

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

广州诗尼曼家居股份有限公司

（广州市番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗）

诗尼曼®

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

（申报稿）

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用，投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



（深圳市福田区福田街道金田路 2026 号能源大厦南塔楼 10-19 层）

声明及承诺

中国证监会、深圳证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。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；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

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中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、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，将依法赔偿投资者损失。

发行概况

发行股票种类	人民币普通股（A 股）
发行总股数	本次公开发行股票数量不超过2,420万股，公司本次公开发行股票数量占公司发行后总股本的比例不低于25%，公司和主承销商可采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行股票数量不得超过本次发行股票数量（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）的15%。本次发行不涉及股东向投资者公开发售老股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 9,669.5054 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）
保荐人（主承销商）	长城证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

公司特别提请投资者注意以下重大事项，并特别提醒投资者在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文内容。

一、本次发行相关主体作出的重要的承诺

本公司提示投资者认真阅读发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐机构及证券服务机构等作出的各项重要承诺，具体承诺事项参阅本招股说明书“第十三节附件”之“四、具体承诺事项”。

二、特别提醒投资者关注公司及本次发行的风险因素

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节风险因素”章节全部内容，并提醒投资者特别注意以下风险因素：

（一）产品创新风险

公司主营业务是定制衣柜、定制橱柜、铝合金门窗及其他全屋配套家具产品的研发、设计、生产和销售，随着我国社会经济的稳定发展和居民可支配收入的不断提升，住房消费成为居民最重要的支出，消费者对于家具产品外观设计、材质选用、功能搭配等方面的需求随之上升。

随着消费者对生活品质要求的不断提升及行业竞争的日趋激烈，公司需要不断提升研发创新能力以应对市场环境的变化，若公司未能持续保持产品设计创新和生产工艺进步，无法及时响应市场对先进技术和创新产品的需求，则公司将在未来竞争中处于不利地位，进而对持续盈利能力和财务状况产生不利影响。

（二）市场竞争加剧的风险

近年来，多家定制家具行业领先企业相继上市，借助资本市场平台，积极发展大家居战略，不断拓展产品品类，纷纷涉足定制衣柜业务。同时，部分传统家具企业也看好定制家具市场前景，开始转型进入定制家具行业，导致市场竞争日趋激烈。

随着行业发展日益成熟，定制家具行业面临的市场竞争已经由发展之初的价格竞争升级到设计、品牌、质量、服务等多维度的综合竞争。公司如果不能在品

牌建设、产品设计、信息化应用、管理水平等方面不断创新和持续改进，提高自身竞争优势，则日趋激烈的市场竞争可能给公司经营带来不利影响。

（三）房地产行业波动进一步加剧给公司大宗业务开展带来的风险

报告期内，公司大宗业务收入分别为 7,801.16 万元、19,985.25 万元、19,933.60 万元、13,609.92 万元，占主营业务收入的比例分别为 9.48%、21.90%、17.45%、21.04%，大宗业务已成为公司收入的重要补充。公司大宗业务主要与房地产、装修装饰等公司合作，开展精装修楼盘室内橱柜、玄关柜等柜类产品的供货与安装业务，受融资“三道红线”、供地“两集中”等政策影响，公司部分大宗业务客户资金压力加大，影响到公司大宗项目的开发进度和货款回收，增加公司大宗业务坏账风险。

目前公司已停止了与新力地产、奥园地产等流动性问题比较突出的大宗业务客户新业务的合作，并全面提升了客户信用风险甄别和收紧信用政策，稳健推进大宗业务的发展。虽然今年来国家出台多项促进房地产健康发展的支持政策，但如果房地产市场持续不景气，房地产公司信用风险持续加剧，对公司开展大宗业务及下游市场需求带来不利影响，从而对公司经营业绩产生持续负面影响。

（四）原材料价格波动的风险

定制家具产品生产所需的原材料主要包括板材、五金配件、台面等，报告期内，直接材料占公司主营业务成本的比例分别为 66.98%、65.96%、67.56%、**65.55%**，直接材料价格的波动对公司生产成本的影响较大。公司已采取了诸如与供应商建立长期合作关系、改进生产工艺流程等成本控制措施，尽可能降低原材料价格波动对公司造成的不利影响。未来如果原材料市场价格出现大幅波动，可能对公司经营业绩和盈利水平造成不利影响。

（五）应收款项大幅增加带来的坏账损失风险

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 6,948.15 万元、11,406.52 万元、15,892.00 万元、14,964.56 万元，应收票据余额分别为 1,212.18 万元、2,168.48 万元、1,497.80 万元、414.37 万元，合同资产余额分别为 0 万元、279.49 万元、610.47 万元、608.88 万元，截至最近一期末应收款项主要为大宗业务模式下应

收货款，且随着公司经营规模的不断扩大，上述应收款项均可能进一步持续增加。

公司大宗业务客户主要为房地产公司、装修装饰公司，2021 年以来，受融资“三道红线”、供地“两集中”等政策影响，公司部分房地产客户因融资受限出现经营恶化或现金流问题，信用风险凸显，公司面临上述应收款项无法全部按期收回的风险。公司已对涉房客户欠款余额情况进行了审慎梳理和逐一评估，并针对 2020 年前所涉恒大消费券业务应收款项余额，大宗业务模式下新力地产、奥园集团等客户应收款项单项认定和计提了坏账准备。截至 2022 年 9 月末，上述应收款项合计计提了 1,721.52 万元坏账准备，坏账准备综合计提比例为 32.61%。

虽然公司已根据自身实际经营情况，针对上述应收款项计提了充分坏账准备，且当前房地产行业增速放缓、部分房企信用风险凸显未对公司大宗业务开展产生明显不利影响。但如果未来出现政府持续加大房地产行业调控力度或房企信用风险进一步加剧，公司将面临因应收账款无法收回而进一步产生大额坏账损失的风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（六）房屋产权瑕疵风险

截至本招股说明书签署日，公司位于广州市番禺区的生产经营用地及附属建筑物为租赁取得，其中建筑面积约 36,473.76 平方米的地上建筑物因政府土地用途规划变更等原因无法办理产权证，存在产权瑕疵的房屋建筑物面积占公司总经营用房面积的比例约为 21.27%，且主要用于公司仓库、展厅和宿舍等辅助经营活动，用于生产车间的无产权房屋面积占公司总经营用房面积的比例为 6.75%，占比较低。

目前，公司湖北荆门生产基地一期项目已经顺利投产，二期项目已列入本次募集资金投资项目。与此同时，公司在广州番禺生产基地周边购置了土地用于办公、生产等经营场所建设，可以保障未来生产经营的需要。虽然政府部门已出具了相关证明，但在租赁期内，上述公司使用的无产权建筑仍存在被政府部门处罚或责令拆除的潜在风险，进而导致公司面临提前搬迁的风险，从而对公司正常经营产生不利影响。

（七）新型冠状病毒肺炎疫情导致的经营风险

2020 年初，新型冠状病毒肺炎疫情在全球范围内陆续暴发，各地陆续出台关于延迟复工、限制物流与人流等疫情防控措施，对各行各业造成了不同程度的影响，公司 2020 年经销模式销售收入受疫情等因素影响下降 5.59%。2022 年，受输入型病例影响，新冠疫情在国内部分地区如上海、广州等出现反复，多地区实行封控管理，对公司经营业绩带来不利影响。近期国家进一步优化疫情防控政策，适度放开疫情管控，各地积极推进复工复产，保经济、促销费，但是疫情反复及防控政策仍存在不确定性，公司业绩受此影响依然存在一定不确定性。

三、财务报告审计截止日后主要财务信息和经营状况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营状况良好，公司主营业务、经营模式未发生重大变化。公司主要客户、供应商、公司高管和核心技术人员均保持稳定，未出现对公司产生重大不利影响的事项，也未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

目录

声明及承诺	2
发行概况	3
重大事项提示	4
一、本次发行相关主体作出的重要的承诺.....	4
二、特别提醒投资者关注公司及本次发行的风险因素.....	4
三、财务报告审计截止日后主要财务信息和经营状况.....	7
目录.....	8
第一节 释义.....	12
一、一般术语.....	12
二、专业术语.....	13
第二节 概览.....	15
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	15
二、本次发行情况.....	15
三、发行人主要财务数据及财务指标.....	16
四、发行人主营业务经营情况.....	17
五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况.....	18
六、发行人选择的上市标准.....	30
七、发行人公司治理特殊安排.....	30
八、募集资金主要用途.....	30
第三节 本次发行概况	32
一、本次发行的基本情况.....	32
二、本次发行有关的当事人.....	32
三、发行人与中介机构的关系说明.....	34
四、本次发行上市有关的重要日期.....	34
第四节 风险因素	35
一、产品创新风险.....	35

二、市场风险.....	35
三、业务季节性波动风险.....	36
四、经营风险.....	36
五、财务风险.....	39
六、管理风险.....	40
七、募集资金投资项目风险.....	41
八、发行失败风险.....	41
第五节 发行人基本情况	42
一、发行人基本情况.....	42
二、发行人设立及重大资产重组情况.....	42
三、发行人在其他证券市场的上市或挂牌情况.....	44
四、发行人的股权结构.....	44
五、发行人控股子公司、参股公司、分公司情况.....	45
六、主要股东及实际控制人的基本情况.....	48
七、发行人股本情况.....	53
八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况.....	57
九、已经制定或实施的股权激励及其他制度安排和执行情况.....	70
十、员工情况.....	74
第六节 业务与技术	79
一、主营业务、主要产品或服务情况.....	79
二、所处行业的基本情况.....	101
三、行业竞争状况.....	129
四、销售情况及主要客户	143
五、采购情况及主要供应商.....	148
六、主要固定资产、无形资产	157
七、核心技术及研发情况.....	166
八、境外经营情况.....	174
第七节 公司治理与独立性	175
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.....	175

二、特别表决权或类似安排情况.....	175
三、协议控制架构的情况.....	178
四、公司内部控制制度自我评估及注册会计师的鉴证意见.....	178
五、报告期内公司违法违规情况.....	181
六、报告期内公司资金占用和对外担保情况.....	182
七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力.....	182
八、同业竞争情况.....	184
九、关联方、关联关系及关联交易.....	184
十、关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....	191
十一、关于规范和减少关联交易的承诺.....	192
第八节 财务会计信息与管理层分析	194
一、经审计的财务报表.....	194
二、审计意见.....	202
三、关键审计事项.....	202
四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	204
五、主要会计政策和会计估计.....	205
七、非经常性损益.....	235
八、主要财务指标.....	235
九、经营成果分析.....	237
十、资产质量分析.....	274
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	298
十二、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	314
第九节 募集资金运用与未来发展规划	315
一、本次发行募集资金运用概况.....	315
二、本次募集资金投资项目的必要性.....	316
三、董事会对募集资金投资项目的可行性分析.....	319
四、募集资金投资项目简介.....	320
五、募集资金运用对发行人经营和财务状况的影响.....	331
第十节 投资者保护	332
一、投资者关系安排.....	332

二、股利分配政策.....	333
三、股东投票机制的建立情况.....	338
四、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排.....	338
五、尚未盈利或存在累计未弥补亏损的公司关于依法落实保护投资者合法权益规定的各项措施.....	339
第十一节 其他重要事项	340
一、重大合同.....	340
二、对外担保情况.....	345
三、重大诉讼或仲裁事项.....	345
四、控股股东、实际控制人报告期内重大违法情况.....	347
第十二节 有关声明	348
发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	348
发行人控股股东、实际控制人声明.....	351
保荐人（主承销商）声明.....	352
保荐人（主承销商）总经理声明.....	353
保荐人（主承销商）董事长声明.....	354
发行人律师声明.....	355
会计师事务所声明.....	356
评估机构声明.....	357
验资复核机构声明.....	358
第十三节 附件.....	359
一、附件目录.....	359
二、备查文件查阅时间.....	359
三、备查文件查阅地址.....	359
四、具体承诺事项.....	360

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、一般术语

诗尼曼、公司、本公司、发行人	指	广州诗尼曼家居股份有限公司
诗尼曼有限、公司前身	指	广州市诗尼曼家居有限公司，本公司前身
诗意家具	指	广州市诗意家具有限公司，诗尼曼有限的前身
红塔创新	指	红塔创新投资股份有限公司，发行人股东
深圳典堂	指	深圳典堂投资合伙企业（有限合伙），发行人员工持股平台
深圳诗意	指	深圳诗意投资合伙企业（有限合伙），发行人员工持股平台
红星美凯龙	指	红星美凯龙家居集团股份有限公司，发行人股东
居然之家	指	北京居然之家投资管理中心（有限合伙），发行人股东
湖北诗尼曼	指	诗尼曼家居湖北有限公司，发行人全资子公司
上海诗尼曼	指	上海诗尼曼工程服务有限公司，发行人全资子公司
诗尼曼工程	指	诗尼曼家居（广州）工程有限公司，发行人全资子公司
索菲亚	指	索菲亚家居股份有限公司，同行业可比公司
好莱客	指	广州好莱客创意家居股份有限公司，同行业可比公司
欧派家居	指	欧派家居集团股份有限公司，同行业可比公司
顶固集创	指	广东顶固集创家居股份有限公司，同行业可比公司
皮阿诺	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司，同行业可比公司
有屋智能	指	青岛有屋智能家居科技股份有限公司，同行业可比公司
玛格家居	指	玛格家居股份有限公司，同行业可比公司
科凡家居	指	科凡家居股份有限公司，同行业可比公司
万科股份	指	万科企业股份有限公司，发行人主要客户之一
卓越置业	指	卓越置业集团有限公司，发行人主要客户之一
美的置业	指	美的置业集团有限公司，发行人主要客户之一
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
消费品工业司	指	中华人民共和国工业和信息化部消费品工业司
深交所	指	深圳证券交易所
股票或 A 股	指	本公司发行的每股面值人民币 1.00 元的人民币普通股
本次发行	指	本公司本次拟公开发行面值为 1.00 元的不超过 2,420 万股人民币普通股的行为

保荐机构、主承销商、长城证券	指	长城证券股份有限公司
发行人律师、锦天城	指	上海市锦天城律师事务所
发行人会计师、大华会计师	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构、联信评估	指	广东联信资产评估土地房地产估价有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《股票上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年 12 月修订）》
《公司章程》	指	《广州诗尼曼家居股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	本次发行的 A 股股票在深圳证券交易所挂牌交易后生效并实施的广州诗尼曼家居股份有限公司章程。
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
最近三年及一期、报告期	指	2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-9 月

二、专业术语

定制家居/定制家具	指	根据客户的需求进行设计、生产并能满足不同消费者对家具的不同个性需求的家具，区别于传统家居和改制家居
定制衣柜/整体衣柜	指	基于消费者空间布局、风格样式、环保健康等多方面的个性化需求特征进行量身定做、个性化设计、标准化和规模化生产的定制化衣柜产品
定制橱柜/整体橱柜	指	结合厨房空间结构与消费者个性化需求，将橱柜柜体、台面、厨房电器及其他功能部件统筹配置形成的成套橱柜产品
中国环境标志产品认证	指	一种证明性标志，它作为官方标志表明获准使用该标志的产品不仅质量合格，而且在生产、使用和处理处置过程中符合环境保护要求，与同类产品相比，具有低毒少害，节约资源等环境优势
ISO9001 质量管理认证	指	依据 ISO9001 系列标准，由经过国家认可机构认可的权威机构，对企业的品质体系实施的合格评定活动，通过认证后可证明该组织在品质管理方面达到了国际水平，能够按照经过严格审核的国际标准化的品质体系进行品质管理
E1 级板材	指	欧洲环保标准之一，在“穿孔萃取”测试法下甲醛含量小于 9mg/100g；在“干燥器”测试法下甲醛释放量小于 1.5mg/L，与我国 GB18580—2001 国家标准一致。欧盟 CE 认证所要求的甲醛释放量标准为 E1 标准，符合 E1 标准的板材可以直接用于室内
E0 级板材	指	E0 级板材是环保等级最高的一种板材。根据《室内装饰装修材料有害物质限量 10 项强制性国家标准》，E0 级板材中甲醛释放量小于等于 0.5mg/L
人造板	指	利用木材在加工过程中产生的边角废料，添加化工胶粘剂

		制作成的板材。人造板材种类很多，常用的有刨花板、中密度板、细木工板（大芯板）、胶合板，以及防火板等装饰性人造板
刨花板	指	人造板材的一种，又称碎料板，是由木材碎料（木刨花、锯末或类似材料）或非木材植物碎料（亚麻屑、甘蔗渣、麦秸、稻草或类似材料）施加胶粘剂，热压制成的板材
中纤板	指	中密度纤维板，是以木质（或非木质）纤维为原料，施加胶粘剂经铺装、热压等工序制成的一种“近似木材而优于木材”、密度为 450~880 kg/m ³ 的纤维板材。中密度纤维板具有结构均匀、机械加工性能强、物理力学性能优良及易于进行板边和板面的型面加工等优点，广泛应用于木地板、家具制造、建筑装饰等行业
铝型材	指	铝棒通过热熔、挤压、从而得到不同截面形状的铝材料。铝型材的生产流程主要包括熔铸、挤压和上色三个过程
开料	指	根据柜体规格要求，用电子锯、推台锯等将标准板件裁切成所需要规格的切割工艺
封边	指	用封边机使封边条粘贴板边，对家具板边起到一定的装饰作用的操作过程
排钻	指	加工出板件之间组合的工艺孔位（比如三合一偏心件孔位）的工序
吸塑	指	将已通过打磨、喷胶处理好的产品在高温、高压、真空的环境下，吸附上相应的 PVC 吸塑皮的工序
延米	指	即延长米，是用于统计或描述不规则的条状或线状工程的工程量。定制家具行业一般用于橱柜数量的计量单位

除特别说明外，本招股说明书财务数值均保留两位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符，均为四舍五入原因所致。

第二节 概览

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、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况

发行人名称	广州诗尼曼家居股份有限公司	成立日期	2013 年 6 月 8 日
注册资本	7,249.5054 万元	法定代表人	幸福民
注册地址	广州市番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗（主厂房、办公楼）	主要生产经营地址	广州市番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗（主厂房、办公楼）
控股股东	幸福民	实际控制人	幸福民、丁淑娟
行业分类	C21 家具制造业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无

（二）本次发行的有关中介机构

保荐人	长城证券股份有限公司	主承销商	长城证券股份有限公司
发行人律师	上海市锦天城律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	大华会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

二、本次发行情况

（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	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 2,420 万股，发行完成后公开发行股数不低于发行后总股数的 25%，超额配售部分不超过本次公开发行股票数量的 15%（如有），本次发行股份均为公开发行新股，公司原有股东不公开发售股份	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	2,420 万股（不含超额配售选择权）	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	无
发行后总股本	不超过 9,669.5054 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）		

每股发行价格	【】元/股		
定价方式	发行人和主承销商可以通过初步询价确定发行价格，或者在初步询价确定发行价格区间后，通过累计投标询价确定发行价格		
发行市盈率	【】倍（按发行价格除以每股收益计算，其中每股收益按照发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于公司普通股股东的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍（发行价格除以每股净资产，每股净资产按截至报告期末经审计的归属于母公司股东的权益与本次募集资金净额之和除以发行后总股本计算）		
发行方式	采用网下对投资者询价配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式（包括但不限于向战略投资者配售股票）		
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的询价对象和在深圳证券交易所开设人民币普通股（A股）股票账户的合格投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止的认购者除外）		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	不适用		
发行费用的分摊原则	本次发行的保荐费、承销费、审计费、律师费、信息披露费、发行手续费等由公司承担		
募集资金总额	【】万元，根据发行价格乘以发行股数确定		
募集资金净额	【】万元，由募集资金总额扣除发行费用后确定		
募集资金投资项目	湖北荆门产能建设项目二期		
	信息化升级建设技术改造项目		
	补充流动资金		
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中：承销保荐费【】万元；审计费【】万元；评估费【】万元；律师费【】万元；发行手续费【】万元等		

（二）本次发行上市的重要日期

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介时间	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人主要财务数据及财务指标

根据大华会计师出具的“大华审字【2022】0018972号”《审计报告》，公

司最近三年及一期的主要财务数据和财务指标如下：

单位：万元

项目	2022.09.30/ 2022年1-9月	2021.12.31/ 2021年度	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度
资产总额	81,610.54	93,131.39	83,623.03	70,871.31
归属于母公司股东权益	37,132.41	35,575.18	31,089.58	26,876.63
资产负债率（母公司）	49.49%	57.81%	57.55%	53.52%
营业收入	65,690.85	115,580.55	92,119.82	83,480.68
净利润	2,216.41	6,625.58	5,188.07	6,313.85
归属于母公司所有者的净利润	2,216.41	6,625.58	5,188.07	6,313.85
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,635.78	5,466.86	4,654.52	5,830.22
基本每股收益（元）（归属于母公司所有者）	0.31	0.91	0.72	0.87
稀释每股收益（元）（归属于母公司所有者）	0.31	0.91	0.72	0.87
加权平均净资产收益率（归属于母公司所有者）	6.05%	20.07%	17.82%	25.49%
经营活动产生的现金流量净额	-639.36	6,265.37	11,620.76	10,349.55
现金分红	—	2,174.85	1,449.90	2,174.85
研发投入占营业收入的比例	3.48%	3.11%	3.16%	3.45%

四、发行人主营业务经营情况

公司主要从事定制衣柜、定制橱柜、铝合金门窗及其他全屋配套家具产品的研发、生产和销售业务，是国内定制家居行业的领军品牌之一。公司产品定位于中高端消费市场，以“创造健康、环保、时尚的家居生活”为使命，为消费者提供一站式、一体化、个性化的绿色高端定制家居服务。

公司深耕于定制家居行业，对行业具有深刻的理解和洞察能力，凭借着优秀的产品设计能力、良好的产品质量、完善的客户服务，公司“诗尼曼”品牌在定制家居行业取得了良好的市场口碑和品牌知名度。在“诗尼曼”品牌基础上，公司于2019年创立“AI家居”品牌（意为“爱家居”），该品牌侧重于销售渠道的下沉和社区店的建设，主要面向80、90后消费者并为其提供更加个性化、生动活泼的定制家具产品。目前，公司已形成“诗尼曼”和“AI家居”双品牌差异化市场定位的发展模式，产品涵盖衣柜、书柜、酒柜、餐边柜、橱柜、榻榻米、

床、门窗等全品类家居产品，形成多元化、全方位的大家居生态格局。

公司拥有较强的市场开拓能力，并建立了较为完善的经销渠道网络，截至**2022年9月30日**，公司拥有“诗尼曼”和“AI家居”品牌经销商共**1,838家**，经销商门店共**1,868家**，经销网络覆盖国内大部分三、四线及以上主要城市；此外，公司积极拓展大宗客户业务模式，公司产品已进入部分国内领先的地产商供应链并与其形成长期良好的合作关系。

经过长时间的研发创新，公司在定制家居领域积累了一定的技术优势。截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有专利权**488**项，计算机软件著作权**54**项，被国家知识产权局评定为“国家知识产权优势企业”。公司系高新技术企业、广东衣柜行业协会成员单位、广东省定制家居协会成员单位、《实木定制家居产品》团体标准和《定制家居产品安装服务规范》起草单位。公司拥有的“诗尼曼”商标分别被国家工商行政管理总局商标局和广东省著名商标评审委员会认定为“驰名商标”和“广东省著名商标”，公司整体衣柜产品被评为“广东省名牌产品”。

自成立以来，公司一直从事定制衣柜等定制家具产品业务，主营业务未发生重大变化。

五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）发行人创新、创造、创意特征

区别于传统成品家具行业简单制造、静态生产，公司所处定制家居行业具有显著的创新、创造、创意特征：

1、优化工艺技术，推进新工艺、新技术的应用

以下分别就公司核心生产技术（柔性化定制生产技术）、新工艺（设计环节的双色包覆工艺、安装环节的快搭安装工艺）应用情况说明如下：

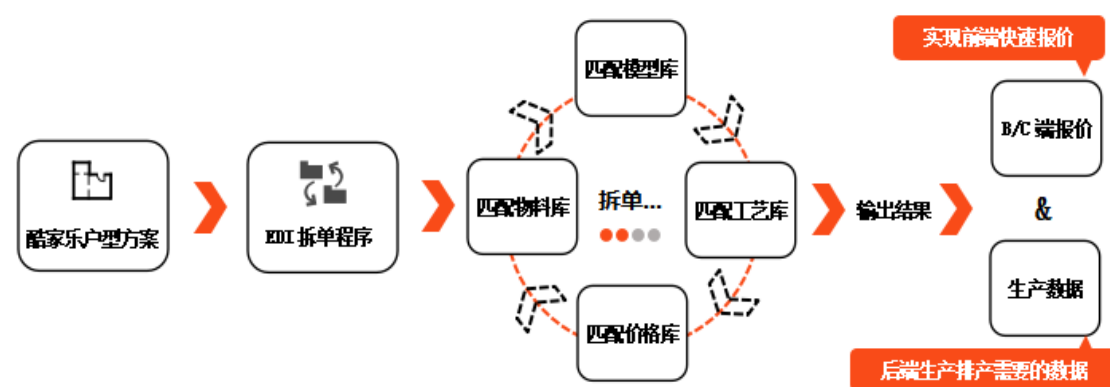
（1）柔性化定制生产技术

公司以信息化系统为基础进行柔性化生产线建设，实现传统家具生产活动与现代信息技术的融合。公司是行业内较早将信息化技术与日常生产经营紧密

结合的企业之一，也是行业内较早开始自主研发信息化系统的企业之一。公司于 2015 年首次引入第三方成品 ERP 系统用于生产经营管理。区别于成品家具企业，定制家具企业具有 BOM 多样化、零部件尺寸非标准化、生产工艺灵活多变等特征，通用型 ERP 系统无法较好满足公司的柔性化生产需求。为匹配公司生产经营特点，提升信息系统灵活性，公司于 2017 年开始通过自主研发方式引入以 CRM 系统和 MES 系统为核心的信息化系统，并购置自动化程度较高的生产设备，以信息化系统和自动化设备相结合，通过自动拆单、智能揉单的方式实现大批量定制化订单的柔性化生产。

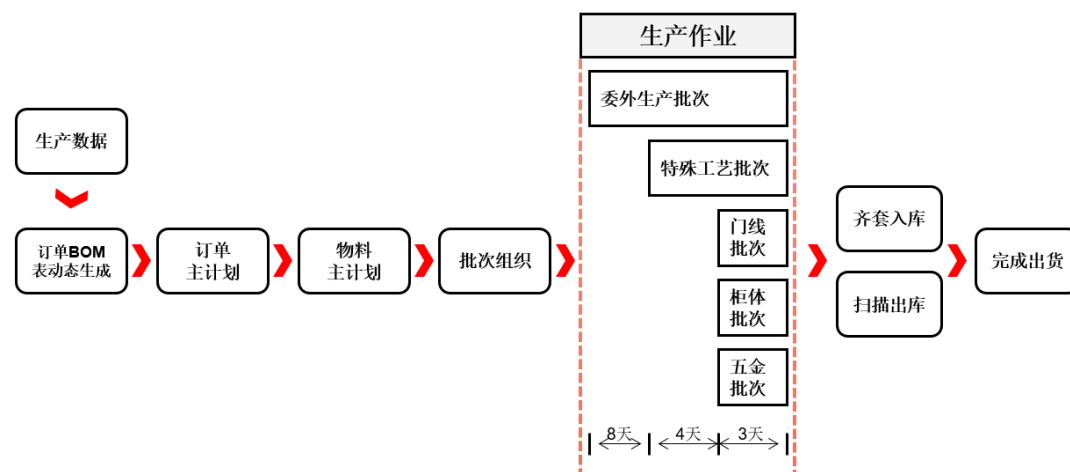
公司自主开发的 CRM 系统和 MES 系统在沿用传统 SAP 核心理念的同时加入定制化元素，对订单管理、生产执行、订单出入库等环节进行优化调整，能够有效的匹配公司生产经营模式，大幅提升了公司生产和服务各个环节的自动化、智能化和柔性化水平，且自主研发的系统能够根据公司生产经营规模的不断扩大快速进行更新适配，形成了公司的信息化技术优势。

公司 CRM 系统致力于解决行业痛点，在经销商提交附带设计方案的订单后，即可自动解构设计方案的模型数据，基于海量模型库、工艺库、物料库和价格库，通过算法自动拆解订单的生产数据和报价数据，快速为经销商提供精准报价，并为后端 MES 系统提供生产制造过程中所需的各项数据。



公司 MES 系统在接收到 CRM 传递的生产数据后，自动生成 BOM 表单、订单主计划和物料主计划，确定订单交付时间和物料储备情况，为后续的批次组织提供分析数据基础。批次组织是公司柔性化生产的关键环节，其借助 MES 系统的计算和调度能力，根据订单优选算法和批次组织算法，实现：①将不同订单中相同交期、颜色、材质、工艺类型的各部件进行分类整合并进行同一批次生

产；②将同一订单中各部件根据生产周期的差异情况合理安排下厂时间，保证同一订单的不同部件同时入库，齐套发货。公司 MES 系统从上述两个维度对公司订单进行批量化处理，将定制化订单进行有机整合，实现柔性化生产。



公司在自行研发 CRM、MES 等信息化系统后，柔性化生产水平明显提升，订单交付周期、新品上线周期有所缩短，材料利用率提升，信息化系统的不断完善为提升客户满意度、降低企业运营成本提供重要支持，具体情况如下：

指标	指标说明	优化前	优化后
经销商下单周期	经销商从提交设计方案到系统下单成功所需时间	约 2-3 个工作日	约 0.5 个工作日
订单交付周期	从经销商系统下单成功到物流部正式出货所需时间	约 20-30 个工作日	约 15 个工作日
准时交货率	每月实际完成交付单数/应交付总单数	优化后可达 96%以上	
新产品上线周期	自新产品研发完成之日起至该新品在系统中准备完毕可供经销商下单之日所需时间	约 6 个月	约 15 个工作日
材料利用率	每月已被利用的材料/实际消耗的材料	低于 82%	可达 84%以上

公司以 CRM 和 MES 为核心的信息化平台在 2019 年通过“两化融合贯标体系” A 级认证，并在 2022 年通过该体系的 AAA 级认证，成为少数取得“两化融合贯标体系” AAA 级认证的定制家居企业之一，体现了公司在定制家居行业中具有较

高的信息化能力。此外，公司凭借较为完善的信息化系统建设和高效的柔性化生产水平，先后获得了省级促进经济发展专项资金（诗尼曼互联网+个性化定制家居智能制造 020 平台建设项目）及“全球定制之都”示范培育企业、番禺区创新创业领军团队等荣誉。

公司在自主研发 CRM 和 MES 系统的过程中，取得了“订单管理系统 V1.0”、“工单扫描系统 V1.0”、“订单交期管理系统 V1.0”、“自动批次组织系统 V1.0”、“批次组织排产系统 V1.0”、“批次组织系统 V2.0”等多项计算机软件著作权，相对于借助于第三方软件供应商实现定制化和大批量生产的行业内其他企业，自主研发的取得方式能够保证公司对于系统的优化改进能力，快速解决信息系统在公司不断发展过程中所遇到的问题，保持信息系统对公司生产经营的持续支持能力。

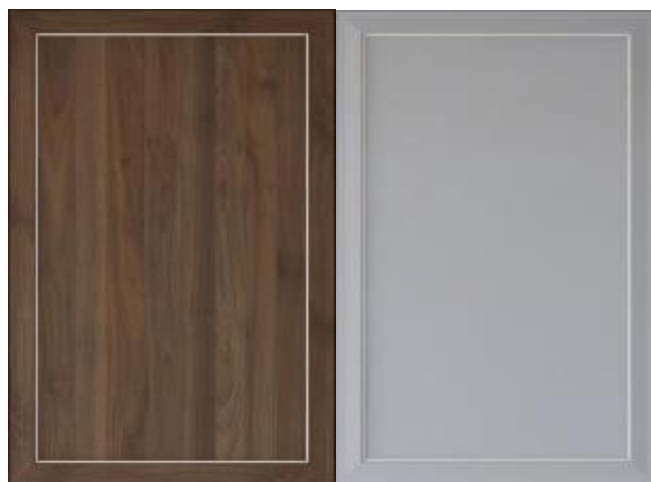
（2）设计环节工艺

在定制衣柜等柜类产品生产过程中，受限于铝框与转换条镶嵌组装的技术难点，在传统的铝型材包覆处理过程中，主要以单色包覆为主。为满足客户不断多元化的定制需求，公司研发了双色包覆工艺，实现了在铝型材上同时包覆两种颜色，达到铝框跳色效果，使得产品色彩搭配更加灵活。

双色包覆工艺主要涉及涂胶、覆膜、剪切、组装等工序，并使用覆膜机先后完成跳色膜和主膜的包覆工序。该工艺的生产过程需要将室温控制在 20-30℃，热熔胶温度控制在 120-135℃，覆膜机滚轮转速为 35-50r/min，生产速率为 10-80m/min。双色包覆工艺主要采用 PUR 包覆胶水，其具有较好的粘接强度，同时具有耐热性、耐腐蚀性、抗老化等特征，覆膜过程中的涂胶量为 30-45g/m²。双色包覆后的铝材按照所需尺寸进行相应裁切为横框和竖框，并使用铝框角码进行免螺丝拼接，外观简洁美观，产品平整无凹凸，拼接公差可小于±0.2mm。

双色包覆工艺解决了客户定制需求中，所面临的同一铝型材包覆两种颜色时铝框与转换条之间的连接问题，能够使主膜与跳色膜的拼接处无裂纹、鼓泡、变色、起皱。公司自主研发的双色包覆工艺已取得授权发明专利“一种双色铝框包覆方法”，专利号为 2019111225552。

双色包覆工艺应用案例

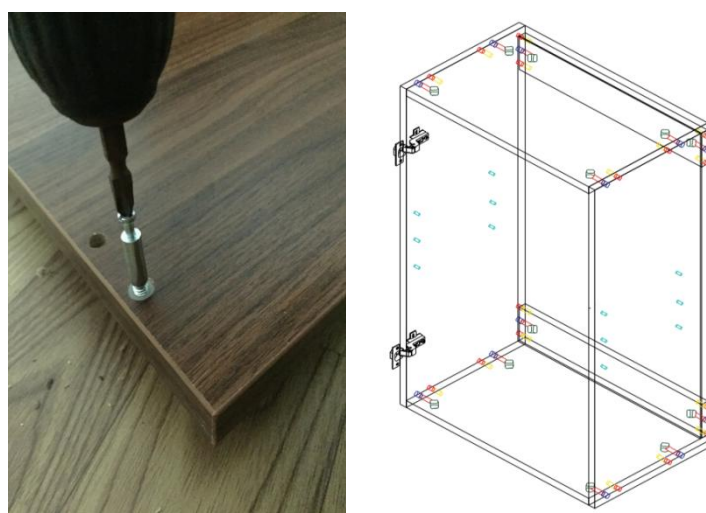


（3）安装环节工艺

为提升产品安装效率，优化客户体验，公司使用新型板材连接五金件替代传统家具使用螺丝、木钉的安装方式，使柜体实现多板件交互连接，并通过无胶粘剂、预埋配件的方式，达到板件之间连接处无外露配件，提升产品的美观性和整体性，并能够实现多次重复拆卸安装。

公司通过多种板件工艺搭建，形成标准系统模块库，采用快搭式结构工艺设计搭配可拆卸式的基础五金连接件，并配置预设加工技术，保证产品出厂前完成符合快搭工艺的孔位预设，实现终端客户现场可快速使用单部件拼搭组成定制家居产品，提升了安装效率，同时为后续产品维护提供便利。

快搭式安装工艺应用



2、积极探索新材料在定制家居产品中的应用

公司积极响应国家关于节能环保、碳中和政策，自成立之初即坚持“绿色家

居”的产品理念，是行业内较早使用环保板材的企业之一，在保证产品质量的前提下，公司着力打造环保绿色家居。通过新材料的应用提升客户体验的同时，提高公司产品附加值。公司所使用新材料主要为更具环保性、防霉性、抗菌性的新型板材。

2013 年，公司与国内领先的环保板材供应商万华禾香生态科技股份有限公司建立战略合作关系，采购其生产的禾香板应用于产品中。禾香板与 E1 级刨花板在环保指标等理化属性方面的对比情况如下：

理化属性	E1 级刨花板数值	禾香板数值	备注
板内密度偏差（%）	10	3.1	数值越小代表板材内部越均匀，稳定性就越好
静曲强度（Mpa）	11.0	12.3	数值越高代表其抗弯曲破坏的能力越强
弹性模量（Mpa）	1,600	2,410	数值越高代表材料刚度越大，发生弹性变形越小
内胶合强度（Mpa）	0.35	0.54	数值越大代表材料能够承受的拉力越大
表面胶合强度（Mpa）	0.8	1.14	
2 小时吸水厚度膨胀率（%）	8.0	0.9	数值越小代表板材耐水性越好
甲醛释放量（mg/m ³ ）	小于或等于 0.124	0.006	数值越小代表有害物质挥发量越小，材料越环保
总挥发性有机化合物（TVOC）释放率（72 小时）（mg/m ² ·h）	小于或等于 0.50	0.06	

近年来，为顺应消费者对家具产品日益增长的环保需求，公司进一步深化新型材料的应用，于 2022 年推出高净板系列产品，该类板材在生产过程的胶水倾注工序中加入了使用具有抗菌、防霉功能的配方胶水，相比普通板材更具环保性和耐用性。

报告期内，公司使用环保材料的产品收入分别为 21,334.60 万元、23,267.92 万元、29,061.23 万元和 22,606.05 万元，占公司各期营业收入的比例分别为 25.56%、25.26%、25.14%和 34.41%，公司相关产品已受到市场广泛认可，是公司的核心竞争力之一。

3、不断推进产品创新设计，加速产品迭代进程

（1）注重新品开发，不断推陈出新，从公司层面丰富产品设计

产品创新是定制家居企业的核心竞争力。公司拥有一支专业的研发创新团队，

在产品设计、色彩搭配、空间利用、材料选择等方面不断摸索创新，在充分了解市场需求的基础上，推出拥有独创风格的定制化家居产品，打造多种产品设计风格，可满足各类消费群体的家居消费需求和居家审美需求。公司拥有较为完善的产品体系，产品涵盖中式、欧式、简约、轻奢等不同设计风格，并面向不同需求的消费群体对现有产品进行优胜劣汰，不断推陈出新，坚持“产品为王”的理念，持续推进研发创新，满足不同消费群体的定制化需求。

截至本招股说明书签署日，公司共拥有国内专利 488 项，其中外观设计专利 260 项，且均为公司原始取得，公司被评为“广东省工业设计中心”和“市级工业设计中心”，产品多次荣获各类设计大赛奖项，体现了公司较强的产品创新设计能力。公司不断推陈出新，丰富客户选择，提升市场竞争力，报告期各期，公司定制衣橱新品开发情况如下：

单位：款

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	诗尼曼品牌	AI 家居品牌	诗尼曼品牌	AI 家居品牌	诗尼曼品牌	AI 家居品牌	诗尼曼品牌	AI 家居品牌
新增门型款式数量	9	5	17	5	21	21	12	12
在售门型款式数量	81	43	86	38	69	33	48	12
占比	11.11%	11.63%	19.77%	13.16%	30.43%	63.64%	25.00%	100.00%
新增板材花色数量	15	11	—	15	—	27	—	19
在售板材花色数量	118	72	—	61	—	46	—	19
占比	12.71%	15.28%	—	24.59%	—	58.70%	—	100.00%
新增产品模块数量	11,622	2,028	1,324	963	1,100	324	1,860	—
在售产品模块数量	15,906	3,315	4,284	1,287	2,960	324	1,860	—
占比	73.07%	61.18%	30.91%	74.83%	37.16%	100.00%	100.00%	—
新增产品系列数量	5	5	11	5	9	8	7	3
在售产品系列数量	52	21	57	16	46	11	38	3
占比	9.62%	23.81%	19.30%	31.25%	19.57%	72.73%	18.42%	100.00%

注：2022 年公司上线“酷家乐”系统，打通了设计、生产环节，通过细化产品模块方式，提高了设计、生产效率，从而导致产品模块数量大幅增加。

公司持续推进产品创新进程，通过不断推出新型门型、产品模块和产品系列等方式提升公司的产品设计，加速产品迭代，满足消费者多元化的定制需求，各年均保持了较高的新品占比。

(2) 打造“分享家”平台，建立设计师培养体系，从经销商层面提升产品

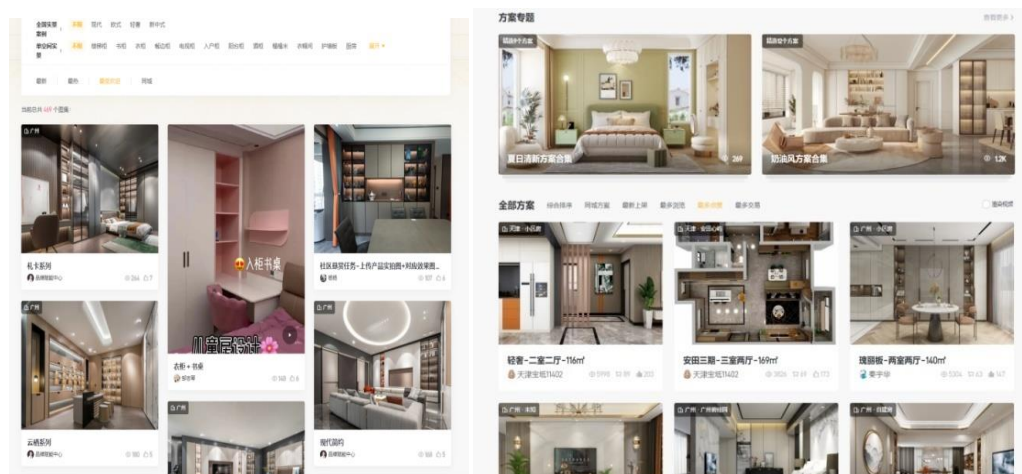
设计水平

公司创新性的搭建了“分享家”平台，以设计方案为核心抓手，为经销商设计师提供了一个能够实现设计方案上传、分享、下载的共享平台，以此建立完善设计师成长培养体系，为公司经销商赋能，为终端客户提供多元化、个性化的设计方案，提升公司产品设计水平。

对于经销门店及设计师而言，分享家作为学习成长平台，通过成长晋升机制，鼓励引导全国经销门店设计师将优秀设计方案投稿上传至平台中，形成公司内部的海量设计数据库，实现了不同户型、面积、风格、样式的设计方案的整合，为经销商及设计师提供了交流分享平台，形成了公司内部良好的交流分享氛围，成为经销商获取优质设计与营销方案的工具，促进经销商的良性竞争与发展。

对于公司而言，分享家是终端经销门店产出内容的汇集与分发站。公司通过分享家平台实现对全国各经销门店方案库、户型库、产品库、模型库的全新升级，致力打造分地区、楼盘、客户职业、年龄等标签的大型设计方案数据库。该数据库的整合有望大幅提升设计师的设计效率和方案质量，帮助设计师逐渐转型为顾问型服务人员，为用户提供更高效、个性化的高品质设计服务。与此同时，公司通过对经销门店设计师产出的全屋设计方案作质量、数量的把控及统计，按其成长梯度快速匹配相应的教学进阶课程，为其提供影响阶段的学习课程，实现对经销门店设计师成长路径的全方位管理。

“分享家”平台设计方案库



4、积极拓展产品应用场景，丰富产品品类

不同于传统成品家具，定制家具具有节省房屋空间、提升房屋使用效率、满足消费者个性化需求等独特优势，近年来发展迅速，受到广大消费者的喜爱。公司作为定制家具行业的领先品牌之一，秉承大家居的经营理念，从成立之初以定制衣柜为主要产品，不断创新发展，开拓产品应用场景，目前已发展成为涵盖卧室、厨房、客厅、书房、儿童房、阳台等多场景的全屋定制产品线，并在此基础上延伸出铝合金门窗品类，为消费者提供健康环保、便捷收纳、宜居美观的整体家居解决方案。此外，公司于2019年创立“AI家居”品牌，其产品风格更加偏向于80、90后客户群体的喜好，形成了与“诗尼曼”品牌差异化发展的市场定位，公司进一步拓展产品维度。

目前，公司下游应用场景主要为个人客户的住宅装修和房地产企业、装修公司的商品房精装修需求。随着公司产品品类的不断完善和市场知名度的不断提升，公司下游应用场景逐渐延伸至酒店、学校、养老院等领域。

（二）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司始终坚持科技创新、模式创新，持续加大在研发设计、引进新技术等方面的投入，在产品设计、生产工艺、信息数字化等方面形成了多项核心技术。截至本招股说明书签署日，公司共拥有专利488项，计算机软件著作权54项，并被国家知识产权局授予“国家知识产权优势企业”称号。公司是广东省工业和信息化厅等四部门联合授予的“省级企业技术中心”，体现了公司拥有良好的创新、创意特征和较高的研发创新水平。

1、公司注重科技创新，以数字化助力企业发展

相比传统成品家具制造，定制家具企业的运营流程更加复杂，需要通过完善的信息化系统支撑各项业务活动。公司自成立以来一直注重信息系统的开发，着力使用数字化手段助力企业发展。公司已开发了具有自主知识产权的客户关系管理系统（以下简称“CRM系统”）和生产制造管理系统（以下简称“MES系统”），并引入酷家乐、ERP等信息系统，打通了覆盖产品设计、销售、采购、生产、仓储、物流、财务等全流程的数字化管理体系，使用统一标准的业务流程管理达到降本增效的效果，实现了云订单处理和大规模柔性化生产，解决了个性化定制与大规模生产的技术难题。

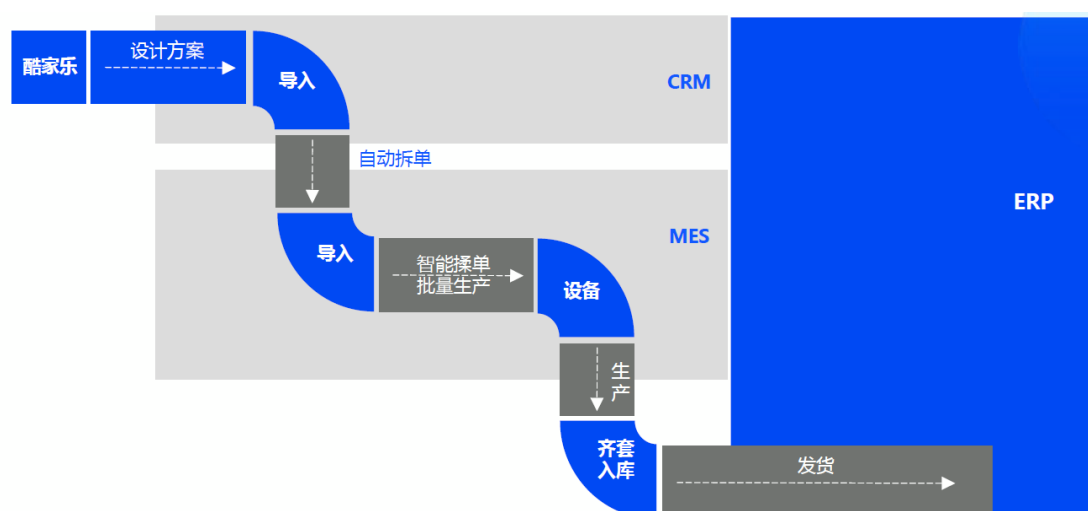
同时，公司将数字化技术赋能于经销商，提高公司经销商的沟通和管理效率。定制家居行业多以经销模式为主要销售模式，经销商受制于经营规模、资金实力、人才缺失等因素很难实现独立数字化运营管理。公司前端酷家乐系统和CRM系统为经销商提供了数字化工具，赋能经销商的引流、获客、设计、下单、安装、售后环节，提升终端消费者的便捷购物体验。

目前，公司已上线的主要信息化系统的情况如下：

系统名称	功能描述
酷家乐	为公司引入的设计软件，是经销商为终端客户进行全屋定制设计的平台，其可以达到数字化虚拟场景设计，将客户所需的定制产品及配套成品家具融入客户真实户型中形成全方位场景，提升产品设计的整体性和一致性，为消费者带来3D沉浸式效果体验，实现所见即所得的消费体验
分享家	整合和规范设计资源，建设海量的家居产品库和空间解决方案库，为经销商设计师提供了一个能够实现设计方案上传、分享、下载的共享平台，形成公司强大的素材库与方案库。基于此数据库，优秀设计方案可通过户型匹配、风格匹配等智能模式快速匹配客户装修风格，设计师可快速实现用户需求的个性化定制产品设计，并为设计师提供各个进阶阶段的培训学习资料，以此建立完善设计师成长培养体系
CRM	为满足公司业务需要，公司自主研发架构CRM系统，该系统实现从终端消费者引流、客户跟进、客户获取、产品设计、订单成交、产品下单、排期生产、出库发货以及安装售后的全流程闭环管理，实现了自动拆单、安装直播等行业先进应用，致力于为经销商带来办公省时、操作方便、高效管理的软件平台
MES	主要用于接单后公司内部订单处理及生产管理交付作业，是一套主要面向生产车间执行层的生产信息化管理系统。该系统能通过信息传递对从订单下达到产品完成的整个生产过程进行优化管理，有效地指导工厂的生产运作过程，通过将具有相同交期、颜色、材质、生产工艺的产品部件通过算法进行智能揉单并同批次生产，有效提高生产柔性化程度，提高生产效率。公司MES系统的所实现的功能流程包括订单主计划管理、订单动态BOM表生成、财务信用检查核款下厂、物料需求管理、主生产计划管理、订单组织批次管理、动态工单生成管理、备料发料管理、车间工单接收、齐套入库作业、物流装车运输作业、品质问题改补管理等
ERP	ERP系统提供了采购业务全流程，库存管理和品质管理功能，并支持财务应收应付，固定资产，票据资金，生产成本结算，总账管理和各类财务报表

公司上述信息化系统互联互通，相互协作，为公司提供了核心竞争力，是公司业务不断拓展的数字化底座，助力公司实现由传统制造业向信息化智能制造的转型。

数字化信息系统打通公司业务流程



2、推进“双品牌差异化发展”和“一站式家居服务”的发展模式，致力于模式创新和增强市场竞争力

（1）“诗尼曼”与“AI家居”双品牌差异化发展模式

公司“诗尼曼”品牌已取得了较高的市场知名度和客户美誉度，具备了较强的市场竞争力，拥有一定的市场占有率。目前，定制家具产品的主力消费群体为80、90后等新生代人群，与传统家居消费相比，他们更偏好消费的便捷性，更注重产品的设计搭配和体验感，公司于2019年创立“AI家居”品牌，该品牌侧重于销售渠道的下沉和社区店的建设，主要面向**精致时尚的年轻人群**并为其提供更加个性化、生动活泼的定制家具产品，抢占该部分市场份额。自2020年产品上市以来，“AI家居”产品实现销售收入分别为1,544.35万元、9,584.04万元和7,589.12万元，占公司营业收入的比例分别为1.68%、8.29%和11.55%，发展速度较快，已成为公司收入的重要组成成分。

“AI家居”在产品风格年轻化之外，同时聚焦于青年经销商的创业支持，针对传统家居建材行业投资大、门槛高、操作难、对经营管理要求较高等情形，“AI家居”对品牌商业模式重新定义，推出多种灵活开店模式，以社区楼盘为触点，在服务半径更加贴近终端消费者的同时实现经销商的较低成本投入。截至2022年9月30日，“AI家居”品牌共有经销商门店734家，其中社区门店472家，占比为64.31%。

比较项目	差异情况	
	“诗尼曼”品牌	“AI 家居”品牌
产品类型	定制衣柜、定制橱柜、铝合金门窗及其他全屋配套家具产品	定制衣柜、定制橱柜及其他全屋配套家具产品
设计风格	产品涵盖中式、欧式、简约、轻奢等不同设计风格,满足不同类型消费者的多元化需求,提供高品质的空间解决方案	设计风格、色彩搭配更加活泼、跳跃,更加符合年轻消费者的审美观念,产品风格以轻奢、简欧、现代为主,为年轻消费者打造个性时尚的居住空间
客户定位	中高端成熟人群市场	主要面向精致时尚的年轻人群
产品定价	价格相对较高	更具性价比
销售模式	以经销模式为主,大宗客户模式和直营模式为辅	均以经销模式进行销售
店铺选址	大型家居卖场、大型商场、繁荣商圈、沿街店铺,对店铺面积有一定要求	销售渠道下沉,注重社区店的建设,服务半径更加贴近消费者

（2）“一站式家居服务”发展模式

公司秉承“一站式家居服务”的经营模式,从传统的柜类定制产品的销售拓展为体系化的泛家居发展模式,将“定制家居”发展为“定制家”,打通客户全流程、一站式的家装需求,为消费者提供更加便捷的购物体验。

公司在提供定制家居产品的同时,为客户提供沙发、餐桌椅、床品等配套成品家具选择,并实现配套家具与定制化产品设计软件互联互通,消费者在门店选择定制化产品时可同步挑选配套成品家具,且成品家具能够在设计师的整体设计方案中展示,消费者可以直观感受整体设计方案,免去消费者购买配套家具多店奔波、配搭方案不直观的消费痛点,提升客户体验。

3、以信息化系统为基础的柔性生产模式促进新旧产业融合

作为定制家居企业,柔性化生产关系到企业生产经营效率。公司以信息化系统为基础进行柔性化生产线建设,实现传统家具生产活动与现代信息技术的融合。相较于成品家具行业备货式、重复化的生产模式,定制家具企业在接到终端客户订单后方能下单生产,且客户个性化需求不同,生产无法简单重复,需要配置相应的软硬件,并通过科学计算方法,将数量众多的个性化订单,分解并组合成批量化的生产任务,进行大规模柔性化生产。

公司在软件端引入 CRM 系统和 MES 系统,从终端客户下单到供应商上传订单、报价、拆单、组织生产、发货等环节均能快速流转。CRM 系统打通了终端

客户、经销商与公司的业务沟通渠道，保证了沟通的实时性、畅通性、流程化和标准化，有效解决了公司经销商众多，大批量定制化订单的拆解、传递、审核和确认等难题，在业务前端为公司柔性化生产铺平了道路；在生产端，公司借助 MES 系统的计算和调度能力，根据最佳揉单方案将具有相同交期、颜色、材质、工艺的部件进行同批次生产，实现内部的专业化分工，形成了高度柔性的生产体系，从而实现定制化产品的大规模生产。

此外，公司已搭建数条由国内外知名品牌板式家具生产设备所组成的自动化生产线，其中公司拥有德国豪迈品牌直线封边机 39 台、数控加工中心 13 台、板材开料锯 40 台、数控点对点钻孔加工中心 7 台等高度自动化设备，且主要生产设备与公司信息化系统互联互通，能够从服务器实时采集、接收和分析生产数据，从而大幅提升公司柔性化生产水平。

六、发行人选择的上市标准

发行人本次上市选择的上市标准为《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年 12 月修订）》第 2.1.2 条第一款，即“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”。

根据大华会计师出具的标准无保留意见的《审计报告》（**大华审字【2022】0018972 号**），发行人 2020 年、2021 年归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 4,654.52 万元、5,466.86 万元，最近两年累计为 10,121.38 万元，超过人民币 5,000 万元，满足前述上市标准。

七、发行人公司治理特殊安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理特殊安排事项。

八、募集资金主要用途

本次发行拟募集资金计划投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金
1	湖北荆门产能建设项目二期	42,398.52	40,000.00
2	信息化升级建设技术改造项目	3,147.08	3,147.08

3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00
合计		50,545.60	48,147.08

公司将严格按照中国证监会、深交所关于募集资金管理和使用的相关规定及公司《募集资金使用管理办法》的要求使用募集资金，若本次实际募集资金净额不能满足以上投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自筹资金解决。若实际募集资金净额超过预计募集资金数额，公司将严格按照相关规定履行必要的审议程序，规划、安排和管理募集资金并将全部用于主营业务发展。在本次募集资金到位前，公司如以自有资金或借款资金提前投入上述项目建设，本次募集资金到位后公司将根据有关规定，以募集资金对前期投入部分进行置换。

本次募集资金运用的详细情况参阅本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”。

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：	本次公开发行股票不超过 2,420 万股，发行完成后公开发行股数不低于发行后总股数的 25%，超额配售部分不超过本次公开发行股票数量的 15%（如有），本次发行股份均为公开发行新股，公司原有股东不公开发售股份
每股发行价格：	【】 元
发行后每股收益：	【】 元/股（以【】 年【】 月【】 日经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产：	【】 元（以【】 年【】 月【】 日经审计的归属于母公司股东的权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产：	【】 元（以【】 年【】 月【】 日经审计的归属于母公司股东的权益价值加上本次预计募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市盈率：	【】 倍（发行价格除以每股收益，每股收益按照本次发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行市净率：	【】 倍（发行价格除以每股净资产，每股净资产按截至报告期末经审计的归属于母公司股东的权益与本次募集资金净额之和除以发行后总股本计算）
发行方式：	采用网下向配售对象累计投标询价发行与网上资金申购定价发行相结合的方式，或中国证监会规定的其他方式
发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所创业板开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
募集资金总额：	【】 万元，根据发行价格乘以发行股数确定
募集资金净额：	【】 万元，由募集资金总额扣除发行费用后确定
发行费用概算：	本次发行费用总额为【】 万元，其中承销保荐费【】 万元；审计费【】 万元；评估费【】 万元；律师费【】 万元；发行手续费【】 万元等

二、本次发行有关的当事人

发行当事人	发行当事人信息	
发行人	名称	广州诗尼曼家居股份有限公司
	住所	广州市番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗（主厂房、办公楼）
	法定代表人	辛福民
	联系人	阮仁宗（董事会秘书）

发行当事人	发行当事人信息	
	联系电话	(020) 84821193
	传真	(020) 84821193
保荐人（主承销商）	名称	长城证券股份有限公司
	住所	深圳市福田区福田街道金田路2026号能源大厦南塔楼10-19层
	法定代表人	张巍
	保荐代表人	孙晓斌、颜丙涛
	项目协办人	张伊影
	项目组成员	李雪婧、孟祥、龙劲侃
	联系电话	(0755) 23934001
	传真	(0755) 28801392
律师事务所	名称	上海市锦天城律师事务所
	住所	上海市浦东新区银城中路 501 号上海中心大厦 11、12 楼
	负责人	顾功耘
	经办律师	何煦、余苏
	联系电话	(021) 20511000
	传真	(021) 20511999
审计及验资复核机构	名称	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
	住所	北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101
	负责人	梁春
	经办会计师	吴萃柿、毛潇滢
	联系电话	(010) 58350011
	传真	(010) 58350006
资产评估机构	名称	广东联信资产评估土地房地产估价有限公司
	住所	广州市越秀区越秀北路222号16楼
	负责人	陈喜佟
	经办注册资产评估师	晏帆、李小忠
	联系电话	(020) 83642116
	传真	(020) 83642103
股票登记机构	名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
	住所	深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
	联系电话	(0755) 21899999

发行当事人	发行当事人信息	
	传真	（0755）21899000
承销商收款银行	收款银行	兴业银行股份有限公司深圳分行
	开户名称	长城证券股份有限公司
	账号	338010100100011816
申请上市证券交易所	名称	深圳证券交易所
	住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
	联系电话	（0755）88668888
	传真	（0755）82083947

三、发行人与中介机构的关系说明

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、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和其他权益关系。

四、本次发行上市有关的重要日期

事项	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
询价推介日期	【】年【】月【】日—【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
网上、网下申购日期	【】年【】月【】日
网上、网下缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下列风险是根据重要性原则或可能影响投资者投资决策程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。公司提请投资者仔细阅读本节全文。

一、产品创新风险

公司主营业务是定制衣柜、定制橱柜、铝合金门窗及其他全屋配套家具产品的研发、设计、生产和销售，随着我国社会经济的稳定发展和居民可支配收入的不断提升，住房消费成为居民最重要的支出，消费者对于家具产品外观设计、材质选用、功能搭配等方面的需求随之上升。

随着消费者对生活品质要求的不断提升及行业竞争的日趋激烈，公司需要不断提升研发创新能力以应对市场环境的变化，若公司未能持续保持产品设计创新和生产工艺进步，无法及时响应市场对先进技术和创新产品的需求，则公司将在未来竞争中处于不利地位，进而对持续盈利能力和财务状况产生不利影响。

二、市场风险

（一）市场竞争加剧的风险

近年来，多家定制家具行业领先企业相继上市，借助资本市场平台，积极发展大家居战略，不断拓展产品品类，纷纷涉足定制衣柜业务。同时，部分传统家具企业也看好定制家具市场前景，开始转型进入定制家具行业，导致市场竞争日趋激烈。

随着行业发展日益成熟，定制家具行业面临的市场竞争已经由发展之初的价格竞争升级到设计、品牌、质量、服务等多维度的综合竞争。公司如果不能在品牌建设、产品设计、信息化应用、管理水平等方面不断创新和持续改进，提高自身竞争优势，则日趋激烈的市场竞争可能给公司经营带来不利影响。

（二）房地产行业波动进一步加剧给公司大宗业务开展带来的风险

报告期内，公司大宗业务收入分别为 7,801.16 万元、19,985.25 万元、

19,933.60万元、13,609.92万元，占主营业务收入的比例分别为9.48%、21.90%、17.45%、21.04%，大宗业务已成为公司收入的重要补充。公司大宗业务主要与房地产、装修装饰等公司合作，开展精装修楼盘室内橱柜、玄关柜等柜类产品的供货与安装业务，受融资“三道红线”、供地“两集中”等政策影响，公司部分大宗业务客户资金压力加大，影响到公司大宗项目的开发进度和货款回收，增加公司大宗业务坏账风险。

目前公司已停止了与新力地产、奥园地产等流动性问题比较突出的大宗业务客户新业务的合作，并全面提升了客户信用风险甄别和收紧信用政策，稳健推进大宗业务的发展。虽然近年来国家出台多项促进房地产健康发展的支持政策，但如果房地产市场持续不景气，房地产公司信用风险持续加剧，对公司开展大宗业务及下游市场需求带来不利影响，从而对公司经营业绩产生持续负面影响。

三、业务季节性波动风险

定制家具行业的季节性与居民的商品住房购买和商品房的交房时间有关，也与居民旧房二次装修需求有关，由于气候差异对装修效果的影响、装修完毕过新年的消费习惯以及春节因素影响，公司定制家具产品的销售存在一定的季节性，通常一季度销售收入相对较低，二季度开始销售收入逐步增长，三、四季度进入销售旺季。业务的季节性波动导致公司上半年的经营业绩远低于全年平均水平。另外，公司定制化产品也无法通过提前生产储备存货以应对销售旺季。

公司业务的季节性波动，会给产能的充分释放及盈利均衡性带来一定影响，公司经营业绩存在季节性波动的风险。鉴于公司在同一年度内各季度营业收入分布不均衡，公司提醒投资者不能简单以公司某季度或者中期的财务数据来推测公司全年经营成果及财务状况。

四、经营风险

（一）原材料价格波动的风险

定制家具产品生产所需的原材料主要包括板材、五金配件、台面等，报告期内，直接材料占公司主营业务成本的比例分别为66.98%、65.96%、67.56%和65.55%，直接材料价格的波动对公司生产成本的影响较大。公司已采取了诸如与

供应商建立长期合作关系、改进生产工艺流程等成本控制措施，尽可能降低原材料价格波动对公司造成的不利影响。未来如果原材料市场价格出现大幅波动，可能对公司经营业绩和盈利水平造成不利影响。

（二）劳动力价格上涨的风险

随着宏观经济形势的变化、国家地区经济发展政策的不断调整，南下广东的外出务工人员较以往有所减少，公司单位人工成本呈逐年上升趋势。虽然公司通过加强内部管理、提高生产自动化水平等方式来控制劳动力成本的上升，使劳动力成本在公司产品构成中保持合理水平。但是如果国内劳动力成本持续上涨或出现用工短缺等情形，将对公司的生产经营和盈利能力造成不利影响。

（三）品牌形象遭受损害的风险

经过多年的专注发展，公司的“诗尼曼”品牌已在市场竞争中形成了一定的竞争优势，拥有良好的知名度及美誉度，对公司产品销售、提升市场占有率，扩大市场份额起着至关重要的作用。

若公司在经营过程中出现因产品和服务质量、经销商安装设计不达预期、售后服务等问题引起消费者不满或投诉，将有损公司的品牌形象。另外，公司目前聘请品牌代言人，在提升品牌形象的同时，也可能存在因品牌代言人突发事件、广告文案设计不当等引发品牌危机的风险，若这些事件发生，将直接或间接地对公司的品牌形象及市场推广带来不利影响。

（四）房屋产权瑕疵风险

截至本招股说明书签署日，公司位于广州市番禺区的生产经营用地及附属建筑物为租赁取得，其中建筑面积约 **36,473.76** 平方米的地上建筑物因政府土地用途规划变更等原因无法办理产权证，存在产权瑕疵的房屋建筑物面积占公司总经营用房屋面积的比例约为 **21.27%**，且主要用于公司仓库、展厅和宿舍等辅助经营活动，用于生产车间的无产权房屋面积占公司总经营用房屋面积的比例为 **6.75%**，占比较低。

目前，公司湖北荆门生产基地一期项目已经顺利投产，二期项目已列入本次募集资金投资项目。与此同时，公司在广州番禺生产基地周边购置了土地用于办公、生产等经营场所建设，可以保障未来生产经营的需要。虽然政府部门已出具

了相关证明，但在租赁期内，上述公司使用的无产权建筑仍存在被政府部门处罚或责令拆除的潜在风险，进而导致公司面临提前搬迁的风险，从而对公司正常经营产生不利影响。

（五）注册商标被侵犯、产品设计被模仿带来的风险

经过多年发展，公司凭借优秀的产品质量和新颖的设计风格，已将诗尼曼品牌打造成为定制衣柜行业的知名品牌。定制家具行业产品研发设计的难度较大，对行业人员的要求较高，行业内部分中小企业研发和创新的基础较低、产权意识薄弱，在自身产品设计时往往直接采用模仿抄袭的手段。如果出现公司产品设计被模仿、品牌或注册商标受到他人的侵权或侵害等情况，将会对公司品牌形象及产品销售产生不利影响。

（六）“AI 家居”品牌业务发展存在的风险

公司 2019 年底新推出了“AI 家居”定制家具品牌，主要面向年轻消费群体的个性化需求，将营销触角下沉到社区，更加贴近消费者。目前“AI 家居”品牌仍处于开拓初期，经销商数量快速上升的同时，部分经销商尚未形成稳定的销售订单，单店销售额不高。虽然公司经过多年积累已具备了较强的品牌运营和推广能力、更具设计感与个性化产品的研发设计和生产能力，并组建了专业的“AI 家居”品牌营销团队，但同时新品牌的后续推广依然存在销售渠道拓展不到位、消费者培育尚需时间、品牌知名度短期内难以打开等风险，从而影响“AI 家居”新业务的持续发展，进而对公司经营业绩增长产生不利影响。

（七）新型冠状病毒肺炎疫情导致的经营风险

2020 年初，新型冠状病毒肺炎疫情在全球范围内陆续暴发，各地陆续出台关于延迟复工、限制物流与人流等疫情防控措施，对各行各业造成了不同程度的影响，公司 2020 年经销模式销售收入受疫情等因素影响下降 5.59%。2022 年，受输入型病例影响，新冠疫情在国内部分地区如上海、广州等出现反复，多地区实行封控管理，对公司经营业绩带来不利影响。近期国家进一步优化疫情防控政策，适度放开疫情管控，各地积极推进复工复产，保经济、促销费，但是疫情反复及防控政策仍存在不确定性，公司业绩受此影响依然存在一定不确定性。

五、财务风险

（一）应收款项大幅增加带来的坏账损失风险

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 6,948.15 万元、11,406.52 万元、15,892.00 万元、14,964.56 万元，应收票据余额分别为 1,212.18 万元、2,168.48 万元、1,497.80 万元、414.37 万元，合同资产余额分别为 0 万元、279.49 万元、610.47 万元、608.88 万元，截至最近一期末应收款项主要为大宗业务模式下应收货款，且随着公司经营规模的不断扩大，上述应收款项均可能进一步持续增加。

公司大宗业务客户主要为房地产公司、装修装饰公司等，2021 年以来，受融资“三道红线”、供地“两集中”等政策影响，公司部分房地产客户因融资受限出现经营恶化或现金流问题，信用风险凸显，公司面临上述应收款项无法全部按期收回的风险。公司已对涉房客户欠款余额情况进行了审慎梳理和逐一评估，并针对 2020 年前所涉恒大消费券业务应收款项余额，大宗业务模式下新力地产、奥园集团等客户应收款项单项认定和计提了坏账准备。截至 2022 年 9 月末，上述应收款项合计计提了 1,721.52 万元坏账准备，坏账准备综合计提比例为 32.61%

虽然公司已根据自身实际经营情况，针对上述应收款项计提了充分坏账准备，且当前房地产行业增速放缓、部分房企信用风险凸显未对公司大宗业务开展产生明显不利影响。但如果未来出现政府持续加大房地产行业调控力度或房企信用风险进一步加剧，公司将面临因应收账款无法收回而进一步产生大额坏账损失的风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（二）净资产收益率下降的风险

报告期内，公司加权平均净资产收益率分别为 25.49%、17.82%、20.07%和 6.05%。本次募集资金到位后，公司的净资产规模将在短时间内大幅增长，但是募集资金投资项目需要一定的建设期，项目全面达产也需要一定的时间，预计本次发行后公司的净资产收益率与以前年度相比将会出现一定下滑。因此，公司存在短期内净资产收益率下降的风险。

（三）企业税收优惠政策变化风险

公司取得了《高新技术企业证书》，并于 2021 年 12 月通过高新技术企业重新认定，根据相关税收优惠政策，公司按 15% 的税率计缴企业所得税。报告期内，公司享受的税收优惠金额分别为 633.78 万元、497.29 万元、655.39 万元和 **142.94 万元**，占利润总额的比例分别为 8.76%、8.37%、8.78% 和 **6.07%**。若未来公司高新技术企业证书到期后，不能持续被认定为高新技术企业，则需要按照 25% 税率缴纳企业所得税。因此，若上述税收优惠政策发生变化，或公司未来不能持续保持高新技术企业资格，则将对公司的盈利能力产生一定负面影响。

六、管理风险

（一）业务规模快速扩大带来的风险

报告期内，公司业务规模一直保持快速增长态势，经营业绩得到快速提升，公司组织架构和管理体系日益完善，公司已积累了较丰富的经营管理经验。本次发行后，借助资本市场力量，公司的资产和经营规模将继续扩大，公司经营管理的复杂程度也会逐步提高。若公司无法有效应对快速发展过程中的经营风险，公司的经营业绩将可能受到不利影响。

（二）经销商管理风险

区域经销模式是公司核心业务模式，公司已建立覆盖全国的经销商销售网络，截至 **2022 年 9 月 30 日**，公司拥有“诗尼曼”和“AI 家居”品牌经销商 **1,838 家**，经销商门店 **1,868 家**。公司已制订了较为完善的经销商管理制度，经过多年发展，已与主要经销商建立了良好的业务关系，但是公司经销商数量多，地域分布广泛，未来若出现经销商违反公司规定、损害公司品牌形象等情况，或者公司的管理能力和服务水平的提升未能跟上经销商业务发展速度，则可能对公司经营造成不利影响。

（三）实际控制人不当控制的风险

本公司控股股东和实际控制人为幸福民、丁淑娟夫妻，两人合计持有本公司 64.75% 的股份，占绝对控股地位，其他股东持有公司股份数量比较分散。本次发行后幸福民、丁淑娟夫妇持股比例仍远超其他股东持股比例。虽然公司已建立起较完善的法人治理结构，但仍然不能完全杜绝幸福民、丁淑娟夫妇利用其控股股东地位，通过行使表决权或其他方式，对公司业务经营、投资决策、人事安排、

利润分配等方面实施影响和不当控制，进而损害到公司及公司其他股东利益。

七、募集资金投资项目风险

（一）募投项目实施风险

本次募集资金投资项目可行性分析是基于当前市场环境、技术发展趋势、公司研发能力和技术水平、市场未来拓展情况等因素做出。公司对这些项目的技术、市场、管理等方面进行了慎重、充分的调研和论证，认为募集资金投资项目有利于提升公司产能、完善信息化程度、增强公司未来的持续盈利能力。但项目在实施过程中可能受到市场环境变化、工程进度、工程管理、产品市场销售状况等变化因素的影响，致使项目的开始盈利时间和实际盈利水平与公司预测出现差异，从而影响项目的投资收益。如果投资项目不能顺利实施，或实施后由于市场开拓不力投资收益无法达到预期，公司可能面临投资项目失败的风险。

（二）新增产能消化的风险

未来随着公司募集资金投资项目的建成达产，公司定制衣柜、定制橱柜的产能将迅速扩大，这将及时地满足公司业务增长的需求。近年来，定制家具全行业高速发展，在行业高景气度背景下，公司的生产能力、渠道建设以及经营成果也同步大幅提升，持续增长的市场需求为公司募集资金投资项目的成功实施提供了有力的保障。但是若未来市场增速低于预期或者公司市场开拓不力、营销推广不达预期，则可能面临新增产能不能被及时消化的风险。

八、发行失败风险

公司本次申请首次公开发行股票并在创业板上市，发行结果将受到公开发行时证券市场整体情况、公司经营情况、投资者对创业板的认可程度等多种内、外部因素的影响，存在因认购不足而导致的发行失败风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	广州诗尼曼家居股份有限公司
英文名称	Guangzhou Snimay Home Collection Co.,Ltd.
注册资本	7,249.5054 万元
法定代表人	幸福民
成立日期	2013 年 6 月 8 日
整体变更为股份公司日期	2017 年 8 月 31 日
公司住所	广州市番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗（主厂房、办公楼）
邮政编码	511447
电话	（020）84821193
传真	（020）84821193
互联网址	http://www.snimay.cn/
电子邮箱	info@snimay.com
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
董事会办公室负责人	阮仁宗（董事会秘书）
董事会办公室联系电话	（020）84821193

二、发行人设立及重大资产重组情况

（一）有限公司的设立情况

2013 年 6 月 8 日，公司前身广州市诗意家具有限公司设立（2014 年 11 月更名为诗尼曼有限），注册资本 3 万元，其中幸福民认缴出资额 2.97 万元、乔英认缴出资额 0.03 万元。广州金本色会计师事务所对本次设立出资进行审验，出具了“金会验字【2013】80 号”《验资报告》，截至 2013 年 5 月 28 日，公司已收到各出资方的出资款合计 3 万元，均为货币出资。

2013 年 6 月 8 日，诗意家具在广州市番禺区市场监督管理局完成设立登记，领取了注册号为 440126000367825 的《企业法人营业执照》。

诗意家具设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	占注册资本比例（%）
1	幸福民	2.97	99.00
2	乔英	0.03	1.00
合计		3.00	100.00

（二）股份公司的设立情况及设立方式

2017年7月31日，广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“广会审字【2017】G14044790040号”《审计报告》确认，截至变更基准日2017年6月30日，诗尼曼有限经审计的净资产为138,841,792.42元。广东联信资产评估土地房地产估价有限公司出具“联信（证）评报字【2017】第A0499号”《资产评估报告》确认，截至评估基准日2017年6月30日，诗尼曼有限净资产评估值为14,470.64万元。

2017年8月15日，经发行人创立大会暨第一次临时股东大会全体发起人一致同意，诗尼曼有限以截至2017年6月30日经审计的净资产138,841,792.42元为基础，以整体变更方式发起设立股份公司，其中71,045,153.00元折为公司股份71,045,153股，每股面值1元，股本总额71,045,153元，其余净资产67,796,639.42元计入资本公积，公司名称变更为广州诗尼曼家居股份有限公司。广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）为此出具了“广会验字【2017】G14044790062号”《验资报告》。

2017年8月31日，股份公司取得了广州市番禺区市场监督管理局核发的统一社会信用代码为914401130701819863的营业执照。股份公司的发起人及其持股情况如下：

序号	发起人	股份性质	持股数量(万股)	持股比例（%）
1	幸福民	自然人股东	3,859.71	54.33
2	红塔创新（SS）	国有法人股	1,012.50	14.25
3	丁淑娟	自然人股东	834.55	11.75
4	深圳典堂	境内非法人股	417.27	5.87
5	深圳诗意	境内非法人股	417.27	5.87
6	红星美凯龙	境内法人股	354.52	4.99

序号	发起人	股份性质	持股数量(万股)	持股比例(%)
7	幸福强	自然人股东	104.38	1.47
8	丁朝晖	自然人股东	104.32	1.47
合计		—	7,104.52	100.00

注：股东名称后 SS（即 State-owned Shareholder 的缩写）标识的含义为国有股东，下同。

（三）发行人股本和股东变化情况

报告期内，发行人股本和股东未发生变化。

（四）发行人重大资产重组情况

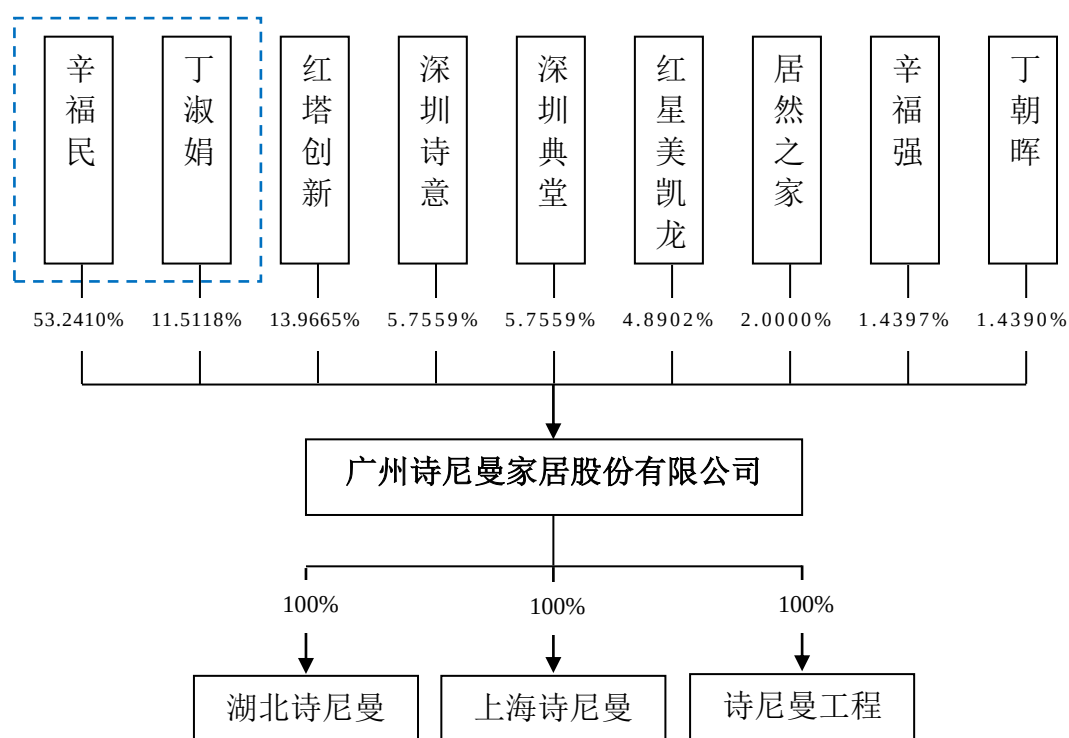
报告期内，发行人不存在重大资产重组的情况。

三、发行人在其他证券市场的上市或挂牌情况

自设立以来，发行人未在其他证券市场上市或挂牌。

四、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司的股权结构如下图所示：



注：幸福民、丁淑娟为夫妻关系，共同持有公司 64.75% 的股份，为公司实际控制人。

五、发行人控股子公司、参股公司、分公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有 3 家子公司和 3 家分公司，不存在参股公司。

（一）发行人控股子公司

1、湖北诗尼曼

公司名称	诗尼曼家居湖北有限公司
统一社会信用代码	91420802MA48Y5T99J
成立日期	2017 年 3 月 30 日
注册资本	10,000 万元
注册地址	湖北省荆门市东宝区工业园华晟一路
主要生产经营地	湖北省荆门市东宝区工业园华晟一路
法定代表人	温春梅
股东构成	诗尼曼持有 100%股权
经营范围	木质家具的研发、制造与批零兼营；五金灯具及家居配套产品的研发、制造与批零兼营；金属门窗的研发、制造与批零兼营；家具、门窗安装；室内装饰、装修、设计服务；床上用品、窗帘、布艺类产品制造与批零兼营；木门窗、楼梯制造；金属建筑装饰材料制造；智能化安装工程服务；厨房设备、厨房用品、日用杂品批零兼营；卫生盥洗设备、卫生洁具及用具批零兼营；建材、装饰材料及装饰物品批发；陶瓷、玻璃器皿批零兼营；木质装饰、金属装饰及陶瓷装饰材料零售；金属结构件设计服务；家具及家用电器用品出租服务；家具和相关物品修理；建筑工程后期装饰、装修和清理；建筑工程施工服务；建筑劳务分包（不含劳务派遣）；土石方工程服务；工程排水施工服务。（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）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事定制家居产品设计、生产业务；系发行人在湖北的生产基地

最近一年及一期，湖北诗尼曼经大华会计师事务所审计后的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31
总资产	23,239.92	22,790.91
净资产	10,652.47	2,788.56
项目	2022 年 1-9 月	2021 年度
净利润	-136.09	331.74

2、上海诗尼曼

公司名称	上海诗尼曼工程服务有限公司
统一社会信用代码	91310112MA1GE25G8G
成立日期	2021 年 1 月 25 日
注册资本	500 万元
注册地址	上海市闵行区元江路 5500 号第 1 幢
主要生产经营地	上海市闵行区元江路 5500 号第 1 幢
法定代表人	温春梅
股东构成	诗尼曼持有 100%股权
经营范围	许可项目：住宅室内装饰装修；各类工程建设活动；建筑智能化工程施工；建筑劳务分包（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：家具制造；家具销售；家具安装和维修服务；门窗销售；门窗制造加工；金属门窗工程施工；建筑材料销售；日用产品修理；日用百货销售；五金产品批发；技术玻璃制品销售；灯具销售；专业设计服务；针纺织品销售；地板销售；地板制造；木材加工；楼梯销售；楼梯制造；建筑装饰材料销售；厨具卫具及日用杂品批发；卫生洁具销售；卫生陶瓷制品销售；日用玻璃制品销售；土石方工程施工（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事发行人在华东地区的大宗客户业务管理工作

最近一年及一期，上海诗尼曼经大华会计师事务所审计后的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31
总资产	493.10	267.65
净资产	194.57	243.49
项目	2022 年 1-9 月	2021 年度
净利润	-48.92	-256.51

3、诗尼曼工程

公司名称	诗尼曼家居（广州）工程有限公司
统一社会信用代码	91440113MA9YCN3A3P
成立日期	2022 年 3 月 29 日
注册资本	5,000 万元
注册地址	广州市番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗（主厂房、办公楼）

主要生产经营地	广州市番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗（主厂房、办公楼）
法定代表人	温春梅
股东构成	诗尼曼持有 100%股权
经营范围	家具制造；家具销售；金属制日用品制造；家用纺织制成品制造；门窗制造加工；竹制品制造；楼梯制造；地板制造；专业设计服务；日用品出租；照明器具销售；金属制品销售；家居用品销售；家用电器安装服务；建筑陶瓷制品销售；家用电器零配件销售；门窗销售；金属材料销售；日用品销售；建筑用金属配件销售；卫生陶瓷制品销售；五金产品批发；化工产品销售（不含许可类化工产品）；日用品批发；家具零配件销售；建筑装饰材料销售；灯具销售；日用木制品销售；建筑材料销售；金属门窗工程施工；针纺织品销售；卫生洁具销售；日用杂品销售；家用视听设备销售；土石方工程施工；家具安装和维修服务；智能家庭消费设备销售；厨具卫具及日用杂品批发；家用电器销售；建筑防水卷材产品销售；针纺织品及原料销售；建筑智能化工程施工；建筑劳务分包；住宅室内装饰装修；货物进出口
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事发行人大宗客户业务

最近一年及一期，诗尼曼工程经大华会计师事务所审计后的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31
总资产	581.68	—
净资产	505.77	—
项目	2022 年 1-9 月	2021 年度
净利润	5.77	—

（二）发行人分公司情况

截至本招股说明书签署日，本公司共有3家分公司，主要业务均为公司定制家具产品的销售，具体情况如下：

名称	住所	成立时间	经营范围
广州诗尼曼家居股份有限公司越秀分公司	广州市越秀区东风东路733号之二自编701、702、703、704、705、706、707、708、709、710、711、712、713、714、715房	2018.9.21	家具批发；家具零售；灯具零售；五金零售；木质装饰材料零售；金属装饰材料零售；家居饰品批发
诗尼曼家居湖北有限公司武昌分公司	武汉市武昌区徐东路30号欧亚达家居DS004徐东店4楼A4-30、A4-31号	2019.9.27	木质家具、五金灯具及家居配套产品、金属门窗、床上用品、窗帘、布艺产品批零兼营；家具、门窗安装；凭公司许可证在授权范围内经

			营。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）
广州诗尼曼家居股份有限公司北京分公司	北京市朝阳区十八里店乡周庄村 108 号居然之家十里河家居建材市场 4 号馆 2 层 017 号	2022.8.16	一般项目：家具销售；灯具销售；建筑装饰材料销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

六、主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发行人控股股东及实际控制人

公司控股股东、实际控制人为幸福民先生和丁淑娟女士，两人为夫妻关系。截至本招股说明书签署日，幸福民持有公司股份 3,859.71 万股，占总股本的 53.24%；丁淑娟持有公司股份 834.55 万股，占总股本的 11.51%。幸福民与丁淑娟合计持有公司股份 4,694.26 万股，合计持股比例为 64.75%。

幸福民先生 1967 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，曾先后荣获广州市产业领军人才、番禺区产业高端人才、番禺区杰出产业人才等荣誉称号。身份证号码为：370722196703*****。现任公司董事长、总经理。

丁淑娟女士 1972 年 6 月出生，中国国籍，拥有美国永久居留权，本科学历，身份证号码为：360111197206*****。现任公司董事、副总经理。

幸福民先生、丁淑娟女士简历，参阅本节“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况”。

（二）持有发行人 5%以上股份的其他股东

除实际控制人幸福民和丁淑娟外，持有发行人 5%以上股份的股东有红塔创新、深圳诗意、深圳典堂。

1、红塔创新

截至本招股说明书签署日，红塔创新持有公司 1,012.50 万股股份，占总股本的 13.97%。红塔创新基本情况如下：

公司名称	红塔创新投资股份有限公司

统一社会信用代码	91530000719409800K
成立日期	2000 年 6 月 15 日
注册资本	90,000.00 万元
法定代表人	李双友
注册地址	云南省昆明市五华区昆明高新区海源北路与科新路交叉口海源高新天地商业广场 1 幢 21 层 2108 号
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构
主营业务及其与发行人主营业务的关系	股权投资；与发行人主营业务无关

红塔创新的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	云南合和（集团）股份有限公司	47,250.00	52.50
2	烟台万华合成革集团有限公司	13,500.00	15.00
3	华润深国投投资有限公司	6,750.00	7.50
4	华熙国际投资集团有限公司	4,500.00	5.00
5	云南兴云投资有限公司	4,500.00	5.00
6	冰轮环境技术股份有限公司	4,500.00	5.00
7	万华化学集团股份有限公司	4,500.00	5.00
8	云南白药集团股份有限公司	2,250.00	2.50
9	国信证券股份有限公司	2,250.00	2.50
合计		90,000.00	100.00

2、深圳诗意

深圳诗意系公司管理层及核心骨干持股平台。截至本招股说明书签署日，深圳诗意持有公司 417.27 万股股份，占总股本的 5.76%。深圳诗意基本情况如下：

公司名称	深圳诗意投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440300MA5DE8FM16
成立日期	2016 年 6 月 8 日
出资额	813.68 万元
执行事务合伙人	宋效荣
注册地址	深圳市南山区南头街道玉泉路麒麟花园 A 区 3 栋 104
经营范围	股权投资（不得从事证券投资活动；不得以公开方式募集资金开展投资活动；不得从事公开募集基金管理业务）；投资咨询（不含限

	制项目）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	员工持股平台；与发行人主营业务无关

深圳诗意合伙人出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	在公司的职务	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	宋效荣	普通合伙人	财务副总监	83.72	10.29
2	陈佳春	有限合伙人	部门总监	10.68	1.31
3	莫健勤	有限合伙人	原部门经理，已离职	3.90	0.48
4	程巧玲	有限合伙人	部门总监	7.83	0.96
5	李家军	有限合伙人	部门总监	9.76	1.20
6	陆绍伦	有限合伙人	部门总监	15.63	1.92
7	唐亮	有限合伙人	行政管理人员	15.22	1.87
8	阮仁宗	有限合伙人	财务总监、董秘	62.64	7.70
9	李国臣	有限合伙人	部门经理	8.30	1.02
10	闵雄	有限合伙人	部门总监	39.06	4.80
11	伍华辉	有限合伙人	部门总监	9.09	1.12
12	胡滢	有限合伙人	子公司负责人	15.69	1.93
13	蒋芙蓉	有限合伙人	部门总监	47.09	5.79
14	陈学兵	有限合伙人	子公司负责人	55.00	6.76
15	舒满意	有限合伙人	部门总监	11.21	1.38
16	刘雷	有限合伙人	部门总监	25.53	3.14
17	童川川	有限合伙人	部门总监	9.36	1.15
18	高剑华	有限合伙人	部门总监	11.41	1.40
19	罗北海	有限合伙人	部门负责人	37.49	4.61
20	华伟梅	有限合伙人	财务副经理	15.25	1.87
21	刘海	有限合伙人	部门总监	9.56	1.18
22	谢忠甫	有限合伙人	部门经理	10.88	1.34
23	钟润添	有限合伙人	部门总监	25.26	3.10
24	胡京涛	有限合伙人	部门负责人	36.16	4.44
25	彭建兵	有限合伙人	部门经理	2.93	0.36
26	李若男	有限合伙人	部门经理	3.90	0.48
27	梁少兵	有限合伙人	财务经理	9.75	1.20
28	徐玉先	有限合伙人	证券事务代表	7.80	0.96

序号	合伙人名称	合伙人性质	在公司的职务	出资金额（万元）	出资比例（%）
29	邹伦	有限合伙人	部门经理	3.90	0.48
30	幸福强	有限合伙人	子公司负责人	139.51	17.14
31	曾强	有限合伙人	部门负责人	19.50	2.40
32	朱文隼	有限合伙人	部门总监	9.75	1.20
33	邓尧	有限合伙人	部门总监	5.85	0.72
34	曾小梅	有限合伙人	部门总监	9.75	1.20
35	黎四保	有限合伙人	一般员工	1.95	0.24
36	赵堂平	有限合伙人	一般员工	1.95	0.24
37	李象杰	有限合伙人	行政人员	1.95	0.24
38	李晓平	有限合伙人	一般员工	1.95	0.24
39	夏邢邢	有限合伙人	一般员工	3.90	0.48
40	辛坤禄	有限合伙人	一般员工	1.95	0.24
41	陈金才	有限合伙人	一般员工	3.90	0.48
42	何军	有限合伙人	一般员工	1.95	0.24
43	方旭	有限合伙人	部门总监	3.90	0.48
44	郑学堤	有限合伙人	已退休员工	1.95	0.24
合计				813.68	100.00

3、深圳典堂

深圳典堂系公司管理层及核心骨干持股平台。截至本招股说明书签署日，深圳典堂持有公司 417.27 万股股份，占总股本的 5.76%。深圳典堂基本情况如下：

公司名称	深圳典堂投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440300MA5DEB5J10
成立日期	2016 年 6 月 12 日
出资额	813.68 万元
执行事务合伙人	温春梅
注册地址	深圳市南山区南头街道玉泉路麒麟花园 A 区一期 3 栋 104
经营范围	股权投资（不得从事证券投资活动；不得以公开方式募集资金开展投资活动；不得从事公开募集基金管理业务）；投资咨询（不含限制项目）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	员工持股平台；与发行人主营业务无关

深圳典堂合伙人出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	在公司的职务	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	温春梅	普通合伙人	董事、副总经理	191.11	23.49
2	黄伟国	有限合伙人	副总经理	78.54	9.65
3	丁朝晖	有限合伙人	部门负责人	223.87	27.51
4	周光辉	有限合伙人	部门总监	36.09	4.44
5	冉波	有限合伙人	部门总监	26.91	3.31
6	刘国栋	有限合伙人	部门总监	25.33	3.11
7	袁旺飞	有限合伙人	部门负责人	19.50	2.40
8	毕燕芳	有限合伙人	部门经理	19.50	2.40
9	杨辉	有限合伙人	部门负责人	19.50	2.40
10	邹鑫宇	有限合伙人	部门总监	11.70	1.44
11	谢琳	有限合伙人	部门经理	30.71	3.77
12	邓迎斌	有限合伙人	部门经理	10.68	1.31
13	段复入	有限合伙人	部门总监	9.75	1.20
14	刘英存	有限合伙人	部门经理	9.23	1.13
15	龙良青	有限合伙人	部门总监	7.80	0.96
16	肖林明	有限合伙人	部门总监	7.80	0.96
17	刘向春	有限合伙人	原部门总监，已离职	7.80	0.96
18	苏绮文	有限合伙人	部门经理	5.85	0.72
19	刘洁洁	有限合伙人	部门总监	5.85	0.72
20	邹文意	有限合伙人	部门经理	5.85	0.72
21	马遥	有限合伙人	部门总监	5.85	0.72
22	郑振鸿	有限合伙人	部门经理	3.90	0.48
23	张双玲	有限合伙人	部门经理	3.90	0.48
24	肖杰	有限合伙人	部门经理	3.88	0.48
25	王德虎	有限合伙人	部门经理	3.88	0.48
26	肖仲锋	有限合伙人	原部门经理，已离职	3.88	0.48
27	刘付国强	有限合伙人	部门经理	3.88	0.48
28	邱泽波	有限合伙人	部门经理	3.81	0.47
29	李鹏涛	有限合伙人	部门经理	3.74	0.46
30	李斌	有限合伙人	部门经理	3.74	0.46
31	刘苏波	有限合伙人	部门经理	3.74	0.46
32	周彦宇	有限合伙人	部门总监	3.68	0.45

序号	合伙人名称	合伙人性质	在公司的职务	出资金额（万元）	出资比例（%）
33	张健	有限合伙人	部门经理	3.68	0.45
34	付可兴	有限合伙人	部门经理	2.93	0.36
35	林嘉鸿	有限合伙人	部门经理	2.93	0.36
36	卢柏良	有限合伙人	部门经理	2.93	0.36
合计				813.68	100.00

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，除发行人及子公司外，公司控股股东和实际控制人不存在控制其他企业的情况。

报告期内，公司控股股东和实际控制人幸福民、丁淑娟曾经控制的企业如下：

企业名称	持股情况	业务情况
广州远讯科技有限公司	幸福民持股 100%（由李明远代持 99%，廖华炜代持 1%）	拟从事智能锁产品的研发、生产和销售，存续期间未实质性开展业务，并于 2021 年 2 月注销

广州远讯科技有限公司（以下简称“远讯科技”）为李明远、廖华炜于 2019 年 1 月共同投资设立，注册资本 500 万元（实缴出资为 0 元），法定代表人为李明远。根据对李明远、廖华炜、幸福民的访谈，李明远、廖华炜持有的远讯科技股权实际为公司实际控制人幸福民所有。

远讯科技原拟从事智能锁的研发、生产和销售，设立后未实质性开展业务，并于 2021 年 2 月注销。

（四）控股股东和实际控制人持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人持有的本公司股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

七、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前，公司总股本为 7,249.5054 万股，本次公开发行新股总数不超过 2,420 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量），占发行后总股本的比

例不低于 25%，如果本次发行采用超额配售选择权的，则行使超额配售选择权而发行的股票数量不超过本次公开发行新股数量的 15%，且为本次发行的一部分，本次发行股票数量的上限应当根据超额配售选择权的行使结果相应增加。

本次发行仅限公司公开发行新股，公司原有股东本次不公开发售股份。股东大会授权董事会可根据具体情况调整发行数量，最终以中国证券监督管理委员会同意注册的发行数量为准。

假设本次公开发行的股票数量为 2,420 万股，本次发行前后，公司股本变动情况如下表：

单位：万股

股东名称	本次发行前股本结构		本次发行后股本结构	
	持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
一、有限售条件股份	7,249.5054	100.00%	7,249.5054	74.97%
幸福民	3,859.7101	53.24%	3,859.7101	39.92%
红塔创新（SS）	1,012.5000	13.97%	1,012.5000	10.47%
丁淑娟	834.5455	11.51%	834.5455	8.63%
深圳典堂	417.2727	5.76%	417.2727	4.32%
深圳诗意	417.2727	5.76%	417.2727	4.32%
红星美凯龙	354.5153	4.89%	354.5153	3.67%
居然之家	144.9901	2.00%	144.9901	1.50%
幸福强	104.3808	1.44%	104.3808	1.08%
丁朝晖	104.3182	1.44%	104.3182	1.08%
二、社会公众股	—	—	2,420.0000	25.03%
合计	7,249.5054	100.00%	9,669.5054	100.00%

（二）前十名股东及自然人股东在公司的任职情况

本次公开发行前，公司前十名股东及自然人股东在公司任职的具体情况如下：

序号	股东名称	股份性质	在公司任职情况
1	幸福民	自然人股东	董事长、总经理
2	红塔创新（SS）	国有法人股	—
3	丁淑娟	自然人股东	董事、副总经理
4	深圳典堂	境内非法人股	—

5	深圳诗意	境内非法人股	—
6	红星美凯龙	境内法人股	—
7	居然之家	境内非法人股	—
8	幸福强	自然人股东	子公司负责人
9	丁朝晖	自然人股东	部门负责人

间接持有发行人股份的自然人股东在发行人处任职情况，参阅本节“六、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他股东”。

（三）本次发行前各股东间的关联关系及持股情况

本次发行前，公司各股东间的关联关系及持股情况具体如下：

单位：万股

股东名称	关系说明	直接持股	间接持股	合计持股	持股比例
幸福民	实际控制人	3,859.71	—	3,859.71	53.24%
丁淑娟	幸福民妻子	834.55	—	834.55	11.51%
幸福强	幸福民胞弟	104.38	71.54	175.92	2.43%
丁朝晖	丁淑娟胞兄	104.32	114.80	219.12	3.02%
刘海	幸福民外甥	—	4.90	4.90	0.07%
程巧玲	刘海妻子	—	4.01	4.01	0.06%
刘洁洁	幸福民外甥女	—	3.00	3.00	0.04%
辛坤禄	幸福民姐夫	—	1.00	1.00	0.01%
合计		4,902.96	199.26	5,102.22	70.38%
宋效荣	财务副总监	—	42.93	42.93	0.59%
李国臣	宋效荣丈夫、 部门经理	—	4.25	4.25	0.06%
合计		—	47.18	47.18	0.65%

本次发行前，除上述股东存在亲属关系外，公司其他直接或间接股东均各自独立，不存在关联关系。

（四）本次发行前战略投资者持股情况

本公司本次发行前不存在战略投资者持股的情况。

（五）本次发行前国有股份情况及外资股份情况

1、国有股份情况

截至本招股说明书签署日，红塔创新持有发行人 1,012.50 万股，占总股本的 13.97%，其控股股东为云南合和（集团）股份有限公司，实际控制人为中国烟草总公司。因此，红塔创新持有发行人的股份为国有法人股。2018 年 3 月 28 日，中华人民共和国财政部出具《财政部关于确认广州诗尼曼家居股份有限公司国有股权管理事项的通知》（财建【2018】38 号），红塔创新所持有的诗尼曼的上述股份界定为国有法人股（SS）。

2、外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在外资股份。

（六）最近一年发行人新增股东情况

公司最近一年不存在新增股东情况。

（七）发行人股东公开发售股份情况

本次股票发行不涉及发行人股东公开发售股份的情况。

（八）发行人股东人数是否累计超过二百人

发行人穿透至自然人、国有资产管理机构、上市公司等公众公司、已办理登记备案的私募投资基金、符合监管要求的员工持股平台的股东人数共计 9 名，不存在股东穿透人数超过 200 人的情况。

（九）发行人是否存在“三类股东”

发行人不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划等“三类股东”。

（十）发行人私募基金股东登记情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中共有 5 名非自然人股东，其中居然之家为中国境内设立的私募基金，居然之家私募基金的备案、登记情况及其私募基金管理人名称、登记情况如下：

序号	股东名称	管理人名称	管理人登记号	基金编码
1	北京居然之家投资管理 中心（有限合伙）	中源怡居（北京）投资 基金管理有限公司	P1060787	SX1974

除此外，截至本招股说明书签署日，发行人非自然人股东中不存在其他以非公开方式向合格投资者募集设立投资基金的情形，未委托其他基金管理人管理其资产，亦未受托成为其他基金管理人管理资产，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规定的私募投资基金或私募基金管理人，无需办理私募基金或私募基金管理人备案登记手续。

（十一）发行人历史上签署过的对赌协议及解除情况

2015年7月、2017年6月和2017年11月三次增资扩股过程中，发行人及其股东与新进投资者红塔创新、红星美凯龙、居然之家签署了《增资扩股协议书》，协议内容涉及业绩承诺、IPO申报及上市等对赌条款，约定若发行人未完成业绩承诺或未能在约定的时间提交IPO申请材料或上市，则新进投资者有权要求发行人实际控制人幸福民或其指定的第三方以现金形式回购其所持有的全部或部分公司股权。

2020年12月、2021年12月，相关各方签署了《增资扩股协议之补充协议》、《增资扩股协议之补充协议二》，对原《增资扩股协议》中涉及的对赌条款进行变更，约定相关对赌条款自始无效，并且不以任何方式恢复效力。

八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况

1、董事简介

截至本招股说明书签署日，公司董事会由七名董事组成，其中三名为独立董事。公司现任董事均由公司董事会提名，并经股东大会选举产生，每届任期三年。公司现任董事会成员及其任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	幸福民	董事长	2020年7月—2023年7月
2	丁淑娟	董事	2020年7月—2023年7月
3	董岩	董事	2020年7月—2023年7月
4	温春梅	董事	2020年7月—2023年7月
5	徐志强	独立董事	2022年3月—2023年7月

6	李国华	独立董事	2020年7月—2023年7月
7	孙俊杰	独立董事	2020年7月—2023年7月

（1）幸福民先生：1967年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于山东大学，硕士研究生学历，曾先后荣获广州市产业领军人才、番禺区产业高端人才、番禺区杰出产业人才等荣誉称号。1994年7月至2002年7月先后任职于广州师范学院、中国出口商品网策划部；2002年8月至2015年5月，先后创立广州市番禺区大石诗尼曼入墙衣柜专卖店、广州市顶基装饰材料有限公司，经营纱窗与衣柜业务。2013年6月创立本公司，并先后担任公司执行董事兼经理、董事长兼总经理。

（2）丁淑娟女士：1972年6月出生，中国国籍，拥有美国永久居留权，毕业于南昌大学，本科学历。1995年8月至2002年5月，先后任职于广州市股市导报报业、广州家庭影院技术杂志社有限公司；2002年6月至2015年5月，先后任职于广州市番禺区大石诗尼曼入墙衣柜专卖店、广州市顶基装饰材料有限公司。2013年6月加入公司，担任公司研发负责人，2017年8月至今，担任公司董事及副总经理。

（3）董岩先生：1975年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1997年至2000年，先后任职于中信会计师事务所、清华同方股份有限公司；2000年至今，任职于红塔创新投资股份有限公司。此外，董岩曾担任河北先河环保科技股份有限公司、青岛科瑞新型环保材料集团有限公司董事，目前董岩还兼任天津惠德汽车进气系统股份有限公司董事、北京煜邦电力技术股份有限公司董事、新亚强硅化学股份有限公司董事、耕宇牧星（北京）空间科技有限公司董事、河北冀衡药业股份有限公司董事、郑州沃特节能科技股份有限公司董事，2015年6月至今，担任公司董事。

（4）温春梅女士：1979年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历，电子商务师（三级）。1998年5月至2003年8月，先后任职于广州豪人橱柜店、索菲亚家居股份有限公司；2004年7月至2013年5月，先后任职于广州市番禺区大石诗尼曼入墙衣柜专卖店、广州市顶基装饰材料有限公司。2013年6月加入公司，负责公司采购、大宗业务管理工作，2017年8月至今，担任公司董事、副总经理。除此外，目前还兼任公司全资子公司湖北诗尼曼、上海

诗尼曼、诗尼曼工程执行董事及经理。

（5）徐志强先生：1978 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，中国注册会计师，目前担任中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人及管理委员会委员。2014 年 7 月至今，兼任深圳市九问咨询有限公司执行董事及总经理，拥有丰富的上市公司审计、企业筹备上市、资产重组等实际操作经验，涉及的行业包括高科技、电子等。2022 年 3 月至今，担任公司独立董事。

（6）李国华女士：1981 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中南林业科技大学家具与室内设计工程专业在读博士，全国工商联家具装饰业商会副秘书长，上海月星新零售企业管理有限公司副总裁，具有丰富的行业，产业经验，熟悉家居定制领域企业的品牌、产品、设计、营销、渠道等，富有精湛的行业和学术经验。目前兼任广东月星寰博展览有限公司董事、玛格家居股份有限公司独立董事等。2017 年 8 月至今，担任公司独立董事。

（7）孙俊杰先生：1980 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，MBA，曾任职于碧桂园集团、长隆集团法务部门，现为广东广信君达律师事务所合伙人，兼任中华全国律师协会公司法专业委员会委员、中国人民政治协商会议广州市番禺区常委职务。2017 年 8 月至今，担任公司独立董事。

2、监事简介

截至本招股说明书签署日，公司监事会由三名监事组成，其中监事会主席一名，职工代表监事一名。职工代表监事由职工代表大会选举产生，其余监事由公司监事会提名，并经股东大会选举产生，任期三年。

公司现任监事会成员及其任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	蒋芙蓉	监事会主席	2020 年 7 月—2023 年 7 月
2	李家军	监事	2022 年 3 月—2023 年 7 月
3	高剑华	职工代表监事	2020 年 8 月—2023 年 7 月

（1）蒋芙蓉女士：1977 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，人力资源管理师（一级）。2002 年 4 月至 2014 年 12 月，先后任职于广东明朗智能科技股份有限公司、广州康耐登家居用品有限公司。2014 年 12 月加

入公司，担任公司人力资源总监。2017年6月至今，担任公司监事。

（2）李家军先生：1982年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。2001年3月至2013年5月，先后任职于索菲亚家居股份有限公司、广州润星家具材料有限公司、广州市顶基装饰材料有限公司。2013年6月加入公司，从事订单管理等工作，现任公司订单中心副总监。2022年3月至今，担任公司监事。

（3）高剑华女士：1982年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2001年1月至2004年4月，先后任职于中国电信肇庆市星讯分公司、国珠集团国珠吹瓶设备有限公司；2004年9月至2013年5月，先后任职于广州市番禺区大石诗尼曼入墙衣柜专卖店、广州市顶基装饰材料有限公司。2013年6月加入公司，从事客户管理工作，现任全屋定制事业部营销中心副总监。2017年8月至今，担任公司监事。除此外，目前还兼任公司全资子公司上海诗尼曼、诗尼曼工程监事。

3、高级管理人员简介

截至本招股说明书签署日，公司管理层由五人组成，设总经理一名，由董事会聘任或解聘，具体人员及其任期情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	辛福民	总经理	2020年8月—2023年8月
2	丁淑娟	副总经理	2020年8月—2023年8月
3	温春梅	副总经理	2020年8月—2023年8月
4	黄伟国	副总经理	2020年8月—2023年8月
5	阮仁宗	财务总监、董事会秘书	2020年8月—2023年8月

（1）辛福民先生：简历详见本节“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况”之“1、董事简介”。

（2）丁淑娟女士：简历详见本节“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况”之“1、董事简介”。

（3）温春梅女士：简历详见本节“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况”之“1、董事简介”。

（4）黄伟国先生：1976年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2000年1月至2011年12月，任职于广东东鹏文化创意股份有限公司（曾用名广东东鹏陶瓷股份有限公司）；2012年5月至2013年5月，任职于广州市顶基装饰材料有限公司。2013年6月加入公司，负责公司全屋定制业务管理工作，2017年8月至今，担任公司副总经理。

（5）阮仁宗先生：1972年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于上海财经大学，硕士研究生学历，中国注册会计师。1992年7月至2015年9月，先后任职于国营滁州电视机总厂、安徽康佳电子有限公司、康佳集团股份有限公司、深圳市正弦电气股份有限公司、香港宇阳控股（集团）有限公司，主要从事财务管理工作。目前兼任深圳弘远电气有限公司董事。2015年9月加入公司，担任公司财务部负责人，2017年8月至今，担任公司董事会秘书、财务总监。

4、其他核心人员简介

截至本招股说明书签署日，公司负责研发和技术工作的核心人员为丁淑娟、陈佳春、伍华辉、朱文全，具体情况如下：

（1）丁淑娟女士：简历详见本节“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员基本情况”之“1、董事简介”。

（2）陈佳春先生：1982年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，广州番禺区创新领军人才。2004年7月至2010年6月，先后任职于广东科艺普实验室设备研制有限公司、广州市至盛冠美家具有限公司，从事产品设计工作；2010年7月至2015年6月，任职于欧派家居集团股份有限公司、大亚科技集团有限公司圣象橱柜事业部，先后担任设计组长、首席设计师等职务。2015年7月加入公司，现任公司研发中心总监。

（3）伍华辉先生：1983年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科

学历。2006年5月至2009年12月，任职于广州市番禺大荣木业制品有限公司；2010年8月至2016年2月，任职于欧派家居集团股份有限公司工艺工程师、大亚科技集团有限公司圣象橱柜事业部，先后担任工艺主管、工艺技术经理等职务。2016年3月加入公司，现任公司全屋工艺技术负责人。

（4）朱文俊先生：1975年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于华南理工大学，硕士研究生学历。2008年4月至2018年6月，任职于广州广日电气设备有限公司、蒙娜丽莎集团股份有限公司，先后任职信息中心部长、总裁助理。2018年7月加入公司，现任公司信息中心负责人。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，除发行人外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员在其他企业的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位与本公司关系
温春梅	董事、副总经理	湖北诗尼曼	执行董事、经理	本公司子公司
		上海诗尼曼	执行董事、经理	本公司子公司
		诗尼曼工程	执行董事、经理	本公司子公司
董岩	董事	红塔创新投资股份有限公司	投资一部总经理	本公司股东
		天津惠德汽车进气系统股份有限公司	董事	无关系
		煜邦电力（688597.SH）	董事	无关系
		新亚强（603155.SH）	董事	无关系
		耕宇牧星（北京）空间科技有限公司	董事	无关系
		河北冀衡药业股份有限公司	董事	无关系
		郑州沃特节能科技股份有限公司	董事	无关系
		江西诺瑞环境资源科技有限公司	董事	无关系
徐志强	独立董事	中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人、管理委员会委员	无关系
		深圳市九问咨询有限公司	执行董事、总经理	无关系
李国华	独立董事	全国工商联家具装饰业商会	副秘书长	无关系
		上海月星新零售企业管理有限公司	副总裁	无关系
		广东月星寰博展览有限公司	董事	无关系
		玛格家居股份有限公司	独立董事	无关系

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位与本公司关系
孙俊杰	独立董事	广东广信君达律师事务所	合伙人	无关系
高剑华	监事	上海诗尼曼	监事	本公司子公司
		诗尼曼工程	监事	本公司子公司
阮仁宗	财务总监兼董秘	深圳鹏兴投资合伙企业（有限合伙）	合伙人	无关系
		宁波冠芯投资合伙企业（有限合伙）	合伙人	无关系
		深圳弘远博创投资合伙企业（有限合伙）	合伙人	无关系

除上述情况外，本公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在在其他企业兼职情况。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员中，除了幸福民和丁淑娟为夫妻关系外，不存在其他亲属关系。

（四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的重大协议及履行情况

公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员（不含独立董事和未在公司领取薪酬的董事、监事）均签署了《劳动合同》和《竞业限制及保密协议》。除此之外，本公司的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未与本公司签订其他协议。截至本招股说明书签署日，上述合同履行正常，未发生争议或违约情形。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近两年的变动情况

截至本招股说明书签署日，公司历次董事、监事及高级管理人员变动均履行了《公司章程》所规定的程序。根据《公司章程》规定，本公司董事、监事的任期为三年，可连选连任。

1、董事变动情况

2020年1月1日，公司董事为幸福民、丁淑娟、董岩、温春梅、刘剑华、李国华、孙俊杰；其中，幸福民担任董事长。

2022年1月，公司原独立董事刘剑华先生因个人原因辞职，2022年3月9

日，公司召开 2022 年第一次临时股东大会，审议通过《关于补选第二届董事会独立董事的议案》，选举徐志强先生为第二届董事会独立董事，此次变更后公司董事至今没有变化。

上述董事的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。

2、监事变动情况

2020 年 1 月 1 日，公司监事为蒋芙蓉、李秀秀、高剑华，其中蒋芙蓉担任监事会主席。

2022 年 2 月，公司原监事李秀秀女士因个人原因辞职，2022 年 3 月 9 日，公司召开 2022 年第一次临时股东大会，审议通过《关于更换公司监事的议案》，选举李家军先生为第二届监事会监事，此次变更后公司监事至今没有变化。

上述监事的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。

3、高级管理人员变动情况

2020 年 1 月 1 日，公司高级管理人员为辛福民、丁淑娟、温春梅、黄伟国、陈学兵、阮仁宗；其中，辛福民担任总经理，丁淑娟、温春梅、黄伟国、陈学兵担任副总经理，阮仁宗担任财务总监兼董事会秘书。

2020 年 8 月 14 日，公司召开第二届董事会第一次会议，同意聘任辛福民为总经理，丁淑娟、温春梅、黄伟国为副总经理，阮仁宗为财务总监及董事会秘书。陈学兵于 2020 年 8 月任职到期后未被续聘为副总经理。

上述高级管理人员的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。

4、其他核心人员变动情况

2020 年 1 月 1 日至本招股说明书签署日，公司其他核心人员为丁淑娟、陈佳春、伍华辉、朱文俊。

最近两年，公司其他核心人员未发生变动。

5、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员变动原因及对公司的影响

最近两年，公司董事、监事和高级管理人员变动系为适应公司经营发展、加强公司治理、完善法人治理结构而进行的调整，履行了必要的法律程序，符合法律、法规及有关规范性文件和《公司章程》的规定。最近两年，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员没有发生重大变化。

（六）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况如下：

单位：万元

姓名	公司任职	对外投资企业名称	主要业务	出资金额	注册资本	出资比例
幸福民	董事长、总经理	广州博骏家居科技有限公司	会议、展览、广告服务等	45.00	100.00	10.00%
		共青城信中利建信投资管理合伙企业（有限合伙）	股权投资	500.00	20,660.71	2.42%
		广州美厨智能家居科技股份有限公司（新三板 870284）	锅具用品、厨房小件	100.01	997.46	1.43%
董岩	董事	珠海红创合志投资合伙企业（有限合伙）	股权投资	500.00	2,500.00	20.00%
徐志强	独立董事	中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）	审计、验资等	30.00	2,360.00	1.27%
		深圳市九问咨询有限公司	国内贸易、企业信息咨询	10.00	10.00	100.00%
李国华	独立董事	北京川香佬餐饮管理股份有限公司	餐饮服务业	50.00	500.00	10.00%
孙俊杰	独立董事	广东潍商投资有限公司	投资咨询、企业管理服务等	700.00	1,000.00	70.00%
		广东广信君达律师事务所	法律服务业	10.00	1,000.00	1.00%
阮仁宗	财务总监、董事会秘书	深圳诗意	公司持股平台	62.64	813.68	7.70%
		宁波冠芯投资合伙企业（有限合伙）	股权投资、实业投资、投资咨询	300.00	1,000.00	30.00%
		深圳鹏兴投资合伙企业（有限合伙）	投资咨询	17.20	167.04	10.32%
		深圳弘远博创投资合伙企业（有限合伙）	投资咨询	200.00	920.00	21.74%
		赣州冠芯股权投资合伙企业（有限合伙）	股权投资、实业投资、投资	300.00	1,000.00	30.00%

姓名	公司任职	对外投资企业名称	主要业务	出资金额	注册资本	出资比例
			咨询			
温春梅	董事、副总经理	深圳典堂	公司持股平台	191.11	813.68	23.49%
蒋芙蓉	监事	深圳诗意	公司持股平台	47.09	813.68	5.79%
高剑华	监事	深圳诗意	公司持股平台	11.41	813.68	1.40%
李家军	监事	深圳诗意	公司持股平台	9.76	813.68	1.20%
黄伟国	副总经理	深圳典堂	公司持股平台	78.54	813.68	9.65%
陈佳春	研发总监	深圳诗意	公司持股平台	10.68	813.68	1.31%
伍华辉	全屋工艺技术负责人	深圳诗意	公司持股平台	9.09	813.68	1.12%
朱文佳	信息中心负责人	深圳诗意	公司持股平台	9.75	813.68	1.20%

注：阮仁宗通过深圳鹏兴投资合伙企业（有限合伙）和深圳弘远博创投资合伙企业（有限合伙）间接持有深圳弘远电气有限公司 16.77% 的股份；阮仁宗通过宁波冠芯投资合伙企业（有限合伙）间接持有东科半导体（安徽）股份有限公司 0.93% 的股份。

上述与发行人业务及其业务相关的对外投资主要涉及对发行人股东的投资，除此之外其他对外投资情况与发行人业务无关，与发行人及其业务不存在利益冲突。截至本招股说明书签署日，除上述投资外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均不存在其他对外投资情况。

（七）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有本公司股份及变动情况

1、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员持有本公司股份情况

（1）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员直接持有本公司股份情况如下：

单位：万股

姓名	在公司任职情况	直接持股	持股比例
幸福民	董事长、总经理	3,859.71	53.24%
丁淑娟	董事、副总经理	834.55	11.51%

（2）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员间接持有本公司股份情况如下：

单位：万股

姓名	在公司任职情况	持股平台	间接持股	持股比例
温春梅	董事、副总经理	深圳典堂	98.01	1.35%
蒋芙蓉	监事会主席、人力资源总监	深圳诗意	24.15	0.33%
高剑华	职工代表监事、部门总监	深圳诗意	5.85	0.08%
李家军	监事、部门总监	深圳诗意	5.01	0.07%
黄伟国	副总经理	深圳典堂	40.28	0.56%
阮仁宗	财务总监、董事会秘书	深圳诗意	32.12	0.44%
陈佳春	研发总监（核心技术人员）	深圳诗意	5.48	0.08%
伍华辉	全屋工艺技术负责人（核心技术人员）	深圳诗意	4.66	0.06%
朱文佺	信息中心负责人（核心技术人员）	深圳诗意	5.00	0.07%

注：上表中的间接持股数量系本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在深圳典堂、深圳诗意中的出资比例，乘以这2家合伙企业直接持有公司股份数量计算得出。

2、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员近亲属持有本公司股份情况

（1）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员近亲属直接持有本公司股份的情况如下：

单位：万股

姓名	近亲属关系	与公司关系	直接持股	持股比例
幸福强	幸福民胞弟	子公司负责人	104.38	1.44%
丁朝晖	丁淑娟胞兄	部门负责人	104.32	1.44%

（2）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员近亲属间接持有本公司股份的情况如下：

单位：万股

姓名	近亲属关系	与公司关系	持股平台	间接持股	持股比例
幸福强	幸福民胞弟	子公司负责人	深圳诗意	71.54	0.99%
丁朝晖	丁淑娟胞兄	部门负责人	深圳典堂	114.80	1.58%

辛坤禄	幸福民姐夫	一般员工	深圳诗意	1.00	0.01%

注：上表中的间接持股数量系本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近亲属在深圳典堂、深圳诗意中的出资比例，乘以这2家合伙企业直接持有公司股份数量计算得出。

截至本招股说明书签署日，本公司董事长、总经理幸福民与董事、副总经理丁淑娟为夫妻关系，幸福强为幸福民胞弟，丁朝晖为丁淑娟胞兄、辛坤禄为幸福民姐夫。五人合计直接持有 4,902.96 万股，间接持有 **187.34 万股**，合计占比为 **70.22%**。除此之外，本公司不存在董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的近亲属直接或间接持有本公司股份的情况。

3、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及近亲属持有本公司股份质押或冻结情况

截至本招股书签署日，上述董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接、间接持有本公司的股份不存在质押、冻结或权属不清的情况，不存在诉讼纠纷，亦不存在其他有争议的情况。

（八）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员薪酬情况

1、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬组成、确定依据、所履行的程序

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由基本工资、奖金、社会保险费和住房公积金组成，并依据其所处岗位、工作年限、绩效考核结果、市场薪资水平等综合确定。

公司董事会下设薪酬与考核委员会，负责制定绩效评价标准、程序、体系以及主要方案。根据《广州诗尼曼家居股份有限公司薪酬与考核委员会议事规则》，公司董事薪酬方案由薪酬与考核委员会拟定，报经董事会同意后，提交公司股东大会审议通过后实施；公司高级管理人员的薪酬方案由薪酬与考核委员会拟定，经董事会审议批准后实施。

2、报告期内董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占各期发行人利润总额的比例

报告期内，公司支付给董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占发行人各期利润总额比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
薪酬总额	403.02	514.62	467.59	490.51
利润总额	2,355.29	7,467.69	5,938.32	7,233.86
占比	17.11%	6.89%	7.87%	6.78%

3、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况及其他利益安排

2021 年度，公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司领取薪酬（含税）情况如下：

序号	姓名	职务	薪酬 (万元)	报告期内是否 在关联方 领取薪酬
1	辛福民	董事长、总经理	59.72	否
2	丁淑娟	董事、副总经理	43.63	否
3	温春梅	董事、副总经理	106.63	否
4	董岩	董事	—	是
5	徐志强	独立董事	—	否
6	李国华	独立董事	6.00	否
7	孙俊杰	独立董事	6.00	否
8	蒋芙蓉	监事会主席	35.93	否
9	李家军	监事	21.20	否
10	高剑华	职工代表监事	19.37	否
11	黄伟国	副总经理	75.17	否
12	阮仁宗	财务总监、董事会秘书	49.76	否
13	陈佳春	研发总监（核心技术人员）	37.62	否
14	伍华辉	全屋工艺技术负责人（核心技术人员）	22.49	否
15	朱文佳	信息中心负责人（核心技术人员）	46.29	否

注 1：董岩为外部董事，未在发行人领取薪酬或津贴，其在中国红塔创新处领取薪酬或津贴；

注 2：公司独立董事津贴标准为每人每年 6 万元（含税），徐志强于 2022 年 3 月增选为公司独立董事。

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在发行人及其关联企业领取薪酬、享受其他待遇或退休金计划。

九、已经制定或实施的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，公司股东深圳诗意、深圳典堂为专门设立的员工持股平台，各持有公司 5.76% 的股份，合计持有公司 11.52% 的股份。深圳诗意、深圳典堂的具体情况参阅本节“六、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有发行人 5% 以上股份的其他股东”相关内容。

（一）股权激励实施情况

为了进一步建立、健全公司激励机制，并对公司过往业绩做出过贡献的员工给予认可和奖励，实现公司长远利益与员工利益的进一步紧密结合，公司于 2015 年下半年推出了上市前员工股权激励方案，具体情况如下：

1、前期准备阶段

2015 年 5 月，公司实际控制人幸福民作为普通合伙人设立了广州典堂、广州诚诚两家普通合伙企业，拟作为员工持股平台。随后幸福民将其直接持有的公司 200 万元出资额转让给广州典堂，将其直接持有的公司 200 万元出资额转让给广州诚诚（后经 2015 年 12 月资本公积转增资本后，广州典堂、广州诚诚各持有公司出资额 417.2727 万元），计划用于以后实施的员工股权激励。

2015 年 8 月，公司召开董事会，审议并通过了《诗尼曼中高层管理人员和核心员工的股权激励方案》（以下简称“股权激励方案”），根据股权激励方案，本次纳入股权激励范围的对象主要为对公司过往做出较大贡献的部门副经理以上相关人员，个人可授予股份数量依据入职年限、岗位级别等综合评定。本次股权激励股份来源为广州典堂、广州诚诚的存量股份，激励方式为受让存量股份并成为诗尼曼间接股东。本次股权激励价格按 2015 年 7 月红塔创新增资价格（考虑资本公积转增资本影响）为基础，在此价格基础上打 5 折计算，最终本次股权激励价格确定为 1.95 元/出资额。

2、正式实施阶段

2015 年 12 月，公司召开董事会，审议并通过了纳入本次股权激励范围的人员名单、可授予股份数量。2015 年 5 月设立的广州典堂、广州诚诚系普通合伙企业，所有合伙人需承担无限连带责任，且基于当时广州当地收紧合伙企业的管理政策而无法变更为有限合伙企业，2016 年 6 月，被激励对象在深圳重新注册

了深圳典堂、深圳诗意两家有限合伙企业，并陆续从 2016 年 9 月始缴纳出资款项。2016 年 12 月，深圳典堂、深圳诗意以 1.95 元/出资额的价格各自受让了广州典堂、广州诗意分别持有的公司 417.2727 万元出资额。

3、后续员工持股平台合伙人的变更

报告期内，深圳典堂、深圳诗意存在一定数量的合伙人变更情形（包括原合伙人退伙及新合伙人入伙），合伙人存在变更的原因包括本次员工股权激励覆盖面较广且行业存在一定的人员流动性、公司员工激励实施时间较早导致上市等待周期较长等。对于原合伙人的退出，公司实际控制人幸福民指定由合伙企业普通合伙人或其他人员以授予价格（主动离职）或授予价格加固定利息（协商解约、年息 10%）受让退出者所持份额。对于收回的份额再次授予新合伙人或增加授予原合伙人时，按再次授予时点的公允价值，确认股份支付费用。

（二）权益定价的公允性

1、首次授予时公司股权公允价值的合理性分析

国众联资产评估土地房地产估价有限公司对公司截至 2016 年 6 月末的股东权益市场价值进行了评估，出具了国众联评报字（2022）第 2-0532 号评估报告，本次评估选取的方法包括市场法、收益法两种方法，考虑到发行人与同行业可比上市公司在发展阶段、收益水平、经营规模等方面存在一定的差异，以及上市公司与非上市公司之间的流动性等差异，最终选择收益法作为最终评估结果，经评估，公司 2016 年 6 月末股东权益市场价值为 3.60 亿元，对应每股公允价值为 5.33 元，对应市盈率为 52.77 倍，公司以上述评估结果作为公司 2016 年首次股权激励时的公司股权公允价值具有合理性。

2、后续授予时公司股权公允价值的合理性分析

2017 年公司增加授予股权激励时，参考 2017 年 6 月、2017 年 11 月**红星美凯龙**、居然之家认购公司新增股本的价格 9.48 元/股作为公司股权公允价值，该次增资以投后估值约 6.8 亿元进行定价，是和外部投资者充分沟通协商后的价格，价格相对公允，因此公司以此次外部投资者增资价格作为 2017 年新增授予股权激励时公司股权公允价值具有合理性。

国众联资产评估土地房地产估价有限公司对公司截至 2018 年末、2020 年末

的股东权益市场价值进行了评估，分别出具了国众联评报字（2021）第 2-1821 号、国众联评报字（2021）第 2-1822 号评估报告，本次评估选取的方法包括市场法、收益法两种方法，最终选择收益法作为最终评估结果，其中 2018 年末公司股东权益市场价值的最终评估结果为 7.01 亿元，对应 2018 年末每股公允价值为 9.67 元，市盈率为 13.25 倍；2020 年末公司股东权益市场价值的最终评估结果为 7.95 亿元，对应 2020 年末每股公允价值为 10.97 元，市盈率为 13.89 倍，公司以上述评估结果分别作为公司 2018-2019 年、2021 年新增授予股权激励时的公司股权公允价值具有合理性。

（三）员工持股相关奖励、资助、补贴安排

发行人首次实施股权激励时，员工认购资金部分自筹，部分由公司实际控制人幸福民使用个人信贷资金资助，截至 2019 年 9 月末，上述资助资金均已全部归还实际控制人。除此外，不存在发行人向员工提供财务资助或为其贷款提供担保的情况。

（四）员工持股计划对公司的影响

1、对公司经营状况、控制权的影响

通过实施员工持股，发行人建立、健全了激励机制，调动了核心和骨干员工的积极性和创造性，有利于公司的长期发展和价值增长。员工持股计划实施前后，公司控股股东、实际控制人未发生变化，员工持股计划的实施对公司控制权变化无影响。

2、股份支付费用的确认情况

（1）员工持股平台关于服务期的约定

根据深圳典堂、深圳诗意历次《合伙协议》，持股平台约定的相关服务期内容如下：

在诗尼曼公司就上市（指股票在证券交易所交易，下同）事宜向证券交易所递交申请材料并受理之前，合伙人存在下列情形之一，并导致劳动关系被解除或终止的，视为不具备合伙人资格，应当退伙：

①诗尼曼公司根据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同

法》等法律、行政法规终止或解除与合伙人之间的劳动关系，或合伙人违反与诗尼曼公司（包括其控股子公司，下同）签订的劳动合同，或违反向诗尼曼公司作出的承诺以及诗尼曼公司的规章制度，或违反职业道德、泄露公司机密、失职或渎职等行为，严重损害诗尼曼公司利益或声誉，导致诗尼曼公司与合伙人解除劳动关系的；

②合伙人向诗尼曼公司提出辞职或双方劳动合同到期但合伙人不愿意续签，导致合伙人与诗尼曼公司解除或终止劳动合同的；

③根据《中华人民共和国劳动合同法》第四十一条规定，因诗尼曼公司生产经营发生严重困难的、或因客观经济情况发生重大变化，致使合伙人与诗尼曼公司劳动合同无法履行的；

④合伙人因工伤死亡或丧失劳动能力，导致其无法履行与诗尼曼公司劳动合同的；

⑤合伙人非因工伤死亡或丧失劳动能力，导致其无法履行与诗尼曼公司劳动合同的；

⑥合伙人因岗位调整不再符合股权激励的准入条件或出现其他损害诗尼曼公司利益情形，导致其劳动关系被解除或终止的。

全体合伙人一致同意，本合伙企业所持诗尼曼公司的股票在诗尼曼公司上市后原则上锁定一年。自诗尼曼公司就上市事宜向证券交易所递交申请材料并受理之日起至诗尼曼公司上市满一年止，全体合伙人持有的本合伙企业份额不得通过任何方式（包括但不限于转让、用于担保或偿还债务等）进行处置。若中国证监会、证券交易所对股份锁定的要求有新的法律法规修订或**要求**，则以新的法律法规修订或**要求**为准。若合伙人同时担任诗尼曼公司董事、监事、高级管理人员或核心员工的，其股份锁定及转让应同时遵守《公司法》、《证券法》、证监会及证券交易所的相关规定。

（2）服务期的合理预计及股份支付费用的分摊确认情况

根据《企业会计准则》、《股份支付准则应用案例》等规定，并结合发行人员工持股平台相关约定，公司合理估计申报材料受理日期为2022年6月底，公司将股权授予日至该时点的期间作为服务期，并在此服务期内，分摊确认发行人

股份支付费用，并计入经常性损益。

发行人结合首次授予日后的实际离职情况、新增授予情况，参考各授予期间的公司股权公允价值，并结合服务期，在报告期内分摊确认股份支付费用分别为 433.84 万元、470.77 万元、663.63 万元和 **428.25 万元**，公司因实施员工股权激励确认的股份支付费用不涉及实际支出，未对公司财务状况造成重大影响。

截至本招股说明书签署日，员工持股计划已实施完毕，不存在未授予或未行权的情况，不涉及上市后的行权安排。

十、员工情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，公司（合并口径）的员工人数分别为 1,832 人、2,027 人、2,127 人、**1,828 人**。

（二）员工专业结构

截至 **2022 年 9 月 30 日**，公司（合并口径）员工结构情况如下：

专业构成		
专业结构	人数	占总员工比例
技术人员	240	13.13%
生产人员	819	44.80%
销售人员	618	33.81%
管理人员	151	8.26%
合计	1,828	100.00%
学历构成		
学历结构	人数	占总员工比例
本科及以上学历	258	14.11%
大专	536	29.32%
高中及中专	553	30.25%
初中及以下	481	26.31%
合计	1,828	100.00%
年龄分布		
年龄	人数	占总员工比例
30 岁（含）以下	618	33.81%

31-40 岁	825	45.13%
41-50 岁	281	15.37%
51 岁（含）以上	104	5.69%
合计	1,828	100.00%

（三）执行社会保障制度的情况

发行人按照《劳动法》、《劳动合同法》等相关法律法规，与员工签订劳动合同，双方按照劳动合同约定享有权利和履行义务。发行人根据国家及所在地劳动和社会保障法律法规和相关政策，为员工办理了各项社会保险，包括基本养老保险、医疗保险、失业保险、生育保险及工伤保险，同时建立了住房公积金制度，为员工缴存了住房公积金。

1、发行人及其子公司社会保险和住房公积金缴纳情况

报告期各期末，发行人及其子公司员工人数、社会保险、住房公积金缴纳人数情况如下：

项目	时间	员工人数	实缴人数	未缴纳人数
社会保险	2022 年 9 月 30 日	1,828	1,722	106
	2021 年 12 月 31 日	2,127	2,094	33
	2020 年 12 月 31 日	2,027	2,003	24
	2019 年 12 月 31 日	1,832	1,789	43
住房公积金	2022 年 9 月 30 日	1,828	1,543	285
	2021 年 12 月 31 日	2,127	1863	264
	2020 年 12 月 31 日	2,027	1,713	314
	2019 年 12 月 31 日	1,832	902	930

随着公司规范程度的不断提高，发行人社会保险、住房公积金缴纳比例不断提升。报告期各期末，未缴纳社会保险、住房公积金主要原因如下：

项目	未缴纳原因	未缴纳人数			
		2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
社会保险	退休返聘	16	21	14	12
	当月入职暂无法缴纳	77	8	3	20
	通过其他单位缴纳	2	2	2	4

	其他原因自愿放弃	11	2	5	7
	合计	106	33	24	43
住房公积金	退休返聘	17	21	13	12
	当月入职暂无法缴纳	77	8	3	19
	通过其他单位缴纳	—	1	2	2
	因个人原因自愿放弃	191	234	296	897
	合计	285	264	314	930

注：公司农村及外地户籍员工较多，其在城市购房意愿不强，且住房公积金在使用及提取等方面存在一些限制，该部分员工参加住房公积金的积极性不高，导致部分员工自愿放弃缴纳住房公积金。为进一步保障相关员工的权益，公司一方面为本地无住房的员工提供免费宿舍等福利，另一方面公司进一步通过说服、教育等方式争取更多员工缴纳住房公积金。

2、补缴社会保险和住房公积金对公司经营业绩的影响

报告期内，发行人及其子公司存在部分员工应缴未缴社会保险和住房公积金的情况。根据发行人及其子公司所在地执行标准要求的缴纳基数进行测算，符合条件员工应缴未缴社会保险、住房公积金金额及占利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
社会保险测算金额	104.73	206.48	102.32	153.36
住房公积金测算金额	20.24	33.92	46.07	101.53
合计测算金额	124.97	240.40	148.39	254.89
利润总额	2,355.29	7,467.69	5,938.32	7,233.86
占比	5.31%	3.22%	2.50%	3.52%

由上表，发行人及其子公司应缴未缴社会保险和住房公积金金额占各年度利润总额比例均较低，不会对发行人经营业绩产生重大不利影响。2020年社会保险费补缴测算金额较低，主要系疫情期间公司经营所在地政府推出多项社会保险费优惠政策支持企业复工复产所致。

3、相关主管部门出具的合规证明和实际控制人的承诺

（1）相关主管部门出具的合规证明

广州市番禺区人力资源和社会保障局、广州市医疗保障局、荆门市东宝区人力资源和社会保障局、荆门市东宝区社会保险基金结算中心、上海市社会保险事业管理中心等已出具相关证明，公司报告期内不存在因违反有关劳动和社会保障

法律法规而被行政处罚的情形。

广州住房公积金管理中心、荆门住房公积金管理中心城区办事处、上海市公积金管理中心等已出具相关证明，公司报告期内不存在因违反有关住房公积金法律法规而被行政处罚的情形。

（2）实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟已就公司的社会保险及住房公积金的缴纳事项作出承诺：“如公司及其子公司因有关政府部门或司法机关在任何时候认定公司及其子公司需补缴社会保险费（包括养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险）和住房公积金，或因社会保险费和住房公积金事宜受到处罚，或被任何相关方以任何方式提出有关社会保险费和住房公积金的合法权利要求，本人将无条件全额承担有关政府部门或司法机关认定的需由公司及其子公司补缴的全部社会保险费和住房公积金、罚款或赔偿款项，全额承担被任何相关方以任何方式要求的社会保险费和住房公积金或赔偿款项，以及公司及其子公司因上述事项所支付的所有相关费用。”

（四）劳务派遣情况

公司所处的定制家具行业存在明显的季节性特征，三、四季度销售旺季时用工需求旺盛，临时性的用工压力较大，为保障经营需求，公司采用劳务派遣方式作为一线用工需求的补充手段。

报告期各期末，公司劳务派遣用工情况如下：

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
期末劳务派遣用工人数	50	5	50	58
期末发行人员工总人数	1,828	2,127	2,027	1,832
期末劳务派遣用工占比	2.74%	0.24%	2.47%	3.17%

报告期内，发行人劳务派遣用工人数占员工总数的比例均未超过10%，主要从事生产操作工等临时性、辅助性和可替代性较强的岗位。

报告期内，公司合作的劳务派遣公司主要为茂名市俊豪企业管理咨询有限公司、湖北合凌人力资源有限公司、湖北纳杰人力资源有限公司等，合作单位均具有劳务派遣资质，并及时向劳务派遣员工支付薪酬等各类保障性支出。公司与上

述公司签署劳务派遣协议，及时结算劳务派遣费用，与劳务派遣公司、劳务派遣人员之间不存在争议和纠纷。

第六节 业务与技术

一、主营业务、主要产品或服务情况

（一）主营业务

公司主要从事定制衣柜、定制橱柜、铝合金门窗及其他全屋配套家具产品的研发、生产和销售业务，是国内定制家居行业的领军品牌之一。公司产品定位于中高端消费市场，以“创造健康、环保、时尚的家居生活”为使命，为消费者提供一站式、一体化、个性化的绿色高端定制家居服务。

公司深耕于定制家居行业，对行业具有深刻的理解和洞察能力，凭借着优秀的产品设计能力、良好的产品质量、完善的客户服务，公司“诗尼曼”品牌在定制家居行业取得了良好的市场口碑和品牌知名度。在“诗尼曼”品牌基础上，公司于2019年创立“AI家居”品牌，该品牌侧重于销售渠道的下沉和社区店的建设，主要面向80、90后消费者并为其提供更加个性化、生动活泼的定制家具产品。目前，公司已形成“诗尼曼”和“AI家居”双品牌差异化市场定位的发展模式，产品涵盖衣柜、书柜、酒柜、餐边柜、橱柜、榻榻米、床、门窗等全品类家居产品，形成多元化、全方位的大家居生态格局。

公司拥有较强的市场开拓能力，并建立了较为完善的经销渠道网络，截至**2022年9月30日**，公司拥有“诗尼曼”和“AI家居”品牌经销商共**1,838家**，经销商门店共**1,868家**，经销网络覆盖国内大部分三、四线及以上主要城市；此外，公司积极拓展大宗客户业务模式，公司产品已进入部分国内领先的地产商供应链并与其形成长期良好的合作关系。

经过长时间的研发创新，公司在定制家居领域积累了一定的技术优势。截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有专利权**488**项，计算机软件著作权**54**项，被国家知识产权局评定为“国家知识产权优势企业”。公司系高新技术企业、广东衣柜行业协会成员单位、广东省定制家居协会成员单位、《实木定制家居产品》团体标准和《定制家居产品安装服务规范》起草单位。公司拥有的“诗尼曼”商标分别被国家工商行政管理总局商标局和广东省著名商标评审委员会认定为“驰名商标”和“广东省著名商标”，公司整体衣柜产品被评为“广东省

名牌产品”。

自成立以来，公司一直从事定制衣柜等定制家具产品业务，主营业务未发生重大变化。

（二）主要产品或服务情况

公司拥有定制衣柜及其配套家具、定制橱柜和铝合金门窗三大产品体系。其中，定制衣柜及其配套家具主要包括卧室、书房、儿童房、客厅、餐厅等家居空间所需的涵盖衣柜、书柜、餐柜、酒柜、床等定制家具产品及沙发、床垫等配套家居产品，目前已形成包括唐顿庄园、格芮、摩绅、柔晶、Basic 贝思科儿童房、原素、至简等多个产品系列；定制橱柜主要指厨房定制类橱柜产品，现已形成茶卡、可可西里、枫丹白露、芬兰小镇等多个产品系列；铝合金门窗主要包括推拉门、推拉窗、卫浴门及阳光房等，目前已拥有诺曼底系列、星系列等多款门窗产品和巴黎春天阳光房系列。

公司主要产品系列及其代表产品展示如下：

产品系列	产品特点	产品图片
一、定制衣柜及其配套家具产品（“诗尼曼”全屋定制品牌）		
唐顿庄园	1、产品以中纤板做造型，门板采用红檀木吸塑做旧工艺 2、运用简洁、明晰的线条，表面精心涂饰和雕刻，打造出新古典主义风格	
布鲁斯	1、赤杨木纹，搭配金属拉丝拉手，高贵、优雅的气息 2、集收纳与展示功能于一体，更便捷、美观	

产品系列	产品特点	产品图片
柔晶	1、巧妙设计增加层次感、温暖感 2、方便日常生活需求	
星	1、电动巴士门外观美观、使用便捷、防尘静音 2、基于材质、色彩，给人“温暖、安全”的感觉	
至简	1、一体式拉手，一门到顶设计 2、现代化气息，体现追求极致、高效生活	
沁园春	1、花梨木与胡桃木色门板，配合传统的回纹图案 2、新古典中式风格，沉稳大气	

产品系列	产品特点	产品图片
博纳尔	1、大气而独特的色块搭配的设计手法 2、轻奢风格，兼具颜值、储物、装饰功能	
米兰达挂墙式衣帽间	简化线条与结构，体量轻巧，合理布局，抽屉薄抽	
榻榻米（百纳深抽）	采用百纳抽屉设计，由平移门配件、定向轮、抽屉等构成，满足超大的收纳空间的需求	

产品系列	产品特点	产品图片
二、定制衣柜及其配套家具产品（“AI 家居”全屋定制品牌）		
曼哈顿	潮流喷绘与几何元素的碰撞，打造出充满个性的摩登空间	
麦瑟尔	1、雅妮灰实木颗粒板搭配麦瑟尔系列造型门 2、柔和的暖灰色系与简明立体的门板的结合，营造出现代主义的利落美感与艺术优雅	
J	1、将现代元素与健康美学融合，以多变的材质与个性的喷绘点亮空间 2、智能系统与移门系统的搭配使用，释放自由精神与多元魅力 3、将休闲、娱乐、健身、收纳功能融于一体	

产品系列	产品特点	产品图片
悦享	1、经典的深色木纹与岩石纹理，构筑优雅的生活底蕴 2、岩柜一体设计提升柜体耐用性 3、一门到顶的玻璃掩门，满足城市精英高品质生活需求	

三、定制橱柜

茶卡	门板使用岩板，大面积中岛台，为人们提供一个开阔和欢乐的厨艺交流场所	
可可西里	以现代简约风为主，空间以木色为主调，同时注重功能出发，为空间做减法	
枫丹白露	采用明亮的雅光白作为空间主调，辅以木纹肌理点缀，构建了贴近自然的生活空间	

产品系列	产品特点	产品图片
芬兰小镇	1、北欧主义系列，整体丰富饱满 2、白色搭配木纹色，加上薄荷蓝拉手和明快色调的几何图形喷绘背景墙板	

四、铝合金门窗

诺曼底	1、1.4mm 壁厚断桥系统窗产品平台 2、角码与中梃连接件注胶工艺，提高了产品的抗风压强度和密封性 3、防倒灌排水孔盖配置和排水下框垂直隐藏式排水系统、提高了水密性能	
星	1、1.8mm 壁厚断桥系统窗产品平台，框扇平齐结构，外观更简洁；等温线设计 2、活动注胶角码，增加了角部强度与表面平整度，提高了产品的抗风压强度和密封性 3、隐藏排水结构，既能防倒灌雨水，又能保持产品外观一致性	

产品系列	产品特点	产品图片
推拉窗系列	1、断桥推拉窗，可以提高产品的保温性能隔热性能 2、产品采用高低轨结构设计，方便排水，防水性能优异 3、产品可配新风系统，使室内空气在密封的空间内也可以与室外大自然空气流通	
推拉门系列	1、极窄和中窄的型材可视面，视野开阔，具有高通透性 2、使用缓冲器，可自动减缓门扇启闭，防止夹手，实现人性化安全防护，避免了撞击声，保证了室内的安静 3、三轨连动开启方式，操作更人性化	

（三）主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入分别为 82,324.10 万元、91,241.34 万元、114,218.02 万元、**64,683.83 万元**，呈稳健增长态势，公司主营业务收入的主要构成情况如下：

单位：万元

产品名称	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
定制衣柜及配套家具	52,907.74	81.79%	92,989.89	81.41%	69,073.75	75.70%	67,800.43	82.36%
定制橱柜	10,831.99	16.75%	18,474.90	16.18%	18,149.41	19.89%	10,638.90	12.92%
铝合金门窗	944.10	1.46%	2,753.23	2.41%	4,018.17	4.40%	3,884.77	4.72%
合计	64,683.83	100.00%	114,218.02	100.00%	91,241.34	100.00%	82,324.10	100.00%

（四）主要经营模式

公司拥有独立、完整、适合自身发展的采购、生产及销售体系，形成了自身的经营模式。

1、采购模式

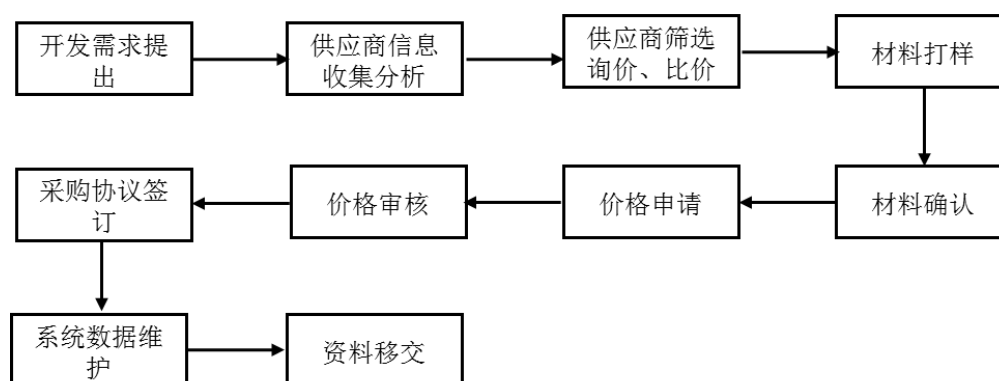
公司设置采购中心，负责公司采购管理制度的建立健全，规范采购工作流程，供应商开发及价格谈判，建立健全供应商档案，对供应商进行管理并定期评估等，具体原材料采购由 PMC 中心根据公司生产经营需要合理安排采购计划及采购预算，并组织贯彻执行，确保物料的及时准确供应。

此外，公司与采购相关的部门还包括研发中心、工艺技术部、品管中心等，其中研发中心负责新物料产品的开发及确认；工艺技术部负责协助新供应商工艺评估、提供相关工艺技术标准及新增设备软件需求的提出与验收；品管中心负责对供应商的品质进行监控、改善、跟踪及供应商来料品质检验。

（1）供应商管理

为保证产品品质及控制采购成本，公司制定了严格的供应商管理控制制度，包括《新供应商开发管理制度》、《供应商月度考核管理办法》、《供应商满意度调查管理办法》等。

需求部门依据需求提出物料申请后，采购中心先根据需求进行材料市场信息收集，对供应商进行评估，对其在品质、交期、价格、数量、配合度等方面进行严格评审，经评估合格后，纳入合格供应商名录。采购中心优先在合格供应商名录中选择供应商进行打样，跟进进度，并由研发、工艺、品管等部门负责相关材料技术、颜色、质量相关工作的配合与样品确认。样品确认后，采购中心依据供应商资料，进行价格申请、协议签订等工作，并由财务中心对采购中心申请的价格进行审核。最后，由 PMC 中心依据采购中心移交的资料进行相关采购工作。



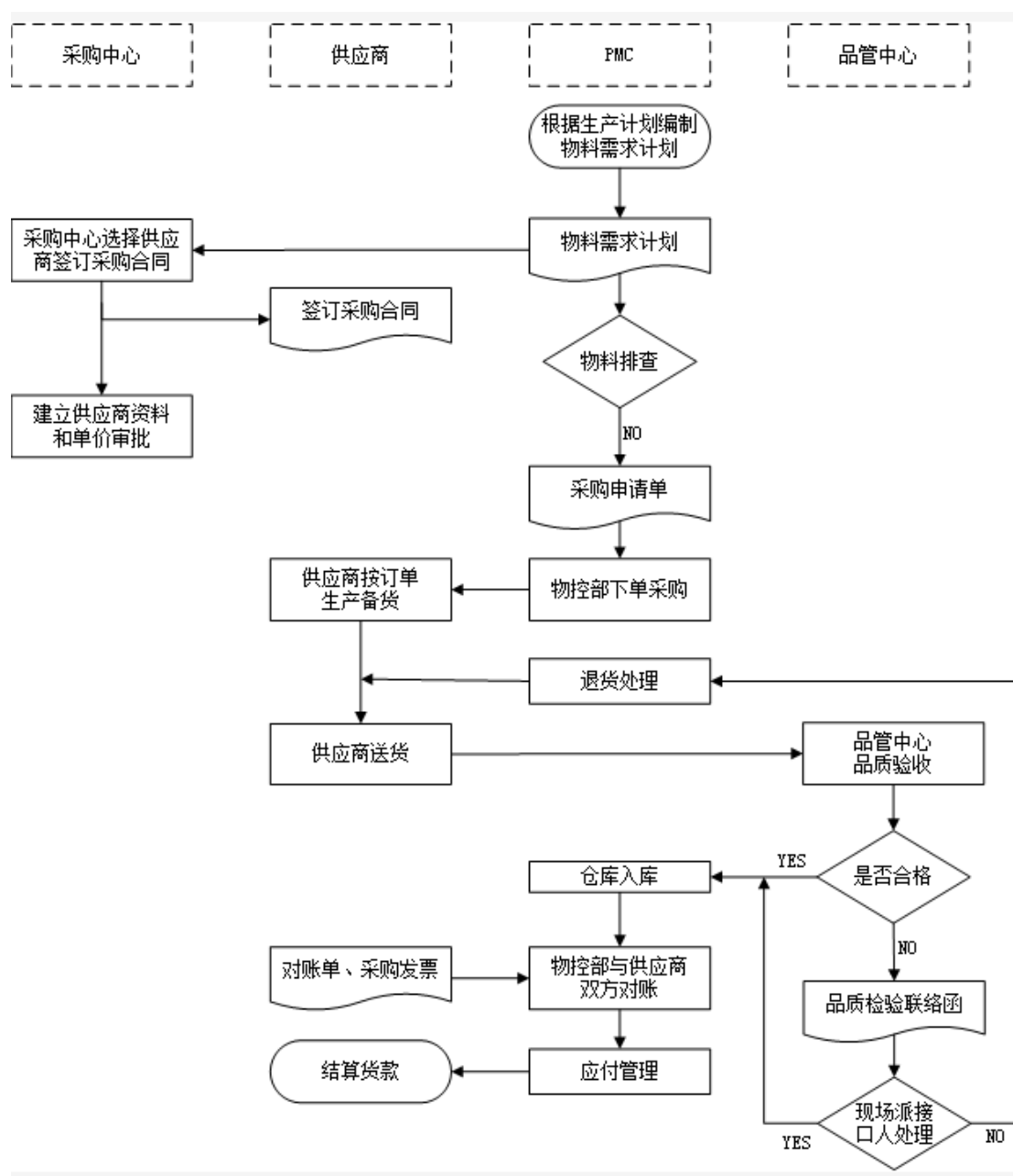
公司构建了较为完整的供应商分析考核体系，对公司合格供应商进行月度考

核，以确保其对公司提供合格的产品和服务。采购中心、品管中心、PMC 中心每月按照《供应商考核标准》及《供应商月度考核表》分别对供应商进行各自职责范围内的评估，采购中心每季度对考核数据收集、处理后对供应商进行星级评定，并将结果报上级领导审批。考核结果确定后，采购中心依照审批结果，对供应商进行激励、辅导、淘汰以及开发新供应商等处理。

（2）采购管理

为满足公司正常物料需求，并有效地对物料进行需求计划、采购和管控，公司制定了严格的物料采购管控流程。对于公司的物料采购，PMC 中心根据销售预测转化的生产计划编制物料需求计划，并对下厂订单进行物料排查，最终下采购订单给供应商进行备货，并要求供应商按采购订单的交货期、数量及双方约定的相关质量标准交货。原材料经品管中心检验合格后，由仓库管理员盘点数量并入库保管存放，若检验不合格则进行退货处理。完成采购入库后，物控部按双方约定结算方式与供应商进行对账、跟进发票及结算货款事宜。

公司物料采购管控流程图如下：



2、生产模式

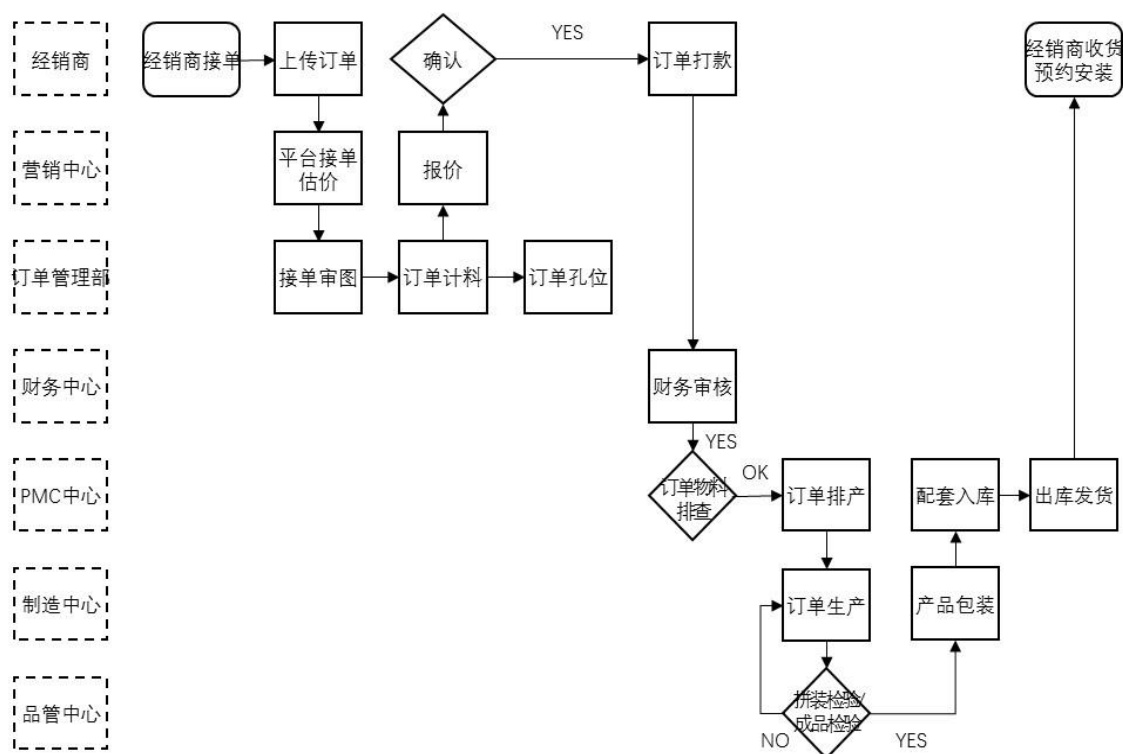
公司产品为定制化产品，公司按照订单化生产模式组织生产。在综合衡量生产效率、产能利用、产品质量的情况下，公司采用以自主生产为主、部分工序和产品辅以委外加工的模式组织生产活动。

（1）自主生产

客户在下达订单后，营销中心和订单管理部进行接单审图、订单计料、报价等处理，经财务审核和客户付款完成后接受该订单并下厂生产。PMC 中心根据公司不同类型订单的交期情况，结合车间产能和物料供应情况，合理制定生产计

划及物料储备并进行订单排产。制造中心根据 PMC 中心下达的生产指令，合理调动、利用车间资源组织生产活动，执行生产计划，按期完成订单交付。订单生产完成后，由品管中心对产品进行拼装检验/成品检验，全部检验合格后由物流部出库发货。信息中心为整个订单生产各个环节提供技术支持，并依据需求对相关系统模块进行维护和更新。

公司生产控制流程如下：



（2）委外加工

①外加工内容

受限于公司产能和规模经济性考虑，公司将部分工序和产品进行委外加工，如板材覆膜压贴、铝材喷涂、大宗业务产品加工等。

报告期内，公司委外加工金额及占营业成本比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
板材覆膜压贴	3,264.74	7.25%	6,034.36	7.72%	4,893.60	7.66%	4,653.90	8.57%
铝材喷涂	35.15	0.08%	163.96	0.21%	218.38	0.34%	194.21	0.36%

大宗业务产品加工	2,175.49	4.83%	2,523.10	3.23%	2,521.01	3.94%	728.43	1.34%
其他委外加工	97.43	0.22%	86.63	0.11%	0.95	0.00%	5.53	0.01%
合计	5,572.81	12.38%	8,808.05	11.28%	7,633.95	11.94%	5,582.07	10.28%

报告期内，公司大宗客户业务产品主要采取委外加工的方式进行生产，主要原因：A、报告期内公司自有产能有限，仅能满足经销模式下定制化产品的生产；B、大宗业务具有单个项目金额大、订单不均衡以及产品标准化程度高的特点，不适合与公司目前柔性化生产线进行并线生产，通过委托专业的加工厂进行专线生产，可以节约产能、提高生产效率。随着大宗业务规模的不断扩大，公司在募投项目建设内容中已设置大宗业务专线投资，将逐步减少委外生产比重。

发行人采用委外加工的相关工艺、产品不涉及关键工序或关键技术，相关加工服务的市场成熟、竞争激烈、价格透明，供应商可替代性较强。因此不影响发行人的业务独立性和完整性。

②委外加工供应商情况

报告期内，公司主要委外加工供应商、委外加工金额及占营业成本比例情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	委外内容	金额	占营业成本比例
2022年1-9月	1	东莞市圣马帝诺家具有限公司	大宗业务产品加工	1,088.01	2.42%
	2	中山市君成家具制造有限公司	大宗业务产品加工	1,086.34	2.41%
	3	湖北欧杰诺新材料科技有限公司	板材覆膜压贴	1,034.46	2.30%
	4	广东粤山新材料科技有限公司	板材覆膜压贴	505.79	1.12%
	5	六安市伟杰板业有限公司	板材覆膜压贴	396.41	0.88%
		合计	—	4,111.01	9.13%
2021年度	1	东莞市圣马帝诺家具有限公司	大宗业务产品加工	1,404.12	1.80%
	2	湖北欧杰诺新材料科技有限公司	板材覆膜压贴	1,234.83	1.58%
	3	六安市伟杰板业有限公司	板材覆膜压贴	1,063.50	1.36%
	4	广东粤山新材料科技有限公司	板材覆膜压贴	1,046.06	1.34%
	5	广州天之湘装饰材料有限公司	板材覆膜压贴	1,038.61	1.33%
		合计	—	5,787.12	7.41%

2020年度	1	东莞市圣马帝诺家具有限公司	大宗业务产品加工	1,310.06	2.05%
	2	广州天之湘装饰材料有限公司	板材覆膜压贴	1,255.23	1.96%
	3	六安市伟杰板业有限公司	板材覆膜压贴	1,182.42	1.85%
	4	中山市君成家具制造有限公司	大宗业务产品加工	1,167.11	1.83%
	5	佛山市三水粤山装饰实业有限公司	板材覆膜压贴	845.60	1.32%
		合计	—	5,760.41	9.01%
2019年度	1	广州天之湘装饰材料有限公司	板材覆膜压贴	1,256.29	2.31%
	2	六安市伟杰板业有限公司	板材覆膜压贴	1,129.74	2.08%
	3	广州华坊洲木业有限公司	板材覆膜压贴	1,053.80	1.94%
	4	佛山市三水粤山装饰实业有限公司	板材覆膜压贴	964.90	1.78%
	5	东莞市圣马帝诺家具有限公司	大宗业务产品加工	512.79	0.94%
		合计	—	4,917.51	9.05%

注：佛山市三水粤山装饰实业有限公司于2021年1月更名为广东粤山新材料科技有限公司。广州天湘板业有限公司与广州天之湘装饰材料有限公司系同一控制下企业，上表已合并披露为广州天之湘装饰材料有限公司。

报告期内主要外协供应商与公司均不存在关联关系。

③质量控制措施

公司在委外加工供应商的选取过程中严格执行相关控制制度和管控流程。公司结合产品质量要求、加工工艺需求，并全面评估委外加工供应商的综合资质（包括生产规模、产线配置、员工熟练度、供货速度等方面），最终确定某项工序或产品的外协加工供应商，并与其签订委外加工协议，建立长期合作关系。公司负责委外加工过程中所需的板材、五金等主要原材料的统一采购，并向委托加工商提供加工要求说明、产品设计图纸等，委外加工商根据公司要求组织规模化生产。

为进一步加强委外加工质量管理，公司指派责任人对委外加工生产过程进行监控，公司品质、技术相关人员定期或不定期对外协厂商进行现场检查，对委外产品进行定期、不定期质量抽查，以保证产品质量。

3、销售模式

公司拥有“诗尼曼”和“AI家居”两个自有品牌，二者销售模式有所差异，其中“诗尼曼”品牌产品采用以经销模式为主，大宗业务与直营模式为辅的销售

模式，“AI 家居”品牌产品则全部通过经销模式进行销售。报告期内，公司各销售模式实现的销售收入情况如下：

单位：万元

销售模式	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销模式	49,451.12	76.45%	90,639.29	79.36%	68,928.77	75.55%	73,007.26	88.68%
直营模式	1,622.79	2.51%	3,645.13	3.19%	2,327.32	2.55%	1,515.67	1.84%
大宗业务模式	13,609.92	21.04%	19,933.60	17.45%	19,985.25	21.90%	7,801.16	9.48%
合计	64,683.83	100.00%	114,218.02	100.00%	91,241.34	100.00%	82,324.10	100.00%

（1）经销模式

经销模式是在指定的区域内，公司授权符合要求的经销商按照公司要求开设经销门店，销售“诗尼曼”或“AI 家居”品牌产品的一种销售模式。公司采取买断式销售方式与经销商进行合作。

①经销商总体情况

经过多年发展，公司已经建立了较为完善的经销网络体系，经销商覆盖国内主要城市和地区。截至 2022 年 9 月 30 日，公司拥有“诗尼曼”品牌全屋定制类（含定制衣柜及配套家具、定制橱柜）经销商 1,025 家，门店 1,055 家；“诗尼曼”品牌门窗类经销商 79 家，门店 79 家；“AI 家居”品牌经销商 734 家，门店 734 家。

A、报告期内，公司“诗尼曼”品牌定制衣柜、定制橱柜经销商及其门店分布情况如下：

区域	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	经销商家数	经销商店面数	经销商家数	经销商店面数	经销商家数	经销商店面数	经销商家数	经销商店面数
华东	296	303	285	287	313	314	312	315
华中	158	158	158	158	182	182	182	182
华北	178	185	165	176	162	169	153	161
华南	150	157	143	148	163	167	161	164
西南	112	114	114	116	133	135	128	132
西北	101	102	94	95	90	91	79	81
东北	30	36	34	38	32	33	31	32

合计	1,025	1,055	993	1,018	1,075	1,091	1,046	1,067

B、报告期内，公司“诗尼曼”品牌铝合金门窗类经销商及其门店分布情况如下：

区域	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	经销商家数	经销商店面数	经销商家数	经销商店面数	经销商家数	经销商店面数	经销商家数	经销商店面数
华东	31	31	50	50	81	81	97	97
华中	15	15	25	25	38	38	51	51
华北	4	4	4	4	10	10	15	15
华南	13	13	26	26	43	43	45	45
西南	12	12	23	23	40	40	46	46
西北	3	3	3	3	5	5	6	6
东北	1	1	1	1	2	2	1	1
合计	79	79	132	132	219	219	261	261

C、公司于2019年筹划设立“AI家居”品牌，2019年底，公司开始该品牌的经销渠道布局并着手对外招商工作，截至**2022年9月30日**，公司共拥有“AI家居”品牌经销商**734家**，其中华东、华北、华中、华南区域经济发达，经销商相对集中，四区域合计经销商数量占“AI家居”品牌经销商总数量的比例为**78.20%**。

报告期内，公司经销商体系不断优化完善，以经销商为主的销售渠道稳步发展，是公司收入的主要来源，为公司经营业绩增长和市场占有率提升提供了有力保障。

②经销商管理

为了加强对经销商的管理，公司制定了切实有效的管理制度，包括经销商资格认定管理、经销商店铺选址与设置、经销商订货量管理、经销商价格管理、经销商培训管理、货款结算管理等。

A、经销商资格认定管理

公司制定了招商管理办法，对经销商加盟申请人的行业经验、个人履历、团队现状、资金实力、店面现状等情况进行综合评价。

对于新增经销商，公司收到申请人向公司提交的资格认定申请后，由区域经理按既定标准对申请人进行综合考核，符合要求并报请销售负责人审批后，方可获得经销资格。对于省会及以上市场的经销商还需经公司总经理审批后方可获得经销资格。获得经销资格的经销商须按照规定完成经销合同签署、从业人员培训、门店设计装修等程序。

对于现有经销商，公司每年对其经销资格进行考核和再认定，考核内容主要包括：年度销售任务完成情况、门店与渠道建设情况、推广活动开展情况、终端服务满意度情况（包括售前、安装、售后）、货款结算信用情况、有无重大经营失误和社会投诉情况等。

对于经过资格认定的新老经销商，公司与其签订年度产品经销合同，约定双方的责任、权利、义务。

B、经销商店铺选址与设置

经销商在选择店面位置时需要向公司提出设店申请并由公司进行审核。为保证公司店面位置选择合适，门店数量布局合理，有效提升终端渠道的辐射能力和竞争水平，由区域经理对新店选址进行现场考察，为经销商选择门店地址和店面数量合理布局提供专业性指导。

公司在综合考核经济发展水平、商圈发展状况、店铺方位、面积等条件后，对于符合要求的经销商店面，由销售负责人予以审批，并按公司统一的品牌风格、SI 规范进行展示设计，经销商需按相关要求要求进行装修展示。

由于“诗尼曼”与“AI 家居”品牌定位存在差异，因此店铺选址管理也有所不同，“诗尼曼”品牌对于店铺选址要求较高，一般主要在大型家居卖场、大型商场、繁荣商圈等位置，且对店铺面积有一定要求；“AI 家居”品牌则侧重于销售渠道的下沉，更注重社区店的建设，更加贴近消费者的服务半径和便于市场开拓。

C、经销商订货量管理

根据人口、地域、GDP 等情况，公司将全国经销商划分为若干市场级别，并制订经销商年度订货量和任务。经销商每年的订货量完成率是下一年度经销商资格认定和经销合同续签的重要考量因素。

D、经销商价格管理

公司产品的区域市场价格分为经销价和终端统一零售指导价。经销价是指公司对经销商的供货价格，终端统一零售指导价是指经销商区域终端零售门店的统一零售标价。经销商需按公司规定的价格体系进行产品销售，公司将不定期派专人跟踪相关定价的执行情况，如发现经销商有超越最低限价或长期低价销售行为，公司有权给予相应处罚。

E、经销商培训管理

经销商终端店面是公司品牌的重要展示窗口。公司专门制定分类产品手册、设计安装手册、导购手册等培训资料，对经销商的销售、安装、设计人员提供品牌知识、导购知识、销售技巧、店面管理、产品设计、安装及售后服务、策略执行等课程的培训和考核。

F、经销商货款结算模式

公司对经销模式下的货款结算采取先款后货的方式。对于部分合作时间久或信用良好的经销商、重点区域市场经销商，公司视其业务量情况，给予一定额度、一定期限的结算信用支持。经销商授信额度按照客户信用管理制度规定分权审批。

G、产品安装及后续维修的责任归属

经销销售模式下，公司在收到经销商支付的货款后，按照经销商最终确认的图纸和订单组织生产，生产完工验收并发货，公司不负责产品的安装，经销商需自行组织安装。为保证公司品牌的服务质量，公司在招商并引进新的经销商时，即对经销门店配置的安装人员数量及熟练程度有严格要求及标准，同时通过加大对经销商的培训，增强经销商的安装实力。

H、经销销售模式下运输费用的承担

公司商品实行统一配送，根据各经销商提供的物流公司信息，按照各物流公司的分布状况进行线路整合，由短途运输公司整车装运依次送至各物流公司指定交货地点，再由物流公司负责将货物运送给经销商，广州市区的短途运输费由公司承担，经销商承担物流点到经销商门店等后续所有运费。

（2）大宗客户模式

大宗客户模式是公司向房屋装修领域的房地产开发建筑商、装修公司等大宗客户提供家居产品的直销模式。

近年来，随着住宅商品房精装修比例的不断提升，住宅精装修逐渐成为整体家居行业重要的业务增长点。报告期内，公司与万科股份等国内知名地产企业建立了战略合作关系，重点推进以大型房地产项目精装修配套定制橱柜、浴室柜、玄关柜等为主的大宗客户业务。

报告期内，公司大宗客户模式实现收入分别为 7,801.16 万元、19,985.25 万元、19,933.60 万元和 **13,609.92 万元**，呈上升趋势，随着国内房地产精装修的不断推进，大宗客户业务逐步成为公司收入的重要补充。

（3）直营模式

直营店销售模式是指公司利用自有资金在大型卖场或独立店面开设诗尼曼品牌专卖店销售本公司产品的业务模式。截至 **2022 年 9 月 30 日**，公司在广东省广州市、**北京市**、湖北省武汉市和荆门市共拥有 **5** 家直营门店。

4、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司为客户提供定制化的全屋家居产品，根据客户不同的需求满足其个性化的家装需求，公司采取订单驱动式生产模式，并主要采用经销商方式进行产品销售。公司采取目前的经营模式，主要是根据产品定制化特征、消费者个性化需求、自身的技术水平、生产工艺、产能水平及目前行业内通用的经营模式等多种因素综合考虑而确定的。报告期内，公司经营模式未发生重大变化，预计未来亦不会发生重大变化。

（五）主营业务、主要产品及主要经营模式的变化情况

自设立以来，公司一致从事定制家具行业，围绕定制家具业务进行不断探索与深化，建立了定制衣柜及其配套家居产品、定制橱柜和铝合金门窗三大核心体系的大家居生态格局，产品涵盖衣柜、书柜、酒柜、餐边柜、电视柜、榻榻米、橱柜、门窗、沙发、餐桌椅、床等全品类家居产品。

公司成立之初以定制衣柜及其配套家居产品起步，紧跟定制家具行业市场需

求变化，不断丰富产品线，相继推出了铝合金门窗和定制橱柜产品，逐步完善大家居的产品理念。公司主要产品的发展历程如下：

1、定制衣柜及其配套家居产品

公司自 2013 年成立起即从事定制衣柜及其配套家居产品的研发、生产和销售。经过不断研发创新，公司定制衣柜及其配套家居产品已包括衣柜、书柜、餐边柜、酒柜、榻榻米、床等主要定制柜类产品，形成了包括唐顿庄园、布鲁斯、柔晶、星、至简、沁园春、博纳尔、米兰达、曼哈顿、麦瑟尔等多个产品系列，在全国范围内建立了较为完善的营销网络，赢得了良好的市场口碑，“诗尼曼整体衣柜”被评为广东省名牌产品，具有较强的市场竞争力。报告期内，公司定制衣柜及其配套家居产品销售收入分别为 67,800.43 万元、69,073.75 万元、92,989.89 万元和 **52,907.74 万元**，占主营业务收入的比例分别为 82.36%、75.70%、81.41% 和 **81.79%**，是公司收入的主要来源。

2、定制橱柜

为进一步拓展公司产品应用场景，丰富产品品类，深入贯彻大家居理念，公司于 2017 年开始进入定制橱柜领域。定制橱柜领域规模型企业众多，公司进入该领域的时间相对较晚，为拓展业务规模，公司在积极布局经销商渠道的同时，深化与大型房产企业在精装修领域的合作，定制橱柜业务保持快速增长，目前已形成了茶卡、可可西里、枫丹白露等多个产品系列。报告期内，公司定制橱柜销售收入分别为 10,638.90 万元、18,149.41 万元、18,474.90 万元和 **10,831.99 万元**，占主营业务收入的比例分别为 12.92%、19.89%、16.18% 和 **16.75%**，收入及占比整体呈增长趋势。随着业务规模的不断扩大，定制橱柜有望成为公司未来重要的收入增长点。

3、铝合金门窗

自 2015 年起，公司开始涉足铝合金门窗领域，推出的主要产品包括推拉门、推拉窗、卫浴门及阳光房等，目前已拥有诺曼底系列、星等多款门窗产品系列。报告期内，公司铝合金门窗产品销售收入分别为 3,884.77 万元、4,018.17 万元、2,753.23 万元、**944.10 万元**，占主营业务收入的比例分别为 4.72%、4.40%、2.41%、**1.46%**，收入及占比整体呈下降趋势，主要系铝合金门窗市场集中度不高和竞争

激烈、近几年门窗业务主要原材料成本不断提高、公司门窗业务控规模控成本稳健思路所致。

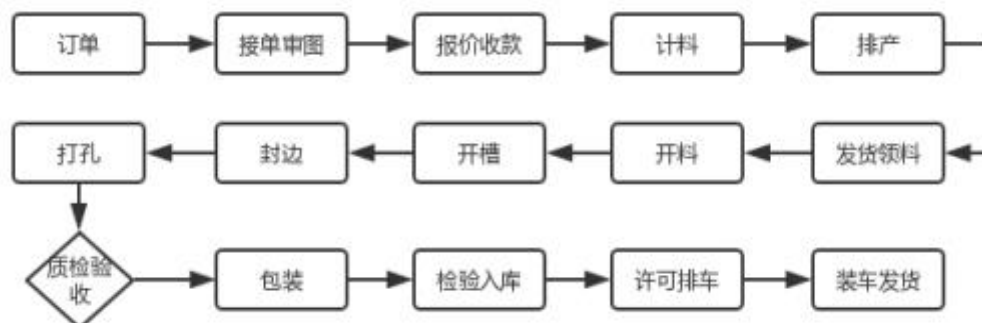
（六）主要产品的生产工艺流程

1、定制衣柜生产工艺流程

定制衣柜柜门工艺流程图

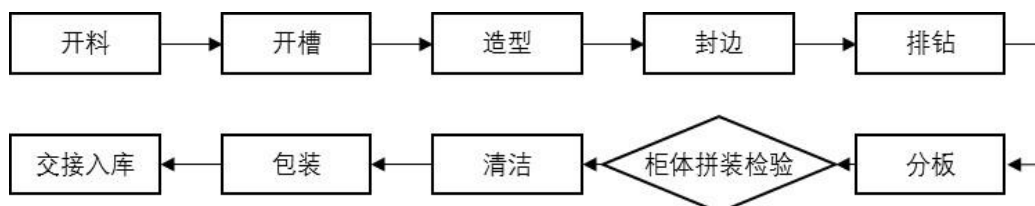


定制衣柜柜体工艺流程图

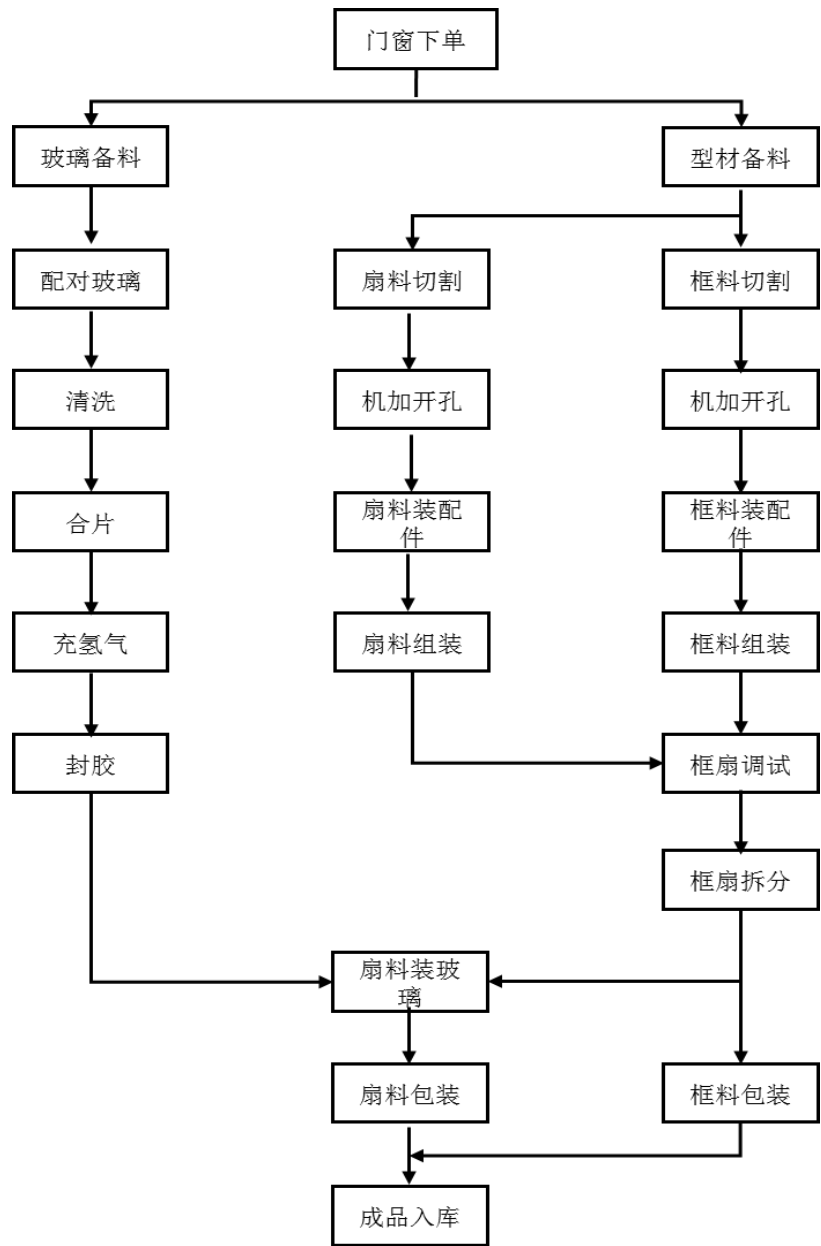


2、定制橱柜生产工艺流程

橱柜柜体生产工艺流程



3、定制门窗生产工艺流程



（七）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司生产过程中产生的环境污染物主要包括废气、废水和固体废弃物。废气主要是在生产开料、封边、排钻等环节产生的木屑粉尘，公司生产车间均安装中央除尘系统，所产生的工业废气经除尘系统过滤处理后，其中木屑被收集进入布袋装置并由第三方机构进行回收，其余气体在处理达标后经排气筒排入高空；废水主要是公司员工办公生活工程中产生的生活污水，其通过化粪池、小型生化处理设施处理后排入市政污水管道进行统一处理；固体废弃物主要为木材边角料、废木板木屑、金属废屑、废包装物等，公司生产场所均配备固体废弃物暂时储存

场所，并委托第三方机构对固体废弃物进行定时统一回收处理，对于部分危险固体废弃物（主要包括天那水废包装桶、废机油桶等），公司与具有资质的专业机构签订协议并由其进行统一清运处理。

二、所处行业的基本情况

（一）所属行业及确定依据

公司主要从事定制衣柜及配套家具、定制橱柜、铝合金门窗及其他全屋配套家具产品的研发设计、生产和销售。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“C21家具制造业”；根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“C21家具制造业”中的“C2110木质家具制造业”。

（二）行业主管部门及监管体制

行业主管部门为消费品工业司，行业技术监管部门为国家质量监督检验检疫总局，行业自律组织为中国家具协会、全国工商联家具装饰业商会衣柜专业委员会、全国工商联家具装饰业商会橱柜专业委员会等。

家具行业市场化程度较高，企业自主经营能力强，政府部门主要在宏观层面对行业进行引导，具体包括制定产业政策、规划行业发展战略、优化行业发展环境等方面。行业自律组织主要通过制定行业标准、组织行业培训、组织行业年会等方式促进行业内企业交流，进而促进行业持续、健康、快速发展。

1、行业主管部门

（1）消费品工业司

主要负责拟订行业技术规范和标准并组织实施，指导行业质量管理工作；组织协调相关重大示范工程和新产品、新技术、新设备、新材料的推广应用等。

（2）国家质量监督检验检疫总局

组织起草有关质量监督检验检疫方面的法律、法规草案，研究拟定质量监督检验检疫工作的方针政策，制定和发布有关规章、制度；组织实施与质量监督检验检疫相关法律法规，指导、监督质量监督检验检疫的行政执法工作；负责全国与质量监督检验检疫有关的技术法规工作等。

2、行业自律组织

（1）中国家具协会

提出行业发展规划和行业发展的方针政策；对行业产品结构、企业结构的调整，原材料基地的建设、投资指南和科技发展指南的制订提出建议，并接受政府或企业的委托对重大基建、技改项目参与或组织评估与咨询；协助制定行业标准，对行业检测、标准、信息等工作参与业务指导等。

（2）全国工商联家具装饰业商会

以服务于会员企业为宗旨，为企业提供政策、信息、商务、公共关系、国内外商贸交流与合作等全方位高层次的服务，维护会员单位的合法权益，发挥“代表、自律、协调、服务”的职能作用，搞好行业管理，推动行业健康、有序地发展。

（三）行业的主要法律法规及政策

1、行业主要法律法规及行业主要标准

序号	文件	实施年份
主要法律法规		
1	《中华人民共和国价格法》	1998 年
2	《中华人民共和国产品质量法》	2000 年
3	《中国家具协会家具设计保护试行办法》	2000 年
4	《中华人民共和国商标法》	2014 年
5	《中华人民共和国消费者权益保护法》	2014 年
6	《中国家具协会中国家具行业知识产权保护办法》	2014 年
主要行业标准		
1	HJ/T 303-2006 《环境标志产品技术要求家具》	2007 年
2	GB/T 8478-2008 《铝合金门窗》	2009 年
3	GB/T 3324-2017 《木家具通用技术条件》	2018 年
4	GB/T 11718-2009 《中密度纤维板》	2010 年
5	QB/T 1951.1-2010 《木家具质量检验及质量评定》	2010 年
6	QB/T 2531-2010 《厨房家具》	2011 年
7	JGJ 214-2010 《铝合金门窗工程技术规范》	2011 年

序号	文件	实施年份
8	QB/T 2530-2011 《木制柜》	2011 年
9	GB/T 26694-2011 《家具绿色设计评价规范》	2011 年
10	QB/T 2454-2013 《家具五金抽屉导轨》	2013 年
11	QB/T 4461-2013 《木家具表面涂装技术要求》	2013 年
12	QB/T 4463-2013 《家具用封边条技术要求》	2013 年
13	GB/T 4897-2015 《刨花板》	2016 年

2、行业相关政策

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要内容
1	《绿色建筑行动方案》	2013 年 1 月	发展改革委、住房城乡建设部	在全国推行绿色建筑行动，即最大限度地节约资源、保护环境和减少污染，为人们提供健康、适用和高效的使用空间
2	《国家新型城镇化规划（2014-2020）》	2014 年 3 月	国务院	要稳步提升城镇化水平和质量，有序推进农业转移人口市民化，推进符合条件农业转移人口落户城镇，力争到 2020 年常住人口城镇化率达到 60% 左右
3	《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》	2014 年 8 月	国务院	运用互联网、大数据等信息技术，积极发展定制生产，满足多样化、个性化消费需求
4	《中国制造 2025》	2015 年 5 月	国务院	加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，把智能制造作为两化深度融合的主攻方向。推进制造过程智能化；发展基于互联网的个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式，推动形成基于消费需求动态感知的研发、制造和产业组织方式
5	《关于进一步加强城市规划建设管理工作的若干意见》	2016 年 2 月	国务院	发展新型建造方式，大力推广装配式建筑，力争用 10 年左右时间，使装配式建筑占新建建筑的比例达到 30%；完善部品部件标准，实现建筑部品部件工厂化生产
6	《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》	2016 年 6 月	国务院办公厅	鼓励家电、家具、汽车、电子等耐用消费品更新换代，适应绿色环保、方便快捷的生活需求
7	《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	2016 年 7 月	工业和信息化部	推动家具工业向绿色、环保、健康、时尚方向发展。加强新型复合材料、强化水性涂料等研发，加快三维（3D）打印、逆向工程等新技术在家具设计和生产中应用。重点发展传统实木家具、高品质板式家具、具有文化创意

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要内容
				的竹藤休闲家具、环保健康儿童家具和具有特殊功能的老年人家具。促进互联网、物联网、智能家居、电子商务等与家具生产销售相结合，支持智能车间（工厂）建设，培育个性化定制新模式。推动家具工业与建筑业融合发展，推进全屋定制新型制造模式发展，促进企业提供整体解决方案，提高用户体验。引导中西部地区积极承接产业转移
8	《2018 年消费品工业“三品”专项行动重点工作安排》	2018 年 6 月	工业和信息化部	在服装、制鞋、家具等行业推行个性化定制模式
9	《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022 年）》	2019 年 10 月	工业和信息化部等 13 部委	实现传统优势产业设计升级。在消费品领域，支持智能生态服装、家用纺织品、产业用纺织品、鞋类产品、玩具家电、家具等设计创新
10	《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》	2020 年 9 月	国务院办公厅	加快研发可穿戴设备、移动智能终端、智能家居、超高清及高新视频终端、智能教学助手、智能学伴、医疗电子、医疗机器人等智能化产品，增强新型消费技术支撑
11	《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》	2020 年 12 月	商务部等 12 部门	鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴

3、主要法律法规及政策对发行人的具体影响

家具制造业已形成相对稳定的行业体系，相关法律法规和政策的出台促进了家具制造业的稳定发展，鼓励家具行业向定制化、智能化方向转型发展，为公司发展创造了良好稳定的市场环境，有利于公司的可持续发展。报告期内制定或修订、预期出台的与公司生产经营密切相关的法律法规、行业政策不会对公司经营资质、准入门槛、运营模式、所在行业竞争格局产生重大不利影响。

（四）行业概况

1、定制家具行业市场情况

（1）定制家具简介

定制家具是相对于手工制作家具和机械化、规模化生产的成品家具而言，按

照商业模式划分的新兴家具子行业，它是指在信息化、规模化基础上，根据房间户型、装修风格以及消费者在材料、功能、风格、价位等方面的个性化需求所提供的差异化家具产品，具有提升空间利用率、提高生活舒适度和品味、健康环保等特性。

定制家具以满足客户个性化需求为核心，能够改善成品家具企业库存较多的弊端，先付款后生产的定制模式能缓解企业的资金压力，使企业有更多的精力放在改善生产、提高服务等方面，同时通过信息化、智能化生产技术的应用，实现快速柔性规模化生产。

目前，我国定制家具市场主要集中在橱柜、衣柜及木门等领域。

（2）我国定制家具市场规模

近年来，随着我国人均收入水平以及工业信息化、自动化水平的不断提高，定制家具行业拥有良好的生存及成长环境，行业规模不断扩大。定制家具的渗透率也在不断地提高，行业内主要企业的营业收入呈快速增长态势，并显著高于家具行业整体增长率。定制家具产品市场需求主要来自购房带来的家居配置需求和存量房二次装修需求。

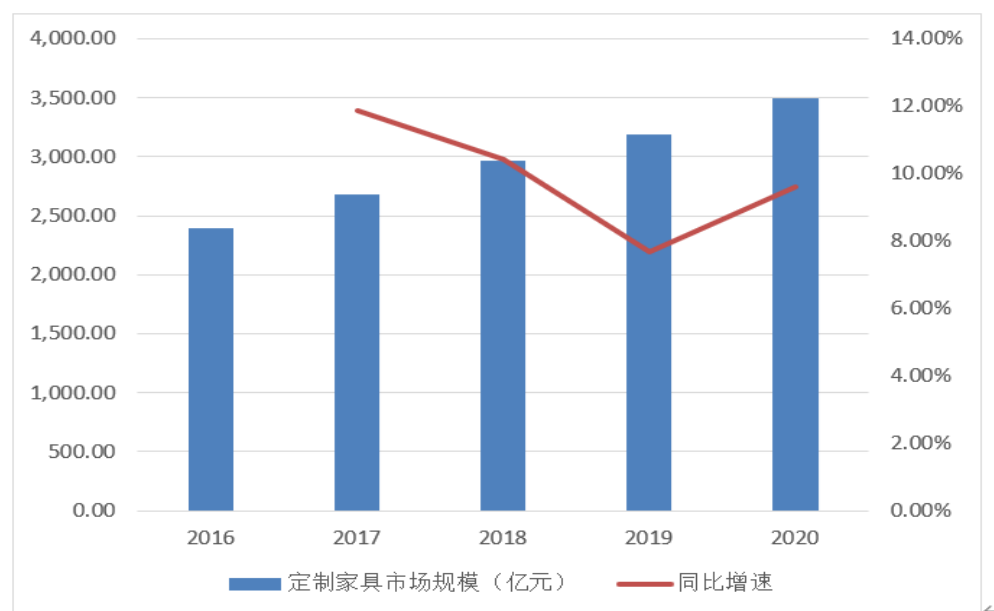
根据国家统计局所发布的全国住宅成交量和中国产业信息网所测算的全国存量住宅套数及存量房二次装修情况（根据中国产业信息网的推算，2016-2020年存量房二次装修比例分别为2.5%、2.6%、2.8%、3.0%及3.2%），可测算出2016-2020年我国新房及存量房合计装修需求套数如下：

项目	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
全国住宅成交量/万套①	1,282.26	1,336.14	1,328.55	1,321.65	1,355.59
存量住宅套数/万套	23,289.89	24,572.15	25,908.29	27,236.84	28,558.49
存量房二次装修比例	2.50%	2.60%	2.80%	3.00%	3.20%
存量房装修需求套数/万套②	582.25	638.88	725.43	817.11	913.87
合计装修需求套数/万套=①+②	1,864.50	1,975.02	2,053.98	2,138.76	2,269.46

假定1套房屋装修需要1套橱柜、2套衣柜、5张木门，可以测算出我国2020年定制家具市场规模约为3,495.88亿元。根据国家统计局数据，2020年我国家具市场规模为6,875.40亿元，定制家具市场渗透率约为50.85%，仍处于较低水平，相比美国、韩国等发达国家60-70%的市场渗透率，我国定制家具行业拥有巨大

的市场空间。未来随着精装房渗透率提升、存量房市场的不断开发以及定制家居渗透率的上升，定制家居行业预计将保持良好市场增长。

2016-2020 年定制家具市场规模



2、我国定制家具细分产品市场情况

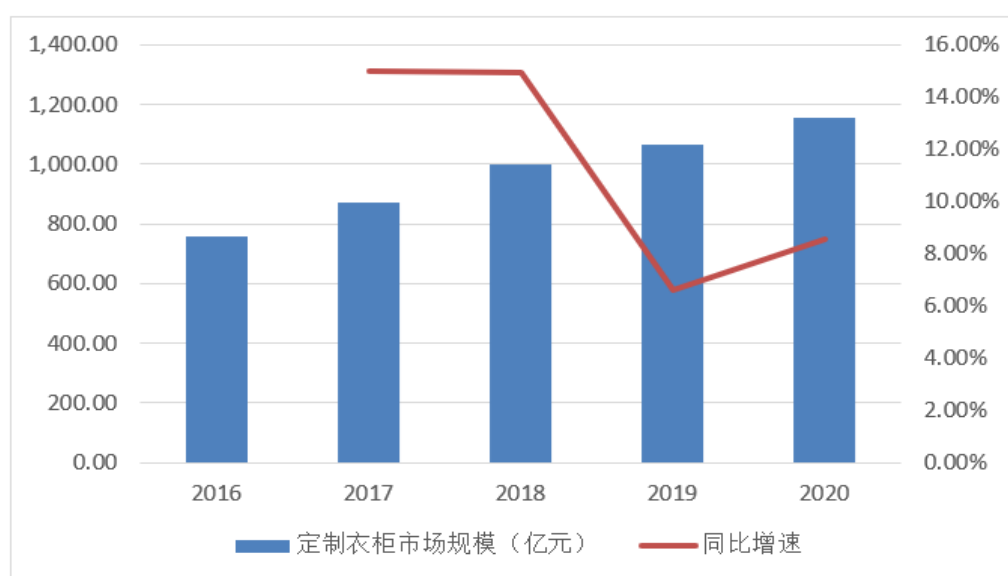
（1）定制衣柜行业

定制衣柜也称整体衣柜，是按照用户需求，根据具体的房屋空间位置，通过现场测量，量身定制，个性化设计，定制化生产，再经过现场安装，将家具与房屋空间有效整合在一起的集成家居产品。

定制衣柜最早起源于欧美国家，2000年左右在我国兴起。因定制衣柜具有个性化设计、空间利用率高、美观、时尚、环保等诸多优点，近年来日渐成为众多家庭特别是80后、90后等新生代家庭的装修首选。随着我国中产阶级数量的不断增加，中高端消费群体的大量涌现，人们对定制衣柜的需求呈现上升趋势，定制衣柜行业步入快速成长阶段。

根据申万宏源证券数据显示，2016-2020 年定制衣柜在我国住宅装修中的渗透率分别为 35%、38%、42%、43%和 44%，定制衣柜渗透率仍然有较大的提升空间。按照我国住宅装修每套房屋配备 2 套衣柜测算，2020 年我国定制衣柜市场规模可达约 1,158.33 亿元。

2016-2020 年定制衣柜市场规模



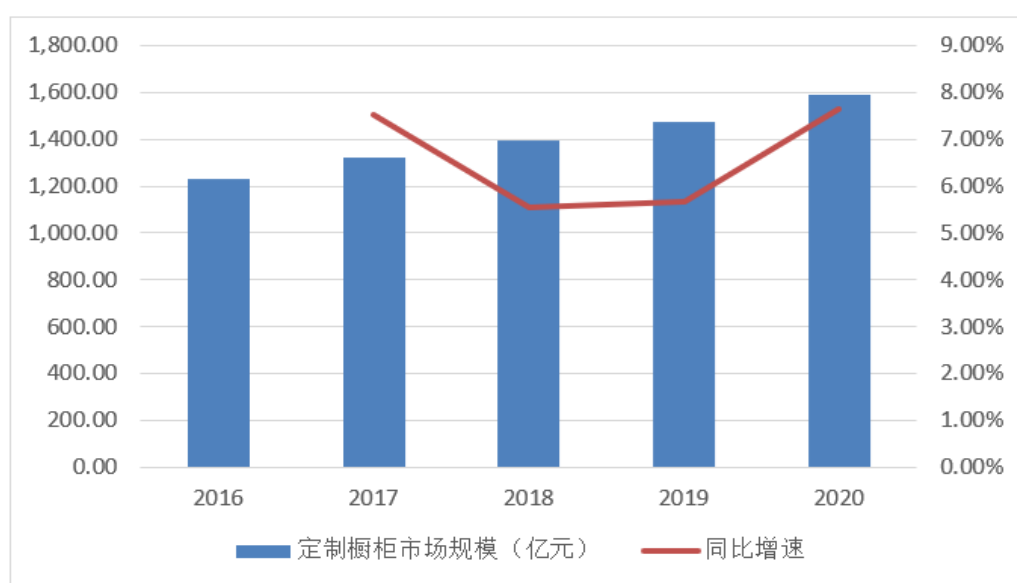
（2）定制橱柜行业

定制橱柜也称为整体橱柜，是结合厨房空间及消费者需求，将橱柜柜体、台面、厨房电器及其他功能组件设计定制形成的成套橱柜产品。通过对用户厨房的量身定制，设计台板及橱柜样式、水电布线路径及合理的操作空间，实现整体性、舒适性、节约空间等优点。

定制橱柜起源于欧美，于二十世纪九十年代初在国内开始萌芽，并逐步向大陆其他省市渗透发展，形成了庞大的产业市场。目前定制橱柜行业集中度依然较低，未来随着定制橱柜行业智能化、绿色化的进一步普及，定制橱柜行业仍具有很大市场潜力，具有竞争优势的定制橱柜企业将迎来良好的发展前景。

根据申万宏源证券数据显示，2016-2020 年定制橱柜在我国住宅装修中的渗透率分别为 66%、67%、68%、69%和 70%。按照我国住宅装修每套房屋配备 1 套橱柜测算，2020 年我国定制橱柜市场规模可达约 1,588.62 亿元。

2016-2020 年定制橱柜市场规模



3、我国定制家具行业发展前景

近年来，受益于国家政策综合因素，我国定制家具行业已取得了长足发展。未来，从行业发展的需求推动因素来看，定制家具行业的发展与生活水平的提高、城镇化进程的持续推进、居民消费习惯的改变，特别是主力消费人群的消费需求、中国的房地产业发展以及存量房二次装修的改善型需求等因素息息相关。随着社会认知度不断提高、市场需求进一步释放，定制家具行业依然拥有需求旺盛、潜力巨大、空间广阔的发展前景。

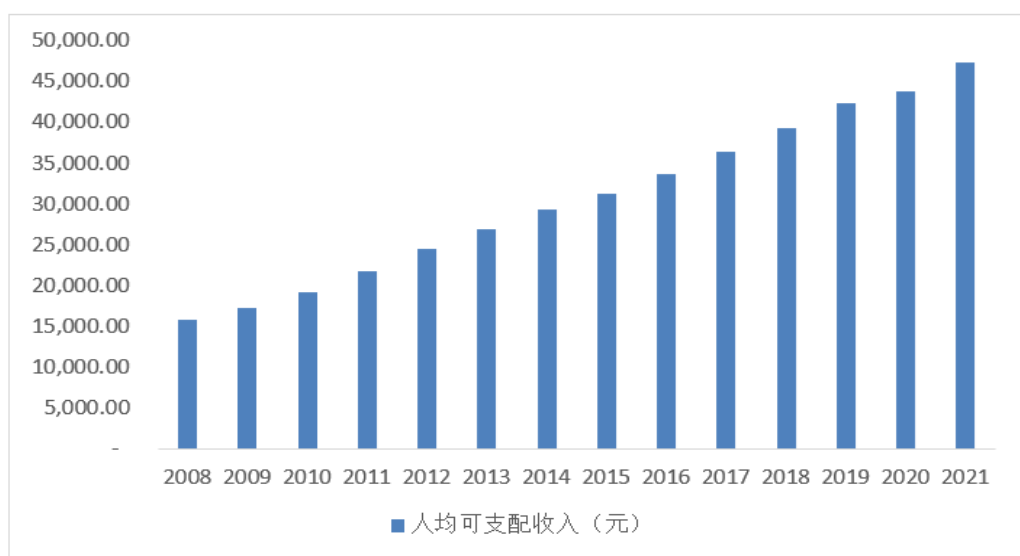
（1）城镇居民可支配收入不断增长，为定制家具行业发展创造了必要条件

随着经济持续快速发展，我国城镇居民可支配收入持续增长，居民消费能力大幅提升。根据国家统计局数据，我国城镇居民人均可支配收入由 2010 年 19,109 元增长至 2021 年的 47,412 元。2021 年我国城镇居民恩格尔系数为 28.6%，远低于联合国粮农组织温饱标准（恩格尔系数即食品支出占消费支出比率 50-59%为温饱型）。

生活水平的提高为定制家具行业发展创造了必要条件：①可支配收入的增长导致居民消费结构和消费理念发生变化，从主要考虑价格、功能等因素转变为更加注重美观、环保、品牌、质量等综合因素，个性化需求日益凸显；②可支配收入的增长导致居民对改善居住需求提高，目前我国已经进入二次装修的高峰期，且早期住宅小户型居多、结构合理性差，定制家具可在一定程度上弥补居住空间

狭小的缺陷，充分有效利用空间。

2008-2021 年我国城镇居民人均可支配收入^①

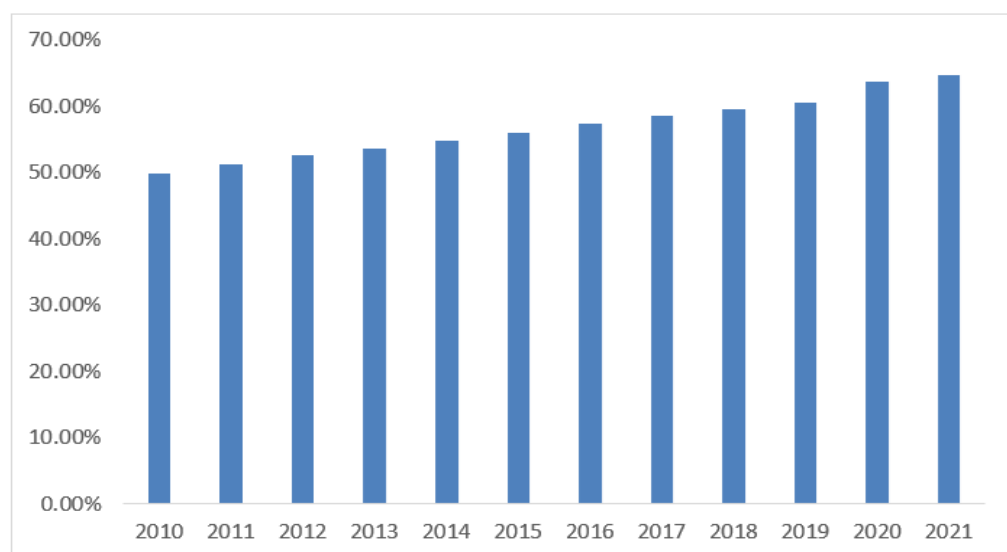


数据来源：国家统计局^①

（2）城镇化率的稳步提升，进一步推动了定制家具行业的消费需求

近年来，我国城镇化进程稳步推进，全国城镇化率从 2010 年的 49.95% 上升至 2021 年的 64.72%，与发达工业国家 80% 左右的城镇化率相比，我国的城镇化率仍有较大幅度的提升空间。

定制家具市场的快速发展与我国的城镇化进程密不可分：①城镇人口可支配收入相对较高，购买力相对较强，城镇人口的增加使得购置新房添置新家具的需求增加；②城镇人口对家具产品的品牌、质量选择更加注重，个性化及空间利用率需求较高。

2010-2021 年城镇常住人口占总人口比重^①

数据来源：国家统计局^①

（3）定制化家具产品迎合了主力消费人群的消费习惯

目前我国家具消费人口结构正在发生变化，根据腾讯家居发布的《2020 腾讯家居行业洞察白皮书》，对家居家装感兴趣的人群，从年龄分布上看，25-34 岁占比 33%，是各个年龄段占比最高的；其次是 35-44 岁占比 30%。80、90 后成为主力消费人群。中青年消费人群更加注重家具产品的美观时尚、环保健康、个性化设计、产品质量等，在家庭装修上参与度也较高，具有一定自主设计意愿，偏好具有一定特色的家具产品，而不是标准化、大众化的装修风格，定制家具能够契合其需求，在中青年人群中接受程度高，成为家具消费人口年轻化的受益者。

（4）中小户型需求增加拉动定制家具市场需求

鉴于我国一、二线城市房价较高，中小户型一定程度上受到消费者青睐。从装修房产面积来看，消费者装修面积以中小面积为主。在中小户型占主导的背景下，消费者对空间利用率的要求提高。定制家具根据消费者室内空间布局特点进行产品设计，可以充分合理地利用有效的空间，定制家具市场需求不断提高。

（5）“三孩政策”的实施推动定制家居行业发展

2021 年 5 月 31 日，中央政治局召开会议审议通过了《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》，指出为进一步优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策及配套支持措施。“三孩政策”的实施将会带来家庭居住空间的巨大改变，换房和二次装修需求将为家居行业带来可观的市场空间。由于换房

成本高等问题，儿童房改造、收纳空间升级等二次装修需求将成为“三孩政策”为家居行业带来的主要市场机遇，通过定制家居实现空间的最大化利用成为一种较为经济实惠的选择，定制家居个性化的设计、柔性生产和智能制造工艺都将得到更大的施展空间。此外，家庭儿童人口的增加将提升消费者对家居空间的环保需求，定制家居相较成品家居也具有一定优势。

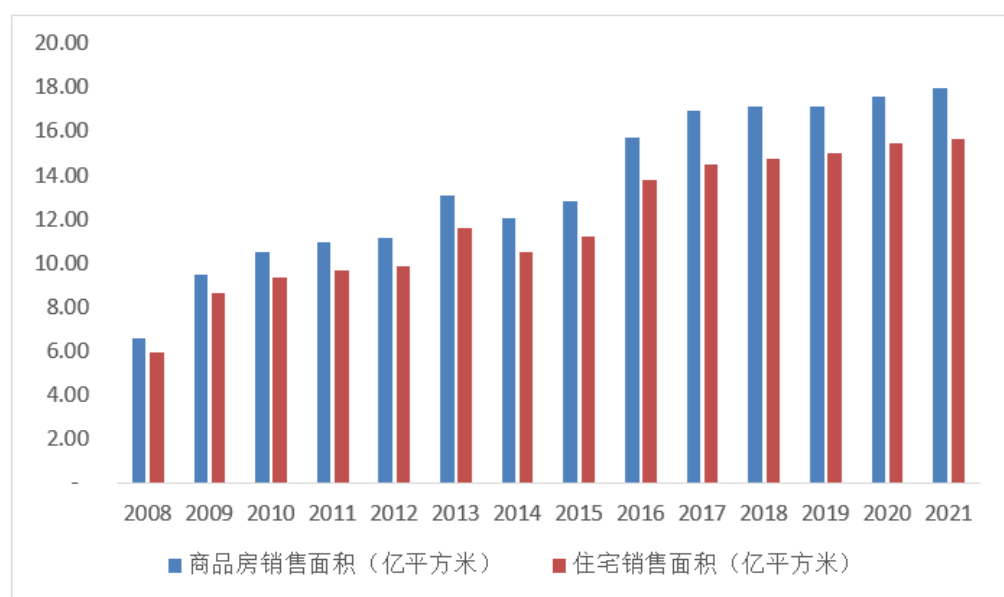
（6）城镇家庭住房二次装修为定制家居行业带来巨大发展空间

由于人才引进、土地资源稀缺等原因，一线城市及部分二线城市率先进入了政府所提倡的存量房时代，二手房交易额占比日趋上升。存量房及二手房的二次装修需求将拉动定制家具行业的发展。

①存量房翻新需求稳步增长

根据国家统计局的数据，目前我国城镇家庭户数约2.76亿户。一般而言，家具的更新周期为10年，以目前时间进行倒推，2010年销售的商品房进入家具更新周期，而2008年以来十余年是我国商品房销售快速增长阶段，销售面积大幅增加，至2021年我国住宅销售面积已达15.65亿平方米，可以预计未来我国旧房家具更新的需求巨大，且早期住房结构合理性较差，定制家具能弥补缺陷，提高利用率和美观度，二次装修的改善型需求为定制家居行业带来巨大发展空间。

2008-2021 年我国商品房销售情况^①



数据来源：国家统计局^①

②二手房交易翻新需求较大

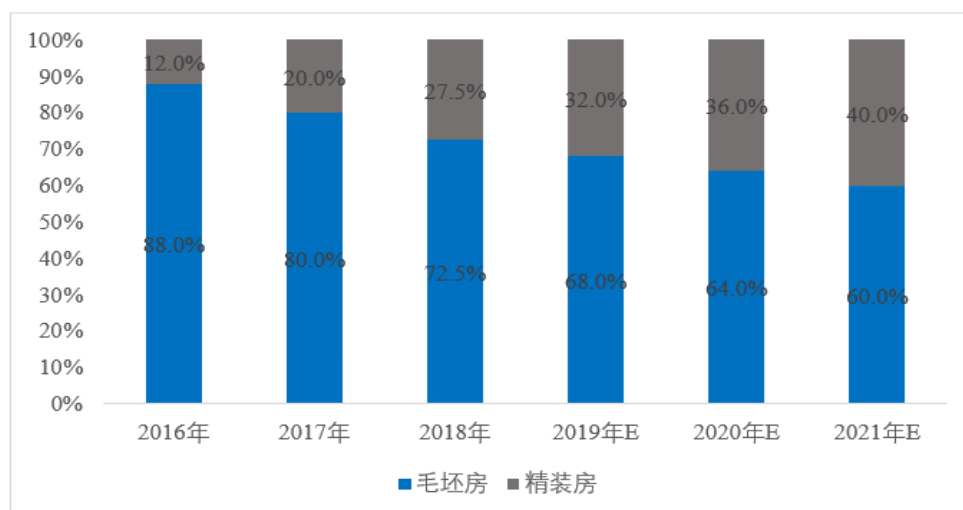
我国越来越多的城市的房地产市场已经从增量时代过渡到存量时代。自2009年左右开始，北京、上海等主要城市纷纷进入存量房主导阶段，北京、上海、深圳等一线城市二手房成交套数占总成交套数比基本在五成及以上，厦门、成都、苏州、无锡等二三线城市占比也在四成左右，二手房或将成为供给的主要渠道。从我国的搬迁与装修习惯来看，大部分消费者入住新居时都会进行家居的更换，相应二手房家具翻新需求将上升。

（7）住宅精装修领域将成为定制家具潜在增长点

与日本、法国、美国等发达国家相比，我国精装修住宅的比例相对较低。根据由住建部制定的《商品住宅装修一次到位实施细则》，精装修住宅在交房交钥匙前，所有功能空间的固定面需全部铺装或粉刷完成，厨房和卫生间的基本设备需全部安装完成。在我国，住宅精装修尚处于起步阶段，但政府积极引导鼓励，同时提出逐步取消毛坯房的长期发展目标。

在行业 and 政策的引导下，精装修房占比快速提升。据奥维云网数据显示，2021年中国房地产精装修市场新开盘项目 3,489 个，市场规模 286.1 万套，精装修房占比从 2016 年 12% 提升至 2019 年 32%，2020 年受疫情影响，精装渗透率出现小幅波动，但整体仍保持在 30% 以上。平均来看，近 5 年渗透率平均增速为 5%。住宅精装修主要采用定制家具，因此未来住宅精装修领域将成为定制家具的潜在增长点。

精装修房的市场渗透率^①



（五）行业进入壁垒

1、品牌影响力

企业品牌影响力是企业形象、产品设计、质量控制、综合服务和营销渠道建设等方面长期经营积累的成果，是提升市场份额的关键因素之一。由于当前我国家具行业进入门槛较低，中低端产品同质化现象严重，品牌知名度成为影响消费者购买决策的重要因素。大中型定制家具企业凭借其进入行业时间早、产品研发创新能力强、销售网络布局完善、综合服务质量高等优势在行业内建立起了一定的品牌影响力，是行业新进入者短期内难以跨越的壁垒。

2、设计研发能力

随着我国居民生活质量的提升，消费者对家具也提出了更高的要求，在考虑功能、款式、价格等基本要求的同时，也更加关注环保、空间设计、个性化、智能化等更有利于提升生活品质的因素。因此，创新的设计研发能力及完善的设计研发体系是定制家居行业竞争的重要要素之一，能够在特色领域处于前沿的家具公司将更能吸引到消费者的关注，并形成其独立的设计研发优势，从而保有相对较高的市场份额并适应行业长期发展。

3、营销网络体系

定制家居产品的个性化设计、规模化生产和专业化安装服务需求，决定了定制家居企业需要建立覆盖范围较广的销售网络，通过发展经销商或直营店建立稳定、完善的销售渠道，从而进行品牌推广、产品销售、安装、维护及售后服务。定制家具行业内的领先生产企业通过多年的市场拓展，已形成具有自身特色的产品和业务，并拥有一批相对稳定的经销商或工程客户。经过多年的合作发展，双方建立了紧密的合作关系，相互依存度较高。随着营销网络覆盖范围不断扩大和渗透，行业先发企业的营销网络优势将日益凸显，新进入者很难在短时间内形成有效的营销网络服务体系，将成为制约其发展的主要因素之一。

4、信息化应用能力

信息技术的全面应用是解决定制家居产品个性化设计、规模化和工业化生产的关键。对于“订单式”生产的定制家居企业而言，从店面产品设计、订单和设计图提交、订单分解、生产排单到具体的生产工序，直至公司的生产管理、采购

管理、销售管理、财务管理、客户服务管理等，均依赖信息技术的应用。随着企业规模的逐步扩大，信息技术应用需要企业长期不断的探索、研究、改进、完善，信息化应用水平关系生产经营的诸多环节，信息化应用水平滞后将会阻碍企业的快速发展。因此，信息技术的应用能力构成新进入者规模化发展的壁垒。

5、供应链管理能力

家具企业的供应链管理能力的体现其是否能控制设计、采购、制造、物流和终端销售等各环节的成本。由于定制家居企业产品定制化、规模化生产，行业企业需要对板材、五金配件、铝型材等主要原材料的供应进行有效整合，建立稳定有效、配套完整的供应体系，降低采购、生产、物流管理成本，保障产品符合质量、环保等标准要求，实现规模经济效益。行业的新进入者需要对供应链中各环节充分了解，具备相关行业经验和科学的规划管理能力，供应链的管理能力将为行业先行者的竞争优势之一。

6、质量和环保标准

定制家居产品与居民生活息息相关，消费者对其产品质量、环保标准要求较高，原材料选择、产品质量控制、符合环保标准是定制家居企业持续发展的重要因素。为了满足消费者对定制家居质量和环保的要求，企业必须建立完善的质量控制体系，提高生产人员的技能水平，完善产品生产工艺，这些均需要企业长时间的积累和投入。因此，较高的质量和环保标准是进入定制家居行业的壁垒之一。

（六）行业技术水平及技术特点

定制家具企业主要为消费者提供个性化的定制家具服务，其技术水平体现于产品设计研发能力、信息技术应用、制造加工能力、环保材料使用及综合服务能力等方面。具体如下：

1、产品设计研发

随着人们生活水平提高，消费者对家具产品的舒适性、美观性、环保性、个性化等要求日渐突出，如何将材料、加工工艺、人体工程学、色彩学、平面构成、立体构成以及装饰风格等因素进行综合考虑并形成有机结合，对定制家居生产企业的设计研发能力提出了较高要求。定制家具企业的设计研发能力将直接影响产

品的风格特点及品牌个性，进而决定产品的市场竞争力。目前，我国定制家具行业处于发展期，行业内企业设计研发能力参差不齐，部分规模较小的定制家具企业设计研发能力仍较差，而大型定制家具企业为了提升品牌影响力，提高市场占有率，实现设计研发的差异化，不断加大设计研发投入力度，将产品设计的功能性、艺术性完美糅合，其产品设计研发能力大幅提升，并形成了各自独特的设计风格。

2、信息技术应用

由于定制家居生产企业产品类别的多元性和订单结构的复杂性，信息技术应用水平逐渐成为企业在市场竞争中胜出的关键。面对庞大的企业管理信息和生产管理数据，定制家具生产企业一方面需要实现信息从前端客户下单至生产、出库、物流、售后等全程追踪监控，另一方面需要实现现代工业化与信息化的有效融合，才能实现精准化生产及精细化管理。

3、制造加工能力

随着市场竞争的加剧，如何提高生产效率、提升板材利用率、降低不良品率，已成为定制家居生产企业迫切解决的问题之一。行业内企业正采用自动化程度越来越高的生产设备，达到提高生产效率和产品质量的目的。另外，定制家居生产企业开始完善生产组织形式，采用更加科学合理的生产组织流程，实现原材料节省和生产效率提升，降低因不良品率较高而产生的原材料损耗，从而推动整个行业制造加工能力提升。

4、环保材料使用

定制家居产品是否能够达到环保标准关系到消费者及家人的健康，近年来因家装环保不达标问题引起的危害已受到消费者的广泛关注。因此，符合环保标准的绿色环保材料受到更多定制家具企业的青睐，并力求在生产工艺上最大限度降低化工品的残留，努力为消费者提供绿色家居产品，营造健康家居环境。环保材料的使用已成为本行业未来的发展趋势。

5、综合服务能力

定制家具行业的综合服务能力体现在售前产品设计及家装规划、售中产品跟踪及专业安装和售后维护及客户培训等方面。定制家具行业兼具制造业和服务业

的特点，未来行业竞争不仅在于产品竞争，更在于综合服务能力竞争。为消费者提供更精准的设计方案、更专业的产品安装以及更全面及时的售后服务将成为企业发展的核心竞争力。

（七）所处行业与上下游行业关系

定制家居行业上游为板材、铝型材、五金等行业，下游用户为商品房购买者、旧房二次装修消费者及推出精装修商品房的房地产企业。行业的上下游关系如下所示：

上游行业	本行业	下游用户
板材行业	定制家居行业	商品房购买者
铝型材行业		旧房二次装修消费者
五金行业及其他		精装修商品房房地产企业

1、本行业与上游行业的关联性

定制家居行业的主要上游行业包括板材行业、铝型材行业、五金行业等。定制家具行业与上游行业关系密切，上游行业产品的价格波动会对本行业的毛利率水平产生一定影响。目前我国定制家具行业上游企业众多，竞争较为激烈，市场供应充足，能够保障本行业发展的需要，定制家具行业企业对上游单一企业的依赖程度较小。同时，本行业内知名企业由于需求量大，具有较强的议价能力，可以从一定程度上消除上游行业波动造成的不利影响。

2、本行业与下游行业的关联性

定制家具行业的下游主要包括商品房购买者、旧房二次装修消费者以及推出精装修商品房的房地产企业等。在庞大的婚龄人口、改善性装修、住宅精装修等刚性需求的带动下，定制家居行业增速较快，市场容量较大。此外，我国居民生活水平不断提高、城镇化建设稳步推进，城市住房装修需求稳中有升。同时，定制家具相对于成品家具、手工家具市场具有一定的替代作用，替代需求市场空间也较大。因此，总体来看，虽然近些年来国家不断出台相关房地产调控政策，下游房地产行业的发展也存在一定的波动，但现阶段影响程度较小。

（八）行业利润水平及变动趋势

我国定制家居行业正处于快速发展阶段，行业内企业众多、集中度低、行业内企业呈现两极分化状态。品牌定位明确，自主研发设计能力突出，拥有大规模定制能力且营销网络完善的企业将在竞争中脱颖而出，拥有较高的利润率；而规模较小，自主设计研发能力较弱，缺乏自有品牌的企业则利润率较低。

未来，随着定制家居行业的发展，行业竞争将进一步体现为以品牌为核心的综合实力竞争，品牌影响力大、综合服务能力强的企业将享有更高的品牌溢价，获得更多消费者的认可，利润空间有望进一步扩大。

（九）行业的周期性、区域性、季节性

1、行业周期性

定制家居产品的生产和销售与国民经济发展水平、居民可支配收入变化、房地产行业的景气程度以及消费习惯的转变等因素相关度较高。目前定制家具行业正处于市场普及的快速发展阶段，受益于我国经济水平和居民可支配收入的不断提升，定制家具行业市场容量较大，下游需求旺盛，行业周期性不明显。

2、行业区域性

定制家具产品主要面向市场普通消费者，不存在区域性限制。但由于家居类产品消费与居民可支配收入水平相关度较高，因此呈现城市地区、东部发达地区定制家居产品销售规模较大的特征。

3、行业季节性

行业季节性与商品房交易和家庭装修的季节性相关，由于气候差异对装修效果的影响以及春节等因素影响，一般而言，定制家居产品上半年属于销售淡季，下半年属于销售旺季。

（十）发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、发行人创新、创造、创意特征

区别于传统成品家具行业简单制造、静态生产，公司所处定制家居行业具有显著的创新、创造、创意特征：

（1）优化工艺技术，推进新工艺、新技术的应用

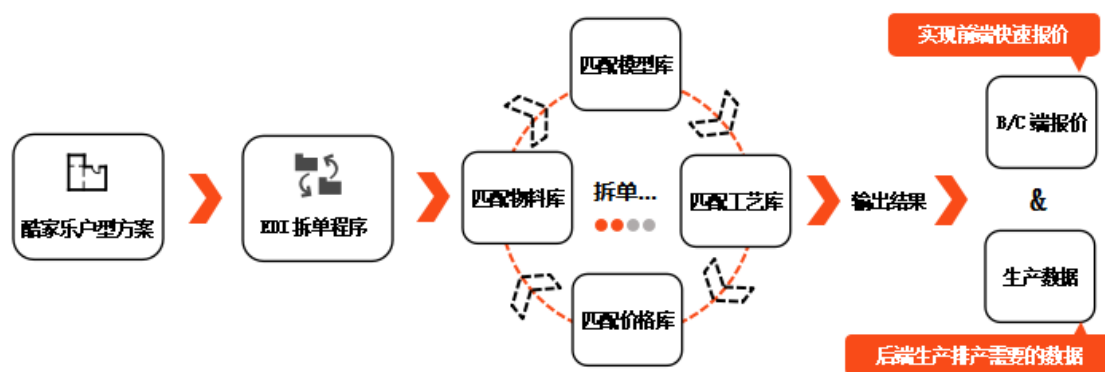
以下分别就公司核心生产技术（柔性化定制生产技术）、新工艺（设计环节的双色包覆工艺、安装环节的快搭安装工艺）应用情况说明如下：

① 柔性化定制生产技术

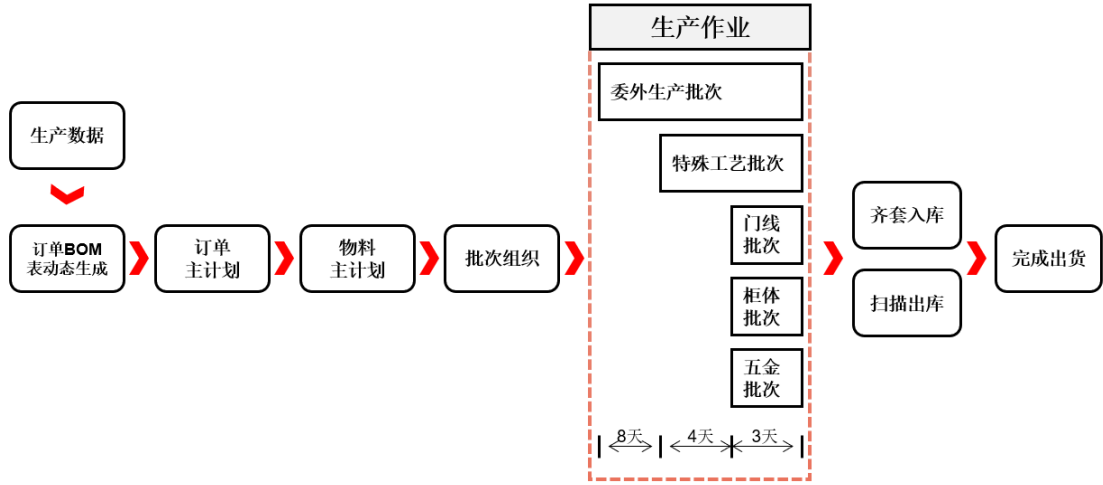
公司以信息化系统为基础进行柔性化生产线建设，实现传统家具生产活动与现代信息技术的融合。公司是行业内较早将信息化技术与日常生产经营紧密结合的企业之一，也是行业内较早开始自主研发信息化系统的企业之一。公司于2015年首次引入第三方成品ERP系统用于生产经营管理。区别于成品家具企业，定制家具企业具有BOM多样化、零部件尺寸非标准化、生产工艺灵活多变等特征，通用型ERP系统无法较好满足公司的柔性化生产需求。为匹配公司生产经营特点，提升信息系统灵活性，公司于2017年开始通过自主研发方式引入以CRM系统和MES系统为核心的信息化系统，并购置自动化程度较高的生产设备，以信息化系统和自动化设备相结合，通过自动拆单、智能揉单的方式实现大批量定制化订单的柔性化生产。

公司自主开发的CRM系统和MES系统在沿用传统SAP核心理念的同时加入定制化元素，对订单管理、生产执行、订单出入库等环节进行优化调整，能够有效的匹配公司生产经营模式，大幅提升了公司生产和服务各个环节的自动化、智能化和柔性化水平，且自主研发的系统能够根据公司生产经营规模的不断扩大快速进行更新适配，形成了公司的信息化技术优势。

公司CRM系统致力于解决行业痛点，在经销商提交附带设计方案的订单后，即可自动解构设计方案的模型数据，基于海量模型库、工艺库、物料库和价格库，通过算法自动拆解订单的生产数据和报价数据，快速为经销商提供精准报价，并为后端MES系统提供生产制造过程中所需的各项数据。



公司 MES 系统在接收到 CRM 传递的生产数据后，自动生成 BOM 表单、订单主计划和物料主计划，确定订单交付时间和物料储备情况，为后续的批次组织提供分析数据基础。批次组织是公司柔性化生产的关键环节，其借助 MES 系统的计算和调度能力，根据订单优选算法和批次组织算法，实现：A、将不同订单中相同交期、颜色、材质、工艺类型的各部件进行分类整合并进行同一批次生产；B、将同一订单中各部件根据生产周期的差异情况合理安排下厂时间，保证同一订单的不同部件同时入库，齐套发货。公司 MES 系统从上述两个维度对公司订单进行批量化处理，将定制化订单进行有机整合，实现柔性化生产。



公司在自行研发 CRM、MES 等信息化系统后，柔性化生产水平明显提升，订单交付周期、新品上线周期有所缩短，材料利用率提升，信息化系统的不断完善为提升客户满意度、降低企业运营成本提供重要支持，具体情况如下：

指标	指标说明	优化前	优化后
经销商下单周期	经销商从提交设计方案到系统下单成功所需时间	约 2-3 个工作日	约 0.5 个工作日
订单交付周期	从经销商系统下单成功到物流部正式出货所需时间	约 20-30 个工作日	约 15 个工作日
准时交货率	每月实际完成交付单数/应交付总单数	优化后可达 96%以上	
新产品上线周期	自新产品研发完成之日起至该新品在系统中准备完毕可供经销商下单之日所需时间	约 6 个月	约 15 个工作日
材料利用率	每月已被利用的材料/实际消耗的材料	低于 82%	可达 84%以上

公司以CRM和MES为核心的信息化平台在2019年通过“两化融合贯标体系”A级认证，并在2022年通过该体系的AAA级认证，成为少数取得“两化融合贯标体系”AAA级认证的定制家居企业之一，体现了公司在定制家居行业中具有较高的信息化能力。此外，公司凭借较为完善的信息化系统建设和高效的柔性化生产水平，先后获得了省级促进经济发展专项资金（诗尼曼互联网+个性化定制家居智能制造020平台建设项目）及“全球定制之都”示范培育企业、番禺区创新创业领军团队等荣誉。

公司在自主研发CRM和MES系统的过程中，取得了“订单管理系统V1.0”、“工单扫描系统V1.0”、“订单交期管理系统V1.0”、“自动批次组织系统V1.0”、“批次组织排产系统V1.0”、“批次组织系统V2.0”等多项计算机软件著作权，相对于借助于第三方软件供应商实现定制化和大批量生产的行业内其他企业，自主研发的取得方式能够保证公司对于系统的优化改进能力，快速解决信息系统在公司不断发展过程中所遇到的问题，保持信息系统对公司生产经营的持续支持能力。

②设计环节工艺

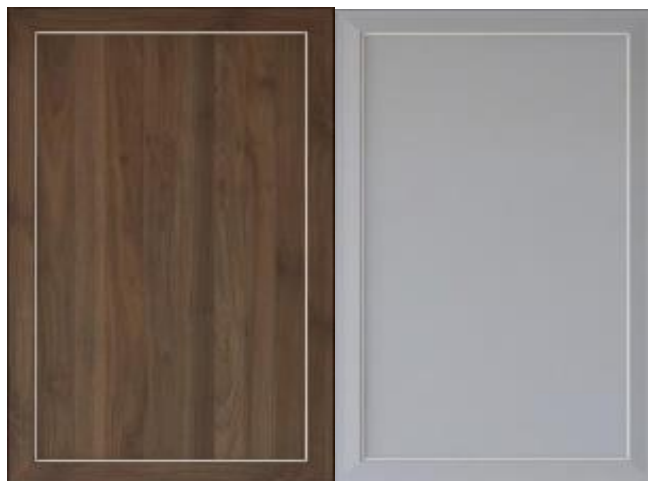
在定制衣柜等柜类产品生产过程中，受限于铝框与转换条镶嵌组装的技术难点，在传统的铝型材包覆处理过程中，主要以单色包覆为主。为满足客户不断多元化的定制需求，公司研发了双色包覆工艺，实现了在铝型材上同时包覆两种颜色，达到铝框跳色效果，使得产品色彩搭配更加灵活。

双色包覆工艺主要涉及涂胶、覆膜、剪切、组装等工序，并使用覆膜机先后完成跳色膜和主膜的包覆工序。该工艺的生产过程需要将室温控制在20-30℃，热熔胶温度控制在120-135℃，覆膜机滚轮转速为35-50r/min，生产速率为10-80m/min。双色包覆工艺主要采用PUR包覆胶水，其具有较好的粘接强度，同时具有耐热性、耐腐蚀性、抗老化等特征，覆膜过程中的涂胶量为30-45g/m²。双色包覆后的铝材按照所需尺寸进行相应裁切为横框和竖框，并使用铝框角码进行免螺丝拼接，外观简洁美观，产品平整无凹凸，拼接公差可小于±0.2mm。

双色包覆工艺解决了客户定制需求中，所面临的同一铝型材包覆两种颜色时铝框与转换条之间的连接问题，能够使主膜与跳色膜的拼接处无裂纹、鼓泡、

变色、起皱。公司自主研发的双色包覆工艺已取得授权发明专利“一种双色铝框包覆方法”，专利号为 2019111225552。

双色包覆工艺应用案例

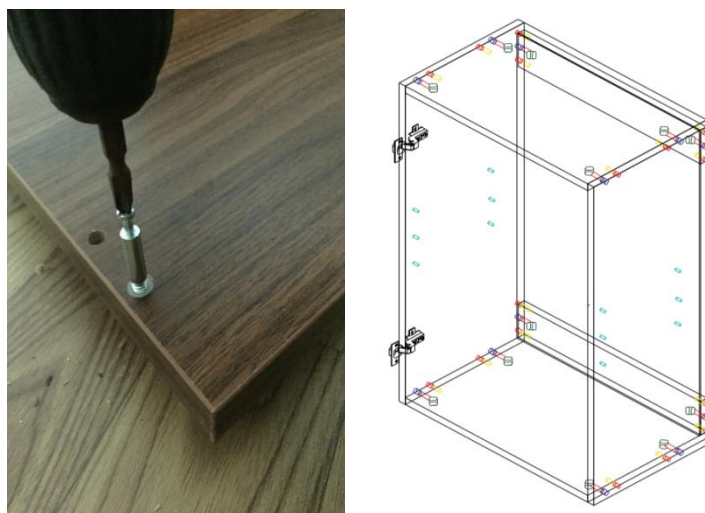


③安装环节工艺

为提升产品安装效率，优化客户体验，公司使用新型板材连接五金件替代传统家具使用螺丝、木钉的安装方式，使柜体实现多板件交互连接，并通过无胶粘剂、预埋配件的方式，达到板件之间连接处无外露配件，提升产品的美观性和整体性，并能够实现多次重复拆卸安装。

公司通过多种板件工艺搭建，形成标准系统模块库，采用快搭式结构工艺设计搭配可拆卸式的基础五金连接件，并配置预设加工技术，保证产品出厂前完成符合快搭工艺的孔位预设，实现终端客户现场可快速使用单部件拼搭组成定制家居产品，提升了安装效率，同时为后续产品维护提供便利。

快搭式安装工艺应用



（2）积极探索新材料在定制家居产品中的应用

公司积极响应国家关于节能环保、碳中和政策，自成立之初即坚持“绿色家居”的产品理念，是行业内较早使用环保板材的企业之一，在保证产品质量的前提下，公司着力打造环保绿色家居，通过新材料的应用提升客户体验的同时，提高公司产品附加值。公司所使用新材料主要为更具环保性、防霉性、抗菌性的新型板材。

2013 年，公司与国内领先的环保板材供应商万华禾香生态科技股份有限公司建立战略合作关系，采购其生产的禾香板应用于产品中。禾香板与 E1 级刨花板在环保指标等理化属性方面的对比情况如下：

理化属性	E1 级刨花板数值	禾香板数值	备注
板内密度偏差 (%)	10	3.1	数值越小代表板材内部越均匀，稳定性就越好
静曲强度 (Mpa)	11.0	12.3	数值越高代表其抗弯曲破坏的能力越强
弹性模量 (Mpa)	1,600	2,410	数值越高代表材料刚度越大，发生弹性变形越小
内胶合强度 (Mpa)	0.35	0.54	数值越大代表材料能够承受的拉力越大
表面胶合强度 (Mpa)	0.8	1.14	
2 小时吸水厚度膨胀率 (%)	8.0	0.9	数值越小代表板材耐水性越好
甲醛释放量 (mg/m ³)	小于或等于 0.124	0.006	数值越小代表有害物质挥发量越小，材料越环保
总挥发性有机化合物 (TVOC) 释放率 (72 小时) (mg/m ² ·h)	小于或等于 0.50	0.06	

近年来，为顺应消费者对家具产品日益增长的环保需求，公司进一步深化新型材料的应用，于 2022 年推出高净板系列产品，该类板材在生产过程的胶水倾注工序中加入了使用具有抗菌、防霉功能的配方胶水，相比普通板材更具环保性和耐用性。

报告期内，公司使用环保材料的产品收入分别为 21,334.60 万元、23,267.92 万元、29,061.23 万元和 22,606.05 万元，占公司各期营业收入的比例分别为 25.56%、25.26%、25.14%和 34.41%，公司相关产品已受到市场广泛认可，是公司的核心竞争力之一。

（3）不断推进产品创新设计，加速产品迭代进程

①注重新品开发，不断推陈出新，从公司层面丰富产品设计

产品创新是定制家居企业的核心竞争力。公司拥有一支专业的研发创新团队，在产品设计、色彩搭配、空间利用、材料选择等方面不断摸索创新，在充分了解市场需求的基础上，推出拥有独创风格的定制化家居产品，打造多种产品设计风格，可满足各类消费群体的家居消费需求和居家审美需求。公司拥有较为完善的产品体系，产品涵盖中式、欧式、简约、轻奢等不同设计风格，并面向不同需求的消费群体对现有产品进行优胜劣汰，不断推陈出新，坚持“产品为王”的理念，持续推进研发创新，满足不同消费群体的定制化需求。

截至本招股说明书签署日，公司共拥有国内专利 488 项，其中外观设计专利 260 项，且均为公司原始取得，公司被评为“广东省工业设计中心”和“市级工业设计中心”，产品多次荣获各类设计大赛奖项，体现了公司较强的产品创新设计能力。公司不断推陈出新，丰富客户选择，提升市场竞争力，报告期各期，公司定制衣橱新品开发情况如下：

单位：款

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	诗尼曼品牌	AI 家居品牌	诗尼曼品牌	AI 家居品牌	诗尼曼品牌	AI 家居品牌	诗尼曼品牌	AI 家居品牌
新增门型款式数量	9	5	17	5	21	21	12	12
在售门型款式数量	81	43	86	38	69	33	48	12
占比	11.11%	11.63%	19.77%	13.16%	30.43%	63.64%	25.00%	100.00%

新增板材花色数量	15	11	—	15	—	27	—	19
在售板材花色数量	118	72	—	61	—	46	—	19
占比	12.71%	15.28%	—	24.59%	—	58.70%	—	100.00%
新增产品模块数量	11,622	2,028	1,324	963	1,100	324	1,860	—
在售产品模块数量	15,906	3,315	4,284	1,287	2,960	324	1,860	—
占比	73.07%	61.18%	30.91%	74.83%	37.16%	100.00%	100.00%	—
新增产品系列数量	5	5	11	5	9	8	7	3
在售产品系列数量	52	21	57	16	46	11	38	3
占比	9.62%	23.81%	19.30%	31.25%	19.57%	72.73%	18.42%	100.00%

注：2022 年公司上线“酷家乐”系统，打通了设计、生产环节，通过细化产品模块方式，提高了设计、生产效率，从而导致产品模块数量大幅增加。

公司持续推进产品创新进程，通过不断推出新型门型、产品模块和产品系列等方式提升公司的产品设计，加速产品迭代，满足消费者多元化的定制需求，各年均保持了较高的新品占比。

②打造“分享家”平台，建立设计师培养体系，从经销商层面提升产品设计水平

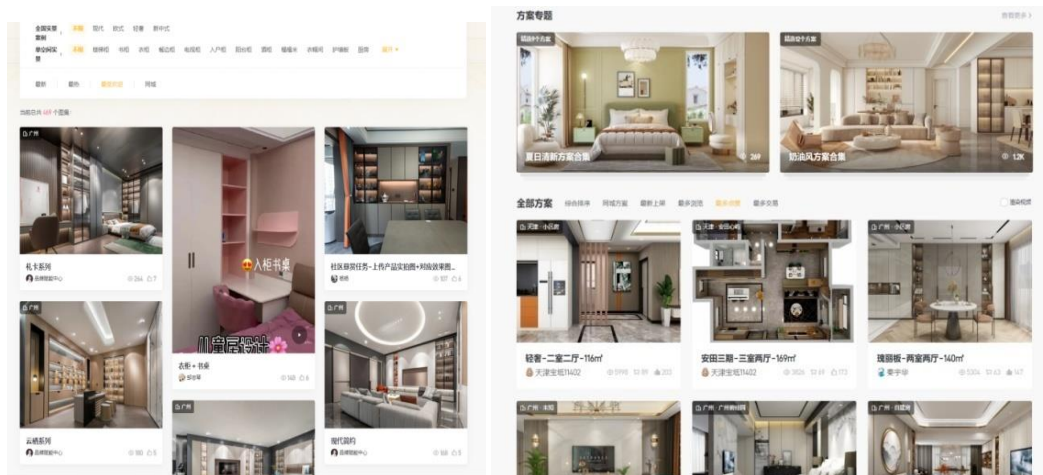
公司创新性的搭建了“分享家”平台，以设计方案为核心抓手，为经销商设计师提供了一个能够实现设计方案上传、分享、下载的共享平台，以此建立完善设计师成长培养体系，为公司经销商赋能，为终端客户提供多元化、个性化的设计方案，提升公司产品设计水平。

对于经销门店及设计师而言，分享家作为学习成长平台，通过成长晋升机制，鼓励引导全国经销门店设计师将优秀设计方案投稿上传至平台中，形成公司内部的海量设计数据库，实现了不同户型、面积、风格、样式的设计方案的整合，为经销商及设计师提供了交流分享平台，形成了公司内部良好的交流分享氛围，成为经销商获取优质设计与营销方案的工具，促进经销商的良性竞争与发展。

对于公司而言，分享家是终端经销门店产出内容的汇集与分发站。公司通过分享家平台实现对全国各经销门店方案库、户型库、产品库、模型库的全新升级，致力打造分地区、楼盘、客户职业、年龄等标签的大型设计方案数据库。

该数据库的整合有望大幅提升设计师的设计效率和方案质量，帮助设计师逐渐转型为顾问型服务人员，为用户提供更高效、个性化的高品质设计服务。与此同时，公司通过对经销门店设计师产出的全屋设计方案作质量、数量的把控及统计，按其成长梯度快速匹配相应的教学进阶课程，为其提供影响阶段的学习课程，实现对经销门店设计师成长路径的全方位管理。

“分享家”平台设计方案库



（4）积极拓展产品应用场景，丰富产品品类

不同于传统成品家具，定制家具具有节省房屋空间、提升房屋使用效率、满足消费者个性化需求等独特优势，近年来发展迅速，受到广大消费者的喜爱。公司作为定制家具行业的领先品牌之一，秉承大家居的经营理念，从成立之初以定制衣柜为主要产品，不断创新发展，开拓产品应用场景，目前已发展成为涵盖卧室、厨房、客厅、书房、儿童房、阳台等多场景的全屋定制产品线，并在此基础上延伸出铝合金门窗品类，为消费者提供健康环保、便捷收纳、宜居美观的整体家居解决方案。此外，公司于2019年创立“AI家居”品牌，其产品风格更加偏向于80、90后客户群体的喜好，形成了与“诗尼曼”品牌差异化发展的市场定位，公司进一步拓展产品维度。

目前，公司下游应用场景主要为个人客户的住宅装修和房地产企业、装修公司的商品房精装修需求。随着公司产品品类的不断完善和市场知名度的不断提升，公司下游应用场景逐渐延伸至酒店、学校、养老院等领域。

2、科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司始终坚持科技创新、模式创新，持续加大在研发设计、引进新技术等方面的投入，在产品设计、生产工艺、信息数字化等方面形成了多项核心技术。截至本招股说明书签署日，公司共拥有专利488项、计算机软件著作权54项，并被国家知识产权局授予“国家知识产权优势企业”称号。公司是广东省工业和信息化厅等四部门联合授予的“省级企业技术中心”，体现了公司拥有良好的创新、创意特征和较高的研发创新水平。

（1）公司注重科技创新，以数字化助力企业发展

相比传统成品家具制造，定制家具企业的运营流程更加复杂，需要通过完善的信息化系统支撑各项业务活动。公司自成立以来一直注重信息系统的开发，着力使用数字化手段助力企业发展。公司已开发了具有自主知识产权的客户关系管理系统（以下简称“CRM系统”）和生产制造管理系统（以下简称“MES系统”），并引入酷家乐、ERP等信息系统，打通了覆盖产品设计、销售、采购、生产、仓储、物流、财务等全流程的数字化管理体系，使用统一标准的业务流程管理达到降本增效的效果，实现了云订单处理和大规模柔性化生产，解决了个性化定制与大规模生产的技术难题。

同时，公司将数字化技术赋能于经销商，提高公司经销商的沟通和管理效率。定制家居行业多以经销模式为主要销售模式，经销商受制于经营规模、资金实力、人才缺失等因素很难实现独立数字化运营管理。公司前端酷家乐系统和CRM系统为经销商提供了数字化工具，赋能经销商的引流、获客、设计、下单、安装、售后环节，提升终端消费者的便捷购物体验。

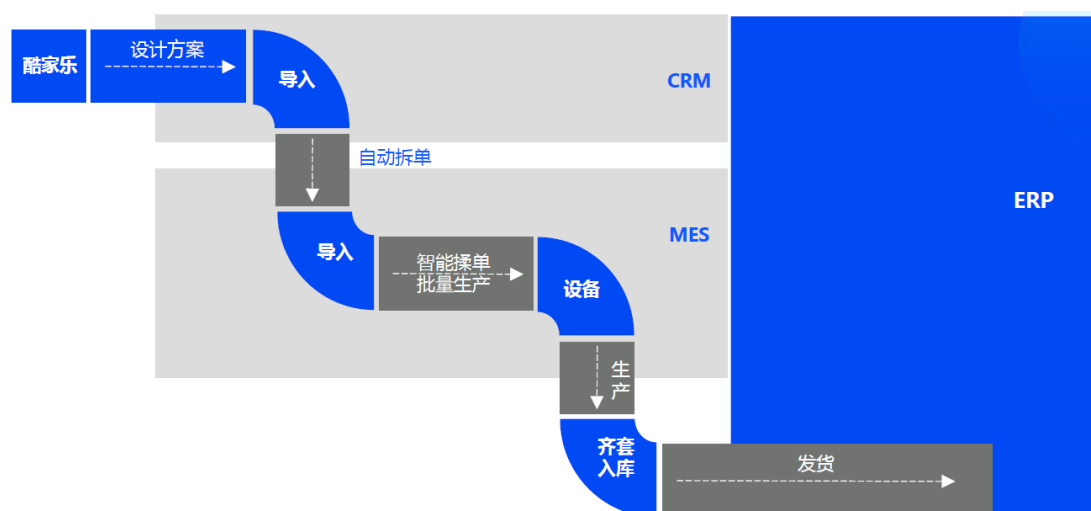
目前，公司已上线的主要信息化系统的情况如下：

系统名称	功能描述
酷家乐	为公司引入的设计软件，是经销商为终端客户进行全屋定制设计的平台，其可以达到数字化虚拟场景设计，将客户所需的定制产品及配套成品家具融入客户真实户型中形成全方位场景，提升产品设计的整体性和一致性，为消费者带来 3D 沉浸式效果体验，实现所见即所得的消费体验
分享家	整合和规范设计资源，建设海量的家居产品库和空间解决方案库，为经销商设计师提供了一个能够实现设计方案上传、分享、下载的共享平台，形成公司强大的素材库与方案库。基于此数据库，优秀设计方案可通过户型匹配、风格匹配等智能模式快速匹配客户装修风格，设计师可快速实现用户需求的个性化定制产品设计，并为设计师提供各个进阶阶段的培训学习资料，以此建立完善设计师成长培养体系

CRM	为满足公司业务需要，公司自主研发架构 CRM 系统，该系统实现从终端消费者引流、客户跟进、客户获取、产品设计、订单成交、产品下单、排期生产、出库发货以及安装售后的全流程闭环管理，实现了自动拆单、安装直播等行业先进应用，致力于为经销商带来办公省时、操作方便、高效管理的软件平台
MES	主要用于接单后公司内部订单处理及生产管理交付作业，是一套主要面向生产车间执行层的生产信息化管理系统。该系统能通过信息传递对从订单下达到产品完成的整个生产过程进行优化管理，有效地指导工厂的生产运作过程，通过将具有相同交期、颜色、材质、生产工艺的产品部件通过算法进行智能揉单并同批次生产，有效提高生产柔性化程度，提高生产效率。公司 MES 系统的所实现的功能流程包括订单主计划管理、订单动态 BOM 表生成、财务信用检查核款下厂、物料需求管理、主生产计划管理、订单组织批次管理、动态工单生成管理、备料发料管理、车间工单接收、齐套入库作业、物流装车运输作业、品质问题改补管理等
ERP	ERP 系统提供了采购业务全流程，库存管理和品质管理功能，并支持财务应收应付，固定资产，票据资金，生产成本结算，总账管理和各类财务报表

公司上述信息化系统互联互通，相互协作，为公司提供了核心竞争力，是公司业务不断拓展的数字化底座，助力公司实现由传统制造业向信息化智能制造的转型。

数字化信息系统打通公司业务流程



（2）推进“双品牌差异化发展”和“一站式家居服务”的发展模式，致力于模式创新和增强市场竞争力

① “诗尼曼”与“AI家居”双品牌差异化发展模式

公司“诗尼曼”品牌已取得了较高的市场知名度和客户美誉度，具备了较强的市场竞争力，拥有一定的市场占有率。目前，定制家具产品的主力消费群体为

80、90后等新生代人群，与传统家居消费相比，他们更偏好消费的便捷性，更注重产品的设计搭配和体验感，公司于2019年创立“AI家居”品牌，该品牌侧重于销售渠道的下沉和社区店的建设，主要面向**精致时尚的年轻人群**并为其提供更加个性化、生动活泼的定制家具产品，抢占该部分市场份额。自2020年产品上市以来，“AI家居”产品实现销售收入分别为1,544.35万元、9,584.04万元和7,589.12万元，占公司营业收入的比例分别为1.68%、8.29%和11.55%，发展速度较快，已成为公司收入的重要组成成分。

“AI家居”在产品风格年轻化之外，同时聚焦于青年经销商的创业支持，针对传统家居建材行业投资大、门槛高、操作难、对经营管理要求较高等情形，“AI家居”对品牌商业模式重新定义，推出多种灵活开店模式，以社区楼盘为触点，在服务半径更加贴近终端消费者的同时实现经销商的较低成本投入。截至2022年9月30日，“AI家居”品牌共有经销商门店734家，其中社区门店472家，占比为64.31%。

比较项目	差异情况	
	“诗尼曼”品牌	“AI家居”品牌
产品类型	定制衣柜、定制橱柜、铝合金门窗及其他全屋配套家具产品	定制衣柜、定制橱柜及其他全屋配套家具产品
设计风格	产品涵盖中式、欧式、简约、轻奢等不同设计风格，满足不同类型消费者的多元化需求，提供高品质的空间解决方案	设计风格、色彩搭配更加活泼、跳跃，更加符合年轻消费者的审美观念，产品风格以轻奢、简欧、现代为主，为年轻消费者打造个性时尚的居住空间
客户定位	中高端成熟人群市场	主要面向精致时尚的年轻人群
产品定价	价格相对较高	更具性价比
销售模式	以经销模式为主，大宗客户模式和直营模式为辅	均以经销模式进行销售
店铺选址	大型家居卖场、大型商场、繁荣商圈、沿街店铺，对店铺面积有一定要求	销售渠道下沉，注重社区店的建设，服务半径更加贴近消费者

② “一站式家居服务”发展模式

公司秉承“一站式家居服务”的经营模式，从传统的柜类定制产品的销售拓展为体系化的泛家居发展模式，将“定制家居”发展为“定制家”，打通客户全流程、一站式的家装需求，为消费者提供更加便捷的购物体验。

公司在提供定制家居产品的同时，为客户提供沙发、餐桌椅、床品等配套成

品家具选择，并实现配套家具与定制化产品设计软件互联互通，消费者在门店选择定制化产品时可同步挑选配套成品家具，且成品家具能够在设计师的整体设计方案中展示，消费者可以直观感受整体设计方案，免去消费者购买配套家具多店奔波、配搭方案不直观的消费痛点，提升客户体验。

（3）以信息化系统为基础的柔性生产模式促进新旧产业融合

作为定制家居企业，柔性化生产关系到企业生产经营效率。公司以信息化系统为基础进行柔性化生产线建设，实现传统家具生产活动与现代信息技术的融合。相较于成品家具行业备货式、重复化的生产模式，定制家具企业在接到终端客户订单后方能下单生产，且客户个性化需求不同，生产无法简单重复，需要配置相应的软硬件，并通过科学计算方法，将数量众多的个性化订单，分解并组合成批量化生产任务，进行大规模柔性化生产。

公司在软件端引入 CRM 系统和 MES 系统，从终端客户下单到供应商上传订单、报价、拆单、组织生产、发货等环节均能快速流转。**CRM 系统打通了终端客户、经销商与公司的业务沟通渠道，保证了沟通的实时性、畅通性、流程化和标准化，有效解决了公司经销商众多，大批量定制化订单的拆解、传递、审核和确认等难题，在业务前端为公司柔性化生产铺平了道路；在生产端，公司借助 MES 系统的计算和调度能力，根据最佳排单方案将具有相同交期、颜色、材质、工艺的部件进行同批次生产，实现内部的专业化分工，形成了高度柔性的生产体系，从而实现定制化产品的大规模生产。**

此外，公司已搭建数条由国内外知名品牌板式家具生产设备所组成的自动化生产线，其中公司拥有德国豪迈品牌直线封边机39台、数控加工中心13台、板材开料锯40台、数控点对点钻孔加工中心7台等高度自动化设备，且主要生产设备与公司信息化系统互联互通，能够从服务器实时采集、接收和分析生产数据，从而大幅提升公司柔性化生产水平。

三、行业竞争状况

（一）行业竞争格局

1、竞争格局及市场化程度

家具行业属于充分市场竞争行业，市场化程度较高。家具行业的竞争包括定

制家具与传统成品家具、手工打制家具的竞争，以及定制家具企业之间的竞争。

定制家具将个性化设计与工业化、标准化、规模化生产相结合，具有生产效率高、产品个性化程度强、节省空间等特点，因此，定制家具行业从成长初期就具有天然的竞争优势。作为一个新兴的细分行业，目前定制家具已经逐渐被消费者接受，社会认知度不断提高，与传统成品家具、手工打制家具相比，具有一定的市场竞争优势。

随着居民消费结构的升级和对定制家具认知的深入，定制家具行业进入竞争整合阶段，部分定制家具企业凭借品牌建设、营销网络、产品设计、定制服务、企业规模等方面的综合领先优势，从激烈的市场竞争中脱颖而出，发展成为全国性的知名品牌。目前，定制衣柜及定制橱柜行业主要企业包括索菲亚、欧派家居、广州尚品宅配家居股份有限公司（以下简称“尚品宅配”）、好莱客、皮阿诺、金牌厨柜家居科技股份有限公司（以下简称“金牌厨柜”）、志邦家居股份有限公司（以下简称“志邦家居”）、本公司等。

2、行业内主要竞争对手

公司目前在国内市场的主要竞争对手情况如下：

（1）索菲亚

成立于 2003 年，位于广东省广州市，深圳证券交易所上市公司（002572.SZ），主要从事定制柜、橱柜、木门及配套家居产品的设计、生产和销售，主要产品包括衣柜、书柜、电视柜、橱柜、木门等定制家居产品，为消费者提供一站式解决方案。

（2）欧派家居

成立于 1994 年，位于广东省广州市，上海证券交易所上市公司（603833.SH），主要从事全屋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，主要产品包括橱柜、衣柜、整体卫浴、定制木门、金属门窗、软装、家具配套等整体家居产品。

（3）尚品宅配

成立于 2004 年，位于广东省广州市，深圳证券交易所上市公司（300616.SZ），

主要产品及服务包括衣柜、橱柜、书柜、电视柜、床等全屋板式定制家具产品，同时覆盖家装主辅材、装配式背景墙及配套家居产品、电气等家居全品类。

（4）好莱客

成立于 2007 年，位于广东省广州市，上海证券交易所上市公司（603898.SH），是一家集设计、研发、生产和销售于一体，为消费者提供全屋整体解决方案的定制家居企业，主要产品包括整体衣柜、整体衣帽间、整体书柜、整体电视柜、整体厨房、定制木门、定制门窗及其配套产品等。

（5）志邦家居

成立于 2005 年，位于安徽省合肥市，上海证券交易所上市公司（603801.SH），专注于全屋定制家居的研发、设计、生产、销售和安装服务，主要产品包括整体厨房、全屋定制、定制木门/墙板、成品配套等。

（6）金牌厨柜

成立于 1999 年，位于福建省厦门市，上海证券交易所上市公司（603180.SH），主要从事整体厨柜、定制及智能家居研发、设计、生产、销售和安装。

（7）皮阿诺

成立于 2005 年，位于广东省中山市，深圳证券交易所上市公司（002853.SZ），主要从事定制橱柜、衣柜、木门及其配套家居产品的研发、设计、生产和销售。

（8）顶固集创

成立于 2002 年，位于广东省中山市，深圳证券交易所上市公司（300749.SZ），主要从事定制衣柜及配套家具、精品五金、定制生态门等产品的研发、生产和销售。

（二）发行人的市场地位

公司是定制家具行业的领军品牌之一，在品牌知名度、设计研发、营销网络、综合服务等方面具有较强的竞争优势，经过多年的发展积累了较强的品牌影响力和市场竞争力。

公司为高新技术企业，系《全屋定制家居产品通用技术条件》标准参编单位、

全国工商联家具装饰业商会定制家居专业委员会执行会长和全国工商联衣柜专委会执行会长单位。公司“诗尼曼”品牌已在广大消费者中建立了较高的品牌知名度，被评为“驰名商标”、“广东省著名商标”，公司产品荣获“广东省名牌产品”、“定制家居领军品牌”、“中国衣柜十佳品牌（全屋定制类）”、“2018年度家居绿色环保推荐品牌”等多项荣誉。

（三）发行人的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）品牌优势

公司自成立以来一直在定制家具领域深耕细作，并着力培育“诗尼曼”品牌。经过多年的发展与市场开拓，“诗尼曼”品牌已成为定制家具行业的知名品牌，在广大消费者中有较高的知名度和美誉度，成为公司核心竞争优势之一。“诗尼曼”品牌曾获得“驰名商标”、“广东省著名商标”、“广东省名牌产品”、“定制家居领军品牌”等多项荣誉。

近几年，公司或公司产品、产品获得的主要荣誉情况如下：

序号	荣誉名称	颁发单位	年份
1	高新技术企业	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局	2018、2021
2	2020年中国产学研合作创新与促进奖—产学研合作创新奖	中国产学研合作促进会	2021
3	广东省定制家居协会团体标准参编单位	广东省定制家居协会	2021
4	广州“未来独角兽”创新企业	广州市科技创新企业协会	2019、2020、2021
5	国家知识产权优势企业	国家知识产权局	2020
6	省级企业技术中心	广东省工业和信息化厅等四部门	2020
7	2020年度设计创新奖	新浪家居	2020
8	广州市工业设计行业协会副会长单位	广州市工业设计行业协会	2020
9	广东省工业设计中心	广东省工业和信息化厅	2020
10	第二十四届全国发明展览会“发明创业奖·项目奖”银奖	中国发明协会	2020
11	广州市科技创新企业协会常务理事单位	广州市科技创新企业协会	2019
12	广州市创新标杆企业	广州市人民政府	2019

序号	荣誉名称	颁发单位	年份
13	2019 年度“创新科技行业标杆奖”	番禺区创新科技企业协会	2019
14	《实木定制家居产品》团体标准主要起草单位	全国工商联家具装饰业商会	2018
15	驰名商标	国家工商行政管理总局商标局	2018

（2）研发设计优势

公司高度重视产品的研发设计，组建了一支行业领先的研发团队，并建立了较为完善的研发管理体系。公司通过自主研发设计不断推出创新产品，引领市场消费风尚，公司推出丰富多样的全屋定制产品系列，受到了消费者的广泛认可。公司被评为国家高新技术企业、市级企业技术中心、市级工业设计中心。截至本招股说明书签署日，公司共获得专利 **488** 项，其中外观设计专利 **260** 项，且均为公司原始取得，公司研发设计能力处于行业前列。公司产品设计获得了“中国家居业 TOP50 创新力品牌十佳产品创新奖”、“2017-2018 年度广东家居行业定制服务创新领军企业-金尖奖”、“广东省第十届“省长杯”工业设计大赛优秀奖”等奖项。报告期各期，公司定制衣橱产品新增门型款式数量分别为 24 款、42 款、22 款和 14 款，新增产品模块数量分别为 1,860 款、1,424 款、2,287 款和 13,650 款，新增产品系列数量分别为 10 款、17 款、16 款和 10 款，公司通过加速产品迭代，满足消费者多元化的定制需求，各年均保持了较高的新品占比。

（3）营销渠道优势

定制家居产品是个性化设计、标准化和规模化生产的产品，其独特的生产经营模式决定了行业内企业需要强大的销售网络和位置优越的终端店面资源。在营销渠道的建设上，公司基于定制家具独特的定制化生产经营模式，推行以市场为导向的战略，建立了以经销商为主、直营店为辅的渠道发展模式。截至 **2022 年 9 月 30 日**，公司拥有“诗尼曼”和“AI 家居”品牌经销商共 **1,838** 家，经销商门店共 **1,868** 家，经销网络覆盖国内大部分三、四线及以上主要城市；此外，公司在广州、北京、武汉和荆门共设立 **5** 家直营店，对公司产品的形象推广起到重要作用。全国性的销售网络布局，为公司的快速发展奠定了坚实的市场基础。

同时，随着近年来住宅商品房精装修比例的不断提升，住宅精装修逐渐成为定制家居行业重要的利润增长点。公司成立了工程事业部大力发展定制家居产品

的大宗业务。报告期内，公司已与万科股份等大型房地产企业签订了战略合作协议，重点推进大型房地产项目精装修的大宗客户业务，为公司业务拓展提供新的增长点。

（4）生产制造优势

公司具备完善的生产工艺流程、优秀的工艺技术人员和专业的技术工人队伍，并制定了完善的生产管理制度，有效的提升了工艺技术水平，提高了产品质量和生产效率。同时，公司引进行业领先的柔性生产线，产品制造过程实现自动化、信息化和精细化。在经销商提交附带设计方案的订单后，公司自主研发的 CRM 系统即可自动解构设计方案的模型数据，基于海量模型库、工艺库、物料库和价格库，通过算法自动拆解订单的生产数据，快速为生产部门提供生产制造过程中所需的各项数据。在订单和订单数据下达至生产部门后，公司自主研发的 MES 系统自动生成 BOM 表单、订单主计划和物料主计划，确定订单交付时间和物料储备情况，为后续的批次组织提供分析数据基础。批次组织是公司柔性化生产的关键环节，其借助 MES 系统的计算和调度能力，根据订单优选算法和批次组织算法，将一定数量同类板材的订单揉合成一个加工批次并统一进行加工，同时将标准件及非标准件模块化拆分，多个车间配合生产，实现内部的专业化分工，形成了高度柔性的生产体系。

（5）产品环保优势

随着我国致力于发展低碳经济，努力建设资源节约型、环境友好型经济等相关政策的实施以及消费者环保意识的不断提高，推广和发展健康、环保的定制家居产品已成为行业发展趋势。

公司历来重视产品的环保健康，致力于成为中国“绿色高端定制”领军品牌。公司在行业内率先与国内领先的环保板材供应商万华禾香生态科技股份有限公司建立战略合作关系，采购其所生产的更具环保属性和板材理化性能的禾香板应用于公司产品中。同时，公司采用先进的生产工艺，严格按照 ISO9001 质量管理体系组织生产，并通过了“中国环境标志”绿色认证，报告期内，公司所有产品均符合 E0、E1 级环保要求，其中使用禾香板产品的销售收入占比已达 25%，体现了公司产品较强的环保优势。

（6）经营团队和管理优势

公司主要经营管理人员均已在本行业内从业多年，具备丰富的管理经验，对定制家居行业有较为深刻和独到的理解，并对行业的未来发展有着准确的把控和清晰的规划。同时，公司拥有一批精通产品设计、生产和质量控制、营销服务等方面的专业人才，能够及时根据客户需求和市场变化对公司战略和业务进行调整，为公司稳健、快速发展提供了有力保障。

2、竞争劣势

（1）产能瓶颈制约公司生产

随着公司品牌影响力和核心竞争力的不断提升，公司的产品得到了越来越多下游客户的认可，生产订单不断增加，现有产能已不能很好满足公司快速发展的需求，在一定程度上制约了公司的发展。公司本次公开发行股票的部分募集资金将用于扩充产能，从而进一步提升公司可持续发展能力。

（2）融资渠道单一

近年来，伴随行业的快速发展，公司的生产经营规模不断扩大，品牌知名度不断提高，为增强公司综合竞争力，巩固扩大市场份额，公司迫切需要在扩充产能、技术改造升级、产品研发创新、品牌营销等方面持续投入大量资金。但是，公司目前主要依靠银行贷款融资，融资渠道相对单一，不能满足公司业务跨越性发展的资金需求，制约了公司的长远发展。

（3）经营规模水平低于同行业上市公司平均水平

相较于同行业上市公司，公司整体经营规模水平上低于同行业上市公司。定制家具行业属于制造行业，品牌直面终端消费者。经营规模越大，在采购、品牌推广、研发等方面的规模化优势越显著。近年来公司通过建设湖北荆门生产基地、下沉消费市场、加强产品创新，产能及营业收入保持了良好的增长态势，品牌知名度不断提高，但受制于融资渠道单一等，无法实现跨越式发展，在产能布局、大宗客户获取、品牌推广等方面受到一定程度限制。

（四）行业发展态势

1、大家居、一站式采购是未来发展趋势

在家装过程中，以衣柜和橱柜为代表的柜类产品安装顺序一般靠前，因此衣柜、橱柜门店能够为其他家具产品及家电的销售起到一定的导流作用。大家居战略逐渐成为家具行业龙头企业未来发展的方向，通过产品品类的增加所带来的人均订单额的提升也将是定制家具企业未来新的业绩增长点。

目前三口之家是我国典型的城市家庭结构，工作的高强度和快节奏令其无暇顾及耗时长的传统装修环节，而定制家具一站式装修方案在加大消费者主观参与度的同时，可大大缩减消费者参与环节的耗时。定制家具的用料环保亦可实现消费者的拎包入住，节省了装修环节的时间成本。

因此，大家居、一站式采购服务已成为定制家具行业的未来发展趋势。

2、全屋定制是定制家具行业的发展方向

定制家具的兴起，最初主要集中在定制橱柜、定制衣柜等领域，随着家具企业生产技术的提高和我国居民对家具消费理念的转变，定制家具逐步拓展到卧室、书房、客厅、餐厅等全屋家居领域。可以预见消费者未来对居住环境的舒适度、个性化以及便利性等要求将日益增强，全屋定制将成为定制家具行业发展主流趋势。

因此，实现全屋家具定制是定制家具行业的发展方向，但全屋家具定制对企业的信息技术实力、工艺技术实力、柔性化生产能力等也具有较高的要求。

3、互联网营销将为行业发展带来新的契机

随着我国电子商务的快速兴起，消费者消费观念发生转变，定制家具企业纷纷开始布局互联网营销渠道。与此同时，定制家具企业积极探索新零售的业态模式，打造新零售线下体验店，多维度提升消费体验。

定制家具新零售门店与传统门店最大的不同在于，新零售门店可以通过互联网、AR等技术加强家具产品的展示效果，打造更加场景化、体验度更高的购物模式。随着新零售模式的逐步落地，使线上的互联网力量和线下的实体店终端形成真正的结合，从而完成电商平台和实体零售店面的融合升级。

4、家具产品材质的健康环保成为行业关注重点

随着居民生活水平的提高，人们对健康的重视程度日益提升，在家具产品方

面，环保、健康成为人们的进行品牌选择所关注的主要指标。甲醛释放量为家具产品最重要的环保指标之一，行业目前普遍使用的环保标准为国家环保标准E1级，标准要求的甲醛释放量为不超过1.5mg/l。未来随着行业内企业技术水平不断提高，家居产品的环保标准将进一步提高，产品的环保性能也将成为企业新的竞争优势。

5、行业集中度提升，品牌效应彰显

品牌影响力是定制家具产品吸引消费者的关键因素之一，品牌在经过时间的积淀后，最终形成某种特有的时尚风格或代表某种生活方式，逐步被消费者接受和推崇。目前我国定制家具行业的行业集中度仍然处于较低水平，行业参与者众多，未来定制家具市场将逐步向具有品牌影响力的企业集中，品牌经营已经成为行业内企业经营的核心和重点。加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，提高产品的品牌附加值获取竞争优势，成为未来定制家具行业发展的重要趋势。

6、智能化生产成为行业发展目标

定制家具产品类别的多元性和订单结构的复杂性，使得信息技术的应用程度逐渐成为企业在市场竞争中胜出的关键。目前我国部分定制家具企业已具备较高的信息化水平，能够进行大规模柔性化生产，实现定制产品的批量生产。未来随着市场竞争的加剧和劳动力成本的上升，我国定制家具企业对设备效率、制造成本、产品质量的要求不断提高，定制家具企业将进一步提高自身信息化和自动化程度，努力实现自主创新，最终向智能化制造发展。

（五）面临的机遇与挑战

1、行业机遇

（1）国家和地方政策的大力扶持

近年来，国家和地方先后颁布一系列鼓励性政策、中长期发展规划，支持本行业发展。根据国家“十三五”规划，到2020年新开工全装修成品住宅面积要达到30%，装配式建筑面积占新建建筑面积比例占到15%，大力推进定制家居行业的发展。中国家具协会发布的《中国家具行业“十三五”发展规划》中提出“十三五”阶段是家具行业全新的发展阶段，努力推动中国制造业从“家具大国”向

“家具强国”迈进；该规划同时提出，要坚持推动产业结构的调整和优化，促进信息化、工业化、智能制造的融合，注重生产过程的绿色环保与可持续发展。此外，广东省林业局提出以珠三角为中心，向粤东、粤北、粤西辐射，重点发展中高档家具产品，开发拥有自主知识产权、自主品牌、适应国内外市场的家具产品等。国家和地方政策的支持，为我国定制家具行业的发展奠定了良好基础。

（2）城镇化进程加快为家居行业提供了广阔的市场空间

近年来，我国城镇化进程稳步推进，2021年全国城镇化率达到64.72%，发达工业国家的80%左右相比，我国的城镇化率仍有较大幅度的提升空间。城镇化的推进将持续拉动房屋和基础设施建设需求，进而带动定制家具行业消费增长。

（3）居民可支配收入增长为家具制造行业持续增长创造了必要条件

随着经济发展，我国居民的平均可支配收入水平不断提高，其对生活品质的要求不断提高。随着消费者消费需求和消费层次的不断提高，其对家具产品的个性化、独特性要求将会提升，由此为定制家具行业带来较大的发展空间。

（4）成熟、完善的产业链为行业发展提供重要保障

我国定制家具行业经过多年发展，已形成一条较为成熟的产业链。上游原材料、生产设备供应较为充足，分布较为广泛，能够较好的满足定制家具行业企业的需求；下游消费者及房地产开发商等对定制家具理念及其产品的接受度逐步提高，销售渠道畅通。完善的产业链有利于降低采购成本和提高物流效率，对定制家具行业的发展起到促进作用。

2、行业挑战

（1）行业标准不完善，规范程度有待进一步提高

定制家具行业作为家居产品领域的新兴子行业，目前行业标准尚待完善。定制化产品的多样性导致定制家具行业企业在原材料选择、工艺流程选择等方面存在多样性，从而导致最终产品规格各异。近年来定制家具行业在我国取得了较快发展，但行业规范程度仍有待提升，行业标准的不完善造成了部分企业在质量控制、原材料选择、工艺流程等方面的规范程度缺失，不利于行业的整体健康发展。

（2）行业竞争不规范

近年来随着定制家具的兴起，众多企业开始进入定制家具市场，其中中小企业众多，其在本行业的技术积累欠缺，自主研发创新能力较弱，主要依靠模仿大型定制家具企业的产品设计，产品同质化情况较严重，同时通过压低产品售价来争夺市场份额，对行业整体发展造成不利影响。

（六）发行人与同行业可比公司的比较情况

1、同行业可比公司的选取情况

随着定制家具近年来在国内的兴起，行业内企业众多，大型知名企业主要包括索菲亚、欧派家居、好莱客、尚品宅配、志邦家居、金牌厨柜、皮阿诺、顶固集创、有屋智能、玛格家居、科凡家居等。公司主要产品为定制衣柜、定制橱柜等板式家具，索菲亚、欧派家居为定制家具行业龙头企业，好莱客、皮阿诺、顶固集创与公司产品相似，且与公司地理位置相近，有屋智能、玛格家居、科凡家居为最新申报同行业公司，因此选取其为可比公司。

综上所述，选取索菲亚、欧派家居、好莱客、皮阿诺、顶固集创、有屋智能、玛格家居、科凡家居为可比公司，公司与其在经营情况、市场地位、技术水平及其他关键业务数据、指标的比较情况如下：

2、衡量核心竞争力的关键业务数据指标的比较情况

（1）经营情况

截至 2021 年 12 月 31 日、2021 年度，公司与同行业可比公司的主要财务数据和指标的比较情况如下：

单位：万元			
项目	索菲亚	欧派家居	好莱客
总资产	1,242,753.87	2,339,273.34	546,307.36
净资产	593,620.14	1,440,895.57	280,735.36
营业收入	1,040,709.49	2,044,160.46	337,096.05
净利润	15,390.63	266,415.34	173.17
利润率	1.48%	13.03%	0.05%
经营活动现金流量净额	141,910.68	404,596.67	29,610.12
项目	皮阿诺	顶固集创	有屋智能
总资产	238,995.37	163,513.42	581,149.93

净资产	115,017.15	70,722.02	216, 171. 45
营业收入	182,365.62	129,827.67	429, 265. 91
净利润	-72,289.97	-8,685.54	9, 120. 25
利润率	-39.64%	-6.69%	2. 12%
经营活动现金流量净额	-32,147.18	-1,747.29	67, 204. 42
项目	玛格家居	科凡家居	本公司
总资产	88, 575. 64	48,230.78	93,131.39
净资产	41, 943. 14	25,451.26	35,575.18
营业收入	102, 599. 18	62,612.62	115,580.55
净利润	10, 864. 01	8,855.08	6,625.58
利润率	10. 59%	14.14%	5.73%
经营活动现金流量净额	18, 185. 51	13,293.20	6,265.37

资料来源：上市公司定期报告或招股说明书。

（2）市场地位

公司与同行业可比公司的主要产品和市场地位情况具体如下：

公司名称	主要产品	市场地位
索菲亚	主要产品包括衣柜及其配套产品、橱柜及其配件、木门等，2021 年上述各类产品占营业收入比例分别为 79.46%、13.64%和 4.40%	以定制衣柜产品为主，2021 年相关产品销售收入为 82.69 亿元，定制家居行业龙头企业之一
欧派家居	主要产品包括定制橱柜、定制衣柜、卫浴、木门等，2021 年上述各类产品占主营业务收入的比重分别为 37.38%、50.49%、4.91%、6.14%	以定制橱柜、定制衣柜产品为主，2021 年定制橱柜和定制衣柜销售收入分别为 75.29 亿元和 101.72 亿元，定制家居行业龙头企业之一
好莱客	主要产品包括整体衣柜、橱柜、木门、成品配套、门窗等，2021 年上述各类产品占主营业务收入的比重分别为 61.96%、6.38%、25.69%、4.13%和 1.84%	以整体衣柜产品为主，2021 年相关产品销售收入为 20.37 亿元，市场占有率位于行业前列
皮阿诺	主要产品包括定制橱柜、定制衣柜等，2021 年上述产品占营业收入的比重分别为 64.73%和 32.40%	以定制橱柜产品为主，2021 年相关产品销售收入为 11.80 亿元，市场占有率位于行业前列
顶固集创	主要产品包括定制衣柜、五金、定制生态门等，2021 年上述产品占营业收入的比重分别为 55.74%、36.74%和 6.36%	以定制衣柜产品为主，2021 年相关产品销售收入为 7.24 亿元，市场占有率位于行业前列
有屋智能	主要产品包括整体橱柜及配套产品、定制家具及配套产品、内门墙板，2021 年上述产品占主营业务收入的比重分别为 52.83%、34.07%和 12.28%	以整体橱柜产品为主，2021 年相关产品销售收入为 22.19 亿元，市场占有率位于行业前列

公司名称	主要产品	市场地位
玛格家居	主要产品包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等，2021 年上述产品占主营业务收入的比重分别为 87.65%、5.36%和 5.46%	以定制衣柜产品为主，2021 年相关产品销售收入为 8.85 亿元，市场占有率位于行业前列
科凡家居	主要产品包括定制衣柜、其它定制家居以及成品家居，2021 年上述产品占主营业务收入的比重分别为 70.72%、26.10%和 2.86%	以定制衣柜产品为主，2021 年相关产品销售收入为 4.40 亿元，市场占有率位于行业前列
本公司	主要产品包括定制衣柜及配套家居产品、定制橱柜和铝合金门窗，2021 年上述产品占主营业务收入的比重分别为 81.41%、16.18%和 2.41%	以定制衣柜产品为自主，2021 年相关产品销售收入为 9.30 亿元，市场占有率位于行业前列

根据国家统计局数据，2021 年我国家具行业市场规模约 8,004.60 亿元，行业整体前景广阔。近年来，作为家居行业的细分行业，定制家居行业呈现出以欧派家居、索菲亚为龙头企业领跑，好莱客、有屋智能、皮阿诺、本公司等行业内领先企业良性竞争的市场格局。但总体而言，定制家居行业内企业众多，以上述市场规模测算，上述各定制家居企业的 2021 年市场占有率如下：

单位：万元

公司名称	2021 年营业收入	2021 年市场占有率
索菲亚	1,040,709.49	1.30%
欧派家居	2,044,160.46	2.55%
好莱客	337,096.05	0.42%
皮阿诺	182,365.62	0.23%
顶固集创	129,827.67	0.16%
有屋智能	429,265.91	0.54%
玛格家居	102,599.18	0.13%
科凡家居	62,612.62	0.08%
本公司	115,580.55	0.14%
合计	4,444,217.55	5.55%

由上表，公司及可比公司 2021 年合计市场占有率仅为 5.55%，能够反映本行业较为激烈的市场竞争格局。报告期内，公司产品市场认可度不断提升，收入规模逐年增加，以上述数据测算，2021 年公司市场占有率约为 0.14%，与玛格家居、顶固集创等可比公司接近。

（3）渠道建设

公司与同行业可比公司的销售渠道建设情况如下：

公司名称	销售模式	主要客户
索菲亚	主要包括经销商渠道、整装渠道、家装渠道、大宗工程业务、电商新零售渠道和直营专卖店，其中 2021 年经销商渠道和大宗工程业务收入占比分别为 80.33%和 15.41%	开设终端门店逾 4,000 家，覆盖全国 1,800 个城市和区域，并与国内房企 TOP100 的大部分企业达成战略合作关系
欧派家居	采用以经销商专卖店为主，以大宗业务、直营店和出口为辅的销售模式，其中 2021 年经销商渠道和大宗业务渠道收入占比分别为 77.84%和 18.23%	拥有超过 7,000 家经销商门店
好莱客	主要包括经销商渠道和大宗业务渠道，其中 2021 年经销商渠道和大宗业务渠道收入占比分别为 74.85%和 22.52%	拥有超过 1,500 家经销商，约 2,000 家经销商门店
皮阿诺	主要包括经销模式和大宗业务模式，其中 2021 年大宗业务模式占比为 48.18%，占比较高	拥有经销商门店接近 1,000 家，并与多家实力地产商达成战略合作
顶固集创	采用以经销模式为主，大宗客户与直营模式为辅的销售模式，其中 2021 年经销商渠道和大宗业务渠道收入占比分别为 69.27%和 28.75%	拥有经销商门店超过 1,200 家
有屋智能	销售模式分为大宗业务模式、经销模式、直营模式，其中 2021 年上述销售模式占主营业务收入的比例分别为 47.60%、44.05%和 8.21%	在大宗业务方面，与中海、恒大、万科、融创等知名地产商建立合作关系；在经销模式方面，截至 2021 年底，拥有经销商 838 家，1,202 家门店
玛格家居	主要销售模式为经销商模式，2021 年经销模式收入占比为 98.29%	截至 2021 年底，在全国范围内的经销商合计 701 家，经销门店 778 家
科凡家居	主要销售模式为经销商模式，2021 年经销模式收入占比为 98.88%	截至 2021 年 12 月 31 日，公司在全国范围内拥有 943 家经销商，990 家门店
本公司	采用以经销商为主，大宗业务与直营模式为辅的销售模式，其中 2021 年经销模式收入占主营业务收入的比例为 79.36%，大宗业务收入占比为 17.45%	截至 2021 年 12 月 31 日，拥有“诗尼曼”和“AI 家居”品牌经销商 1,893 家，经销商门店 1,918 家，并与万科股份等国内知名地产厂商保持良好合作关系

（4）技术水平

公司和同行业可比公司 2021 年研发投入，以及 2021 年末研发人员占比情况比较如下：

项目	研发投入 (万元)	占营业收入 比例	研发人员数量 (人)	占员工总数 比例
索菲亚	28,989.59	2.79%	1,281	8.84%

欧派家居	90,775.82	4.44%	2,954	11.98%
好莱客	16,409.01	4.87%	708	13.95%
皮阿诺	5,163.01	2.83%	304	12.18%
顶固集创	4,679.34	3.60%	198	10.24%
有屋智能	14,328.11	3.34%	495	11.97%
玛格家居	3,890.10	3.79%	171	6.94%
科凡家居	2,469.13	3.94%	167	11.95%
本公司	3,591.60	3.11%	162	7.62%

四、销售情况及主要客户

（一）主要产品的生产及销售情况

1、主要产品的产能及产销情况

报告期内，公司主要产品的产能、产量及产销率情况如下：

单位：平方米

产品	项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
定制衣柜/ 定制橱柜	产能	3,034,080.00	3,900,960.00	2,862,720.00	2,661,120.00
	产量	2,260,519.57	4,057,258.65	3,192,646.91	3,101,257.54
	自产销量	2,239,996.80	4,012,418.10	3,201,161.46	3,094,765.78
	产能利用率	74.50%	104.01%	111.52%	116.54%
	产销率	99.09%	98.89%	100.27%	99.79%
铝合金门窗	产能	21,168.00	44,352.00	70,560.00	70,560.00
	产量	8,148.69	32,030.15	37,718.14	35,982.70
	自产销量	8,687.13	32,481.99	37,591.71	35,988.72
	产能利用率	38.50%	72.22%	53.46%	51.00%
	产销率	106.61%	101.41%	99.66%	100.02%

注1：定制衣柜、定制橱柜属于板式家具，核心生产设备通用，可以进行共线生产，在此合并计算产能、产量、销量及相关指标；

注2：上表主要产品产能、产量、销量及相关指标，未包含委外加工、外购成品部分。报告期内发行人定制衣柜、橱柜委外加工、外购数量各期合计分别为311,897.86平方米、617,184.60平方米、745,263.44平方米和**487,846.24平方米**，铝合金门窗委外加工、外购数量各期合计分别为9,658.73平方米、12,304.99平方米、0平方米、**1,138.99平方米**。

报告期内，公司业务快速发展，定制衣柜、定制橱柜及配套家居产品的产销量快速增长，产销率持续维持在较高水平。在产销量大幅提升的情况下，公司的

产能瓶颈逐渐凸显，为了部分缓解产能不足，公司通过建设湖北荆门生产基地、升级生产线设备以及将部分生产工序和产品委托专业供应商加工等方式扩充产能。未来，随着公司业务的持续发展，公司的产品销量将进一步增加，公司本次募集资金投资项目，将部分用于扩大公司现有定制衣柜、定制橱柜的产能，以满足市场需求。

铝合金门窗是公司全屋定制家居战略的延伸和有机补充。公司自 2015 年开展铝合金门窗业务，在业务开展前期公司通过灵活的定价策略、经销网络建设，取得了一定销售业绩。但由于铝合金门窗相较于定制衣柜、橱柜等板式家具在原材料、生产流程、产品工艺、销售渠道等方面存在较大差异，与板式家具产品线缺少协同效应，且主要原材料铝材价格波动性较大、毛利率较低，公司减少了铝合金门窗的投入，铝合金门窗业务有所收缩，目前经营规模不大，对公司经营业绩无重大影响。

2、主要产品的销售收入及销售价格情况

单位：万元、元/平方米

产品	项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
定制衣柜及配套家具	销售收入	52,907.74	92,989.89	69,073.75	67,800.43
	平均售价	224.12	226.05	216.34	224.70
定制橱柜	销售收入	10,831.99	18,474.90	18,149.41	10,638.90
	平均售价	295.02	286.87	290.13	273.32
铝合金门窗	销售收入	944.10	2,753.23	4,018.17	3,884.77
	平均售价	960.80	847.62	805.30	851.04

报告期内，公司核心产品定制衣柜及配套家具、定制橱柜销售收入不断增长，主要受益于经销商网络的拓展完善和大宗业务模式的拓展，其中定制橱柜大宗业务模式销售占比高，公司 2020 年大宗业务快速增长，2021 年趋于平稳，定制橱柜销售收入变动趋势和大宗业务发展情况保持一致。

报告期内，公司定制衣柜及配套家具产品平均售价基本平稳，2020 年有所下降，主要系应对新冠疫情不利影响，公司加大了经销渠道日常促销让利力度所致。随着新冠疫情不利影响的逐步减弱，2021 年公司减少了日常促销让利力度，并调高了经销、直营渠道的产品售价，定制衣柜及配套家具产品平均售价上升并恢复至 2019 年度水平。报告期内，公司定制橱柜产品平均售价稳中有增，这与

定制橱柜产品主要通过大宗业务模式销售，且大宗合同金额大、大宗产品配置不一等因素相关。

报告期内，如上所述原因，公司对铝合金门窗业务进行战略收缩，铝合金门窗销售收入整体呈下降趋势。2020 年铝合金门窗销售收入增长、平均售价下降，主要因为本期取得大宗客户办公室、厂房门窗装修工程订单，项目金额大、产品标准化程度高，产品售价相对较低。

3、分模式销售情况

公司采取以经销模式为主，大宗业务模式、直营业务模式为辅的销售模式。报告期内，公司经销模式销售收入占主营业务收入比例最高，大宗业务收入整体呈快速增长趋势。

单位：万元

销售模式	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销模式	49,451.12	76.45%	90,639.29	79.36%	68,928.77	75.55%	73,007.26	88.68%
直营模式	1,622.79	2.51%	3,645.13	3.19%	2,327.32	2.55%	1,515.67	1.84%
大宗业务模式	13,609.92	21.04%	19,933.60	17.45%	19,985.25	21.90%	7,801.16	9.48%
合计	64,683.83	100.00%	114,218.02	100.00%	91,241.34	100.00%	82,324.10	100.00%

（二）主要客户情况

1、报告期内公司主要客户销售情况

公司产品的主要消费群体包括商品房购买者、旧房二次装修消费者、精装楼盘的房地产开发商、家装公司等。

报告期内，公司主要客户（同一控制下客户合并计算）销售如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	客户类型	销售金额	占主营业务收入比例
2022 年 1-9 月	1	旭辉集团股份有限公司（简称“旭辉集团”）	大宗客户	5,125.91	7.92%
	2	招商局蛇口工业区控股股份有限公司（简称“招商蛇口”）	大宗客户	1,112.72	1.72%
	3	深圳新诚天建筑工程有限公司（简称“深圳新诚天”）	大宗客户	1,112.17	1.72%

	4	卓越置业	大宗客户	625.91	0.97%
	5	绿城房地产集团有限公司(简称“绿城集团”)	大宗客户	610.19	0.94%
	前五名客户销售额合计		—	8,586.90	13.27%
2021年度	1	卓越置业	大宗客户	2,529.11	2.21%
	2	万科股份	大宗客户	2,316.34	2.03%
	3	广东海伦堡地产集团有限公司(简称“海伦堡地产”)	大宗客户	1,977.31	1.73%
	4	深圳新诚天	大宗客户	1,915.89	1.68%
	5	北京市华远置业有限公司(简称“华远置业”)	大宗客户	1,553.47	1.36%
	前五名客户销售额合计		—	10,292.11	9.01%
2020年度	1	万科股份	大宗客户	4,022.55	4.41%
	2	海伦堡地产	大宗客户	2,000.75	2.19%
	3	卓越置业	大宗客户	1,810.20	1.98%
	4	美的置业	大宗客户	1,656.12	1.82%
	5	苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司(简称“金螳螂”)	大宗客户	1,317.86	1.44%
	前五名客户销售额合计		—	10,807.48	11.84%
2019年度	1	万科股份	大宗客户	2,496.01	3.03%
	2	海伦堡地产	大宗客户	1,144.72	1.39%
	3	济南市艾佳装饰设计有限公司	经销客户	788.93	0.96%
	4	江苏嘉湖商贸有限公司(简称“嘉湖商贸”)	大宗客户	776.17	0.94%
	5	新力地产集团有限公司(简称“新力地产”)	大宗客户	737.47	0.90%
	前五名客户销售额合计		—	5,943.30	7.22%

报告期内，公司前五大客户主要为大宗业务模式下的房地产公司、装饰公司或房地产公司委托签署合同的相关主体。公司于 2017 年涉足精装修领域的大宗客户业务，受益于房地产精装修政策的推广，报告期内大宗业务收入增长较快，公司产品已跻身万科股份、卓越置业、美的置业等国内领先的地产商供应链，并与其形成长期良好的合作关系。根据公司与大宗客户签署的产品供货合同，公司主要以产品安装完毕并经验收作为收入确认依据，由于大宗业务单项合同金额较大、验收时间不均衡，从而造成各年前五大客户排名存在一定波动。

报告期内，发行人不存在向单一销售客户或受同一实际控制人控制的客户累计销售比例超过总额 50%的情形，不存在严重依赖少数客户的情形。发行人、发

行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与主要客户不存在关联关系，也不存在主要客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情况。

2、报告期内公司主要客户简介

序号	客户名称	基本注册及业务信息	合作历史	报告期内主要合作项目	业务获取方式
大宗业务客户					
1	万科股份	成立于 1984 年，A 股上市公司，注册资本 1,099,521.0218 万元，深圳市地铁集团有限公司持股 27.89%，为第一大股东，主要业务是兴办实业	2017 年	清远北部万科城、万科白鹭郡等	投标
2	海伦堡地产	成立于 2005 年，注册资本 920,000 万元，广州汇和置业有限公司持股 98.99%，为第一大股东，主要业务为房地产开发经营	2019 年	海伦堡昆明风动项目、肇庆海伦堡花园等	投标
3	卓越置业	成立于 1996 年，注册资本额 116,500 万港元，卓越集团投资有限公司持股 100%，主要业务为房地产开发经营	2018 年	卓越金茂浅水湾、东莞卓越悦山湖花园等	投标
4	美的置业	成立于 1995 年，注册资本 380,749.3668 万元，美的建业（香港）有限公司持股 57.79%，为第一大股东，主要业务为房地产开发经营	2017 年	西江御府一期、美的合能桂畔君兰等	投标
5	华远置业	成立于 2002 年，注册资本 100,000 万元，A 股上市公司华远地产（600743.SH）持股 100%，主要业务为房地产开发	2020 年	长沙华远华时代 A/C 塔、长沙华远海蓝郡	投标
6	金螳螂	成立于 1993 年，A 股上市公司，注册资本 26.71 万元，苏州金螳螂企业（集团）有限公司持股 24.44%，主要业务为建筑装饰工程技术开发，建筑室内外装饰装修工程的施工及设计	2019 年	昆明市中铁大厦、中铁佳苑建设项目	投标
7	新力地产	成立于 2017 年，注册资本 320,000 万元，江西新力企业管理有限公司持股 100%，主要业务为住宅、商业及综合性用途物业的开发	2018 年	赣州新力帝泊湾一期、武汉新力城项目等	投标
8	嘉湖商贸（注）	成立于 2011 年，注册资本 500 万元，江苏丰腾企业管理有限公司持股 100%，主要业务为建筑材料、机械设备等产品销售	2019 年	常熟港龙香语华庭三期、盐城港龙港馨园等	投标
9	深圳新诚天	成立于 2016 年，注册资本 11,356	2018 年	不适用	商务谈

序号	客户名称	基本注册及业务信息	合作历史	报告期内主要合作项目	业务获取方式
	(注)	万元, 舟山尚华企业管理咨询有限公司持股 100%, 主要业务为客户提供家装服务和产品。曾用名: 深圳新家生活科技服务有限公司			判
10	旭辉集团	成立于 2000 年, 总股本 7.46 亿元, 香港主板上市公司 (HK. 0884), 主要业务为房地产开发、商业运营和物业服务	2019 年	长沙旭辉梅溪悦章、成都旭辉金科棠府、长沙旭辉雨花郡等	投标
11	招商蛇口	成立于 1979 年, 总股本 77.39 亿元, A 股上市公司 (SZ. 001979), 隶属于招商局集团旗下, 从事城市综合开发运营业务	2020 年	湛江招商国际邮轮、东莞招商雍景湾、昆明招商依云国际等	投标
12	绿城集团	成立于 1995 年, 注册资本 100 亿元, 中国香港上市公司绿城中国控股有限公司 (股票代码: 03900) 的全资子公司, 主要业务为房地产开发及生活综合服务	2019 年	郑州绿城明月滨河、西安全运村等	投标

经销商客户

1	济南市艾佳装饰设计有限公司	成立于 2018 年, 注册资本为 50 万元, 王文斌持股 100%, 主要经营家具、建筑材料等批发零售	2016 年	济南经销权	招商

注: 嘉湖商贸报告期为港龙地产旗下项目向发行人采购; 深圳新诚天为金地集团旗下家装企业, 报告期内向公司采购定制家具产品用于为终端客户提供家装服务。

五、采购情况及主要供应商

(一) 主要原材料及能源的供应情况

1、主要原材料的采购情况

公司产品采购的物料较多, 主要包括板材(包括刨花板、多层板、中纤板等)、铝型材、五金配件(包括拉手、门铰等)、吸塑膜、封边条、玻璃、台面、成品家具、包装材料等。报告期内, 公司主要原材料(含成品家具)采购金额、占物料采购的比例情况如下表:

单位: 万元

产品分类	原材料	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
定制衣柜/定制	刨花板	7,740.34	25.40%	13,194.14	24.11%	10,770.34	23.61%	10,221.75	27.18%
	中纤板	1,375.67	4.51%	2,643.50	4.83%	1,680.57	3.68%	1,083.05	2.88%

产品分类	原材料	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
橱柜	多层板	533.11	1.75%	1,258.69	2.30%	1,120.71	2.46%	1,119.10	2.98%
	铝型材	553.24	1.82%	1,085.09	1.98%	1,267.18	2.78%	1,694.56	4.51%
	门铰	909.04	2.98%	1,902.83	3.48%	1,362.53	2.99%	1,111.95	2.96%
	拉手	1,017.45	3.34%	1,868.79	3.42%	1,273.09	2.79%	1,017.43	2.71%
	导轨	546.51	1.79%	905.82	1.66%	554.11	1.21%	531.07	1.41%
	吸塑膜	572.57	1.88%	1,000.39	1.83%	1,083.99	2.38%	856.67	2.28%
	封边条	1,294.14	4.25%	2,246.81	4.11%	1,813.87	3.98%	1,596.72	4.25%
	台面	2,050.22	6.73%	2,727.63	4.98%	4,164.43	9.13%	2,325.24	6.18%
铝合金门窗	铝型材	146.13	0.48%	973.89	1.78%	781.79	1.71%	649.81	1.73%
	玻璃	164.39	0.54%	411.20	0.75%	271.62	0.60%	243.19	0.65%
其他	成品家具	6,874.49	22.56%	11,969.66	21.88%	8,917.64	19.55%	6,149.17	16.35%
	厨电产品	424.75	1.39%	712.54	1.30%	462.96	1.01%	337.58	0.90%
	包装材料	1,335.89	4.38%	2,484.46	4.54%	1,878.22	4.12%	2,099.32	5.58%
合计		25,537.94	83.80%	45,385.44	82.95%	37,403.05	82.00%	31,036.61	82.55%

注：以上主要原材料采购金额统计中不包含委外加工费。关于委外加工情况，参阅本节之“一、主营业务、主要产品或服务情况”之“（四）主要经营模式”。

报告期内，随着公司业务的快速发展，公司主要原材料的采购金额总体呈增长趋势，对于采购金额变动较大的原材料具体分析如下：

（1）定制衣柜、定制橱柜主要原材料采购情况分析

报告期内，公司中纤板采购金额增长迅速，主要因为公司 2020 年下半年推出的“瑰丽板”系列产品所使用的中纤板对加工工艺的要求较高，采购价格较高，“瑰丽板”市场反应良好，带动中纤板采购量和采购金额的上升。

报告期内，公司铝型材采购金额呈逐年下降趋势，主要因为成品柜门（计入上表成品家具采购额）的外购比例提升，铝型材主要用于衣柜、橱柜类产品柜门的边框，通过将部分产品柜门整体交给供应商生产，节约了公司产能，提高了生产效率。

报告期内，公司门铰、拉手、导轨等五金类材料采购额上升，一方面因为公司业务规模扩大，生产需求提升，另一方面系五金类材料市场价格不断提升所致。

台面主要用于橱柜、浴室柜等产品。2020 年，公司台面采购金额增长较快，

主要系公司大宗业务的快速发展，橱柜、浴室柜类产品销售收入增长较快所致。2021年，公司台面采购金额下降，一方面本年部分大宗项目仅向公司采购橱柜、浴室柜柜体，未向公司采购台面。另一方面本年成型台面采购占比下降，未成型台面即毛板台面采购占比上升，及本年采购台面规格型号有所变化。

（2）铝合金门窗主要原材料采购情况分析

报告期内，公司铝合金门窗产品主要原材料包括铝型材和玻璃，两类材料2020年采购额较2019年小幅增长，2021年较2020年大幅增长，主要原因为：①门窗产品自制比例不断提升（相应外购门窗半成品、成品下降），原材料采购额逐步增加；②2021年大宗商品市场价格大幅上升，导致2021年铝型材、玻璃采购额涨幅较大。

由于铝合金门窗市场集中度不高且竞争激烈，再加上主要原材料成本不断提高，公司铝合金门窗业务收入规模、毛利率水平均呈下降趋势，公司已遵循会计准则的规定，按存货账面价值与可变现净值孰低的原则，对铝合金门窗业务库存原材料计提了充分的跌价准备。

（3）其他材料采购情况分析

报告期内，公司成品家具采购额不断增长，主要原因为公司业务规模不断扩大所致。个别原因包括2020年公司新增铝合金门窗大宗业务，成品门窗采购增加，以及最近两年公司为节约产能、提升生产效率，增加了成品柜门的采购比例。

报告期内，公司厨电类产品采购额随着公司业务规模扩大，不断增长，2021年厨电采购额增长幅度较大，主要因为公司与知名电器品牌建立战略合作关系，增加了晾衣架、空调以及小家电的采购量，为客户提供一站式的购物体验。

报告期内，公司包装材料采购额先降后升，2020年下降，主要系基于成本和环保考虑，公司简化、调整了包装材料，优化了包装工艺所致。2021年上升，主要系瓦楞纸箱等包装材料市场价格大幅上升及公司经营规模的进一步扩大所致。

综上，公司采购的原材料众多，受经营规模扩大、产品和业务结构变化、工艺改良、外部市场价格变化等诸多因素影响，报告期内公司各种原材料采购金额占采购总额的比重呈一定波动趋势。

2、主要原材料的价格变化

报告期内，公司主要原材料采购的平均价格情况如下：

单位：元

产品分类	原材料	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		采购单价	变动幅度	采购单价	变动幅度	采购单价	变动幅度	采购单价
定制衣柜/定制橱柜	刨花板（张）	61.96	1.44%	61.08	1.24%	60.34	0.99%	59.75
	中纤板（张）	84.21	-10.21%	93.79	22.23%	76.74	7.56%	71.35
	多层板（张）	190.36	7.70%	176.75	1.48%	174.17	1.03%	172.40
	铝型材（支）	28.27	2.99%	27.45	17.93%	23.27	0.30%	23.20
	拉手（个）	13.36	15.97%	11.52	39.59%	8.25	31.16%	6.29
	门铰（个）	3.04	0.66%	3.02	1.55%	2.98	7.97%	2.76
	导轨（副）	15.66	-15.08%	18.44	4.76%	17.60	0.46%	17.52
	吸塑膜（米）	21.12	-3.43%	21.87	-1.46%	22.20	1.32%	21.91
	封边条（米）	0.47	0.00%	0.47	2.54%	0.46	0.00%	0.46
	台面（延米）	275.55	-11.07%	309.85	-8.23%	337.65	4.19%	324.06
铝合金门窗	铝型材（千克）	22.45	11.86%	20.07	30.73%	15.35	-4.95%	16.15
	玻璃（平方米）	172.50	137.57%	72.61	51.03%	48.08	3.13%	46.62

（1）定制衣柜、定制橱柜

公司定制家具类产品使用的板材主要为刨花板、中纤板、多层板三类，报告期内刨花板、多层板平均采购价格受产品结构和市场供求情况影响小幅波动，保持整体稳定；报告期内中纤板采购价格增长，主要因为公司 2020 年下半年推出定位中高端的“瑰丽板”系列产品，工艺要求较高，使用的中纤板尺寸更长、更厚，公司直接向供应商采购已经完成覆膜的板材，采购单价较高，“瑰丽板”系列产品销售规模的扩大，带动公司中纤板平均采购价格的上升。

公司定制家具类产品使用的五金主要为拉手、门铰、导轨，在五金类材料市场价格不断提升的背景下，报告期内门铰、导轨、拉手平均采购价格呈上升趋势，其中拉手价格提升幅度较大，还因为公司在定制家具类产品使用更加方便、美观的大型拉手代替小型拉手所致。

报告期内，公司台面采购价格小幅下降，一方面因为随着公司定制橱柜销售规模的扩大，公司议价能力提升，同时公司调整供应商结构，选择更具性价比的

供应商。另一方面公司 2021 年始成型台面采购占比下降，未成型台面即毛板台面采购占比上升，及采购台面规格型号有所变化。

（2）铝合金门窗

2020 年，公司铝合金门窗产品使用的铝型材平均采购价格小幅下降，与铝锭的市场价格变动趋势一致，玻璃采购价格保持整体稳定，2021 年大宗商品市场价格大幅上升，公司铝型材、玻璃采购价格提升幅度较大。2022 年 1-9 月玻璃价格上涨幅度较大，主要因为以前年度主要采购单层玻璃后自行加工为夹层玻璃(双层玻璃组成，中间进行填充)，基于成本效率考虑，公司本期直接向供应商采购夹层玻璃。

3、主要能源供应情况

公司所需的能源主要为电力，由经营所在地的电力公司统一供应。公司生产经营所在地为广东省广州市和湖北省荆门市，当地电力供应充足，价格稳定，能够满足生产所需。

报告期内，公司电力采购情况如下：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
电费金额（含税）/万元	940.02	1,225.45	918.14	930.59
用电量/万度	1,045.87	1,564.09	1,171.59	1,076.81
营业成本/万元	45,030.20	78,117.37	63,918.44	54,313.92
占比	2.09%	1.57%	1.44%	1.71%

2019-2021 年，公司电费占营业成本的比例呈整体下降趋势。一方面，公司新建的湖北生产基地产量不断扩大，由于生产设备成新率较高，更加节能环保，带动公司产品单位能耗下降；另一方面，新冠疫情暴发后当地政府提供支持性电价政策，以及公司将部分大宗业务产品委托专业的家具代工厂加工，从而导致 2020 年电费金额及占营业成本比例下降。2021 年公司经销业务收入恢复增长，以及适度控制大宗业务发展速度，2021 年电费金额及占营业成本的比例较 2020 年相应增长。2022 年 1-9 月，公司电费占营业成本的比例有所上升，主要原因系当期电价上涨以及前三季度产能利用率较低所致。

（二）主要供应商情况

1、报告期内主要供应商采购情况

报告期内，公司主要供应商（同一控制下供应商合并计算）如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购金额	占采购总额的比例
2022 年 1-9 月	1	广东始兴县华洲木业有限公司（注 1）	2,032.24	5.64%
	2	万华禾香生态科技股份有限公司（注 2）	1,498.38	4.16%
	3	商丘市鼎丰木业股份有限公司	1,402.81	3.89%
	4	东莞市圣马帝诺家具有限公司	1,218.22	3.38%
	5	湖北欧杰诺新材料科技有限公司	1,129.86	3.13%
	前五名供应商采购合计		7,281.51	20.20%
2021 年	1	万华禾香生态科技股份有限公司	3,604.07	5.67%
	2	广东始兴县华洲木业有限公司	3,042.73	4.79%
	3	商丘市鼎丰木业股份有限公司	1,658.98	2.61%
	4	湖北欧杰诺新材料科技有限公司	1,526.54	2.40%
	5	东莞市圣马帝诺家具有限公司	1,453.17	2.29%
	前五名供应商采购合计		11,285.51	17.77%
2020 年	1	广东始兴县华洲木业有限公司	2,953.66	5.55%
	2	万华禾香生态科技股份有限公司	2,715.73	5.10%
	3	中山市君成家具制造有限公司	2,024.56	3.80%
	4	广东中旗新材料股份有限公司	1,705.41	3.20%
	5	东莞市圣马帝诺家具有限公司	1,397.15	2.62%
	前五名供应商采购合计		10,796.51	20.28%
2019 年	1	广东始兴县华洲木业有限公司	3,128.85	7.25%
	2	万华禾香生态科技股份有限公司	2,894.55	6.70%
	3	广西华晟木业有限公司	1,972.11	4.57%
	4	安徽省六安市叶集丽人木业有限公司	1,537.98	3.56%
	5	佛山市三水粤山装饰实业有限公司	1,527.03	3.54%
	前五名供应商采购合计		11,060.53	25.61%

注 1：广东始兴县华洲木业有限公司、广州华坊洲木业有限公司为同一自然人控制的公司，在此合并披露为广东始兴县华洲木业有限公司，下同；

注 2：万华生态板业（荆州）有限公司、万华禾香板业有限责任公司、万华禾香板业有限责任公司销售分公司、荆门万华生态装饰材料有限公司为万华禾香生态科技股份有限公司（以下简称“万华生态”）控制或具有重大影响的企业，在此合并披露，下同。

报告期内，公司前五大供应商主要为家具产品板材供应商，其中最大供应商

为万华生态、广东始兴县华洲木业有限公司。随着公司湖北生产基地的建成和投产，产能布局有所调整，增加了湖北及周边地区采购量，万华生态、湖北欧杰诺新材料科技有限公司以及商丘市鼎丰木业股份有限公司采购增加，华南地区供应商采购占比相应下降。

中山市君成家具制造有限公司、东莞市圣马帝诺家具有限公司、广东中旗新材料股份有限公司为公司大宗业务主要供应商。2020 年，公司大宗业务收入增长迅速，相关采购增长较快；2021 年，公司适当控制大宗业务扩展，拓展大宗业务供应商，相关采购下降。

报告期内，发行人不存在向单一供应商或受同一实际控制人控制的供应商累计采购比例超过总额 50%的情形，不存在严重依赖少数供应商的情形。发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与主要供应商不存在关联关系，也不存在主要供应商及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情况。

2、报告期内公司主要供应商简介

序号	供应商名称	基本注册信息	经营范围	合作历史	主要采购内容
1	万华生态	成立于 2006 年，注册资本为 20,000 万元，北京禾馨立德投资股份有限公司持股 27.5%，为其第一大股东	无醛添加人造板材、人造板及家具生产设备的技术开发、技术服务；销售人造板、机械设备；货物进出口、技术进出口。	2015 年	板材及覆膜压贴
2	广东始兴县华洲木业有限公司	成立于 2009 年，注册资本为 20,723.24 万元，张凤岚持股 95.06%，为其第一大股东	生产、销售：人造板、家具、装饰材料；自营和代理各类商品及技术的进出口。	2013 年	板材
	广州华坊洲木业有限公司	成立于 2005 年，注册资本为 1,000 万元，张凤岚持股 90%，为其第一大股东	其他人造板制造；纤维板制造；刨花板制造；胶合板制造；木质家具制造；建筑用木料及木材组件加工；锯材加工；木片加工；单板加工；其他木材加工；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；木制、塑料、皮革日用品零售；木质装饰材料零售	2013 年	板材及覆膜压贴

序号	供应商名称	基本注册信息	经营范围	合作历史	主要采购内容
3	商丘市鼎丰木业股份有限公司	成立于 2013 年，注册资本为 8,800 万元，卜二库持股 22.85%，为其第一大股东	刨花板生产销售；房屋租赁	2019 年	板材
4	湖北欧杰诺新材料科技有限公司	成立于 2019 年，注册资本为 200 万元，金海松持股 60%，为其第一大股东	新型家具材料的研发、生产及销售，包装材料、化工原料、机械设备生产及销售	2020 年	板材及覆膜压贴
5	中山市君成家具有限有限公司	成立于 2012 年，注册资本为 100 万元，黄艳茂持股 100%	生产、加工、销售：家具制品、厨具制品、陈列展示制品、厨房电器、五金制品（不含电镀）、货物及技术进出口业务。	2017 年	大宗业务产品加工
6	广东中旗新材料股份有限公司	成立于 2007 年，注册资本为 9,067 万元，珠海羽明华企业管理有限公司持股 30.75%，为其第一大股东	开发、制造：人造石材装饰材料；销售：装饰材料、五金交电、人造及天然石材、橱柜、石制家具及配件。开发、销售：石材设备；石材产品安装；品牌加盟服务；房屋租赁；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。	2016 年	台面
7	东莞市圣马帝诺家具有限公司	成立于 2016 年，注册资本为 1,000 万元，马晓东和东莞市旭东家具有限公司分别持股 50%	研发、产销、加工：家具、办公家具、厨具、衣柜、橱柜；全屋家居订做。	2017 年	大宗业务产品加工
8	广西华晟木业有限公司	成立于 2011 年，注册资本为 8,400 万元，广西三威家居新材股份有限公司持股 100%	一般项目：人造板制造；人造板销售	2013 年	板材
9	安徽省六安市叶集丽人木业有限公司	成立于 2011 年，注册资本为 5,000 万元，丽水市森岚投资有限公司和浙江丽人木业集团有限公司分别持股 30%	一般经营项目：生产销售人造板及其相关产品的深加工，木材，进出口业务。	2018 年	板材
10	佛山市三水粤山装饰实业有限公司	成立于 2003 年，注册资本为 1,000 万元，王志辉持股 90%，为其第一大股东，2021 年 1 月更名为广东粤山新材料科技有限公司	一般项目：新材料技术推广服务；新材料技术研发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；人造板制造；人造板销售；建筑装饰材料销售；家具制造；家具销售；机械设备销售；	2015 年	板材及覆膜压贴

序号	供应商名称	基本注册信息	经营范围	合作历史	主要采购内容
			机械零件、零部件销售； 机械零件、零部件加工； 普通机械设备安装服务。		

3、向供应商销售情况

报告期内，发行人存在向供应商销售的情形，具体如下：

单位：万元

公司名称	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	采购额	销售 额	采购额	销售 额	采购额	销售 额	采购额	销售 额
偶发性销售								
万华生态	1,498.38	—	3,604.07	—	2,715.73	916.05	2,894.55	—
珠海市欧博莱布业有限公司	32.44	—	26.69	—	29.31	—	114.49	54.51
经常性销售								
浙江欧嘉门业有限公司等 22 家供应商	2,082.12	21.02	4,220.51	37.55	2,468.40	11.31	1,288.24	24.58

注：上表经常性销售的 22 家供应商系报告期内累计数。

2020 年，公司存在向主要板材供应商万华生态旗下禾香板产业园销售铝合金门窗等用于其生产经营场所装修的偶发性交易，销售金额为 916.05 万元，占 2020 年公司营业收入的比例为 0.99%，占比较低，对公司经营业绩无重大影响。

万华生态为国内领先的定制家居行业板材供应商，该公司成为发行人主要板材供应商之一具有合理性。发行人主营业务为定制家居产品及铝合金门窗产品的设计、生产和销售，具备向工业领域批量提供铝合金门窗产品及服务的能力，万华生态因产业园建设向公司采购铝合金门窗产品具有合理性。

报告期内，发行人向珠海市欧博莱布业有限公司（以下简称“欧博莱”）采购窗帘作为定制家具配套产品销售，欧博莱为发行人报告期内供应商。2019 年，欧博莱因自身业务发展需要，向公司采购一批定制衣柜用于直营门店装修，该笔交易属于偶发性交易，销售价格与公司同类型产品销售价格不存在显著差异，交易金额较小，对公司经营业绩无重大影响。

报告期内，发行人向浙江欧嘉门业有限公司（以下简称“欧嘉门业”）等供应商采购成品木门、装饰材料等产品作为定制家具配套产品销售，欧嘉门业等为

发行人报告期内供应商，为保证配套产品色泽、色彩、质量等的一致性，公司向该等供应商提供少量公司统一使用的包覆膜用于相应产品的表面包覆加工，该等交易虽然具有持续性特征，但相关交易符合公司统一产品形象、质量的要求，交易具有合理性，且销售金额较小，对公司经营业绩无重大影响。

六、主要固定资产、无形资产

（一）主要固定资产

截至 2022 年 9 月 30 日，公司固定资产总体情况如下：

类别	原值（万元）	净值（万元）	成新率
房屋及建筑物	9,079.22	7,678.04	84.57%
机器设备	13,507.04	7,949.30	58.85%
运输工具	413.95	43.84	10.59%
办公设备及其他	2,900.84	1,126.05	38.82%
合计	25,901.05	16,797.23	64.85%

1、主要生产设备

截至 2022 年 9 月 30 日，公司主要生产设备情况如下：

单位：台、万元

资产名称	数量	设备原值	账面净值	成新率
直线封边机	76	3,884.18	2,423.53	62.39%
数控加工中心	64	3,540.62	2,223.32	62.79%
板材开料锯	50	1,973.05	1,146.79	58.12%
除尘设备	12	649.32	430.54	66.31%
数控点对点钻孔加工中心	10	467.68	186.04	39.78%
三维贴面压机	3	308.60	163.90	53.11%
辊台	8	191.66	92.87	48.46%
自动穿越式数控钻孔机	1	172.65	40.56	23.49%
定制家具包装线	1	158.12	55.47	35.08%
型材包覆机	5	141.68	85.71	60.49%

2、房屋建筑物

（1）自有房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，公司拥有的房屋建筑物情况如下：

单位：平方米

所有权人	房地产权证号	房屋坐落	建筑面积	用途	取得方式	他项权利情况
湖北诗尼曼	鄂（2017）东宝区不动产权第10000210号	荆门市东宝区东宝工业园华晟一路等11户	8,635.50	工业	自建房	无
湖北诗尼曼	鄂（2017）东宝区不动产权第10000211号	荆门市东宝区东宝工业园华晟一路1#生产车间等3户	46,856.83	工业	自建房	无
湖北诗尼曼	鄂（2019）东宝区不动产权第10001584号	荆门市东宝区东宝工业园华晟一路以北6#生产车间幢	17,573.76	工业	自建房	无
湖北诗尼曼	鄂（2022）东宝区不动产权第1006102号	荆门市东宝区东宝工业园华晟一路以北4#生产车间幢	19,118.75	工业	自建房	无
湖北诗尼曼	鄂（2022）东宝区不动产权第1006103号	荆门市东宝区东宝工业园华晟一路以北2#宿舍幢	5,076.78	工业	自建房	无
诗尼曼	桂（2021）南宁市不动产权第0526113号	南宁市西乡塘区秀安路3-1号美的旭辉城7号楼十二层	89.91	住宅	市场化商品房	无
诗尼曼	尚在办理过程中	珠海市斗门区腾晖路153号汇景嘉园6座-206房	107.69	住宅	以房抵债	无
诗尼曼	尚在办理过程中	春城时光花园（3-3号地块）二期II中的1#楼26层2619房	87.36	住宅	以房抵债	无
诗尼曼	尚在办理过程中	春城时光花园（3-3号地块）一期II中的3#楼20层2004房	86.81	住宅	以房抵债	无
诗尼曼	苏（2022）常熟市不动产权第8165928号	常福街道深圳路36号中南锦城12幢129	70.32	住宅	以房抵债	无

（2）房屋租赁情况

截至本招股说明书签署日，公司租用房屋建筑物情况如下：

单位：平方米

序号	出租人	房屋地址	租赁期限	租赁面积	其中：无产权证面积	租赁用途
1	广州市有维物业发展有限公司（以下简称	广州市番禺区石楼镇联围村浮莲岗	2017.9.1至2023.8.31	53,361.93	23,588.83	衣柜、橱柜及门窗生产基地

序号	出租人	房屋地址	租赁期限	租赁面积	其中：无产权证书面积	租赁用途
	“有维物业”）					
2	广州市番禺区拆船轧钢公司（以下简称“拆船轧钢公司”）	广州市番禺区石楼镇联围村浮莲岗	2022.1.1 至 2024.12.31	12,548.97	12,548.97	柜体车间、仓库
3	广州市番禺番山实业发展有限公司	广州市番禺区石碁镇亚运大道1003号5号楼	2020.11.21 至 2025.11.20	1,942.67	—	办公
4	广州市番禺番山实业发展有限公司	广州市番禺区石碁镇亚运大道1003号6号楼1座	2019.12.6 至 2025.12.5	4,606.00	—	办公
5	上海富基物业管理服务中心	上海市青浦区徐泾镇汇龙路695、755号1幢（A栋）11层1103\1105室	2022.3.15 至 2024.3.14	201.84	—	办公
6	中冶南方工程技术有限公司	武汉市洪山区梨园街徐东大街85号中冶南方大厦A区第5层02、03号	2022.4.1 至 2025.3.31	475.00	—	武汉直营店
7	荆门点时物业管理有限公司	荆门市东宝区牌楼镇新生村一组荆门一马光彩大市场商铺47栋1层107-120号	2019.11.1 至 2023.10.31	531.44	—	荆门直营店
8	贺欢欢	成都市高新区天府大道中段177号天鹅湖花园17栋1单元29楼04号	2022.02.25 至 2023.02.24	200.25	—	办公
9	北京居然之家十里河家居建材市场有限公司	北京市北京十里河店四号楼二层厨柜厅	2022.7.1 至 2023.6.30	161.96	161.96	北京直营店
10	北京居然之家十里河家居建材市场有限公司	北京市北京十里河店八号楼六层	2022.7.1 至 2023.6.30	174.00	174.00	北京直营店

注：上表1-2项租赁物业中无产权证书面积部分为业主方加建和公司租赁后加建合计数。截至2022年9月30日，公司加建部分摊余价值为384.75万元，占资产总额的比例为0.47%。

（3）未取得房屋产权证书房屋建筑物情况

截至本招股说明书签署日，公司租赁的部分房屋建筑物以及在租赁土地上扩建的房屋建筑物未能取得房屋产权证书，具体如下：

单位：平方米

项目	房屋面积小计	房屋用途			
		生产厂房	辅助车间	仓库	展厅、办公、宿舍等
无产权房屋合计	36,473.76	10,939.55	632.91	22,060.07	2,841.23
房屋建筑物面积合计（注）	171,465.68				
占比	21.27% （用于生产及辅助生产占比 6.75% ）				

注：上表中房屋建筑物面积合计未包含用于出售或出租等非日常经营用途的投资性房地产。

由上表，公司未取得房屋产权证书的房屋建筑物面积占比为 **21.27%**，且主要用于仓库、展厅、办公等辅助用途，用于生产及辅助生产用途的无产权房屋仅占公司房屋建筑面积的 **6.75%**，占比较低。

（4）未能取得房屋产权的原因

截至本招股说明书签署日，公司租赁了有维物业、拆船轧钢公司位于广州市番禺区石楼镇联围村浮莲岗的两宗土地及房屋，并在租赁土地上加建房屋作为衣柜、橱柜、门窗业务的生产车间、仓库、展厅及办公楼等经营用途，其中部分租赁房屋及加建房屋未能取得房屋产权证书，主要因为：

2011 月 7 月，经广州市人民政府批复实施的《广州市控制性详细规划（全覆盖）》（穗府函[2011]145 号），将位于广州市番禺区石楼镇联围村浮莲岗厂区内的土地控规由工业用地调整为体育用地和绿地，且截至本招股说明书签署日，后续的具体规划一直未能明确，基于此历史原因，造成广州有维物业及发行人在该地块内的新增建筑无法办理相关报建和产权手续。

综上所述，发行人上述租赁物业（含发行人租赁后自行扩建物业）无法办理产权手续的主要原因系政府用地规划变更所致。

（5）部分房屋无产权证书对公司生产经营的影响

截至本招股说明书签署日，发行人租赁的无产权证房屋及扩建房屋主要用于仓库、办公和展厅等辅助经营场所，用于生产及辅助生产用途的无产权房屋面积占发行人房屋总面积的比例仅为 **6.75%**，占比较低。最近一年和一期，发行人无

产权生产车间贡献的收入为 4,408.84 万元、**2,210.11 万元**，收入占比为 3.81%、**3.36%**，金额及占比较低，对公司持续经营无重大影响。

（6）部分房屋无产权证书对公司生产经营合规性的影响

广州市规划和自然资源局、广州市番禺区住房和城乡建设局、广州市番禺区城市管理和综合执法局、广州市番禺区石楼镇人民政府已出具相关证明，报告期内发行人不存在因违反土地资源和规划管理、住房和城乡建设管理等法律法规而受到行政处罚的记录。

（7）应对部分房屋无产权证书对公司未来生产经营稳定性的风险措施

①相关政府机构所出具的证明

广州市番禺区城市更新局已出具证明，证明截至 2022 年 4 月 14 日，上述物业尚未纳入本区城市更新改造范围。广州市番禺区石楼镇人民政府已出具证明，对上述物业所涉土地用地规划变更情况予以确认。2022 年 5 月，广州市番禺区人民政府已出具证明，未来三年内，广州市番禺区人民政府对上述地块暂没有收储计划。

②发行人进一步解决瑕疵产权问题的方案

未来公司拟通过如下措施进一步降低无产权证书房屋对公司生产经营的潜在不利影响，具体如下：

A、合理预计搬迁成本及做好搬迁方案。公司总部搬迁主要由原有扩建厂房一次性摊销费用、柜体生产设备拆装以及运输费用**组成**，经公司初步测算，扩建厂房一次性摊销费用为 **384.75** 万元、拆装费用合计约 59.10 万元、设备运输费用 30 万元，总费用合计 **473.85** 万元。公司会选择生产经营淡季进行搬迁，搬迁事宜不会对正常生产经营造成重大不利影响；

B、在周边地区租赁产权完善房屋。公司无产权证房屋主要为仓库、办公、展厅等，搬迁简单、成本较低，对生产经营的影响程度相对有限，公司所在的广州市番禺区石楼镇及周边地区同类可租赁房源较为充足，公司可以寻找合适的厂房继续相应的生产经营活动；

C、新增业务转移至湖北荆门生产基地。公司湖北荆门生产基地一期项目已

经投产，二期项目已列入本次募集资金投资项目。公司湖北荆门生产基地产能不断扩大，可以承接新增业务产能及现有部分产能，降低对广州番禺石楼镇老生产基地的依赖；

D、购置土地建设新的总部基地。公司2019年2月与广州市规划和自然资源局签署《国有建设用地使用权出让合同》，公司通过出让方式取得位于广州市番禺区化龙镇的一宗工业用地，土地面积22,864平方米，将用于建设公司总部基地。截至本招股说明书签署日，该地块施工前置性程序正在办理过程中。

③实际控制人出具承诺

公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟已出具承诺：“若因公司及子公司、分支机构自有或租赁的土地及房屋存在瑕疵、未办理租赁备案手续等原因，致使公司及子公司、分支机构取得和使用该等土地、房屋不符合相关法律、法规规定，导致被有权主管部门要求搬迁或受到行政处罚等，本人承诺将全额补偿公司及子公司、分支机构因此所遭受的一切损失，并积极为公司及子公司、分支机构寻找可替代的土地或房产，避免影响公司的正常经营。”

综上，公司租赁部分房屋及扩建房屋未取得房屋产权证书，可能导致公司面临一定的法律风险和搬迁风险，但不会对公司持续经营造成重大不利影响。

（二）主要无形资产

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司及子公司湖北诗尼曼共拥有 5 宗土地使用权，具体情况如下：

序号	土地使用权人	证件编号	坐落	面积（㎡）	用途	终止日期	权利性质	他项权利
1	湖北诗尼曼	鄂（2017）东宝区不动产权第 0008282 号	荆门市东宝区子陵铺镇幸福村	21,621.00	工业用地	2067.05.24	出让	无
2	湖北诗尼曼	鄂（2017）东宝区不动产权第 0008283 号	荆门市东宝区子陵铺镇幸福村	86,304.00	工业用地	2067.05.24	出让	无
3	湖北诗尼曼	鄂（2018）东宝区不动产权第 10000204 号	荆门市东宝区子陵铺镇幸福村、新桥村	56,453.00	工业用地	2068.01.15	出让	无

序号	土地使用权人	证件编号	坐落	面积（m ² ）	用途	终止日期	权利性质	他项权利
4	湖北诗尼曼	鄂（2018）东宝区不动产权第10000205号	荆门市东宝区子陵铺镇幸福村、新桥村	165,379.00	工业用地	2068.01.15	出让	无
5	诗尼曼	粤（2019）广州市不动产权第07800344号	广州市番禺区化龙镇	22,864.00	工业用地	2069.04.24	出让	正在办理抵押权登记

注：2022年12月，发行人与招商银行广州分行签署《抵押合同》（编号：120HT202210669601），将该宗土地使用权用于《固定资产借款合同》（编号：120HT2022106696）项下贷款的抵押物。前述借款合同具体内容详见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“一、重大合同”之“（三）授信与借款合同”相关内容。

2、商标

截至本招股说明书签署日，公司拥有商标**234**项，其中境内商标**195**项，境外商标**39**项，具体情况请见本招股说明书之“第十三节 附件”之“五、商标、专利、软件著作权清单”。

3、专利

截至本招股说明书签署日，公司拥有国内专利**488**项，其中发明专利**9**项，实用新型专利**219**项，外观设计专利**260**项，具体情况请见本招股说明书之“第十三节 附件”之“五、商标、专利、软件著作权清单”。

4、软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司取得的计算机软件著作权共**54**项，具体情况请见本招股说明书之“第十三节 附件”之“五、商标、专利、软件著作权清单”。

5、作品著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有的产品登记证书共**16**项，具体如下：

序号	作品名称	登记号	登记日期	创作完成时间	取得方式
1	彩虹标	国作登字-2021-F-00297072	2021. 12. 28	2003. 02. 01	继受取得
2	家居 100	国作登字-2015-F-00201754	2015.06.09	2013.07.16	原始取得
3	天鹅 LOGO	国作登字-2015-F-00237892	2015.12.14	2013.08.16	原始取得

序号	作品名称	登记号	登记日期	创作完成时间	取得方式
4	天鹅 LOGO	国作登字 -2016-F-00330955	2016.11.07	2013.08.18	原始取得
5	天鹅羽纹 1	国作登字 -2017-F-00432385	2017.12.14	2017.10.11	原始取得
6	天鹅羽纹 2	国作登字 -2017-F-00432384	2017.12.14	2017.10.11	原始取得
7	天鹅图	国作登字 -2018-F-00436742	2018.02.23	2017.10.30	原始取得
8	分享家	国作登字 -2019-F-00851698	2019.08.01	2018.05.01	原始取得
9	AI 家居	国作登字 -2019-F-00937952	2019.12.16	2017.12.20	原始取得
10	AI 君	国作登字 -2021-F-00001406	2021.01.05	2020.07.16	原始取得
11	AI HOME	国作登字 -2021-F-00110261	2021.05.19	2020.10.08	原始取得
12	天鹅图	国作登字 -2021-F-00204644	2021.09.03	2021.01.08	原始取得
13	智慧整装图形	粤作登字 -2021-F-00036888	2021.11.08	2021.09.10	原始取得
14	智慧整装	粤作登字 -2021-F-00036889	2021.11.08	2021.09.10	原始取得
15	分享家图形	粤作登字 -2021-F-00036890	2021.11.08	2021.05.31	原始取得
16	J+喷绘图	粤作登字 -2022-F-00001769	2022.01.20	2021.11.23	原始取得

6、其他

截至本招股说明书签署日，公司拥有的其他重要证书、资格如下：

（1）高新技术企业证书

企业名称	证书编号	发证时间	有效期	批准机关
诗尼曼	GR202144008388	2021.12.20	三年	广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局

（2）质量管理、安全生产、环境管理、职业健康安全管理等证书

序号	企业名称	证书名称	注册号/证书编号	发证时间	有效期	认证范围
1	诗尼曼	质量管理体系认证证书	00120Q34875R1L/ 4400	新证取得 时间 2020.7.9	至 2023.7. 27	板式组合家具、 橱柜、门窗的 设计开发和生产， 木门的设计开 发
2	诗尼曼	环境管理体系认证证书	00122E31168R1L/ 4400	新证取得 时间 2022.4.18	至 2025.4. 7	板式组合家具、 橱柜及门窗的 设计开发和生

序号	企业名称	证书名称	注册号/证书编号	发证时间	有效期	认证范围
						产及相关管理活动
3	诗尼曼	职业健康安全管理体系认证证书	00122S30902R1L/4400	新证取得时间 2022.4.14	至 2025.4.3	板式组合家具、橱柜的设计开发和生产及相关管理活动
4	诗尼曼	知识产权管理体系认证证书	165IP192398R1L	2022.4.20	至 2025.4.26	板式衣柜、板式展柜、板式橱柜、门窗的研发、生产、销售的知识产权管理
5	诗尼曼	中国环境标志产品认证证书	CEC2019ELP04206651	2020.11.23	五年	人造板类家具
6	诗尼曼	两化融合管理体系评定证书-AAA级	AIITRE-00122111MS0413802	2022.11.25	至 2025.11.24	—
7	湖北诗尼曼	质量管理体系认证证书	24021Q20375R1M	2021.9.22	三年	板式家具（整体衣柜、展柜）、橱柜的设计开发和生产
8	湖北诗尼曼	环境管理体系认证证书	24021E20225R1M	2021.9.22	三年	板式家具（整体衣柜、展柜）、橱柜的设计开发和生产相关的环境管理活动
9	湖北诗尼曼	职业健康安全管理体系认证证书	24021S20224R1M	2021.9.22	三年	板式家具（整体衣柜、展柜）、橱柜的设计开发和生产相关的职业健康安全活动

(3) 其他业务资质

公司名称	资质、许可证书名称	资质、许可证书具体情况
诗尼曼	出境竹木草制品生产企业注册登记证书	发证机关：中华人民共和国广州海关
		发证日期：2020年6月14日
		注册登记编号：5160ZMC0231
		注册登记产品种类：木家具、木制品
		有效期：至2024年6月13日
	出入境检验检疫报检企业备案表	备案号码：4424604197
		备案日期：2017年9月15日

公司名称	资质、许可证书名称	资质、许可证书具体情况
	对外贸易经营者备案登记表	备案机构：中华人民共和国广东出入境检验检疫局
		备案登记表编号：03633119 备案日期：2017年9月13日
	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	海关注册编码：4423963893
		注册登记日期：2017年7月10日
		注册海关：中华人民共和国番禺海关 有效期：长期
	建筑业企业资质证书	证书编号：D344229345
		发证机关：广州市住房和城乡建设委员会
		发证时间：2018年8月21日
		资质类别及等级：建筑装修装饰工程专业承包二级 有效期：至2023年8月21日
	广东省污染物排放许可证	证书编号：4401132016000082
		发证机关：广州市生态环境局番禺区分局
		发证时间：2019年7月30日 有效期：至2024年7月29日
湖北诗尼曼	排污许可证	证书编号：91420802MA48Y5T99J001Q
		发证机关：荆门市生态环境局
		发证时间：2022年10月12日
		有效期至：2027年10月11日

（三）特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司无第三方授予的特许经营权。

七、核心技术及研发情况

（一）主要核心技术及来源情况

1、公司主要核心技术情况

公司通过不断的技术创新和研发，在产品设计、生产工艺、信息数字化等方面形成了多项核心技术，主要情况如下：

序号	核心技术名称	技术来源	创新类型	技术在产品中的运用	技术简要说明	对应的部分专利技术/ 计算机软件著作权
1	集成家居数字化管理系统： 公司通过自主研发、集成创新的方式，掌握了应用于定制家居产品的集成家居数字化管理系统，该系统将信息化贯穿于设计、下单、生产、仓储物流、售后等定制家居业务全流程环节，是信息技术与传统制造有效融合的典范，有效提升了定制化大规模柔性生产的能力与效率					
1.1	柔性化定制生产技术	自主研发	集成创新	定制家居产品	高自动化生产设备与高效率生产管理系统相结合，自动计算最佳揉单方案及，通过数字化传输实现自动化生产，实现定制产品大规模柔性生产	2017SR510818 工单管理系统 V1.0； 2017SR509876 批次组织排产系统 V1.0； 2017SR509810 自动批次组织系统 V1.0 2019SR0024161 批次组织系统 V2.0
1.2	店面设计系统	自主研发	集成创新	定制家居产品	终端设计师可利用其建模、设计及生成 3D 效果图，并可直接客户订单与总部生产无缝对接，实现定制家居产品设计生产一体化解决方案	2020SR0250744 诗尼曼酷设计管理系统 V1.0 2020SR0446468 诗尼曼分享家管理系统 V1.0
2	产品设计、生产工艺技术： 公司具有较强的研发设计能力，为国家高新技术企业、省级企业技术中心、市级工业设计中心、广州市创新标杆企业，截至本招股说明书签署日，公司共拥有专利 488 项，并被国家知识产权局授予“国家知识产权优势企业”称号					
2.1	超大容量的百纳深抽技术	自主研发	原始创新	定制家居产品	通过上下导轨的独特设置实现百纳抽屉超大、超深的容量设计，使得抽屉深度不再局限于传统导轨轨道的尺寸范围，且可以通过双控挂墙件包含多种拼搭方式，面板划分平整，外观更加整体统一	201922274149X 一种大容量百纳抽屉
2.2	轨道结构技术	自主研发	集成创新	定制家居产品	有效解决衣柜产品推拉不顺畅、噪音大、承重小、门窗防水问题，提升客户使用体验	2016211365583 一种隔音式推拉轨道 2015208205457 一种平移推拉门的上下轨道结构 2019219086110 推拉门窗轨道结构
2.3	具有防潮性能的衣柜系统技术	自主研发	原始创新	定制家居产品	通过加热箱、风机、加热灯丝、固定管和排风罩对衣柜内部进行干燥处理，有效避免衣柜本体湿度过高，进而保护衣物不会发生潮湿现象	2020218170135 一种用于自动风干衣物的床头衣柜 2020232793169 一种组装衣柜用防潮模块板
2.4	铝材双色包覆技术	自主研发	原始创新	定制家居产品	可实现多色彩包覆，满足客户的视觉体验。解决了铝框与转换条之间如何连接的疑难点，同时也克服了铝框和	2019111225552 一种双色铝框包覆方法

序号	核心技术名称	技术来源	创新类型	技术在产品中的运用	技术简要说明	对应的部分专利技术/计算机软件著作权
					转换条之间存在的缝隙的问题	
2.5	全屋定制展示技术	自主研发	原始创新	定制家居产品	用户只需通过扫描一体机,就能自身动手体验全屋的样式及效果,让用户和设计师的沟通更快更准确,从而解决了现有家居定制行业的痛点,增强了用户的价值感受	2018112782525 一种全屋定制展示中心的安装方法 2018217711856 一种全屋定制数字交互中心
2.6	格条切割技术	自主研发	集成创新	定制家居产品	将三个切割座的上表面放置于同一水平面上,使所有设备在同一水平线进行加工,进而提高生产效率	2020203127664 一种家具的格条切割生产线
2.7	自动感应门技术	自主研发	集成创新	定制家居产品	通过微波感应器感知人的进出,控制器控制电机的正转或反转使得门开或关	2017206793843 一种感应式自动推拉门
2.8	推拉功能技术	自主研发	集成创新	定制家居产品	运用推拉滑轨实现活动推拉柜的功能,通过前后深浅收纳结合,用于较深的柜体,提高了方便性、空间性	2020216213066 一种设置侧拉滑轨的推拉玄关柜

2、公司核心技术对营业收入的贡献情况

公司主要从事定制衣柜、定制橱柜等家具产品的研发、设计和生产，定制衣柜、橱柜等板式家具为公司核心技术产品。报告期内，公司核心技术产品对营业收入的贡献情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
核心技术产品收入	56,580.54	98,590.36	78,416.67	69,017.29
营业收入	65,690.85	115,580.55	92,119.82	83,480.68
占比	86.13%	85.30%	85.12%	82.67%

（二）研发费用投入情况

公司历来重视技术、产品创新，保持了较大力度的研发投入，并形成了较为丰富的研发创新成果。报告期内，公司研发投入及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发投入	2,283.28	3,591.60	2,911.97	2,883.73
营业收入	65,690.85	115,580.55	92,119.82	83,480.68
占比	3.48%	3.11%	3.16%	3.45%

公司研发费用的构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,767.65	77.42%	2,602.17	72.45%	2,137.86	73.42%	2,053.48	71.21%
材料消耗	202.54	8.87%	596.39	16.61%	413.07	14.19%	354.76	12.30%
折旧摊销	123.46	5.41%	108.89	3.03%	63.75	2.19%	111.16	3.85%
其他费用	189.63	8.30%	284.16	7.91%	297.28	10.21%	364.33	12.63%
合计	2,283.28	100.00%	3,591.60	100.00%	2,911.97	100.00%	2,883.73	100.00%

（三）在研项目

目前，公司正在从事的研发项目情况如下：

序号	项目名称	研发内容	拟达到的目标	进展情况	研发人员	经费预算 (万元)	与行业技术 水平比较
1	一门开启跳色墙柜一体化系统	通过隐藏式的新五金,实现外观内里视觉极简且跳色的一门到顶柜门	能够满足年轻群体追求极简、方便开门、跳色门板的需求	调研、储备	莫爽、周梅林、温子良、钟宜钦、甄雪峰等	350	行业先进
2	三面环绕式超大容量智能灯光衣帽间系统	通过设置科学且智能带灯光的储藏与展示空间,打造大容量衣帽间系统	为消费者提供超大容量且带灯光的衣帽间系统	调研、储备	邸云飞、李巧林、王丽军、张双玲、陈丽丽等	327	行业先进
3	集传统藤编斗拱卷云纹于一体的中式餐边柜系统	在传统文化元素的底蕴下,结合现代设计和新中式消费群体的使用习惯融入柜类设计中	打造一套富具新中式风格的餐边柜系统	调研、储备	邸云飞、谢琳、陈佳春、李英、袁洁等	360	行业先进
4	带衣物展示功能青少年成长型衣柜系统	结合实际家居环境,针对青少年的成长需求,从色彩、材质和功能上,打造青少年适用衣柜	开发满足日常家庭青少年成长需要且安全的衣柜	调研、储备	谭映、秦宇华、欧阳晓婵、莫爽等	347	行业先进
5	开放式可升降亲子伴读系统	通过功能五金配件和带乘坐功能的储物柜,开发开放式可升降伴读系统	解决成长期儿童在父母陪伴学习过程的痛点	调研、储备	张勇、傅婉媚、黄军朝、邓翠瑶等	337	行业先进
6	灵动玻璃框景多材质混搭极简电视柜系统	通过可移动的玻璃门,打造灵动有趣,兼具装饰性与实用功能的电视柜	开发一款精致新奇的电视柜系统,提升空间的艺术氛围	调研、储备	甄雪峰、邸云飞、张双玲、袁洁等	327	行业先进
7	广荆两地内部往来业务信息化项目	确保两地独立接单的业务基础上,依托 CRM 系统、商城系统、MES 系统与 ERP 系统的单据流转,实现一体化接单、出货	系统间业务单据自动化产生,简化业务员操作,贯通广荆两地往来业务,确保业务、账务清晰,可分析	系统开发中,初步实现两地单据抛转自动生成	朱文俊、冉波、郑振鸿、林毅滨、李俊、张东东等	270	行业先进
8	CRM 一键报价开发项目	【第一阶段】核心任务:报价相关基础价格资料维护录入功能。交付功能:1、定义报价分类;2、报价属性与计价方式支持自定义组合,物料价格的维护页面支持批量导入	CRM 自主开发一个“中间服务”的程序,上通设计平台,下通制造生产,打通前后端有利于订单快速报价和快速下厂缩短交期,而对于经销商而言在	一、二阶段已上线,现处于试运行阶段	朱文俊、冉波、许奇锋、王子宁、孔志强、李金武、李蔚慧、黄思聂、邱炜鹏、林毅滨、何芹、郑月清、	220	行业先进

序号	项目名称	研发内容	拟达到的目标	进展情况	研发人员	经费预算 (万元)	与行业技术 水平比较
		【第二阶段】核心任务：酷报价开发。交付功能：1、方案绑定；2、一键获取方案酷报价经销价与零售价明细；3、支持页面实时查看报价明细与汇总信息，支持页面打印报价单 【第三阶段】核心任务：订单下厂报价。交付功能：1、根据 MES 系统物料信息匹配自动报价；2、支持报价业务员导入报价明细	终端营销过程也更有主动权和采取更加丰富的营销手段		徐成龙、梁镇河、李俊、司徒基业		
9	带智能生活助手与便利操作台的餐边柜系统	根据用户生活习惯和使用需求，在柜体功能上通过加宽台面适应用户日常操作，配合智能系统加以辅助，便利生活	打造满足消费者就餐时多样需求的餐边柜系统	试制样品	莫爽、张勇、张双玲、周梅林等	150	行业先进
10	结构巧妙便于功能分区带展示龕的书柜系统	通过分块结构设计引导用户按功能区收纳，用展示龕便于用户展示收藏品	从产品结构化设计解决消费者柜类功能分配问题，加入展示区适应年轻消费者需求，达到实用和美观并存的效果	试制样品	欧阳晓婵、莫培旺、蔡德勇、袁洁等	142	行业先进
11	极简门型与多功能办公系统	结合后疫情时代的宅家需求以及当代年轻人多元化的工作与生活方式，打造多元融合的居家空间。通过极简门型与多功能柜体的组合设计，将空间空能最大化，实现“小空间”的“大利用”	通过更灵活的方式去满足当代消费者不同的日常需要，解决居家功能单一的痛点	试制样品	陈佳春、肖春兰、吴彦、周欢、伍华辉、温子良等	150	行业先进

（四）研发人员及核心技术人员

1、研发人员及核心技术人员基本情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司共拥有研发人员 147 名，占员工总数的比例为 8.04%，研发人员覆盖了信息与计算科学、计算机应用、机械制造与自动化、家具设计、木材科学与制造、环境艺术设计等专业，人员结构合理，囊括了企业技术开发工作中所需的全部专业。

公司核心技术人员具体情况如下：

姓名	学历	所任职务	在公司持股比例	研发成果和获得奖励情况
丁淑娟	本科	董事、副总经理、研发负责人	11.51%	公司 414 项专利发明人
陈佳春	本科	研发中心总监	0.08%	2018 年度番禺区“创新领军人才”，公司 229 项专利发明人
伍华辉	本科	全屋定制事业部工艺技术负责人	0.06%	公司 175 项专利发明人
朱文佳	硕士研究生	信息中心负责人	0.07%	主要负责公司信息系统的设计研发

2、对核心技术人员的约束激励措施

（1）约束措施

公司与核心技术人员均签订了保密协议和竞业禁止协议，就核心技术人员在公司任职期间及离职后保守商业秘密、从事相关行业限制等作出了具体约定。

（2）激励机制

核心技术人员是公司持续创新的原动力，为公司的可持续发展提供了技术保障。公司为核心技术人员提供了较有竞争力的薪资待遇，并制定了研发成果奖励机制，将其收入与研发创新相挂钩，充分调动核心技术人员的主观能动性。此外，公司对部分核心技术人员实施了股权激励，以增强其对公司的认同感。

3、报告期内核心技术人员的主要变动情况

报告期内，公司核心技术人员团队保持稳定，未发生重大变化情形。

（五）技术创新机制、技术储备及技术创新安排

1、技术创新机制及研发机构设置

公司建立了较为完善的技术创新机制，制定了研发创新管理体系，拥有诗尼曼全屋定制研发中心、AI 家居研发中心和门窗事业部研发部三个创新研发部门，其中诗尼曼全屋定制研发中心主要负责诗尼曼品牌定制衣柜、橱柜及其他配套家居产品的研发设计；AI 家居研发中心主要负责 AI 家居品牌相关产品的研发设计；门窗事业部研发部主要负责公司定制门窗产品的研发设计。各个研发部门专注于其特定产品领域，为公司产品技术的不断创新提供强大动力，其职责主要包括市场需求调研、产品研发规划制定、新产品的研发和设计、新物料的开发和寻源、生产工艺的制定和升级、新产品的包装和策划、新产品培训资料的制定等。

公司研发创新流程主要包括：①根据市场调研情况、公司经营战略、内部产品研发需求等，制定研发创新规划；②研发人员根据规划制定具体的产品设计方案；③研发部门组织方案评审并确定设计方案和工艺流程；④工艺评估验证、产品打样、小批量生产测试；⑤多部门对新产品进行综合评定，评定通过后正式推出上市。

2、技术创新安排

（1）培养建立高水平的研发创新团队

公司拥有一支较为完善的研发创新团队，涵盖了信息与计算科学、计算机应用、机械制造与自动化、家具设计、木材科学与制造、环境艺术设计等方面的专业技术人才。未来公司将继续大力培养和引进高水平的创新人才，定期组织研发人员学习培训，不断提升研发团队创新水平，构建更加完善的研发创新团队架构，为公司研发创新工作提供更加强大的人力资源保障。

（2）坚持以市场为导向的研发创新理念

市场需求是公司创新的源动力和灵感源泉，公司始终坚持以市场需求为导向的研发创新理念，坚持“创市场之所想，造客户之所需”的研发理念，致力于满足客户多元化的需求。公司将不断深化市场调研，了解市场需求，把握行业发展方向，并针对性地组织人员进行研发创新，推出更多市场畅销产品。

（3）不断完善研发创新机制

公司将不断完善研发创新机制，制定有效的研发管理、考核、激励方案，并对各个研发项目设立明确的责任机制，激发研发人员积极性，从而整体提升公司

研发创新效率。

八、境外经营情况

报告期内，公司无境外子公司、分公司，无境外经营活动。

第七节 公司治理与独立性

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）报告期内公司治理存在的缺陷及改进情况

公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》及国家有关法律法规的规定，结合实际情况制定了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的法人治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。公司根据相关法律、法规及《公司章程》制定了《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》、《关联交易管理制度》等一系列公司治理及财务内部控制方面规章制度。公司董事会下设战略决策委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会四个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议，保证董事会议事、决策的专业化和高效化。公司的股东大会、董事会、监事会和高级管理人员均依法规范运作、履行职责。报告期内，发行人不存在公司治理缺陷，发行人董事、监事、高级管理人员不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（二）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

发行人已经建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，制定并完善了《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》、《提名委员会议事规则》、《战略决策委员会议事规则》、《审计委员会议事规则》、《薪酬与考核委员会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作制度》等公司治理的相关制度。上述制度符合《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市公司股东大会规则》、《上市公司章程指引》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年12月修订）》等有关上市公司治理的规范性文件要求。

1、股东大会制度建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司于 2017 年 8 月 15 日召开了创立大会暨第一次临时股东大会，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》，建立了股东大会制度。发行人《公司章程》、《股东大会议事规则》对股东的权利和义务，股东大会的职权、授权、会议制度、召集、提案与通知、召开、表决和决议、会议记录等内容等进行了规定。

自股份公司设立以来，公司共召开了 13 次股东大会。历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范。公司股东大会严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》等文件的要求，对公司的相关事项作出了决策，程序规范，决策科学，效果良好，维护了公司和股东的合法权益。

2、董事会制度建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司于 2017 年 8 月 15 日召开了创立大会暨第一次临时股东大会，审议通过了《董事会议事规则》，对董事会的职权、召开方式、表决方式等作出明确规定。《董事会议事规则》符合相关法律法规的要求。

自股份公司设立以来，公司共召开了 15 次董事会。历次董事会的召集、提案、出席、议事、表决及会议记录规范，对公司高级管理人员的考核选聘、公司重大经营决策、公司治理制度的制定等重大事宜作出有效决议。公司全体董事能够遵守有关法律、法规、《公司章程》、《董事会议事规则》的规定，对全体股东负责，勤勉尽责，独立履行相应的权力、义务和责任。

3、监事会制度建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司于 2017 年 8 月 15 日召开了创立大会暨第一次临时股东大会，审议通过了《监事会议事规则》，对监事会的职权、召开方式、表决方式等作出明确规定。《监事会议事规则》符合相关法律法规的要求。

自股份公司设立以来，公司共召开了 14 次监事会。公司严格按照《公司章程》、《监事会议事规则》及其他相关法律法规的要求召集、召开监事会，公司历次监事会严格遵守表决事项和表决程序的有关规定，维护了公司和股东的合法权益。公司全体监事能够遵守有关法律、法规、《公司章程》、《监事会议事规则》的规定，对全体股东负责，勤勉尽责，独立履行相应的权力、义务和责任。

4、独立董事制度建立健全及运行情况

为完善公司董事会结构、加强董事会决策功能，公司根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，参照中国证监会《上市公司治理准则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》，制定了《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、提名、选举、职权和职责，以及履行职责所需的保障进行了具体的规定。

本公司的三位独立董事徐志强、李国华、孙俊杰由公司股东大会选举产生，其中徐志强为会计专业人士。独立董事符合相关法律法规中规定的公司董事任职资格及法律法规规定的独立性与任期要求。自被本公司聘任以来，公司独立董事依照有关法律、法规、《公司章程》及《独立董事工作制度》的要求，认真、勤勉尽职地履行职责，参与了公司重大经营决策，为公司完善治理结构和规范运作起到了积极作用。

5、董事会秘书制度建立健全及运行情况

公司于2017年8月15日召开的第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会秘书工作制度》，并一致同意聘任阮仁宗为公司董事会秘书。董事会秘书为公司高级管理人员，对董事会负责。

自被本公司选举产生以来，公司的董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会和股东大会，并按照《公司章程》的有关规定完成历次会议记录，认真履行了相关职责。

6、审计委员会及其他专门委员会的人员构成及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司于2017年8月15日召开了创立大会暨第一次临时股东大会，批准公司董事会下设战略决策委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会。同日召开的第一届董事会第一次会议审议通过了《战略决策委员会议事规则》《提名委员会议事规则》、《薪酬与考核委员会议事规则》《审计委员会议事规则》，对各专门委员会的构成、职责权限、决策程序、议事规则等进行了规定。

截至本招股说明书签署日，公司董事会专门委员会人员构成情况如下：

专门委员会	主任委员	成员
战略决策委员会	辛福民	辛福民、丁淑娟、李国华（独董）
提名委员会	孙俊杰（独董）	孙俊杰（独董）、李国华（独董）、辛福民
薪酬与考核委员会	李国华（独董）	李国华（独董）、辛福民、温春梅
审计委员会	徐志强（独董）	徐志强（独董）、孙俊杰（独董）、董岩

自股份公司设立以来，董事会专门委员会对公司财务情况、重大战略决策、薪酬制定、人员任免等事项进行了审议，其设立和运行有效提升了董事会运行的效率、决策的科学性及监督的有效性，促进了公司治理结构的完善。

二、特别表决权或类似安排情况

发行人设立以来，不存在特别表决权或类似安排情况。

三、协议控制架构的情况

发行人设立以来，不存在协议控制架构的情况。

四、公司内部控制制度自我评估及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的评价

公司管理层认为，公司已经根据《企业内部控制基本规范》、《企业内部控制评价指引》及其他相关法律法规的要求，结合自身情况，在所有重大方面建立了一套较为合理、健全的内部控制制度。公司现有的内部控制制度已基本覆盖了公司运营的各层面和各环节，形成了较规范的管理体系，能够预防和及时发现、纠正公司运营过程可能出现的重要错误和舞弊，保护公司资产的安全和完整，保证会计记录和会计信息的真实性、准确性、及时性，在完整性、合理性及有效性方面不存在重大缺陷，于 **2022 年 9 月 30 日** 在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

大华会计师出具了《内部控制鉴证报告》（**大华核字【2022】0014103 号**），认为公司按照《企业内部控制基本规范》以及其他控制标准于 **2022 年 9 月 30 日** 在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效的内部控制。

（三）报告期内公司内部控制存在的瑕疵及整改情况

1、公司实际控制人通过个人账户结算公司业务情况

2019 年度，公司存在实际控制人幸福民通过其控制或借用的个人银行账号收取部分废品销售收入、无真实业务背景报销款等，用于支付员工薪酬及福利费、少量无票费用支出的情形，具体如下：

单位：万元

收款项目	收款金额	付款项目	付款金额
废品销售收入	92.18	薪酬及福利费支出	51.84
报销款转入	171.72	无票费用支出	41.77
其他零星收入	16.53	归还公司	170.82
合计	280.43	合计	264.43

注：2019 年 1 月 1 日，公司应付实际控制人幸福民余额为 16.00 万元。

截至 2019 年底，公司实际控制人幸福民已将个人账户中涉及的公司资金余额全部转回公司银行账户，注销其控制的个人账户，并全面停止上述不规范情形。

2、公司“培训中心”、“市场推广中心”负责人通过个人账户结算公司业务情况

公司设置“培训中心”、“市场推广中心”两个部门，主要负责对公司经销商的开店及业务培训，公司负责培训中心讲师、市场推广中心推广人员基本薪酬，讲师及推广人员根据公司培训政策对经销商开展收费培训，经销商支付培训费用，培训费用全部用于补贴讲师及推广人员的其他薪酬（差旅、住宿、授课费）。报告期内，出于对业务实质的理解不足，公司未将培训中心、市场推广中心的培训业务纳入公司核算，经销商支付的培训费用全部由两个部门各自负责人个人银行账号收取，并全部用于培训支出，具体如下：

单位：万元

期间	培训收入	培训支出
2021 年 1-4 月	77.15	81.77
2020 年度	298.87	298.94
2019 年度	451.90	460.11

注：2020 年培训收支较低主要系疫情因素，出差减少所致。

2021 年 4 月初，培训中心、市场推广中心各自负责人已将尚未支付的培训

收入结余款全部转回公司银行账户，从 2021 年 4 月初开始，培训中心、市场推广中心的培训业务全部纳入公司核算。

3、上述个人卡结算公司业务的差错更正情况及对公司财务报表的影响情况

公司已通过差错更正的方式，将上述个人卡结算公司业务的错误行为进行了更正，并将相关公司业务真实、准确、完整的反映到公司财务报表中。上述差错更正（考虑所得税影响）对公司报告期各期营业收入、盈利情况的影响金额及影响程度具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、对营业收入的影响			
调整前营业收入	115,507.76	91,837.86	82,959.71
差错更正调增其他业务收入	72.79	281.96	520.97
差错更正占调整前营业收入比例	0.06%	0.31%	0.63%
二、对盈利情况的影响			
调整前净利润	6,633.20	5,202.50	6,198.40
差错更正影响损益小计	-7.62	-14.43	115.45
差错更正占调整前净利润比例	-0.11%	-0.28%	1.86%

由上表，公司通过个人账户结算业务对报告期各期公司净损益的影响很小，对公司财务报表真实、准确、完整无重大影响。

4、个人卡结算公司业务的内控瑕疵整改情况

公司上述内控瑕疵问题不涉及公司主营业务收入与主营业务成本，对报告期各期公司净损益的影响很小，对公司财务报表真实、准确、完整无重大影响。经本次发行的保荐机构及其他中介机构辅导后，公司已对上述内控瑕疵问题进行了有效整改，具体整改措施如下：

（1）发行人通过个人账户收取的废品销售收入、培训收入及其他零星收入已申报并缴纳了增值税、所得税等相关税费，发放的员工薪酬、福利费已申报缴纳了个人所得税；

（2）公司已针对上述内控瑕疵问题建立、健全并完善了相关内控制度，具体包括：

A、在公司治理层面，“三会”治理结构建立、健全并有效运行，对实际控制人和发行人之间的关联交易进行有效监督规范；

B、在公司管理层面，通过完善内部审计部门和内部审计制度，对可能存在的内控失效风险领域进行重点排查和监控；2020年、2021年及**2022年1-9月**公司内审部门严格按照内审制度的要求，对公司财务事项重点风险领域，包括费用报销领域进行了有效的复核，并及时向审计委员会汇报；

C、在具体业务层面，随着发行人资金管理制度、费用管理制度、废料处置制度、培训业务管理制度等一系列内控机制的建立或完善，使得发行人内部的授权与监管机制更加合理，从而避免相关问题的再次发生。比如发行人完善了费用报销制度，对大额费用的报销，必须提供真实、完整的原始单据，并经适当审核后方能报销。

（3）公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟出具承诺，承诺不利用作为诗尼曼控股股东/实际控制人的地位，要求诗尼曼或者协助诗尼曼通过本人或本人指定的其他主体名下银行账户收付款或进行其他资金往来；

（4）发行人已取得当地税务主管机关出具的完税证明，确认发行人报告期内不存在重大欠税和违法行为。

五、报告期内公司违法违规情况

2019年11月4日，公司收到广州市税务局第二稽查局出具的《税务行政处罚决定书》（穗税二稽罚[2019]150112号），因公司外购礼品用于促销推广并无偿赠送给消费者，未按规定代扣代缴个人所得税，对发行人少代扣代缴的个人所得税税款80,436元处以50%的罚款40,218元。公司已足额按期缴纳全部罚款及少代扣代缴的个人所得税和滞纳金。

2022年1月10日，公司收到广州市税务局第二稽查局出具的《税务处理决定书》（穗税二稽处[2022]23号），因公司2017年-2020年取得的虚开的增值税普通发票在相应年度所得税汇算清缴中扣除，要求公司补缴企业所得税26.60万元。公司已足额补缴企业所得税款及滞纳金。

2022年10月28日，诗尼曼家居湖北有限公司武昌分公司（以下简称“诗尼曼武昌分公司”）收到国税局武汉市武昌区税务局第一税务所出具的《责

令限期改正通知书》（武昌税一限改[2022]1455 号），因武昌分公司未按照规定期限办理 2022 年第三季度纳税申报和报送纳税资料，要求公司限期改正。公司已在规定期限内办理税务申报和报送纳税资料。

上述税务处罚事项所涉金额较小，性质亦不属于重大违法违规行为，对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

六、报告期内公司资金占用和对外担保情况

报告期内，发行人实际控制人幸福民存在如本节“四、公司内部控制制度自我评估及注册会计师的鉴证意见”之“（三）报告期内公司内部控制存在的瑕疵及整改情况”所述内控瑕疵问题而产生的与发行人之间的资金往来，截至 2019 年末，相关资金往来余额已结清，具体情况参阅本节“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）关联交易情况”之“2、偶发性关联交易”。

报告期内，发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司自设立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立完整的业务体系及面向市场独立持续经营的能力。

（一）资产完整

发行人拥有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、非专利技术等资产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，具备独立面向市场自主经营的能力。

（二）人员独立

发行人建立、健全了法人治理结构，董事、监事及高级管理人员按照《公司法》、《公司章程》的相关规定产生。发行人总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员未在发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

担任除董事、监事以外的其他职务，未在发行人股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人财务人员未有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职的情况。发行人具备独立的劳动、人事、工资管理体系。

（三）财务独立

发行人设立了独立的财务会计部门，配备了专职财务人员，建立了符合会计制度要求、独立、完整的会计核算体系，制订了内部财务管理制度等内控制度，能够独立作出财务决策。发行人独立开立银行账户，独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

（四）机构独立

发行人根据《公司法》、《公司章程》的要求建立健全了股东大会、董事会、监事会的三会议事制度，建立了独立董事制度，发行人已建立健全内部经营管理机构并独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

发行人已经建立符合现代企业制度要求的法人治理结构和内部组织结构，在经营及管理上独立运作，具有完整的研发、采购、生产和销售业务体系及直接面向市场自主经营的能力。公司业务独立于公司股东，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定

发行人主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员及核心技术人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）不存在对持续经营有重大不利影响的事项

公司不存在主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。

八、同业竞争情况

（一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟除控制本公司外，未控股或施加重大影响于其他企业，亦未以任何形式直接或间接从事与本公司相同或相似的业务。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免未来可能的同业竞争，保护公司和投资者利益，公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟已向发行人出具了《避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“一、截止本承诺函出具之日，本人及本人控制的其他企业未在中国境内外直接或间接控制其他与公司及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的企业，或对该等相竞争的企业施以重大影响，亦未直接或间接从事其他与公司及其子公司相同、类似的业务或活动；

二、自本承诺函签署之日起，本人及本人控制的其他企业未来将不会在中国境内外直接或间接地以任何形式从事与公司及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的业务或活动；

三、凡本人及本人控制的其他企业拟从事的业务或活动可能与公司及其子公司存在同业竞争的，本人将促使该业务或业务机会按公平合理的条件优先提供给公司及其子公司或采用任何其他可以被监管部门所认可的方案，避免与公司及其子公司形成同业竞争；

四、若本人违反本承诺给公司或其他投资者造成损失的，本人将向公司或其他投资者依法承担赔偿责任；

五、本承诺在本人作为公司的控股股东、实际控制人期间持续有效。”

九、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》、《股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》和《企业会计准则第36号-关联方披露》的相关规定，截至本招股说明书签署日，公司

的关联方和关联关系主要如下：

1、关联自然人

（1）控股股东、实际控制人

公司控股股东、实际控制人为幸福民、丁淑娟夫妻二人。幸福民、丁淑娟的具体情况参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“六、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发行人控股股东及实际控制人”。

（2）董事、监事及高级管理人员

序号	姓名	在发行人处职务
1	幸福民	董事长、总经理
2	丁淑娟	董事、副总经理
3	董岩	董事
4	温春梅	董事、副总经理
5	徐志强	独立董事
6	李国华	独立董事
7	孙俊杰	独立董事
8	蒋芙蓉	监事会主席、部门总监
9	李家军	监事、部门总监
10	高剑华	职工代表监事、部门总监
11	黄伟国	副总经理
12	阮仁宗	董事会秘书、财务总监

发行人董事、监事及高级管理人员的具体情况请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”。

（3）上述关联自然人关系密切的家庭成员

上述关联自然人关系密切的家庭成员也是公司关联方，包括其配偶、年满18周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

2、关联法人

（1）持股5%以上的法人股东

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
1	红塔创新	发行人股东，持有发行人 13.97%股权
2	深圳诗意	发行人管理层及核心骨干持股平台，持有发行人 5.76%股权
3	深圳典堂	发行人管理层及核心骨干持股平台，持有发行人 5.76%股权

红塔创新、深圳诗意、深圳典堂的具体情况请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“六、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他股东”。

（2）发行人控股子公司

序号	关联方名称	与发行人的关联关系
1	湖北诗尼曼	发行人全资子公司
2	上海诗尼曼	发行人全资子公司
3	诗尼曼工程	发行人全资子公司

发行人控股子公司的具体情况请参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“五、发行人控股子公司、参股公司、分公司情况”。

截至本招股书签署日，发行人不存在联营或合营企业。

（3）控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的其他企业

截至本招股说明书签署日，除了发行人外，公司控股股东、实际控制人不存在控制或施加重大影响的其他企业。

（4）其他持股 5%以上主要股东直接或间接控制的企业

红塔创新持有发行人 13.97%股权，且委派 1 名外部董事（董岩），截至本招股说明书签署日，红塔创新所控制的企业均为发行人关联方，报告期内该等关联方未与公司发生交易。

（5）董事、监事和高级管理人员控制，或者担任董事、高级管理人员的企业

除控股股东、实际控制人外，其他董事、监事、高级管理人员直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的企业如下：

序号	关联方名称	关联关系说明	主营业务	是否存在交易

序号	关联方名称	关联关系说明	主营业务	是否存在交易
1	天津惠德汽车进气系统股份有限公司	董事董岩担任董事的企业	汽车发动机塑料进气歧管研究、开发与生产	否
2	煜邦电力（688597.SH）		智能用电领域产品的研发、生产和销售，电网信息化技术开发与服务	否
3	新亚强（603155.SH）		有机硅精细化学品研发、生产及销售	否
4	耕宇牧星（北京）空间科技有限公司		提供会展管理服务、产品公司推广等商务服务	否
5	河北冀衡药业股份有限公司		原料药、中西药制剂、颗粒产品的研发、生产、销售等	否
6	郑州沃特节能科技股份有限公司		有机硅精细化学品研发、生产及销售	否
7	江西诺瑞环境资源科技有限公司		节能技术研发、推广、服务、再生资源回收等	否
8	珠海红创合志投资合伙企业（有限合伙）	董事董岩持有 20% 合伙份额的企业	创业投资、自有资金投资的资产管理服务	否
9	广东潍商投资有限公司	独立董事孙俊杰控制的企业，持股 70%	投资咨询	否
10	深圳市九问咨询有限公司	独立董事徐志强控制的企业，持股 100%	国内贸易、企业信息咨询	否
11	广东月星寰博展览有限公司	独立董事李国华担任董事的企业	提供活动策划与会展组织、展会设计、家居行业商务合作等服务	否
12	上海月星新零售企业管理有限公司	独立董事李国华担任副总裁的企业	企业管理，商业综合体管理服务，社会经济咨询服务，知识产权服务	否
13	深圳鹏兴投资合伙企业（有限合伙）	财务总监、董秘阮仁宗担任执行事务合伙人的企业	投资咨询	否
14	深圳弘远电气有限公司	财务总监、董秘阮仁宗担任董事的企业	工业自动化和新能源产品的研发、制造和销售	否
15	赣州冠芯股权投资合伙企业（有限合伙）	财务总监、董秘阮仁宗持有 30% 合伙份额的企业	股权投资、实业投资、投资咨询	否

（6）控股股东、实际控制人、其他持股 5%以上主要股东、董事、监事和高级管理人员关系密切的家庭成员控制，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的企业

序号	关联方名称	关联关系说明	主营业务	是否存在交易

1	湖北吉奥特安全科技有限公司	独立董事孙俊杰配偶父亲担任执行董事的企业	阻隔防爆材料的研究、生产、工程安装	否
2	仙桃市维诚建筑装饰工程监理有限责任公司	独立董事孙俊杰配偶父亲持股 50%的企业	建筑装饰工程监理	否
3	广宁县广绿农民专业合作社	监事高剑华配偶实际控制的组织，持股 41.67%	种植销售农产品	否

3、报告期内曾存在的关联方

截至本招股说明书签署日，报告期内因发生离职、法人资格注销等情形导致关联关系消除的历史关联方情况如下：

序号	关联方名称	与本公司关联关系
1	远讯科技	公司实际控制人幸福民曾控制的企业，已于 2021 年 2 月注销，报告期内未实质性开展业务，未与公司发生关联交易
2	广州万华环保科技有限公司	公司实际控制人幸福民参股 30%的企业，已于 2020 年 11 月注销，报告期内与公司发生少量关联交易
3	先河环保（300137.SZ）、青岛科瑞新型环保材料集团有限公司	公司外部董事董岩曾担任董事的公司，报告期内未与公司发生关联交易
4	万华生态	公司外部董事董岩曾担任董事的公司，报告期内为公司主要板材供应商之一
5	北京川香佬餐饮管理股份有限公司	公司独立董事李国华曾控制的公司，报告期内未与公司发生关联交易
6	广宁县碗上面道面食馆	监事高剑华配偶经营的个体工商户，已于 2021 年 6 月注销，报告期内未与公司发生关联交易
7	北京阳光海天停车管理有限公司、上海阳光海天停车管理有限公司、北京蓝海华业科技股份有限公司、上海泊兴停车场管理有限公司、嘉兴泊兴投资有限公司、桐乡泊兴投资有限公司、爱菠萝网络科技（北京）有限公司、北京停简单信息技术有限公司	公司原外部监事李秀秀担任董事的企业，报告期内未与公司发生关联交易
8	陈学兵、刘剑华、李秀秀	陈学兵为公司原副总经理，已于 2020 年 8 月不再担任公司高管职务；刘剑华为公司原独立董事，已于 2022 年 1 月后不再担任公司独立董事；李秀秀为公司原外部监事，已于 2022 年 2 月后不再担任公司监事
9	深圳鹏兴投资合伙企业（有限合伙）	发行人财务总监兼董事会秘书阮仁宗曾担任执行事务合伙人的企业

上述企业中远讯科技的具体情况参阅本招股说明书“第五节发行人基本情

况”之“六、主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况”。

（二）关联交易情况

报告期内，公司关联交易汇总情况如下：

性质	关联方	关联交易内容
经常性关联交易	万华禾香板业有限责任公司、万华禾香板业有限责任公司销售分公司、万华生态板业（荆州）有限公司、荆门万华生态装饰材料有限公司	板材采购、板材委托加工
	广州万华环保科技有限公司	封边胶采购
	丁淑娟	租赁汽车
	董事、监事、高级管理人员	支付薪酬
偶发性关联交易	万华禾香板业（公安县）有限责任公司、铜陵万华禾香板业有限公司	销售铝合金门窗
	幸福民	为公司债务提供担保
	幸福民	资金往来

注：万华禾香板业有限责任公司、万华禾香板业有限责任公司销售分公司、万华生态板业（荆州）有限公司、荆门万华生态装饰材料有限公司、万华禾香板业（公安县）有限责任公司、铜陵万华禾香板业有限公司均为万华生态控制的企业，下述关联交易情况、关联方往来余额合并披露为万华生态。

1、经常性关联交易

（1）关联采购

①万华生态

公司股东红塔创新委派的董事董岩 2019 年 1 月前曾担任万华生态董事，公司基于谨慎性考虑将报告期内与万华生态发生的交易均视同关联交易披露。

报告期内，公司向万华生态采购板材和板材贴面加工服务，具体如下：

单位：万元

期间	关联方名称	采购内容	采购额	占当年营业成本比例
2022 年 1-9 月	万华生态	板材、板材加工	1,498.38	3.33%
2021 年度	万华生态	板材、板材加工	3,604.07	4.61%
2020 年度	万华生态	板材、板材加工	2,715.73	4.25%
2019 年度	万华生态	板材、板材加工	2,894.55	5.33%

报告期内，公司向万华生态采购的价格，参照市场价格确定，采购价格与同

类型供应商不存在显著差异。

②广州万华环保科技有限公司

2019 年度，公司向广州万华环保科技有限公司（自然人刘承恒控股、公司实际控制人幸福民参股 30%的公司，已于 2020 年 11 月注销）采购封边用胶水，采购金额为 2.41 万元，金额较小，对公司经营不构成重大影响。

（2）关联租赁

2019-2020 年，公司向关联方丁淑娟租赁了车牌号为 A829JV 的丰田皇冠牌车辆供公司使用，车辆租赁费为每年 4.56 万元，金额较小，对公司经营不构成重大影响。

（3）董事、监事、高级管理人员薪酬

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员具体薪酬情况参阅本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（八）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员薪酬情况”。

2、偶发性关联交易

（1）关联销售

2020 年度，万华生态在建设板材生产基地时，向公司采购板式家具、铝合金门窗等用于厂房办公室装修，交易金额为 916.05 万元，占当期营业收入的比例为 0.99%，占比较低，上述交易属偶发性交易，销售价格与同类型产品销售价格不存在显著差异，对公司经营业绩无重大影响。

（2）关联担保

报告期内，公司实际控制人幸福民为公司银行《授信协议》下债务提供担保，具体如下：

单位：万元

序号	授信申请人	授信人	授信期间	授信额度	担保人	担保类型	是否履行完毕
1	诗尼曼	招商银行广州分行	2018.11.20-2019.11.19	2,000.00	幸福民、湖北诗尼曼	连带责任保证	是

2	诗尼曼	招商银行 广州分行	2019.09.26- 2020.09.25	5,000.00	幸福民、湖 北诗尼曼	连带责 任保证	是
3	诗尼曼	招商银行 广州分行	2020.10.13- 2023.10.12	8,000.00	幸福民、湖 北诗尼曼	连带责 任保证	是
4	诗尼曼	招商银行 广州分行	2021.10.14- 2024.10.13	12,000.00	幸福民、湖 北诗尼曼	连带责 任保证	否

截至 2022 年 9 月 30 日，上表第 4 项《授信协议》项下，除存在银行承兑汇票余额为 4,557.02 万元外，不存在其他债务。

（3）关联资金往来

报告期内，发行人实际控制人幸福民存在如本节“四、公司内部控制制度自我评估及注册会计师的鉴证意见”之“（三）报告期内公司内部控制存在的瑕疵及整改情况”所述内控瑕疵问题而产生的与发行人之间的资金往来，截至 2019 年末，相关资金往来余额已结清，具体情况如下：

单位：万元

年度	期初余额	增加	减少	期末余额
2022 年 1-9 月	—	—	—	—
2021 年度	-100.00	100.00	—	—
2020 年度	—	—	100.00	-100.00
2019 年度	-16.00	280.43	264.43	—

注：上述资金往来未予计息，余额负数表示发行人欠付幸福民。

（三）关联方往来余额

报告期内，公司关联交易相关的债权、债务账面余额情况如下：

单位：万元

项目	单位名称	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
应付票据	万华生态	493.01	736.26	173.42	868.37
应付账款	万华生态	489.59	1,248.08	1,038.41	977.83
其他应付款	幸福民	—	—	100.00	—
预收账款、合同负债	万华生态	—	4.23	4.23	1,040.44

十、关联交易制度的执行情况及独立董事意见

（一）报告期内关联交易制度的执行情况

公司已制定并通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》及《独立董事工作制度》等制度，建立了相应的关联交易审议程序，自本公司整体变更为股份公司以来，本公司发生的关联交易均已履行了关联交易审议程序。

（二）独立董事关于关联交易的意见

独立董事对公司报告期内的关联交易发表了独立意见，认为报告期内公司的关联交易内容真实，交易价格公允，履行的决策和审批程序符合《公司法》、《公司章程》及相关关联交易管理制度的规定，不存在损害公司及其他股东利益的情形；公司不存在依赖关联方的情形，关联交易不影响公司经营独立性。

十一、关于规范和减少关联交易的承诺

本公司具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关资产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，生产经营上不存在依赖关联方的情形。

报告期内，本公司与关联方在购销业务方面发生的经常性关联交易占比较低，对公司财务状况没有实质性影响，不影响公司的独立经营。

本公司将进一步采取措施规范和减少关联交易，对于正常的、不可避免的且有利于公司发展的关联交易，公司将继续遵循公开、公平、公正的市场原则，严格按照相关法律、法规、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》及《独立董事工作制度》等有关规定，严格执行关联交易决策程序、回避制度、信息披露等措施来规范关联交易。

公司控股股东、实际控制人、5%以上股东、公司董事、监事、高级管理人员已向公司出具了《规范和减少关联交易的承诺函》，承诺如下：

“一、本人/本企业及本人/本企业所控制的其他任何企业与公司发生的关联交易已经充分的披露，不存在虚假陈述或者重大遗漏。

二、本人/本企业及本人/本企业所控制的其他任何企业与公司发生的关联交易均按照正常商业行为准则进行，交易价格公允，不存在损害公司及其子公司权益的情形。

三、本人/本企业及本人/本企业所控制的其他任何企业将尽量避免与公司之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业将严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《广州诗尼曼家居股份有限公司章程》《广州诗尼曼家居股份有限公司关联交易管理制度》等相关规定规范关联交易行为，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露；本人/本企业承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过公司的经营决策权损害公司及其他股东的合法权益。

四、本人/本企业承诺以上承诺真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏；如若违反本承诺，本人/本企业将承担一切法律责任。在本人/本企业为公司实际控制人/持股 5%以上股东/董事/监事/高级管理人员期间，上述承诺持续有效。

五、本人/本企业承诺，自本说明出具日起至公司完成上市前，若前述说明情况发生任何变化或发现相关信息存在错误、遗漏等，则本人/本企业将在相关事实或情况发生后及时告知广州诗尼曼家居股份有限公司及相关中介机构。

六、若本企业/本人未履行减少和规范关联交易承诺而给公司或其他投资者造成损失的，本企业/本人将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。”

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节所引用的财务会计数据，非经特别说明，均依据大华会计师审计的最近三年和一期的财务报告（大华审字【2022】0018972号）或根据其计算所得。以下分析所涉及的数据若无特别说明，均按合并报表口径披露。

公司在本节披露的与财务会计信息相关重大事项或重要性水平的判断标准为当年利润总额的5%，或金额虽未达到当年利润总额的5%但公司认为较为重要的相关事项。

公司董事会提请投资者注意，投资者欲对本公司的财务状况、经营成果和现金流量等进行更详细的了解，应当认真阅读公司财务报告和审计报告全文。

一、经审计的财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
流动资产：				
货币资金	18,084.42	26,883.31	31,175.71	16,575.35
交易性金融资产	—	—	—	6,000.00
应收票据	374.06	1,334.73	1,825.85	1,131.57
应收账款	11,572.44	13,063.05	10,225.61	6,203.55
预付款项	1,121.73	834.82	976.58	663.75
其他应收款	1,163.57	1,238.08	1,125.46	1,068.13
存货	11,114.32	9,440.34	7,192.65	7,443.33
合同资产	504.02	541.50	265.52	—
其他流动资产	562.76	27.10	31.68	536.73
流动资产合计	44,497.31	53,362.91	52,819.05	39,622.41
非流动资产：				
固定资产	16,797.23	15,748.65	13,597.21	15,393.58
在建工程	27.40	1,783.45	306.53	24.47
投资性房地产	537.86	104.80	—	—
使用权资产	2,647.59	4,896.45	—	—

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
无形资产	11,586.35	11,794.17	12,026.85	12,293.30
长期待摊费用	2,161.83	2,426.04	2,078.18	1,583.85
递延所得税资产	2,208.70	2,101.87	1,904.51	1,841.94
其他非流动资产	1,146.27	913.06	890.71	111.76
非流动资产合计	37,113.23	39,768.48	30,803.98	31,248.90
资产总计	81,610.54	93,131.39	83,623.03	70,871.31
流动负债：				
应付票据	4,557.02	6,580.83	5,454.16	2,759.89
应付账款	11,548.44	13,973.12	13,330.43	12,750.67
预收款项		—	—	7,401.77
合同负债	8,145.57	8,996.84	10,880.70	—
应付职工薪酬	1,748.48	2,890.42	2,252.11	2,047.49
应交税费	2,146.96	2,067.36	1,989.96	2,000.67
其他应付款	5,043.48	7,043.92	5,131.55	4,186.08
一年内到期的非流动负债	1,777.51	4,379.74	1,500.00	1,500.00
其他流动负债	1,058.92	1,169.59	2,401.42	—
流动负债合计	36,026.39	47,101.82	42,940.34	32,646.57
非流动负债：				
长期借款	—	—	2,006.00	3,508.71
租赁负债	1,495.52	3,348.39	—	—
递延收益	6,477.97	6,569.46	6,971.31	7,162.94
递延所得税负债	478.25	536.54	615.79	676.47
非流动负债合计	8,451.74	10,454.39	9,593.11	11,348.11
负债合计	44,478.13	57,556.21	52,533.45	43,994.68
股东权益：				
股本	7,249.51	7,249.51	7,249.51	7,249.51
资本公积	9,369.16	8,940.91	8,277.27	7,806.51
盈余公积	2,553.30	2,553.30	1,961.14	1,478.73
未分配利润	17,960.45	16,831.47	13,601.66	10,341.89
归属于母公司股东权益合计	37,132.41	35,575.18	31,089.58	26,876.63
少数股东权益	—	—	—	—
股东权益合计	37,132.41	35,575.18	31,089.58	26,876.63

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
负债和股东权益总计	81,610.54	93,131.39	83,623.03	70,871.31

2、合并利润表

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	65,690.85	115,580.55	92,119.82	83,480.68
减：营业成本	45,030.20	78,117.37	63,918.44	54,313.92
税金及附加	425.66	707.71	620.09	599.12
销售费用	10,965.16	18,559.40	13,192.08	13,187.55
管理费用	4,290.06	6,385.01	5,177.20	4,882.45
研发费用	2,283.28	3,591.60	2,911.97	2,883.73
财务费用	-66.36	-15.26	-10.16	85.25
加：其他收益	586.16	1,302.14	785.11	594.77
投资收益	—	—	154.24	169.46
信用减值损失	-464.28	-1,471.03	-753.58	-654.47
资产减值损失	-271.96	-466.20	-162.79	-122.22
资产处置收益	51.83	-38.36	-249.95	-147.88
二、营业利润	2,664.60	7,561.25	6,083.23	7,368.32
加：营业外收入	38.01	76.91	46.10	104.83
减：营业外支出	347.32	170.48	191.01	239.29
三、利润总额	2,355.29	7,467.69	5,938.32	7,233.86
减：所得税费用	138.89	842.11	750.26	920.02
四、净利润	2,216.41	6,625.58	5,188.07	6,313.85
归属于母公司股东的净利润	2,216.41	6,625.58	5,188.07	6,313.85
少数股东损益	—	—	—	—
五、其他综合收益的税后净额	—	—	—	—
归属母公司股东的其他综合收益的税后净额	—	—	—	—
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	—	—	—	—
六、综合收益总额	2,216.41	6,625.58	5,188.07	6,313.85
归属于母公司股东的综合收益总额	2,216.41	6,625.58	5,188.07	6,313.85
归属于少数股东的综合收益总额	—	—	—	—

七、每股收益				
（一）基本每股收益（元）	0.31	0.91	0.72	0.87
（二）稀释每股收益（元）	0.31	0.91	0.72	0.87

3、合并现金流量表

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	72,912.76	125,019.45	104,907.00	91,283.83
收到的税费返还	—	—	0.88	—
收到的其他与经营活动有关的现金	3,036.84	3,420.37	1,924.81	2,912.31
经营活动现金流入小计	75,949.60	128,439.82	106,832.70	94,196.13
购买商品、接受劳务支付的现金	49,765.82	79,432.33	59,967.70	51,296.20
支付给职工以及为职工支付的现金	17,438.47	24,838.01	18,519.46	17,774.17
支付的各项税费	3,569.26	6,373.64	5,731.58	5,691.30
支付的其他与经营活动有关的现金	5,815.41	11,530.46	10,993.19	9,084.91
经营活动现金流出小计	76,588.96	122,174.44	95,211.93	83,846.58
经营活动产生的现金流量净额	-639.36	6,265.37	11,620.76	10,349.55
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	—	—	6,000.00	675.00
取得投资收益收到的现金	—	—	154.24	171.62
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	60.76	129.97	386.43	136.93
投资活动现金流入小计	60.76	129.97	6,540.66	983.54
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,073.04	6,408.54	2,791.34	6,258.04
投资支付的现金	—	—	—	6,545.00
投资活动现金流出小计	1,073.04	6,408.54	2,791.34	12,803.04
投资活动产生的现金流量净额	-1,012.29	-6,278.57	3,749.32	-11,819.49
三、筹资活动产生的现金流量：				

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
筹资活动现金流入小计	—	—	—	—
偿还债务支付的现金	2,000.00	1,500.00	1,500.00	—
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,135.63	2,325.33	1,724.34	2,463.81
支付其他与筹资活动有关的现金	1,815.71	2,334.93	72.17	—
筹资活动现金流出小计	4,951.34	6,160.26	3,296.51	2,463.81
筹资活动产生的现金流量净额	-4,951.34	-6,160.26	-3,296.51	-2,463.81
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	19.04	-6.18	-15.15	1.01
五、现金及现金等价物净增加额	-6,583.95	-6,179.63	12,058.42	-3,932.74
加：期初现金及现金等价物余额	21,061.71	27,241.35	15,182.92	19,115.66
六、期末现金及现金等价物余额	14,477.76	21,061.71	27,241.35	15,182.92

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：万元

项目	2022/9/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
流动资产：				
货币资金	17,125.29	26,507.00	30,674.05	16,432.55
交易性金融资产	—	—	—	6,000.00
应收票据	374.06	1,334.73	1,825.85	1,131.57
应收账款	11,148.03	13,063.05	10,212.28	6,210.04
预付款项	1,094.42	810.36	965.84	658.67
其他应收款	5,568.83	11,523.50	7,141.18	6,742.92
存货	10,795.71	9,429.85	7,182.20	7,431.01
合同资产	504.02	541.50	265.52	—
其他流动资产	531.43	23.72	25.95	3.90
流动资产合计	47,141.79	63,233.71	58,292.87	44,610.67
非流动资产：				
长期股权投资	11,000.00	2,500.00	2,000.00	2,000.00
固定资产	3,486.20	4,146.88	4,025.22	4,572.54

项目	2022/9/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
在建工程	27.40	19.45	77.72	24.47
投资性房地产	537.86	104.80	—	—
使用权资产	2,647.59	4,896.45	—	—
无形资产	4,395.48	4,483.89	4,557.37	4,661.42
长期待摊费用	1,740.78	2,088.90	1,947.03	1,327.92
递延所得税资产	708.38	678.54	432.69	316.50
其他非流动资产	1,126.96	913.06	831.26	111.76
非流动资产合计	25,670.65	19,831.97	13,871.28	13,014.60
资产总计	72,812.44	83,065.68	72,164.15	57,625.27
流动负债：				
应付票据	4,557.02	6,580.83	5,454.16	2,759.89
应付账款	10,771.94	13,564.43	13,132.34	12,122.90
预收款项	—	—	—	7,179.59
合同负债	7,760.00	8,916.82	10,726.37	—
应付职工薪酬	1,404.72	2,439.24	1,968.03	1,801.21
应交税费	1,628.29	1,768.34	1,766.68	1,778.14
其他应付款	4,892.08	6,980.75	5,011.63	4,132.19
一年内到期的非流动负债	1,777.51	2,375.94	—	—
其他流动负债	1,008.80	1,159.19	2,381.36	—
流动负债合计	33,800.35	43,785.54	40,440.59	29,773.93
非流动负债：				
租赁负债	1,495.52	3,348.39	—	—
递延收益	736.97	888.61	1,090.79	1,067.60
非流动负债合计	2,232.49	4,237.00	1,090.79	1,067.60
负债合计	36,032.84	48,022.54	41,531.38	30,841.53
股东权益：				
股本	7,249.51	7,249.51	7,249.51	7,249.51
资本公积	9,369.16	8,940.91	8,277.27	7,806.51
盈余公积	2,553.30	2,553.30	1,961.14	1,478.73
未分配利润	17,607.63	16,299.42	13,144.85	10,249.00
股东权益合计	36,779.60	35,043.13	30,632.77	26,783.74

项目	2022/9/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
负债和股东权益总计	72,812.44	83,065.68	72,164.15	57,625.27

2、母公司利润表

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	64,628.06	119,172.98	94,123.71	83,194.16
减：营业成本	44,780.14	83,699.93	67,864.35	56,074.36
税金及附加	321.97	561.38	537.59	513.41
销售费用	10,279.41	17,608.59	12,613.23	12,441.63
管理费用	3,745.08	5,302.75	4,405.13	4,226.39
研发费用	2,276.92	3,589.03	2,907.99	2,882.89
财务费用	-0.42	25.10	-166.56	-88.61
加：其他收益	285.51	944.29	490.92	350.39
投资收益	-	—	154.24	169.46
信用减值损失	-435.89	-1,465.35	-707.74	-650.71
资产减值损失	-234.11	-466.20	-162.79	-122.22
资产处置收益	51.83	-38.37	-135.86	-147.88
二、营业利润	2,892.29	7,360.57	5,600.76	6,743.13
加：营业外收入	24.97	60.11	44.14	103.46
减：营业外支出	337.03	133.11	191.01	134.51
三、利润总额	2,580.22	7,287.57	5,453.89	6,712.08
减：所得税费用	184.58	737.22	629.75	800.20
四、净利润	2,395.64	6,550.35	4,824.14	5,911.88
五、其他综合收益的税后净额	-	—	—	—
六、综合收益总额	2,395.64	6,550.35	4,824.14	5,911.88

3、母公司现金流量表

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	71,625.82	127,260.73	105,852.49	90,040.38
收到的税费返还	—	—	0.88	—

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收到的其他与经营活动有关的现金	8,661.66	1,437.49	1,658.15	1,649.89
经营活动现金流入小计	80,287.48	128,698.22	107,511.52	91,690.27
购买商品、接受劳务支付的现金	51,836.70	87,818.40	66,190.87	55,429.57
支付给职工以及为职工支付的现金	14,237.25	20,448.31	16,082.16	15,407.51
支付的各项税费	3,203.02	5,871.19	5,506.22	5,341.29
支付的其他与经营活动有关的现金	5,785.12	13,628.07	10,897.03	7,497.80
经营活动现金流出小计	75,062.10	127,765.98	98,676.28	83,676.18
经营活动产生的现金流量净额	5,225.38	932.24	8,835.25	8,014.09
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	—	—	6,000.00	675.00
取得投资收益收到的现金	—	—	154.24	171.62
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	60.76	130.50	76.69	136.93
投资活动现金流入小计	60.76	130.50	6,230.93	983.54
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,068.77	2,101.07	1,829.40	4,277.13
投资支付的现金	8,500.00	500.00	—	6,545.00
投资活动现金流出小计	9,568.77	2,601.07	1,829.40	10,822.13
投资活动产生的现金流量净额	-9,508.02	-2,470.57	4,401.53	-9,838.58
三、筹资活动产生的现金流量：				
筹资活动现金流入小计	—	—	—	—
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,087.46	2,174.85	1,449.90	2,174.85
支付其他与筹资活动有关的现金	1,815.71	2,334.93	72.17	—
筹资活动现金流出小计	2,903.18	4,509.78	1,522.07	2,174.85
筹资活动产生的现金流量净额	-2,903.18	-4,509.78	-1,522.07	-2,174.85
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	19.04	-6.18	-15.15	1.01
五、现金及现金等价物净增加额	-7,166.78	-6,054.28	11,699.56	-3,998.33
加：期初现金及现金等价物余额	20,685.41	26,739.69	15,040.13	19,038.46
六、期末现金及现金等价物余额	13,518.63	20,685.41	26,739.69	15,040.13

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
额				

二、审计意见

大华会计师审计了公司 **2022 年 9 月 30 日**、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，**2022 年 1-9 月**、2021 年度、2020 年度、2019 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注，并出具了“**大华审字【2022】0018972 号**”标准无保留意见的审计报告。

三、关键审计事项

大华会计师认为 2019 年、2020 年、2021 年和 **2022 年度 1-9 月** 财务报表审计中的关键审计事项如下：

（一）收入确认

1、事项描述

2019 年至 **2022 年 1-9 月**，诗尼曼公司的主营业务收入分别为 82,324.10 万元、91,241.34 万元、114,218.02 万元和 **64,683.83 万元**，占公司营业收入的比例分别为 98.61%、99.05%、98.82%、**98.47%**，销售模式分为经销商模式、大宗客户模式、直营模式，由于营业收入是诗尼曼公司的关键业绩指标，且不同销售模式下收入确认时点不同，可能存在提前确认收入或虚增收入的潜在错报风险。因此，我们将营业收入确认认定为关键审计事项。

2、审计应对

我们对于收入确认所实施的重要审计程序包括：

（1）通过查阅相关文件、对关键人员进行访谈、执行穿行测试等方式，了解公司具体业务流程及内部控制制度，对销售与收款业务流程的风险进行了评估，对销售与收款业务流程相关的内部控制运行的有效性进行了测试；

（2）通过访谈管理层、检查销售合同和销售环节产生的原始单据等，评估公司不同销售类型的收入确认政策的合理性；

（3）检查不同业务模式下与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、产品运输单据、大宗客户签收单等，以证实主营业务收入确认的真实性、准确性；

（4）针对不同类型收入及毛利率，分维度执行分析性复核，判断收入、毛利率变动情况的合理性；

（5）对报告期内公司的主要经销客户、大宗客户进行发函，询证公司与客户本期的交易金额（或合同金额、验收日期）及往来账项情况；

（6）实施销售回款检查，检查销售回款的单据是否与银行单据记录的一致，识别经销商的回款身份，以证实收入的真实性；

（7）抽取资产负债表日前后部分收入确认凭证，并进行双向核查。从资产负债表日前后若干天的收入明细记录追查至发货单、物流单和销售订单；从资产负债表日前后若干天的物流单追查至收入明细记录，以确定销售是否存在跨期现象。

基于已执行的审计工作，我们认为，公司管理层对营业收入确认的列报与披露是恰当的。

（二）应收账款预期信用损失

1、事项描述

截至 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、**2022 年 9 月 30 日**，公司应收账款账面价值分别为 6,203.55 万元、10,225.61 万元、13,063.05 万元、**11,572.44 万元**，占当年资产总额分别为 8.75%、12.23%、14.03%、**14.18%**，分别占当年营业收入 7.43%、11.10%、11.30%、**17.62%**。

若应收账款不能按期收回或无法收回而发生预期信用损失对财务报表影响较为重大，为此我们确定应收账款的预期信用损失为关键审计事项。

2、审计应对

我们对应收账款的预期信用损失确认所实施的重要审计程序包括：

（1）对诗尼曼公司的信用政策及应收账款管理相关内部控制的设计和运行有效性进行了评估和审计应对；

（2）通过与同行业上市公司应收款项预期信用损失计提政策比较，与同行业上市公司预期信用损失计提金额占应收账款比重比较，分析应收账款预期信用损失计提是否充分；

（3）通过分析应收账款的账龄和客户信誉情况，并执行应收账款函证程序及检查期后回款情况，评价应收账款预期信用损失计提的合理性；

（4）获取公司预期信用损失计提表，检查计提方法是否按照相关政策执行；

（5）重新计算预期信用损失计提金额是否准确。

基于已执行的审计工作，我们认为，管理层对应收账款的预期信用损失相关判断及估计是合理的。

四、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

本公司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》和具体企业会计准则、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”）进行确认和计量，在此基础上，结合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》（2014年修订）的规定，编制财务报表。

（二）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。

2、合并程序

本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进

行必要的调整。

合并财务报表时抵消本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并股东权益变动表的影响。如果站在企业集团合并财务报表角度与以本公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从企业集团的角度对该交易予以调整。

报告期内新增的子公司，从取得子公司的实际控制权之日起将其纳入合并范围；报告期内减少的子公司，从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。

（三）合并财务报表范围

报告期内，公司纳入合并财务报表范围的子公司情况如下：

子公司名称	主要经营地	业务性质	持股比例	取得方式	合并期间
湖北诗尼曼	湖北荆门	制造业	100%	设立	2017年3月至今
上海诗尼曼	上海	服务业	100%	设立	2021年1月至今
诗尼曼工程	广州	服务业	100%	设立	2022年3月至今

除上海诗尼曼、**诗尼曼工程**为新设子公司，自设立之日起纳入合并报表范围外，公司合并报表范围未发生变化。

五、主要会计政策和会计估计

（一）记账本位币

本公司记账本位币及编制财务报表时所采用的货币为人民币。

（二）收入

报告期内，公司主要从事定制衣柜及其配套家具、定制橱柜和铝合金门窗的设计、生产和销售，并采用经销模式为主，大宗业务模式和直营模式为辅的销售模式。

1、以下政策自 2020 年 1 月 1 日起适用

（1）收入确认的一般原则

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。

履约义务，是指合同中本公司向客户转让可明确区分商品或服务的承诺。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

本公司在合同开始日即对合同进行评估，识别该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，还是某一时点履行。本公司各销售模式下收入确认系按时点确认收入。

（2）收入确认的具体方法

不同销售模式下，公司收入确认的具体方法存在一定差异，具体如下：

①经销模式下，公司通常在收到经销商预付的货款后，按照经销商的订单生产完工后发货至经销商指定物流点，由经销商负责从指定物流点至终端的运费及后续的安装。公司将产品运输至经销商指定物流点，办理完货物托运手续或者经销商委托的物流公司到公司厂区提货后，确认收入。

②大宗用户模式下，通常由公司负责产品的运输、安装，公司按照合同约定将产品运输至客户指定区域、安装完成并经客户验收后确认销售收入。

③在直营模式下，定制产品的安装由公司负责。公司在将产品运输至客户指定地点、安装完成并验收合格后确认销售收入。

2、以下为 2019 年度适用的会计政策

（1）销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

公司采用经销模式为主，大宗业务模式和直营业务模式为辅的销售模式。不同销售模式下，公司销售商品收入确认的具体方法如下：

①经销模式下，公司通常在收到经销商预付的货款后，按照经销商的订单生产完工后发货至经销商指定物流点，由经销商负责从指定物流点至终端的运费及后续的安装。公司将产品运输至经销商指定物流点，办理完货物托运手续或者经销商委托的物流公司到公司厂区提货后，确认收入。

②大宗用户模式下，通常由公司负责产品的运输、安装，公司按照合同约定将产品运输至客户指定区域、安装完成并经客户验收后确认销售收入。

③在直营模式下，定制产品的安装由公司负责。公司在将产品运输至客户指定地点、安装完成并验收合格后确认销售收入。

（2）让渡资产使用权收入

与让渡资产使用权相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，分别下列情况确定收入金额：

①利息收入，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

②使用费收入，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（3）提供劳务收入

在资产负债表日，提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日，提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

①已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照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。

②已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

（三）外币业务和外币报表折算

外币业务交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率折合成人民币记账。

资产负债表日，外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额作为公允价值变动损益计入当期损益。如属于可供出售外币非货币性项目的，形成的汇兑差额计入其他综合收益。

（四）金融工具

在本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。

1、金融资产分类和计量

本公司根据所管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：

- （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。

金融资产在初始确认时以公允价值计量，但是因销售商品或提供服务等产生的应收账款或应收票据未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类，当且仅当本公司改变管理金融资产的业务模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

- （1）分类为以摊余成本计量的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标，则本公司将该金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产。本公司分类为以摊余成本计量的金融资产包括货币资金、应收票据及应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入，按摊余成本进行后续计量，其发生减值时或终止确认、修改产生的利得或损失，计入当期损益。

（2）分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标，则本公司将该金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外，其余公允价值变动计入其他综合收益。当该金融资产终止确认时，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。

以公允价值计量且变动计入其他综合收益的应收票据及应收账款列报为应收款项融资，其他此类金融资产列报为其他债权投资，其中：自资产负债表日起一年内到期的其他债权投资列报为一年内到期的非流动资产，原到期日在一年以内的其他债权投资列报为其他流动资产。

（3）指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

在初始确认时，本公司可以单项金融资产为基础不可撤销地将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

此类金融资产的公允价值变动计入其他综合收益，不需计提减值准备。该金融资产终止确认时，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。本公司持有该权益工具投资期间，在本公司收取股利的权利已经确立，与股利相关的经济利益很可能流入本公司，且股利的金额能够可靠

计量时，确认股利收入并计入当期损益。本公司对此类金融资产在其他权益工具投资项目下列报。

（4）分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

不符合分类为以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产条件、亦不指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产均分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

（5）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

在初始确认时，本公司为了消除或显著减少会计错配，可以单项金融资产为基础不可撤销地将金融资产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。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

2、金融负债分类和计量

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。金融负债在初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债、被指定为有效套期工具的衍生工具。

金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）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。

满足下列条件之一的，属于交易性金融负债：承担相关金融负债的目的主要是为了在近期内出售或回购；属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式模式；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、符合财务担保合同的衍生工具除外。交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具），按照公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，所有公允价值变动均计入当期损益。

在初始确认时，为了提供更相关的会计信息，本公司将满足下列条件之一的金融负债不可撤销地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：

1）能够消除或显著减少会计错配。

2）根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

本公司对此类金融负债采用公允价值进行后续计量，除由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益之外，其他公允价值变动计入当期损益。除非由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配，本公司将所有公允价值变动（包括自身信用风险变动的影响金额）计入当期损益。

（2）其他金融负债

除下列各项外，公司将金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债，对此类金融负债采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益：

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) 不属于本条前两类情形的财务担保合同，以及不属于本条第 1) 类情形的以低于市场利率贷款的贷款承诺。

财务担保合同是指当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。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，在初始确认后按照损失准备金额以及初始确认金额扣除担保期内的累计摊销额后的余额孰高进行计量。

3、金融资产和金融负债的终止确认

(1) 金融资产满足下列条件之一的，终止确认金融资产，即从其账户和资产负债表内予以转销：

- 1) 收取该金融资产现金流量的合同权利终止。
- 2) 该金融资产已转移，且该转移满足金融资产终止确认的规定。

(2) 金融负债终止确认条件

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，则终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

本公司与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，或对原金融负债（或其一部分）的合同条款做出实质性修改的，则终止确认原金融负债，同时确认一项新金融负债，账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司回购金融负债一部分的，按照继续确认部分和终止确认部分在回购日各自的公允价值占整体公允价值的比例，对该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，应当计入当期损益。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司在发生金融资产转移时，评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：

（1）转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则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）保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则继续确认该金融资产。

（3）既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的（即除本条（1）、（2）之外的其他情形），则根据其是否保留了对金融资产的控制，分别下列情形处理：

1）未保留对该金融资产控制的，则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，则按照其继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产，并相应确认相关负债。继续涉入被转移金融资产的程度，是指本公司承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

（1）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）被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金融资产）之和。

（2）金融资产部分转移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（在此种情形下，所保留的服务资产应当视同继续确认金融资产的一部分）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）终止确认部分在终止确认日的账面价值。

2) 终止确认部分收到的对价，与原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金融资产）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值，除非该项金融资产存在针对资产本身的限售期。对于针对资产本身的限售的金融资产，按照活跃市场的报价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该金融资产的风险而要求获得的补偿金额后确定。活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本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，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

6、金融工具减值

本公司以预期信用损失为基础，对分类为以摊余成本计量的金融资产、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及财务担保合同，进行减值会计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，是指本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，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对由收入准则规范的交易形成的应收款项，本公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，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。在每个资产负债表日，将整个存续期内预期信用损失的变动金额作为减值损失或利得计入当期损益。即使该资产负债表日确定的整个存续期内预期信用损失小于初始确认时估计现金流量所反映的预期信用损失的金额，也将预期信用损失的有利变动确认为减值利得。

除上述采用简化计量方法和购买或源生的已发生信用减值以外的其他金融资产，本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加，并按照下列情形分别计量其损失准备、确认预期信用损失及其变动：

（1）如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，处于第一阶段，则按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（2）如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，则按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（3）如果该金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。

金融工具信用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。除分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，信用损失准备抵减金融资产的账面余额。对于分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，本公司在其他综合收益中确认其信用损失准备，不减少该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

本公司在上一会计期间已经按照相当于金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量了损失准备，但在当期资产负债表日，该金融工具已不再属于自初

始确认后信用风险显著增加的情形的，本公司在当期资产负债表日按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量该金融工具的损失准备，由此形成的损失准备的转回金额作为减值利得计入当期损益。

（1）信用风险显著增加

本公司利用可获得的合理且有依据的前瞻性信息，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。对于财务担保合同，本公司在应用金融工具减值规定时，将本公司成为作出不可撤销承诺的一方之日作为初始确认日。

于资产负债表日，若本公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则本公司假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即使较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化，但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，则该金融工具被视为具有较低的信用风险。

（2）已发生信用减值的金融资产

当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。

（3）预期信用损失的确定

本公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失，在评估预期信用损失时，考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

本公司以共同信用风险特征为依据，将金融工具分为不同组合。本公司采用的共同信用风险特征包括：金融工具类型、信用风险评级、账龄组合、逾期账龄组合、合同结算周期、债务人所处行业等。相关金融工具的单项评估标准和组合信用风险特征详见相关金融工具的会计政策。

本公司按照下列方法确定相关金融工具的预期信用损失：

①对于金融资产，信用损失为本公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值。

②对于财务担保合同，信用损失为本公司就该合同持有人发生的信用损失向其做出赔付的预计付款额，减去本公司预期向该合同持有人、债务人或任何其他方收取的金额之间差额的现值。

③对于资产负债表日已发生信用减值但并非购买或源生已发生信用减值的金融资产，信用损失为该金融资产账面余额与按原实际利率折现的估计未来现金流量的现值之间的差额。

本公司计量金融工具预期信用损失的方法反映的因素包括：通过评价一系列可能的结果而确定的无偏概率加权平均金额；货币时间价值；在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

（4）减记金融资产

当本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。

7. 金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）本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）本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。

（五）应收票据

公司对于所持有的银行承兑汇票的承兑银行信用评级较高，不存在重大的信用风险，也未计提损失准备；对于持有的商业承兑汇票的预期信用损失的确定方法及会计处理方法与应收账款的预期信用损失的确认方法及会计处理方法一致。

基于应收票据的信用风险特征，将其划分为不同组合：

组合名称	确定组合的依据	计提方法

无风险银行承兑票据组合	出票人具有较高的信用评级，历史上未发生票据违约，信用损失风险极低，在短期内履行其支付合同现金流量义务的能力很强	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期计量坏账准备
其他应收票据组合	根据以前年度实际损失率、对未来应收票据回款的判断及信用风险特征分析	按照预期损失率计提减值准备，与应收账款的组合划分、计提比例相同

（六）应收款项

1、应收账款

对单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值以及在单项工具层面能以合理成本评估预期信用损失的充分证据的应收账款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，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判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。

单项金额重大并单项计提预期减值损失的应收款项的确认标准：金额在 100 万元以上（含）单项金额重大的应收款项预期减值损失的计提方法：单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提预期减值损失。

确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据	计提方法
经销模式及其他组合	以经销商应收账款账龄作为信用风险特征	按账龄与经销模式下整个存续期预期信用损失率对照表计提
大宗业务模式组合	以大宗客户应收账款账龄作为信用风险特征	按账龄与大宗业务模式下整个存续期预期信用损失率对照表计提
关联方组合	合并范围内关联方往来款等	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期计量坏账准备，

以账龄作为信用风险特征确定组合计提坏账准备的比例情况如下：

组合名称	大宗业务模式组合	经销模式及其他组合
1 年以内	5.00%	5.00%
1-2 年	10.00%	20.00%
2-3 年	30.00%	50.00%

组合名称	大宗业务模式组合	经销模式及其他组合
3-4 年	50.00%	80.00%
4-5 年	80.00%	100.00%
5 年以上	100.00%	100.00%

2、应收款项融资

本公司对应收款项融资的预期信用损失的确定方法及会计处理方法与应收账款、应收票据一致。

3、其他应收款

对单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值和在单项工具层面能以合理成本评估预期信用损失的充分证据的其他应收款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，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判断，依据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据	计提方法
账龄组合	以其他应收款账龄作为信用风险特征	按账龄与整个存续期预期信用损失率对照表计提
保证金、押金组合	主要包括保证金及押金等	押金保证金其相关交易或事项处于持续中，按照其他应收款减值矩阵中1年以内的信用损失率计算减值。如相关交易或事项以及终止，且已超过合同约定的退款期限的视为超过信用期，对于超过信用期的应当单项计提。
关联方组合	合并范围内关联方往来款等	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期计量坏账准备

（七）合同资产及合同负债（自 2020 年 1 月 1 日起适用）

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取的对价（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。

合同资产和合同负债在资产负债表中单独列示。同一合同下的合同资产和合

同负债以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性在“合同资产”或“其他非流动资产”项目中列示；净额为贷方余额的，根据其流动性在“合同负债”或“其他非流动负债”项目中列示。不同合同下的合同资产和合同负债不能相互抵销。

（八）存货

1、存货的分类

存货是指本公司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。主要包括原材料、周转材料、在产品、委托加工材料、产成品（库存商品）、发出商品等。

2、存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按先进先出法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。（1）产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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；（2）需要经过加工的材料存货，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；（3）为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

- （1）低值易耗品采用一次转销法；
- （2）包装物采用一次转销法；
- （3）其他周转材料采用一次转销法摊销。

（九）投资性房地产

本公司的投资性房地产按其成本作为入账价值，外购投资性房地产的成本包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出；自行建造投资性房地产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

本公司对投资性房地产采用成本模式进行后续计量，按其预计使用寿命及净残值率对建筑物和土地使用权计提折旧或摊销。投资性房地产的预计使用寿命、净残值率及年折旧（摊销）率列示如下：

类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧(摊销)率(%)
房屋建筑物	40	5	4.75

投资性房地产的用途改变为自用时，自改变之日起，本公司将该投资性房地产转换为固定资产或无形资产。自用房地产的用途改变为赚取租金或资本增值时，自改变之日起，本公司将固定资产或无形资产转换为投资性房地产。发生转换时，以转换前的账面价值作为转换后的入账价值。

当投资性房地产被处置，或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产初始计量

本公司固定资产按取得时的实际成本计价。

3、固定资产后续计量及处置

（1）固定资产折旧

固定资产折旧按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额；已提足折旧仍继续使用的固定资产不计提折旧。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	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	20-40	5	2.38-4.75
机器设备	年限平均法	5-10	5	9.50-19.00
运输设备	年限平均法	5	5	19.00
办公设备及其他	年限平均法	3-10	5	9.50-31.67

（2）固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

（3）固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十一）在建工程

1、在建工程的类别

本公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成，包括工程用物资成本、人工成本、交纳的相关税费、应予资本化的借款费用以及应分摊的间接费用等。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（十二）无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括土地使用权、外购专利技术、软件使用权等。

1、无形资产的初始计量

公司无形资产按取得时的实际成本计价。

2、无形资产的后续计量

本公司将无形资产划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

（1）使用寿命有限的无形资产

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下：

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	50 年	土地使用年限
软件使用权	3-10 年	预计可使用年限

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

（2）使用寿命不确定的无形资产

无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。在每个会计期间对使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，应当估计其使用寿命，并进行摊销。

3、研究和开发支出

根据内部研究开发项目支出的性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出在发生时计入当期损益；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，能够证明其有用性；

（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。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

（十三）使用权资产

本公司对使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：

1、租赁负债的初始计量金额；

2、在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；

3、本公司发生的初始直接费用；

4、本公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本（不包括为生产存货而发生的成本）。

在租赁期开始日后，本公司采用成本模式对使用权资产进行后续计量。

能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，本公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，本公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。对计提了减值准备的使用权资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值参照上述原则计提折旧。

（十四）长期待摊费用

长期待摊费用，是指本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在1年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内按直线法分期摊销。

（十五）长期资产减值

本公司在资产负债表日判断长期资产是否存在可能发生减值的迹象。如果长期资产存在减值迹象的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产可收回金额的估计，根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。可收回金额的计量结果表明，长期资产的可收回金额低于其账面价值的，将长期资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

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。

（十六）股份支付

1、股份支付的种类

本公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

在确定权益工具授予日的公允价值时，考虑股份支付协议规定的可行权条件中的市场条件和非可行权条件的影响。股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），即确认已得到服务相对应的成本费用。

3、会计处理方法

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，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，按照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和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以本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。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权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，按照本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

若在等待期内取消了授予的权益工具，本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（十七）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。对于政府文件未明确补助对象的政府补助，公司根据实际补助对象划分为与资产相关的政府补助或与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的，用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

对期末有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金的，按应收金额确认政府补助。除此之外，政府补助均在实际收到时确认。

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；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

3、会计处理方法

本公司采用总额法核算政府补助。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在所建造或购买的资产使用年限内，按照合理、系统的方法分期计入损益；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用或损失的期间计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益。

与企业日常活动相关的政府补助计入其他收益；与企业日常活动无关的政府补助计入营业外收支。

收到与政策性优惠贷款贴息相关的政府补助冲减相关借款费用；取得贷款银行提供的政策性优惠利率贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十八）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：（1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；（2）非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项发生时既不影响会计利润，也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）所形成的暂时性差异；（3）对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、同时满足下列条件时，将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示

（1）企业拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

（2）递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（十九）租赁

1、以下会计政策自 2021 年 1 月 1 日起适用

在合同开始日，本公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。

（1）租赁合同的分拆

当合同中同时包含多项单独租赁的，本公司将合同予以分拆，并分别各项单独租赁进行会计处理：①该两份或多份合同基于总体商业目的而订立并构成一揽子交易，若不作为整体考虑则无法理解其总体商业目的。②该两份或多份合同中的某份合同的对价金额取决于其他合同的定价或履行情况。③该两份或多份合同让渡的资产使用权合起来构成一项单独租赁。

（2）租赁合同的合并

本公司与同一交易方或其关联方在同一时间或相近时间订立的两份或多份包含租赁的合同符合下列条件之一时，合并为一份合同进行会计处理：①该两份或多份合同基于总体商业目的而订立并构成一揽子交易，若不作为整体考虑则无法理解其总体商业目的。②该两份或多份合同中的某份合同的对价金额取决于其他合同的定价或履行情况。③该两份或多份合同让渡的资产使用权合起来构成一项单独租赁。

（3）本公司作为承租人的会计处理

在租赁期开始日，除应用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，本公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

短期租赁是指不包含购买选择权且租赁期不超过 12 个月的租赁。低价值资产租赁是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。

2、以下会计政策适用于 2020 年 12 月 31 日及以前

如果租赁条款在实质上将与租赁资产所有权有关的全部风险和报酬转移给承租人，该租赁为融资租赁，其他租赁则为经营租赁。

对于经营租入资产，公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

（二十）租赁负债

本公司对租赁负债按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。在计算租赁付款额的现值时，本公司采用租赁内含利率作为折现率；无法确定租赁内含利率的，采用本公司增量借款利率作为折现率。

租赁付款额包括：1、扣除租赁激励相关金额后的固定付款额及实质固定付款额；2、取决于指数或比率的可变租赁付款额；3、在本公司合理确定将行使该选择权的情况下，租赁付款额包括购买选择权的行权价格；4、在租赁期反映出本公司将行使终止租赁选择权的情况下，租赁付款额包括行使终止租赁选择权需支付的款项；5、根据本公司提供的担保余值预计应支付的款项。

本公司按照固定的折现率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益或相关资产成本。

未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额应当在实际发生时计入当期损益或相关资产成本。

（二十一）重要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

（1）新金融工具准则

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《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》和《企业会计准则第 24 号-套期会计》、《企业会计准则第 37 号-金融工具列报》（以上四项统称“新金融工具准则”）。根据新旧准则衔接规定，涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则要求不一致的，本公司未调整可比期间信息。金融工

具原账面价值和新金融工具准则施行日的新账面价值之间的差额，计入 2019 年 1 月 1 日留存收益或其他综合收益。

本公司执行上述准则对报告期内财务报表无影响。

（2）新非货币性资产交换及债务重组准则

本公司自 2019 年 6 月 10 日起执行经修订的《企业会计准则第 7 号—非货币性资产交换》（财会〔2019〕8 号），自 2019 年 6 月 17 日起执行经修订的《企业会计准则第 12 号—债务重组》（财会〔2019〕9 号）。该项会计政策变更采用未来适用法处理。

本公司执行上述准则对报告期内财务报表无影响。

（3）新收入准则

本公司自 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）。根据新旧准则衔接相关规定，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 2020 年期初合并资产负债表、合并利润表的影响如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	累计影响金额			2020 年 1 月 1 日
		重分类	重新计量	小计	
应收账款	6,203.55	-297.27	4.02	-293.24	5,910.31
合同资产	—	48.37	—	48.37	48.37
其他流动资产	111.76	248.90	—	248.90	360.66
资产合计	6,315.31	—	4.02	4.02	6,319.33
预收款项	7,401.77	-7,401.77	—	-7,401.77	—
合同负债	—	6,550.24	—	6,550.24	6,550.24
其他流动负债	—	851.53	—	851.53	851.53
负债合计	7,401.77	—	—	—	7,401.77
未分配利润	10,341.89	—	4.02	4.02	10,345.91
所有者权益合计	10,341.89	—	4.02	4.02	10,345.91

执行新收入准则对 2020 年 12 月 31 日合并资产负债表的影响如下：

单位：万元

项目	报表数	假设按原准则	影响
应收账款	10,225.61	11,057.24	-831.63
合同资产	265.52	—	265.52
其他非流动资产	890.71	291.99	598.72
资产合计	11,381.83	11,349.23	32.60
预收款项	—	12,295.19	-12,295.19
合同负债	10,880.70	—	10,880.70
其他流动负债	2,401.42	986.93	1,414.49
负债合计	13,282.12	13,282.12	—
盈余公积	1,961.14	1,958.28	2.86
未分配利润	13,601.66	13,571.92	29.75
所有者权益合计	15,562.81	15,530.20	32.60

执行新收入准则对 2020 年度合并利润表的影响如下：

单位：万元

项目	报表数	假设按原准则	影响
营业成本	63,918.44	63,247.12	671.32
销售费用	13,192.08	13,863.39	-671.32
信用减值损失	-753.58	-826.07	72.49
资产减值损失	-162.79	-118.87	-43.91
所得税费用	750.26	750.26	—
净利润	5,188.07	5,159.49	28.58

（4）新租赁准则

本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行财政部 2018 年修订的《企业会计准则第 21 号—租赁》。在首次执行日，本公司选择重新评估此前已存在的合同是否为租赁或是否包含租赁，并将此方法一致应用于所有合同，因此仅对上述在原租赁准则下识别为租赁的合同采用本准则衔接规定。

本公司对上述租赁合同选择按照《企业会计准则第 28 号—会计政策、会计估计变更和差错更正》的规定选择采用简化的追溯调整法进行衔接会计处理，即调整首次执行本准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息，并对其中的经营租赁根据每项租赁选择使用权资产计量方法和采用相关简化处理，具体如下：

本公司对低价值资产租赁的会计政策为不确认使用权资产和租赁负债。根据新租赁准则的衔接规定，本公司在首次执行日前的低价值资产租赁，自首次执行日起按照新租赁准则进行会计处理，不对低价值资产租赁进行追溯调整。

执行新租赁准则对 2021 年 1 月 1 日财务报表相关项目的影响列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	累积影响金额			2021 年 1 月 1 日
		重分类	重新计量	小计	
使用权资产	—	—	6,378.56	6,378.56	6,378.56
资产合计	—	—	6,378.56	6,378.56	6,378.56
租赁负债	—	—	7,007.33	7,007.33	7,007.33
负债合计	—	—	7,007.33	7,007.33	7,007.33
未分配利润	13,601.66	—	-565.89	-565.89	13,035.77
盈余公积	1,961.14	—	-62.88	-62.88	1,898.27
所有者权益合计	15,562.81	—	-628.77	-628.77	14,934.04

（5）《企业会计准则解释第14号》

2021 年 1 月 26 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 14 号》（财会〔2021〕1 号，以下简称“解释 14 号”），自 2021 年 1 月 26 日起施行，本公司执行该解释 14 号对报告期内财务报表无影响。

2、会计估计变更

公司报告期无重要的会计估计变更。

六、适用的各种税项及税率

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物、应税服务收入	3%、6%、9%、10%、13%、16%
企业所得税	应纳税所得额	15%、20%、25%
城市维护建设税	实缴流转税税额	5.00%、7.00%
教育费附加	实缴流转税税额	3.00%
地方教育费附加	实缴流转税税额	2.00%

根据《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、国家税务总局、海关总署公告[2019]39 号）规定，自 2019 年 4 月 1 日起，增值税应税销售行为或

者进口货物适用税率从 16%、10%税率调整为 13%、9%。上海诗尼曼为小规模纳税人，增值税适用 3%的征收率。

不同纳税主体所得税税率说明：

纳税主体名称	所得税税率
广州诗尼曼	15%
湖北诗尼曼	25%
上海诗尼曼	20%
诗尼曼工程	25%

（二）税收优惠及批文

1、高新技术企业所得税优惠

根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，减按 15% 的税率征收企业所得税。本公司于 2015 年 10 月通过国家高新技术企业认定，并分别于 2018 年 11 月、2021 年 12 月通过高新技术企业重新认定（证书编号分别为 GR201844003260、GR202144008388，有效期均为 3 年）。公司报告期内享受国家关于高新技术企业的相关优惠政策，按 15% 的税率计算、缴纳企业所得税。

2、小微企业所得税优惠

公司子公司上海诗尼曼年应纳税所得额小于 300 万元，适用小微企业所得税税收减免优惠政策。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）、《财政部税务总局关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（2021 年第 12 号）的规定，2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，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 12.5% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税，2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日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。

（三）税收优惠对公司经营成果的影响

报告期内，公司享受的税收优惠及对利润总额的影响情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
高新技术企业所得税优惠	142.94	655.39	497.29	633.78
小微企业所得税优惠	—	—	—	—
利润总额	2,355.29	7,467.69	5,938.32	7,233.86
税收优惠占利润总额的比例	6.07%	8.78%	8.37%	8.76%

报告期内，公司所享受的税收优惠符合国家有关法律法规的规定，属于国家统一执行的长期优惠政策，公司经营成果对税收优惠不存在严重依赖。

七、非经常性损益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益》（“中国证券监督管理委员会公告【2008】43 号”）以及大华会计师出具的《非经常性损益专项审核报告》（大华核字【2022】0014102 号），公司最近三年及一期非经常性损益明细情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
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	-85.11	-155.30	-398.73	-229.92
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）	633.41	1,494.25	903.70	712.25
委托他人投资或管理资产的损益	—	—	154.24	169.46
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	295.70			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-172.36	23.37	3.86	-52.42
其他符合非经常性损益定义的损益项目	58.05			
非经常性损益合计	729.69	1,362.32	663.08	599.38
减：所得税影响额	149.03	203.60	129.53	115.75
少数股东损益	—	—	—	—
非经常性损益净额	580.66	1,158.72	533.55	483.62

八、主要财务指标

（一）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的规定，公司报告期内的净资产收益率及每股收益情况如下：

期间	报告期利润计算口径	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2022 年 1-9 月	归属于公司普通股股东的净利润	6.05	0.31	0.31
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	4.46	0.23	0.23
2021 年度	归属于公司普通股股东的净利润	20.07	0.91	0.91
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	16.56	0.75	0.75
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	17.82	0.72	0.72
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	15.99	0.64	0.64
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	25.49	0.87	0.87
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	23.54	0.80	0.80

注：上述指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率= $P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 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_j 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_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益= $P_0 \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中： P_0 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_0 为期初股份总数； S_1 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_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 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= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， P_1 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。

（二）其他财务指标

公司报告期内其他财务指标如下：

指标	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
流动比率（倍）	1.24	1.13	1.23	1.21
速动比率（倍）	0.93	0.93	1.06	0.99
资产负债率（母公司）	49.49%	57.81%	57.55%	53.52%
资产负债率（合并）	54.50%	61.80%	62.82%	62.08%
归属于母公司股东的每股净资产（元）	5.12	4.91	4.29	3.71
指标	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款周转率（次）	5.33	9.93	11.21	18.72
存货周转率（次）	4.38	9.39	8.73	9.30
息税折旧摊销前利润（万元）	4,968.37	10,651.50	8,918.59	10,213.63
利息保障倍数（倍）	26.21	30.36	39.78	43.22
归属于母公司股东的净利润（万元）	2,216.41	6,625.58	5,188.07	6,313.85
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,635.78	5,466.86	4,654.52	5,830.22
每股经营活动产生的现金流量（元）	-0.09	0.86	1.60	1.43
每股净现金流量（元）	-0.91	-0.85	1.66	-0.54
研发投入占营业收入的比例	3.48%	3.11%	3.16%	3.45%

注：上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债；
- 2、速动比率=速动资产/流动负债；
- 3、资产负债率=总负债/总资产；
- 4、归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益/期末股本总额；
- 5、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面价值，由于公司主营业务具有明显季节性，因此未做年化处理；
- 6、存货周转率=营业成本/存货平均账面价值，由于公司主营业务具有明显季节性，因此未做年化处理；
- 7、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧费用+摊销费用；
- 8、利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出；
- 9、归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润=归属于母公司股东的净利润-归属于母公司股东的非经常性损益；
- 10、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；
- 11、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；
- 12、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入。

九、经营成果分析

报告期内，发行人主要经营成果数据如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	65,690.85	115,580.55	92,119.82	83,480.68
营业成本	45,030.20	78,117.37	63,918.44	54,313.92

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期间费用	17,472.15	28,520.76	21,271.09	21,038.99
营业利润	2,664.60	7,561.25	6,083.23	7,368.32
利润总额	2,355.29	7,467.69	5,938.32	7,233.86
净利润	2,216.41	6,625.58	5,188.07	6,313.85
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	1,635.78	5,466.86	4,654.52	5,830.22

报告期内，公司深耕定制家居市场，通过经销网络持续优化、产品品牌建设和丰富，以及大宗业务销售渠道的开拓，经营规模不断扩大。2020 年，公司经销业务受到疫情的不利影响，出现暂时下滑，但得益于大宗业务的快速发展，营业收入增长 10.35%。2021 年，随着疫情有所缓和，公司经销业务恢复增长，带动营业收入增长 25.47%。

2020 年，公司营业利润、利润总额、净利润等盈利指标受疫情因素影响出现短暂下滑，随着疫情缓和，2021 年各项盈利指标恢复增长势头。2021 年，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润增长 17.45%，低于收入增速，主要系新品牌推广费用和薪酬奖金增幅较大，以及大宗客户应收账款坏账准备单项计提所致。未来随着新品牌推广渠道完善、大宗业务发展趋于稳定以及管理能力的不断提升，盈利能力有望持续增强。

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及变动分析

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	64,683.83	98.47%	114,218.02	98.82%	91,241.34	99.05%	82,324.10	98.61%
其他业务收入	1,007.02	1.53%	1,362.52	1.18%	878.48	0.95%	1,156.59	1.39%
合计	65,690.85	100.00%	115,580.55	100.00%	92,119.82	100.00%	83,480.68	100.00%

公司主营业务收入为定制家具及配套产品的销售收入，报告期内主营业务收入占比超过 98%，主营业务突出。公司其他业务收入主要为信息系统服务收入、

废品销售收入、经销商培训收入以及少量其他收入。

公司最近三年营业收入呈持续增长态势，2020 年、2021 年营业收入较上年分别增长 10.35%、25.47%，其中主营业务收入分别增长 10.83%、25.18%，公司营业收入持续增长主要源于主营业务收入的增长。

报告期内，公司主营业务快速增长主要受益于以下方面因素：

（1）家具行业稳步发展，为公司业务增长提供基础

近年来，受益于我国经济持续快速发展、居民人均收入水平不断提高、城镇化建设进度不断加快、房地产行业更趋理性的健康发展以及国家优化生育政策的退出等诸多因素，我国家具行业具备了良好的持续发展条件。根据国家统计局数据统计，截至 2021 年末，家具制造业全年营业收入规模为 8,004.6 亿元，同比增长 16.42%。同时，定制家居产品由于其所具备的个性化设计、高空间利用率、美观时尚、环保节约、质量稳定、规模化生产等诸多优点，伴随着经济持续快速发展，定制家居行业占整体家具市场的比例持续上升。中国定制家具行业呈现稳步发展态势，为公司业务开展提供了广阔的发展空间。

（2）营销网点进一步完善，经销商及门店数量持续增长

经过多年的耕耘，公司已建立了与公司紧密合作、共同成长、遍布全国的营销服务网络。截至 2022 年 9 月 30 日，公司拥有“诗尼曼”和“AI 家居”品牌经销商共 1,838 家，经销商门店共 1,868 家，经销网络覆盖国内大部分三、四线及以上主要城市。随着全国性经销网络布局的不断完善和深化，公司经销业务快速发展，经销业务收入由 2019 年的 73,007.26 万元增加至 2021 年的 90,639.29 万元，2021 年、2022 年 1-9 月经销业务收入占主营业务收入的比例为 79.36%、76.45%，经销业务始终是公司最主要、最核心的收入来源。

（3）大宗业务销售模式带动公司销售收入提升

公司正在打造一个积极进取的全渠道营销体系，包括经销商渠道、直营专卖店渠道和大宗客户渠道。报告期内，公司经销商渠道销售收入保持在较高规模的同时，抓住精装修市场发展机遇，通过与万科股份、卓越置业、美的置业等知名房地产企业开展合作，公司大宗业务模式销售收入快速增长，由 2019 年的 7,801.16 万元增加至 2021 年的 19,933.60 万元，2021 年、2022 年 1-9 月大宗业

务收入占主营业务收入的比例为 17.45%、**21.04%**，大宗业务已成为公司重要的收入组成部分。

（4）公司生产布局更加合理，产能不断提升

报告期内，公司为满足不断增长的市场需求，提升产能，在广州番禺生产基地的基础上，建成投产了湖北荆门生产基地**一期工程**，极大的提升了公司的生产空间。同时公司通过工艺改造，不断配备自动化程度更高、性能更优越的柔性生产设备以及优化生产流程等方式增加产量。上述措施有效提升了公司的生产能力，保障了公司经营规模的不断扩大。

（5）业务模式创新，打造新的业务增长点

“AI 家居”是公司于 2019 年底推出的定制家具品牌，主要面向“80、90 后”消费者个性化需求，在营销模式上突破传统经销商大部分局限于大型家居卖场、沿街店铺的限制，营销触角下沉并着重打造社区店的新型营销模式。截至**2022 年 9 月底**，公司“AI 家居”品牌经销商共计**734 家**，2020 年、2021 年、**2022 年 1-9 月**实现销售收入分别为 1,544.35 万元、9,584.04 万元、**7,589.12 万元**，发展速度较快。未来，公司将逐步打造“诗尼曼”和“AI 家居”双品牌差异化市场定位的发展战略，着重销售网络的进一步下沉，上述业务模式创新将成为公司未来业务发展的驱动力之一。

（6）公司营业收入增长与同行业可比公司对比情况

单位：万元

企业名称	2022 年 1-9 月	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	营业收入	营业收入	同比增长	营业收入	同比增长	营业收入
索菲亚	793,383.14	1,040,709.49	24.59%	835,283.23	8.67%	768,607.68
欧派家居	1,626,871.06	2,044,160.46	38.68%	1,473,969.02	8.91%	1,353,336.02
好莱客	212,148.02	337,096.05	54.40%	218,330.16	-1.88%	222,514.80
皮阿诺	98,050.38	182,365.62	22.10%	149,362.24	1.51%	147,144.41
顶固集创	75,543.42	129,827.67	48.82%	87,239.20	-6.17%	92,972.88
有屋智能	—	429,265.91	15.81%	370,668.17	12.52%	329,409.68
玛格家居	—	102,599.18	22.20%	83,960.19	1.82%	82,459.78
科凡家居	—	62,612.62	37.60%	45,504.57	9.40%	41,593.83
可比公司平均	561,199.20	541,079.63	33.02%	408,039.60	4.35%	379,754.89

值						
本公司	65,690.85	115,580.55	25.47%	92,119.82	10.35%	83,480.68

注：有屋智能、玛格家居、科凡家居未披露 2022 年 1-9 月数据，因此未列示。

由上表，公司报告期内营业收入变动趋势与同行业可比公司一致，保持持续增长的态势。2020 年，公司经销业务遭受新冠疫情的不利影响，经销收入出现暂时性下降，但公司通过大力拓展大宗业务销售渠道，大宗业务收入大幅增长，从而取得了领先于同行业的收入增速。2021 年，随着疫情有所缓解，定制家居行业经销业务回暖，公司经销业务收入快速增长，拉动公司营业收入增长 25.47%。

2、主营业务收入按产品类别分析

报告期内，公司主营业务收入按产品类别列示如下：

单位：万元

产品名称	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
定制衣柜及配套家具	52,907.74	81.79%	92,989.89	81.41%	69,073.75	75.70%	67,800.43	82.36%
定制橱柜	10,831.99	16.75%	18,474.90	16.18%	18,149.41	19.89%	10,638.90	12.92%
铝合金门窗	944.10	1.46%	2,753.23	2.41%	4,018.17	4.40%	3,884.77	4.72%
合计	64,683.83	100.00%	114,218.02	100.00%	91,241.34	100.00%	82,324.10	100.00%

报告期内，公司主营业务收入由定制衣柜及配套家具、定制橱柜和铝合金门窗三类业务构成，整体呈持续增长态势。具体如下：

（1）定制衣柜及配套家具是公司的核心产品，为公司主要收入来源

报告期内，公司定制衣柜及配套家具销售收入占主营业务收入比例分别为 82.36%、75.70%、81.41%、**81.79%**，是公司主要收入来源。定制衣柜及配套家具的市场空间广阔、市场需求快速增长，是公司的核心产品。2020 年、2021 年，公司定制衣柜及配套家具销售收入较上年分别增长 1.88%、34.62%，持续增长，是公司主营业务收入保持持续增长的主要动力。

（2）定制橱柜是公司全屋定制战略的重要组成部分

报告期内，公司定制橱柜销售收入占主营业务收入比例分别为 12.92%、19.89%、16.18%、**16.75%**，占比稳步提升。定制橱柜是公司于 2017 年下半年拓展的产品品类，与定制衣柜产品在采购、生产和销售等环节形成良好的协同效应，

是公司全屋定制战略的重要组成部分。借助定制衣柜业务积累的采购、生产体系和销售渠道，报告期内定制橱柜大宗业务模式发展迅速，最近三年复合增长率达到 31.78%，随着公司适当控制大宗业务扩展，2021 年定制橱柜产品销售趋于平稳。

（3）铝合金门窗是公司板式定制家具的有机补充

报告期内，公司铝合金门窗销售收入占主营业务收入的比例分别为 4.72%、4.40%、2.41%、**1.46%**，占比逐步下降，对公司主营业务无重大影响。由于铝合金门窗与定制衣柜、橱柜等板式家具业务线缺少协同效应，经营规模小，不具有规模性，加之主要原材料铝材、玻璃等市场价格波动性较大，公司对铝合金门窗业务采取逐步收缩的发展战略。铝合金门窗是公司在定制衣柜、橱柜等板式家具产品以外的业务布局，是公司全屋定制战略的延伸。

3、主营业务收入按销售模式分析

公司采用以经销模式为主，大宗业务、直营业务为辅的销售模式，报告期内公司主营业务按销售模式分布情况如下：

单位：万元

销售模式	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销模式	49,451.12	76.45%	90,639.29	79.36%	68,928.77	75.55%	73,007.26	88.68%
直营模式	1,622.79	2.51%	3,645.13	3.19%	2,327.32	2.55%	1,515.67	1.84%
大宗业务模式	13,609.92	21.04%	19,933.60	17.45%	19,985.25	21.90%	7,801.16	9.48%
合计	64,683.83	100.00%	114,218.02	100.00%	91,241.34	100.00%	82,324.10	100.00%

（1）经销模式

报告期内，公司通过各地经销商实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为 88.68%、75.55%、79.36%、**76.45%**，是公司主要的收入来源。公司设有专门的招商部门不断在各地择优发展区域经销商，目前已建立起覆盖全国范围的经销商网络，随着“诗尼曼”品牌影响力的提升，以及新推出的“AI家居”品牌的快速发展，公司经销商网络、经销收入仍在不断扩大。2020 年受新冠疫情影响，公司经销收入出现暂时下降，2021 年公司实现经销收入 90,639.29 万元，国内疫情对定制家具行业零售市场的影响逐步减弱，终端消费需求逐步恢复。

报告期内，公司主要产品经销收入、经销商数量以及单家经销商平均贡献销售额情况如下：

产品	项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
定制衣柜/ 定制橱柜	经销收入（万元）	48,507.02	87,886.06	65,918.21	69,156.61
	经销商数量（家）	1,759	1,761	1,299	1,046
	单位销售额（万元/家）	27.56	57.44	56.22	69.33
铝合金门窗	经销收入（万元）	944.10	2,753.23	3,010.56	3,850.65
	经销商数量（家）	79	132	219	261
	单位销售额（万元/家）	8.95	15.69	12.54	12.73

注：单位销售额=经销收入/[(期初经销商数量+期末经销商数量)/2]；上述定制衣柜/定制橱柜经销商包括“诗尼曼”和“AI家居”品牌经销商，2020年末、2021年末、**2022年9月末**“AI家居”品牌经销商数量分别为224家、768家、**734家**，2020年、2021年、**2022年1-9月**实现销售收入分别为1,544.35万元、9,584.04万元、**7,589.12万元**。

报告期内，公司对定制衣柜及配套家具、定制橱柜类产品进行统一招商和管理，统称为全屋定制类经销商，报告期内公司通过经销商网络下沉、“AI家居”子品牌推广等，全屋定制类经销商数量呈持续增长趋势。公司在保证经销商数量持续开拓的基础上，对现有经销商提供持续培训以及多方面的支持，提升经销商的经营管理能力，以帮助经销商做大做强。

报告期内全屋类经销商单位销售额分别为69.33万元、56.22万元、57.44万元和**27.56万元**，2020-2021年单位销售额下降主要因为疫情因素影响以及“AI家居”品牌经销商大幅增加所致。目前“AI家居”品牌尚处于业务拓展初期，经销商规模普遍较小，剔除“AI家居”品牌影响，公司2020年、2021年、**2022年1-9月**全屋类经销商单位销售额分别为60.70万元、75.73万元、**40.55万元**，2021年随着疫情缓和以及公司加强对经销商的考核和激励，经销商单位销售额已恢复并较2019年有所提升。

铝合金门窗为公司全屋定制战略的补充，由于铝合金门窗与定制衣柜、定制橱柜等板式家具在采购、生产和销售等方面协同效应不明显，缺少规模效应，加上铝合金门窗市场集中度不够、竞争激烈及近几年原材料价格波动性较大，报告期内公司铝合金门窗业务销售收入、经销商数量、单位销售额均呈下降趋势。2020年、2021年、**2022年1-9月**，公司铝合金门窗销售收入占主营业务收入的比例分

别为4.40%、2.41%、**1.46%**，对公司经营业绩无重大影响。

（2）大宗业务模式

随着住房精装修渗透率的提升，下游地产项目选择具有一定品牌知名度的定制家具厂商集中采购橱柜、浴室柜、玄关柜等家具产品的情况越来越普遍。公司抓住精装修市场发展机遇，大力拓展大宗业务，与房地产开发商、装饰装修公司等大宗客户加强合作，报告期内大宗业务收入分别为 7,801.16 万元、19,985.25 万元、19,933.60 万元、**13,609.92 万元**，最近一年和一期大宗业务收入占主营业务收入的比例为 17.45%、**21.04%**，成为公司重要的收入组成部分。

根据公开披露信息，2020 年度欧派家居、索菲亚、好莱客、志邦家居、有屋智能大宗业务收入同比分别增长 24.05%、**60.86%**、962.50%、83.7%和 34.16%，大宗业务收入占比分别提升至 18.49%、18.01%、5.78%、30.60%和 52.13%。2020 年，公司大宗业务收入大幅增长，收入占比提高，符合定制家具行业发展趋势。

（3）直营模式

直营模式下，公司以租赁商铺或进驻大型家居卖场方式开设直营专卖店，直接面向终端消费者销售。截至本招股说明书签署日，公司在广州市、**北京市**、武汉市和荆门市共开设了 **5 家**直营专卖店。报告期内直营模式销售收入分别为 1,515.67 万元、2,327.32 万元、3,645.13 万元、**1,622.79 万元**，占主营业务收入的比例分别为 1.84%、2.55%、3.19%、**2.51%**，规模及占比较低。

直营店兼有形象展示、新产品发布和人才培养的功能，有利于提升公司的品牌形象和市场占有率，加深公司对终端消费需求的理解。

4、主要产品销量及价格变动分析

报告期内，公司主要产品的销量及单价情况如下：

单位：万平方米、元/平方米

产品类别	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销量	单价	销量	单价	销量	单价	销量	单价
定制衣柜及配套家具	236.07	224.12	411.37	226.05	319.28	216.34	301.74	224.70
定制橱柜	36.72	295.02	64.40	286.87	62.56	290.13	38.92	273.32
铝合金门窗	0.98	960.80	3.25	847.62	4.99	805.30	4.56	851.04

（1）销量变动分析

报告期内，公司定制衣柜及配套家具、定制橱柜销量不断增长，与主营业务收入增长趋势一致，主要因为经销商网络不断拓展、大宗业务开拓状况良好所致；铝合金门窗销量出现整体下降态势，主要因为铝合金门窗与定制衣柜、橱柜等板式家具产品协同效应不明显、市场竞争激烈及原材料市场价格波动较大，公司对铝合金门窗业务进行战略收缩所致。

（2）单价变动分析

报告期内，公司定制衣柜及配套家具产品平均售价基本平稳，2020年有所下降，主要因为受新冠疫情不利影响，为支持经销商发展，公司加大了经销渠道日常促销让利力度所致。随着新冠疫情不利影响的逐步减弱，2021年公司减少了日常促销让利力度，并调高了经销、直营渠道的产品售价，定制衣柜及配套家具产品平均售价上升并恢复至2019年度水平。

报告期内，公司定制橱柜产品平均售价稳中有增，主要因为公司定制橱柜大宗业务模式销售占比较高，大宗业务存在单个项目金额大、收入确认存在不均衡性的特点，同时平均价格又受议价能力、精装修项目配置要求、产品规格型号等综合因素影响。具体而言，2020年有所上升，主要因为本年部分大宗业务项目选用公司中高端产品，相关产品售价提高所致；2021年公司调高了经销渠道定制橱柜的产品售价，从而使得2021年定制橱柜产品平均售价依然高于2019年。

2020年，公司铝合金门窗平均售价下降，主要因为本期取得大宗客户办公室、厂房门窗装修工程订单，产品标准化程度高，产品售价相对较低。2021年、2022年1-9月铝合金门窗平均售价上升，主要因为铝材、玻璃等原材料市场价格上升，公司调高了门窗售价。

5、主营业务收入按地区分布分析

报告期内，公司主营业务收入按销售区域分布如下：

单位：万元

地区	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东	17,743.62	27.43%	32,362.06	28.33%	25,724.94	28.19%	25,447.75	30.91%

华南	13,192.62	20.39%	29,320.01	25.67%	24,564.69	26.92%	19,506.37	23.69%
华中	13,122.49	20.29%	14,488.42	12.68%	12,189.17	13.36%	11,579.09	14.07%
华北	8,387.68	12.97%	15,601.71	13.66%	10,857.63	11.90%	10,181.45	12.37%
西南	5,800.34	8.97%	11,181.85	9.79%	10,539.12	11.55%	9,087.68	11.04%
西北	4,948.19	7.65%	8,488.47	7.43%	5,494.40	6.02%	4,906.74	5.96%
东北	1,149.08	1.78%	2,230.73	1.95%	1,719.30	1.88%	1,542.37	1.87%
境外	339.81	0.53%	544.78	0.48%	152.10	0.17%	72.65	0.09%
总计	64,683.83	100.00%	114,218.02	100.00%	91,241.34	100.00%	82,324.10	100.00%

公司业务主要以国内为主，目前公司已经完成国内经销商网络的建设与布局，并与大型房地产公司在全国范围内开展合作。受地区经济发展水平、居民消费能力差异以及公司生产经营布局等因素影响，公司销售区域主要集中在华东、华南、华北、华中等经济相对发达、居民消费能力较强的区域，上述区域报告期内销售收入占主营业务收入的比重分别为 81.04%、80.37%、80.35%和 **81.08%**。未来公司将在现有销售渠道的基础上，进一步拓展终端销售网络的广度和深度，继续向四、五线城市下沉，不断扩大公司新的优势发展区域，为公司快速发展奠定更好的基础。

6、主营业务收入季节性分析

报告期内，公司主营业务收入的季节性分布情况如下：

单位：万元

期间	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	14,115.16	21.82%	14,065.23	12.31%	6,170.84	6.76%	10,538.44	12.80%
二季度	20,940.03	32.37%	32,731.30	28.66%	23,177.28	25.40%	19,170.35	23.29%
三季度	29,628.64	45.81%	30,556.26	26.75%	27,921.90	30.60%	23,049.17	28.00%
四季度	—	—	36,865.23	32.28%	33,971.33	37.23%	29,566.14	35.91%
合计	64,683.83	100.00%	114,218.02	100.00%	91,241.34	100.00%	82,324.10	100.00%

公司主营业务收入存在较明显的季节性特征，下半年的销售收入相对较高，最近三年下半年销售收入占全年主营业务收入的比例分别为 63.91%、67.83%和 59.03%，其中，第四季度为全年销售收入最高的季节。公司销售收入的季节性与国内消费习惯、居民商品房购置和交房时间、旧房二次装修时间等因素有关。公司根据多年的经营经验，合理安排销售及生产计划，降低季节性对销售收入及现

金流量稳定性的影响。

公司主营业务收入的季节性分布与同行业可比公司比较情况如下：

期间	2022 年 1-9 月								
	发行人	索菲亚	欧派家居	好莱客	皮阿诺	顶固集创	有屋智能	玛格家居	科凡家居
一季度	21.82%	25.19%	25.47%	29.00%	24.07%	24.26%	—	—	—
二季度	32.37%	35.07%	34.11%	36.79%	34.56%	39.30%	—	—	—
三季度	45.81%	39.74%	40.42%	34.21%	41.37%	36.44%	—	—	—
四季度	—	—	—	—	—	—	—	—	—
期间	2021 年度								
	发行人	索菲亚	欧派家居	好莱客	皮阿诺	顶固集创	有屋智能	玛格家居	科凡家居
一季度	12.31%	16.91%	16.14%	16.84%	18.99%	13.07%	—	16.72%	15.79%
二季度	28.66%	24.40%	23.97%	28.37%	27.32%	27.17%	—	23.81%	24.09%
三季度	26.75%	28.29%	30.34%	26.84%	25.91%	28.06%	—	27.32%	29.25%
四季度	32.28%	30.40%	29.55%	27.95%	27.78%	31.70%	—	32.15%	30.87%
期间	2020 年度								
	发行人	索菲亚	欧派家居	好莱客	皮阿诺	顶固集创	有屋智能	玛格家居	科凡家居
一季度	6.76%	9.14%	9.70%	8.58%	12.06%	5.53%	15.91%	12.71%	9.96%
二季度	25.40%	21.45%	23.99%	25.34%	22.36%	29.76%	21.34%	23.39%	22.49%
三季度	30.60%	30.40%	32.33%	30.48%	33.22%	28.17%	23.82%	28.24%	32.34%
四季度	37.23%	39.01%	33.98%	35.60%	32.37%	36.54%	38.93%	35.66%	35.21%
期间	2019 年度								
	发行人	索菲亚	欧派家居	好莱客	皮阿诺	顶固集创	有屋智能	玛格家居	科凡家居
一季度	12.80%	15.42%	16.28%	16.29%	14.49%	11.27%	17.29%	17.63%	14.91%
二季度	23.29%	25.47%	24.44%	25.84%	23.22%	25.05%	21.87%	23.12%	21.85%
三季度	28.00%	28.22%	29.74%	27.82%	30.78%	28.04%	29.36%	27.03%	30.76%
四季度	35.91%	30.89%	29.54%	30.05%	31.52%	35.64%	31.49%	32.22%	32.48%

由上表，公司最近三年主营业务收入的季节性分布与同行业可比公司不存在明显差异。

7、其他业务收入

报告期内，公司其他业务收入分类列示如下：

单位：万元

产品名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
信息系统服务	381.42	37.88%	359.29	26.37%	213.35	24.29%	258.86	22.38%
废料销售	252.58	25.08%	401.23	29.45%	256.91	29.25%	321.32	27.78%
经销商培训	227.97	22.64%	393.48	28.88%	281.96	32.10%	426.32	36.86%
其他收入	145.05	14.40%	208.52	15.30%	126.25	14.37%	150.09	12.98%
合计	1,007.02	100.00%	1,362.52	100.00%	878.48	100.00%	1,156.59	100.00%

由上表，公司报告期内其他业务收入主要由信息系统服务收入、废料销售收入、经销商培训收入等构成。其中，信息系统服务收入系经销商使用公司设计软件、订单管理软件等所支付的软件服务费；废料销售收入为处置生产过程中产生的板材边角料、废铝、木屑等产生的收入；经销商培训收入系公司为提升经销商运营管理水平、销售能力，为经销商提供付费培训项目取得的收入；其他收入为收取经销商的改图费、设计费、宣传用品费用等。

2020 年，公司信息系统服务及其他业务收入下降，主要因为公司为支持经销商发展，减少信息系统服务、改图、设计等项目的收费。2021 年、2022 年 1-9 月，随着经营规模扩大，以及“AI 家居”业务的快速发展，公司经销商数量增长，信息系统服务及其他业务收入上升。

2020 年，公司废品销售收入下降，一方面因为公司湖北生产基地先进生产线投产以及将部分大宗业务委外生产，所产生的废料减少，另一方面板材边角料、木屑等废料市场价格下降。2021 年废品销售收入上升，主要系公司经营规模扩大、自产比例提升所致。

2020 年，公司经销商培训收入下降幅度较大，主要系新冠疫情导致培训活动减少所致。2021 年新冠疫情有所缓解，培训活动恢复，经销商培训收入上升。

8、第三方回款

（1）报告期内第三方回款总体情况

报告期内，公司采用经销模式为主，大宗客户业务、直营业务模式为辅的销售模式。在经销模式下，由于经销商主要为个体工商户，存在通过经营者本人、配偶、亲属以及合伙人、员工等代为支付货款的情形；在大宗业务模式下，公司客户主要为房地产项目公司，部分房地产公司由集团统一付款或指定关联公司付

款，此外，公司通过应收账款保理方式收取部分货款。

报告期内，公司第三方回款金额及占营业收入的比例如下：

单位：万元

序号	账户类别	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
		回款金额	收入占比	回款金额	收入占比	回款金额	收入占比	回款金额	收入占比
1	经销商法定代表人、经营者	22,995.27	35.01%	69,717.45	60.32%	51,174.87	55.55%	52,832.56	63.29%
2	自然人配偶及直系亲属	838.17	1.28%	2,080.09	1.80%	1,451.67	1.58%	1,529.38	1.83%
3	自然人兄弟姐妹及其他亲属	0.91	0.00%	241.99	0.21%	492.76	0.53%	365.42	0.44%
4	经销商合伙人、员工等	109.90	0.17%	980.17	0.85%	2,431.30	2.64%	2,880.06	3.45%
5	集团公司或指定公司	400.24	0.61%	276.94	0.24%	613.62	0.67%	1,454.33	1.74%
6	应收账款保理公司	1,243.80	1.89%	2,567.71	2.22%	4,634.23	5.03%	1,318.60	1.58%
7	政府监管账户	830.79	1.26%	—	—	—	—	—	—
合计		26,419.08	40.22%	75,864.35	65.64%	60,798.45	66.00%	60,380.35	72.33%

注：直系亲属在此指相关自然人父母、成年子女；集团公司或指定公司主要指大宗业务模式下代项目公司统一支付货款的房地产公司或经销模式下代经销商支付货款的同属于自然人控制的主体；政府监管账户系部分重大风险房地产项目由政府监管账户直接支付货款。

由上表，公司报告期内通过不断完善和加强销售回款内部控制等措施，上述通过序号3、序号4经销商非直系亲属、合伙人、员工等银行账户所形成的第三方回款金额占营业收入的比例分别为3.89%、3.17%、1.06%、0.17%，占比较低，且呈持续下降趋势。

（2）第三方回款与公司经营模式、客户特点相关，符合行业经营特点

报告期内，公司第三方回款与自身经营模式存在较大关系。在经销模式下，公司经销商主要为个体工商户，个体工商户本身具有规模小、家族化经营、缺乏规范管理制度的特点，部分经销商基于经营的便利性考虑，通过家庭成员、合作伙伴或员工向公司支付小额货款；在大宗业务模式下，公司客户主要为房地产商、装饰装修公司，基于统一管理需要，部分大宗业务项目客户由集团公司支付货款。此外，公司为提高资金使用效率，将部分大宗业务项目应收账款办理了无追索权的保理业务，应收账款回款方变更为保理公司。

综上，公司第三方回款与自身以经销模式和大宗客户业务模式为主的销售模式相关，符合行业经营特点，具有合理性。

（3）销售回款内部控制制度建立情况及降低第三方回款的措施

公司已通过内部控制制度完善加强了第三方回款的控制，原则上不接受第三方回款，在与客户签订合同时，进一步强调应严格按照合同约定的主体进行结算，如客户确实有第三方付款需求的，应在合同中明确约定付款账户信息；加强日常货款回收管理，当客户要求通过合同约定主体以外的第三方付款时，必须提供委托付款书，明确客户和付款方的委托关系，如发现有未经授权的第三方回款，财务人员应立即与销售部门沟通，退回资金或要求客户补充委托付款书、客户与付款方关系的证明材料等。

（4）中介机构核查情况

保荐机构、申报会计师对主要经销商、大宗客户的销售收入和应收账款执行了函证、客户访谈、实地走访等核查程序，核查回款方与发行人是否存在关联关系，获取回款方出具的委托付款说明、三方协议、关联关系说明等证明材料，抽查大额回款相关业务合同、出库单、签收单/验收单、银行回单等原始单据。

经核查，保荐机构认为：发行人报告期内存在第三方回款与公司经营模式、客户特点相关，符合定制家具行业特点，具有必要性以及商业合理性；发行人已建立合理的销售流程、完善的财务核算、资金管理等内控制度，报告期第三方回款占比不断下降，不存在因第三方回款导致的纠纷；第三方回款方与发行人、发行人实际控制人、董监高、关键岗位人员或其他关联方不存在关联关系或其他利益安排；第三方回款涉及业务的资金流、实物流与合同约定一致，相关销售收入真实、准确、完整，第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，未发现通过第三方回款虚构交易或调节账龄的情形。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成

报告期内，公司营业成本总体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	44,738.95	99.35%	77,753.33	99.53%	63,497.58	99.34%	53,928.98	99.29%
其他业务成本	291.25	0.65%	364.04	0.47%	420.86	0.66%	384.93	0.71%
合计	45,030.20	100.00%	78,117.37	100.00%	63,918.44	100.00%	54,313.92	100.00%

公司营业成本主要为主营业务成本。报告期内主营业务成本占比保持在 99% 以上，与营业收入的结构保持一致。

2、主营业务成本按产品类别分析

报告期内，公司主营业务成本按产品类别构成如下：

单位：万元

产品名称	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
定制衣柜及配套家具	36,078.43	80.64%	60,969.40	78.41%	46,347.78	72.99%	43,260.97	80.22%
定制橱柜	7,858.44	17.57%	14,042.35	18.06%	13,579.04	21.39%	7,520.17	13.94%
定制门窗	802.09	1.79%	2,741.58	3.53%	3,570.76	5.62%	3,147.84	5.84%
合计	44,738.95	100.00%	77,753.33	100.00%	63,497.58	100.00%	53,928.98	100.00%

公司主营业务成本主要为定制衣柜及配套家具、定制橱柜销售成本，主要业务成本构成与主营业务收入构成保持一致。

3、主营业务成本按成本因素构成分析

报告期内，公司主营业务成本按成本因素构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	29,324.41	65.55%	52,526.46	67.56%	41,880.81	65.96%	36,121.08	66.98%
直接人工	3,364.67	7.52%	5,061.89	6.51%	4,557.12	7.18%	4,539.75	8.42%
制造费用	5,279.55	11.80%	8,416.29	10.82%	6,740.97	10.62%	6,616.17	12.27%
运输安装费	1,956.33	4.37%	2,940.64	3.78%	2,684.71	4.23%	1,069.91	1.98%
外协加工成本	4,813.98	10.76%	8,808.05	11.33%	7,633.95	12.02%	5,582.07	10.35%
合计	44,738.95	100.00%	77,753.33	100.00%	63,497.58	100.00%	53,928.98	100.00%

由上表，公司主营业务成本随着经营规模扩大逐年上升。公司主营业务成本主要为板材、五金、台面等直接材料成本，报告期内直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 66.98%、65.96%、67.56%、**65.55%**，占比较高，保持基本稳定。

随着公司经营规模扩大、生产效率提升，单位产品分摊的直接人工、制造费用相应下降。报告期内，公司运输安装费占主营业务成本的比例呈整体上升趋势，主要系大宗业务收入模式下，公司负责产品从工厂到项目现场的运输及产品安装，运输安装费与大宗业务收入变化趋势基本一致。

报告期内，公司为提高生产效率、节约产能，将板材覆膜压贴、铝材喷涂及部分大宗业务订单等委托给专业的外协厂商加工，随着经营规模的扩大，外协加工成本占比提升，2020 年外协加工成本大幅增加，主要系大宗业务产品委外加工显著增加所致。关于外协加工成本具体情况，参阅本招股说明书“第六节业务与技术”之“一、主营业务、主要产品或服务情况”之“（四）主要经营模式”生产模式相关内容。

4、主要原材料的采购数量及价格情况

公司定制家具及铝合金门窗生产所需原材料种类繁多，其中板材、五金、铝型材、吸塑膜、封边条、台面及配套成品家具为公司产品主要原材料，报告期内上述原材料合计采购额占原材料采购总额的比例分别为 75.42%、76.27%、76.36%、**77.49%**。

报告期内，公司主要原材料采购单价变动情况参阅本招股说明书“第六节业务与技术”之“五、采购情况及主要供应商”之“（一）主要原材料及能源的供应情况”。

（三）毛利及毛利率分析

1、毛利构成情况

报告期内，公司毛利构成情况具体如下：

单位：万元

产品名称	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业	19,944.88	96.54%	36,464.69	97.33%	27,743.76	98.38%	28,395.12	97.35%

务毛利								
其他业务毛利	715.77	3.46%	998.48	2.67%	457.62	1.62%	771.65	2.65%
合计	20,660.65	100.00%	37,463.17	100.00%	28,201.38	100.00%	29,166.77	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利占毛利总额的比重在 97%以上，公司毛利主要来源自主营业务。

2、主营业务毛利构成情况

报告期内，公司分产品类别主营业务毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比
定制衣柜及配套家具	16,829.32	84.38%	32,020.50	87.81%	22,725.97	81.91%	24,539.46	86.42%
定制橱柜	2,973.55	14.91%	4,432.55	12.16%	4,570.38	16.47%	3,118.73	10.98%
铝合金门窗	142.01	0.71%	11.65	0.03%	447.41	1.61%	736.93	2.60%
合计	19,944.88	100.00%	36,464.69	100.00%	27,743.76	100.00%	28,395.12	100.00%

报告期内，定制衣柜及配套家具、定制橱柜是公司核心业务，其收入及毛利额占比最高，是公司毛利的主要来源。铝合金门窗业务是公司全屋定制战略的延伸，随着业务的收缩，毛利额逐步下降，对公司毛利贡献较低。

3、主营业务毛利率变动分析

报告期内，公司分产品类别毛利率及销售占比情况如下：

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
定制衣柜及配套家具	31.81%	81.79%	34.43%	81.41%	32.90%	75.70%	36.19%	82.36%
定制橱柜	27.45%	16.75%	23.99%	16.18%	25.18%	19.89%	29.31%	12.92%
铝合金门窗	15.04%	1.46%	0.42%	2.41%	11.13%	4.40%	18.97%	4.72%
合计	30.83%	100.00%	31.93%	100.00%	30.41%	100.00%	34.49%	100.00%

由上表，公司定制衣柜及配套家具销售占比及毛利率最高，是公司毛利主要来源，对主营业务毛利率影响最为显著。

主营业务毛利率受产品结构和各产品毛利率变化影响情况，量化分析如下：

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务毛利率（%）	30.83	31.93	30.41	34.49
主营业务毛利率较上年变化（百分点）	-1.10	1.52	-4.08	—
其中：产品收入结构变动的影响（百分点）	0.26	0.72	-0.43	—
各产品毛利率变动的影响（百分点）	-1.34	0.80	-3.66	—

注：产品收入结构变动的影响=（当期各产品销售占比-上期各产品销售占比）*上期各产品毛利率；产品毛利率变动的影响=（当期各产品毛利率-上期各产品毛利率）*当期各产品销售占比。

由上表，公司 2020 年主营业务毛利率下降 4.08 个百分点，主要系主要产品毛利率出现不同程度下降所致。2021 年主营业务毛利率上升 1.52 个百分点，主要系定制衣柜及配套家具产品毛利率及收入占比上升综合作用所致。2022 年 1-9 月毛利率下降 1.10 个百分点，主要系定制衣柜及配套家具产品毛利率下降所致。

以下分产品毛利率变动分析如下：

（1）定制衣柜及配套家具毛利率分析

报告期内，公司定制衣柜及配套家具产品销售收入占主营业务收入的比例分别为 82.36%、75.70%、81.41%、**81.79%**，贡献了公司 86.42%、81.91%、87.81%、**84.38%**的主营业务毛利，为公司最主要的收入、毛利来源。

报告期内，公司定制衣柜及配套家具产品的单位售价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/m²

影响因素	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
单位售价	224.12	-0.85%	226.05	4.49%	216.34	-3.72%	224.70
单位成本	152.83	3.12%	148.21	2.10%	145.16	1.25%	143.37
产品名称	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率
定制衣柜及配套家具产品	31.81%	-2.62	34.43%	1.53	32.90%	-3.29	36.19%

由上表，2020 年定制衣柜及配套家具产品毛利率较 2019 年下降 3.29 个百分点，主要系为应对新冠疫情不利影响，公司加大了日常经销渠道促销让利力度，

导致定制衣柜及配套家具产品售价较 2019 年下降 3.72 个百分点所致。

由上表，2021 年定制衣柜及配套家具产品毛利率较 2020 年增加 1.53 个百分点，主要系新冠疫情影响减弱，零售市场销售回暖，公司减少了日常优惠折扣活动，同时通过调高产品售价以应对原材料价格上涨，从而使得 2021 年定制衣柜及配套家具产品单位售价增长幅度（4.49 个百分点）超过单位成本上升幅度（2.10 个百分点）所致。2022 年 1-9 月定制衣柜及配套家具产品毛利率较 2021 年下降 2.62 个百分点，主要因为前三季度产能利用率较低，单位产品分摊的人工、制造费用较高，从而使得 2022 年 1-9 月定制衣柜及配套家具产品单位成本较 2021 年上升 3.12 个百分点所致。

（2）定制橱柜毛利率分析

报告期内，公司定制橱柜产品销售收入占主营业务收入的比例分别为 12.92%、19.89%、16.18%、**16.75%**，贡献了公司 10.98%、16.47%、12.16%、**14.91%** 的主营业务毛利，公司进入定制橱柜的时间较晚，但借助经销网络的建设和大宗业务模式的快速发展（报告期内，公司定制橱柜产品大宗业务模式销售占比分别为 43.50%、70.41%、63.58%、**67.28%**，占比较高且呈增长趋势），定制橱柜产品对公司收入及毛利的贡献整体有所提升。

报告期内，公司定制橱柜产品单位售价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/m²

影响因素	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
单位售价	295.02	2.84%	286.87	-1.12%	290.13	6.15%	273.32
单位成本	214.03	-1.84%	218.05	0.45%	217.07	12.36%	193.20
产品名称	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率
定制橱柜产品	27.45%	3.46%	23.99%	-1.19	25.18%	-4.13	29.31%

由上表，2020 年定制橱柜产品毛利率下降 4.13 个百分点，一方面定制橱柜产品大宗业务模式销售占比从 2019 年的 43.50% 上升到 2020 年的 70.41%，大宗业务毛利率低于经销业务毛利率，另一方面 2020 年部分大宗业务项目选用公司中高端产品，相关产品成本较高及定价较高。两项因素综合导致 2020 年定制橱

柜产品平均售价仅较 2019 年提升 6.15 个百分点，低于单位成本的上升幅度（12.36 个百分点）所致。

由上表，2021 年定制橱柜产品毛利率下降 1.19 个百分点，主要系 2021 年公司调高了经销渠道定制橱柜产品的售价，但 2021 年定制橱柜大宗业务模式销售占比依然维持在 63.58% 的较高水平，两项因素综合导致 2021 年定制橱柜产品平均售价较 2020 年依然下降 1.12 个百分点所致。**2022 年 1-9 月定制橱柜产品毛利率上升 3.46 个百分点，主要因为定制橱柜主要通过大宗业务渠道销售，本期完工验收的大额精装房项目产品定价相对较高。**

（3）铝合金门窗毛利率分析

报告期内，公司铝合金门窗产品销售收入占主营业务收入的比例分别为 4.72%、4.40%、2.41%、**1.46%**，贡献了公司 2.60%、1.61%、0.03%、**0.71%** 的主营业务毛利，对公司收入和毛利影响很小，且呈下降趋势。

报告期内，公司铝合金门窗毛利率分别为 18.97%、11.13%、0.42%、**15.04%**，毛利率较低。**2019 年-2021 年铝合金门窗**毛利率呈下降趋势，主要因为：①铝合金门窗生产设备、流程、产品工艺等方面与定制衣柜、橱柜等板式家具存在较大差异，缺少协同效应，未能充分利用定制板式家具采购、生产优势；②目前铝合金门窗业务收入规模较小，产能未得到充分利用，缺少规模效应，单位产品分摊的房租、折旧摊销等固定成本较高，随着铝合金门窗业务的收缩，单位成本呈不断上升的趋势；③铝合金门窗主要原材料铝材的价格存在较大波动，生产成本易受原材料价格波动的影响，从而导致铝合金门窗毛利率波动性较大。2021 年铝材、玻璃等原材料市场价格大幅上涨，铝合金门窗毛利率明显下降。**2022 年 1-9 月**毛利率上升，主要因为公司调整了铝合金门窗售价，同时存货跌价准备转销导致本期成本下降。

4、分销售模式毛利率情况及变动原因总体分析

报告期内，公司不同模式的毛利率及销售占比情况如下：

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比

经销模式	32.54%	76.45%	33.87%	79.36%	32.33%	75.55%	35.49%	88.68%
直营模式	43.55%	2.51%	48.72%	3.19%	52.49%	2.55%	54.38%	1.84%
大宗业务模式	23.13%	21.04%	20.03%	17.45%	21.20%	21.90%	21.29%	9.48%
合计	30.83%	100.00%	31.93%	100.00%	30.41%	100.00%	34.49%	100.00%

由上表，公司直营模式毛利率最高，经销模式次之，大宗业务模式最低。报告期内，公司经销模式收入占比最高，大宗业务模式次之，但收入增速较快。经销模式、大宗业务模式毛利率变动对主营业务毛利率产生较大影响。

2020 年，公司经销模式、直营模式毛利率下降，主要因为公司经销、直营业务受疫情不利影响，公司加大日常促销力度以扶持经销商发展，促进产品销售。2021 年经销模式毛利率提升，主要因为公司提高了产品售价抵消了原材料价格上涨的不利影响。

5、与同行业可比公司毛利率比较分析

报告期内，公司综合毛利率与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
索菲亚	32.84%	33.21%	36.56%	37.33%
欧派家居	32.04%	31.62%	35.01%	35.84%
好莱客	35.97%	33.94%	36.70%	40.06%
皮阿诺	29.51%	33.96%	34.08%	35.78%
顶固集创	32.14%	32.83%	34.72%	38.52%
有屋智能	—	28.35%	26.55%	32.64%
玛格家居	—	37.08%	39.63%	39.49%
科凡家居	—	36.54%	34.56%	33.52%
可比公司平均值	32.50%	33.44%	34.73%	36.65%
本公司	31.45%	32.41%	30.61%	34.94%

由上表，公司报告期内综合毛利率略低于同行业可比公司平均水平，与同行业可比公司一致，整体呈小幅下降趋势。具体分析如下：

（1）公司报告期内综合毛利率略低于同行业可比公司毛利率平均水平，主要原因系①与可比上市公司相比，在经营规模、品牌知名度等方面存在一定差距；②与可比非上市公司玛格家居、科凡家居相比，公司以经销模式为主，大宗业务

模式为辅，且大宗业务模式毛利率相对较低，而该等公司主要为经销模式；③与可比非上市公司有屋智能相比，公司毛利率相对较低的大宗业务模式销售占比低于该公司，故公司综合毛利率高于有屋智能；

（2）公司报告期内综合毛利率变动趋势与同行业可比公司一致，保持整体稳定，呈小幅下降趋势，主要系报告期内市场竞争加剧、主要原材料成本呈上升趋势等原因所致；

（3）公司 2020 年综合毛利率下降幅度大于同行业可比公司，主要原因包括：①2020 年新冠疫情暴发对定制家居行业经销业务产生不利影响，由于公司在经营规模、品牌知名度等方面与同行业上市公司相比存在一定差距，新冠疫情对公司的冲击更甚，为应对新冠疫情，公司加大了促销活动力度，通过价格折让等方式让利经销商，毛利率下降；②2020 年公司大力拓展大宗业务销售渠道，大宗业务收入占主营业务收入的比例从 2019 年的 9.48%，上升到 2020 年的 21.90%，大宗业务毛利率一般低于直营、经销业务毛利率，2020 年公司大宗业务收入占比快速提升导致综合毛利率较 2019 年有所下降。

（4）公司 2021 年综合毛利率较 2020 年小幅上升，同行业可比公司则小幅下降，主要系比较基数不同所致，公司 2020 年综合毛利率下降幅度较大。2021 年，定制家居企业纷纷通过提高经销售价、减少促销活动、优化工艺等措施，以应对主要产品原材料市场价格大幅上涨对产品毛利率带来的不利影响。由于公司 2020 年综合毛利率与同行业可比公司相比处于较低水平，故 2021 年公司综合毛利率小幅提升，而同行业可比公司小幅下降。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及占营业收入比例的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	10,965.16	16.69%	18,559.40	16.06%	13,192.08	14.32%	13,187.55	15.80%
管理费用	4,290.06	6.53%	6,385.01	5.52%	5,177.20	5.62%	4,882.45	5.85%
研发费用	2,283.28	3.48%	3,591.60	3.11%	2,911.97	3.16%	2,883.73	3.45%
财务费用	-66.36	-0.10%	-15.26	-0.01%	-10.16	-0.01%	85.25	0.10%

合计	17,472.14	26.60%	28,520.76	24.68%	21,271.09	23.09%	21,038.99	25.20%

由上表，报告期内，公司期间费用随着收入的增长而增长，期间费用率保持相对稳定。受疫情因素影响，2020年销售费用未明显增长，销售费用率有所下降。2021年，疫情有所缓和，公司加大市场推广，经销收入恢复增长，薪酬奖金提升，期间费用率上升。

1、销售费用

（1）销售费用构成及变动分析

报告期内，公司销售费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	6,863.84	62.60%	10,547.04	56.83%	7,021.43	53.22%	6,551.27	49.68%
广告宣传及市场推广费	1,569.43	14.31%	3,297.37	17.77%	3,046.74	23.10%	2,616.56	19.84%
折旧摊销	419.77	3.83%	482.53	2.60%	338.10	2.56%	468.10	3.55%
租赁折旧费	628.88	5.74%	910.22	4.90%	—	—	—	—
水电租赁费	200.63	1.83%	316.26	1.70%	985.21	7.47%	913.18	6.92%
办公差旅费	648.37	5.91%	1,129.54	6.09%	900.92	6.83%	995.92	7.55%
展览费	173.34	1.58%	621.23	3.35%	360.93	2.74%	318.01	2.41%
会务费	57.07	0.52%	425.01	2.29%	80.10	0.61%	303.61	2.30%
物料消耗	193.89	1.77%	249.69	1.35%	65.61	0.50%	82.31	0.62%
运输费	—	—	—	—	—	—	447.67	3.39%
其他	209.94	1.91%	580.53	3.13%	393.04	2.98%	490.91	3.72%
合计	10,965.16	100.00%	18,559.40	100.00%	13,192.08	100.00%	13,187.55	100.00%

由上表，公司报告期内销售费用主要由职工薪酬、广告宣传及市场推广费、办公差旅费组成，上述费用合计占销售费用的比例分别为77.07%、83.15%、80.68%和82.82%。具体分析如下：

①职工薪酬

公司2019年下半年建立了华东地区大宗业务团队并推出了“AI家居”品牌，新增设计、营销人员，从而使得报告期内销售人员薪酬不断增长。

2021年，随着疫情缓解，主营业务收入同比大幅增长，以及“AI家居”品牌招商力度的提升，营销人员绩效奖金增加较多，从而使得2021年销售人员薪酬增幅较大。

②广告宣传及市场推广费

报告期内，公司广告宣传及市场推广费主要为明星代言费、网络推广费、广告费等，作为面向消费者的定制家具企业，**2019-2021年公司持续加大广告宣传的投入，提升“诗尼曼”品牌价值，同时公司积极拓展大宗业务市场、开发“AI家居”品牌，最近三年广告宣传及市场推广费不断提升。2022年1-9月，受国内疫情反复及经济下行影响，公司控制广告宣传及市场推广费支出，广告宣传及市场推广费未再进一步增长。**

③折旧摊销

公司销售费用-折旧摊销主要系包括展厅、直营店装修等在内的长期资产摊销费用和销售费用-办公设施折旧费用，其中2020年较2019年下降主要系原展厅装修费用在2019年底已摊销完毕、直营店数量减少等原因所致，2021年较2020年上升主要系公司对原展厅进行了更新装修、新增展厅装修等原因所致。

④办公差旅费

2020年，销售费用-办公差旅费较2019年小幅下降，主要系疫情因素减少了差旅活动。2021年，疫情因素影响减弱后，销售差旅等活动恢复，相应费用增加。

⑤水电租赁费（租赁折旧费）

报告期内，公司水电租赁费随收入规模的扩大不断增长，主要因为销售相关租赁面积增加所致。报告期内，公司设立了华东地区大宗业务团队，相应增加租赁办公场所，以及新增广州总部租赁办公楼等，导致租赁水电费增加。公司自2021年开始执行新租赁准则，对租赁使用权资产计提折旧，本期新增租赁折旧费项目，水电租赁费相应减少。

⑥运输费

报告期内，公司销售费用-运输费为公司经销/直营模式下承担的将产品由工厂运输至指定货运站或终端客户的运输费用。报告期内，公司销售费用-运输费

与经销/直营业务收入的配比关系如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
运输费	257.16	532.06	419.59	447.67
经销/直营业务收入	51,073.91	94,284.42	71,256.09	74,522.93
运输费占相应收入比例	0.50%	0.56%	0.59%	0.60%

注：公司自2020年1月1日执行新收入准则，将运输费作为合同履行成本计入营业成本核算，以前年度不追溯调整。为便于比较分析，在此依旧将2020年及以后期间营业成本中经销/直营业务相关运输费用在此列示。

由上表，公司报告期内运输费占相应收入的比例相对稳定。随着湖北生产基地的建设和投产，报告期内公司生产布局逐步完善，产品就近发货，运输费占相应收入的比例略有下降。

⑦展览费、会务费

2020年，受疫情因素影响，公司参加家居展会次数虽较2019年减少，但随着“AI家居”品牌的推广、“大家居”战略的实施，参展席位增加，相应展览费用较2019年有所上升。2021年，疫情影响因素减弱后，公司参展次数增加，同时保持多席位参展，展览费进一步增长。2022年1-9月，受国内疫情反复及经济下行影响，公司控制参展支出，展览费未再进一步增长。

公司销售费用-会务费主要为经销商年度大会，2020年、2022年1-9月会务费金额较低主要系受疫情影响，公司取消了当年的经销商年度大会或以线上方式召开所致。

（2）与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司销售费用率与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
索菲亚	9.86%	9.70%	9.17%	9.96%
欧派家居	8.09%	6.78%	7.78%	9.68%
好莱客	10.20%	9.47%	10.89%	13.52%
皮阿诺	11.43%	9.92%	8.59%	14.16%
顶固集创	12.38%	12.47%	15.51%	13.64%
有屋智能	—	12.80%	11.93%	17.71%

玛格家居	—	12.59%	12.82%	12.30%
科凡家居	—	9.97%	9.07%	10.48%
可比公司平均值	10.39%	10.46%	10.72%	12.68%
本公司	16.69%	16.06%	14.32%	15.80%

由上表，公司报告期内销售费用率高于可比公司平均值，主要因为相对于同行业可比上市公司，公司业务规模较小、品牌影响力存在一定差距，在销售网络建设、市场推广和客户服务等方面投入相对较高。

2、管理费用

（1）管理费用构成及变动分析

报告期内，公司管理费用的明细构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,958.01	45.64%	2,772.91	43.43%	2,081.56	40.21%	1,989.68	40.75%
折旧摊销	541.13	12.61%	772.58	12.10%	833.03	16.09%	648.49	13.28%
租赁折旧费	97.73	2.28%	214.38	3.36%	—	—	—	—
水电租赁费	389.15	9.07%	434.10	6.80%	693.25	13.39%	565.66	11.59%
办公差旅费	245.20	5.72%	429.66	6.73%	347.00	6.70%	205.72	4.21%
车辆费	160.80	3.75%	193.48	3.03%	181.85	3.51%	215.98	4.42%
中介服务费	201.69	4.70%	278.61	4.36%	126.71	2.45%	333.79	6.84%
业务招待费	79.81	1.86%	60.93	0.95%	88.86	1.72%	131.02	2.68%
物料消耗	16.99	0.40%	54.07	0.85%	49.59	0.96%	39.44	0.81%
股份支付	428.25	9.98%	663.63	10.39%	470.77	9.09%	433.84	8.89%
其他	171.30	3.99%	510.67	8.00%	304.59	5.88%	318.83	6.53%
合计	4,290.06	100.00%	6,385.01	100.00%	5,177.20	100.00%	4,882.45	100.00%

由上表，公司报告期内管理费用主要由职工薪酬、折旧摊销、水电租赁费（含租赁折旧费）、办公差旅费及股份支付组成，上述费用合计占管理费用的比例分别为78.72%、85.48%、82.81%和85.30%。具体分析如下：

①职工薪酬

报告期内，随着公司经营规模的不断扩大，公司管理费用-职工薪酬呈增长

趋势。其中2020年行政管理人员薪酬增加不多，主要因为受疫情影响，公司及湖北子公司2020年上半年存在停工停产情形，相应行政管理人员按最低工资标准发放薪酬。

②折旧摊销

报告期内，公司管理费用-折旧摊销整体呈增长趋势，主要系经营规模的扩大、湖北生产基地一期逐步建成与投产、广州新增总部办公室租赁等所致。其中2021年较2020年有所下降主要系部分管理用长期资产（如办公设备）于2020年底折旧或摊销完毕，期后未大额购置所致。

③水电租赁费（租赁折旧费）、办公差旅费

报告期内，随着公司经营规模不断扩大，公司管理费用-水电租赁费（租赁折旧费）、管理费用-办公差旅费相应增加。

公司自2021年开始执行新租赁准则，将租赁房屋确认为使用权资产和租赁负债，并且在后续计量中进行折旧，形成租赁折旧费。

④中介服务费

报告期内，公司中介费用为支付给专业服务机构的专利代理、项目申请服务费、财务核查咨询费等。2019年中介服务费相对较高，主要系当期发生会计师财务核查咨询费及专利申请服务费较高所致。

⑤股份支付费用

公司2016年实施员工持股计划，通过授予员工公司股份的形式，鼓励员工与公司共同成长。报告期各期，公司因股权激励而确认股份支付金额分别为433.84万元、470.77万元、663.63万元和**428.25万元**。关于股份支付具体情况，参阅本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“九、已经制定或实施的股权激励及其他制度安排和执行情况”。

（2）与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司管理费用占营业收入比例与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
索菲亚	6.42%	7.01%	7.32%	7.69%
欧派家居	6.06%	5.54%	6.52%	6.94%

好莱客	5.45%	5.49%	6.20%	4.55%
皮阿诺	4.19%	3.16%	3.73%	3.47%
顶固集创	9.30%	8.46%	9.72%	10.71%
有屋智能	—	3.24%	4.14%	4.52%
玛格家居	—	6.23%	8.22%	7.64%
科凡家居	—	7.67%	9.42%	7.54%
可比公司平均值	6.28%	5.85%	6.91%	6.63%
本公司	6.53%	5.52%	5.62%	5.85%

由上表，公司报告期内管理费用率略低于同行业可比公司平均水平，但高于皮阿诺、有屋智能，处于行业中位数附近，符合行业特征。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用分别为2,883.73万元、2,911.97万元、3,591.60万元和**2,283.28万元**，研发费用**整体**增长，主要因为定制家具行业需要不断推出符合消费潮流和审美的产品，产品创新、技术创新是公司发展的重要推动力，公司不断加强新产品、新工艺的研发。报告期内，公司研发费用率分别为3.45%、3.16%、3.11%和**3.48%**。

（1）研发费用构成及变动分析

报告期内，公司研发费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,767.65	77.42%	2,602.17	72.45%	2,137.86	73.42%	2,053.48	71.21%
材料消耗	202.54	8.87%	596.39	16.61%	413.07	14.19%	354.76	12.30%
折旧摊销	123.46	5.41%	108.89	3.03%	63.75	2.19%	111.16	3.85%
其他费用	189.63	8.30%	284.16	7.91%	297.28	10.21%	364.33	12.63%
合计	2,283.28	100.00%	3,591.60	100.00%	2,911.97	100.00%	2,883.73	100.00%

由上表，公司报告期内研发费用主要由职工薪酬、材料消耗组成，两者占研发费用的比例分别为83.51%、87.61%、89.06%、**86.29%**，具体分析如下：

①职工薪酬

报告期内，公司研发人员薪酬不断增加，主要因为研发人员薪酬奖金提升和

平均人数增长共同作用所致。

②研发材料消耗

随着公司经营规模的扩大、“AI家居”品牌的发展，新品品类增加，公司研发领料呈增长趋势。

③折旧摊销

2019年，公司研发相关折旧摊销金额较高，主要因为公司2018-2019年期间陆续购买一批设备用于铝木门窗新产品的开发，导致2019年研发设备摊销金额增加，此外，公司2019年开发官方商城系统、客户管理系统，使用的软件当期摊销金额增加；2020年初，公司调整产品策略，停止了铝木门窗的研发，出售了相关研发设备，当期折旧摊销金额下降。

④其他费用

其他费用主要为办公费、差旅费、通讯费、知识产权申请费用等。

（2）研发费用按项目分布

公司产品最终面向终端个人消费者，需要根据消费潮流、市场需求变化做出快速反应，公司研发项目主要是针对终端消费者需求的新款式、新功能、新工艺等应用型研发。报告期内公司分项目研发投入情况如下：

单位：万元

序号	项目	预算金额	实际投入	研发进展
2022年1-9月				
1	基于空间灵活运用的小单品系统的研发	100	56.97	结题
2	基于空间收纳及人性化系统的研究	180	147.87	结题
3	可滑动梳妆与储物梳妆柜的研发	180	142.95	结题
4	板式家具与灯光控制系统的研发	180	157.53	结题
5	一门开启跳色墙柜一体化系统的研发	350	209.57	在研
6	三面环绕式超大容量智能灯光衣帽间系统的研发	327	187.48	在研
7	集传统藤编斗拱卷云纹于一体的中式餐边柜系统的研发	360	209.58	在研
8	带衣物展示功能青少年成长型衣柜系统的研发	347	208.20	在研
9	开放式可升降亲子伴读系统的研发	337	184.07	在研
10	灵动玻璃柜景多材质混搭极简电视柜系统的研发	327	185.46	在研
11	广荆两地内部往来业务信息化项目	270	330.66	在研

12	CRM 一键报价开发项目	220	83.37	在研
13	带智能生活助手与便利操作台的餐边柜系统	150	61.57	在研
14	结构巧妙便于功能分区带展示龕的书柜系统	142	54.15	在研
15	极简门型与多功能办公系统	150	57.50	在研
16	子公司中介机构专利服务费等	—	6.36	—
	合计	—	2,283.28	—
2021 年度				
1	静音防尘智能一体化开关衣物收纳系统	400	399.55	结题
2	超高超大容量内置照明灯光高效藏书系统	400	365.18	结题
3	带 270°超广角镜面镀膜玻璃餐边柜系统	400	394.33	结题
4	无底轨对开式折叠门衣物收纳系统	400	377.68	结题
5	开放式无侧板科学分区挂墙衣帽间系统	400	389.33	结题
6	带侧推隐藏功能大容量岩板橱柜系统	400	393.71	结题
7	新国标隐藏排水门窗系统	210	197.44	结题
8	多功能室内隔断门系统	210	195.40	结题
9	德国 IX 设计软件数据转换平台	350	393.71	结题
10	拉手门型一体化及多功能柜体	150	153.59	结题
11	极简铝框门与多功能柜体	150	144.51	结题
12	时尚喷绘与个性化设计系统	150	139.71	结题
13	基于空间灵活运用的小单品系统	100	44.90	结题
14	湖北诗尼曼中介机构专利服务费	—	2.57	—
	合计	—	3,591.60	—
2020 年度				
1	滑轮式高承重超大容量抽屉系统	384	356.06	结题
2	多功能半开放组合式餐边柜系统	418	369.42	结题
3	一门到顶科学收纳入户系统	374	301.46	结题
4	隐藏式无线充电床头智能系统	369	304.90	结题
5	带天气预报灯光调控智能穿搭化妆衣柜系统	423	374.24	结题
6	大容量分类式青少年衣帽间收纳系统	361	297.52	结题
7	高通透性窄边推拉门/平开门系统	162	154.33	结题
8	隐藏式排水工艺平开窗系统	148	145.28	结题
9	框扇平齐隐藏式排水工艺推拉窗系统	163	160.52	结题
10	数字化沃客平台	450	444.27	结题
11	湖北诗尼曼中介机构专利服务费	—	3.97	—
	合计	—	2,911.97	—
2019 年度				
1	科学大容量婴幼儿衣物收纳系统	180	170.05	结题
2	多模式智能体感一体化衣物收纳系统	179	183.67	结题
3	半开放组合式书房空间系统	324	273.30	结题

4	智慧餐厅集成水吧操作空间系统	320	298.52	结题
5	多功能灵动旋转切换电视柜系统	336	309.32	结题
6	益智多彩多功能组合儿童衣物收纳系统	322	282.76	结题
7	免磕碰安全一体式儿童衣橱系统	326	281.40	结题
8	可科学分类管理折叠式床箱收纳系统	337	263.68	结题
9	全景推拉门窗系统	109	104.84	结题
10	室内时尚窄边门系统	131	127.63	结题
11	三轨联运推拉门窗系统	96	92.00	结题
12	基于红外感应技术的可触控玻璃系统	99	89.85	结题
13	诗尼曼官方商城系统	192	192.99	结题
14	诗尼曼客户关系管理系统	213	212.87	结题
15	湖北诗尼曼中介机构专利服务费	—	0.84	—
	合计	—	2,883.73	—

报告期内，公司不存在研发费用资本化的情况。截至本招股说明书签署日，在研项目具体情况参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“七、核心技术及研发情况”之“（三）在研项目”。

（3）与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司研发费用占营业收入比例与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
索菲亚	3.21%	2.79%	2.48%	2.41%
欧派家居	4.66%	4.44%	4.74%	4.74%
好莱客	4.78%	4.87%	4.73%	3.92%
皮阿诺	3.34%	2.83%	3.07%	2.54%
顶固集创	4.73%	3.60%	4.68%	4.04%
有屋智能	—	3.34%	3.14%	3.32%
玛格家居	—	3.79%	4.02%	2.54%
科凡家居	—	3.94%	5.35%	4.26%
可比公司平均值	4.14%	3.70%	4.03%	3.47%
本公司	3.48%	3.11%	3.16%	3.45%

由上表，公司报告期内研发费用率与同行业可比公司平均水平无明显差异，公司研发费用率水平符合行业特征。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用明细构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息支出	93.42	254.34	153.15	171.32
减：利息收入	186.47	338.02	230.59	122.80
汇兑损失	-	6.18	15.15	—
减：汇兑收益	19.04	—	—	1.01
手续费及其他	45.73	62.25	52.13	37.74
合计	-66.36	-15.26	-10.16	85.25

公司财务费用主要由银行贷款利息支出和银行存款利息收入构成。随着公司经营规模扩大和积累增加，公司利息收入、利息支出、银行手续费不断增长。报告期内，公司财务费用很低，对经营业绩无重大影响。

（五）利润表其他损益项目分析

1、其他收益

报告期内，公司其他收益包括政府补助和增值税减免，具体如下：

单位：万元

产生其他收益的来源	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助	528.11	1,302.14	785.11	594.77
增值税减免	58.05	—	—	—
合计	586.16	1,302.14	785.11	594.77

上表中，增值税减免为公司按照《关于进一步支持和促进重点群体创业就业有关税收政策的通知》（财税〔2019〕22 号）招用建档立卡贫困人口和登记失业人员就业取得的增值税及附加税费减免；政府补助为日常经营活动相关的政府补助，包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助，具体如下：

单位：万元

序号	补助项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	补助性质
1	定制家居扩产增效技术改造项	20.83	27.78	27.78	27.78	资产相关
2	绿色智能制造技术改造项	111.88	149.18	134.15	71.77	资产相

序号	补助项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	补助性 质
	目（省、市、区）					关
3	智能家居异形板件定制生产制成全自动技术改造项目	6.55	8.73	8.73	8.73	资产相关
4	互联网+个性定制家居智能制造 O2O 平台建设项目	12.38	16.50	16.50	16.50	资产相关
5	产业发展基金一技术创新补助	155.70	207.60	207.60	207.60	资产相关
6	装修补贴	5.71	8.57	0.71	—	资产相关
7	传统产业改造升级专项补贴	16.13	21.50	21.50	19.88	资产相关
8	市级企业技术改造投资项目	10.14	—	—	—	与资产相关
9	省级制造业高质量发展专项资金	2.17	—	—	—	与资产相关
10	企业研发经费投入后补助	—	—	—	42.70	收益相关
11	专利相关补助	1.70	—	100.00	5.00	收益相关
12	企业稳定岗位补贴款	14.06	7.17	21.18	21.27	收益相关
13	中国制造 2025 产业发展资金补助	—	—	—	60.00	收益相关
14	广州市科技与金融结合专项补助	—	—	20.00	100.00	收益相关
15	番禺区杰出产业人才补贴	—	—	60.00	—	收益相关
16	培训补贴	—	—	41.70	3.84	收益相关
17	广州市创新能力建设计划创新标杆企业补助	—	—	42.70	—	收益相关
18	企业所得税返还区级	19.76	—	23.21	—	收益相关
19	"以工代训"补贴	—	436.40	—	—	收益相关
20	工业互联智造一体化家居个性化定制平台补助	—	177.00	—	—	收益相关
21	互联网+AI 整装定制设计平台建设项目补助	—	64.00	—	—	收益相关
22	省级智能制造试点示范增补奖励资金	—	40.00	—	—	收益相关
23	高新技术企业认定通过奖励	—	40.00	—	—	收益相关
24	失业金（一次性留工补助）	73.48	—	—	—	收益相关
25	失业金（稳岗返还）	10.42	—	—	—	收益相

序号	补助项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	补助性 质
						关
26	省级专精特新小巨人奖励	15.00	—	—	—	收益相 关
27	首次高新技术企业认定通过奖励	20.00	—	—	—	收益相 关
28	其他补贴	32.20	97.71	59.35	9.71	收益相关
	合计	528.11	1,302.14	785.11	594.77	—

报告期各期其他收益占公司利润总额的比例分别为 8.22%、13.22%、17.44%、**24.89%**，公司利润总额对其他收益不存在依赖关系。

2、投资收益

公司投资收益为购买银行理财产品持有期间获得的收益，2019年-2020年分别为169.46万元、154.24万元，占公司利润总额的比例较低，对公司经营业绩无重大影响。

3、信用减值损失、资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失、资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	损失类型	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
信用减值损失	坏账损失	-464.28	-1,471.03	-753.58	-654.47
	其他流动资产减值损失	45.78	-62.55	-29.94	—
资产减值损失	合同资产减值损失	-35.88	-55.00	-13.97	不适用
	存货跌价损失	-281.86	-348.65	-118.87	-122.22
	合计	-271.96	-466.20	-162.79	-122.22

上述信用减值损失、资产减值损失具体情况参见本节“十、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”相关内容。

4、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益分别为-147.88 万元、-249.95 万元、-38.36 万元和**51.83 万元**，主要系公司经营策略调整，处置闲置机器设备等固定资产，以及租赁使用权资产终止所产生的损失或收益。

5、营业外收入

报告期内，公司营业外收入分别为104.83万元、46.10万元、76.91万元和**38.01万元**，主要为经销商保证金罚没、活动赞助款等，公司营业外收入全部计入各期非常性损益。

6、营业外支出

报告期内，公司的营业外支出明细内容如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动资产毁损报废损失	136.95	118.06	148.77	90.78
违约赔偿支出	151.20	1.67	20.50	85.45
捐赠支出	2.00	1.30	20.00	22.99
其他	57.17	49.46	1.74	40.08
合计	347.32	170.48	191.01	239.29

由上表，公司报告期内营业外支出 239.29 万元、191.01 万元、170.48 万元和 **347.32 万元**，对公司经营业绩无重大影响。公司非流动资产毁损报废损失主要为闲置固定资产处置损失，直营门店转让或关闭导致的装修等资产损失等。公司违约赔偿支出主要系部分地区经销商因经营不善停止经营，部分终端订单尚未履行完毕，公司代经销商履行合同业务以及处理经销商与终端客户纠纷，产生的履约成本和补偿支出，以及支付租赁违约金。2019 年违约赔偿支出金额较大主要因为武汉、安徽地区经销商停止经营，公司代经销商履约和补偿终端客户的支出较大。2022 年 1-9 月违约赔偿支出主要是因业务调整，提前终止仓库、直营门店租赁协议所支付的违约金。

（六）纳税情况分析

1、税金缴纳情况

公司主要税种为企业所得税、增值税，报告期内主要税种缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	应缴	实缴	应缴	实缴	应缴	实缴	应缴	实缴

企 业 所 得 税	304.01	813.91	1,118.72	899.24	873.51	1,036.98	1,127.07	1,099.91
增 值 税	2,957.23	2,419.53	4,618.80	4,766.63	4,234.22	4,125.78	3,939.95	4,010.48
合 计	3,261.24	3,233.44	5,737.52	5,665.87	5,107.73	5,162.76	5,067.02	5,110.39

2、营业税金及附加

报告期内，公司的营业税金及附加明细内容如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
城市维护建设税	197.60	316.57	297.80	276.52
教育费附加及地方教育费附加	146.87	233.55	213.37	197.51
房产税	40.74	45.72	34.29	31.41
土地使用税	19.79	70.54	43.38	52.77
其他税费	20.66	41.34	31.25	40.91
合 计	425.66	707.71	620.09	599.12

公司营业税金及附加主要由城市维护建设税、教育费附加及地方教育附加、房产税、土地使用税等税种构成。

3、所得税费用

报告期内，公司所得税费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税费用	304.01	1,118.72	873.51	1,127.07
递延所得税费用	-165.12	-276.61	-123.25	-207.06
所得税费用合计	138.89	842.11	750.26	920.02

所得税费用与利润总额的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	2,355.29	7,467.69	5,938.32	7,233.86
按适用税率计算的所得税费用	353.29	1,120.15	890.75	1,085.08
子公司适用不同税率的影响	-11.47	75.73	48.44	52.18

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
调整以前期间所得税的影响	—	—	0.60	—
不可抵扣的成本、费用和损失影响	79.87	106.23	86.18	98.87
加计扣除的影响	-283.97	-466.41	-275.72	-316.11
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	1.17	6.41	—	—
所得税费用	138.89	842.11	750.26	920.02

由上表，公司所得税费用与按法定/适用税率计算的所得税费用之间存在的差额主要系研发费用加计扣除影响所致。

公司主要税种及税率情况参阅本节“六、适用的各种税项及税率”。

（七）非经常性损益

报告期内，公司非经常性损益明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
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	-85.11	-155.30	-398.73	-229.92
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）	633.41	1,494.25	903.70	712.25
委托他人投资或管理资产的损益	—	—	154.24	169.46
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	295.70	—	—	—
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-172.36	23.37	3.86	-52.42
其他符合非经常性损益定义的损益项目	58.05	—	—	—
非经常性损益合计	729.69	1,362.32	663.08	599.38
减：所得税影响额	149.03	203.60	129.53	115.75
少数股东损益	—	—	—	—
非经常性损益净额	580.66	1,158.72	533.55	483.62

报告期内公司非经常性损益主要为计入当期损益的政府补助、银行理财收益。报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东净利润的比例

分别为 7.66%、10.28%、17.49%、**26.20%**，公司经营成果对非经常性损益不构成重大依赖。

十、资产质量分析

（一）资产结构总体分析

报告期内，公司资产总体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	44,497.31	54.52%	53,362.91	57.30%	52,819.05	63.16%	39,622.41	55.91%
非流动资产	37,113.23	45.48%	39,768.48	42.70%	30,803.98	36.84%	31,248.90	44.09%
合计	81,610.54	100.00%	93,131.39	100.00%	83,623.03	100.00%	70,871.31	100.00%

公司近年来一直致力于定制衣柜、定制橱柜及铝合金门窗产品的研发、生产和销售，随着城镇化进程的不断加快，人民生活质量和品位的提高，高品质定制家具市场的需求不断增加，公司经营规模持续扩大。截至**2022年9月30日**，公司资产总额**81,610.54万元**，较2019年初增加**22,676.68万元**，增长了**38.48%**。公司通过内部经营积累，结合少量银行债务融资等方式，实现资产规模的不断扩大和主营业务的快速发展。

报告期各期末，公司流动资产占资产总额的比例分别为 55.91%、63.16%、57.30%、**54.52%**，整体呈上升趋势，公司资产具备良好的流动性，经营风险较低。

（二）流动资产分析

报告期内，公司流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022/9/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	18,084.42	40.64%	26,883.31	50.38%	31,175.71	59.02%	16,575.35	41.83%
交易性金融资产	—	—	—	—	—	—	6,000.00	15.14%
应收票据	374.06	0.84%	1,334.73	2.50%	1,825.85	3.46%	1,131.57	2.86%
应收账款	11,572.44	26.01%	13,063.05	24.48%	10,225.61	19.36%	6,203.55	15.66%
预付款项	1,121.73	2.52%	834.82	1.56%	976.58	1.85%	663.75	1.68%

项目	2022/9/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其他应收款	1,163.57	2.61%	1,238.08	2.32%	1,125.46	2.13%	1,068.13	2.70%
存货	11,114.32	24.98%	9,440.34	17.69%	7,192.65	13.62%	7,443.33	18.79%
合同资产	504.02	1.13%	541.50	1.01%	265.52	0.50%	—	—
其他流动资产	562.76	1.26%	27.10	0.05%	31.68	0.06%	536.73	1.35%
合计	44,497.31	100.00%	53,362.91	100.00%	52,819.05	100.00%	39,622.41	100.00%

由上表，公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货构成，报告期各期末，上述资产合计占流动资产的比例分别为 76.28%、92.00%、92.55%和 **91.63%**。流动资产具体分析如下：

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金余额及占流动资产的比例较高，符合公司经销模式下先款后货的结算模式特点。货币资金构成具体如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
库存现金	0.01	0.01	0.02	0.02
银行存款	14,436.92	21,024.44	27,181.27	15,156.02
其他货币资金	3,635.00	5,850.10	3,985.00	1,419.31
未到期应收利息	12.50	8.76	9.43	—
合计	18,084.42	26,883.31	31,175.71	16,575.35

由上表，公司货币资金主要为银行存款，其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金、工程项目质量和履约保函保证金等。

报告期各期末，受限制的货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
银行承兑汇票保证金	3,107.23	5,435.85	3,713.01	910.00
履约保证金	485.74	375.86	211.92	482.42
第三方支付平台保证金	1.19	1.13	—	—
合计	3,594.16	5,812.84	3,924.94	1,392.42

2、交易性金融资产

2019 年末，公司交易性金融资产 6,000.00 万元，为利用闲置资金购买的低风险银行理财产品。公司针对短期闲置资金，通过购买短期理财产品获取收益、提高短期资金使用效率，并非以中长期投资为目的，不会对公司日常经营活动带来不利影响。

3、应收票据

报告期内，公司应收票据构成情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
银行承兑汇票	280.00	—	176.00	200.00
商业承兑汇票	134.37	1,497.80	1,992.48	1,012.18
减：坏账准备	40.31	163.08	342.63	80.61
合计	374.06	1,334.73	1,825.85	1,131.57

公司应收票据主要是大宗业务模式下房地产商、装饰装修公司及恒大业务平台开具的用于支付货款的商业承兑汇票。公司按照账龄连续计算的原则对商业承兑汇票计提坏账准备，单项和组合计提的具体方法、比例与应收账款坏账准备计提政策一致。

报告期各期末，公司已背书或贴现且尚未到期的应收票据情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额
商业承兑汇票	—	—	—	—	—	986.93	—	—
合计	—	—	—	—	—	986.93	—	—

4、应收账款

报告期内，公司应收账款主要为大宗业务模式下房地产工程项目等客户应收账款、恒大业务平台应收账款以及给予部分经销商临时信用额度产生的应收账款。

（1）应收账款余额及其变动情况分析

报告期内，公司应收账款余额与营业收入的比较情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30 (2022 年 1-9 月)	2021/12/31 (2021 年度)	2020/12/31 (2020 年度)	2019/12/31 (2019 年度)
应收账款余额	14,964.56	15,892.00	11,406.52	6,948.15
应收账款余额增长率	-5.84%	39.32%	64.17%	—
营业收入	65,690.85	115,580.55	92,119.82	83,480.68
营业收入增长率	—	25.47%	10.35%	—
占营业收入比例	22.78%	13.75%	12.38%	8.32%

由上表，公司各期末应收账款余额快速增长，占营业收入的比例不断提升。2020 年、2021 年末，公司应收账款余额较上年末分别增加 4,458.37 万元、4,485.48 万元，主要系大宗业务应收账款余额分别增长 6,692.38 万元、4,092.19 万元所致。报告期内，公司大宗业务应收账款余额增长较快，主要因为：①大宗业务单个项目金额大、实施周期长，公司按照工程项目实施进度收款，并根据客户信用状况在产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用账期，形成应收账款；②2019 年、2020 年大宗业务收入分别为 7,801.16 万元、19,985.25 万元，大宗业务收入大幅增长 156.18%；③2021 年房地产调控升级，房地产、装饰装修客户整体回款变慢，大宗客户应收账款继续增长。公司综合考虑大宗客户信用状况和期后回款情况单项计提坏账准备，可以覆盖应收账款不能收回的风险。

报告期内不同销售模式下应收账款与相应收入的匹配情况如下：

单位：万元

销售模式	项目	2022/09/30 (2022 年 1-9 月)	2021/12/31 (2021 年度)	2020/12/31 (2020 年度)	2019/12/31 (2019 年度)
大宗业务模式	应收账款余额	13,015.02	14,007.65	9,915.46	3,223.08
	销售收入	13,609.92	19,933.60	19,985.25	7,801.16
	应收账款余额占比	95.61%	70.27%	49.61%	41.32%
经销、直营业务模式	应收账款余额	1,949.55	1,884.35	1,491.06	3,725.07
	销售收入	51,073.91	94,284.42	71,256.09	74,522.93
	应收账款余额占比	3.82%	2.00%	2.09%	5.00%

在大宗业务模式下，公司主要采用根据项目进度分阶段收款的结算模式，由于项目金额较大、结算周期长，应收账款占大宗业务收入的比例相对较高，受个别项目的影响较大。2020 年大宗业务快速发展，大宗业务应收账款相应增加。

2021 年房地产调控升级，下游房地产商、装饰装修公司回款变慢，应收账款增加。公司结合大宗客户信用状况和期后回款情况，对于存在债务违约等信用风险的客户单项计提坏账准备。

在经销、直营模式下，公司主要采用“先款后货”的结算模式，对于部分长期合作、资信状况良好、具有一定经营规模的经销商客户，公司给予一定的信用额度，形成应收账款。整体来看，各期经销、直营业务应收账款占各期收入的比例较低，其中 2019 年末占比相对较高，主要因为公司与恒大地产开展消费券业务合作，通过恒大地产网络平台代收货款，形成应收款项 2,274.64 万元所致。

（2）应收账款账龄分布情况

报告期内，公司应收账款账龄分布情况如下：

单位：万元

账龄	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	9,807.52	65.54%	11,188.29	70.40%	9,774.00	85.69%	5,686.52	81.84%
1 至 2 年	2,461.76	16.45%	2,694.64	16.96%	771.18	6.76%	1,227.32	17.66%
2 至 3 年	1,738.57	11.62%	1,198.09	7.54%	834.31	7.31%	31.97	0.46%
3 年以上	956.71	6.39%	810.98	5.10%	27.02	0.24%	2.34	0.03%
合计	14,964.56	100.00%	15,892.00	100.00%	11,406.52	100.00%	6,948.15	100.00%

在经销、直营模式下，公司主要采用先款后货的结算方式，对于部分长期合作、资信状况良好、具有一定经营规模的经销商客户，公司给予赊销的结算政策。在大宗业务模式下，公司主要客户为房地产开发商、装修公司等，一般根据项目实施进度陆续收款，项目结算后收取除质保金以外的尾款。

整体来看，公司报告期各期末应收账款账龄主要集中在 1 年以内，账龄 1 年以上的应收账款主要为大宗业务形成。大宗业务模式主要针对房地产精装修工程项目，单个项目金额较大、实施周期长，客户内部审批流程繁琐，验收后结算时间较长导致应收账款账龄有所延长。随着报告期内公司大宗业务收入的增长，公司 2020 年末、2021 年末账龄 1 年以上应收账款金额有所增加，长账龄客户包括万科股份、金螳螂等知名企业，公司应收账款未出现重大不利变化。截至 2022

年三季度末，公司已结合信用特征，并充分考虑部分房企信用风险凸显的影响，计提了充分的坏账准备。

（3）坏账准备计提情况、计提政策及与同行业可比公司比较情况

公司根据不同销售模式下客户群体共同风险特征将应收账款划分为大宗客户应收账款、经销及其他客户应收账款，并根据货款结算政策、历年销售回款情况等制定了合理的坏账准备计提政策，在会计期末按照个别认定、账龄分析、预期信用损失情况对应收账款充分计提坏账准备。公司管理层认为公司坏账计提政策和计提比例符合谨慎性原则。

报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

期间	类别	应收账款余额	坏账准备		账面价值
			金额	计提比例	
2022 年 9 月 30 日	单项计提坏账准备	5,601.26	2,043.01	36.47%	3,558.25
	按组合计提坏账准备	9,363.31	1,349.12	14.41%	8,014.19
	合计	14,964.56	3,392.13	22.67%	11,572.44
2021 年 12 月 31 日	单项计提坏账准备	3,943.51	1,547.29	39.24%	2,396.23
	按组合计提坏账准备	11,948.49	1,281.66	10.73%	10,666.82
	合计	15,892.00	2,828.95	17.80%	13,063.05
2020 年 12 月 31 日	单项计提坏账准备	312.65	312.65	100.00%	—
	按组合计提坏账准备	11,093.87	868.26	7.83%	10,225.61
	合计	11,406.52	1,180.91	10.35%	10,225.61
2019 年 12 月 31 日	单项计提坏账准备	312.65	312.65	100.00%	—
	按组合计提坏账准备	6,635.50	431.95	6.51%	6,203.55
	合计	6,948.15	744.60	10.72%	6,203.55

2021年以来，国家加大房地产市场调控力度，部分房地产企业出现了流动性问题，公司综合评估房地产企业信用状况、项目实施情况和期后回款情况，针对包括恒大地产、新力地产、奥园集团、海伦堡地产、旭辉地产等房地产企业应收账款单项计提坏账准备。

报告期内，公司应收账款按组合计提坏账准备比例与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	组合类型	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
索菲亚	—	1.00%	5.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
好莱客	直销客户	4.73%	19.33%	47.73%	—	100.00%	100.00%
	经销客户	3.40%	15.30%	35.97%	83.00%	—	—
	工程客户	5.00%	10.00%	30.00%	—	100.00%	100.00%
皮阿诺	—	1.00%	5.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
顶固集创	—	3.00%	10.00%	40.00%	80.00%	100.00%	100.00%
有屋智能	—	1.00%	5.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
玛格家居	—	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
本公司	大宗客户	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
	经销客户及其他	5.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%	100.00%

注1：同行业可比公司按组合计提坏账准备比例来源于2021年度财务报告、招股说明书、或根据财务报告披露数据计算所得；

注2：欧派家居、科凡家居按照客户群体的共同信用风险特征将应收账款划分为不同组别（加盟经销商、工程业务客户、其他客户），在组合基础上计算预期信用损失。但财务报告或招股说明书中未披露按账龄组合坏账准备计提比例或无法根据披露数据计算取得。

由上表，公司按组合计提坏账准备比例与同行业可比公司相比不存在明显差异，符合行业惯例和公司实际经营情况，计提谨慎。

报告期各期末，公司应收账款按信用风险特征组合计提坏账准备的比例保持一致，坏账准备政策具有连续性和一贯性，计提比例合理，符合《企业会计准则》的规定、公司实际经营情况及行业惯例。

（4）应收账款逾期及期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款逾期及期后回款情况如下：

单位：万元

基准日	应收账款余额	逾期账款金额	逾期账款占比	期后回款	期后回款占比
2022/09/30	14,964.56	6,555.28	43.81%	2,072.95	13.85%
2021/12/31	15,892.00	5,924.36	37.28%	9,131.42	57.46%
2020/12/31	11,406.52	3,621.63	31.75%	9,481.45	83.12%
2019/12/31	6,948.15	1,496.47	21.54%	5,971.00	85.94%

注：报告期各期末应收账款期后回款截止日期为2022年11月30日。

报告期各期末，公司应收账款主要来源于大宗业务客户。对于大宗业务项目，公司一般按照合同约定的项目实施进度分配收取合同款项，付款节点包括预付款

（若有）、货到现场、安装验收、项目结算等，其中安装验收阶段一般付款至合同金额的70%-85%，项目结算后付款至合同金额的95%-97%，另有3%-5%为项目质保金。由于大宗业务项目一般金额较大、项目实施受多方面影响、房地产客户付款流程繁琐等，存在未能在约定时点合理周期内付款或结算周期较长的情况，形成逾期账款。报告期各期末，公司大宗业务应收账款逾期金额分别为810.37万元、2,493.40万元、4,200.63万元和**4,773.51万元**，逾期金额占大宗业务应收账款余额的比例分别为25.14%、25.15%、29.99%和**36.68%**。2021年底、**2022年9月底**，大宗业务应收账款逾期账款占比有所提升主要因为国家加强房地产市场调控，房地产企业资金压力变大，整体回款有所变慢，部分房地产客户出现流动性风险。**2022年9月底**大宗业务应收账款出现逾期的客户主要为万科股份、**卓越置业**、海伦堡地产等，公司针对出现债务违约或流动性风险的客户，例如海伦堡地产、新力地产、奥园集团等单项计提了坏账准备。

在经销业务模式下，公司给予部分长期合作、资信状况良好、具有一定经营规模的经销商客户一定的信用额度。由于经营不善、市场竞争等原因，部分经销商应收账款出现逾期情况。报告期各期末，公司经销业务应收账款逾期金额分别为686.05万元、1,116.76万元、1,723.04万元和**1,778.79万元**，主要由北京欧诗伟业家居有限公司（简称“欧诗伟业”）、恒大地产、武汉市洪山区巢尚家具经营部（简称“武汉巢尚”）长账龄应收账款构成，各期末上述三家应收账款逾期金额分别为597.63万元、960.28万元、1,490.06万元和**1,540.97万元**，均已已全额计提坏账准备。

（5）应收账款前五名客户情况

报告期内，公司期末应收账款前五名客户明细如下：

单位：万元

日期	单位名称	款项性质	账款余额	占应收账款余额的比例
2022年9月30日	旭辉集团	大宗业务	3,154.71	21.08%
	万科股份	大宗业务	1,479.55	9.89%
	深圳新诚天	大宗业务	1,186.68	7.93%
	卓越置业	大宗业务	1,180.22	7.89%
	招商蛇口	大宗业务	737.07	4.93%

	合计	—	7,738.22	51.71%
2021 年 12 月 31 日	万科股份	大宗业务	2,148.79	13.52%
	卓越置业	大宗业务	1,460.18	9.19%
	华远置业	大宗业务	1,286.31	8.09%
	深圳新诚天	大宗业务	1,161.65	7.31%
	海伦堡地产	大宗业务	1,091.72	6.87%
	合计	—	7,148.66	44.98%
2020 年 12 月 31 日	万科股份	大宗业务	2,133.59	18.71%
	海伦堡地产	大宗业务	1,698.72	14.89%
	卓越置业	大宗业务	1,508.08	13.22%
	金螳螂	大宗业务	969.18	8.50%
	欧诗伟业	经销业务	651.06	5.71%
	合计	—	6,960.63	61.02%
2019 年 12 月 31 日	恒大地产	经销业务	2,274.64	32.74%
	万科股份	大宗业务	1,208.36	17.39%
	欧诗伟业	经销业务	651.07	9.37%
	嘉湖商贸	大宗业务	325.26	4.68%
	武汉巢尚	经销业务	286.34	4.12%
	合计	—	4,745.67	68.30%

报告期各期末，公司应收账款前五大客户主要为国内知名房地产开发企业、装饰装修公司等大宗业务客户。截至 2022 年 9 月 30 日，公司应收账款中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方欠款。

5、预付款项

公司预付款项主要为预付的原材料、配套成品家具采购款、明星代言费等。报告期各期末，公司预付账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2022/9/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	1,037.52	92.49%	834.32	99.94%	976.58	100.00%	663.75	100.00%
1 至 2 年	83.71	7.46%	0.50	0.06%	—	—	—	—
2 至 3 年	0.50	0.04%	—	—	—	—	—	—
合计	1,121.73	100.00%	834.82	100.00%	976.58	100.00%	663.75	100.00%

由上表，公司预付账款账龄主要集中在 1 年以内，账龄较短。2020 年末预付账款较上年末有所增加，主要因为公司 2020 年末大宗业务在手订单充足，为保障项目实施进度，公司预付的委托加工费、原材料款项相应增加，同时 2020 年末预付广州番山 E 谷新总部办公室展厅装修费所致。

截至 2022 年 9 月 30 日，公司预付账款余额前五名单位情况如下：

单位：万元

单位名称	主要内容	账款余额	占预付账款余额的比例
湖南省御匠家具有限公司	材料采购款	180.00	16.05%
杭州群核信息技术有限公司	服务采购款	138.61	12.36%
青岛金海紫禾影视文化工作室	明星代言费	127.36	11.35%
佛山市英辉铝型材有限公司	材料采购款	105.72	9.42%
江西省聚涛装饰工程有限公司	服务采购款	81.78	7.29%
合计	—	633.47	56.47%

截至 2022 年 9 月 30 日，公司预付款项余额中无持有本公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位及其他关联方的欠款。

6、其他应收款

公司其他应收款主要为房屋租赁押金、产品质量保证金、应收经销商项目服务费及员工备用金借款等。报告期各期末，公司其他应收款账龄结构和坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄	2022/9/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	496.38	39.37%	505.38	38.54%	437.04	36.54%	565.14	49.88%
1—2 年	136.83	10.85%	161.05	12.28%	230.78	19.29%	67.51	5.96%
2—3 年	199.32	15.81%	184.42	14.06%	48.11	4.02%	455.78	40.23%
3—4 年	65.00	5.16%	31.42	2.40%	447.00	37.37%	44.43	3.92%
4 年以上	363.12	28.80%	429.00	32.72%	33.18	2.77%	0.18	0.02%
小计	1,260.64	100.00%	1,311.28	100.00%	1,196.12	100.00%	1,133.04	100.00%
减：坏账准备	97.07	—	73.20	—	70.66	—	64.92	—
合计	1,163.57	—	1,238.08	—	1,125.46	—	1,068.13	—

报告期各期末，其他应收款净值按款项性质分类列示如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
各类押金、保证金	1,016.34	1,131.53	974.50	828.20
单位往来款	185.06	103.95	154.75	239.19
员工备用金	22.99	55.62	23.05	23.05
其他	36.25	20.19	43.81	42.61
合计	1,260.64	1,311.28	1,196.12	1,133.04

截至 2022 年 9 月 30 日，公司其他应收款前五名单位情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	账款余额	占其他应收款 余额比例
广州市有维物业发展有限公司	保证金、押金	340.00	26.97%
广州市番禺番山实业发展有限公司	保证金、押金	126.00	9.99%
绿城电子商务有限公司	保证金及押金	79.97	6.34%
北京居然之家十里河家居建材市场有限公司	保证金及押金、单位往来款	75.86	6.02%
阿拉尔市西北兴业国有资本投资运营（集团）有限责任公司	保证金及押金	36.00	2.86%
合计	—	657.83	52.18%

截至 2022 年 9 月 30 日，公司其他应收款余额中无持有本公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位及其他关联方的欠款。

7、存货

（1）存货构成及变动分析

报告期内，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	余额占比	跌价准备	账面价值
2022 年 9 月 30 日				
原材料	1,995.77	17.36%	98.36	1,897.41
周转材料	312.07	2.71%	15.33	296.74
在产品	497.50	4.33%	—	497.50
委托加工物资	1,301.91	11.32%	108.12	1,193.79
库存商品	995.57	8.66%	48.10	947.47

发出商品	6,394.68	55.62%	113.29	6,281.39
合计	11,497.51	100.00%	383.20	11,114.32
2021年12月31日				
原材料	2,598.78	26.35%	301.18	2,297.60
周转材料	424.92	4.31%	35.78	389.14
在产品	938.61	9.52%	—	938.61
委托加工物资	1,004.48	10.19%	—	1,004.48
库存商品	1,344.26	13.63%	83.81	1,260.45
发出商品	3,550.06	36.00%	—	3,550.06
合计	9,861.12	100.00%	420.78	9,440.34
2020年12月31日				
原材料	1,909.98	25.97%	72.32	1,837.66
周转材料	394.16	5.36%	17.57	376.58
在产品	731.17	9.94%	—	731.17
委托加工物资	581.52	7.91%	—	581.52
库存商品	1,133.19	15.41%	72.55	1,060.64
发出商品	2,605.08	35.42%	—	2,605.08
合计	7,355.09	100.00%	162.45	7,192.65
2019年12月31日				
原材料	2,024.42	26.63%	85.55	1,938.87
周转材料	306.44	4.03%	15.42	291.02
在产品	446.56	5.87%	—	446.56
委托加工物资	780.82	10.27%	—	780.82
库存商品	888.65	11.69%	57.70	830.95
发出商品	3,155.12	41.50%	—	3,155.12
合计	7,602.01	100.00%	158.67	7,443.33

由上表，公司存货主要由原材料、库存商品和发出商品组成，三者合计占各期末存货余额的比例分别为 79.82%、76.80%、75.99%、**81.64%**。公司主要产品为定制衣柜、橱柜等板式家具，客户主要为经销商、房地产开发公司等。公司主要采取订单式生产模式，结合市场预测、过往需求、供应情况等因素制定采购计划，对原材料保持一定的安全库存，以加快生产响应速度。报告期内，公司存货随着经营规模的扩大、大宗业务收入的增长以及新推出的“AI 家居”品牌的发展，呈整体增长趋势。

①原材料

公司采用订单模式进行生产，原材料的采购主要是依据销售订单、生产计划及安全库存合理确定。报告期内，公司期末原材料余额分别为 2,024.42 万元、1,909.98 万元、2,598.78 万元、**1,995.77 万元**，2019-2020 年，随着公司生产布局趋于完善，公司通过持续优化供应链，缩短采购周期等措施，相应降低部分原材料的安全库存，因此能够在销售收入增长的同时，原材料库存保持相对稳定。2021 年末原材料余额较 2019-2020 年增长幅度较大，一方面，公司产品品类增加，公司针对年轻消费群体推出的“AI 家居”品牌增长良好，“AI 家居”品牌在款式设计、生产工艺、产品用料等方面与“诗尼曼”产品存在一定差异，公司相应增加了相关原材料的储备。另一方面，2021 年受大宗商品价格上涨等因素影响，上游五金配件供应趋紧，存在价格上涨预期，公司加大相关原材料的储备。

②委托加工物资

公司将板材压贴覆膜、铝合金电镀等工艺流程以及部分大宗业务产品委托第三方供应商加工。公司委托加工物资主要为存放于外协供应商处的待加工原材料。报告期各期末，公司委托加工物资余额分别为 780.82 万元、581.52 万元、1,004.48 万元、**1,301.91 万元**。受经营规模扩大、“AI 家居”新品牌推出等因素影响，原材料规格、种类增加，导致 2021 年末、**2022 年 9 月末**委托加工物资增长较快。

③库存商品

公司库存商品主要为外购的配套成品家具以及少量生产入库待交付的定制家居产品。由于公司主要产品为定制家具，采用订单模式进行生产，除少量配套成品家具备货外，公司其他库存商品很少。报告期各期末，公司库存商品余额分别为 888.65 万元、1,133.19 万元、1,344.26 万元、**995.57 万元**，与收入增长趋势、幅度基本一致。

④发出商品

公司发出商品主要是大宗客户模式销售形成。大宗客户模式下，定制家具产品的安装和验收是销售合同的重要组成部分，公司按客户订单由仓库发货后，未进行客户验收时，按产品品种、数量、平均成本，借记发出商品，贷记库存商品。

报告期各期末，公司发出商品余额分别为 3,155.12 万元、2,605.08 万元和 3,550.06 万元、**6,394.68 万元**，整体呈增长趋势，主要是大宗业务形成。大宗业

务单个项目合同金额较大，大宗业务收入结转以验收为标准，而大宗项目执行存在不均衡性，从而导致报告期各期末发出商品余额存在一定波动性。**2022 年三季度末发出商品余额较大主要是万科股份、招商蛇口合作的房地产精装房项目尚在实施过程中，尚未完工验收所致。**

（2）存货跌价准备分析

公司遵循会计准则的要求，按存货账面价值与可变现净值孰低的原则计提存货跌价准备。公司大部分原材料、配套成品家具具有良好的通用性，可以存储较长的时间，同时待交付的定制家具、尚未验收的大宗业务产品有对应的销售订单，因此公司存货出现减值的风险较低。

①存货跌价准备计提及转销情况

报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 158.67 万元、162.45 万元、420.78 万元、**383.20 万元**，占存货余额的比例分别为 2.09%、2.21%、4.27%和**3.33%**，其中 2021 年末存货跌价准备余额及占比上升，主要系铝合金门窗业务材料成本上升、毛利率下降，从而导致相应存货余额存在跌价风险所致。**随着铝合金门窗业务的收缩，相关原材料陆续投入生产，相关跌价准备计提金额减少。**

报告期内，公司存货跌价准备的计提及转销情况如下：

单位：万元

期间	项目	期初余额	本期计提	本期转销	期末余额
2022 年 1-9 月	原材料	301.18	9.87	212.69	98.36
	周转材料	35.78	2.69	23.14	15.33
	委托加工物资	—	108.12	—	108.12
	库存商品	83.81	47.89	83.61	48.10
	发出商品	—	113.29	0.00	113.29
	合计	420.78	281.86	319.44	383.20
2021 年度	原材料	72.32	255.42	26.56	301.18
	周转材料	17.57	30.26	12.05	35.78
	库存商品	72.55	62.97	51.71	83.81
	合计	162.45	348.65	90.32	420.78
2020 年度	原材料	85.55	48.23	61.46	72.32
	周转材料	15.42	6.02	3.88	17.57

	库存商品	57.70	64.62	49.77	72.55
	合计	158.67	118.87	115.10	162.45
2019 年度	原材料	198.06	66.08	178.59	85.55
	周转材料	16.63	7.13	8.34	15.42
	库存商品	100.10	49.02	91.41	57.70
	发出商品	0.05	—	0.05	—
	合计	314.84	122.22	278.39	158.67

②与同行业可比公司比较情况

2019 年-2021 年末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
索菲亚	5.63%	2.48%	2.26%
欧派家居	—	—	—
好莱客	9.48%	0.25%	2.34%
皮阿诺	19.92%	1.99%	2.05%
顶固集创	5.15%	3.84%	3.27%
有屋智能	0.44%	0.46%	0.38%
玛格家居	3.63%	4.58%	3.66%
科凡家居	2.95%	2.71%	4.30%
可比公司平均值	5.90%	2.04%	2.28%
本公司	4.27%	2.21%	2.09%

注：因同行业可比公司未披露 2022 年 9 月 30 日相关数据，表中未进行列示对比。

由上表，发行人及同行业可比公司 2019 年、2020 年末存货跌价准备计提的比例均较低，其中欧派家居报告期内未计提存货跌价准备，符合定制家具行业根据订单进行定制化生产的特点。

2021 年末，同行业可比公司中索菲亚、好莱客、皮阿诺、顶固集创存货跌价准备计提比例出现不同程度的上升，主要系发出商品、库存商品存货跌价准备增加所致。发行人与上述同行业可比公司 2021 年底具体存货项目跌价准备计提情况比较情况如下：

存货项目	索菲亚	好莱客	皮阿诺	顶固集创	可比公司平均值	本公司
原材料	3.40%	2.25%	15.40%	6.11%	6.79%	11.59%

库存商品	0.53%	12.89%	23.37%	6.10%	10.72%	6.23%
发出商品	10.53%	11.74%	26.01%	4.72%	13.25%	—
其他存货	—	8.74%	2.25%	—	2.75%	1.51%
合计	5.63%	9.48%	19.92%	5.47%	10.13%	4.27%

由上表，与同行业可比公司相比，发行人存货跌价准备计提比例较低，主要系发出商品跌价准备计提差异所致。2021 年，国家房地产调控政策不断加强，部分房地产企业陆续出现债务违约等情况，同行业可比公司相关客户大宗业务存货跌价准备增加。公司 2021 年底大宗业务存货有明确的销售订单，相关客户经营状况正常，未出现债务违约等信用风险，存货跌价准备计提比例相对较低。

8、合同资产

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将应收大宗业务项目质保金由应收账款科目重分类至合同资产科目核算，其中质保期到期日一年以内项目质保金在流动资产列示，一年以上项目质保金在其他非流动资产科目列示。

报告期各期末，公司流动资产-合同资产余额、减值准备及净值情况如下：

单位：万元				
项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2020/1/1
账面余额	608.88	610.47	279.49	48.37
减值准备	104.86	68.98	13.97	2.42
账面价值	504.02	541.50	265.52	45.95

报告期内，随着大宗业务的快速发展，未到期质保金相应增长。公司对合同资产和应收账款预期信用损失的确定方法及会计处理方法一致。

9、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产余额分别为 536.73 万元、31.68 万元、27.10 万元、**562.76 万元**，**主要**为待抵扣增值税进项税和**上市费用**。其中 2019 年末，**其他流动资产余额**较高，主要系湖北生产基地基建和设备投资较大，可抵扣增值税进项税较多，随着以后年度陆续抵扣，待抵扣的增值税金额不断下降。**2022 年 9 月 30 日其他流动资产主要为上市费用**，公司 2022 年 6 月提交上市申请材料后，将上市费用由其他非流动性资产调整进入其他流动资产科目核算。

（三）非流动资产分析

报告期内，公司非流动资产金额及构成如下：

单位：万元

项目	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	16,797.23	45.26%	15,748.65	39.60%	13,597.21	44.14%	15,393.58	49.26%
在建工程	27.40	0.07%	1,783.45	4.48%	306.53	1.00%	24.47	0.08%
投资性房地产	537.86	1.45%	104.80	0.26%	—	—	—	—
使用权资产	2,647.59	7.13%	4,896.45	12.31%	—	—	—	—
无形资产	11,586.35	31.22%	11,794.17	29.66%	12,026.85	39.04%	12,293.30	39.34%
长期待摊费用	2,161.83	5.82%	2,426.04	6.10%	2,078.18	6.75%	1,583.85	5.07%
递延所得税资产	2,208.70	5.95%	2,101.87	5.29%	1,904.51	6.18%	1,841.94	5.89%
其他非流动资产	1,146.27	3.09%	913.06	2.30%	890.71	2.89%	111.76	0.36%
合计	37,113.23	100.00%	39,768.48	100.00%	30,803.98	100.00%	31,248.90	100.00%

由上表，公司非流动资产主要由固定资产、使用权资产、无形资产、长期待摊费用组成，报告期各期末，上述资产合计占非流动资产的比例分别为 93.67%、89.93%、87.67%和 **89.44%**。公司非流动资产具体情况如下：

1、固定资产

（1）固定资产构成及变动分析

报告期内，公司各期末固定资产原值、折旧及净值情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
2022 年 9 月 30 日				
房屋及建筑物	9,079.22	1,401.18	7,678.04	84.57%
机器设备	13,507.04	5,557.74	7,949.30	58.85%
运输工具	413.95	370.11	43.84	10.59%
办公设备及其他	2,900.84	1,774.79	1,126.05	38.82%
合计	25,901.05	9,103.82	16,797.23	64.85%
2021 年 12 月 31 日				
房屋及建筑物	6,795.80	1,143.87	5,651.93	83.17%
机器设备	13,490.03	4,723.08	8,766.95	64.99%
运输工具	413.95	345.92	68.03	16.44%
办公设备及其他	2,794.77	1,533.03	1,261.75	45.15%
合计	23,494.55	7,745.90	15,748.65	67.03%

2020年12月31日				
房屋及建筑物	6,795.80	821.07	5,974.73	87.92%
机器设备	10,504.43	3,872.88	6,631.56	63.13%
运输工具	402.47	317.01	85.46	21.23%
办公设备及其他	2,110.39	1,204.92	905.47	42.91%
合计	19,813.08	6,215.88	13,597.21	68.63%
2019年12月31日				
房屋及建筑物	6,795.80	498.27	6,297.53	92.67%
机器设备	10,972.15	2,923.71	8,048.44	73.35%
运输工具	418.79	256.77	162.01	38.69%
办公设备及其他	1,783.18	897.59	885.59	49.66%
合计	19,969.92	4,576.34	15,393.58	77.08%

注：成新率=固定资产净值/固定资产原值

由上表，公司固定资产主要由房屋建筑物及机器设备构成，公司房屋建筑物主要系湖北生产基地厂房，机器设备主要系生产设备。报告期内，公司固定资产整体呈增长趋势，主要原因是公司为满足经营规模持续增长、优化产能布局，建设湖北新生产基地和购置生产设备所致。

固定资产中房屋建筑物、机器设备具体情况参阅本招股说明书“第六节业务与技术”之“六、主要固定资产、无形资产”。

报告期内，公司主要固定资产状况良好，成新率较高，不存在闲置情况及其他减值情形，无需计提减值准备。

（2）固定资产折旧政策分析

报告期内，公司固定资产折旧政策与同行业可比公司比较情况如下：

资产类别	房屋及建筑物		机器设备		运输工具		办公设备及其他	
	折旧年限（年）	残值率	折旧年限（年）	残值率	折旧年限（年）	残值率	折旧年限（年）	残值率
索菲亚	20	5%	10	5%	5	5%	—	—
欧派家居	20	3%-10%	10	3%-10%	5	3%-10%	5	3%-10%
好莱客	10-30	5%	5-10	5%	4-8	5%	3-5	5%
皮阿诺	20	5%	10	5%	4	5%	3-5	5%
顶固集创	20	5%	3-10	5%	5	5%	3-5	5%
有屋智能	10-40	5%	5-10	5%	3-5	5%	3-5	5%
玛格家居	20	5%	5-10	5%	4	5%	3-5	5%
科凡家居	20	5%	3-10	5%	4-5	5%	3-10	5%
本公司	20-40	5%	5-10	5%	5	5%	3-10	5%

由上表，公司固定资产折旧政策与同行业可比公司不存在明显差异，符合行业特征和公司实际情况。

(3) 机器设备与产能、产量匹配关系

报告期内，公司机器设备与产能、产量的匹配情况如下：

单位：万元、平方米、平方米/万元

产品类别	项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
定制衣柜 / 定制 橱柜	机器设备原值	13,246.20	13,036.25	9,861.04	10,059.77
	产能	3,034,080.00	3,900,960.00	2,862,720.00	2,661,120.00
	产量	2,260,519.57	4,057,258.65	3,192,646.91	3,101,257.54
	产能/机器设备原值	229.05	299.24	290.31	264.53
	产量/机器设备原值	170.65	311.23	323.76	308.28
铝合金门窗	机器设备原值	260.84	453.78	643.39	912.38
	产能	21,168.00	44,352.00	70,560.00	70,560.00
	产量	8,148.69	32,030.15	37,718.14	35,982.70
	产能/机器设备原值	81.15	97.74	109.67	77.34
	产量/机器设备原值	31.24	70.59	58.62	39.44

注：机器设备原值=（期初机器设备原值+期末机器设备原值）/2

报告期内，公司定制衣柜、橱柜产品单位机器设备贡献产能、产量指标呈上升趋势，主要因为公司生产流程逐步优化，生产效率不断提高。2021 年单位机器设备贡献产量指标下降主要因为本年新增生产设备以扩大产能，产能未得到充分释放。

2020 年，公司铝合金门窗产品单位机器设备贡献产能、产量指标提升幅度较大，主要因为公司根据市场反馈和研发进度，停止了铝木门窗类产品的开发，处置相关机器设备及其他闲置设备，机器设备大幅减少所致。2021 年，公司收缩铝合金门窗业务，处置部分闲置生产设备，单位机器设备贡献产能指标小幅下降，贡献产量指标有所增加。2022 年前三季度，公司铝合金门窗业务进一步收缩，处置了部分闲置设备的同时，将部分设备转为生产定制衣柜类产品，单位机器设备贡献产量指标下降幅度较大。

2、在建工程

报告期内，公司在建工程主要为湖北生产基地扩建工程及购置生产设备，各期末在建工程构成及各期变动情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期转入	本期其他	期末余额

			固定资产	减少	
2022 年 1-9 月					
新总部基地建设	11.73	8.24	—	—	19.97
湖北二期建设	1,711.31	701.84	2,309.81	103.34	—
机器设备	52.69	157.78	210.47	—	—
装修工程	—	144.10	—	144.10	—
软件系统	7.72	—	—	0.29	7.43
合计	1,783.45	1,011.96	2,520.28	247.73	27.40
2021 年度					
湖北生产基地一期扩建	97.57	79.82	—	177.39	—
湖北二期建设	—	1,711.31	—	—	1,711.31
机器设备	151.42	2,795.15	2,813.27	80.61	52.69
装修工程	14.71	723.69	—	726.68	11.73
软件系统	42.82	0.29	—	35.40	7.72
合计	306.53	5,310.26	2,813.27	1,020.08	1,783.45
2020 年度					
湖北生产基地一期扩建	—	97.57	—	—	97.57
机器设备	—	261.15	109.73	—	151.42
装修工程	—	1,189.67	—	1,174.95	14.71
软件系统	24.47	51.67	—	33.31	42.82
合计	24.47	1,600.06	109.73	1,208.26	306.53
2019 年度					
湖北生产基地一期扩建	5.47	1,347.51	1,352.98	—	—
机器设备	—	7.28	7.28	—	—
软件系统	79.87	32.78	-	88.18	24.47
合计	85.34	1,387.57	1,360.27	88.18	24.47

公司 2019 年在建工程主要为湖北生产基地扩建工程项目；2020 年在建工程主要为新租赁的广州番山 E 谷总部办公室（6 号楼）装修工程；2021 年在建工程主要为湖北生产基地新增购置生产设备、湖北二期募投项目预先投入以及新租赁的广州番山 E 谷总部办公室（5 号楼）装修工程。

公司报告期各期末在建工程状况良好，不存在减值迹象，无需计提减值准备。

3、投资性房地产、使用权资产

截至 2022 年 9 月 30 日，公司投资性房地产原值 542.72 万元，净值 537.86 万元，系购置的位于广西南宁的一套商品房以及房地产开发商等客户“以房抵债”取得的商品房、公寓等，公司计划用于出售或出租，并采用成本模式进行后续计量。关于投资性房地产具体情况详见“第六节业务与技术”之“六、主要固定资

产、无形资产”之“（一）主要固定资产”相关内容。

公司自 2021 年 1 月 1 日起实施新租赁准则，对短期租赁和低价值资产租赁以外的其他所有租赁均确认使用权资产和租赁负债。2021 年末、2022 年 9 月 30 日，公司使用权资产主要与广州生产基地租赁的厂房、仓库、办公楼相关，具体如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值
2022 年 9 月 30 日	8,249.78	5,602.19	2,647.59
2021 年 12 月 31 日	10,781.72	5,885.27	4,896.45

4、无形资产

公司无形资产主要系土地使用权和软件。报告期内，公司不存在研发支出资本化形成的无形资产。各期末无形资产构成情况如下：

单位：万元

期间	项目	原值	累计摊销	净值
2022 年 9 月 30 日	土地使用权	12,411.21	1,073.55	11,337.66
	软件	669.84	421.15	248.69
	合计	13,081.05	1,494.70	11,586.35
2021 年 12 月 31 日	土地使用权	12,411.21	887.38	11,523.83
	软件	612.71	342.38	270.33
	合计	13,023.92	1,229.76	11,794.17
2020 年 12 月 31 日	土地使用权	12,411.21	639.16	11,772.06
	软件	504.70	249.91	254.79
	合计	12,915.91	889.06	12,026.85
2019 年 12 月 31 日	土地使用权	12,411.21	390.93	12,020.28
	软件	433.90	160.88	273.02
	合计	12,845.11	551.81	12,293.30

报告期各期末，公司无形资产原值主要为购置的土地使用权、设计和办公软件，上述无形资产均系与公司生产经营紧密相关的资产，不存在无形资产可收回金额低于账面价值而需计提减值准备的情形。

无形资产中土地使用权的具体情况参阅本招股说明书“第六节业务与技术”之“六、主要固定资产、无形资产”。

5、长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要系厂房车间、仓库、展厅、直营店、办公楼的装修

改造支出形成。报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 1,583.85 万元、2,078.18 万元、2,426.04 万元、**2,161.83 万元**。2020 年末、2021 年末，公司长期待摊费用增加，主要系对公司对新租赁的广州番山 E 谷总部新办公室、展厅进行装修所致。

6、递延所得税资产

公司递延所得税资产为资产减值准备、政府补助所产生的可抵扣暂时性差异所形成。报告期各期末，公司递延所得税资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30		2021/12/31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	4,064.27	616.99	3,647.47	548.37
递延收益	6,477.97	1,545.80	6,569.46	1,553.50
可抵扣亏损	183.65	45.91	—	—
合计	10,725.88	2,208.70	10,216.93	2,101.87
项目	2020/12/31		2019/12/31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,800.56	270.76	1,048.80	157.96
递延收益	6,971.31	1,633.75	7,162.94	1,683.97
可抵扣亏损	—	—	—	—
合计	8,771.87	1,904.51	8,211.73	1,841.94

7、其他非流动资产

公司其他非流动资产主要是预付的设备工程款、合同资产（1 年以上大宗业务项目质保金）及上市费用等。报告期各期末，公司其他非流动资产具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30			2021/12/31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付设备、工程款	26.42	—	26.42	3.31	—	3.31
工抵房	616.23	—	616.23	—	—	—
合同资产	346.91	36.53	310.38	587.80	82.72	505.08

上市费用及其他	203.41	10.17	193.24	414.44	9.77	404.67
合计	1,192.97	46.70	1,146.27	1,005.55	92.49	913.06
项目	2020/12/31			2019/12/31		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付设备、工程款	147.85	—	147.85	111.76	—	111.76
合同资产	598.72	29.94	568.78	—	—	—
上市费用及其他	174.08	—	174.08	—	—	—
合计	920.64	29.94	890.71	111.76	—	111.76

公司自 2020 年 1 月 1 日执行新收入准则，将应收大宗业务项目质保金自应收账款科目重分类至合同资产核算，其中质保期到期日一年以上的合同资产余额在其他非流动资产科目列示。工抵房为房地产开发商等客户通过“以房抵债”方式支付公司货款，公司与客户已签订以房抵债协议，并办理网签备案，但尚未到交房阶段，公司按抵债金额冲减对应收账款，并计入其他非流动资产核算，

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司的应收账款周转率和存货周转率情况如下：

营运指标	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次）	5.33	9.93	11.21	18.72
存货周转率（次）	4.38	9.39	8.73	9.30

1、应收账款周转率分析

报告期内，公司应收账款周转率分别为 18.72 次、11.21 次、9.93 次、5.33 次，呈下降趋势，主要因为大宗业务模式下应收账款大幅增加所致，报告期内大宗业务收入分别为 7,801.16 万元、19,985.25 万元、19,933.60 万元、13,609.92 万元。大宗业务单个项目金额大、实施周期长，公司按照工程项目实施进度收款，并根据客户信用状况在产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用账期。

2、存货周转率分析

报告期内，公司存货周转率分别为 9.30、8.73、9.39、4.38，整体保持稳定趋势。

3、与同行业可比公司资产周转率的比较

报告期内，公司的应收账款周转率、存货周转率与同行业可比公司对比如下：

指标	公司名称	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次）	索菲亚	6.87	11.14	10.89	13.97
	欧派家居	14.11	25.33	26.93	35.12
	好莱客	6.26	19.67	23.87	105.08
	皮阿诺	3.11	8.76	6.78	7.32
	顶固集创	3.44	7.38	6.17	7.58
	有屋智能	—	4.17	3.77	4.72
	玛格家居	—	395.34	151.31	83.41
	科凡家居	—	518.39	215.00	130.88
	可比公司平均值	6.76	123.77	55.59	48.51
	本公司	5.33	9.93	11.21	18.72
存货周转率（次）	索菲亚	9.29	11.27	12.74	15.01
	欧派家居	7.58	12.31	11.58	11.65
	好莱客	2.53	3.14	3.62	12.85
	皮阿诺	3.39	5.23	3.85	4.84
	顶固集创	2.47	4.72	3.68	3.93
	有屋智能	—	3.11	3.20	3.52
	玛格家居	—	7.90	8.40	8.80
	科凡家居	—	12.33	9.78	8.35
	可比公司平均值	5.05	7.50	7.11	8.62
	本公司	4.38	9.39	8.73	9.30

由上表，公司报告期内应收账款周转率低于同行业可比公司平均水平，存货周转率略高于同行业可比公司平均水平，主要原因如下：

（1）应收账款周转率比较分析

报告期内，公司应收账款周转率整体高于皮阿诺、顶固集创和有屋智能，低于索菲亚、欧派家居、好莱客、玛格家居、科凡家居。低于部分同行业可比公司的主要原因为：

A、好莱客、科凡家居、玛格家居大宗业务收入占比较低，如 2019-2021 年好莱客大宗业务收入占比分别为 0.53%、5.78%、22.52%，科凡家居大宗业务收

入占比分别为 0.87%、0.59%、0.83%，玛格家居大宗业务收入占比分别为 1.56%、3.18%、1.71%，整体低于其他同行业可比公司和本公司，大宗业务应收账款受精装修项目结算周期等因素影响，存在一定账期，对应收账款周转率影响较大。

B、索菲亚 2020-2021 年大宗业务收入占比分别为 18.00%、15.41%，欧派家居 2019-2021 年大宗业务收入占比分别为 16.18%、18.49%、18.23%。根据索菲亚、欧派家居年报披露，索菲亚大宗业务分为自营和经销商经营两种，欧派家居大宗业务的安装和售后服务改由经销商负责，通过经销商参与大宗业务的开展，提高了应收账款的回收速度，由此导致索菲亚、欧派家居应收账款周转率高于本公司。

（2）存货周转率比较分析

报告期内，公司存货周转率略高于同行业公司平均水平，高于好莱客、皮阿诺、顶固集创、有屋智能、玛格家居，低于索菲亚、欧派家居、科凡家居。低于部分同行业可比公司的主要原因为：

根据索菲亚、欧派家居年报披露，索菲亚大宗工程分为自营和经销商经营两种，欧派家居大宗业务的安装和售后服务改由经销商负责。索菲亚、欧派家居大宗业务由经销商代理后，由于经销商分布于大宗项目所在地，管理和服务半径缩短，且大宗业务服务质量与大宗业务代理经销商业绩挂钩，有效提升了大宗业务的存货流转和货款回收。故导致索菲亚、欧派家居存货周转率高于其他同行业可比公司和本公司。根据科凡家居招股说明书，2020-2021 年科凡家居存货周转率高于同行业可比公司的平均水平，主要因为存货管理水平的提高。

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债结构总体分析

报告期内，公司负债总体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	36,026.39	81.00%	47,101.82	81.84%	42,940.34	81.74%	32,646.57	74.21%
非流动负债	8,451.74	19.00%	10,454.39	18.16%	9,593.11	18.26%	11,348.11	25.79%

合计	44,478.13	100.00%	57,556.21	100.00%	52,533.45	100.00%	43,994.68	100.00%

随着经营规模的扩大，待结算采购款项及预收客户货款增加所致，公司的流动负债、总负债持续增长。报告期各期末，公司流动负债占负债总额的比例分别为 74.21%、81.74%、81.84%和 **81.00%**，占比较高。

（二）流动负债分析

报告期内，公司流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据	4,557.02	12.65%	6,580.83	13.97%	5,454.16	12.70%	2,759.89	8.45%
应付账款	11,548.44	32.06%	13,973.12	29.67%	13,330.43	31.04%	12,750.67	39.06%
预收款项	—	—	—	—	—	—	7,401.77	22.67%
合同负债	8,145.57	22.61%	8,996.84	19.10%	10,880.70	25.34%	—	—
应付职工薪酬	1,748.48	4.85%	2,890.42	6.14%	2,252.11	5.24%	2,047.49	6.27%
应交税费	2,146.96	5.96%	2,067.36	4.39%	1,989.96	4.63%	2,000.67	6.13%
其他应付款	5,043.48	14.00%	7,043.92	14.95%	5,131.55	11.95%	4,186.08	12.82%
一年内到期的非流动负债	1,777.51	4.93%	4,379.74	9.30%	1,500.00	3.49%	1,500.00	4.59%
其他流动负债	1,058.92	2.94%	1,169.59	2.48%	2,401.42	5.59%	—	—
合计	36,026.39	100.00%	47,101.82	100.00%	42,940.34	100.00%	32,646.57	100.00%

由上表，公司流动负债主要由应付票据、应付账款、预收账款（合同负债）和其他应付款构成，报告期各期末上述项目合计占流动负债的比例分别为 83.01%、81.04%、77.69%和 **81.31%**。公司流动负债的具体情况如下：

1、应付票据

公司应付票据全部为银行承兑汇票，用于结算供应商采购款项。报告期各期末，公司应付票据分别为 2,759.89 万元、5,454.16 万元、6,580.83 万元和 **4,557.02 万元**，2020 年末、2021 年末，公司应付票据大幅增加，主要系在原材料采购同比增长的同时，公司与供应商协商增加了票据结算的比例。

截至 2022 年 9 月 30 日，公司应付票据余额前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	金额	占应付票据余额的比例
1	万华生态	材料采购款	493.01	10.82%
2	广东穗丰新材料有限公司	材料采购款	322.13	7.07%
3	广东始兴县华洲木业有限公司	材料采购款	282.39	6.20%
4	安徽省六安市叶集丽人木业有限公司	材料采购款	238.84	5.24%
5	东莞市华富立装饰建材有限公司	材料采购款	234.60	5.15%
合计		—	1,570.96	34.47%

2、应付账款

报告期各期末，公司应付账款具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
应付材料采购款	10,974.92	13,450.29	12,944.77	11,992.81
应付设备、工程款	443.66	385.63	233.91	663.33
应付费用及其他	129.86	137.20	151.75	94.53
合计	11,548.44	13,973.12	13,330.43	12,750.67

由上表，公司应付账款主要由应付材料采购款和应付设备、工程款组成。随着公司经营规模的不断扩大，各期末应付材料款随之增长。应付设备、工程款主要系建设湖北生产基地、采购生产设备增加产能形成。

报告期各期末，公司应付账款账龄分布情况如下：

单位：万元

账龄	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	11,514.58	99.71%	13,853.15	99.14%	13,073.65	98.07%	12,193.86	95.63%
1 至 2 年	12.60	0.11%	17.47	0.12%	146.51	1.10%	268.99	2.11%
2 至 3 年	11.35	0.10%	0.20	0.00%	8.42	0.06%	287.83	2.26%
3 年以上	9.91	0.09%	102.30	0.73%	101.85	0.76%	—	—
合计	11,548.44	100.00%	13,973.12	100.00%	13,330.43	100.00%	12,750.67	100.00%

由上表，公司应付账款账龄较短，账龄 1 年以上应付账款主要是湖北荆门生产基地建设工程款项。

截至 2022 年 9 月 30 日，公司应付账款前五名单位如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	金额	占应付账款 余额比例
1	广东始兴县华洲木业有限公司	材料采购款、 委托加工费	538.97	4.67%
2	万华生态	材料采购款、 委托加工费	489.59	4.24%
3	湖北欧杰诺新材料科技有限公司	材料采购款、 委托加工费	394.06	3.41%
4	安徽弗仕通实业有限公司	材料采购款	342.76	2.97%
5	商丘市鼎丰木业股份有限公司	材料采购款	334.47	2.90%
合计		—	2,099.84	18.18%

截至 2022 年 9 月 30 日，无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方款项。

3、预收款项、合同负债

公司预收账款、合同负债主要为预收客户的货款。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将原在预收账款科目中核算的已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务部分确认为合同负债。为便于比较分析，此处将预收账款、合同负债合并列示，下文如无特别说明预收账款均含合同负债。

报告期各期末，公司预收账款、合同负债账龄分布情况如下：

单位：万元

项目	账龄	2022/9/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预收账款	1 年以内	—	—	—	—	—	—	7,301.71	98.65%
	1 至 2 年	—	—	—	—	—	—	69.71	0.94%
	2 至 3 年	—	—	—	—	—	—	23.60	0.32%
	3 年以上	—	—	—	—	—	—	6.75	0.09%
	合计	—	—	—	—	—	—	7,401.77	100.00%
项目	账龄	2022/9/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合同负债	1 年以内	7,940.53	97.48%	8,597.57	95.56%	10,693.75	98.28%	—	—
	1 至 2 年	113.03	1.39%	302.65	3.36%	134.64	1.24%	—	—
	2 至 3 年	71.74	0.88%	42.51	0.47%	30.17	0.28%	—	—

3 年以上	20.27	0.25%	54.12	0.60%	22.14	0.20%	—	—
合计	8,145.57	100.00%	8,996.84	100.00%	10,880.70	100.00%	—	—

注：上表中，2019 年预收款项（含增值税）在预收账款科目核算，自 2021 年 1 月 1 日，预收款项（不含增值税）在合同负债科目核算，其中预收的增值税款在其他流动资产科目核算。

报告期各期末，公司预收款项（含增值税）分别为 7,401.77 万元、12,295.19 万元、10,166.43 万元和 9,204.50 万元。随着公司经营规模的不断扩大，公司预收款项整体呈增长趋势。2020 年末预收款项金额相对较高，主要系疫情因素导致消费滞后，订单积压在下半年，同时因公司产能有限，年底订单交付周期延长所致。

预收款项按照销售模式分类列示如下：

单位：万元

销售模式	2022/9/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
大宗业务模式	3,040.80	997.47	1,904.28	1,505.24
经销/直营模式	6,163.70	9,168.97	10,390.91	5,896.53
合计	9,204.50	10,166.43	12,295.19	7,401.77

在大宗业务模式下主要为房地产精装修工程项目，单个项目规模大，实施周期较长，部分项目根据合同的约定收取预收款项，后续根据项目实施进度分批收取剩余款项，形成预收账款；在经销、直营业务模式下，公司主要采用先款后货的结算模式，公司收到经销商或终端客户订单款项后，一般 15 天左右完成生产交付，在产品交付前构成预收账款。

2020 年末，公司经销、直营模式下预收账款余额较高，主要因为受疫情影响，上半年订单推迟，加之 2021 年春节假期较早，年底订单较为集中，受限于产能因素，交货周期延长，预收账款结转营业收入变慢。2021 年，公司大宗业务模式预收账款下降幅度较大，主要因为在国家不断加大房地产调控力度影响下，房地产销售下滑，房地产企业面临资金压力，放缓了房地产项目开发速度，从而导致公司根据项目实施进度收取的款项减少。2022 年以来，在国家“保交楼、稳民生”的政策背景下，公司通过加大项目前期收款比例等方式控制风险，导致大宗业务模式预收账款增长。2022 年 9 月末经销、直营模式下预收账款余额下降，主要因为三季度末相对于年底订单量相对较低，此外本年受疫情反复等因素影响，经销、直营收入有所下降。

截至 2022 年 9 月 30 日，公司预收款项（含增值税）前五名单位情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项内容	金额	占预收款项比例
1	深圳市润招房地产有限公司	大宗业务	546.81	5.94%
2	东莞市恒安房地产开发有限公司	大宗业务	452.97	4.92%
3	阿拉尔市西北兴业投资发展（集团）有限公司	大宗业务	329.00	3.57%
4	信达地产股份有限公司	大宗业务	311.64	3.39%
5	阳光城集团股份有限公司	大宗业务	298.43	3.24%
合计		—	1,938.85	21.06%

截至 2022 年 9 月 30 日，公司预收款项中无预收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

4、应付职工薪酬

公司应付职工薪酬期末余额主要系当月计提次月发放的工资、绩效奖金等。报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 2,047.49 万元、2,252.11 万元、2,890.42 万元和 1,748.48 万元，保持整体增长趋势，主要系公司经营规模不断扩大、员工人数和平均薪酬增长所致。

5、应交税费

公司缴纳的税种主要为企业所得税、增值税及附加税费。报告期各期末，公司应交税费构成情况如下：

单位：万元

税种	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
增值税	1,467.99	930.29	1,078.11	969.67
企业所得税	398.00	907.89	688.42	851.89
城市维护建设税	106.23	70.98	83.59	74.59
教育费附加及地方教育费附加	82.88	55.94	60.36	53.28
个人所得税	60.91	63.47	50.87	26.14
其他税费	30.97	38.79	28.61	25.09
合计	2,146.96	2,067.36	1,989.96	2,000.67

6、其他应付款

公司其他应付款主要为向经销商收取的保证金及押金、预提费用、单位往来款等。报告期各期末，公司其他应付款按款项性质列示如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
保证金及押金	3,581.20	3,776.11	3,251.23	2,774.52
预提费用	1,067.51	2,960.64	1,453.29	938.34
往来款	261.73	202.41	309.07	281.88
其他	133.05	104.76	117.96	191.34
合计	5,043.48	7,043.92	5,131.55	4,186.08

截至 2022 年 9 月 30 日，其他应付款项中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

7、一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债主要为一年内到期的长期银行借款以及按照新租赁准则确认的租赁负债，具体如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
保证借款	—	2,003.80	1,500.00	1,500.00
租赁负债	1,777.51	2,375.94	—	—
合计	1,777.51	4,379.74	1,500.00	1,500.00

8、其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
已背书未终止确认承兑汇票	—	—	986.93	—
待转增值税销项税	1,058.92	1,169.59	1,414.49	—
合计	1,058.92	1,169.59	2,401.42	—

由上表，公司其他流动负债为已背书未终止确认承兑汇票及待转增值税销项税。已背书未终止确认承兑汇票为公司背书转让给供应商用于支付采购货款的承兑汇票，由于不满足终止确认条件，该部分背书转让承兑汇票在其他流动负债科目核算；待转增值税销项税为公司执行新收入准则，自 2020 年始将原预收账款、

未到期质保金中对应的增值税销项税部分调整至其他流动负债科目核算。

（三）非流动负债分析

报告期各期末，公司非流动负债主要由长期借款、租赁负债及与资产相关政府补助组成，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30		2021/12/31		2020/12/31		2019/12/31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期借款	—	—	—	—	2,006.00	20.91%	3,508.71	30.92%
租赁负债	1,495.52	17.69%	3,348.39	32.03%	—	—	—	—
递延收益	6,477.97	76.65%	6,569.46	62.84%	6,971.31	72.67%	7,162.94	63.12%
递延所得税负债	478.25	5.66%	536.54	5.13%	615.79	6.42%	676.47	5.96%
合计	8,451.74	100.00%	10,454.39	100.00%	9,593.11	100.00%	11,348.11	100.00%

1、长期借款

报告期各期末，公司长期借款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
保证借款	—	2,000.00	3,500.00	5,000.00
未到期应付利息	—	3.80	6.00	8.71
减：一年内到期的长期借款	—	2,003.80	1,500.00	1,500.00
合计	—	—	2,006.00	3,508.71

为满足湖北生产基地建设资金需求，子公司湖北诗尼曼分别于2017年5月、11月通过湖北银行荆门支行向荆门市东宝区北诚产业投资有限公司（以下简称“荆门北诚投资”）合计贷款5,000.00万元，具体如下：

借款主体	受托银行	委托贷款方	贷款金额（万元）	借款利率	期限
湖北诗尼曼	湖北银行荆门分行	荆门北诚投资	3,000.00	同期银行基准利率上浮20%	2017.5.22至2022.5.22
			2,000.00		2017.11.27至2022.5.20

注：荆门北诚投资于2020年5月更名为湖北长宁创新投资集团有限责任公司。

截至2022年9月30日，湖北诗尼曼已按还款计划偿还全部长期借款。

2、租赁负债

公司自 2021 年 1 月 1 日开始执行新租赁，作为承租人在租入资产确认使用权资产的同时，按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值确认租赁负债，具体如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2021/1/1
1 年以内	1,777.51	2,375.94	2,137.45
1-2 年	856.39	1,712.29	2,206.28
2-3 年	757.35	1,057.03	1,566.40
3 年及以上	74.34	1,009.76	1,757.30
租赁付款额总额小计	3,465.58	6,155.01	7,667.43
减：未确认融资费用	192.56	430.68	660.10
租赁付款额现值小计	3,273.02	5,724.33	7,007.33
减：一年内到期的租赁负债	1,777.51	2,375.94	2,137.45
合计	1,495.52	3,348.39	4,869.88

3、递延收益

公司递延收益为收到的与资产相关的，尚未确认为损益的政府补助。报告期内，公司递延收益余额及其变动情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2022 年 9 月 30 日	6,569.46	250.00	341.49	6,477.97
2021 年 12 月 31 日	6,971.31	38.00	439.86	6,569.46
2020 年 12 月 31 日	7,162.94	225.35	416.97	6,971.31
2019 年 12 月 31 日	6,821.82	693.37	352.25	7,162.94

具体明细如下：

单位：万元

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
定制家居扩产增效技术改造项目	102.43	123.26	151.04	178.82
绿色智能制造技术改造项目奖补	526.36	638.24	787.42	711.22
智能家居异形板件定制生产制成全自动技术改造项目	42.18	48.73	57.45	66.18

项目	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
互联网+个性定制家居智能制造 O2O 平台建设	66.00	78.38	94.88	111.38
产业发展基金（技术创新补助）	5,329.31	5,485.01	5,692.61	5,900.21
生产性设备补贴	136.00	152.13	173.63	195.13
装修补贴	-	5.71	14.29	—
技改补贴	147.86	38.00	—	—
省级制造业高质量发展专项资金	127.83	—	—	—
合计	6,477.97	6,569.46	6,971.31	7,162.94

由上表，公司递延收益主要为湖北诗尼曼 2017 年、2018 年陆续收到的荆门市东宝区政府分批拨付的产业发展基金（技术创新补助）累计 6,270.70 万元，用于湖北生产基地生产设备等固定资产建设和购置，属于与资产相关的政府补助，公司按照相关固定资产使用年限进行摊销。

4、递延所得税负债

公司递延所得税负债为固定资产折旧年限大于税法规定年限所产生的应纳税暂时性差异所形成。报告期各期末，公司递延所得税负债具体情况如下：

单位：万元

项目	2022/9/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
应纳税暂时性差异	1,913.00	2,146.17	2,463.17	2,705.87
递延所得税负债	478.25	536.54	615.79	676.47

（四）股利分配情况

2019 年 6 月，经公司第一届董事会第五次会议、2018 年度股东大会审议通过后，公司实施了 2018 年度利润分配方案，以截至 2018 年 12 月 31 日总股本 7,249.51 万股为基数，向全体股东每 10 股分配现金 3 元（含税），共计分配 2,174.85 万元现金红利。

2020 年 6 月，经公司第一届董事会第七次会议、2019 年度股东大会审议通过后，公司实施了 2019 年度利润分配方案，以截至 2019 年 12 月 31 日总股本 7,249.51 万股为基数，向全体股东每 10 股分配现金 2 元（含税），共计分配 1,449.90 万元现金红利。

2021年6月，经公司第二届董事会第二次会议、2020年度股东大会审议通过，公司实施2020年度利润分配方案，以截至2020年12月31日总股本7,249.51万股为基数，向全体股东每10股分配现金3元（含税），共计分配2,174.85万元现金红利。

（五）现金流量分析

报告期内，公司的现金流量情况如下：

单位：万元

现金流量项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
经营活动产生的现金流量净额	-639.36	6,265.37	11,620.76	10,349.55
投资活动产生的现金流量净额	-1,012.29	-6,278.57	3,749.32	-11,819.49
筹资活动产生的现金流量净额	-4,951.34	-6,160.26	-3,296.51	-2,463.81
汇率变动对现金及现金等价物的影响	19.04	-6.18	-15.15	1.01
现金及现金等价物净增加额	-6,583.95	-6,179.63	12,058.42	-3,932.74

1、经营活动现金流分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
销售商品、提供劳务收到的现金	72,912.76	125,019.45	104,907.00	91,283.83
收到的税费返还	0.00	—	0.88	—
收到的其他与经营活动有关的现金	3,036.84	3,420.37	1,924.81	2,912.31
经营活动现金流入小计	75,949.60	128,439.82	106,832.70	94,196.13
购买商品、接受劳务支付的现金	49,765.82	79,432.33	59,967.70	51,296.20
支付给职工以及为职工支付的现金	17,438.47	24,838.01	18,519.46	17,774.17
支付的各项税费	3,569.26	6,373.64	5,731.58	5,691.30
支付的其他与经营活动有关的现金	5,815.41	11,530.46	10,993.19	9,084.91
经营活动现金流出小计	76,588.96	122,174.44	95,211.93	83,846.58
经营活动产生的现金流量净额	-639.36	6,265.37	11,620.76	10,349.55

由上表，公司经营活动产生的现金流量状况良好，盈利具有现金流支撑，质量较高。报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金、经营活动现金流量净

额与营业收入、净利润比较情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	72,912.76	125,019.45	104,907.00	91,283.83
营业收入	65,690.85	115,580.55	92,119.82	83,480.68
销售商品、提供劳务收到的现金/ 营业收入	110.99%	108.17%	113.88%	109.35%
经营活动产生的现金流量净额	-639.36	6,265.37	11,620.76	10,349.55
净利润	2,216.41	6,625.58	5,188.07	6,313.85
经营活动产生的现金流量净额/净 利润	-28.85%	94.56%	223.99%	163.92%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金占各期营业收入的比例，以及经营活动产生的现金流量净额占各期净利润的比例较高，主要因为受益于公司先款后货以及按项目进度收款的结算政策，公司报告期内销售回款状况良好，经营活动获取现金的能力较强。2021 年经营活动产生的现金流量净额占当期净利润的比例较 2019 年、2020 年有所下降，主要系 2021 年 AI 家居业务等市场推广费用（人员薪酬等）较高所致。2022 年 1-9 月经营活动产生的现金流量净额占当期净利润的比例较低，主要因为公司主营业务收入具有较强的季节性，4 季度为销售旺季，由于原材料采购、期间费用支出具有相对刚性，从而导致前三季度经营活动产生的现金流量净额较低。

2、投资活动现金流分析

报告期内，公司投资活动产生现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资所收到的现金	—	—	6,000.00	675.00
取得投资收益收到的现金	—	—	154.24	171.62
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	60.76	129.97	386.43	136.93
投资活动现金流入小计	60.76	129.97	6,540.66	983.54
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,073.04	6,408.54	2,791.34	6,258.04
投资支付的现金	—	—	—	6,545.00
投资活动现金流出小计	1,073.04	6,408.54	2,791.34	12,803.04

投资活动产生的现金流量净额	-1,012.29	-6,278.57	3,749.32	-11,819.49

报告期内，公司收回投资所收到的现金、投资支付的现金主要系购买/赎回银行理财产品产生的现金流入/流出。公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金主要系建设湖北生产基地建设、土地和设备购置以及装修支出等资本性支出。

3、筹资活动现金流分析

报告期内，公司筹资活动产生现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
筹资活动现金流入小计	—	—	—	—
偿还债务支付的现金	2,000.00	1,500.00	1,500.00	—
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,135.63	2,325.33	1,724.34	2,463.81
支付其他与筹资活动有关的现金	1,815.71	2,334.93	72.17	—
筹资活动现金流出小计	4,951.34	6,160.26	3,296.51	2,463.81
筹资活动产生的现金流量净额	-4,951.34	-6,160.26	-3,296.51	-2,463.81

除内部经营积累外，公司还通过银行借款筹措资金用于长期资产购置和日常运营，以支持企业的快速发展。报告期内，公司筹资活动现金流出主要为分配现金股利、归还银行借款以及2021年执行新租赁准则下发生的租金支出。

（六）偿债能力指标分析

报告期内，公司偿债能力指标如下：

指标	2022/9/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
流动比率（倍）	1.24	1.13	1.23	1.21
速动比率（倍）	0.93	0.93	1.06	0.99
资产负债率（母公司）	49.49%	57.81%	57.55%	53.52%
资产负债率（合并）	54.50%	61.80%	62.82%	62.08%
指标	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
息税折旧摊销前利润（万元）	4,968.37	10,651.50	8,918.59	10,213.63
利息保障倍数（倍）	26.21	30.36	39.78	43.22

1、流动比率、速动比率分析

报告期内，公司流动比率分别为 1.21 倍、1.23 倍、1.13 倍和 **1.24 倍**，速动比率分别为 0.99 倍、1.06 倍、0.93 倍和 **0.93 倍**，维持在相对安全的水平，短期偿债风险较低。

2020 年末流动比率、速动比率增长，主要因为公司资本性支出下降的同时，经营积累增加；2021 年流动比率、速动比率下降，主要因为本期购买生产设备、二期募投项目预先投入等资本支出金额较大，及 2021 年市场推广费用支出金额较大等因素所致。

公司与同行业可比公司流动比率、速动比率比较情况如下：

指标	公司名称	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
流动比率 (倍)	索菲亚	1.11	1.05	1.49	1.69
	欧派家居	1.34	1.36	1.39	1.97
	好莱客	2.84	1.36	1.36	3.17
	皮阿诺	1.52	1.51	2.48	2.13
	顶固集创	1.18	1.12	1.40	2.02
	有屋智能	—	1.12	1.25	1.26
	玛格家居	—	1.15	0.94	1.12
	科凡家居	—	1.63	1.47	1.04
	可比公司平均值	1.60	1.29	1.47	1.80
	本公司	1.24	1.13	1.23	1.21
速动比率 (倍)	索菲亚	0.98	0.91	1.37	1.55
	欧派家居	1.20	1.18	1.26	1.71
	好莱客	2.40	0.94	0.99	2.94
	皮阿诺	1.28	1.34	2.20	1.79
	顶固集创	0.85	0.87	1.12	1.63
	有屋智能	—	0.82	0.98	0.94
	玛格家居	—	0.85	0.77	0.87
	科凡家居	—	1.43	1.29	0.82
	可比公司平均值	1.34	1.04	1.25	1.53
	本公司	0.93	0.93	1.06	0.99

由上表，公司报告期内流动比率、速动比率低于可比公司平均值，一方面，因为公司生产经营规模与可比上市公司相比偏小，尚未上市，股权融资能力相对较弱。另一方面，公司湖北生产基地工程款项结算、购置生产设备和土地使用权，积极扩大产能，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金较多。

2、资产负债率

报告期内，公司资产负债率（合并）分别为 62.08%、62.82%、61.80%和 **54.50%**，基本保持稳定。公司资产负债率（合并）与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	2022/09/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
索菲亚	51.37%	52.23%	39.07%	30.35%
欧派家居	44.76%	38.40%	36.71%	35.47%
好莱客	32.12%	48.61%	44.88%	30.62%
皮阿诺	47.89%	51.87%	35.83%	37.98%
顶固集创	51.66%	56.75%	44.90%	33.52%
有屋智能	—	62.80%	61.12%	60.15%
玛格家居	—	52.65%	52.70%	56.90%
科凡家居	—	47.23%	49.36%	55.80%
可比公司平均值	45.56%	51.32%	45.57%	42.60%
本公司	54.50%	61.80%	62.82%	62.08%

由上表，公司报告期内资产负债率较同行业可比公司偏高，一方面，同行业可比公司经营规模相对较大，股权融资能力强，通过上市首发、再融资募集资金后，资产负债率大幅降低，而公司主要通过内部经营积累、银行借款方式获取资金建设湖北生产基地、扩大产能；另一方面，公司收到与湖北生产基地建设相关的政府补助所形成的递延收益余额较大，导致公司非流动负债金额相对较大。

3、息税折旧摊销前利润、利息保障倍数

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 10,213.63 万元、8,918.59 万元、10,651.50 万元和 **4,968.37 万元**，利息保障倍数分别为 43.22 倍、39.78 倍、30.36 倍和 **26.21 倍**。报告期内，公司息税折旧摊销前利润、利息保障倍数较高，可以覆盖日常经营、所得税、借款本金及利息偿付的资金需求。

4、偿债能力总体评价

报告期内，公司主营业务盈利能力呈整体增长态势，流动比率、速动比率平均值大于或接近 1，资产负债率保持稳定，息税折旧摊销前利润和利息保障倍数较高，公司具备较强的偿债能力。

公司管理层坚持稳健经营的策略，流动比率、速动比率、资产负债率维持在一个较为合理的水平，经营活动现金流状况良好，财务风险较小。本次发行募集资金到位后，公司资产负债率和财务风险进一步降低，将为公司后续业务发展留有充足的空间。

公司银行资信状况良好，在银行无任何不良记录，亦无或有负债、表外融资等其他影响偿债能力的事项。公司与银行建立了良好的银企合作关系，并且有较大的授信空间，可以及时从银行获得短期融资。

综上，公司管理层认为，公司秉承较为稳健的财务政策，资信状况良好，利息保障倍数高，经营活动产生的现金流充足，公司具有较强的偿债能力。

（七）重大资本性支出分析

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 6,258.04 万元、2,791.34 万元、6,408.54 万元和 **1,073.04 万元**，主要为购建土地、厂房和机器设备支出等，包括湖北荆门生产基地建设、广州从化土地款、购置热压机等生产设备。公司投资活动围绕主营业务展开，报告期内的资本性支出为公司后续发展提供了坚实基础，有利于公司盈利能力和竞争实力的提高。

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目和**诗尼曼家居总部及智能制造基地建设项目**的投资支出。**募投项目**具体情况参阅本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”之“四、募集资金投资项目简介”。**诗尼曼家居总部及智能制造基地项目**位于广州市番禺区化龙镇金湖工业区，项目用地面积共计 22,864 平方米，预计投资总额 20,000 万元，建设内容包括两栋生产厂房、一栋办公宿舍楼及配套设施，该项目预计 2023 年上半年开工建设，建设周期 1 年。

（八）流动性风险分析

1、流动性风险的管理

公司下属成员企业各自负责其现金流量预测，公司财务部门基于各成员企业的现金流量预测结果，在公司层面持续监控公司短期和长期的资金需求，以确保维持充裕的现金储备。同时持续监控是否符合借款协议的规定，从主要金融机构获得提供足够备用资金的承诺，以满足短期和长期的资金需求。

2、公司资产具备较强的流动性，可以满足未来现金支出的需要

截至 2022 年 9 月 30 日，公司金融负债和表外担保项目以未折现的合同现金流量按合同剩余期限列示如下：

单位：万元

项目	1 年以内	1-5 年	5 年以上	合计
应付票据	4,557.02	—	—	4,557.02
应付账款	11,514.58	33.86	—	11,548.44
其他应付款	1,729.20	3,314.29	—	5,043.48
一年内到期的非流动负债	1,777.51	—	—	1,777.51
合计	19,578.30	3,348.15	—	22,926.45

截至 2022 年 9 月 30 日，公司流动资产为 44,497.31 万元，速动资产为 33,382.99 万元，其中货币资金为 18,084.42 万元，资产具有良好的流动性，现金储备充足，可以满足未来资金支出需求，公司不存在流动性风险。

十二、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需披露的资产负债表日后事项、或有事项及应披露未披露的重大担保、诉讼等其他重要事项。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次发行募集资金运用概况

（一）本次募集资金投资项目

本次募集资金投资项目经公司第二届董事会第六次会议和 2022 年第二次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施。本次发行所募集资金在扣除发行费用后将全部用于公司主营业务，具体投资项目如下：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	投资总额	拟投入募集资金
1	湖北荆门产能建设项目二期	湖北诗尼曼	42,398.52	40,000.00
2	信息化升级建设技术改造项目	本公司	3,147.08	3,147.08
3	补充流动资金	本公司	5,000.00	5,000.00
合计			50,545.60	48,147.08

上述募集资金投资项目均围绕发行人主营业务进行，旨在进一步增强发行人的竞争优势，提升行业地位，进一步提高盈利能力，确保发行人的持续发展。

本次发行募集资金到位前，公司可根据项目建设需要适当以自筹资金先行投入；本次发行募集资金到位后，公司将严格按照有关的制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金以及支付项目剩余款项。

若本次发行实际募集资金低于募集资金项目投资额，公司将通过自筹资金解决。如本次发行实际募集资金超过项目预计投资总额的，公司将根据发展规划及实际生产经营需要，妥善安排超募资金的使用，超募资金将用于公司主营业务相关的营运资金项目，继续加大生产、研发和信息系统投入。

（二）募集资金投资项目环评和备案情况

本次发行募集资金投资项目的环评及备案情况如下：

序号	项目名称	备案情况	环评情况
1	湖北荆门产能建设项目二期	2017-420802-21-03-146357	东环函（2021）11 号
2	信息化升级建设技术改造项目	217405211031909	—

（三）募集资金使用管理制度

公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年12月修订）》等法律法规的要求制定了《募集资金使用管理办法》，并经2022年第二次临时股东大会修订通过，规定了公司实施募集资金的专户存储制度，并明确了募集资金的存储、使用、实施管理、信息披露，以及监督和责任追究等管理措施。公司将严格遵守有关法律法规和公司制度，合理使用募集资金。

（四）募集资金投资项目与公司现有业务、核心技术的关系

本次募集资金投资项目符合公司主营业务的发展方向，有利于进一步提升公司的技术创新能力，解决产能瓶颈，提升产品质量，提高服务水平和市场份额，增强公司核心竞争力和盈利能力。

本次发行募集资金拟投入的“湖北荆门产能建设项目二期”，通过建设标准化的生产产房及配套设施用于打造一个自动化程度高、空间布局合理、清洁环保的定制家居产品生产基地，以进一步完善公司产品结构，提升生产能力和品质，巩固公司的行业地位，实现公司的快速发展。

本次发行募集资金拟投入的“信息化升级建设技术改造项目”，将在公司现有的信息化系统的基础上进行整合升级，从而实现公司总部与各事业部、职能中心的信息共享与一体化管理，提升公司的运营效率，满足公司产能扩增后信息化管理的配套需求。

二、本次募集资金投资项目的必要性

（一）湖北荆门产能建设项目二期实施必要性

1、突破产能瓶颈，满足公司业务持续增长的需要

近几年，公司业务发展迅速，全屋定制衣柜及配套家具、定制橱柜等产品收入规模快速扩大。随着公司大家居战略的实施，工程业务的快速增长，公司对全屋定制类产品生产能力的需求也越来越大，但公司目前生产接近饱和，产能不足的状况制约了公司可持续发展。报告期内，公司定制衣柜、定制橱柜的产能利用率均超过100%，产能已经饱和，如果产能不能得到有效扩张，产品供需矛盾将

会日益突出，产能不足将成为未来制约公司发展的一个重大瓶颈。

预计未来几年，我国的定制家居行业仍将保持较快发展的态势，公司的产品需求量也会持续提升。近几年，公司通过增加劳动工时、生产工艺改进、购买先进设备和应用新技术等方式充分释放产能，仍不能满足订单持续增长的需求。因此，对定制家居类产品的产能进行扩建是公司的必然选择。若此次募集资金投资项目能够顺利实施，将有助于公司解决产能不足的问题。

2、实现公司战略发展目标的必然途径

公司产品定位于中高端消费市场，以“创造健康、环保、时尚的家居生活”为使命，为消费者提供一站式、一体化、个性化的绿色高端定制服务。自成立之初，公司便致力于定制衣柜系列产品的设计、生产与销售，并积极向整体家居领域拓展，目前公司旗下已拥有“诗尼曼全屋定制”、“诗尼曼橱柜”、“诗尼曼门窗”三大定制核心体系，并在2019年下半年推出了“AI家居”子品牌，公司产品涵盖衣柜、橱柜、榻榻米、书柜、酒柜、餐柜、沙发、餐桌椅、床、门窗等全品类家居产品，形成了多元化、全方位的大家居生态格局。

目前，同行业许多企业经过较长时间发展，积累了较强的技术实力和资本实力。相对于欧派家居、索菲亚、好莱客、尚品宅配等国内同行企业，公司目前的生产规模仍较小，生产效率有待提升。为实现公司长远战略目标，公司必须紧抓行业发展机遇，紧密把握我国定制家居行业发展的最新动向和发展趋势，借助后发优势和市场优势，实现企业的快速发展。公司拟通过建设本募投项目，引进先进的生产工艺和生产设备，提高产品质量，降低成本消耗，提高生产效率，形成规模优势，实现跨越发展。

3、抓住行业发展机遇，实现公司快速发展

近年来，随着我国消费的升级，定制家居产品在国内的接受度不断提高，随着我国居民收入水平的提高，人们对居住环境的舒适性日益重视，定制家居具备量身定做、空间利用率高、整体感强、健康环保等诸多优点，满足了消费者对房间整体布局及设计参与感等多种需求，因而备受年轻一代消费者青睐，成为近年来家具消费领域中新的快速增长点。

2020年，我国定制橱柜市场渗透率约70%，定制衣柜市场渗透率约44%，

未来市场渗透率仍将提升，定制家居行业仍有较大的市场空间。未来随着定制家具市场渗透率的提升，以及存量房市场增长、精装房渗透率提升等，定制家居行业预计将保持良好增长态势。

通过本项目的建设，公司将通过新建定制家居生产车间、引进先进的设备以及招聘各类人员等措施进一步扩大自身生产规模及增加产品的多样性，紧抓行业发展机遇，实现自身的快速发展。

（二）信息化升级建设技术改造项目实施必要性

1、公司整合现有信息化资源的需要

计算机、互联网技术的发展为家居行业带来了新的发展契机，信息化建设使家具制造业走向成熟，并引发信息技术与家具制造之间的产业融合，推动新型经营模式的产生，并且直接推动了企业信息化建设战略的起飞。通过信息化建设，为公司业务操作的数字化、标准化、流程化提供支持，为管理者提供持续的、多维度的数据分析工具，使公司的决策、计划、执行、监控各项工作都有数据支撑。

同时，通过线下资源信息化整合，从公司内部资源，逐步扩展到上下游的供应商和经销商，实现整个价值链、乃至行业资源的协同管理。利用信息化系统给消费者提供了更加便捷的购物服务以及更高的购物体验，也为企业员工实时跟踪销售进展情况提供了可能性，提高了公司现有业务规模和项目管理的效率。

2、顺应公司业务快速发展，完善数据价值管理

公司基于全屋定制家居的深刻理解和把握，通过“滚动式”开发，逐步建立了较全面的信息系统，实现了公司产品的定制化设计与规模化、工业化生产。但公司各子系统均为产品型的软件，核心底层（商业逻辑层）被封装，不利于业务功能调整或扩展。随着近年来公司业务规模的快速扩张，公司现有信息系统的容量已无法满足经营和管理的需求，有必要对信息系统进行升级改造，深展其管理精度，并与设备良好对接；拓展其协同的广度，挖掘出整个价值链的效率优势。

3、提升公司整体运营效率，深化公司精细化管理

公司拥有庞大的营销网络布局，科学的信息化系统有利于突破地域限制，使企业在信息的获取、决策、传递等方面更加迅速，提升公司运营效率。随着公司

经营规模的不断扩大，运营效率提高，需不断提升信息化集成程度，增强公司在采购、生产、销售、售后、仓储等方面的协同化、精细化管理。同时，信息一体化的提升有利于公司加快市场反应速度，提高市场分析能力，从而进一步提升公司的市场竞争力。

三、董事会对募集资金投资项目的可行性分析

公司第二届董事会第六次会议审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票募集资金拟投资项目及其可行性研究报告的议案》，董事会对本次募集资金投资项目的可行性进行了充分论证分析，认为本次募集资金投资项目具有可行性。

截至 2022 年 9 月 30 日，公司资产总额为 81,610.54 万元，公司具备多年定制家居行业的运营经验并具有管理较大资产的经营能力。本次募集资金规模与公司现有生产经营规模具有匹配性。

最近三年及一期，公司实现营业收入分别为 83,480.68 万元、92,119.82 万元、115,580.55 万元和 65,690.85 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 6,313.85 万元、5,188.07 万元、6,625.58 万元和 2,216.41 万元，盈利情况良好。本次募集资金到位后，公司资金实力将得到增强，公司良好的财务状况可以有效支持募集资金投资项目的建设实施。

公司已建立了以经销模式为主的营销网络体系，截至 2022 年 9 月 30 日，公司拥有“诗尼曼”和“AI 家居”品牌经销商共 1,838 家，经销商门店共 1,868 家，经销网络覆盖国内大部分三、四线及以上主要城市，全国性销售网络布局已形成。公司已通过了 ISO9001 质量管理体系等一系列体系认证，产品质量亦得到了市场的广泛认可。此外，公司先后被评为“中国衣柜十佳品牌”、“定制家居领军品牌”等荣誉称号，公司“诗尼曼”商标被评为驰名商标、广东省著名商标。公司品牌影响力的不断提升为募集资金投资项目的实施奠定了坚实的市场基础。

综上所述，公司董事会经分析认为本次募集资金投资项目有利于公司扩大生产规模、开拓市场份额、保持持续市场竞争力，是对公司现有业务体系的进一步补充完善，与公司现有的经营规模、技术水平、财务状况和管理能力相适应，亦

符合国家相关法规、法规及产业政策，具有可行性。

四、募集资金投资项目简介

（一）湖北荆门产能建设项目二期

1、项目简介

项目预计总投资 42,398.52 万元，计划在湖北省荆门市东宝区子陵铺镇建造生产厂房 107,106 平方米，办公宿舍楼 30,900 平方米和其他相关配套设施 800 平方米。

项目建成后公司将新增 518 万平方米定制衣柜、定制橱柜产能，建设内容主要包括厂房及配套设施的建设和生产设备的购置。项目将迅速扩大公司产能规模，提高生产效率，提升公司的市场竞争力和占有率。

2、投资概算

本项目总投资 42,398.52 万元，拟投入募集资金 40,000.00 万元。总投资的构成情况如下：

序号	名称	金额（万元）	比例（%）
1	建设投资总额	39,476.66	93.11
1.1	设备购置及安装费	15,995.73	37.73
1.2	土建工程费	21,284.51	50.20
1.3	建设工程其他费用	2,196.42	5.18
2	预备费	1,184.30	2.79
3	铺底流动资金	1,737.57	4.10
合计		42,398.52	100.00

3、项目建设主要内容

序号	项目	建筑面积（m ² ）	建筑工程费（万元）
1	厂房	107,106.00	10,454.51
2	办公楼及宿舍	30,900.00	8,130.00
3	其他配套	800.00	2,700.00
合计		138,806.00	21,284.51

4、技术、设备方案

（1）项目技术水平

本项目技术为现有成熟技术。项目产品所采用的原理、设计和工艺为公司自有技术，在国内同类产品中处于先进水平。

（2）产品工艺流程

本项目具体生产工艺流程参阅本招股说明书“第六节业务与技术”之“一、主营业务、主要产品或服务情况”之“（六）主要产品的生产工艺流程”。

（3）主要设备选择

本项目拟投入 15,995.73 万元购置生产、除尘、供气及仓储设备，所需设备主要选取技术先进、自动化程度高、材料损耗率较低、生产效率较高的机器设备。本项目购置的主要设备如下：

序号	名称	型号	单位	数量	单价 (万元)	总价 (万元)
1	柜体车间					11,675.65
1.1	电子锯	HPP180	台	40	40.00	1,600.00
1.2	精密推台锯	F92X	台	40	9.80	392.00
1.3	直线封边机	NKL210	台	50	70.00	3,500.00
1.4	直线封边机	KAL310	台	8	110.00	880.00
1.5	手动封边机	MF50S	台	20	1.37	27.35
1.6	滚筒输送机	TBL110/25/12	台	40	12.00	480.00
1.7	滚筒输送机	TRR110/70/25	台	20	16.00	320.00
1.8	钻铣加工中心	SKD-125	台	20	18.80	376.00
1.9	钻孔中心	PTP160PLUS	台	20	50.00	1,000.00
1.10	数控排钻加工中心	skipper-100L	台	5	100.00	500.00
1.11	数控排钻加工中心	ABL220	台	12	200.00	2,400.00
1.12	双排钻	MZ7221	台	20	2.60	52.00
1.13	三排钻	MZ73213	台	3	5.50	16.50
1.14	四排钻	MZ73214F	台	20	5.50	110.00
1.15	木工镂铣机	MX5068	台	20	1.09	21.80
2	线材包覆车间					627.00

序号	名称	型号	单位	数量	单价 (万元)	总价 (万元)
2.1	包覆机	PUR-33-L	台	15	40.00	600.00
2.2	趟门包覆机	GP-400T	台	2	13.50	27.00
3	柜门加工车间					568.60
3.1	铰链钻孔机	MZB73034	台	15	2.30	34.50
3.2	截料锯	MJ476	台	5	2.80	14.00
3.3	切铝机	—	台	10	4.71	47.10
3.4	数控双头切割锯	HG064BS	台	20	8.10	162.00
3.5	数控 45 度双头切割锯	HG064AS	台	20	8.10	162.00
3.6	液压模具冲床	—	台	5	2.60	13.00
3.7	高频精密组框机	CGZK2800*800-LES	台	5	18.60	93.00
3.8	45 度锯钻机	MZB1012	台	10	4.30	43.00
4	工艺吸塑车间					949.36
4.1	雕刻机	E3-1325D	台	12	16.00	192.00
4.2	立式单轴木工铣床	MX5117	台	6	0.81	4.86
4.3	重型异型砂光机	SD10-PPPPCC	台	5	25.00	125.00
4.4	立式窜动砂光机	MM2617	台	5	6.30	31.50
4.5	吸塑机	TM2580E	台	4	45.00	180.00
4.6	吸塑机	TM2480E	台	4	6.00	24.00
4.7	吸塑机	3DEAGLE8002S	台	4	98.00	392.00
5	其他生产配套设备					2,175.12
5.1	中央吸尘机	—	套	8	110.00	880.00
5.2	螺杆式空压机	150A	台	10	12.40	124.00
5.3	冷冻式干燥机	YCD-200SG	台	10	1.96	19.60
5.4	叉车	—	台	20	7.50	150.00
5.5	货架及地踏板	—	套	1	300.00	300.00
5.6	电梯	—	台	4	15.38	61.52
5.7	电力设备	—	台/套	27	—	140.00
5.8	其他辅助	—	—	—	—	500.00
合计						15,995.73

5、项目实施计划

本项目计划建设期为 24 个月，具体项目进度安排如下：

项进度安排（月）	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
工程设计及准备												
土建工程												
装修、水电工程												
设备购置及安装												
人员培训												
试运行与验收												

6、人员计划

项目建成后，公司将增加湖北荆门生产基地的人员配置，计划新增生产、管理等相关人员共计 1,606 人，除部分管理岗位人员和技术岗位人员由公司内部调岗到位外，其他新增人员拟通过社会公开招聘的方式择优录用。

7、项目选址

本项目建设选址于湖北省荆门市东宝区子陵铺镇。项目所在地地理位置优越，交通便利，供水、供电、供气等各项生活及市政公共基础设施完善，为项目的建设及建成后的运行提供了良好的发展环境。目前，公司已经取得了本项目用地的土地使用权，土地使用权证书编号为“鄂（2018）东宝区不动产权第 10000204 号”及“鄂（2018）东宝区不动产权第 10000205 号”，取得方式为出让，土地用途为工业用地，合计面积为 221,832 平方米。

8、环境保护

本项目建成后主要从事定制衣柜、定制橱柜产品的生产。生产过程中将会产生少量的粉尘、固体废弃物、废水及噪声。本项目将严格执行《声环境质量标准》（GB 3096-2008）、《城镇污水处理厂污染物排放标准》（GB18918-2002）、《一般工业废物贮存、处理场污染控制标准》（GB18599-2001）、《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）等环保标准。

本项目建成后，运营阶段产生的主要污染物及治理措施如下：（1）粉尘及废气。主要来源于生产车间的木制粉尘、少量废气。公司将在生产车间装配中央吸尘器对生产过程产生的粉尘及废气进行收集处理；（2）固体废弃物。主要为废弃材料、废弃包装物及员工生活垃圾等。对于仍具有可用性的废弃材料公司将统一收集并适时外售，其余不可用废弃材料、废弃包装物及生活垃圾将统一由环

保部门处理；（3）废水。本项目不产生工业废水，生活污水经化粪池处理后进入现有的污水处理厂处理，达到标准排入市政污水管网；（4）噪声。主要为机器运转时所产生的噪声。公司将通过选用噪声较小的设备、设置隔音装置等措施将噪声控制到标准范围。

9、主要原材料及能源的供应情况

本项目生产过程中所需板材、铝材、五金、包覆膜、封边条等原材料市场供应充足，不存在采购困难；公司已有的材料供应渠道可满足本建设项目的材料需求。项目主要消耗能源为自来水和电力，供应充足。

10、项目经济效益分析

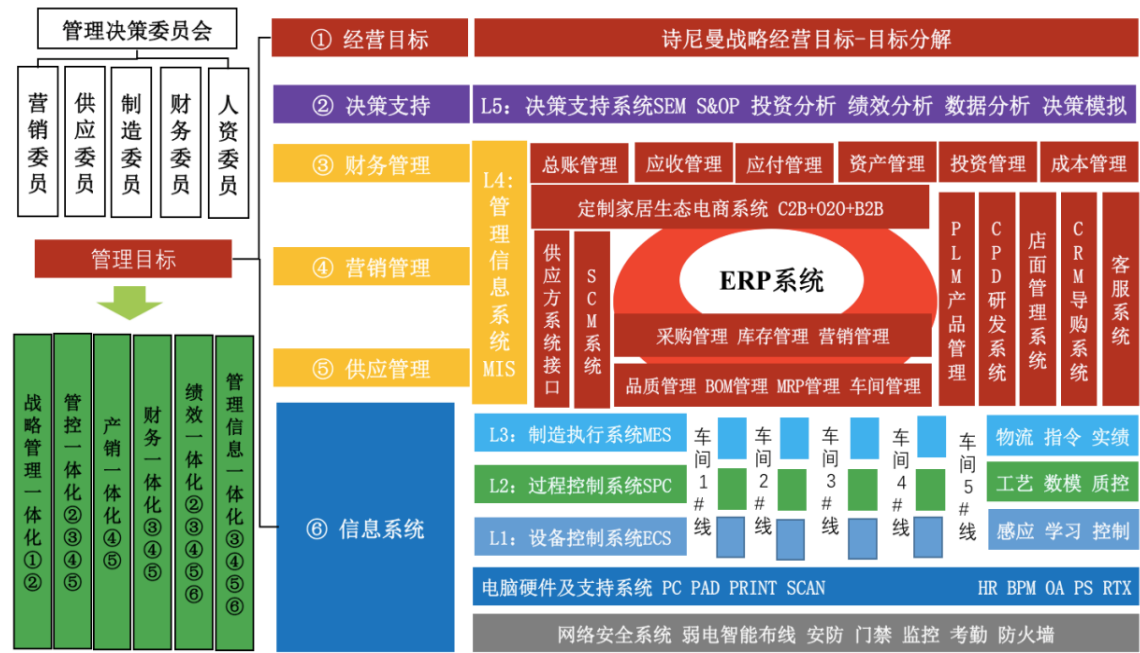
本项目经济效益良好，项目建成达产后主要经济指标如下：

序号	指标名称	数值
1	年均销售收入（万元）	107,884.77
2	年均净利润（万元）	11,325.54
3	税后内部收益率	21.59%

（二）信息化升级建设技术改造项目

1、项目简介

项目预计投资总额为 3,147.08 万元，通过购置 ERP 系统、大数据（BI 及移动 BI）项目软件、OA 及移动办公系统等信息系统为公司搭建一体化的信息平台，实现公司总部与各事业部、各职能中心之间的信息共享与一体化管理，从公司内部资源逐步扩展至上下游供应商和经销商，使其成为公司重要的经营决策和管理工具，提升公司整体运营效率。



本项目建设完成并投入运行后，信息系统本身不直接产生经济收入，但通过该系统的运行，将大幅度提高公司决策能力和运营管理效率，提升信息、数据收集和分析能力，强化业务操作透明度和公司监管纵深，为公司业务的持续快速扩张提供强力支撑。

2、投资概算

本项目总投资 3,147.08 万元，拟全部使用募集资金投入。总投资的构成情况如下：

序号	名称	金额（万元）	比例（%）
1	项目建设费用	2,815.20	89.45
1.1	硬件投入	944.70	30.02
1.2	软件投入	1,735.50	55.15
1.3	装修工程费	53.00	1.68
1.4	预备费	82.00	2.61
2	项目实施费用	331.88	10.55
2.1	设备租赁费	6.80	0.22
2.2	场地租赁费	1.08	0.03
2.3	人员工资及福利费	324.00	10.30
合计		3,147.08	100.00

3、项目建设的主要内容

本项目建设的主要内容具体如下：

系统名称	组成模块	主要功能内容
集团 ERP 项目	定制品进销存管理	实现集团跨行业的财务业务集成的订单处理流程，从绘图报价到发货物流的操作流程
	BOM 管理	把设计图纸转化成板件和孔位资料为开料和钻孔等作业提供依据
	MRP 管理	把小板小件需求转化成整板整料的优化需求和物料净需求运算，进行物料计划和排查管理
集团大数据：BI 及移动 BI 项目	绩效分析	经营管理大数据分析，从绩效指标角度分析达成情况，异常和短板预警等功能
	供需分析	分析实际数据与计划数据差异和供需矛盾的趋势，为销售和供应策略提供量化支撑
	投资分析	建立相关行业投资分析模型，通过数据分析提高资产配置效率
	模拟决策	通过历史数据建模和决策参数的变化，预测模拟决策后效益与决策预期进行对比，使决策更精准可控
门窗智能制造改造项目	揉单优化	提高材料利用率和生产效率的统筹排产功能，确保交期的前提下，提供最优生产策略
	智造协同	门窗从研发设计到生产安装实现初步集成，各环节衔接紧促，运转顺畅，负荷均衡
	设备自动化	生产指令和加工参数，机器编程指令通过网络传送，加工动作通过扫描识别关联对应指令完成
衣柜智能制造第一期项目	高级排产	满足交期的前提下，线上优化材料利用率和生产设备综合利用率
	优化联机	优化方案通过网络指令让送料工与开料机协同运作
	自动排孔	孔位工艺图纸和参数通过网络软件转化为机器指令，精准完成开孔操作
	智能分拣	根据图纸和订单及物流线路，智能分拣板件，辅助设包和货位管理
橱柜设计软件	设计报价	橱柜产品设计效果图绘制和报价计算功能
	订单流程	从签单到生产物流安装全流程信息处理传输功能
	成本核算	根据接单到交付的物流和成本信息产生成本凭证
橱柜 MES 项目	制造管控	橱柜制造加工工艺执行管控功能，扫描报工功能
	设备管控	加工指令与机器对接，完成设备作业功能
门窗阳光房设计项目	设计 3D 展示	阳光房 3D 建模及现场修改等 3D 效果展示功能
	设计结构图	数字化设计从门窗要素到型材五金玻璃分解图纸，工艺加工图纸，安装图纸输出功能
	计算价格	设计到生产装配成本及报价，下料数量等逻辑运算功能
OA 及移动	行政服务	员工食、住、行、安全等各方面工作生活服务支持功能

系统名称	组成模块	主要功能内容
办公项目	办公协同	有规则、有流程的工作协同支撑，不限时空，有网络能工作
	收发文管理	文件审批交流，体系管理，通知公告表单等标准化管理
	学习培训	可以随时随地培训，可以由员工自己安排学习，根据自己的状况反复学习，对员工进行有针对性的培训，随时提问，并得到答复，便于考评检查
	论坛互动	员工兴趣专业分群，交流讨论，提高互动性和专业性，解决工作疑问，有效互动
集团 CRM 系统	客户开发管理	集成统一跨行业客户关系管理系统，提高客户粘性和成交率
	成交管理	对成交过程进行记录和跟踪，协调各方资源，促成交易，成交后续跟踪查询功能
	店面管理	店面人员设备调度管理，人效、坪效、品效分析和绩效评价
集团视频会议系统	会议支持	进行异地会议文件及语言同步交流和共享管理，会议邀约到会议纪要全程支撑功能
SCM 供应链管理系统	供应商管理	供方开发准入管理，价格管理，合同管理及往来款，供方绩效管理，供方评价功能
	供应商协同平台	从议价到订单执行流程的协同支持，线上审批退回等功能，供应商手机端进行响应报价、应标、持续要约报价、确认采购订单与发货等信息
	供应状况监控	供应成本实时统计，超支项预警，质量数量交期状况，异常预警
PLM 系统	产品数据管理	产品生命周期中各类数据的记录，产品数据分类统计管理
	图文档管理	产品研发设计图纸版本管理，图纸内容比较，图纸共享保密管理
CPD 系统	协同研发	产品研发内部协同和与供应商、客户的外部协同流程数据管理，进度任务管理，项目预决算管理

4、主要硬件、软件设备配置

本项目将根据建成后对公司业务所能提供支撑的实际预期情况配备日常经营过程中需要的各项设备、工具及仪表仪器，主要包括服务器、存储系统、网络交换机等机房所需设备，以及配套的相应软件和授权，具体情况如下：

（1）主要硬件配置

序号	设备名称	设备型号	单价 (万元)	单位	数量	总价 (万元)
1	服务器	DELL/IBM/HP 等	40.00	台	7	280.00
2	存储系统	DELL/IBM/HP 等	60.00	台	2	120.00
3	UPS	APC SY16K48H-PD	20.00	台	3	60.00
4	网络交换机	H3C/华为等	2.00	台	3	6.00

序号	设备名称	设备型号	单价 (万元)	单位	数量	总价 (万元)
5	网络交换机	H3C/华为等	0.20	台	35	7.00
6	上网行为管理	深信服/华为等	15.00	台	2	30.00
7	负载均衡设备	深信服/华为等	20.00	台	2	40.00
8	网络机柜及配件	图腾	0.20	台	4	0.80
9	服务器机柜及配件	图腾	0.38	台	5	1.90
10	防毒墙	深信服/华为等	25.00	台	2	50.00
11	防入侵设备	国产	40.00	台	2	80.00
12	堡垒机	国产	40	台	2	80.00
13	备份一体机	国产	45.00	台	2	90.00
14	路由器防火墙	锐捷/H3C/华为/CISCO 等	10.00	台	3	30.00
15	企业级无线办公设备	锐捷/H3C/华为/CISCO 等	0.50	台	30	15.00
16	VPN	深信服/华为等	3.00	台	8	24.00
17	配套辅材	配套线缆、光纤、其他	30.00	套	1	30.00
合计						944.70

(2) 主要软件配置

序号	产品名称	品牌	型号	单位	实施费	数量	单价 (万元)	总价 (万元)
1	操作系统	微软	windows 等	套	—	400	0.10	40.00
2	office	金山	WPS 等	套	—	330	0.10	33.00
3	设计类软件	CAD、PS 等	—	套	—	65	1.30	84.50
4	服务器虚拟化	华为/深信服/VM 等	—	套	5.00	1	47.00	52.00
5	企业网盘	爱数/VIRWORK	—	套	10.00	1	30.00	40.00
6	杀毒软件	趋势	V6	套	10.00	1	30.00	40.00
7	等保测评	国产	—	次	10.00	2	20.00	50.00
8	集团 ERP 项目	国际大型 ERP	SAP、EBS、JDE 选型	套	270.00	100	3.00	570.00
9	低代码开发平台	国产	—	套	36.00	200	0.50	136.00
10	定制家居智能制造	西门子/豪迈	—	套	100.00	15	20.00	400.00

序号	产品名称	品牌	型号	单位	实施费	数量	单价 (万元)	总价 (万元)
	项目							
11	OA 及移动办公升级改造项目	泛微/H3/ULTIMUS	XXX9	套	40.00	2000	0.05	140.00
12	集团视频会议系统	宝丽通/华为等	XXX9000	套	20.00	4	10.00	60.00
13	SCM 供应链管理系 统	鼎捷+开发	GPV5.3	套	40.00	1	50.00	90.00
合计								1,735.50

5、项目实施计划

本项目计划建设期为 12 个月，由公司实施，具体进度安排如下：

进度安排（月）	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
机房改造												
设备及软件购置												
安装调试												
人员招聘与培训												
试运行与验收												

6、人员计划

本项目计划新增人员共计 31 人，拟全部通过社会公开招聘择优录用。

7、项目选址

本项目选址位于公司总部，无需新增用地。

8、环境保护

本项目以信息系统升级改造为目的，项目运作过程中无持续性、规模性污染物排放。

（三）补充流动资金

1、补充流动资金使用安排

公司拟使用 5,000 万元募集资金补充流动资金，用于支持公司生产经营资金需要。本次补充流动资金将有效满足公司经营规模迅速扩张所带来的资金需求，

增强公司的资金实力并提升公司的市场竞争力。

2、补充流动资金的必要性

（1）公司经营规模快速增长带来营运资金需求增加

报告期内，公司销售收入持续增长，经营规模不断扩大，营业收入从 2019 年的 83,480.68 万元，增加至 2021 年的 115,580.55 万元。随着公司业务规模增长，公司存货储备相应增加，使得对流动资金的需求增加。同时，随着行业的整体发展，公司为巩固并提高市场份额需投入大量资金用于品牌建设、产品研发、营销推广等方面，紧跟行业发展趋势，不断完善产品品类和质量，寻求企业实力的不断增强。

（2）降低公司资产负债率，提高短期偿债能力

报告期内，公司的资产负债率（合并口径）分别为 62.08%、62.82%、61.80% 和 54.50%，高于可比公司平均资产负债率；报告期内，公司流动比率分别为 1.21 倍、1.23 倍、1.13 倍和 1.24 倍，速动比率分别为 0.99 倍、1.06 倍、0.93 倍和 0.93 倍，低于可比公司相关指标的平均值。本次发行募集资金部分用于补充流动资金可降低公司资产负债率，进一步提高公司短期偿债能力。

（3）公司巩固和提升市场份额需要大量资金投入

受益于我国居民可支配收入的不断增长和中青年人群对家庭装修个性化需求的提升，近年来，定制家居迎来了行业快速发展的黄金时期，定制家居产品已得到了消费者的广泛认可。虽然如此，我国定制家具占整体家具市场的份额较发达国家仍处于较低水平，定制家居行业在我国的发展潜力十分巨大。

公司自设立以来，一直专注于以定制衣柜为代表的全屋定制家居的研发、生产和销售，以灵活的设计理念、过硬的产品质量和广泛的营销网络赢得了一定的市场占有率。随着行业的整体发展，公司为巩固并提高市场份额需投入大量资金用于品牌建设、产品研发、扩大生产和营销推广等方面，紧跟行业发展趋势，不断完善产品品类和质量，寻求企业实力的不断增强。本项目的实施有利于公司加大对品牌、研发、生产、营销等方面的投入力度，具有合理性和必要性。

五、募集资金运用对发行人经营和财务状况的影响

（一）募集资金运用对发行人生产经营的影响

随着本次发行募集资金到位和募集资金投资项目的实施，公司的资金实力、生产能力和运营效率将得到有效提升。本次发行募集资金投资项目中，湖北荆门产能建设项目二期将解决公司现有的产能瓶颈问题，紧抓定制家居行业的发展机遇，满足公司业务快速发展的需要；信息化升级建设技术改造项目有利于提升公司的协同办公能力与生产运营效率，是公司实现长期发展目标的技术保障；本次发行募集的部分资金还将用于补充流动资金，这将进一步增强公司的资金实力和产品推广能力，缓解公司营运资金短缺的局面，提升公司的整体竞争力。

本次募集资金主要用于公司现有产品产能的扩大、信息化系统的建设和补充流动资金，公司的生产经营模式不会发生显著变化。

（二）本次募集资金项目对公司财务状况的影响

1、对公司净资产、每股净资产及资产结构的影响

本次发行募集资金到位后，公司货币资金和股东权益将大幅增加，净资产总额与每股净资产将随之增加，公司的资产负债率将会下降，有利于增强公司的偿债能力及抗风险能力。

2、对公司盈利水平的影响

本次募集资金投资项目投产后，将进一步提升公司在定制家居行业的竞争优势，扩大产品的生产及营销服务能力，从而进一步提高公司的营业收入，扩大公司的市场份额，巩固公司在定制家居行业的市场地位。本次募集资金产能扩建项目建成并完全达产后，将为公司每年新增营业收入 107,884.77 万元，新增净利润 11,325.54 万元。

3、对净资产收益率的影响

本次发行完成后，公司的净资产在现有基础上将大幅增长。从短期来看，由于募集资金投资项目需要一定的建设周期，短期内难以全部产生效益，会导致公司的净资产收益率短期内下降；但从中长期来看，随着募集资金投资项目达产后顺利实施，公司的收入及利润水平将会得到提升，净资产收益率也将随之上升。

第十节 投资者保护

一、投资者关系安排

（一）信息披露制度和流程

为保证投资者及潜在投资者的合法权益，促进公司规范运营，公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年12月修订）》等有关法律法规，制定了《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等文件，规范公司的信息披露事宜，加强公司与投资者之间的交流沟通，维护中小投资者获取信息的权利。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司设置了证券部作为信息披露和投资者关系管理的日常工作部门，由董事会秘书直接领导。董事会秘书负责协调公司信息披露事项，确保公司的信息真实、准确、完整、及时、公平的对外披露。

公司董事会秘书联系方式如下：

董事会秘书	阮仁宗
联系地址	广州市番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗
联系电话	（020）84821193
传真号码	（020）84821193
电子邮箱	info@snimay.com

（三）投资者关系管理规划

公司将按照《上市公司信息披露管理办法》等相关法律法规的要求，及时在指定报纸、网站等渠道进行信息披露；注重与投资者的沟通交流，并依照《投资者关系管理制度》切实开展投资者关系构建、管理和维护的相关工作，确保投资者公平、及时获取公司信息；未来将积极开展多种投资者沟通活动，方式包括但不限于公告、股东大会、分析师会议、业绩说明会、电话咨询、现场参观等，以增强投资者对公司的认知，提升公司运作透明度。

二、股利分配政策

（一）报告期利润分配情况

报告期内公司利润分配情况参阅本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（四）股利分配情况”。

（二）滚存利润的分配安排

经公司 2022 年第二次临时股东大会审议通过，公司首次公开发行股票并在创业板上市前滚存的未分配利润，由发行股票后的新老股东按发行后的股份比例共享。

（三）本次发行上市后的股利分配政策

经公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司本次发行上市后利润分配按照股东出资比例分配。公司利润分配政策为：

1、利润分配形式

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合或者法律法规允许的其他方式分配利润，并优先考虑采用现金分红。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。根据公司现金流状况、业务成长性、每股净资产规模等真实合理因素，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配。

2、现金分红的条件及比例

（1）公司在具备现金分红条件的情况下，应当采用现金分红进行利润分配。公司实施现金分红的具体条件为：

①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）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

②审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

③公司累计可供分配利润为正值；

④公司无重大投资计划或重大现金支出等事项（募集资金项目除外）发生。上述重大投资计划或重大现金支出事项是指公司未来十二个月内拟对外投资、收

购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元的情形或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 20%。

（2）公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%，且任意三个连续会计年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

3、差异化的现金分红政策

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%。

公司原则上每年度进行一次利润分配，并可以根据盈利情况和资金需求状况进行中期现金分红。

4、股票股利分配的条件

在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄、公司股价与公司股本规模的匹配性等真实合理因素，公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

5、公司利润分配的决策程序

（1）公司具体利润分配预案经董事会审议通过后提交股东大会表决，须经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上审议通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道（包括但不限于电

话、传真、邮箱、互动平台等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。除设置现场会议投票外，还应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决；

（2）独立董事应当对利润分配方案发表独立意见；

（3）监事会应当对公司利润分配方案进行审议，并经半数以上监事表决通过；

（4）如果公司符合公司章程规定的现金分红条件，但董事会未提出现金利润分配预案的，应当在董事会决议公告和定期报告中详细说明未分红的原因以及未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事、监事会应当对此发表审核意见。

6、利润分配政策的调整机制

公司因外部经营环境或生产经营情况发生重大变化、投资规划和长期发展的需要化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，并在议案中详细论证和说明原因，调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，且不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。调整议案经董事会和监事会审议通过后提请股东大会审议，由出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过，独立董事应当对该议案发表独立意见。

（四）上市后未来三年分红回报规划

为增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司制定了《公司上市后三年内股东分红回报规划》，具体内容如下：

1、分红回报规划制定考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑了企业实际情况、发展目标、股东意愿、外部融资环境等因素，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对股利分配作出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

2、分红回报规划制定原则

（1）在满足正常经营所需资金的前提下，公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对股东的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；

（2）充分听取独立董事的意见和考虑中小股东的要求，保障投资者的合法权益；

（3）在保证公司正常经营业务发展的前提下，坚持现金分红为主这一基本原则，每年现金分红不低于当年度实现可供分配利润的 10%；

（4）在确保最低现金分红比例的条件下，公司在经营状况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司股东整体利益时，可以提出股票股利分配预案。

3、分红回报具体规划

（1）利润分配形式

公司可以采取现金、股票或二者相结合的方式进行利润分配。在保证公司正常经营的前提下，优先采用现金方式的利润分配方式。在具备现金分红的条件下，公司应当采用现金分红方式进行利润分配，采用股票股利进行利润分配的，应当以给予股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素。

（2）现金分红条件及比例

在公司当年盈利且累计未分配利润为正数，保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大投资计划或重大现金支出安排，且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的条件下，公司应当采取现金方式分配股利。

公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 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，并按照公司章程规定的决策程序审议后提交公司股东大会审议。

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。

（3）股票股利分配的条件

在确保最低现金分红比例的条件下，公司在经营状况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保最低现金分红比例的条件下，提出股票股利分配预案。

（4）利润分配的决策程序

公司的利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况、股东回报规划提出、拟订，经董事会审议通过后提交股东大会批准，独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见并公开披露。

监事会应对董事会拟定的利润分配预案进行审议，并经监事会全体监事过半数同意。公司利润分配方案应当由出席股东大会的股东（股东代理人）所持表决权的 1/2 以上表决通过。

（五）分红回报规划的调整周期

公司至少每三年为一个周期，根据《公司章程》规定的利润分配政策及公司实际经营情况，结合股东特别是中小股东和独立董事的意见，制定股东分红回报规划，经公司董事会审议通过后提交股东大会审批。

因公司外部经营环境或者自身经营情况发生较大变化，公司可以对股东分红回报规划进行调整，调整时应以股东权益保护为出发点，且不得与《公司章程》的相关规定相抵触。

（六）本次发行前后股利分配政策的差异情况

与发行前股利分配政策相比，本次发行后的股利分配政策主要系根据中国证监会《上市公司章程指引（2019 年修订）》《上市公司监管指引第 3 号-上市公司现金分红》等相关规定加以制定。公司本次发行后的股利分配政策增加了利润

分配原则、利润分配形式、利润分配的条件及比例等内容，更加合理、完善，更有利于保护投资者的合法利益。公司本次发行后的股利分配政策进一步完善了利润分配方案的决策程序和机制，增强了股利分配政策的可操作性。

三、股东投票机制的建立情况

发行人目前已按照证监会的有关规定建立了股东投票机制，其中公司章程中对累积投票制选举公司董事、征集投票权的相关安排等进行了约定。发行上市后，发行人将进一步对中小投资者单独计票机制、法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决等事项进行约定，建立完善的股东投票机制。经发行人 2022 年第二次临时股东大会审议并通过的《公司章程（草案）》，其中规定：

（一）累积投票机制选举公司董事、监事

公司股东大会就选举董事、监事进行表决时，可以实行累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票制度

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）对法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决

股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司在保证股东大会合法、有效的前提下，公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利，股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

（四）征集投票权的相关安排

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

四、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排的情形。

五、尚未盈利或存在累计未弥补亏损的公司关于依法落实保护投资者合法权益规定的各项措施

公司不存在尚未盈利或存在未弥补亏损的情形。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

截至本招股说明书签署日，公司已履行或正在履行的，对公司报告期的生产经营活动、未来发展或财务规划具有重要影响的合同如下：

（一）重大销售合同

公司重大销售合同包括与经销商签署的经销合同（年交易金额或预计年交易金额超过 500 万元，不含税），以及与大宗客户签署的购销合同（实际执行金额超过 1,000 万元，不含税）。具体如下：

1、经销合同

序号	客户名称	合同内容	交易金额	合同期限	履行情况
1	北京欧诗伟业家居有限公司	定制衣柜及配套家居产品	以实际订单为准	2019-2020 年	履行完毕
2	济南市艾佳装饰设计有限公司（注 1）	定制衣柜及配套家居产品	以实际订单为准	2018-2020 年	履行完毕
3	泸州市龙马潭区刘玉军衣柜经营部（注 2）	定制衣柜及配套家居产品	以实际订单为准	2018-2020 年 2021 年度 2022 年度	正在履行
4	汕头市乐意装饰设计有限公司	定制衣柜及配套家居产品	以实际订单为准	2018-2020 年 2021 年度 2022 年度	正在履行
5	江门市雕卓家居有限公司	定制衣柜及配套家居产品	以实际订单为准	2018-2020 年 2021 年度 2022 年度	正在履行
6	广州市花艺家具有限公司（注 3）	定制衣柜及配套家居产品	以实际订单为准	2020 年 12 月-2021 年 8 月 2021 年 8 月-2021 年 12 月 2022 年度	正在履行

注 1：济南地区经销商 2019 年合同签订主体为济南市天桥区尹凡家具银座家居经销部，于 2020 年变更为济南市艾佳装饰设计有限公司，两者属同一控制下企业；

注 2：泸州地区经销商 2018 年合同签订主体为泸州市龙马潭区刘玉军衣柜经营部，于 2020 年变更为自然人汤丽，汤丽为泸州市龙马潭区刘玉军衣柜经营部实际控制人；

注 3：广州天河区经销商 2020 年合同签订主体为自然人温宗文，于 2021 年 8 月变更为广州市花艺家具有限公司，温宗文为广州市花艺家具有限公司实际控制人。

2、大宗业务购销合同

单位：万元

序号	客户名称	合同内容	合同金额 (不含税)	签署日期	履行情况
1	昆明海典房地产开发有限公司	昆明风动项目（海伦中心）2、3号公寓交楼柜体、台面供货及安装	1,088.48	2019.4	履行完毕
2	金螳螂精装科技（苏州）有限公司	昆明市中铁大厦、中铁佳苑精装修工程的橱柜、衣柜、鞋柜、储物柜等木制品供货及安装	1,325.66	2019.11	履行完毕
3	昆明市海伦堡房地产开发有限公司	昆海十二期二标段（春城时光花园 3-3 号地块）6座橱柜、衣柜、收纳柜	1,199.19	2020.03	履行完毕
4	广州市万祥房地产开发有限公司	广州万科海上明月A1-A8栋橱柜、浴室柜、玄关柜等的供货及安装	1,426.13	2020.03	履行完毕
5	唐山万瑞房地产开发有限公司	冀北万科翡翠观唐二期项目橱柜、收纳供货及安装	2,142.43	2021.03	正在履行
6	长沙和拓房地产开发有限公司	长沙旭辉梅溪悦章项目住宅橱柜供货及安装	2,200.36	2021.05	履行完毕
7	扬州万航置业有限公司	扬州四季都会项目全期橱柜供货及安装	1,481.05	2021.06	正在履行
8	长沙兴昌房地产开发有限公司	长沙旭辉雨花郡项目2-3#、5-10#栋玄关柜、橱柜、衣柜、镜柜及浴室柜等收纳系统供货及安装	2,925.54	2021.07	履行完毕
9	长沙隆熙致远房地产开发有限公司、中建二局第一建筑工程有限公司	长沙华远华时代 A 塔项目橱柜供货及安装	1,248.66	2021.07	履行完毕
10	陕西卓越华悦置业有限公司	西卓越坊（里）项目全期橱柜收纳系统供货及安装	1,998.70	2021.09	正在履行
11	无锡市美越房地产发展有限公司	无锡上城壹号项目板式柜供货及安装	1,337.18	2021.11	正在履行
12	云南盛商房地产开发有限公司	云天城（招商依云国际社区）A4A5地块柜体供货及安装	1,106.93	2021.11	履行完毕
13	成都润德英赫置业有限公司	成都天府领地玖府项目橱柜柜体供货及安装	1,250.17	2021.10	正在履行
14	长沙兴昌房地产开发有限公司	长沙旭辉雨花郡项目11#、13#、16#、18#栋玄关柜、橱柜、衣柜、镜柜及浴室柜等收纳系统供	1,392.83	2022.03	正在履行

序号	客户名称	合同内容	合同金额 (不含税)	签署日期	履行情况
		货及安装			
15	陕西中顺林拓实业有限公司	西安御锦城定制柜供货及安装	1,858.41	2022.05	正在履行
16	深圳新家生活科技服务有限公司（注）	室内装潢材料战略采购	以实际订单为准	2018.11	履行完毕

注：深圳新家生活科技服务有限公司为金地集团下属家装公司，于 2021 年 2 月更名为深圳新诚天建筑工程有限公司（以下简称“深圳新诚天”）。该战略采购协议于 2019 年底到期后，发行人与深圳新诚天主要分支机构直接签订战略采购协议，继续开展合作。

（二）重大采购合同

公司重大采购合同为与供应商签署的采购框架协议（年交易金额或预计年交易金额超过 1,500 万元，不含税），具体如下：

序号	供应商名称	合同内容	交易金额	合同期限	履行情况
1	广东始兴县华洲木业有限公司	板材采购及加工	以实际订单为准	2018-2019 年	履行完毕
	广州华坊洲木业有限公司			2020-2021 年	履行完毕
			以实际订单为准	2018-2019 年	履行完毕
				2020-2022 年	正在履行
2	佛山市英辉铝型材有限公司	铝型材采购	以实际订单为准	2019 年度	履行完毕
3	万华禾香板业有限责任公司	板材采购及加工	以实际订单为准	2019 年 4 月-2020 年 12 月	履行完毕
	万华禾香板业有限责任公司销售分公司		以实际订单为准	2020-2023 年	正在履行
4	广西华晟木业有限公司	板材采购	以实际订单为准	2018-2019 年	履行完毕
5	佛山市三水粤山装饰实业有限公司	板材采购及加工	以实际订单为准	2018-2019 年	履行完毕
6	安徽省六安市叶集丽人木业有限公司	板材采购	以实际订单为准	2018-2019 年	履行完毕
7	中山市君成家具制造有限公司	大宗客户业务产品加工	以实际订单为准	2020 年度	履行完毕
8	广东中旗新材料股份有限公司	台面采购	以实际订单为准	2019 年 12 月-2020 年 12 月	履行完毕
		台面采购		2020 年 12 月-2021 年 12 月	履行完毕
9	商丘市鼎丰木业股份有限公司	板材采购	以实际订单为准	2020-2022 年	正在履行
10	湖北欧杰诺新材料科技有限公司	板材加工	以实际订单为准	2020 年 5 月-2022 年 12 月	正在履行

注 1：广东始兴县华洲木业有限公司、广州华坊洲木业有限公司属于同一控制下企业；

注 2：佛山市三水粤山装饰实业有限公司于 2021 年 1 月更名为广东粤山新材料科技有限公司。

（三）授信与借款合同

截至招股说明书签署日，对公司有重大影响的已履行和正在履行的重大授信与借款合同（合同金额达到 2,000 万元）具体如下：

1、授信合同

报告期内，公司与招商银行广州分行签署了《授信协议》，公司控股股东、实际控制人幸福民及子公司湖北诗尼曼为上述《授信协议》提供最高额不可撤销保证担保，具体授信情况如下：

单位：万元

序号	授信人	授信额度	授信期间	签署日期	履行情况
1	招商银行广州分行	2,000.00	2018.11.20-2019.11.19	2018.11	履行完毕
2		5,000.00	2019.09.26-2020.09.25	2019.09	履行完毕
3		8,000.00	2020.10.13-2023.10.12	2020.10	履行完毕
4		12,000.00	2021.10.14-2024.10.13	2021.10	正在履行

截至 2022 年 9 月 30 日，上表第四项《授信协议》项下除存在银行承兑汇票余额为 4,557.02 万元外，不存在其他债务。

2、委托借款合同

发行人子公司湖北诗尼曼与荆门北诚投资、湖北银行荆门分行签署了《人民币委托贷款借款合同》，具体合同情况如下：

单位：万元

委托方	受托方/借款方	合同编号	合同金额	签署日期	合同期限	履行情况
荆门北诚投资	湖北银行荆门分行	C2017 委 201605220001	3,000.00	2017.05	5 年	履行完毕
		C2017 委 201611270001	3,000.00	2017.11	自合同签署之日起至 2022 年 5 月 20 日	

注：荆门北诚投资于 2020 年 5 月更名为湖北长宁创新投资集团有限责任公司。

上表第二项委托贷款借款合同实际借款金额为 2,000 万元，截至本招股说明书签署日已履行完毕。

3、银行借款合同

2022 年 12 月，发行人与招商银行广州分行签署了《固定资产借款合同》，

贷款 1.5 亿元用于诗尼曼家居总部及智能制造基地项目建设，贷款合同具体情况如下：

借款人	贷款人	合同编号	合同金额	签署日期	贷款期限	履行情况
广州诗尼曼家居股份有限公司	招商银行广州分行	120HT2022106696	15,000.00	2022 年 12 月 16 日	5 年	正在履行

针对上述贷款事项，发行人与招商银行广州分行签署了《抵押合同》（编号：120HT202210669601），将位于广州市番禺区化龙镇的土地使用权作为该项贷款的抵押物，并由实际控制人幸福民、子公司湖北诗尼曼分别出具担保书（编号：120HT202210669602、120HT202210669603）为该项贷款提供连带保证责任。

（四）其他重要合同

1、土地出让合同

2019 年 2 月 1 日，公司与广州市国土资源和规划委员会签署了编号为“440113-2019-000005”的《国有建设用地使用权出让合同》，受让位于广州市番禺区化龙镇金湖工业区，出让宗地编号为 2018KJ01130043，面积 22,864 平方米的一宗土地，该宗土地出让价款为 4,321.30 万元。截至本招股说明书签署日，公司已全额支付上述土地出让金，并取得编号为粤（2019）广州市不动产权第 07800344 号的土地使用权证。

2、重大租赁合同

2017 年 9 月 1 日，公司与广州市有维物业发展有限公司签署《租赁合同》，租赁其位于番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗的物业，租赁的土地面积为 75,602.31 平方米，租赁协议签署时地上建筑物建筑面积约为 52,683.68 平方米，租赁期为 6 年（2017 年 9 月 1 日至 2023 年 8 月 31 日），租赁费为前两年每年 960 万元，之后三年每年 1,056 万元，最后一年 1,161.60 万元。

3、重大施工合同

2018 年 10 月 26 日，公司子公司湖北诗尼曼与湖北嘉园建设有限公司签署《建设工程施工合同》，由其承建公司湖北生产基地一期扩建工程，合同金额 1,400 万元，截至本招股说明书签署日，该合同已执行完毕。

2021年6月10日，公司子公司湖北诗尼曼与湖北嘉园建设有限公司签署《建设工程施工合同》，由其承建公司湖北生产基地二期项目，合同金额2,450万元，截至本招股说明书签署日，该合同已执行完毕。

4、恒大消费券业务相关合同

2018年2月、2019年5月，公司分别与深圳市恒腾网络有限公司（简称“恒腾网”）、泰瓴科技（深圳）有限公司（原名星络科技有限公司，恒腾网100%控股）签署了《项目设计制作及展示项目服务合同》，约定恒腾网为公司提供社区网络平台，为接受恒腾网平台服务的业主提供拎包入住采购。在实际执行时，由公司与恒大地产项目公司签署关于《品牌家居券》消费的协议，约定该券用于恒腾网络所运营的网上商城消费，按该网上商城的商品价格购买美居工程所需产品。凡在恒腾网所运营的网上商城使用《品牌家居券》消费的，恒大地产项目公司同意按照实际消费金额与本公司结算。

2019年，恒大消费券业务模式下公司对各经销商实现的收入为2,202.96万元，占营业收入的比例分别为2.64%，占比较低，对公司经营业绩无重大影响。由于存在账期及服务费等，2020年开始公司停止了与恒大消费券业务的合作。

5、广告代言合同

2017年3月，公司与新沂金海紫禾影视文化工作室（以下简称“金海紫禾”）签署《代言合同》，聘请海清为公司广告产品形象代言人，代言期限三年，代言费用总额为972万元。

2019年12月，公司与青岛金海紫禾影视文化工作室续签《代言合同》，续聘海清为公司广告产品形象代言人，代言期限自2020年3月始三年，代言费用总额为972万元。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保事项。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）公司的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司因恒大消费券业务未结算款项，与益阳恒瑞

置业有限公司、儋州信恒旅游开发有限公司、儋州中润旅游开发有限公司、长沙金霞开发建设有限公司存在尚未了结的票据付款请求权纠纷案，具体情况如下：

2021年6月、7月，诗尼曼作为原告，以被告益阳恒瑞置业有限公司、儋州信恒旅游开发有限公司、儋州中润旅游开发有限公司、长沙金霞开发建设有限公司向其开具的《电子商业承兑汇票》到期后要求付款被拒为由，分别向湖南省益阳市赫山区人民法院、海南省儋州市人民法院、湖南省长沙市开福区人民法院提起诉讼，请求法院判令被告分别支付票据款40.74万元、400万元、147.59万元、10.21万元及各自逾期付款利息。

2021年8月，上述法院已分别出具《民事裁定书》或《民事判决书》，其中：湖南省益阳市赫山区人民法院判决被告向原告支付40.74万元及逾期付款利息，诗尼曼向法院申请强制执行后，湖南省益阳市赫山区人民法院出具《执行裁定书》和《移送函》，将本案移送至广州市中级人民法院处理。海南省儋州市人民法院、湖南省长沙市开福区人民法院直接裁定将案件移送广州市中级人民法院处理。

上述案件移送后，2021年11月，广州市荔湾区人民法院出具《民事判决书》，判决被告即长沙金霞开发建设有限公司向原告即本公司支付票据款项10.21万元及逾期付款利息，截至目前，诗尼曼已向法院申请强制执行。2021年12月，广州市黄埔区人民法院已向公司出具儋州信恒旅游开发有限公司、儋州中润旅游开发有限公司案件的受理通知书。

除此外，截至本招股说明书签署日，上述诉讼未有其他进一步进展。公司管理层认为，目前恒大地产虽然存在一定的流动性问题，但考虑其房地产项目储备充足、目前正积极化解自身债务问题，上述款项全部无法收回的风险较低，公司已针对上述款项全额计提了坏账准备，因此即使上述款项全部无法收回，也不会对公司持续经营造成重大不利影响，不会对本次发行上市造成实质性影响。

除上述票据付款请求权纠纷案件外，2021年10月，诗尼曼原经销商大同市名豪商贸有限公司作为原告以被告发行人单方强行解除与原告的经销合同为由，向广州市南沙区人民法院提起诉讼，请求法院判令被告向原告赔偿装修费损失、样品及库存损失、可得利益损失等合计共计425.04万元。截至本招股说明书签署日，本案件已在广州市南沙区人民法院一审开庭审理，尚未判决。从一审庭审情况

来看，双方对经销关系解除的过错承担存在争议，且原告提交的证据不足以完全证明其诉讼请求赔偿金额的合法合理性，一审法院支持原告全部诉讼请求的可能性较小，但可能会根据原告提供证据并结合查明的案件事实情况酌情判决被告向原告支付样品费、装修损失、品牌经营保证金，具体金额公司管理层认为将较大低于原告诉讼请求金额，该诉讼案件对公司经营不会造成重大影响，不会对本次发行上市造成实质性影响。

除此外，截至本招股说明书签署日，公司不存在其他尚未了结的对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的重大诉讼或仲裁事项。

（二）公司控股股东、实际控制人的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（三）公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近3年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

四、控股股东、实际控制人报告期内重大违法情况

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节有关声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

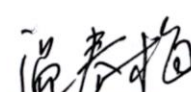
本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：


辛福民

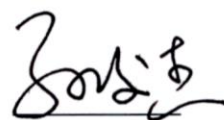

丁淑娟


董岩


温春梅


徐志强

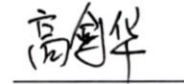

李国华


孙俊杰

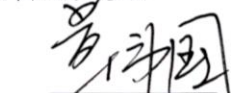
全体监事：

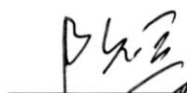

蒋芙蓉


李家军


高剑华

其他高级管理人员：


黄伟国


阮仁宗



广州诗尼曼家居股份有限公司

2022年12月28日

第十二节有关声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：

幸福民

丁淑娟

董岩

温春梅

徐志强

李国华

孙俊杰

全体监事：

蒋芙蓉

李家军

高剑华

其他高级管理人员：

黄伟国

阮仁宗



广州诗尼曼家居股份有限公司

2022 年 12 月 28 日

第十二节有关声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：

幸福民	丁淑娟	董 岩	温春梅
徐志强	李国华	孙俊杰	

全体监事：

蒋芙蓉	李家军	高剑华

其他高级管理人员：

黄伟国	阮仁宗

广州诗尼曼家居股份有限公司



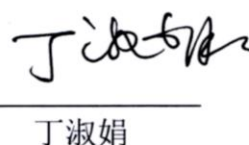
2022 年 12 月 28 日

发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人：


辛福民


丁淑娟



广州诗尼曼家居股份有限公司

2022 年 12 月 28 日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人签字： 张伊影
张伊影

保荐代表人签字： 孙晓斌
孙晓斌

颜丙涛
颜丙涛

法定代表人签字： 张巍
张巍



保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

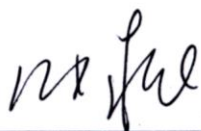
总经理（总裁）签字： 
李翔



保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董事长签字：



张巍



发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。



负责人：_____

顾功耘

经办律师：_____

何煦

经办律师：_____

余苏

2022 年 12 月 28 日



大華會計師事務所

大华会计师事务所（特殊普通合伙）
北京市海淀区西四环中路16号院7号楼12层 [100039]
电话：86 (10) 5835 0011 传真：86 (10) 5835 0006
www.dahua-cpa.com

会计师事务所声明

大华特字[2022]006262 号

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的广州诗尼曼家居股份有限公司大华审字[2022]0018972 号审计报告、大华核字[2022]0014103 号内部控制鉴证报告、大华核字[2022]0014104 号纳税鉴证报告、大华核字[2022]0014102 号非经常性损益鉴证报告以及大华核字[2022]0014105 号申报财务报表与原始财务报表差异比较表的鉴证报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对广州诗尼曼家居股份有限公司在招股说明书中引用的上述专业报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

梁 春



签字注册会计师：

吴萃柿



毛潇滢



大华会计师事务所（特殊普通合伙）



〇二二年十二月二十一日

评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

评估机构负责人签名：



陈喜佟

评估师签名：



资产评估师
晏帆
44000263

晏帆



资产评估师
李小忠
44000034

李小忠

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司

2022年12月28日





大华会计师事务所

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

北京市海淀区西四环中路16号院7号楼12层 [100039]

电话：86 (10) 5835 0011 传真：86 (10) 5835 0006

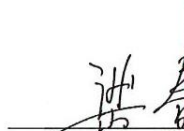
www.dahua-cpa.com

验资复核机构声明

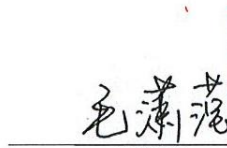
大华特字[2022]006264号

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的广州诗尼曼家居股份有限公司大华核字[2021]0012470号历次验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对广州诗尼曼家居股份有限公司在招股说明书中引用的上述专业报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：


梁春

签字注册会计师：


吴萃琦
毛潇滢

大华会计师事务所（特殊普通合伙）



二〇二二年十二月二十八日

第十三节 附件

一、附件目录

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）与投资者保护相关的承诺；
- （七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；
- （八）内部控制鉴证报告；
- （九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- （十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间

查阅时间为周一至周五，上午 9:00-下午 5:00。备查文件同时将在深圳证券交易所指定披露网站（www.cninfo.com.cn）上披露。

三、备查文件查阅地址

（一）发行人

名称：广州诗尼曼家居股份有限公司

地址：广州市番禺区石楼镇莲花山联围村浮莲岗

联系人：阮仁宗（董事会秘书）

电话号码：（020）84821193 传真号码：（020）84821193

（二）保荐人（主承销商）

名称：长城证券股份有限公司

办公地址：广东省深圳市福田区福田街道金田路2026号能源大厦南塔楼10-19层

联系人：张伊影

电话号码：（0755）23934001 传真号码：（0755）28801392

四、具体承诺事项

（一）关于本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向的承诺

1、控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟承诺如下：

“一、自诗尼曼首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的诗尼曼首次公开发行股票前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份，若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

二、诗尼曼上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于首次公开发行的发行价，本人直接或间接持有的诗尼曼股票将在上述锁定期届满后自动延长 6 个月（若上述期间诗尼曼发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）；在延长锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的诗尼曼首次公开发行前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份。

三、本人在上述锁定期满后 2 年内减持本人持有的公司首次公开发行前已发行的股份的，减持价格不低于首次公开发行的发行价，如自公司首次公开发行股票至上述减持公告之日公司发生过派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价格和减持数量应相应调整。如发生中国证监会、证券交易所规定不得减持股份情形的，本人不得减持股份。

四、本人在上述锁定期满后拟减持股份的，将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等法律、法规允许的方式转让公司股份，并于减持前 3 个交易日予以公告，在减持公司股份前后，将按照中国证监会、证券交易所有关规定规则及时、准确地履行信息披露义务。

五、在本人担任诗尼曼董事或高级管理人员期间，本人在上述锁定期满后每年转让的诗尼曼股份不超过本人持有的诗尼曼股份总数的 25%，离职之日起半年内不转让本人持有的诗尼曼股份。若本人在任职届满前离职的，本人在就任时确定的任期内以及任期届满六个月内，继续遵守上述限制性规定。

六、本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将在诗尼曼股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股票锁定期承诺向诗尼曼股东和社会公众投资者道歉；若本人因未履行承诺而获得收入的，所得收入归诗尼曼所有；如果因本人未履行承诺事项给诗尼曼或者其他投资者造成损失的，本人将向诗尼曼或者其他投资者依法承担赔偿责任。

七、上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而失效。”

2、作为控股股东、实际控制人亲属的股东承诺

发行人控股股东、实际控制人幸福民之弟幸福强，控股股东、实际控制人丁淑娟之兄丁朝晖承诺如下：

“一、自诗尼曼首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的诗尼曼首次公开发行股票前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份，若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

二、诗尼曼上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于首次公开发行的发行价，本人直接或间接持有的诗尼曼股票将在上述锁定期届满后自动延长 6 个月（若上述期间诗尼曼发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）；在延长锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的诗尼曼首次公开发行前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份。

三、本人在上述锁定期满后 2 年内减持本人持有的公司首次公开发行前已发行的股份的，减持价格不低于首次公开发行的发行价，如自公司首次公开发行股票至上述减持公告之日公司发生过派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价格和减持数量应相应调整。如发生中国证监会、证券交易所规定不得减持股份情形的，本人不得减持股份。

四、本人在上述锁定期满后拟减持股份的，将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等法律、法规允许的方式转让公司股份，并于减持前 3 个交易日予以公告，在减持公司股份前后，将按照中国证监会、证券交易所有关规定规则及时、准确地履行信息披露义务。

五、本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任。若本人因未履行承诺而获得收入的，所得收入归诗尼曼所有；如果因本人未履行承诺事项给诗尼曼或者其他投资者造成损失的，本人将向诗尼曼或者其他投资者依法承担赔偿责任。

六、上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而失效。”

发行人控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟的其他亲属刘海、程巧玲、刘洁洁、辛坤禄承诺如下：

1、自公司首次公开发行股票并在证券交易所上市日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

2、本人将遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对实际控制人亲属股份转让的其他规定。

3、担任公司董事、高级管理人员的股东承诺

担任公司董事、高级管理人员的股东温春梅、黄伟国、阮仁宗承诺如下：

“一、自诗尼曼首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的诗尼曼首次公开发行股票前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份，若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

二、诗尼曼上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首

次公开发行的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于首次公开发行的发行价，本人直接或间接持有的诗尼曼股票将在上述锁定期届满后自动延长 6 个月（若上述期间诗尼曼发生派发股利、送红股、转增股本或配股等除息、除权行为的，则发行价以经除息、除权等因素调整后的价格计算）；在延长锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的诗尼曼首次公开发行前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份。

三、本人在上述锁定期满后 2 年内减持本人持有的公司首次公开发行前已发行的股份的，减持价格不低于首次公开发行的发行价，如自公司首次公开发行股票至上述减持公告之日公司发生过派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价格和减持数量应相应调整。如发生中国证监会、证券交易所规定不得减持股份情形的，本人不得减持股份。

四、在本人担任诗尼曼董事或高级管理人员期间，本人在上述锁定期满后每年转让的诗尼曼股份不超过本人持有的诗尼曼股份总数的 25%，离职之日起半年内不转让本人持有的诗尼曼股份。若本人在任职届满前离职的，本人在就任时确定的任期内以及任期届满六个月内，继续遵守上述限制性规定。

五、本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任。若本人因未履行承诺而获得收入的，所得收入归诗尼曼所有；如果因本人未履行承诺事项给诗尼曼或者其他投资者造成损失的，本人将向诗尼曼或者其他投资者依法承担赔偿责任。

六、上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而失效。”

4、担任公司监事的股东承诺

担任公司监事的股东蒋芙蓉、高剑华、李家军承诺如下：

“一、自诗尼曼首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的诗尼曼首次公开发行股票前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份，若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

二、在本人担任诗尼曼监事期间，本人在上述锁定期满后每年转让的诗尼曼股份不超过本人持有的诗尼曼股份总数的 25%；离职之日起半年内不转让持有的诗尼曼股份。若本人在任职届满前离职的，本人在就任时确定的任期内以及任期

届满六个月内，继续遵守上述限制性规定。

三、本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任。若本人因未履行承诺而获得收入的，所得收入归诗尼曼所有；如果因本人未履行承诺事项给诗尼曼或者其他投资者造成损失的，本人将向诗尼曼或者其他投资者依法承担赔偿责任。

四、上述承诺不因本人职务变更、离职等原因而失效。”

5、其他股东承诺

其他股东红塔创新承诺如下：

“一、自诗尼曼首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的诗尼曼首次公开发行股票前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份，若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。

二、本企业在上述锁定期满后拟减持股份的，将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等法律、法规允许的方式转让公司股份，并于减持前 3 个交易日予以公告，在减持公司股份前后，将按照中国证监会、证券交易所有关规定规则及时、准确地履行信息披露义务。

三、本企业也将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任。若本企业因未履行承诺而获得收入的，所得收入归诗尼曼所有；如果因本企业未履行承诺事项给诗尼曼或者其他投资者造成损失的，本企业也将向诗尼曼或者其他投资者依法承担赔偿责任。”

其他股东深圳典堂、深圳诗意承诺如下：

“一、自诗尼曼首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的诗尼曼首次公开发行股票前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份，若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。

二、本企业在上述锁定期满后 2 年内减持本企业持有的公司首次公开发行前已发行的股份的，减持价格不低于首次公开发行的发行价，如自公司首次公开发行股票至上述减持公告之日公司发生过派息、送股、资本公积转增股本等除权除

息事项的，发行价格和减持数量应相应调整。如发生中国证监会、证券交易所规定不得减持股份情形的，本企业不得减持股份。

三、本企业在上述锁定期满后拟减持股份的，将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等法律、法规允许的方式转让公司股份，并于减持前 3 个交易日予以公告，在减持公司股份前后，将按照中国证监会、证券交易所有关规定规则及时、准确地履行信息披露义务。

四、本企业也将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任。若本企业因未履行承诺而获得收入的，所得收入归诗尼曼所有；如果因本企业未履行承诺事项给诗尼曼或者其他投资者造成损失的，本企业也将向诗尼曼或者其他投资者依法承担赔偿责任。”

其他股东红星美凯龙、居然之家承诺如下：

“一、自诗尼曼首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的诗尼曼首次公开发行股票前已发行的股份，也不由诗尼曼回购该等股份，若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。

二、本企业也将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任。若本企业因未履行承诺而获得收入的，所得收入归诗尼曼所有；如果因本企业未履行承诺事项给诗尼曼或者其他投资者造成损失的，本企业也将向诗尼曼或者其他投资者依法承担赔偿责任。”

（二）关于稳定股价的措施和承诺

1、发行人承诺

发行人承诺如下：

“1、稳定股价预案启动与终止条件

（1）启动股价稳定措施的具体条件

公司自上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，须进行相

应进行调整，下同）时（以下简称“触发稳定股价条件”），应按照股价稳定预案规定启动稳定股价措施。

（2）终止股价稳定措施的情形

自股价稳定方案公告之日起 30 个交易日内，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

①公司 A 股股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司上一年度末经审计的每股净资产（上一年度末审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况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）；

②继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

2、股价稳定相关措施及承诺

本公司承诺：

在控股股东及实际控制人稳定股价措施实施完毕之日起 2 个交易日内，公司应将本次稳定股价措施实施情况予以公告。

在负有增持义务的董事、高级管理人员稳定股价措施实施完毕之日起 2 个交易日内，公司应将本次稳定股价措施实施情况予以公告。

公司在首次公开发行股票并上市后 3 年内新聘的在公司任职并领取薪酬的公司董事（独立董事除外）、高级管理人员，本公司将在其作出承诺履行公司发行上市时负有增持义务的董事、高级管理人员已作出的相应承诺要求后，方可聘任。

公司董事会应在公司上述触发稳定股价条件之日起的 15 个交易日内作出回购股票的决议，制定明确、具体的回购方案，方案内容包括但不限于拟回购本公司股份的种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容，并在履行完毕相关内部决策程序和外部审批/备案程序（如需）后实施，且按照上市公司信息披露要求予以公告。

公司将自公司制定的股价稳定方案履行完毕决策程序之日起 30 个交易日内通过证券交易所交易系统回购公司社会公众股份，回购价格不高于公司上一年度末经审计的每股净资产（上一年度末审计基准日后，因利润分配、资本公积转增

股本、增发、配股等情况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），公司单次用于回购股份数量最大限额为公司股本总额的 1%，如公司单次回购股份后，仍不能达到稳定股价措施的停止条件，则公司继续进行回购，12 个月内累计回购股份数量不超过公司股份总数的 2%，回购后公司的股权分布应当符合上市条件，回购行为及信息披露、回购后的股份处置应当符合《公司法》《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

本公司可以根据公司及市场的实际情况，采取其他经证券监督管理部门认可的方式维护公司股价稳定，具体措施实施应以维护上市公司地位、保护公司及广大投资者利益为原则，遵循法律、法规及证券交易所的相关规定，并应按照证券交易所上市规则及其他适用的监管规定履行其相应的信息披露义务。

该次稳定股价措施实施完毕之日起 2 个交易日内，公司应将本次稳定股价措施实施情况予以公告。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未按照本承诺的内容采取具体措施，公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行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，造成投资者相关损失的，则应当依法予以赔偿。

若公司董事会制订的稳定公司股价措施涉及公司控股股东及实际控制人增持公司股票，如控股股东及实际控制人未能履行稳定公司股价的承诺，则本公司有权将对控股股东及实际控制人的现金分红予以扣留，直至其履行增持义务。

若公司董事会制订的稳定公司股价措施涉及负有增持义务的董事、高级管理人员增持公司股票，如负有增持义务的董事、高级管理人员未能履行稳定公司股价的承诺，则本公司有权将对其从公司领取的薪酬和现金分红予以扣留，直至其履行增持义务。”

2、控股股东、实际控制人承诺

控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟承诺如下：

“若股份回购预案未获得公司董事会及股东大会（如需）批准或者公司回购股份达到预案上限后，公司股票连续 20 个交易日的收盘价仍均低于公司最近一期经审计的每股净资产时，本人应在十个交易日内以书面形式向公司提交明确、

具体的增持方案，方案内容包括但不限于拟增持的股份种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容。公司应于收到书面通知书之日的次日予以公告。自本人提出的股价稳定方案公告次日起，本人可以开始实施增持计划。

本人将自股价稳定方案公告之日起 30 个交易日内通过证券交易所交易系统按本人直接或间接持有或控制的公司股东之股份比例对公司股份进行同比例增持，增持价格不高于公司上一年度末经审计的每股净资产（上一年度末审计基准日后，因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况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），用于单次增持股份的金额以上年度其直接或间接持有或控制的公司股东获得的公司分红金额的 50% 为上限，12 个月内累计不超过上年度获得的全部公司分红金额，增持计划完成后的六个月内将不出售所增持的股份，增持后公司的股权分布应当符合上市条件，增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

本人可以根据公司及市场的实际情况，采取其他经证券监督管理部门认可的方式维护公司股价稳定，具体措施实施应以维护上市公司地位、保护公司及广大投资者利益为原则，遵循法律、法规及证券交易所的相关规定，并应按照证券交易所上市规则及其他适用的监管规定履行其相应的信息披露义务。

该次稳定股价措施实施完毕之日起 2 个交易日内，公司应将本次稳定股价措施实施情况予以公告。

若公司董事会制订的稳定公司股价措施涉及本人增持公司股票，如本人未能履行稳定公司股价的承诺，则公司有权对本人从公司领取的现金分红予以扣留，直至本人履行增持义务。

在发行人就回购股份事宜召开的董事会及股东大会上，本人对发行人承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。”

3、公司董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺

公司董事幸福民、丁淑娟、董岩、温春梅，其他高级管理人员黄伟国、阮仁宗承诺如下：

“控股股东及实际控制人增持公司 A 股股票完成后 15 个交易日内，若终止股价稳定措施的情形未出现，则本人及其他负有增持义务的董事及高级管理人员

应在十个交易日内以书面形式向公司提交明确、具体的增持方案，方案内容包括但不限于拟增持的股份种类、数量区间、价格区间、实施期限等内容。公司应于收到书面通知书之日的次日予以公告。自董事、高级管理人员提出的股价稳定方案公告次日起，本人可以开始实施增持计划。

本人将自股价稳定方案公告之日起 30 个交易日内通过证券交易所交易系统增持本公司社会公众股份，增持价格不高于本公司上一年度末经审计的每股净资产（上一年度末审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况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），用于增持公司股份的资金额不低于本人上一年度从本公司领取薪酬（税后）和现金分红（税后）总和的 20%，增持计划完成后的六个月内将不出售所增持的股份，增持后本公司的股权分布应当符合上市条件，增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

本人可以根据公司及市场的实际情况，采取其他经证券监督管理部门认可的方式维护公司股价稳定，具体措施实施应以维护上市公司地位、保护公司及广大投资者利益为原则，遵循法律、法规及证券交易所的相关规定，并应按照证券交易所上市规则及其他适用的监管规定履行其相应的信息披露义务。

该次稳定股价措施实施完毕之日起 2 个交易日内，公司应将本次稳定股价措施实施情况予以公告。

若公司董事会制订的稳定公司股价措施涉及本人增持公司股票，如本人未能履行稳定公司股价的承诺，则公司有权将对本人从公司领取的薪酬和现金分红予以扣留，直至本人履行增持义务。

公司全体董事（独立董事除外）应在本公司就回购股份事宜召开的董事会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。”

（三）关于欺诈发行上市的股份购回及赔偿承诺

1、发行人承诺

发行人承诺如下：

“一、本公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情

形。

二、如本公司不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认欺诈发行后五个工作日内启动股份回购程序，购回本公司本次公开发行的全部新股。”

2、控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟承诺如下：

“一、公司本次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

二、如公司不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证监会等有权部门确认欺诈发行后五个工作日内，启动股份回购程序，购回公司本次公开发行的全部新股。”

（四）关于填补被摊薄即期回报的措施和承诺

1、公司采取的填补即期回报的措施

本公司拟申请首次公开发行股票并在上市，为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，增强本公司持续回报能力，充分保护中小股东的利益，本公司针对自身经营特点制定了如下措施与承诺：

（1）加强募集资金管理，提高资金利用率，保证募集资金合理合法使用

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，本公司制定了《募集资金使用管理办法》，对募集资金的存放、使用、管理等事项进行了规范，以保证募集资金存放和使用的安全，防止募集资金被控股股东、实际控制人等关联方占用或挪用。本次公开发行股票结束后，募集资金将存放于董事会指定的专项账户中，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。

（2）完善利润分配制度，强化投资者回报制度

据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》的要求，公司进一步完善和细化了利润分配政策。为了明确本次发行后对投资者的回报，《公司章程》明确了有关利润分配政策的决策制度和程序的相关条款；为更好的保障全体股东的合理回报，

进一步细化发行人章程中有关利润分配政策的相关条款，制定了《公司上市后三年内股东分红回报规划》。公司上市后将严格执行公司的分红政策，强化投资者回报制度。

（3）加快募集资金投资项目的建设

本次发行募集资金拟投资“湖北荆门产能建设项目二期”和“信息化升级建设技术改造项目”，公司已对募投项目进行可行性研究论证，证明募投项目符合行业发展趋势。

本次发行募集资金到位前，为尽快实现募投项目效益，本公司将积极调配资源，提前积极布局；本次发行募集资金到位后，在符合法律、法规及其他规范性文件、法律文件和公司内部制度的前提下，本公司将尽可能加快推进募投项目建设，加快实现募集资金投资项目的预期经济效益，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。

（4）着力提升公司的市场竞争力，积极推进发行人业务发展

公司主要从事定制衣柜、定制橱柜、铝合金门窗及其他全屋配套家具产品的研发、生产和销售业务，是国内定制家居行业的领军品牌之一。为增强公司的持续回报能力，公司将健全和完善技术创新机制，加大投入；通过进一步巩固在优势领域的产品以及新产品的开发，奠定长期稳定发展的基础。在充分把握行业发展趋势的基础上，公司将采取各种措施保证合理整合内外部资源，加大研发管理创新力度，提升公司的核心竞争能力和整体盈利水平。

制定上述填补被摊薄即期回报具体措施不等于对本公司未来利润做出保证，但为保障本公司、全体股东及社会公众投资者的合法利益，本公司承诺将积极推进上述填补被摊薄即期回报的措施。若未履行前述承诺，本公司将及时公告未履行的事实及理由，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在本公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

2、控股股东、实际控制人承诺

控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟承诺如下：

“为贯彻执行《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定和文件精神，作为发行人的控股股东、实际控制人，本人不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益。

若本人未履行上述承诺，本人将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开作出解释并道歉，并接受中国证券监督管理委员会和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，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。若本人未履行上述承诺给发行人或者发行人股东造成损失，本人将依法承担补偿责任。”

3、公司董事、高级管理人员承诺

公司董事和高级管理人员幸福民、丁淑娟、温春梅、董岩、徐志强、孙俊杰、李国华、黄伟国、阮仁宗承诺如下：

“（一）不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益；

（二）对本人的职务消费行为进行约束；

（三）不动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（四）由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；

（五）如发行人未来进行股权激励，拟公布的股权激励的行权条件将与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

若本人未履行上述承诺，本人将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开作出解释并道歉，并接受中国证券监督管理委员会和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，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。若本人未履行上述承诺给发行人或者发行人股东造成损失，本人将依法承担补偿责任。”

（五）关于执行利润分配政策的承诺

1、发行人承诺

发行人承诺如下：

“公司承诺本次公开发行股票并上市后将严格按照《广州诗尼曼家居股份有限公司章程（草案）》及《公司上市后三年内股东分红回报规划》的相关规定进行利润分配。

本公司将积极履行利润分配政策，若违反前述承诺（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致的除外）公司将公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，同时向公司投资者提出补充承诺或替代承诺并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议，以尽可能保护投资者的权益。”

2、控股股东、实际控制人承诺

控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟承诺如下：

“一、本人在本次公开发行股票并上市后将严格遵守《广州诗尼曼家居股份有限公司章程（草案）》及《公司上市后三年内股东分红回报规划》；

二、在审议公司利润分配议案的股东大会上，本人对符合《广州诗尼曼家居股份有限公司章程（草案）》及《公司上市后三年内股东分红回报规划》要求的利润分配议案投赞成票；

三、本人将督促公司根据相关决议实施利润分配。”

（六）关于依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺

1、发行人承诺

发行人承诺如下：

“一、如果本公司未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

二、如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

三、对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴。

四、如因不可抗力导致未能履行本公司招股说明书中披露的承诺事项，本公司将采取以下措施：及时、充分披露本公司承诺未能履行的原因；向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。”

2、公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟承诺如下：

“一、如果本人未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本人将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

二、如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。

三、本人将暂不领取公司分配利润中归属于本人的部分。

四、如果本人因未履行相关公开承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。本人在获得收益或知晓未履行相关公开承诺事项之日起十个工作日内，应将所获收益支付至公司指定账户。

五、如因不可抗力导致未能履行本公司招股说明书中披露的承诺事项，本人将采取以下措施：及时、充分披露承诺未能履行的原因；向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。”

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事、高级管理人员幸福民、丁淑娟、温春梅、董岩、徐志强、孙俊杰、李国华、蒋芙蓉、高剑华、李家军、黄伟国、阮仁宗承诺如下：

“一、如果本人未履行招股说明书披露的公开承诺事项，本人将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

二、如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。

三、本人将在违反相关承诺发生之日起五个工作日内，主动申请调减或停发薪酬或津贴。

四、如果本人因未履行相关公开承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有。本人在获得收益或知晓未履行相关公开承诺事项之日起十个工作日内，应将所获收益支付至公司指定账户。

五、如因不可抗力导致未能履行本公司招股说明书中披露的承诺事项，本人将采取以下措施：及时、充分披露承诺未能履行的原因；向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

六、本人承诺不因职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的承诺。”

（七）关于规范和减少关联交易的承诺

公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟，持有发行人 5%以上股份的股东红塔创新、深圳典堂、深圳诗意，发行人董事、监事、高级管理人员幸福民、丁淑娟、温春梅、董岩、徐志强、孙俊杰、李国华、蒋芙蓉、高剑华、李家军、黄伟国、阮仁宗承诺如下：

“一、本人/本企业及本人/本企业所控制的其他任何企业与公司发生的关联交易已经充分的披露，不存在虚假陈述或者重大遗漏。

二、本人/本企业及本人/本企业所控制的其他任何企业与公司发生的关联交易均按照正常商业行为准则进行，交易价格公允，不存在损害公司及其子公司权益的情形。

三、本人/本企业及本人/本企业所控制的其他任何企业将尽量避免与公司之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，本人/本企业及本人/本企业控制的其他企业将严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《广州诗尼曼家居股份有限公司章程》《广州诗尼曼家居股份有限公司关联交易管理制度》等相关规定规范关联交易行为，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露；本人/本企业承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过公司的经营决策权损害公司及其他股东的合法权益。

四、本人/本企业承诺以上承诺真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏；如若违反本承诺，本人/本企业将承担一切法律责任。在本人/本企业为公司实际控制人/持股 5%以上股东/董事/监事/高级管理人员期间，上述承诺持续有效。

五、本人/本企业承诺，自本说明出具日起至公司完成上市前，若前述说明情况发生任何变化或发现相关信息存在错误、遗漏等，则本人/本企业将在相关事实或情况发生后及时告知广州诗尼曼家居股份有限公司及相关中介机构。

六、若本企业/本人未履行减少和规范关联交易承诺而给公司或其他投资者造成损失的，本企业/本人将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。”

（八）关于避免同业竞争的承诺

1、公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟承诺如下：

“一、截止本承诺函出具之日，本人及本人控制的其他企业未在中国境内外直接或间接控制其他与公司及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的企业，或对该等相竞争的企业施以重大影响，亦未直接或间接从事其他与公司及其子公司相同、类似的业务或活动；

二、自本承诺函签署之日起，本人及本人控制的其他企业未来将不会在中国境内外直接或间接地以任何形式从事与公司及其子公司相同、类似或在任何方面构成竞争的业务或活动；

三、凡本人及本人控制的其他企业拟从事的业务或活动可能与公司及其子公司存在同业竞争的，本人将促使该业务或业务机会按公平合理的条件优先提供给公司及其子公司或采用任何其他可以被监管部门所认可的方案，避免与公司及其子公司形成同业竞争；

四、若本人违反本承诺给公司或其他投资者造成损失的，本人将向公司或其他投资者依法承担赔偿责任；

五、本承诺在本人作为公司的控股股东、实际控制人期间持续有效。”

（九）关于股东信息披露的承诺

1、发行人承诺

发行人承诺如下：

“一、公司已在招股说明书中真实、准确、完整的披露了股东信息。

二、公司历史沿革中不存在股权代持、委托持股等情形，股东所持公司股份不存在冻结、质押等权利限制情形，亦不存在重大权属纠纷或潜在纠纷。

三、公司股东不存在如下事项：

（一）法律、法规或其他规范性法律文件规定禁止持股的主体直接或间接持有公司股份；

（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；

（三）以公司股权进行不当利益输送；

（四）直接或间接持有本公司股份的各股东属于《监管规则适用指引—发行类第2号》规定的证监会系统离职人员。”

（十）关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

1、发行人承诺

发行人承诺如下：

“一、公司招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对招股说明书所载内容的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

二、若因本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，本公司将在该等违法违规事实被有权机关认定之日起十个交易日内召开董事会并提议尽快召开股东大会，本公司将按照董事会、股东大会审议通过的股份回购具体方案回购本公司首次公开发行的全部新股，回购价格不低于发行人首次公开发行股票时的发行价并加算同期银行活期存款利息（若需回购的股票有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息情况的，发行价将根据除权除息情

况作相应调整）。

三、若本公司首次公开发行股票并上市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，本公司将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

四、若本公司未履行上述承诺，本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向本公司股东和社会公众投资者道歉，本公司将立即停止制定或实施现金分红计划、停止发放本公司董事、监事和高级管理人员的薪酬、津贴，直至本公司履行相关承诺。”

2、控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人幸福民、丁淑娟承诺如下：

“一、发行人招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对招股说明书所载内容的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

二、如发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，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，在中国证监会等有权部门作出最终认定或司法机关作出生效判决后，本人将促使公司召开股东大会回购首次公开发行的全部新股，并在股东大会中投赞成票。同时依法回购已转让的原限售股份。

三、如发行人首次公开发行股票并上市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，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

四、若本人未履行上述承诺，本人将在发行人股东大会及中国证券监督管理

委员会指定报刊上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉，暂停从发行人处取得薪酬（如有）及股东分红（如有），同时本人直接或间接持有的发行人股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。”

3、董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事、高级管理人员幸福民、丁淑娟、温春梅、董岩、徐志强、孙俊杰、李国华、蒋芙蓉、高剑华、李家军、黄伟国、阮仁宗承诺如下：

“一、发行人招股说明书所载内容不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对招股说明书所载内容的真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

二、如发行人首次公开发行股票并上市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，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

三、本人不会因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺。

四、若本人未履行上述承诺，本人将在发行人股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开就未履行上述承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉，暂停从发行人处领取薪酬（如有）及股东分红（如有），同时本人直接或间接持有的发行人股份（如有）将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。”

（十一）中介机构关于制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

1、保荐机构及主承销商承诺

发行人保荐机构及主承销商长城证券承诺：

“如因本保荐机构为诗尼曼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，将依法赔偿投资者损失。”

2、发行人律师承诺

发行人律师锦天城律师承诺：

“因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。本所将严格履行生效法律文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

3、发行人审计机构承诺

发行人审计机构大华会计师事务所承诺：

“因本所为广州诗尼曼家居股份有限公司首次公开发行制作、出具的大华审字【2022】0018972号审计报告、大华核字【2022】0014103号内部控制鉴证报告、大华核字【2022】0014104号纳税鉴证报告、大华核字【2022】0014102号非经常性损益鉴证报告以及大华核字【2022】0014105号申报财务报表与原始财务报表差异比较表的鉴证报告有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。”

4、发行人评估机构承诺

发行人评估机构联信评估承诺：

“本机构及签字资产评估师阅读了广州诗尼曼家居股份有限公司首次公开发行股票申请文件中由本机构出具的资产评估报告，确认本机构出具的资产评估报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。”

5、发行人验资复核机构承诺

发行人验资复核机构大华会计师事务所承诺：

“因本所为广州诗尼曼家居股份有限公司首次公开发行股票并上市、制作并出具的大华核字【2021】0012470号《广州诗尼曼家居股份有限公司历次验资复核报告》的鉴证报告有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失

的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。”

五、商标、专利、软件著作权清单

（一）商标清单

截至本招股说明书签署日，公司拥有商标 234 项，其中境内商标 195 项，境外商标 39 项，具体如下：

1、境内商标

序号	商标	注册号/申请号	核定使用商品类别	取得方式	有效期
1	 诗尼曼	4132874	20	继受取得	2017.06.28-2027.06.27
2	 诗尼曼	8008154	20	继受取得	2021.02.28-2031.02.27
3	 诗尼曼	8008175	11	继受取得	2021.04.07-2031.04.06
4	诗尼曼	10797202	20	继受取得	2013.07.14-2023.07.13
5	 春天里	10157603	20	继受取得	2014.04.28-2024.04.27
6	诗尼曼	16075720	11	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
7	诗尼曼	16080937	7	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
8	诗尼曼	16081035	6	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
9	诗尼曼	16086824	16	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
10	诗尼曼	16086954	18	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
11	诗尼曼	16087492	22	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
12	诗尼曼	16087552	23	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
13	诗尼曼	16087763	24	原始取得	2016.03.07-2026.03.06

序号	商标	注册号/申请号	核定使用商品类别	取得方式	有效期
14	诗尼曼	16087873	26	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
15	诗尼曼	16088157	28	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
16	诗尼曼	16088314	29	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
17	诗尼曼	16088575	31	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
18	诗尼曼	16088620	30	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
19	诗尼曼	16088664	32	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
20	诗尼曼	16088763	33	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
21	诗尼曼	16088808	35	原始取得	2017.05.21-2027.05.20
22	诗尼曼	16089143	39	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
23	诗尼曼	16089219	41	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
24	诗尼曼	16089256	37	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
25	诗尼曼	16089418	43	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
26	诗尼曼	16089496	45	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
27	诗尼曼	16089505	42	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
28	诗尼曼	16089686	44	原始取得	2016.03.07-2026.03.06
29	月亮宝盒	16454047	20	原始取得	2016.06.28-2026.06.27
30	月亮宝盒	16454045	42	原始取得	2016.07.14-2026.07.13
31	月亮宝盒	16454049	6	原始取得	2016.07.14-2026.07.13

序号	商标	注册号 /申请号	核定使用 商品类别	取得方式	有效期
32	月亮宝黛	16454046	35	原始取得	2016.10.28-2026.10.27
33	诗尼曼	16084112	1	原始取得	2016.04.28-2026.04.27
34	诗尼曼	16084441	3	原始取得	2016.04.28-2026.04.27
35	诗尼曼	16085964	4	原始取得	2016.04.07-2026.04.06
36	诗尼曼	16086169	5	原始取得	2016.03.28-2026.03.27
37	诗尼曼	16086290	8	原始取得	2016.03.21-2026.03.20
38	诗尼曼	16086424	9	原始取得	2016.03.21-2026.03.20
39	诗尼曼	16086524	10	原始取得	2016.03.21-2026.03.20
40	诗尼曼	16086567	12	原始取得	2016.03.21-2026.03.20
41	诗尼曼	16086700	14	原始取得	2016.03.28-2026.03.27
42	诗尼曼	16086790	15	原始取得	2016.03.21-2026.03.20
43	诗尼曼	16086855	17	原始取得	2016.05.21-2026.05.20
44	诗尼曼	16087001	19	原始取得	2016.05.21-2026.05.20
45	诗尼曼	16087271	20	原始取得	2016.06.14-2026.06.13
46	诗尼曼	16087360	21	原始取得	2016.05.21-2026.05.20
47	诗尼曼	16087854	25	原始取得	2016.05.21-2026.05.20
48	诗尼曼	16088958	36	原始取得	2016.03.14-2026.03.13
49	诗尼曼	16075854	40	原始取得	2017.06.21-2027.06.20

序号	商标	注册号/申请号	核定使用商品类别	取得方式	有效期
50		16084234	2	原始取得	2017.09.21-2027.09.20
51	SNIMAY	18719153	6	原始取得	2017.02.07-2027.02.06
52	SNIMAY	19529923	19	原始取得	2017.05.14-2027.05.13
53	SNIMAY	19531150	37	原始取得	2017.05.21-2027.05.20
54	SNIMAY	19531362	40	原始取得	2017.05.21-2027.05.20
55	SNIMAY	19531642	42	原始取得	2017.05.21-2027.05.20
56	SNIMAY	19532089	20	原始取得	2017.05.21-2027.05.20
57	SNIMAY	20862675	20	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
58	诗尼曼门窗	20840342	6	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
59	诗尼曼全屋定制	20860680	20	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
60	诗尼曼全屋定制	20861041	42	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
61	诗尼曼全屋定制	20861264	24	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
62	诗尼曼全屋定制	20861845	20	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
63	诗尼曼全屋定制	20860953	40	原始取得	2017.11.28-2027.11.27
64		20862415	6	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
65		20862695	20	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
66		20862587	19	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
67		20862550	19	原始取得	2017.09.28-2027.09.27
68	SNIMAY	32419554	39	原始取得	2019.04.07-2029.04.06
69	SNIMAY	32412649	45	原始取得	2019.04.07-2029.04.06

序号	商标	注册号 /申请号	核定使用 商品类别	取得方式	有效期
70	SNIMAY	29278831	11	原始取得	2019.04.07-2029.04.06
71	SNIMAY	32412315	26	原始取得	2019.04.14-2029.04.13
72	SNIMAY	32421366	17	原始取得	2019.04.14-2029.04.13
73	SNIMAY	32425237	16	原始取得	2019.04.14-2029.04.13
74	SNIMAY	32427673	8	原始取得	2019.04.14-2029.04.13
75	SNIMAY	32419513	24	原始取得	2019.06.14-2029.06.13
76	诗尼曼	24199951	11	原始取得	2018.05.14-2028.05.13
77	诗尼曼	27793690	7	原始取得	2018.11.14-2028.11.13
78	诗尼曼	27907075	11	原始取得	2018.11.21-2028.11.20
79	诗尼曼	28812948	20	原始取得	2018.12.14-2028.12.13
80	诗尼曼	28792989	7	原始取得	2018.12.21-2028.12.20
81	诗尼曼	29278829	11	原始取得	2019.01.07-2029.01.06
82	诗尼曼	28942840	9	原始取得	2019.02.28-2029.02.27
83	诗尼曼	28951182	24	原始取得	2019.03.07-2029.03.06
84	诗尼曼	28802125	6	原始取得	2019.03.14-2029.03.13
85	诗尼曼	31963559	11	原始取得	2019.03.21-2029.03.20
86	诗尼曼	31920307	7	原始取得	2019.03.21-2029.03.20
87	AI家装	29168307	45	原始取得	2018.12.28-2028.12.27
88	AI家装	29150889	27	原始取得	2018.12.28-2028.12.27

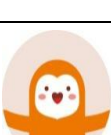
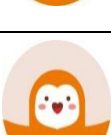
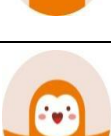
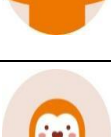
序号	商标	注册号/申请号	核定使用商品类别	取得方式	有效期
89		29171109	6	原始取得	2019.01.07-2029.01.06
90		29169864	21	原始取得	2019.04.07-2029.04.06
91		29153376	9	原始取得	2019.04.21-2029.04.20
92		29150770	16	原始取得	2019.05.21-2029.05.20
93		29150805	19	原始取得	2019.08.28-2029.08.27
94		29161820	7	原始取得	2020.03.07-2030.03.06
95		29168283	42	原始取得	2020.03.07-2030.03.06
96		29169844	20	原始取得	2020.03.07-2030.03.06
97		29154693	35	原始取得	2020.04.21-2030.04.20
98		29150927	37	原始取得	2020.04.21-2030.04.20
99		31033934	6	原始取得	2019.05.21-2029.05.20
100		31030687	45	原始取得	2019.05.21-2029.05.20
101		31042435	27	原始取得	2019.06.28-2029.06.27
102		31045918	7	原始取得	2019.07.21-2029.07.20
103		31040744	16	原始取得	2019.07.21-2029.07.20

序号	商标	注册号 /申请号	核定使用 商品类别	取得方式	有效期
104		31052582	21	原始取得	2019.07.28-2029.07.27
105		32455540	9	原始取得	2019.06.07-2029.06.06
106		32449373	6	原始取得	2019.06.07-2029.06.06
107		28943259	19	原始取得	2020.01.14-2030.01.13
108		39163002	19	原始取得	2020.03.21-2030.03.20
109		32423467	19	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
110		32420143	20	原始取得	2020.08.21-2030.08.20
111		32411477	6	原始取得	2020.06.07-2030.06.06
112		31040530	9	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
113		31053621	37	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
114		31051479	42	原始取得	2020.07.14-2030.07.13
115		31050887	19	原始取得	2020.08.14-2030.08.13
116		31038697	20	原始取得	2020.10.21-2030.10.20
117	浅 指	41344314	6	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
118	浅 指	41351765	9	原始取得	2020.06.14-2030.06.13

序号	商标	注册号 /申请号	核定使用 商品类别	取得方式	有效期
119	浅 指	41345584	11	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
120	浅 指	41346837	17	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
121	浅 指	41339806	19	原始取得	2020.06.21-2030.06.20
122	浅 指	41341254	20	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
123	浅 指	41339832	31	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
124	浅 指	41341297	35	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
125	浅 指	41358133	37	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
126	浅 指	41336492	38	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
127	浅 指	41361435	40	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
128	浅 指	41361507	42	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
129	浅 指	41363147	45	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
130	浅 指	60563801	7	原始取得	2022.05.07-2032.05.06
131	浅 指	60562258	9	原始取得	2022.05.07-2032.05.06
132	浅 指	60561201	11	原始取得	2022.05.07-2032.05.06
133	浅 指	60561575	21	原始取得	2022.05.07-2032.05.06

序号	商标	注册号 /申请号	核定使用 商品类别	取得方式	有效期
134	Litap	41350131	9	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
135	Litap	41351889	35	原始取得	2020.06.14-2030.06.13
136	Litap	41367143	20	原始取得	2020.07.07-2030.07.06
137	Litap	41362514	6	原始取得	2020.07.14-2030.07.13
138	Litap	41345200	19	原始取得	2020.09.07-2030.09.06
139		41785725	38	原始取得	2020.07.07-2030.07.06
140		41776374	19	原始取得	2020.07.21-2030.07.20
141		41749327	45	原始取得	2020.10.14-2030.10.13
142		41746993	42	原始取得	2020.10.14-2030.10.13
143		41764474	40	原始取得	2020.10.21-2030.10.20
144		41770763	9	原始取得	2020.10.28-2030.10.27
145		41750080	37	原始取得	2020.10.28-2030.10.27
146		41755955	6	原始取得	2020.11.28-2030.11.27
147		41776541	11	原始取得	2020.11.21-2030.11.20
148		41776424	20	原始取得	2021.06.07-2031.06.06
149		41770099	35	原始取得	2021.06.21-2031.06.20

序号	商标	注册号/申请号	核定使用商品类别	取得方式	有效期
150		50409332	9	原始取得	2021.08.21-2031.08.20
151		50395619	35	原始取得	2021.06.14-2031.06.13
152		50396085	20	原始取得	2021.06.14-2031.06.13
153		50405077	24	原始取得	2021.06.14-2031.06.13
154		50408548	6	原始取得	2021.06.14-2031.06.13
155		50410552	11	原始取得	2021.06.14-2031.06.13
156		50423903	19	原始取得	2021.06.14-2031.06.13
157		50424326	21	原始取得	2021.06.14-2031.06.13
158	诗尼曼 分享家	53405978	20	原始取得	2022.01.21-2032.01.20
159	诗尼曼 分享家	53414050	37	原始取得	2021.12.14-2031.12.13
160	诗尼曼 分享家	53475421	41	原始取得	2021.12.14-2031.12.13
161	清爱的星居	56425393	35	原始取得	2021.12.07-2031.12.06
162		62217706	3	原始取得	2022.07.14-2023.07.13
163		62222774	6	原始取得	2022.07.14-2023.07.13

序号	商标	注册号 /申请号	核定使用 商品类别	取得方式	有效期
164		62222813	9	原始取得	2022.07.14-2023.07.13
165		62268325	19	原始取得	2022.07.28-2032.07.27
166		62247409	21	原始取得	2022.07.28-2032.07.27
167		62258201	35	原始取得	2022.07.28-2032.07.27
168		62251326	40	原始取得	2022.07.28-2032.07.27
169		62262042	42	原始取得	2022.07.28-2032.07.27
170		62256230	16	原始取得	2022.08.07-2023.08.06
171		62256683	20	原始取得	2022.08.07-2023.08.06
172		63276482	11	原始取得	20220921-20320920
173		62261731	24	原始取得	20220721-20320720

序号	商标	注册号 /申请号	核定使用 商品类别	取得方式	有效期
174		62260581	27	原始取得	20220721-20320720
175		62263164	37	原始取得	20220721-20320720
176	诗尼曼	62227426	11	原始取得	20220721-20320720
177	诗尼曼	61272170	40	原始取得	20220728-20320727
178	Litap	60560769	7	原始取得	2022.07.28-2032.07.27
179	Litap	60560671	9	原始取得	2022.07.28-2032.07.27
180	Litap	60563222	11	原始取得	2022.07.28-2032.07.27
181	Litap	60561696	21	原始取得	2022.07.28-2032.07.27
182		62017801	6	原始取得	2022.09.14-2032.09.13
183		62018673	9	原始取得	2022.09.14-2032.09.13
184		62019069	19	原始取得	2022.09.14-2032.09.13
185		62017205	20	原始取得	2022.09.14-2032.09.13

序号	商标	注册号 /申请号	核定使用 商品类别	取得方式	有效期
186		62021631	24	原始取得	2022.09.14-2032.09.13
187		62016686	37	原始取得	2022.09.14-2032.09.13
188		62016689	40	原始取得	2022.09.14-2032.09.13
189		63344257	6	原始取得	2022.09.07-2032.09.06
190		63329462	11	原始取得	2022.09.07-2032.09.06
191		63340310	35	原始取得	2022.09.07-2032.09.06
192		63352642	19	原始取得	2022.09.14-2032.09.13
193		63331412	21	原始取得	2022.09.14-2032.09.13
194		63344491	24	原始取得	20220914-20320913
195		59553114	42	原始取得	20220628-20320627

2、境外商标

序号	商标	注册号/申请号	核定使用商品类别	取得方式	注册国家/地区	有效期
1	詩尼曼	N/139502	11	原始取得	中国澳门	2018.11.27-2025.11.27
2	詩尼曼	N/139503	20	原始取得	中国澳门	2018.11.27-2025.11.27
3	詩尼曼	N/139504	35	原始取得	中国澳门	2018.11.27-2025.11.27
4	SNIMAY	318360	20	原始取得	阿联酋	2019.10.06-2029.10.06
5	诗尼曼	318361	20	原始取得	阿联酋	2019.10.06-2029.10.06
6	SNIMAY	TM2019035112	20	原始取得	马来西亚	2019.09.23-2029.09.23
7	诗尼曼	TM2019035119	20	原始取得	马来西亚	2019.09.23-2029.09.23
8	SNIMAY	145697	20	原始取得	卡塔尔	2021.03.05-2031.03.04
9	SNIMAY	KW1632141	20	原始取得	科威特	2021.03.20-2031.03.20
10	SNIMAY	1442025965	20	原始取得	沙特阿拉伯	2021.03.30-2030.12.11
11	SNIMAY	FTM/9117/2021	20	原始取得	埃塞俄比亚	2021.03.29-2028.03.29
12	SNIMAY	30166/2021	20	原始取得	毛里求斯	2021.04.23-2031.04.23
13	SNIMAY	1357994	20	原始取得	智利	2021.11.03-2031.11.03
14	SNIMAY	ZN/T/2021/246	20	原始取得	坦桑尼亚（尚吉巴）	2021.03.04-2028.03.04
15	SNIMAY	TZ/T/2021/387	20	原始取得	坦桑尼亚（坦噶尼喀）	2021.03.04-2028.03.04
16	SNIMAY	—	20	原始取得	马尔代夫	2021.04.14-2023.04.14
17	SNIMAY	1498742	20	原始取得	澳大利亚	2019.09.09-2029.09.09
18				原始取得	菲律宾	
19				原始取得	英国	
20				原始取得	法国	
21				原始取得	巴林	

序号	商标	注册号/申请号	核定使用商品类别	取得方式	注册国家/地区	有效期
22	诗尼曼	1500990	20	原始取得	爱沙尼亚	
23				原始取得	意大利	
24				原始取得	日本	
25				原始取得	韩国	
26				原始取得	新西兰	
27				原始取得	新加坡	
28				原始取得	越南	
29				原始取得	老挝	2022.07.22-2022.09.09
30				原始取得	印度	2022.08.26-2022.09.09
31				原始取得	印度尼西亚	2022.08.30-2022.09.09
32	诗尼曼	1500990	20	原始取得	澳大利亚	2019.09.09-2029.09.09
33				原始取得	巴林	
34				原始取得	爱沙尼亚	
35				原始取得	意大利	
36				原始取得	日本	
37				原始取得	韩国	
38				原始取得	新西兰	
39				原始取得	新加坡	

（二）专利清单

截至本招股说明书签署日，公司拥有国内专利 488 项，其中发明专利 9 项，实用新型专利 219 项，外观设计专利 260 项，具体如下：

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
1	一种数控加工中心机体	2015109868476	2018.02.06	继受取得	诗尼曼	发明

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
2	一种基于真假值的智能家居控制方法	2015104512465	2018.02.13	继受取得	诗尼曼	发明
3	一种用于装饰木板的钻孔装置	2015109368808	2018.09.25	继受取得	诗尼曼、湖北诗尼曼	发明
4	一种用于装饰块安装的筛选机构	2015109391842	2018.10.09	继受取得	诗尼曼	发明
5	一种可稳定安装的智能锁	2017110467748	2019.09.17	继受取得	诗尼曼	发明
6	一种双色铝框包覆方法	2019111225552	2020.08.07	原始取得	诗尼曼	发明
7	一种全屋定制展示中心的安装方法	2018112782525	2020.11.10	原始取得	诗尼曼	发明
8	门类家居在线定制一键报价系统及方法	2021110868097	2022.03.22	原始取得	诗尼曼	发明
9	一种鞋柜清洁方式、系统、装置及鞋柜	2022102102076	2022. 11. 15	原始取得	诗尼曼	发明
10	一种百变罗马柱组合件	2014203849379	2014.12.10	原始取得	诗尼曼	实用新型
11	一种板式家具拼接框门	2014203849364	2014.12.10	原始取得	诗尼曼	实用新型
12	一种带除尘装置的禾香板衣柜推拉门	2014203849383	2014.12.10	原始取得	诗尼曼	实用新型
13	一种禾香板衣柜装饰线条组件	2014203849453	2014.12.10	原始取得	诗尼曼	实用新型
14	一种环保家具装饰线条连接扣件	2014203849449	2014.12.10	原始取得	诗尼曼	实用新型
15	一种环保门芯板无缝拼装结构	2014203849400	2014.12.10	原始取得	诗尼曼	实用新型
16	一种嵌入式家具收边结构	201420384935X	2014.12.10	原始取得	诗尼曼	实用新型
17	一种新式环保家具防撞结构	2014203849472	2014.12.10	原始取得	诗尼曼	实用新型
18	一种可变禾香板衣柜顶线组件	2014203849434	2014.12.24	原始取得	诗尼曼	实用新型
19	一种整体衣柜除湿消毒装置	2014203849398	2014.12.24	原始取得	诗尼曼	实用新型
20	一种具有隐藏式密码抽屉的衣柜	2015202423104	2015.09.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
21	一种可拆式衣物收纳柜	2015202423138	2015.09.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
22	一种可升降的储物衣柜	201520242133X	2015.09.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
23	一种衣柜的隐藏柜结构	2015202421344	2015.09.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
24	一种衣柜灯条的隐	2015202423265	2015.09.09	原始取得	诗尼曼	实用新

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
	藏式结构					型
25	一种组合梳妆镜的一体衣柜	2015202423585	2015.09.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
26	一种多功能收纳衣柜	2015202423123	2015.11.18	原始取得	诗尼曼	实用新型
27	一种收纳格子结构	2015202422436	2015.11.18	原始取得	诗尼曼	实用新型
28	一种衣柜门扇结构	2015202420110	2015.11.18	原始取得	诗尼曼	实用新型
29	一种高气密性性的防水密封推拉门窗	2015208205423	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
30	一种环保的门窗套线结构	2015208203409	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
31	一种胶条密封结构	201520820412X	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
32	一种铝合金纤维板组合的门结构	2015208205974	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
33	一种平移推拉门的上下轨道结构	2015208205457	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
34	一种提升推拉门	2015208206695	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
35	一种推拉门窗的多级防风防水结构	2015208204384	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
36	一种推拉门窗下滑密封结构	2015208206661	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
37	一种隐藏设置推拉格子架的衣柜	2015208204115	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
38	一种组合门结构	201520820596X	2016.04.06	原始取得	诗尼曼	实用新型
39	一种隔音式推拉轨道	2016211365583	2017.04.12	原始取得	诗尼曼	实用新型
40	一种提升式推拉门传动结构	2016211367201	2017.04.12	原始取得	诗尼曼	实用新型
41	一种自动闭合门扇安装结构	2016211365649	2017.04.12	原始取得	诗尼曼	实用新型
42	一种纱网切割机	2016211365653	2017.04.12	原始取得	诗尼曼	实用新型
43	一种冲孔机	2016211367273	2017.04.12	原始取得	诗尼曼	实用新型
44	一种组角机	2016211367288	2017.07.14	原始取得	诗尼曼	实用新型
45	一种卧室柜	2016211655459	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
46	一种顶线和脚线的安装结构	2016211236559	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
47	一种家具安装结构件	2016211236614	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
48	一种中柱机	2016211367269	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
49	一种餐边柜	2016211655410	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
50	一种新式餐边柜	2016211655425	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
51	一种新式书房柜	2016211655514	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
52	一种组合式客厅柜	2016211655529	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
53	一种组合式卧房柜	201621165568X	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
54	一种新式飘窗柜	2016211655923	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
55	一种组合式榻榻米	2016211722186	2017.07.21	原始取得	诗尼曼	实用新型
56	一种新型卧室柜	2016211637215	2017.08.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
57	一种多层结构茶几	2016211637450	2017.08.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
58	一种新型客厅柜	2016211637855	2017.08.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
59	一种书房柜	2016211636316	2017.09.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
60	一种电视柜	201621163634X	2017.10.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
61	一种多功能卧房柜	2016211634895	2017.10.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
62	一种新式电视柜	2016211637234	2017.10.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
63	一种新型餐边柜	2016212082492	2017.10.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
64	一种隔条切割机	2016211365634	2017.10.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
65	一种酒柜	2016211655444	2017.10.27	原始取得	诗尼曼	实用新型
66	一种卧室飘窗房柜	2016211655707	2017.10.27	原始取得	诗尼曼	实用新型
67	一种新式玄关柜	2016211655213	2017.10.27	原始取得	诗尼曼	实用新型
68	一种整体式书房柜	201621165543X	2017.10.27	原始取得	诗尼曼	实用新型
69	一种新式卧房柜	2016211633888	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
70	一种欧式卧室房柜	2016211633962	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
71	一种新型书房柜	2016211640294	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
						型
72	一种卧室移门衣柜	2016214147129	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
73	一种酒窖	201621414774X	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
74	一种壁炉装饰柜	2016214148278	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
75	一种书房飘窗柜	2016214148507	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
76	一种欧式卧房柜	201621414855X	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
77	一种欧式酒柜	2016214149088	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
78	一种梳妆台	2016214149745	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
79	一种舒适型卧室用床	2016214149942	2017.12.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
80	一种儿童成长卧房一体柜	2016211640862	2018.01.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
81	一种带防脱装置的窗门	2017206722142	2018.01.16	原始取得	诗尼曼	实用新型
82	一种带防误装置的门窗	201720679367X	2018.01.16	原始取得	诗尼曼	实用新型
83	一种阻尼缓冲式推拉门	2017206793839	2018.01.16	原始取得	诗尼曼	实用新型
84	一种感应式自动推拉门	2017206793843	2018.03.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
85	一种组合式的榻榻米	2017217969045	2018.11.20	原始取得	诗尼曼	实用新型
86	一种带有升降功能的榻榻米	2017217686031	2018.11.27	原始取得	诗尼曼	实用新型
87	一种榻榻米	2017217688709	2018.11.27	原始取得	诗尼曼	实用新型
88	高气密性门窗玻璃密封系统	2018211524521	2019.08.13	原始取得	诗尼曼	实用新型
89	高性能门窗垂直排水系统	2018211526160	2019.08.13	原始取得	诗尼曼	实用新型
90	一种带吧台的厨房侧柜	2018211478631	2019.08.20	原始取得	诗尼曼	实用新型
91	一种带升温台的厨房柜	2018211478932	2019.08.20	原始取得	诗尼曼	实用新型
92	一种多功能整体橱柜	2018211478468	2019.09.10	原始取得	诗尼曼	实用新型
93	一种板材自动直线开槽机	2018217711057	2019.09.20	原始取得	诗尼曼	实用新型
94	一种模块展示柜	2018217764285	2019.11.08	原始取得	诗尼曼	实用新型

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
95	一种全屋定制数字交互中心	2018217711856	2019.11.19	原始取得	诗尼曼	实用新型
96	一种镶嵌式锌合金护角	2018222699479	2019.12.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
97	一种组合式厨房柜	2018214442909	2020.02.18	原始取得	诗尼曼	实用新型
98	防撬防脱落的压线结构	2019215807825	2020.07.28	原始取得	诗尼曼	实用新型
99	一种推拉门窗扇的插入式挡水密封结构	2019219515633	2020.08.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
100	一种推拉门窗防扇脱落装置	2019219266715	2020.08.28	原始取得	诗尼曼	实用新型
101	推拉门窗轨道结构	2019219086110	2020.08.28	原始取得	诗尼曼	实用新型
102	一种多功能厨房餐边柜	2019221824512	2020.09.01	原始取得	诗尼曼	实用新型
103	一种青少年用半高床柜	2019224205124	2020.09.08	原始取得	诗尼曼	实用新型
104	一种易于打理的梳妆台	2019221826039	2020.09.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
105	一种复合式餐边柜	2019221813804	2020.09.15	原始取得	诗尼曼	实用新型
106	一种大容量百纳抽屉	201922274149X	2020.09.25	原始取得	诗尼曼	实用新型
107	一种拼色门	2019224258121	2020.09.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
108	一种高安全性的书桌柜	2019224213864	2020.09.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
109	一种青少年用衣帽间	2019224250312	2020.09.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
110	一种衣物护理机柜	2019224251508	2020.09.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
111	一种多功能玄关柜	2019224418239	2020.09.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
112	一种转角书桌柜	2019224433008	2020.10.16	原始取得	诗尼曼	实用新型
113	一种转角衣柜	2019224257203	2020.10.16	原始取得	诗尼曼	实用新型
114	一种智能衣柜	2019224438285	2020.10.16	原始取得	诗尼曼	实用新型
115	一种铝框门	2019224415828	2020.10.16	原始取得	诗尼曼	实用新型
116	一种学生用组合书桌柜	2019224256018	2020.10.16	原始取得	诗尼曼	实用新型
117	一种可旋转储物的电视柜	201922441941X	2020.10.16	原始取得	诗尼曼	实用新型

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
118	一种多功能床头柜	2019224436186	2020.10.27	原始取得	诗尼曼	实用新型
119	一种组合梳妆台	2019224251495	2020.10.27	原始取得	诗尼曼	实用新型
120	一种家具的格条切割生产线	2020203127664	2020.10.27	原始取得	诗尼曼	实用新型
121	一种下沉式卧室榻榻米结构	202021622197X	2021.06.04	原始取得	诗尼曼	实用新型
122	一种防盗式智能锁匙孔保护机构	2020207665276	2021.06.08	原始取得	诗尼曼	实用新型
123	一种多功能智能防盗门锁	2020213111022	2021.06.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
124	一种具有保护性的智能门锁	2020213110797	2021.06.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
125	一种多方式应急充电的掌纹静脉识别新型智能锁	2020213110871	2021.06.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
126	一种能够远程控制智能门锁	2020216770873	2021.06.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
127	一种便于收纳的卧室衣柜	2020216213579	2021.07.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
128	一种带有电动巴士门的电视柜	202021820449X	2021.07.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
129	一种衣帽间内折叠式操作台	2020216212557	2021.07.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
130	一种用于自动风干衣物的床头衣柜	2020218170135	2021.07.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
131	一种具备可伸缩吧台厨房餐边柜	202021820696X	2021.07.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
132	一种入墙式鞋柜内放置架	2020216220464	2021.07.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
133	一种便于夹持定位的切割装置	2020220474567	2021.07.09	原始取得	诗尼曼	实用新型
134	一种设置侧拉滑轨的推拉玄关柜	2020216213066	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
135	一种门窗生产用便于调节的气动升降调试架	2020220408175	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
136	一种内嵌式多功能橱柜	2020221102843	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
137	一种隐藏式梳妆品的卧室装饰柜	202021621845X	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
138	一种梳妆台推拉柜	2020220334608	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
139	一种入墙式橱柜	2020220335812	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
140	一种家居休闲用飘	2020221167227	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
	窗柜					型
141	一种具有收纳功能的装饰柜	2020221167636	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
142	一种阳台晾衣储物柜	202021641069X	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
143	一种跟床架搭配的两侧延展式床头柜	2020216218445	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
144	一种金刚网重型折边机	2020220474957	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
145	一种压线弯弧机	202022046016X	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
146	一种卧室装饰吊柜	2020216372560	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
147	一种自动门窗打胶机	2020220523065	2021.09.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
148	一种数控中空铝条折弯机	2020220472788	2021.09.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
149	一种家用小型收纳展示柜	2020216213278	2021.09.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
150	一种嵌入式衣柜	2020220390010	2021.09.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
151	一种多功能上下双层儿童床	202021817014X	2021.09.03	原始取得	诗尼曼	实用新型
152	数控端铣机	2020220461054	2021.10.08	原始取得	诗尼曼	实用新型
153	一种新型铝材纵向切割机	2020221662807	2021.10.08	原始取得	诗尼曼	实用新型
154	一种悬挂电视柜	2020220345231	2021.10.08	原始取得	诗尼曼	实用新型
155	一种多功能书桌	2020221128133	2021.10.08	原始取得	诗尼曼	实用新型
156	一种数控自动检测氩气充气机	202022052473X	2021.10.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
157	半自动压轨芯机	2020220459849	2021.10.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
158	一种数控液压式剪板机	2020221663462	2021.10.29	原始取得	诗尼曼	实用新型
159	一种便于调节切割高度的橱柜板材切割装置	2021215557757	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	实用新型
160	一种两通式除潮湿橱柜	2021215560124	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	实用新型
161	一种带有消毒功能的门柜	202121555716X	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	实用新型
162	一种具有收纳功能的电视柜	2021217245374	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	实用新型
163	一种具有快速拼组	2021217245800	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	实用新

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
	功能的衣柜					型
164	一种具有防潮性能的衣柜	2021217234806	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	实用新型
165	一种带有照明功能的门柜	2021215560158	2022.01.07	原始取得	诗尼曼	实用新型
166	一种收纳方便的新型橱柜	202121556011X	2022.01.07	原始取得	诗尼曼	实用新型
167	一种具有空间调节功能的衣柜	202121724529X	2022.01.07	原始取得	诗尼曼	实用新型
168	一种散热效果好的电视柜	2021217225169	2022.01.07	原始取得	诗尼曼	实用新型
169	一种具有防臭功能的衣柜	2021217234632	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
170	一种便于高度调节的电视柜	2021217246038	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
171	一种抗阻燃性衣柜	2021217246131	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
172	一种隐藏性好的餐边柜	2021219435142	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
173	一种可伸缩鞋柜中岛	2021219451732	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
174	一种设有空气净化装置的床头柜	2021219457461	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
175	一种杀菌消毒除臭鞋中岛柜	2021219465985	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
176	一种通风性好的具有挂钩结构的中岛柜	2021219468038	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
177	一种具有防虫功能的餐边柜	2021219468080	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
178	一种用于计算机信息放置的可升降书柜	2021219468095	2022.02.11	原始取得	诗尼曼	实用新型
179	一种便于安装拆卸的橱柜	2021215557102	2022.03.18	原始取得	诗尼曼	实用新型
180	一种防积水的橱柜	2021215559502	2022.03.18	原始取得	诗尼曼	实用新型
181	一种便于移动的多功能餐边柜	2021219585351	2022.03.18	原始取得	诗尼曼	实用新型
182	一种移动调节功能的书柜	2021219435212	2022.03.18	原始取得	诗尼曼	实用新型
183	一种多功能抽拉式玻璃陈列中岛柜	2021219468023	2022.03.18	原始取得	诗尼曼	实用新型
184	一种可滑行功能的餐边柜	2021219465824	2022.04.08	原始取得	诗尼曼	实用新型
185	一种新型门窗纱扇结构	2021234401250	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	实用新型

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
186	一种新型吊趟门吊轨结构	202123432223X	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	实用新型
187	一种多功能的橱柜	2022203056282	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	实用新型
188	一种多分区组合式阳台柜	2022203056278	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	实用新型
189	一种改进的具有抽箱的多功能儿童床	2022203078968	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	实用新型
190	一种无底轨折叠门收纳柜	2022203056297	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	实用新型
191	一种便于收纳的智能浴室柜	2022203056263	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	实用新型
192	一种应用于门窗上的组合压线	2021234319326	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	实用新型
193	一种新型推拉门窗下轨结构	2021234319754	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	实用新型
194	一种门窗转角结构	2022200287181	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	实用新型
195	一种门窗拼樘结构	2022200248469	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	实用新型
196	一种厨房岛台	2022209398705	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	实用新型
197	一种置于墙壁内的电视柜	2022209399661	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	实用新型
198	一种新型组合式床头柜	2022212518986	2022. 11. 1	原始取得	诗尼曼	实用新型
199	一种家用电视柜	2022212509116	2022. 11. 1	原始取得	诗尼曼	实用新型
200	一种具备陈列台的多分区组合衣柜	2022213492269	2022. 12. 2	原始取得	诗尼曼	实用新型
201	柜门（YGMG001B）	2016301796206	2016.08.24	原始取得	诗尼曼	外观设计
202	柜门（星光YGMG001）	2016301796244	2016.08.24	原始取得	诗尼曼	外观设计
203	柜门（星光YGMG001C）	2016301796259	2016.08.24	原始取得	诗尼曼	外观设计
204	飘窗柜（唐顿庄园）	2016301796297	2016.08.24	原始取得	诗尼曼	外观设计
205	梳妆台（唐顿庄园）	2016301796210	2016.08.24	原始取得	诗尼曼	外观设计
206	酒柜（唐顿庄园）	2016301796189	2016.09.07	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
207	壁炉柜（唐顿庄园）	2016301796348	2016.09.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
208	餐边柜（唐顿庄园）	2016301796282	2016.09.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
209	床（唐顿庄园）	2016301796403	2016.09.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
210	柜门（星光趟门）	2016301796437	2016.09.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
211	衣柜（唐顿庄园）	2016301796140	2016.09.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
212	电视柜（星光）	2016302829103	2016.10.05	原始取得	诗尼曼	外观设计
213	柜门（星光 YGMG001A）	2016302829071	2016.10.05	原始取得	诗尼曼	外观设计
214	隔断柜（唐顿庄园）	2016301796174	2016.10.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
215	书桌（唐顿庄园）	2016301796121	2016.10.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
216	衣柜（都市梦想）	201630282347X	2016.10.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
217	组合床柜（E 灵动）	2016302823501	2016.10.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
218	酒窖（唐顿庄园 A）	2016301796136	2016.11.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
219	酒窖（唐顿庄园 C）	2016301796155	2016.11.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
220	门（简约）	201630296080X	2016.11.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
221	门（辉煌）	2016302957188	2016.11.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
222	门（麦浪）	2016302960814	2016.11.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
223	门（梦幻）	2016302960797	2016.11.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
224	门（荣耀）	2016302957173	2016.11.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
225	门（小桥）	2016302957169	2016.11.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
226	电视柜（唐顿庄园）	2016301796278	2016.11.23	原始取得	诗尼曼	外观设计
227	床头柜（唐顿庄园）	2016301796032	2016.11.23	原始取得	诗尼曼	外观设计
228	柜门（星光 YGMG001D）	2016301796367	2016.11.23	原始取得	诗尼曼	外观设计
229	组合柜（妆衣-印象简极）	2016302829175	2016.11.16	原始取得	诗尼曼	外观设计
230	飘窗组合柜（星光）	2016302823357	2016.11.16	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
						计
231	门厅柜（星光）	2016302823253	2016.11.23	原始取得	诗尼曼	外观设计
232	书柜（唐顿庄园 A）	2016302823681	2016.11.23	原始取得	诗尼曼	外观设计
233	书柜（唐顿庄园 B）	2016302829122	2016.11.23	原始取得	诗尼曼	外观设计
234	门（缠绵）	2016302960829	2016.11.23	原始取得	诗尼曼	外观设计
235	五斗柜（唐顿庄园）	2016301796422	2016.11.23	原始取得	诗尼曼	外观设计
236	装饰柜（唐顿庄园）	2016301796418	2016.11.23	原始取得	诗尼曼	外观设计
237	餐边柜（星光）	2016302823658	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
238	餐边柜（印象极简）	2016302823709	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
239	窗（清幽）	2016302956753	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
240	窗（盛放）	2016302956749	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
241	窗（望江）	2016302956556	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
242	窗（望月）	2016302956804	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
243	窗（心花）	2016302956791	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
244	窗（星空）	201630296059X	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
245	窗（远方）	2016302960532	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
246	床头柜（印象极简）	2016302823643	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
247	柜门（E 灵动）	2016302829067	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
248	柜门（格拉斯门板）	2016302823696	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
249	柜门（唐顿庄园 A）	2016302823484	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
250	柜门（唐顿庄园 B）	2016302823677	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
251	书柜（唐顿庄园 C）	2016302823766	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
252	衣柜（星光）	2016302829118	2016.11.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
253	酒柜（唐顿庄园 B）	2016301796117	2017.01.04	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
254	组合书柜（星光）	2016302829048	2017.01.04	原始取得	诗尼曼	外观设计
255	组合书柜（印象极简）	2016302829090	2017.01.04	原始取得	诗尼曼	外观设计
256	壁炉装饰柜（唐顿庄园）	2016301796193	2017.02.15	原始取得	诗尼曼	外观设计
257	电视柜（印象极简）	2016302823662	2017.02.15	原始取得	诗尼曼	外观设计
258	玄关柜（唐顿庄园）	2016301796085	2017.02.15	原始取得	诗尼曼	外观设计
259	门（翠竹曼舞）	2016302960674	2017.03.22	原始取得	诗尼曼	外观设计
260	门（繁星）	2016302957012	2017.03.22	原始取得	诗尼曼	外观设计
261	门（故缘）	201630296073X	2017.03.22	原始取得	诗尼曼	外观设计
262	门（喜上眉梢）	2016302960706	2017.03.22	原始取得	诗尼曼	外观设计
263	门（约期）	2016302956912	2017.03.22	原始取得	诗尼曼	外观设计
264	门（举月满江）	2016302960693	2017.09.26	原始取得	诗尼曼	外观设计
265	木门（心桥1）	2018303869554	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
266	木门（心桥2）	2018303870566	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
267	木门（风琴1）	2018303870477	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
268	木门（风琴2）	2018303871376	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
269	木门（柯尔庄园1）	2018303871041	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
270	木门（柯尔庄园2）	2018303871291	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
271	橱柜（布拉格）	2018303870034	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
272	橱柜（蝶恋花）	201830387080X	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
273	橱柜（功能展示柜）	2018303875451	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
274	橱柜（时光里）	2018303869906	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
275	橱柜（水木莲华）	201830387041X	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
276	橱柜（卫斯理）	2018303869535	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计
277	橱柜（伊诺）	2018303870299	2018.12.11	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
						计
278	书柜（沁园春）	2018304562295	2018.12.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
279	装饰柜（沁园春）	2018304562312	2018.12.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
280	餐边柜（沁园春）	2018304562346	2018.12.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
281	床头柜（沁园春）	2018304562399	2018.12.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
282	门厅柜（沁园春）	2018304562420	2018.12.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
283	衣柜（沁园春）	201830456244X	2018.12.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
284	电视机柜（沁园春）	2018304562488	2018.12.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
285	橱柜（尚简）	2018303870265	2018.12.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
286	橱柜（吉维尼）	2018303871018	2018.12.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
287	橱柜（伯爵庄园）	2018303870284	2019.01.25	原始取得	诗尼曼	外观设计
288	橱柜（锦瑟年华）	2018303869997	2019.01.25	原始取得	诗尼曼	外观设计
289	橱柜（模块展示柜）	2018303870439	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
290	木门（暮森2）	2018303870570	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
291	木门（芳华1）	201830387147X	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
292	书柜（比亚里茨）	2018304884763	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
293	儿童房书柜（莫卡索）	2018304883243	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
294	儿童房吊柜（莫卡索）	2018304883258	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
295	床头柜（蝶恋花）	2018304885287	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
296	沙发背柜（卫斯理）	2018304883760	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
297	沙发背柜（比亚里茨）	2018304885111	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
298	衣柜（比亚里茨）	2018304883154	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
299	衣柜（莫卡索）	2018304883436	2019.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
300	隔断柜（沁园春）	2018304562045	2019.04.05	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
301	儿童房衣柜（莫卡索）	2018304882880	2019.04.05	原始取得	诗尼曼	外观设计
302	书柜（卫斯理）	2018304884706	2019.04.05	原始取得	诗尼曼	外观设计
303	衣柜（蝶恋花）	2018304885376	2019.04.05	原始取得	诗尼曼	外观设计
304	楼梯柜（莫卡索）	2018304885018	2019.04.05	原始取得	诗尼曼	外观设计
305	餐边柜（比亚里茨）	2018304885130	2019.04.05	原始取得	诗尼曼	外观设计
306	电视柜（莫卡索）	2018304882999	2019.04.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
307	玄关柜（莫卡索）	201830488480X	2019.05.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
308	飘窗柜（蝶恋花）	2018304883281	2019.05.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
309	橱柜（沁园春）	2018303876172	2019.05.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
310	木门（芳华4）	201830386986X	2019.05.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
311	橱柜（加州恋人）	2018303871107	2019.05.17	原始取得	诗尼曼	外观设计
312	橱柜（塔林盛夏）	2018303870049	2019.05.17	原始取得	诗尼曼	外观设计
313	橱柜（唐璜）	2018303870015	2019.05.17	原始取得	诗尼曼	外观设计
314	衣柜（卫斯理）	2018304885380	2019.05.21	原始取得	诗尼曼	外观设计
315	床头柜（莫卡索）	2018304885022	2019.05.21	原始取得	诗尼曼	外观设计
316	橱柜（莫卡索）	2018303871056	2019.05.21	原始取得	诗尼曼	外观设计
317	橱柜（玛格丽特）	2018303869982	2019.05.28	原始取得	诗尼曼	外观设计
318	衣帽间（比亚里茨）	2018304883614	2019.08.13	原始取得	诗尼曼	外观设计
319	餐边柜（莫卡索）	2018304882984	2019.08.20	原始取得	诗尼曼	外观设计
320	橱柜（比亚里茨）	201830387027X	2019.08.20	原始取得	诗尼曼	外观设计
321	电视柜（比亚里茨）	201830488314X	2019.08.20	原始取得	诗尼曼	外观设计
322	书柜（蝶恋花）	2018304883239	2019.08.20	原始取得	诗尼曼	外观设计
323	形象柜（比亚里茨）	2018304883455	2019.08.20	原始取得	诗尼曼	外观设计
324	餐边柜（轻奢-拉斐	2019305818424	2020.03.31	原始取得	诗尼曼	外观设

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
	尔)					计
325	餐边柜（轻奢-博纳尔）	2019305852745	2020.03.31	原始取得	诗尼曼	外观设计
326	电视柜（轻奢-拉斐尔）	2019305852730	2020.03.31	原始取得	诗尼曼	外观设计
327	鞋柜（轻奢-拉斐尔）	2019305857128	2020.03.31	原始取得	诗尼曼	外观设计
328	玄关柜（轻奢-博纳尔）	2019305825729	2020.03.31	原始取得	诗尼曼	外观设计
329	衣柜（轻奢-拉斐尔）	2019305818405	2020.04.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
330	衣柜(轻奢-埃丽塔)	2019305857113	2020.04.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
331	电视柜（轻奢-博纳尔）	2019305818208	2020.04.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
332	展示柜（轻奢-拉斐尔）	2019305822716	2020.04.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
333	书桌（轻奢-拉斐尔）	2019305815252	2020.04.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
334	酒柜（轻奢-拉斐尔）	201930581841X	2020.04.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
335	抽屉（百纳-轻奢-埃丽塔）	2019305818316	2020.05.05	原始取得	诗尼曼	外观设计
336	沙发背柜（空白格）	2019307247456	2020.05.15	原始取得	诗尼曼	外观设计
337	梳妆台（轻奢-博纳尔）	2019307247460	2020.05.15	原始取得	诗尼曼	外观设计
338	镂空装饰条	2019306098914	2020.05.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
339	装饰件	2019306189754	2020.05.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
340	衣柜（幻想国）	2019307313566	2020.05.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
341	衣柜（轻奢-塔莎）	2019307290916	2020.05.22	原始取得	诗尼曼	外观设计
342	抽屉柜（安缦）	2019307356186	2020.05.22	原始取得	诗尼曼	外观设计
343	书桌柜（幻想国）	2019307365927	2020.05.22	原始取得	诗尼曼	外观设计
344	斗柜（幻想国）	2019307313354	2020.05.26	原始取得	诗尼曼	外观设计
345	床头柜（轻奢-塔莎）	2019307365842	2020.06.02	原始取得	诗尼曼	外观设计
346	床头柜（轻奢-博纳尔）	2019307365912	2020.06.02	原始取得	诗尼曼	外观设计
347	门窗轨道	201930609890X	2020.06.02	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
348	转角衣柜（轻奢-博纳尔）	2019307247441	2020.06.02	原始取得	诗尼曼	外观设计
349	衣帽间（头号玩家）	2019307264860	2020.06.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
350	拼色门（拿铁印象）	2019307321844	2020.06.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
351	衣物护理机柜（安缦）	2019307356311	2020.06.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
352	电视柜（凡德罗）	2019307356415	2020.06.09	原始取得	诗尼曼	外观设计
353	转角书桌柜（轻奢-塔莎）	2019307356241	2020.06.12	原始取得	诗尼曼	外观设计
354	铝框门（安缦）	2019307270880	2020.06.12	原始取得	诗尼曼	外观设计
355	梳妆台（安缦）	201930732183X	2020.06.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
356	餐边柜（空白格）	2020300891835	2020.07.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
357	移门（安缦-H35 框）	2020300088502	2020.07.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
358	电视柜（空白格）	2020300912494	2020.07.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
359	床柜（头号玩家）	2019307247386	2020.07.10	原始取得	诗尼曼	外观设计
360	阳台柜（空白格）	2020300891727	2020.07.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
361	一体组合收纳床柜（幻想国）	2020300892861	2020.07.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
362	电视柜（布鲁斯）	201930725212X	2020.08.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
363	双色铝框门（安缦）	2019307365931	2020.08.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
364	箭头吊柜（头号玩家）	2019307356218	2020.08.14	原始取得	诗尼曼	外观设计
365	客厅餐边柜（凡德罗）	2020300892908	2020.09.15	原始取得	诗尼曼	外观设计
366	书房组合柜（布鲁斯）	2020300891820	2020.09.15	原始取得	诗尼曼	外观设计
367	组合储存柜（安缦）	202030091248X	2020.10.27	原始取得	诗尼曼	外观设计
368	飘窗柜（AI 童真时刻）	2020305333356	2021.01.15	原始取得	诗尼曼	外观设计
369	卧室衣柜（AI 娜塔莉）	2020305327459	2021.02.02	原始取得	诗尼曼	外观设计
370	装饰吊柜（AI 娜塔莉）	2020305327497	2021.02.02	原始取得	诗尼曼	外观设计
371	衣柜（雅舍）	2020305327355	2021.02.12	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
						计
372	床头柜（AI 曼哈顿）	2020305326583	2021.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
373	装饰柜（AI 追梦时光）	2020305344331	2021.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
374	装饰柜（雅舍）	2020305344327	2021.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
375	餐边柜（AI 追梦时光）	2020305341988	2021.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
376	餐边柜（AI 莫奈印象）	2020305346394	2021.02.19	原始取得	诗尼曼	外观设计
377	衣柜（AI 追梦时光-衣帽间）	2020305333360	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
378	衣柜(AI 追梦时光)	2020305887959	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
379	梳妆台（雅舍）	2020305332902	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
380	衣柜（AI 童真时刻）	2020305887889	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
381	电视柜（AI 追梦时光）	202030588176X	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
382	电视柜（AI 娜塔莉）	2020305897397	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
383	推拉书柜（AI 曼哈顿）	2020305906574	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
384	书桌（AI 追梦时光）	2020305887944	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
385	书桌书柜组合（头号玩家）	2020300912297	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
386	卧室榻榻米(AI 娜塔莉)	2020305881793	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
387	衣帽间展示柜（AI 追梦时光）	2020305881825	2021.03.30	原始取得	诗尼曼	外观设计
388	榻榻米（雅舍）	2020305346375	2021.05.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
389	书桌（AI 童真时刻）	2020305341973	2021.05.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
390	推拉鞋柜（雅舍）	2020306603723	2021.05.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
391	上下铺儿童床（AI 童真时刻）	2020305327444	2021.05.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
392	衣柜（AI 曼哈顿）	2020306387404	2021.05.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
393	橱柜套件(AI 追梦时光)	2020305344308	2021.05.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
394	拉手（AI 皓月短款）	2021301190451	2021.08.03	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
395	拉手（AI 皓月长款）	2021301190521	2021.09.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
396	电视柜（星）	2021304673868	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
397	电视柜（悦木）	2021304686603	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
398	边柜（瑰丽）	2021304681417	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
399	橱柜（星厨房）	2021304674057	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
400	衣柜（柔晶卧室）	2021304672507	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
401	衣柜（悦木）	2021304679084	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
402	衣柜（星卧室）	2021304673887	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
403	护墙（柔晶）	202130467978X	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
404	衣帽间（柔晶）	2021304670605	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
405	橱柜套件（茶卡）	202130469164X	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
406	橱柜套件（瑰丽）	2021304671256	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
407	书柜（悦木）	2021304672634	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
408	书柜（瑰丽）	2021304673976	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
409	飘窗柜（悦木）	2021304673853	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
410	电视墙柜	2021304679101	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
411	橱柜（悦木厨房）	2021304994549	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
412	衣柜（瑰丽卧室）	2021304998465	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
413	衣柜（米兰达）	2021304994430	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
414	电视柜（瑰丽卧室）	2021304998376	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
415	橱柜（柔晶）	2021304998291	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
416	橱柜（觅白厨房）	2021304994534	2021.12.03	原始取得	诗尼曼	外观设计
417	储物柜（折叠门）	2021304692731	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	外观设计
418	衣柜（折叠门）	2021304678823	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
						计
419	中岛柜（米兰达）	2021304998323	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	外观设计
420	衣帽间中岛台（AI 追梦时光）	2021304994356	2021.12.28	原始取得	诗尼曼	外观设计
421	电视柜（柔晶）	2021304674042	2022.01.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
422	餐边柜（柔晶）	2021304691353	2022.01.07	原始取得	诗尼曼	外观设计
423	整体厨房	2021304994445	2022.03.18	原始取得	诗尼曼	外观设计
424	入户柜（AI 自然物语）	2022300204216	2022.05.24	原始取得	诗尼曼	外观设计
425	收纳柜（AI 自然物语）	2022300247673	2022.05.24	原始取得	诗尼曼	外观设计
426	橱柜（AI 麦瑟尔）	2022300204201	2022.05.24	原始取得	诗尼曼	外观设计
427	床式抽箱柜（AI 自然物语）	2022300204146	2022. 6. 17	原始取得	诗尼曼	外观设计
428	阳台柜（AI 自然物语）	202230020431X	2022. 6. 21	原始取得	诗尼曼	外观设计
429	浴室柜（AI 自然物语）	2022300204042	2022. 6. 21	原始取得	诗尼曼	外观设计
430	儿童衣柜（AI 自然物语）	2022300204150	2022. 6. 21	原始取得	诗尼曼	外观设计
431	中岛柜（AI 璞玥）	2022300204112	2022. 6. 21	原始取得	诗尼曼	外观设计
432	橱柜（AI 自然物语）	2022300248568	2022. 6. 21	原始取得	诗尼曼	外观设计
433	衣柜（AI 自然物语）	2022300204057	2022. 6. 21	原始取得	诗尼曼	外观设计
434	衣柜（AI 璞玥）	2022300204269	2022. 6. 21	原始取得	诗尼曼	外观设计
435	拉手（云栖系列）	2022301212050	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计
436	餐边柜（札卡）	2022301212262	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计
437	餐边柜（云栖系列）	202230121207X	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计
438	橱柜（吉赛尔 B）	2022301212192	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计
439	电视柜（AI 麦瑟尔）	2022300115547	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计
440	电视柜（AI 自然物语）	2022300119196	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计
441	电视柜（AI 璞玥）	2022300120314	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
442	橱柜（云栖系列）	2022301931684	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计
443	电视柜（云栖系列）	2022301212169	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计
444	橱柜（AI 璞玥）	2022300250017	2022. 7. 8	原始取得	诗尼曼	外观设计
445	卧室壁柜（云栖系列）	202230192910X	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	外观设计
446	书桌组合地柜（光年系列）	202230229828X	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	外观设计
447	衣柜（光年系列）	2022302299329	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	外观设计
448	衣柜（札卡系列）	2022302300400	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	外观设计
449	吊柜（光年系列）	2022302299691	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	外观设计
450	餐边柜（光年系列）	2022302024862	2022. 8. 12	原始取得	诗尼曼	外观设计
451	衣帽间（札卡B）	2022301212188	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	外观设计
452	衣帽间（云栖系列）	2022301931769	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	外观设计
453	边柜（吉赛尔）	2022301212525	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	外观设计
454	厨房岛台（云栖系列）	2022301931788	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	外观设计
455	衣帽柜（光年系列）	2022302025206	2022. 9. 13	原始取得	诗尼曼	外观设计
456	衣柜（AI 麦瑟尔）	2022304104768	2022. 12. 2	原始取得	诗尼曼	外观设计
457	壁柜（光年系列）	2022302024881	2022. 12. 2	原始取得	诗尼曼	外观设计
458	一种厨房用柜式吧台	201821167309X	2019.08.16	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
459	一种转角式厨房柜	201821326122X	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
460	一种新式厨房吧台	201821360750X	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
461	一种带镂空推拉门的书房柜	2018213260513	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
462	一种T型新式厨房台	2018213260674	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
463	一种新式转角柜	2018213262114	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
464	一种整体卧房柜	2018213267211	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
465	一种带书籍存放架	2018213284306	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
	的储物柜				曼	型
466	一种客房电视柜	2018213285084	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
467	一种可调式电视机安装柜	2018213285205	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
468	一种客厅装饰柜	2018213294628	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
469	一种一体式厨房柜	2018213295118	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
470	一种新式酒柜	2018213636729	2019.09.20	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
471	一种多功能厨房柜	2018213610061	2019.11.26	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
472	一种带新型插座的餐厅柜	2018211478824	2020.02.07	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
473	一种家具生产用喷漆装置	2020232793192	2021.09.14	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
474	一种家具生产用的废料回收设备	2020232952127	2021.09.14	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
475	一种组装衣柜用防潮模块板	2020232793169	2021.10.08	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
476	一种环保轻质降噪的家具板材	2020232794176	2021.10.08	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
477	一种稳定性强的秸秆复合板	2020232962947	2021.11.02	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
478	一种环保秸秆木材纤维复合板	2020232934932	2021.11.02	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
479	一种便于拆装的门板嵌装机构	2020232794320	2021.11.16	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
480	一种组合式鞋柜	2020229923769	2021.12.31	继受取得	湖北诗尼曼	实用新型
481	一种可除味杀菌的橱柜	2021218355920	2021.12.31	继受取得	湖北诗尼曼	实用新型
482	一种可调节储存空间的新型橱柜	2021218355795	2021.12.31	继受取得	湖北诗尼曼	实用新型
483	一种除异味鞋柜	202022992409X	2022.01.04	继受取得	湖北诗尼曼	实用新型
484	可调节内部挡板的衣柜	2021212181041	2022.01.07	继受取得	湖北诗尼曼	实用新型
485	一种节能遮阳绿色门窗结构	2021216512058	2022.01.07	原始取得	湖北诗尼曼	实用新型
486	书柜（AI 自然物语）	2022300285355	2022.05.27	原始取得	湖北诗尼曼	外观设计
487	书柜（AI 璞玥）	2022300249113	2022.05.27	原始取得	湖北诗尼曼	外观设计
488	入户柜（AI 麦瑟尔）	2022300247372	2022.05.27	原始取得	湖北诗尼曼	外观设计

（三）软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司取得的计算机软件著作权共 54 项，具体如下：

序号	软件名称	证书编号	证书登记号	首次发表时间	取得方式
1	仓储管理系统 V1.0	软著登字第 2095396 号	2017SR510112	未发表	原始取得
2	车间工资核算系统 V1.0	软著登字第 2095410 号	2017SR510126	未发表	原始取得
3	车间调度系统 V1.0	软著登字第 2094906 号	2017SR509622	未发表	原始取得
4	订单管理系统 V1.0	软著登字第 2094899 号	2017SR509615	未发表	原始取得
5	订单交期管理系统 V1.0	软著登字第 2094893 号	2017SR509609	未发表	原始取得
6	工单管理系统 V1.0	软著登字第 2096102 号	2017SR510818	未发表	原始取得
7	批次组织排产系统 V1.0	软著登字第 2095160 号	2017SR509876	未发表	原始取得
8	生产数据采集系统 V1.0	软著登字第 2095149 号	2017SR509865	未发表	原始取得
9	物流排车系统 V1.0	软著登字第 2095265 号	2017SR509981	未发表	原始取得
10	自动批次组织系统 V1.0	软著登字第 2095094 号	2017SR509810	未发表	原始取得
11	工单扫描系统 V1.0	软著登字第 2095166 号	2017SR509882	未发表	原始取得
12	诗尼曼定制生产成本核算系统 V1.0	软著登字第 5129975 号	2020SR0251279	2018.05.15	原始取得
13	批次组织系统 V2.0	软著登字第 3444918 号	2019SR0024161	2018.06.05	原始取得
14	2020 订单管理系统 V1.0	软著登字第 3430680 号	2019SR0009923	2018.06.23	原始取得
15	现场设包管理系统 V1.0	软著登字第 3427910 号	2019SR0007153	2018.07.07	原始取得
16	诗尼曼活动管理系统 V1.0	软著登字第 5129797 号	2020SR0251101	2018.07.12	原始取得
17	订单售后管理系统 V1.0	软著登字第 3430684 号	2019SR0009927	2018.07.18	原始取得
18	多产地分单系统 V1.0	软著登字第 3430694 号	2019SR0009937	2018.07.29	原始取得
19	物料计划管理系统 V1.0	软著登字第 3430674 号	2019SR0009917	2018.08.10	原始取得
20	诗尼曼客户管理系统 V1.0	软著登字第 5129445 号	2020SR0250749	2018.08.10	原始取得
21	诗尼曼分享家管理系统 V1.0	软著登字第 5325164 号	2020SR0446468	2018.10.15	原始取得

序号	软件名称	证书编号	证书登记号	首次发表时间	取得方式
22	诗尼曼因格 AI 订单计划系统 V1.0	软著登字第 5326777 号	2020SR0448081	2018.10.25	原始取得
23	诗尼曼酷报价管理系统 V1.0	软著登字第 5325533 号	2020SR0446837	2018.11.20	原始取得
24	诗尼曼定制产品毛利分析系统 V1.0	软著登字第 5326860 号	2020SR0448164	2019.03.15	原始取得
25	诗尼曼订单改补管理系统 V1.0	软著登字第 5129784 号	2020SR0251088	2019.03.15	原始取得
26	诗尼曼销售分析系统（移动版）V1.0	软著登字第 5325157 号	2020SR0446461	2019.06.11	原始取得
27	诗尼曼消息管理系统 V1.0	软著登字第 5325811 号	2020SR0447115	2019.06.17	原始取得
28	诗尼曼酷设计管理系统 V1.0	软著登字第 5129440 号	2020SR0250744	2019.07.03	原始取得
29	诗尼曼报表管理系统 V1.0	软著登字第 5324887 号	2020SR0446191	2019.08.25	原始取得
30	诗尼曼图纸管理系统 V1.0	软著登字第 5129791 号	2020SR0251095	2019.08.28	原始取得
31	诗尼曼客户订单管理系统 V1.0	软著登字第 5325151 号	2020SR0446455	2019.09.25	原始取得
32	诗尼曼生产分析系统（移动版）V1.0	软著登字第 5129973 号	2020SR0251277	2019.10.25	原始取得
33	诗尼曼渠道门店管理系统 V1.0	软著登字第 5129753 号	2020SR0251057	2019.10.25	原始取得
34	诗尼曼平台经销商团队系统 V1.0	软著登字第 7665925 号	2021SR0943299	2020.04.09	原始取得
35	企业微信全员链接系统 V1.0	软著登字第 7495366 号	2021SR0772740	未发表	原始取得
36	直播 N+系统 V1.0	软著登字第 7495367 号	2021SR0772741	未发表	原始取得
37	诗尼曼平台订单处理智能打包控制系统 V1.0	软著登字第 7672773 号	2021SR0950147	2020.04.09	原始取得
38	诗尼曼平台电子合同系统 V1.0	软著登字第 7672116 号	2021SR0949490	2020.04.09	原始取得
39	诗尼曼平台数据权限系统 V1.0	软著登字第 7677924 号	2021SR0955298	2020.04.02	原始取得
40	诗尼曼名片平台系统 V1.0	软著登字第 7693524 号	2021SR0970898	2020.04.09	原始取得
41	诗尼曼平台订单出货智能化调度系统 V1.0	软著登字第 7693528 号	2021SR0970902	2020.04.09	原始取得
42	诗尼曼平台售后服务系统 V1.0	软著登字第 7692530 号	2021SR0969904	2020.04.09	原始取得
43	诗尼曼平台智能产品交付管理系统 V1.0	软著登字第 7663869 号	2021SR0941243	2020.04.09	原始取得
44	诗尼曼平台推送管理系统 V1.0	软著登字第 7662341 号	2021SR0939715	2020.04.17	原始取得

序号	软件名称	证书编号	证书登记号	首次发表时间	取得方式
45	诗尼曼平台营销管理系统 V1.0	软著登字第 7658845 号	2021SR0936219	2020.04.02	原始取得
46	诗尼曼平台招商助手系统 V1.0	软著登字第 7658846 号	2021SR0936220	2020.04.09	原始取得
47	学到学习平台软件 V1.0	软著登字第 10424559 号	2022SR1470360	未发表	原始取得
48	诗尼曼酷设计管理系统 V2.0	软 著 登 字 第 10432526 号	2022SR1478327	未发表	原始取得
49	百事通管理系统 V1.0	软 著 登 字 第 10432528 号	2022SR1478329	未发表	原始取得
50	安装直播系统 V1.0	软 著 登 字 第 10432529 号	2022SR1478330	未发表	原始取得
51	诗尼曼客户订单管理系统 V2.0	软 著 登 字 第 10450013 号	2022SR1495814	未发表	原始取得
52	诗尼曼酷报价管理系统 V2.0	软 著 登 字 第 10450119 号	2022SR1495920	未发表	原始取得
53	诗尼曼渠道门店管理系统 V2.0	软 著 登 字 第 10450120 号	2022SR1495921	未发表	原始取得
54	点将系统 V1.0	软 著 登 字 第 10477861 号	2022SR1523662	未发表	原始取得