不足。

报告期内，公司平板门产能利用率维持高位，分别为 100.14%、103.27%、93.28% 及 86.60%，而非平板门（榫卯结构组拼门）的产能利用率相对较低，分别为 72.54%、58.16%、63.80% 及 35.64%。因此，公司门扇产能的结构性矛盾愈加凸显。

本项目是为消费者提供 37 万套水性漆平板门、配套 9 万套水性漆或免漆柜类。通过智能化、自动化技术改造，将传统的榫卯结构组拼门产能改造为平板门产能，门扇的总产能保持不变，有助于公司缓解门扇产能结构性矛盾，优化生产布局，进一步提升门扇的总体产能利用率。

因此，本项目实施具有合理性。

## 2、项目总投资

本项目总投资 45,300 万元，其中：固定资产投资 37,300 万元，铺底流动资金 8,000 万元。具体投资计划如下：

投资项目	投资金额（万元）	占比
固定资产投资	37,300.00	82.34%
其中：建筑工程费	3,354.00	7.40%
设备购置及安装费	33,946.00	74.94%
铺底流动资金	8,000.00	17.66%
<b>合计</b>	<b>45,300.00</b>	<b>100.00%</b>

## 3、项目主要建设内容



本项目主要建设内容包括厂房改建及自动化生产线的购置安装。本项目建成后，将完成对原生产线的技改，形成年产 37 万套平板门和 9 万套定制柜的生产能力。

#### 4、项目选址和组织实施

本项目无需新增用地，选址位于公司现有的厂区内，拟以技术改造方式完成。项目计划的建设期为 12 个月；项目达产期 2 年，第 1 年达产 80%，第 2 年 100%；铺底流动资金投产后按比例投入，具体实施进度安排如下：

项目	月进度											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
环保、安全、消防等审批	*	*	*									
厂房施工建设			*	*	*	*						
设备采购					*	*	*	*				
设备安装调试						*	*	*	*			
系统流程建立							*	*	*	*		
人员调动、招募及培训							*	*	*			
产品试生产										*	*	*

截至本招股说明书签署日，平板门生产线处于试生产阶段，定制柜生产线处于厂房和生产线改造阶段。

#### 5、项目产出计划

本项目产品方案为平板门 37 万套、个性化定制柜 9 万套，具体为：

序号	产品方案	生产线数量（条）	产量（万套）
1	水性漆平板门	3	37
2	个性化定制柜	13	9
2.1	其中：水性漆柜	3	4
2.2	免漆柜	10	5
合计		16	46

#### 6、项目产能消化分析

##### （1）市场容量

根据中国木材与木制品流通协会木门窗专业委员会统计，2020 年中国木门



行业产值为 1,570 亿元；并根据《中国木门行业发展白皮书》预计，2022 年中国木门行业销售收入将达到 2,102.20 亿元。另外，根据中国建筑装饰协会数据，2020 年中国定制衣柜的规模达到 1,545 亿元，定制橱柜的规模将达到 1,557 亿元，合计为 3,102 亿元。

以 2020 年的木门、柜类的市场容量为基础，预计本次募投项目“年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目”产出的平板门、柜类收入的新增市场份额如下：

单位：亿元

项目	木门类	柜类
市场容量	1,570.00	3,102.00
2020 年公司相应产品收入	8.25	2.00
现有市场份额	0.53%	0.07%
年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目	3.93	4.07
预计募投项目投产后收入	12.18	6.07
预计公司市场份额	0.78%	0.20%
新增市场份额	0.25%	0.13%

经测算，即使未来木门类、柜类的市场容量保持不变，募投项目“年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目”实施后，仅新增市场份额 0.25%、0.13%，能够被消化。

## （2）行业发展

国内家具制造业的行业发展方向包括多品类全屋定制、精装修市场发展、消费层次多元化等，公司实施“年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目”符合上述行业发展方向，具体详见上文“1、项目实施的必要性及合理性”之相关内容。

## （3）在手订单和意向订单

报告期内各期末，公司在手订单金额均较为充足，分别为 21,346.37 万元、15,318.92 万元、21,699.23 万元及 21,757.95 万元。除因 2020 年春节较早，使得 2019 年末的在手订单规模较小。截至 2021 年 6 月末，公司的在手订单为 21,757.95 万元，其中平板门 10,259.15 万元、柜类 3,287.05 万元。

同时，发行人近年已与部分房产开发商签订了平板门业务战略合作协议，包括现代筑美（碧桂园）、和泓置地集团有限公司、北京紫光科技服务集团有限公司、恒大地产等。上述意向订单具备在未来转化为在手订单的潜力。

因此，公司充足的在手订单和意向订单，为新增产能消化提供有力支撑。

#### （4）募投项目的产能能够被消化

由于“年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目”2020 年已开始实施，故以 2019 年门扇的产能、产能利用率以及 2020 年柜类的产能、产能利用率为基数，来测算募投项目达产后，门扇、柜类产能及其消化情况如下：

项目	募投项目实施前		募投项目新增	募投项目投产后
	产能	产能利用率	产能	产能
柜类（平方米）	600,000.00	101.37%	1,560,000.00	2,160,000.00
门扇（扇）	700,000.00	63.00%	-	700,000.00
其中：平板门	75,000.00	103.27%	370,000.00	445,000.00
榫卯结构组拼门	625,000.00	58.16%	-370,000.00	255,000.00

公司通过募投平板门项目的实施，对木门产能进行结构性调整，将榫卯结构组拼门产能通过技改替换为平板门产能，而公司门扇产能总体并未增加。在满足精装市场对平板门消费需求的同时，提高榫卯结构组拼门的产能利用率，有利于改善门扇的总体产能利用率较低的状况。

报告期内，公司柜类的产能利用率分别为 95.05%、98.80%、101.37% 及 97.57%，通过募投柜类项目的实施，能够缓解柜类产能不足对公司业务发展的制约。

因此，募投项目“年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目”对木门及柜类市场容量的影响很小。

另外，未来随着国内木门和柜类的市场容量的增长，将为公司新增产品的产能消化带来充分的市场空间支持。

#### （5）新增产能消化措施

①公司在工程渠道领域的客户积累和开拓

公司在工程渠道领域积极开拓市场和客户，与工程客户建立了良好的合作关系。截至本招股说明书签署日，公司已与现代筑美（碧桂园）、泰和华宇、恒大地产、浙江鸿翔建设集团股份有限公司等工程客户有过业务合作，与和泓置地集团有限公司、北京紫光科技服务集团有限公司签署了战略合作协议，并入围华润置地、中梁地产等多家地产公司的供应商名录。同时，公司可通过现有的经销商网络，拓展工程渠道客户。公司现有和未来新增工程客户对平板门需求的持续增长，将有效消化公司募投项目的新增产能。

### ②公司拥有较高的品牌知名度和完善的销售渠道网络

自成立以来，公司一直注重自有品牌建设的投入和市场形象的建立。经过30余年的匠心耕耘，公司拥有的“梦天”品牌在业内具备较高的知名度和美誉度，“梦天”商标先后被评为“浙江省著名商标”和“中国驰名商标”。

同时，公司构建了以经销商专卖店、家装公司及工程客户为一体的销售渠道网络。截至2021年6月30日，由经销商专卖店构成的销售网络，在全国共拥有1,117家门店。未来，公司将进一步扩大品牌知名度，拓展销售渠道，保障新增产能的消化。

### ③品牌渠道建设保障

公司本次募集资金投资项目拟实施品牌渠道建设项目。品牌建设方面，公司将品牌代言、高铁广告、卖场广告等投入为主，辅之以网络媒体宣传、品牌活动、智慧门店等方面的投入，对“梦天木作”进行全面宣传，扩大公司的品牌影响力。渠道建设方面，公司将在北京、上海、杭州、长沙、成都、郑州、济南、沈阳八大城市建设“梦天木作体验中心”，打造公司产品和品牌的宣传中心。该募投项目的实施，将为公司平板门和定制柜的销售提供配套的品牌和渠道网络的支持，有助于新增产能的消化。

## 7、项目的技术来源和积累

本项目的技术均来源于公司的自主研发和自我积累。

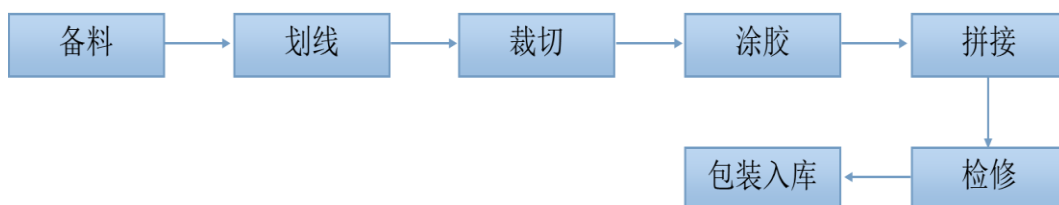
本项目拟全部采用自动化控制技术和设备，生产过程采用DCS自动控制系统，并引入MES生产执行系统，实现生产过程的数据化，从而对生产过程进行

有效控制和管理。

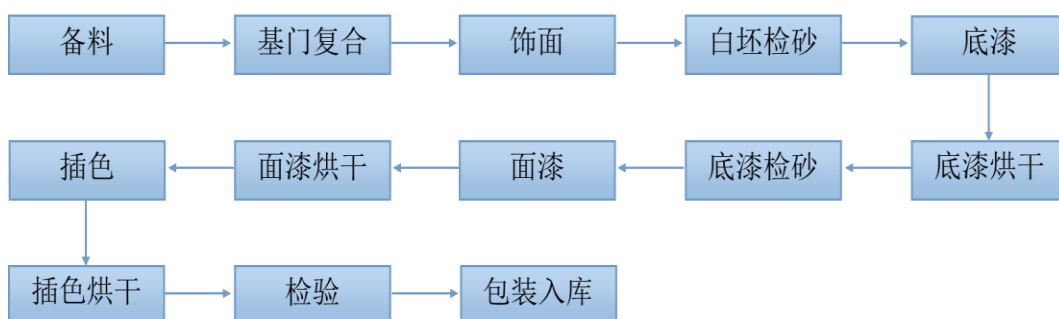
## 8、项目工艺流程

### (1) 平板门

本项目平板门的工艺流程包括饰面材料加工和平板门扇加工。其中，饰面材料的工艺流程图如下：



平板门扇的工艺流程图如下：



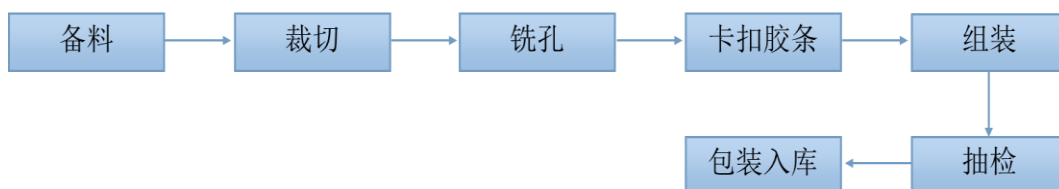
### (2) 定制柜

#### ①水性漆柜

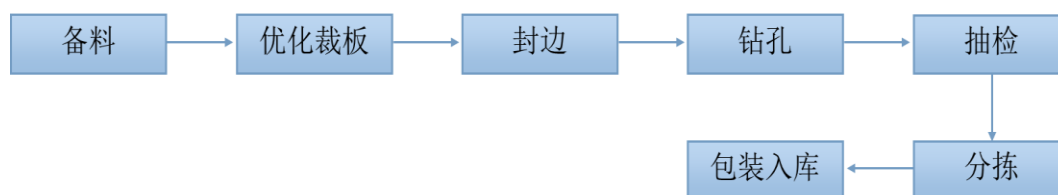
该产品工艺流程参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、发行人的主营业务”之“（二）公司主要生产产品的生产工艺流程”之“3、柜类”。

#### ②免漆柜

本项目生产的免漆柜属于在柜体上安装金属门窗的一类柜体，其工艺流程主要包括金属门窗的制备和柜体的制备。其中，金属门窗的工艺流程图如下：



柜体的工艺流程图如下：



## 9、项目的主要设备

本项目主要投资工艺设备为饰面材料、平板门、金属门窗和柜体等生产车间所需的生产及公共设备，具体如下：

序号	设备名称	规则/型号	数量 (台/套)	单价 (万元)	金额 (万元)
1	通过式钻孔机	豪迈 ABL220	10	260	2,600
2	前上料双推手电子锯	豪迈 HPP180-38-38	24	100	2,400
3	左式封边机	豪迈 NKL230/7/A20	12	170	2,040
4	面漆喷涂线设备	-	2	780	1,560
5	底漆喷涂线设备	-	2	720	1,440
6	右式封边机	豪迈 NKR210/7/A20	12	120	1,440
7	双推手电子锯	豪迈 HPP180-38-38	13	100	1,300
8	分拣系统	-	4	300	1,200
9	信息化软件	-	1	983	983
10	输送机	-	60	15	900
11	输送地辊线	-	1,500	0.5	750
12	辊筒输送机	山西秋林机械	50	15	750
13	封边机	豪迈	4	170	680
14	门套复合加工线	上海跃通	1	650	650
15	六面钻	郑太 ZT3012M6SL	12	45	540
16	木皮自动指接机	-	16	30	480
17	四层复合压机	山西秋林机械	4	120	480
18	砂光机	上海胜源	4	120	480
19	UV 线	-	3	150	450
20	烘干窑	定制	2	220	440
21	数控双头切割锯	-	10	40	400
22	附码设备	-	1	400	400
23	强电系统	-	4	100	400
24	高压配电房	1250KVA	2	200	400

## 10、原材料、辅助材料及能源供应

### （1）原材料、辅助材料供应

本项目所需的主要原材料包括板材、木皮、线条、水性漆、铝型材和玻璃，辅助材料包括纸板、泡沫、胶带等。所需的原、辅材料货源充足，在国内外市场均有稳定的供应。公司与主要供应商建立了长期稳定的合作关系，可适时根据市场情况灵活采购。

### （2）能源供应

本项目所需能源主要是水、电和蒸汽。水来自现有厂区自来水管网接入，电由所在开发区供电部门解决，蒸汽由开发区热电厂提供。

## 11、项目的环境保护情况

### （1）环评备案

2020年4月，年产37万套平板门、9万套个性化定制柜技改项目取得了嘉兴市生态环境局（嘉善）出具的《嘉善经济技术开发区“规划环评+环境标准”改革建设项目环保备案通知书》（编号：登记表备[2020]017号）。

### （2）环保措施

本项目的的主要污染物为废气、废水、粉尘、固废和噪声，主要环境保护措施如下：

**废气：**本项目产生的废气为有机废气。其中，工艺前端的UV漆和压贴线废气，利用干式过滤颗粒物进行处理；工艺后端产生的废气，采用光氧催化和活性炭吸附组合方式进行处理。

**废水：**包括生产废水和生活污水。生产废水分类收集后，送往厂区污水站生化处理系统，经处理达到开发区污水接管标准后，进园区污水管网；生活污水经化粪池处理后纳入市政污水管网，送往嘉兴市联合污水处理厂。

**粉尘：**主要在材料切割、制作、打磨、抛光等工序产生。公司将加强粉尘的源头控制，采用木粉和铝粉除尘系统，对各个产生粉尘的工序设置收集管道，统一集中处理。同时，在车间内安装屋顶集气设备，收集的废气经旋风和

布袋两级除尘处理，达标后高空外排。

固废：包括生产固废和生活固废。生产固废主要为机器加工产生的边角料、布袋除尘器收集的粉尘、废漆渣、沉淀池产生的污泥等。其中，边角料、粉尘集中收集后外送处理，污泥和生活固废统一由环卫部门清运处置，废漆渣委托有关资质单位统一处置。

噪声：主要为各类加工设备产生的机械噪声。为减少生产噪声对厂界声环境的影响，主要采取下列防治措施：①安装减震隔声装置；②合理布置生产厂房，噪声大的生产设备尽量布置在厂区中心位置；③加强噪声设备的维护管理，避免设备不正常运行导致的高噪声影响。

### （3）环保投入

本项目环保设施计划投入 1,420 万元，明细如下：

序号	项目	投资估算（万元）
1	污水处理系统	300.00
2	木粉除尘系统	800.00
3	铝粉除尘系统	120.00
4	废气收集处理系统	200.00
合计		<b>1,420.00</b>

## 12、项目经济效益分析

本项目实施后，预计正常年份新增销售收入 80,000 万元，税后净利润为 14,607.85 万元。动态投资回收期（所得税后）3.47 年（含建设期 1 年），盈亏平衡点为 47.37%，经济效益良好。

### （二）智能化仓储中心建设项目

#### 1、项目实施的必要性

公司本次运用募集资金实施智能化仓储中心建设项目，建造自动化立体仓库，主要系：

##### （1）公司构建智能化物流体系的要求



目前，在我国家具行业内，物流管理运作水平明显落后于业务发展速度，作业效率低下，物流技术装备水平亟待改造升级。因此，整合物流网络，形成规模优势，已成为家具企业赢得市场竞争的一项重要选择。为此，以智能化物流系统为平台，与下游经销/零售商建立面向市场的供应系统，提高物流管理效率，在业内逐渐开始推广。

自动化立体仓库作为智能化物流系统的重要节点，在利用仓库空间，满足生产要求，减少土地和人力成本，作业自动化，提高作业效率和准确率，提升物流管理等方面，均具有传统仓库无可比拟的优势。

公司以自动化立体仓库为基础，借助信息技术构建智能化物流体系，实现物流自动化和信息互联互通。通过智能物流软件系统与 ERP、MES 等信息系统无缝对接，连通订单—生产—仓库—发货等作业环节，数据及时准确交互，解决公司的“信息孤岛”问题，有效提高仓储物流、生产的执行效率，降低仓储成本，从而提升公司的核心竞争力。

## （2）公司全屋定制化模式催生仓储管理的智能化、自动化

公司正向个性化全屋定制方向发展，随着客户定制产品订单的增多，各类产品规格愈加繁杂，对仓储管理水平的要求也不断提高。公司目前在 3 号车间已建有一座自动化立库，但其库位仅有 2,100 个左右，主要用于存放门扇类产品，对于其他产品和原材料等货物，仍采用传统仓库为主的仓储方式，货物占地面积大，物流工作效率低，易漏件出错，影响客户体验。

## 2、项目的总投资

本项目总投资 14,500 万元，其中：固定资产投资 14,000 万元，铺底流动资金 500 万元。具体投资计划如下：

投资项目	投资金额（万元）	占比
固定资产投资	14,000.00	96.55%
其中：建筑工程费	3,380.00	23.31%
设备购置及安装费	10,620.00	73.24%
铺底流动资金	500.00	3.45%
<b>合计</b>	<b>14,500.00</b>	<b>100.00%</b>

### 3、项目主要建设内容

本项目计划对公司的现有车间进行装修改造，购置定制的自动化立库设备。项目建成后，该仓储中心将形成约 1 万个库位，8 万件产品的仓储能力。

### 4、项目选址和组织实施

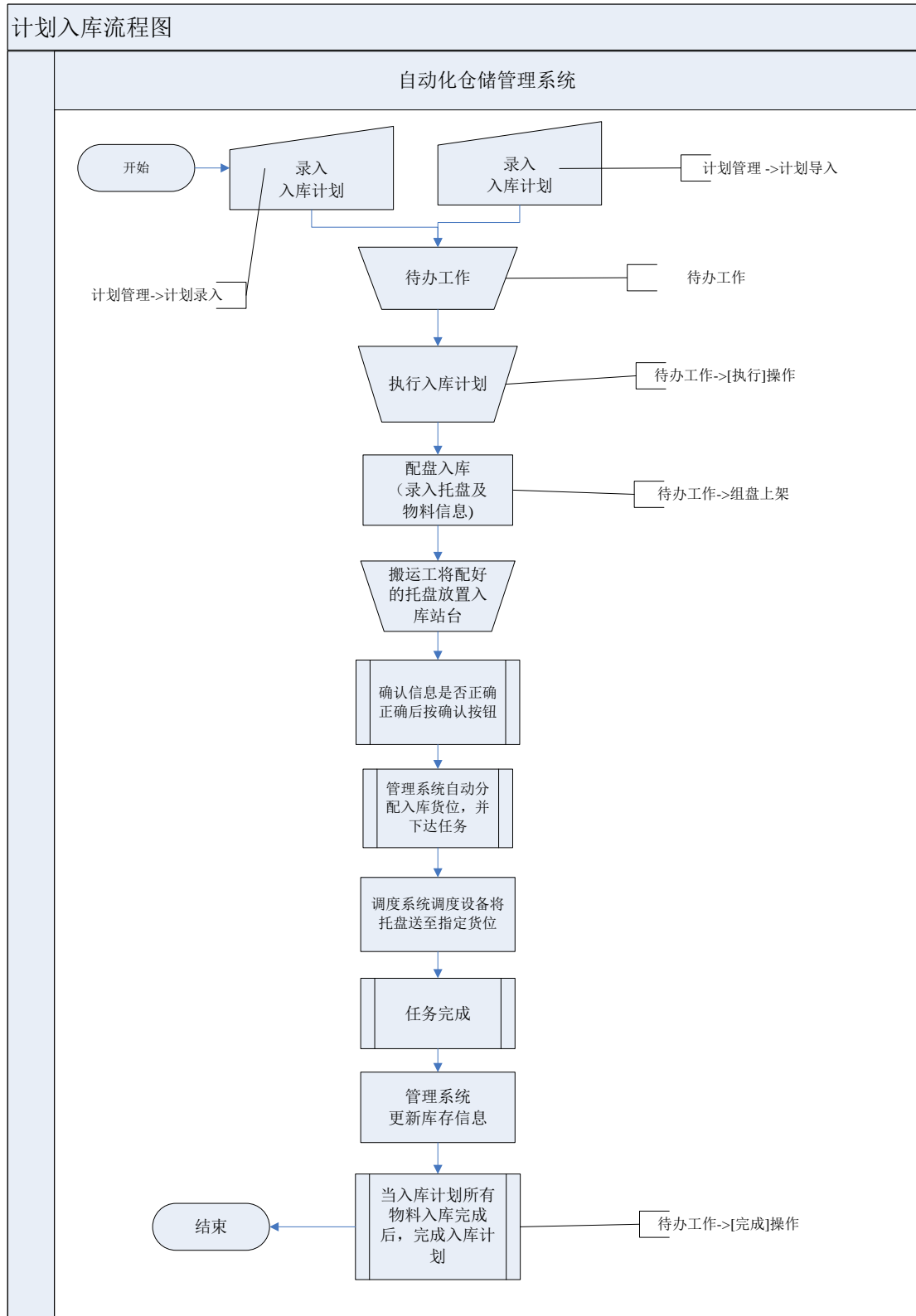
本项目无需新增用地，选址位于公司 1 号车间（东面）；项目建设期为 18 个月，具体实施进度安排如下：

项目	月进度																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
环保、安全、消防等审批	*	*	*	*	*													
厂房施工建设				*	*	*	*	*										
设备采购						*	*	*	*	*	*							
设备安装调试									*	*	*	*	*	*				
系统流程建立											*	*	*	*	*			
人员调动、招募及培训												*	*	*				
设备试运行															*	*	*	*

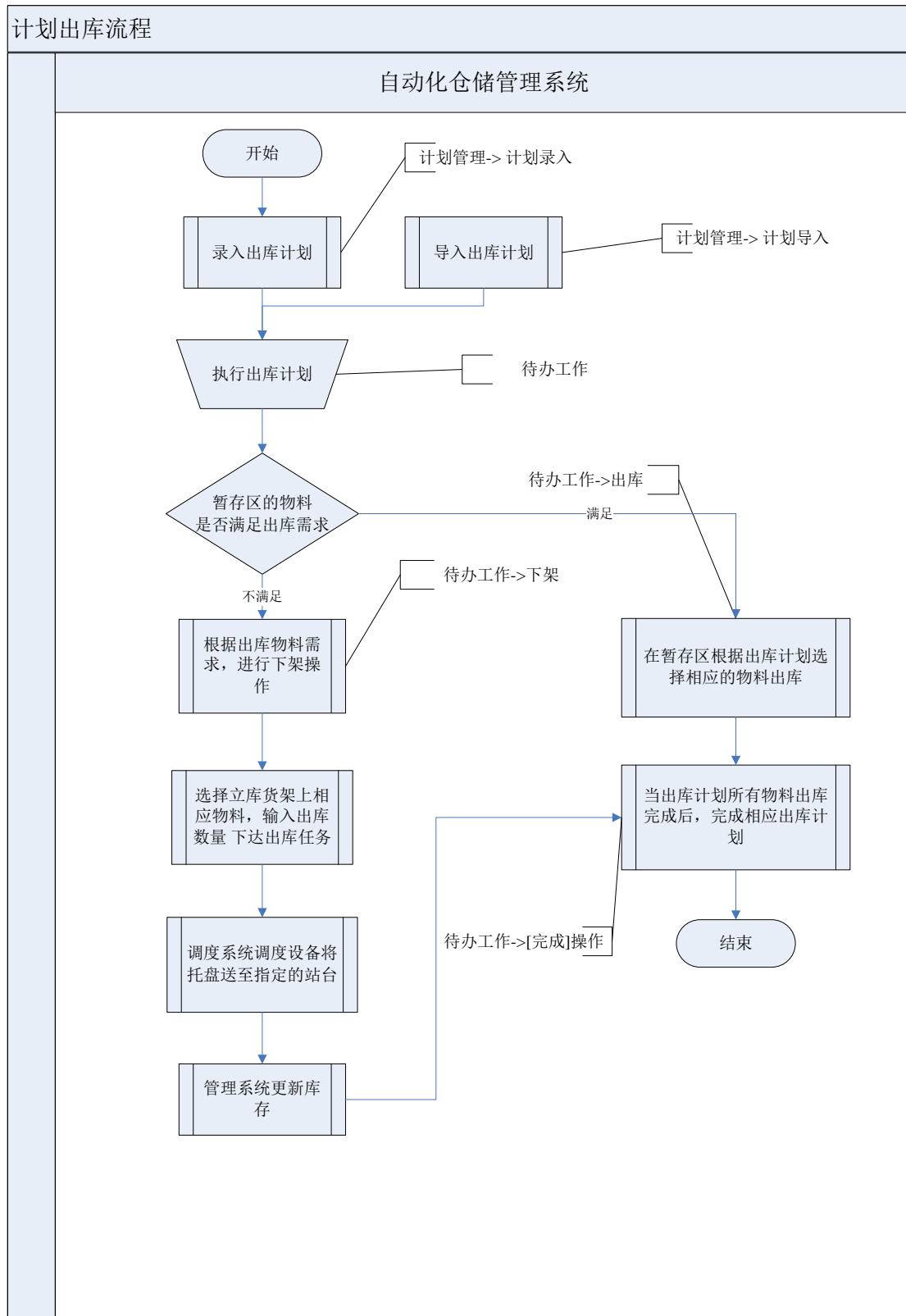
截至本招股说明书签署日，本项目已完成前期选址、可行性研究报告等工作，并取得嘉善县经济和信息化局的备案通知书。

### 5、项目工艺流程

本项目建成后，将对产品的入库和出库实现自动化和信息化作业管理。其中，产品的入库流程图如下：



产品的出库流程图如下：



## 6、项目所选用的主要设备

序号	设备名称	规格/型号	数量 (台/套)	单价 (万元)	金额 (万元)
1	立体仓库	定制	1	9,300	9,300

## 7、项目的环境保护情况

### （1）环评备案

2020年4月，智能化仓储中心建设项目的《建设项目环境影响登记表》在建设项目环境影响登记表备案系统（浙江省）完成备案并公示，备案号：202033042100000058。

### （2）环保措施

本项目的的主要污染物为粉尘和噪声，主要环境保护措施如下：

粉尘：公司将加强粉尘的源头控制，保持厂区地面清洁；同时控制机动车速度，加强车间内的通风换气，保持环境清洁卫生。

噪声：公司将个别设备加盖相应隔音房进行处理；定期维护设备以减少设备老化引起的噪声。

### （3）环保投入

针对粉尘和噪声，公司将利用现有的设备进行防治。

## 8、项目经济效益分析

本项目无法单独进行财务核算和经济效益分析。但本项目建成后，公司可实现产品物流自动化管理，提高物流效率，加快存货周转，提升经济效益。

### （三）品牌渠道建设项目

公司基于“梦天木门”的品牌影响力，实施品牌渠道建设项目，不断打造“梦天木作”，并在全国八大城市设立“梦天木作体验中心”，希望为用户提供装配式完整木作产品，为用户“装修一个家”贡献木作价值。

#### 1、本项目实施的必要性

##### （1）有效应对行业竞争，提升综合竞争力

品牌代表了企业的市场形象、定位、风格与特色，凝结了企业多年发展的文化沉淀与精神内涵。随着市场经济的日益成熟，定制家居行业面临的市场竞争已经逐步由以前的价格竞争转变为品牌、营销网络、服务等方面的综合竞

争。通过提高产品的品牌附加值获取竞争优势，利用销售渠道的优化，增强市场需求的掌握能力，已成为未来定制家居行业发展的重要趋势。

因此，公司在原有品牌和渠道建设的基础上继续加大投入，进一步提高“梦天”品牌价值，完善营销网络渠道，提升公司核心竞争力，从而有效应对与竞争对手之间的市场竞争。

### （2）巩固行业地位，扩大市场份额的需要

国内家具行业集中度较低。公司将在现有品牌宣传的基础上整合相关资源，结合品牌代言、户外广告等宣传媒介和流量打造、内容制造等宣传活动，进一步加大品牌推广力度，提升公司的销售能力。

通过在八大重点城市设立“梦天木作体验中心”，展示公司产品 and 品牌，收集终端需求信息，反馈客户意见，增强公司对市场需求变化的快速反应能力，加速产品的更新换代，从而更好地服务于公司现有的经销商、家装公司及大宗工程业务为一体的管理体系，巩固行业地位，扩大市场份额。

### （3）为募集资金投资项目实施和公司战略发展提供配套支持

随着公司业务的不扩张，公司现有的产品产能和结构已无法完全满足公司未来发展的需要，公司拟运用募集资金建设年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目，以提升公司产品产能，优化产品结构，满足市场需求。为配合该募集资金投资项目的顺利实施，需要公司品牌和渠道网络的配套支持。同时，公司提出了全屋定制的整体家居战略，该战略构想的实现，也离不开品牌和渠道建设的持续投入。

## 2、项目的建设内容、组织实施与投资概算

本项目包括品牌建设和渠道建设两部分：

### （1）品牌建设方面

公司将整合品牌资源，以品牌代言、高铁广告、卖场广告等投入为主，辅之以网络媒体宣传、品牌活动、内容制造、流量打造、智慧门店等方面的投入，对“梦天木作”进行全面宣传，扩大公司的品牌影响力。品牌建设计划具

体如下：

类别	拟开展的品牌建设计划
国内展会	中国建博会（上海）、中国建博会（广州）
广告投放	高铁、卖场、列车等
网络媒体	腾讯家居、网易家居、新浪家居、搜房网等
搜索引擎	百度、搜狗、谷歌等
品牌活动	设计师活动
公司自媒体	微博、微信、抖音等
宣传制作	宣传画册、宣传光盘、企业宣传片、集团彩铃等

品牌建设的投资概算和资金投入进度具体如下：

内容	投入金额（万元）			小计
	T年	T+1年	T+2年	
品牌代言	0.00	2,000.00	0.00	<b>2,000.00</b>
广告投放	2,000.00	4,500.00	3,800.00	<b>10,300.00</b>
网络媒体合作	1,000.00	1,500.00	1,200.00	<b>3,700.00</b>
品牌活动	800.00	1,200.00	1,000.00	<b>3,000.00</b>
内容制造	100.00	600.00	300.00	<b>1,000.00</b>
流量打造	100.00	700.00	400.00	<b>1,100.00</b>
智慧门店	200.00	500.00	200.00	<b>900.00</b>
<b>合计</b>	<b>4,200.00</b>	<b>11,000.00</b>	<b>6,900.00</b>	<b>22,100.00</b>

## （2）渠道建设方面

公司将在北京、上海、杭州、长沙、成都、郑州、济南、沈阳八大核心城市建设“梦天木作体验中心”，租赁办公场所，投入服务人员，打造梦天产品和品牌的宣传中心，提升公司产品品牌和市场形象；同时，通过对终端客户的展示和服务，直接收集客户信息，了解市场需求变化，提高公司对市场的快速反应能力。

渠道建设的组织实施具体如下：

建设期	建设内容	阶段与时间	工作内容
第一年	北京、上海、杭州梦天木作体验中心建立	第一阶段 1月—8月	1、成立筹建领导小组、落实相关工作人员、工作内容
			2、考察当地情况，筹建体验中心
			3、体验中心租赁装修
			4、产品安装
			5、设备、软装订购、布置



		第二阶段 9月—12月	1、人员招聘、岗位培训 2、人员上岗		
第二年	长沙、成都、郑州 梦天木作体验中心 建立	第三阶段 13月—20月	1、成立筹建领导小组、落实相关工作 人员、工作内容		
			2、考察当地情况，筹建体验中心		
			3、体验中心租赁装修		
			4、产品安装		
		第四阶段 21月—24月	1、人员招聘、岗位培训 2、人员上岗		
第三年	济南、沈阳梦天木 作体验中心建立	第五阶段 25月—32月	1、成立筹建领导小组、落实相关工 作人员、工作内容		
			2、考察当地情况，筹建体验中心		
			3、体验中心租赁装修		
			4、产品安装		
				第四阶段 33月—36月	1、人员招聘、岗位培训 2、人员上岗
					5、设备、软装订购、布置

渠道建设的投资概算和资金投入进度具体如下：

内容	投入金额（万元）			小计
	T年	T+1年	T+2年	
房屋物业租赁费	1,200.00	1,800.00	2,200.00	<b>5,200.00</b>
装修工程费	700.00	1,000.00	900.00	<b>2,600.00</b>
产品及软装费	600.00	600.00	400.00	<b>1,600.00</b>
设备投入	600.00	600.00	200.00	<b>1,400.00</b>
人力资源	200.00	300.00	600.00	<b>1,100.00</b>
运营成本	100.00	300.00	600.00	<b>1,000.00</b>
<b>合计</b>	<b>3,400.00</b>	<b>4,600.00</b>	<b>4,900.00</b>	<b>12,900.00</b>

截至本招股说明书签署日，公司的品牌建设活动正按计划推进，并在杭州、北京、长沙、上海、成都、济南等地建立了梦天木作体验中心。

### 3、项目经济效益分析

本项目不直接产生经济效益。但项目建成后，公司将进一步贴近市场，提升客户对公司的品牌认可度和满意度，带动公司销售收入与市场占有率的提升，从而带动经济效益的提升。

#### （四）信息化建设项目

## 1、项目实施的必要性

### (1) 实现整体家居、全屋定制的基础

整体家居、全屋定制已成为定制家居行业的发展方向，其基础是基于信息化与供应链管理的高效产业链。定制家居在消费端表现为满足消费者的个性化需求，在生产端体现为自动化的生产，整个过程均需要信息化系统的有力支撑。

一方面，信息化能大幅降低传统生产环节对人力资本的过度依赖；另一方面，信息化不仅能够满足消费者增长的定制需求，而且随着 5G 和人工智能技术的逐渐发展，不同场景和需求下家具的设计需求也更为多样化，这也从客观上要求家具企业必须实现信息技术的嵌入和柔性化生产的成熟应用，在未来的市场上利用产能优势占据更大的主动权。

### (2) 现有信息系统升级改造的需要

2016 年以来，公司的信息化建设稳步推进，但现有的信息系统尚存在架构老旧、信息孤岛、覆盖面不全等问题，营销系统缺少对终端门店和客户的信息化管理，内部办公缺乏统一的协同管理平台，产品研发管理也欠缺信息化支持。

随着业务规模扩张和产线升级，公司现有的信息系统已无法有效满足经营和管理的需求，有必要对信息系统进行升级改造，提高数据资源的有效利用，增强公司应对市场需求变化的快速反应能力。

### (3) 提升客户服务质量和公司运营管理水平，增强核心竞争力

本项目实施完成后，将打通用户下单信息化、设计图纸信息化、生产制造信息化、物流信息化、售后服务信息化的全流程，有效控制和提高产品质量，提升客户服务水平，增进客户满意度。信息化建设将减少人工操作导致的差错率，提升公司运营管理水平，实现控费增效。

同时，由于需要大量的资金支持和技术研发，信息化建设在一定程度上促进了家具企业的优胜劣汰，实现数字化信息化转型，是增强家具企业核心竞争力的战略性选择。

(4) 为募集资金投资项目实施提供信息化配套支持

未来，年产 37 万套平板门、9 万套个性化定制柜技改项目、智能化仓储中心建设项目和品牌渠道建设项目的顺利实施，很大程度上依赖于本项目同步提供匹配的技术支撑。因此，加强信息化系统的升级改造，有助于提高公司生产、库存、销售终端及品牌运作的管理能力。

2、项目的总投资

投资项目	系统	投资金额（万元）	占比
软件购置费	营销管理系统	1,820.00	28.89%
	企业资源管理系统	1,795.00	28.49%
	协同办公管理系统	1,518.00	24.10%
硬件购置费	IT 基础建设	1,015.00	16.11%
预备费	-	152.00	2.41%
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>6,300.00</b>	<b>100.00%</b>

3、项目建设内容

本项目主要建设内容如下：

系统	模块	功能
营销管理系统	网络营销平台	建立线上零售与线下零售 O2O 的营销体系，消费者在线上下单后，将订单直接分配给离消费者最近的门店，提升客户满意度和门店业绩。
	虚拟云店系统	即销售终端产品导购展示系统。产品中心：公司的门、墙、柜产品的菜单式呈现及筛选逻辑确认，无缝链接家居生活馆、案例中心、设计软件，让选品更简单；案例中心：借助公司产品设计的案例库助力产品销售，快速匹配与客户吻合度最高的案例方案，撬动客户购买欲望，与客户展开有效沟通。
	智慧门店系统	包括互动游戏吸引客流、领取会员权益、引流入店消费、会员权益核销、数据沉淀、消费体验链路数据化等子模块，对到店人流、热点做精准统计和人群分析。通过智能设备实现 SKU 拓展和卖点展示，融合线上线下会员。
	设计软件系统	借助产品的 3 维模型，按照客户需求快速搭配出客户意向的装修风格，为客户提供良好体验，实现所见即所想，提升客户的购买转化率。
	客户关系管理	通过渠道信息的记录和共享，有效跟进意向客户。客户预订后及时跟进测量、报价和签单，依托销售漏斗，提升获客率、转化率，提高客户满意度。
	店面管理	对终端运营的各类门店进行管理，包括门店的店装档案、色板档案、客户档案、订单档案、员工档案等，以方便公司快速查询相关信息。

	终端零售管理	针对终端门店的复合业务，提供进销存业务 IT 系统，可实现促销管理、价格管理、订单管理、收银管理、库存管理、职能管理、报表分析等功能。
	下单管理	终端门店通过该平台，实现客户信息、预订单、标准合同、产品价格形成等管理，以及活动政策、客户签约下单、工厂受理、扣款等查询，并可通过该系统实时查看订单的生产及物流状态，实现订单全流程监控。
	呼叫中心	通过电话等方式，用于受理消费者的咨询和投诉，为提高客户满意度提供决策支持。同时通过客诉信息，为产品研发改进提供有效素材。
	安装服务平台	服务人员将依据产品物流到货情况，提前向客户发起配送、安装预约，同时针对报修、投诉，依据受理时确定的服务时间，提醒服务人员向客户发起服务预约，并按约定进行派工，从而提高客户满意度。
	订单查询平台	为终端消费者提供产品防伪查询和订单执行情况。
	工程项目管理	针对门店小工程和公司精装工程业务，建立对工程项目的报备、预算、进度、资源管控，实现工程项目的标准化和精细化管理，确保回款安全。
企业资源管理系统	财务管理	以三张报表为核心，基于管理财务的应付、资产、应收、资金、成本、报表等业务的核算工作，促进财务业务一体化，提高财务核算分析的准确性。
	预算管理	针对预算控制事项，根据预算进行事前控制和预警。执行报表查询、图形化分析展现。将执行数据从业务系统提取后，系统在执行模块自动展现预算执行情况，在分析模块进行图形化展示、趋势分析、旋转、钻取等高级分析内容。根据既定的绩效方案提供动态的绩效评价结果。
	销售管理	满足公司从渠道走向全渠道，从木门走向木作的客户信息管理、销售渠道、销售价格、客户订单、客户变更单等，从而提高订单受理的效率，实现订单信息的全面汇总，全面支持公司业务发展。
	生产计划	通过全面考虑订单预测量、订单池、供应链、产能负荷等多种因素，采用智能化的数学方法，反复模拟、优化、计算出相对最优的详细生产计划，并通过滚动预测、滚动计算，不断更新生产计划，实现整体最优。
	生产管理	根据生产的管理颗粒度划分组织，监控各生产环节的计划完成情况，实现员工计件、成本数据采集等业务数据化，实现最小经营体管理，帮助生产效率和分析的决策。
	生产执行系统	加工工位、工序操作定岗人员、开工时间、加工指令、上料指令、节拍时间等指令预先嵌入 MES 系统，MES 系统会集合驱动所有设备与人员，给他们发出指令，并监督每一个指令的执行情况，所有的加工动作都要执行比对校验、异常报警、自动停止的指令。在 MES 监督执行加工过程中，公司的设备感知系统会接受传递设备的加工参数和性能参数，并自动判断设备是否正常，是否需要保养等。据此可提前预防异常停机以及因设备带病运转而导致的不良品问题，提升生产效率，降低产品不良率。
	质量管理	根据关键质量控制点，通过系统记录材料采购及产品生产各环节的质量信息，并对不合格品进行跟踪管理，防止不合格品的出厂，同时对不合格报告、过程差错进行汇总分析和评价。
	能源管理	通过构建能源管理系统，对水、电、蒸汽等能源按组织管理颗粒度进行计量，从而有效发现跑冒滴漏和浪费现象，实现节能管理。

	采购管理	在系统中统一管理供应商信息，通过对采购申请、采购询报价、采购订货、进货检验、收货入库、采购退货、购货发票处理、供应商管理等功能的综合运用，对采购物流和资金流的全过程进行有效控制和跟踪，并记录供应商的质量、准期等信息，从而对供应商进行有效合理的评价。
	仓储管理	对原材料、产成品以及在产品进行赋码管理、库位管理，利用手持终端设备进行进出库的实时动态管理，保证生产供应的稳定，并形成物料需求计划。
	物流管理	以按照客户的需求完整齐套准时合格地交付给客户为目标，通过物流过程中包装、存储、装卸、配送、运输等各个环节的有效协同和信息共享，优化运输流程，提高物流效率。
	供应链管理	集成由供应商、制造商、仓库、配送中心和渠道商等构成的供应链信息资源，缩短资金周转时间，降低企业运营风险。
	人力资源管理系统	对公司人力资源的规划、招聘与配置、培训与开发、绩效、薪酬福利、劳动关系进行科学合理的管理，提高工作效率，实现人力资源优化配置。
	产品研发管理	管理产品研发与变更项目的计划、执行和控制等活动，以及与这些活动相关的资源，并将它们与产品数据和流程关联在一起，从而对项目的进度、成本和质量进行有效管理。
	产品数据管理	以软件技术为基础，以产品为核心，实现对产品相关的数据、过程、资源一体化集成管理。
	产品配置管理	以产品选型为基础，构建产品 BOM、BOR，并允许产品按照特殊要求被设计生产。同时，为产品周期中的不同阶段提供不同的产品结构表示。
	决策平台	建立企业级数据库，形成完整统一的数据信息平台，在此基础上，搭建报表中心，进行报表的统一访问和管理，实现财务、销售、客户、库存等各种业务主题分析、数据填报等功能。通过开发相关数据分析应用，为公司管理决策提供定量的分析依据，提高决策质量和决策效率。
协同办公管理系统	统一沟通平台	以开放平台为基础，以用户为沟通中心，把所有与沟通相关的工作，如电子邮件、即时沟通、移动沟通、音频视频 Web 会议以及 VoIP 电话系统集成到一个统一平台，实现日常工作流程的无缝链接。
	协同 OA 系统	解决办公自动化管理的核心需求，实现企业内部知识、市场、销售、研发、人事、行政等方面的协同管理，通过信息的高度共享、各种业务的流程化及高效的运营模式，提升公司的管理水平和运作效率。
	知识管理系统	建立在管理信息系统基础上的知识获取、存储、共享和应用的综合系统，通过文件管理、群件技术、搜索引擎、专家系统和知识库等技术工具，有助于公司显性和隐性知识的相互转化。
	邮件与即时通讯	为公司提供各种沟通途径。
	项目管理系统	对项目决策开始到项目结束的全过程进行计划、组织、指挥、协调、控制和评价，以实现项目的既定目标。
	云桌面系统	利用虚拟技术，对各种物理设备进行虚拟化处理，提升资源利用率 and 应用质量。通过网络接入设备，用户端进入云桌面进行集中管理，对各项用户信息进行统一储存，实现高效的资源共享。
	办公软件	满足公司日常办公需求。



IT 基础建设	中心机房建设	构建冗余型机房，在系统运行期间，其场地设备在冗余能力范围内，不因设备故障而导致电子信息系统运行中断。
	灾备系统	当故障发生时，有强大的故障诊断和切换策略机制，确保快速的反应和迅速的业务接管。实现多级的故障切换和恢复机制，确保系统的可靠安全，保护公司业务免受停机的影响。
	基础网络建设	根据公司信息化项目的开展和信息安全管理的要求，实现网络通讯、网络隔离、网络冗余等功能。

#### 4、项目选址和组织实施

本项目无需新增用地，选址位于公司本部；项目计划建设期 36 个月，具体实施进度安排如下：

项目	T 年				T+1 年				T+2 年			
	1 季度	2 季度	3 季度	4 季度	1 季度	2 季度	3 季度	4 季度	1 季度	2 季度	3 季度	4 季度
项目筹备	*	*	*		*		*		*			
设备购置		*				*				*		
系统开发		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
测试上线			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

截至本招股说明书签署日，该项目处于设备购置阶段。

#### 5、项目所选用的主要设备

序号	设备名称	规格/型号	数量（台/套）	单价（万元）	金额（万元）
<b>一、中心机房</b>					
1	服务器（X86 数据）	联想 SR950	4	25.00	100.00
2	服务器（HCI）	联想 SR650	8	12.00	96.00
3	虚拟化平台	VmwareVsphere	20	2.50	50.00
4	HCI 软件	Vsan	20	2.50	50.00
5	IT 运维综合平台	华为 eSlight	1	50.00	50.00
6	数据库运维软件	RIS-EHD3000	1	40.00	40.00
7	数据中心基础建设	维谛 SmartRow 模块化机房	1	40.00	40.00
<b>二、灾备系统</b>					
1	存储	联想 DE6000H	2	40.00	80.00
2	统一私有云平台	青云	1	80.00	80.00
3	服务器	联想 SR650	4	10.00、15.00	50.00
4	存储	联想 DE6000H	1	40.00	40.00
5	备份软件	Veeam backup&replication 9.5 企业版	16	2.50	40.00

<b>三、弱点综合系统</b>					
1	扫码设备	凯立 K2	200	0.20	40.00
<b>四、基础网络建设</b>					
1	核心交换机	Cisco 4507	2	30.00	60.00

## 6、项目的环境保护情况

本项目在建设及运营过程中，不存在环境污染情况。

## 7、项目经济效益分析

本项目本身不直接产生经济效益，但通过打造先进的信息化管理平台，能帮助公司整合业务体系，优化业务流程，提高营运管理能力，降低运营成本。

## 三、补充流动资金项目

公司拟使用不超过 6,900 万元募集资金补充流动资金，其必要性与管理运营安排如下：

### （一）必要性

#### 1、工程业务的拓展需要配备较大规模的营运资金

公司拟用募集资金建设年产 37 万套平板门项目，该产品主攻精装修市场，面对房地产开发商和工程商。该类产品销售具有标准化、批量化的特点，该项目投产后，公司将形成经销商销售与大宗工程业务销售并举的格局，但与对经销商采用全额预收货款截然不同，大宗工程业务销售将大幅增加公司资金在流动资产特别是存货和应收账款上的占用。

一般来说，对工程客户采用按合同进度进行货款结算收款，同时给予一定的信用期；同时在工程业务订单增长的背景下，公司需扩大原材料的备货规模，以便及时生产和交货，并保证产品规格的统一和质量的稳定。

#### 2、保证持续研发投入的需要

报告期内，公司研发费用共投入 22,098.29 万元，占营业收入的平均比重达 4.96%。为确保公司产品和生产工艺技术在行业内持续领先，公司未来仍将不断加大研发投入，满足行业发展对新产品开发和品质提升的要求。



## （二）流动资金的管理安排

公司将采取以下措施对补充流动资金进行管理：

### 1、专户管理

公司将严格按照中国证监会和证券交易所有关募集资金管理规定，将该部分资金存储在董事会指定的专门账户。

### 2、建立科学的预算体系，严格将流动资金用于公司主营业务

公司未进行证券投资、委托理财、衍生品投资、创业投资等高风险投资，未持有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。公司将围绕主营业务进行资金安排，提前做好资金计划，提高资金使用效率，实现效益最大化。

## （三）对公司财务状况、经营业绩和核心竞争力的影响

本项目的实施将有助于缓解未来公司生产经营中的资金压力，降低公司财务成本，改善公司财务结构。同时，公司可结合市场需求，针对性地加大研发投入，储备相应的产品技术，为业务持续发展提供技术保障，从而提升公司的核心竞争力。

## 四、募集资金运用对生产经营及财务状况的影响

### （一）对生产经营的影响

本次募集资金投资项目实施后，将调整公司不同门扇产品的分布结构，扩大公司在柜类领域的布局，优化产品结构，充实资金实力，为公司开拓市场、巩固行业地位提供有力的保障。

### （二）新增固定资产折旧和无形资产摊销对未来经营成果的影响

本次募集资金主要用于购置固定资产和无形资产软件，未来，根据公司现行会计政策，待上述项目建设完毕后，每年新增折旧为4,620.93万元、无形资产摊销为1,154.60万元。

在短期内，上述新增固定资产折旧及无形资产摊销会对公司的经营业绩造

成一定的压力，但待项目达产后，预计新增销售收入足以抵销新增固定资产折旧及无形资产摊销，长期来看，对公司总体经营业绩影响较小。

### **（三）对资产负债率及资本结构的影响**

本次发行募集资金到位后，公司总资产将有所增加，资产负债率将有所下降，偿债能力、持续经营能力和融资能力都将得以增强，从而降低公司的财务风险，扩大公司利用财务杠杆融资的空间。

### **（四）对净资产收益率的影响**

本次发行募集资金到位后，公司净资产将大幅增加，由于募集资金投资项目在短期内难以完全释放效益，公司存在发行当年净资产收益率下降的风险。但是，随着募集资金投资项目的投产，逐步释放效益，公司净资产收益率将逐步回升。

## 第十四节 股利分配政策

### 一、股利分配

#### （一）股利分配政策

根据公司《章程》的规定，公司现行股利分配政策为：

“第一百六十八条 公司交纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- （一）弥补上一年度的亏损；
- （二）提取 10% 为法定公积金；
- （三）支付股东股利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上时，可以不再提取。

公司是否在税后利润中提取任意公积金及提取比例，由股东大会决定。

公司不在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司按照股东持股比例支付股东股利。公司持有的本公司股份不参与利润分配。

第一百七十条 公司股东大会对利润分配方案做出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

第一百七十一条 公司可以采取现金或者股票方式分配股利。

如果存在股东违规占用公司资金情况，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

## （二）报告期内实际股利分配情况

报告期内，公司实际股利分配情况如下：

时间	股利分配方案	履行程序	是否实施完毕
2018 年度	按净利润的 10% 计提法定盈余公积金后，不进行股东利润分配	2019 年 5 月 26 日，2018 年年度股东大会审议通过	是
2019 年度	按净利润的 10% 计提法定盈余公积金后，以总股本 16,600 万股为基数，按每 10 股派发 2 元现金红利	2020 年 4 月 16 日，2019 年年度股东大会审议通过	是
2020 年度	按净利润的 10% 计提法定盈余公积金后，以总股本 16,600 万股为基数，按每 10 股派发 2.50 元现金红利	2021 年 2 月 18 日，2020 年年度股东大会审议通过	是

## （三）发行后的股利分配政策

根据公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过的《章程（草案）》，公司发行后利润分配政策为：

“第一百五十二条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

第一百五十三条 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

第一百五十四条 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 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

#### 第一百五十五条 公司利润分配政策

##### （一）利润分配原则

公司股东回报规划的制定需充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见。公司利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，优先采用现金分红的利润分配方式。

##### （二）利润分配的形式

公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利，并且在公司具备现金分红条件的情况下，公司应优先采用现金分红进行利润分配。

##### （三）利润分配的期间间隔

公司在具备利润分配条件的情况下，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红。

##### （四）现金分红的具体条件和比例

#### 1、现金分红条件：

在符合现金分红的条件下，公司应当采取现金分红的方式进行利润分配。符合现金分红的条件为：

（1）该年度无重大投资计划或重大现金支出；

（2）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）及累计未分配利润为正值；

（3）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

上述重大投资计划或重大现金支出指：①公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%，且超过 10,000 万元；或②公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支

出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 10%，且超过 10,000 万元。

## 2、现金分红比例：

除公司有重大资金支出安排外，在公司当年盈利、累计未分配利润为正值且满足公司正常生产经营的资金需求情况下，公司应当采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。公司在实施上述现金分配股利的同时，可以另行增加股票股利分配或公积金转增。公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分配。

## 3、公司实行差异化的现金分红政策：

公司进行利润分配时，公司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。

### （五）股票股利分配的条件

公司在经营情况良好，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分红的条件下，发放股票股利。

（六）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

### （七）利润分配方案的决策程序与机制

1、公司每年利润分配方案由董事会结合本章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订。董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见，董事会通过后提交股东大会审议。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

2、股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式），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。

3、公司因特殊情况而不进行现金分红或分红水平较低时，公司应在董事会决议公告和年报全文中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因、公司留存收益的用途和使用计划等事项，经独立董事发表独立意见后，提交公司股东大会审议。同时在召开股东大会时，公司应当提供网络投票等方式以方便中小股东参与股东大会表决。

4、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2个月内完成股利的派发事项。

#### （八）利润分配政策的调整机制

1、如遇到战争、自然灾害等不可抗力，或公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整，但调整后的利润分配政策不得违反相关法律、行政法规、部门规章和政策性文件的规定。

2、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要等原因需调整利润分配政策的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，调整利润分配政策的相关议案需分别经监事会和二分之一以上独立董事同意后方可提交股东大会审议，经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过后方可实施。提交股东大会的相关提案中应详细说明修改利润分配政策的原因，独立董事应当对调整利润分配政策发表独立意见。公司调整利润分配政策，应



当提供网络投票等方式为公众股东参与股东大会表决提供便利。

## （九）股东分红回报规划

### 1、股东回报规划制定考虑因素

公司着眼于公司的长远和可持续发展，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，征求和听取股东尤其是中小股东的要求和意愿，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行融资、银行信贷及债权融资环境等因素，平衡股东的短期利益和长期利益的基础上制定股东分红回报规划，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制。

### 2、股东回报规划制定原则

公司应保持利润分配政策的连续性和稳定性，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司上市后将积极采取现金方式分配利润，在符合相关法律法规及公司章程，同时保持利润分配政策的连续性和稳定性情况下，制定本规划。

### 3、股东回报规划制定周期和相关决策机制

公司董事会应根据股东大会制定或修订的利润分配政策，至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改，确保调整后的股东分红回报规划不违反利润分配政策的有关规定。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董事过半数并经独立董事过半数同意后提交股东大会审议通过。

### 4、公司上市后前三年股东分红回报具体规划

（1）公司可以采取现金方式或者现金与股票相结合的方式分配股利。

（2）公司上市后三年内，除公司有重大资金支出安排外，在公司当年盈利、累计未分配利润为正且满足公司正常生产经营的资金需求情况下，在足额预留盈余公积金以后，每年以现金方式分配的利润原则上不低于当年实现的

分配利润的 20%。具体每个年度的分红比例由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案。

(3) 在符合分红条件情况下，公司原则上每年进行一次现金分红。在有条件的情况下，公司董事会可以根据公司的资金状况提议公司进行中期现金分配。

(4) 公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并提交股东大会进行表决。公司接受所有股东、独立董事和监事对公司分红的建议和监督。

## 二、本次发行完成前滚存利润的分配安排

截至报告期末，公司未分配利润为 32,842.95 万元，其中母公司未分配利润为 23,659.53 万元。

根据公司 2020 年第一次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票前形成的滚存未分配利润由公司公开发行股票并上市后的新老股东按持股比例共享。

## 第十五节 其他重要事项

### 一、有关信息披露和投资者关系的联系方式

为加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司根据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所上市规则》和中国证监会的有关规定，制定了《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》，其中明确规定：董事会秘书为信息披露工作主要及直接责任人，负责协调和组织公司信息披露事务，办理上市公司信息对外公布等相关事宜，包括向证券监管机构提交须予披露的各类文件和对外发布、接受证券监管机构质询或查询、负责组织解答投资者、媒体以及证券分析师的咨询。

公司设立证券部作为公司信息披露和投资者关系的负责部门，该部门的负责人为董事会秘书余静滨先生，对外联系电话：0573-84721158。

### 二、重大合同

截至报告期末，公司金额超过 1,000 万元以上的重大合同如下：

#### （一）原材料采购及合作协议

序号	买方	卖方	标的	数量	金额 (万元)	交货日期
1	梦天家居	豪升木业	多层板	按实际订单 数量为准	按实际采购 金额为准	2021.7-2022.6
	庆元梦天		胶合板			2021.4-2022.4
2	梦天家居	立邦长润发	水性漆	按实际订单 数量为准	按实际采购 金额为准	2021.7-2022.6
	庆元梦天					佳德宝曼
	庆元梦天					
3	梦天家居	上海玉美涂 料有限公司	水性漆	按实际订单 数量为准	按实际采购 金额为准	2021.7-2022.6
	庆元梦天					2021.7-2022.6
4	庆元梦天	金辉木业	线条	按实际订单 数量为准	按实际采购 金额为准	2021.6-2022.5
5	梦天家居	润鹏木业	线条	按实际订单 数量为准	按实际采购 金额为准	2020.8-2021.7

(二) 产品销售及战略合作协议

序号	买方	卖方	标的	数量	金额 (万元)	有效期
1	荣成市景城房地产开发有限公司	梦天家居	木门、哑口套等	—	1,034.12	2020.12—最后一批产品质保期满且结清所有款项
2	乌鲁木齐房地产开发(集团)有限公司	梦天家居	木门类产品	—	1,996.12	2020.11—工程质保期满
3	现代筑美	梦天家居	木门类产品	不少于2万樘/年	按实际订单金额为准	2019.12—2024.11
4	万安集团有限公司	梦天家居	室内装饰木作部分	—	1,191.68	签发开工报告—签发竣工报告
5	河南伟博置业有限公司	梦天家居	木门类产品	2,365 樘	1,156.02	2019.6 至全部批次安装完成止
6	和泓置地集团有限公司	梦天家居	户内门	—	约定战略价格	2020.3-2022.12
7	驻马店市唯美装饰工程有限公司	梦天家居	室内门采购及安装	—	1,207.84	2021.4 至工程质保期满
8	深圳恒大材料设备有限公司	梦天家居	户内门	—	按实际订单金额为准	2021.6-2022.12

(三) 银行承兑协议

序号	编号	出票人	承兑银行	金额 (万元)	承兑期间	担保人和担保方式
1	MJZH20210520000410	梦天家居	兴业银行股份有限公司嘉兴嘉善支行	1,234.15	2021.5.20-2021.8.20	《保证金协议》(合同编号: MJDB20210520000412)
2	公承兑字第 ZX21000000302807 号		中国民生银行股份有限公司嘉兴分行	1,113.89	2021.5.20-2021.8.20	保证金 335.00 万元
3	2021 信银杭嘉善银兑字第 811088298241 号		中信银行股份有限公司嘉兴嘉善支行	1,012.35	2021.6.18-2021.9.18	保证金 303.70 万元; 庆元梦天《最高额保证合同》(合同编号: 2020 信杭嘉善银保字第 ZB0020 号)
4	CD86082021800004		上海浦东发展银行股份有限公司嘉兴嘉善支行	1,187.32	2021.6.18-2021.9.17	保证金 60.00 万
5	MJZH20210622000200		兴业银行股份有限公司嘉兴嘉善支行	1,007.86	2021.6.22-2021.9.22	《保证金协议》(合同编号: MJDB20210622000202); 庆元梦天最高额保证担保(合同编号: 兴银嘉善企金高保(2020)007 号)

(四) 保证合同

序号	银行	合同号	担保人	被担保人	担保方式	金额 (万元)	担保到期时间
1	嘉兴银行 嘉善支行	2019年9051 高保字第 000024号	庆元梦天	梦天家居	最高额保 证担保	5,000.00	2019.4.22-2024.4.22 签订的担保债务履 行期限届满后2年
2	中信银行 嘉兴嘉善 支行	2020信杭嘉善 银保字第 ZB0020号				10,000.00	2020.8.10-2021.8.10 签订的担保债务履 行期限届满后3年
3	华夏银行 嘉兴嘉善 支行	JX03(高保) 20200026				5,000.00	2020.12.17- 2021.12.17 签订的 担保债务履行期限 届满后2年
4	兴业银行 股份有限 公司嘉兴 嘉善支行	兴银嘉善企金 高保(2020) 007号				16,000.00	2020.7.25-2023.7.25 签订的担保债务履 行期限届满后2年
5	中国工商 银行股份 有限公司 庆元支行	0121000164- 2019年庆支 (保)字0001 号	梦天家居	庆元梦天		12,000.00	2019.9.17-2024.9.30 签订的担保债务到 期届满后2年

### (五) 抵押合同

序号	合同号	抵押人	抵押权人	抵押标的	金额 (万元)	抵押期限
1	HTC330637400 ZGDB20200002 3	梦天家居	建设银行浙江 长三角一体化 示范区支行	浙(2020)嘉善县不动 产权第0062857号房 产、国有土地使 用权	30,783.00	2020.12.29- 2025.12.28
2	0121000164— 2019年庆支 (抵)字0019 号	庆元梦天	中国工商银行 股份有限公司 庆元支行	浙(2019)庆元县不动 产权第0013743号、 地字(公)2018— 1040010、 建字第(公)2018— 1040026号、 331126201812070101 土地使用权及其他 地上在建工程	7,908.00	2019.9.18— 2022.2.23

### (六) 质押合同

序号	合同编号	出质人	质权人	担保方式	担保主合同	担保金额 (万元)
1	MJDB202105 20000412	梦天家居	兴业银行股份有 限公司嘉兴嘉善 支行	保证金	《商业汇票银行承 兑合同》 (合同编号: MJZH20210520000410)	1,234.15
2	MJDB202106 22000202	梦天家居	兴业银行股份有 限公司嘉兴嘉善 支行	保证金	《商业汇票银行承 兑合同》 (合同编号: MJZH20210622000200)	1,007.86

### (七) 广告服务合同

序号	接受服务方	提供服务方	标的	金额（万元）	服务期限
1	梦天家居	亨泰环宇有限公司	广告服务	2,000.00	2021.7.1—2023.6.30

### 三、对外担保情况

截至报告期末，公司不存在对外担保事项。

### 四、重大诉讼和仲裁事项

报告期内，除商标诉讼外，发行人涉及诉讼的案件情况如下：

序号	案由	案号	一审原告	一审被告	基本案情	判决/调解结果	执行情况
1	民间借贷纠纷	(2018)浙0421民初3976、3977、3978号，(2018)浙04民终2967号，(2019)浙0421执837、838、839号	发行人	张凯、陈欣	原告要求被告返还645万元借款本金及利息	法院判令被告向发行人支付本金及相应利息	已执行完毕
2	买卖合同纠纷	(2018)浙0421民初3979号	发行人	福建爱上云巢互联网科技有限公司	原告要求被告支付拖欠货款及相应违约金	法院判令被告支付发行人货款及相应违约金	已执行完毕
3	买卖合同纠纷	(2019)鄂0606民初2780号	望鹏	林香群、阿里兔兔湖北建筑工程有限公司、发行人	原告向被告（经销商）支付1.20万元木门款，被告单方终止合同，原告要求三被告双倍返还定金并赔偿损失	法院判令阿里兔兔湖北建筑工程有限公司返还望鹏1.50万元，驳回其他诉讼请求	已执行完毕
4	确认合同有效纠纷	(2019)浙0782民初8723号、(2019)浙07民终4356号	朱文正	王晓京，发行人为第三人	原告与被告发生门店转让纠纷，原告要求确认双方转让协议有效	法院判决合同有效	—
5	合同纠纷	(2019)浙0421民初1746号、(2020)浙04民终80号、(2020)浙0421执437号之一	发行人	王晓培	原告要求被告（经销商）赔偿代付客户预付款72.90万元，并承担相应违约金	法院判令被告向发行人支付48.50万元及相应违约金，确认解除经销商合同	尚在强制执行中
6	买卖合同纠纷	(2019)浙0421民初2993号、(2019)浙0421民初3225号	上海实万计算机技术有限公司	发行人	原告起诉要求被告支付设备尾款共计20.74万元及违约金	经法院调解，发行人支付原告20.74万元	已执行完毕

7	买卖合同纠纷	(2021)赣0791民初1024号	朱晓钰	赣州经济技术开发区海云建材商行、发行人	原告认为被告以次充好, 要求被告返还货款并支付赔偿金共16.40万元	法院判决驳回原告诉讼请求	—
8	买卖合同纠纷	(2021)苏0206民初237号	丁烨	惠山区长安王沛门业经营部、王沛、发行人	原告认为被告(经销商)销售假冒伪劣产品, 要求被告按产品购买价格11.48万元的十倍价格进行赔偿	审理中	—

上述第 5 起合同纠纷尚在强制执行中, 第 8 起合同纠纷正在审理中, 且金额较小, 其余涉诉案件均已执行完毕, 对发行人均未构成重大不利影响。

截至本招股说明书签署日, 公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项, 公司控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均未有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项, 公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员也未有涉及刑事诉讼情况。

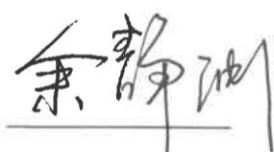


## 第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

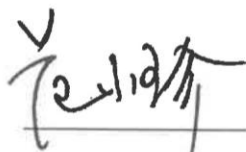
### 发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

#### 全体董事签名：



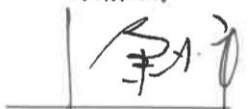
余静渊



范小珍



余静滨



徐小平



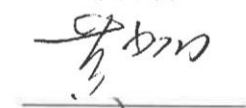
朱亦群



夏群



张国林

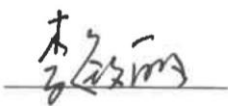


黄少明



曹悦

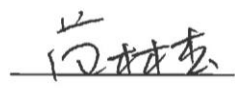
#### 全体监事签名：



李敏丽



胡存积

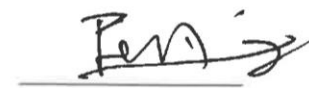


范林杰

#### 其他高级管理人员签名：



李春芝



屈凡军



梦天家居集团股份有限公司

2021年12月1日

## 保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人： 付苏华  
付苏华

保荐代表人： 包世涛  
包世涛

王国仁  
王国仁

保荐机构总经理： 冯鹤年  
冯鹤年

保荐机构法定代表人（董事长）： 冯鹤年  
冯鹤年



## 保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读梦天家居集团股份有限公司招股说明书及其摘要的全部内容，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书及其摘要真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构总经理：

  
冯鹤年



## 保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读梦天家居集团股份有限公司招股说明书及其摘要的全部内容，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书及其摘要真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：



冯鹤年

民生证券股份有限公司

2021年12月1日



## 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认该招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师：

  
倪海忠

  
白志林

律师事务所负责人：

  
王 丽



北京德恒律师事务所

2021年12月1日

## 审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《梦天家居集团股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《审计报告》（天健审〔2021〕9478号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2021〕9479号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对梦天家居集团股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：




  
 严善明 张玉婷

天健会计师事务所负责人：


  
 王国海

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年十二月十一日





## 验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《梦天家居集团股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《验资报告》（天健验（2018）449号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对梦天家居集团股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



张颖

谢鑫华（离职）

天健会计师事务所负责人：



王国海

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二〇年十二月一日





## 关于签字注册会计师离职的说明

中国证券监督管理委员会：

本所作为梦天家居集团股份有限公司申请首次公开发行股票的验资机构，出具了《验资报告》（天健验（2018）449号），签字注册会计师为张颖同志和谢鑫华同志。

谢鑫华同志已于2020年12月21日从本所离职，故无法在《梦天家居集团股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》之“验资机构声明”中签字。

专此说明，请予察核！

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

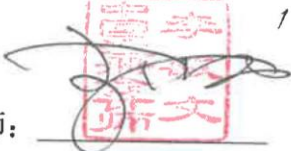
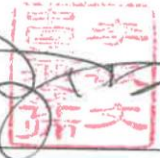
负责人：（特殊普通

王国海

二〇二一年十二月一日

### 发行人验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：  \_\_\_\_\_  
李敏文 汪萍（离职）

会计师事务所负责人： \_\_\_\_\_  
李敏文

嘉兴诚洲联合会计师事务所（普通合伙）



2021年12月1日

## 关于签字注册会计师已离职的说明

梦天家居集团股份有限公司：

本机构出具的“诚会验字[2003]第 513 号”《验资报告》中的签字注册会计师汪萍已离职，故贵公司首次公开发行股票并上市申请文件验资机构声明中汪萍未签字。

特此说明。

会计师事务所负责人签名：



李敏文

嘉兴诚洲联合会计师事务所（普通合伙）



2021年12月1日

## 评估机构声明

本公司及签字评估师已阅读《梦天家居集团股份有限公司首次公开发行股票并上市招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本公司出具的评估报告（坤元评报（2018）2号、坤元评报（2018）609号和坤元评报（2018）615号）的内容无矛盾之处。本公司及签字评估师对梦天家居集团股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述评估报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字评估师：


  
 周敏      费文强      胡海萍

公司负责人：


  
 俞华开



## 第十七节 备查文件

### 一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书；
- （二）发行保荐工作报告；
- （三）财务报表及审计报告；
- （四）内部控制鉴证报告；
- （五）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （六）法律意见书及律师工作报告；
- （七）公司章程（草案）；
- （八）中国证监会核准本次发行的文件；
- （九）其他与本次发行有关的重要文件。

查阅时间：工作日上午 9：00～11：30；下午 13：30～16：00。

### 二、文件查阅地址

1、发行人：梦天家居集团股份有限公司

办公地址：浙江省嘉兴市嘉善县惠民街道长江路 88 号

联系人：余静滨

电话：0573-84721158

2、保荐人（主承销商）：民生证券股份有限公司

联系地址：浙江省杭州市江干区五星路 185 号民生金融中心 B 座 9 层

联系人：包世涛、王国仁、付苏华、范正伟、郑术民、高金哲

电话：0571-58113770