瑪格全屋定制

MACIO CASA

玛格家居股份有限公司

重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1

首次公开发行股票并在主板上市
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（申报稿）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作为投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）

国泰君安证券股份有限公司
GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

玛格家居股份有限公司

首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人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。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次向社会公众首次公开发行不超过 2,500 万股人民币普通股（A 股），占发行后公司总股本的比例不低于 25%，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所主板
发行后总股本	不超过 10,000 万股
保荐人（主承销商）	国泰君安证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

目 录

本次发行概况 2
目 录 3
第一节 释义 7
一、普通术语 7
二、专业术语 9
第二节 概览 12
一、重大事项提示 12
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况 13
三、本次发行概况 14
四、发行人的主营业务情况 16
五、发行人的板块定位情况 19
六、发行人的主要财务数据和财务指标 22
七、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况 23
八、发行人选择的上市标准 23
九、募集资金运用与未来发展规划 24
十、其他对发行人有重大影响的事项 26
第三节 风险因素 27
一、与发行人相关的风险 27
二、与行业相关的风险 31
三、其他风险 33
第四节 发行人基本情况 35
一、发行人基本情况 35
二、发行人设立情况及报告期内的股本和股东变化情况 35
三、发行人设立以来的重要事件 47
四、发行人在其他证券市场的上市、挂牌情况 47
五、发行人的股权结构 47
六、发行人控股子公司、参股公司基本情况 48

七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况.....51
八、发行人股本情况 56
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况.....58
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人签订的协议及其履行情况 65
十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况.....65
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年内的变动情况 66
十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况.....68
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况 69
十五、申报前已制定或实施的股权激励及其他制度安排和执行情况.....70
十六、发行人员工及社会保障情况.....76
第五节 业务和技术 81
一、发行人主营业务、主要产品及演变情况.....81
二、发行人所处行业情况和业务竞争情况 97
三、发行人的销售和采购情况 133
四、发行人的主要固定资产及无形资产.....156
五、发行人主要产品的技术及来源.....166
六、发行人生产经营涉及的主要环境污染情况 171
七、发行人境外生产经营情况 177
八、发行人生产经营的资质许可.....177
九、主要产品和服务的质量控制情况 179
第六节 财务会计信息与管理层分析 183
一、最近三年一期主要财务报表.....183
二、审计意见和关键审计事项 192
三、财务报告编制基础、财务报表的合并范围及其变化.....193
四、重要会计政策及会计估计 194
五、非经常损益明细 231

六、发行人适用的各种税费及税率.....232
七、分部信息.....237
八、报告期内公司主要财务指标.....238
九、对公司未来财务状况和盈利能力可能产生影响的因素及其可能产生的具体影响或风险.....240
十、经营成果分析.....242
十一、资产质量分析.....290
十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析.....320
十三、资本性支出分析.....342
十四、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....342
十五、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况.....343
十六、发行人盈利预测报告披露情况.....346
第七节 募集资金运用与未来发展规划.....347
一、募集资金运用情况.....347
二、公司未来发展规划.....361
第八节 公司治理与独立性.....364
一、公司治理的建立和完善情况以及存在的缺陷及改进情况.....364
二、发行人内部控制情况.....365
三、公司的违法违规情况.....365
四、报告期内公司资金占用及对外担保情况.....366
五、发行人独立性情况.....366
六、同业竞争情况.....368
七、关联方与关联关系.....368
八、报告期内的关联交易.....372
九、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....377
第九节 投资者保护.....380
一、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....380
二、股利分配政策.....380
三、发行人特别表决权股份、协议控制的特殊安排.....384

四、发行人尚未盈利或累计未弥补亏损的情形 385
第十节 其他重要事项 386
一、重大合同 386
二、对外担保情况 391
三、诉讼或仲裁情况 391
第十一节 声明 392
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明 392
二、发行人控股股东、实际控制人声明 393
三、保荐机构（主承销商）声明 394
四、保荐机构董事长、总经理声明 395
五、律师声明 396
六、审计机构声明 397
七、资产评估机构声明 398
八、验资机构声明 399
九、验资复核机构声明 400
第十二节 附件 401
一、备查文件 401
二、查阅时间、地点 401
三、发行人落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况 402
四、与投资者保护相关的承诺 405
五、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次上市相关的其他承诺 429
六、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说明 431
七、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明 434
八、募集资金具体运用情况 435
九、发行人的专利权情况 442
十、发行人的境内商标专用权情况 465
十一、发行人的作品著作权情况 486

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下含义：

一、普通术语

玛格家居、发行人、公司、本公司	指	玛格家居股份有限公司
本招股说明书、招股说明书	指	玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书
控股股东、实际控制人	指	唐斌先生
玛格有限	指	重庆玛格家居有限公司，玛格家居系由重庆玛格家居有限公司整体变更设立
玛格装饰	指	重庆玛格装饰建材有限公司，曾为公司的开展业务的前身，已于 2019 年 7 月 26 日注销
广东玛格	指	广东玛格家居有限公司，发行人控股子公司
广东玛格广州分公司	指	广东玛格家居有限公司广州市分公司，发行人分公司
玛格科技	指	广东玛格家居科技有限公司，发行人控股子公司
玛格科技广州分公司	指	广东玛格家居科技有限公司广州分公司，发行人分公司
玛格家居广州分公司	指	玛格家居股份有限公司广州分公司，发行人分公司
天津玛格	指	天津玛格家居有限公司，发行人控股子公司，目前已停止生产
玛格唐投资	指	广东玛格唐投资有限公司，公司控股股东、实际控制人唐斌控制的企业
重庆浩钥欣	指	重庆浩钥欣信息科技有限公司，原公司股东
天玛咨询	指	广州天玛咨询合伙企业（有限合伙），公司股东
瑞渝投资	指	宿迁瑞渝投资合伙企业（有限合伙），公司股东
德韬建成	指	宿迁德韬建成投资合伙企业（有限合伙），公司股东
零壹咨询	指	零壹（深圳）咨询管理合伙企业（有限合伙），公司股东
帝欧家居	指	帝欧家居集团股份有限公司，公司股东，系主板上市公司，股票代码为 002798.SZ
金玛咨询	指	金玛（广州）咨询合伙企业（有限合伙），员工持股平台
艾玛咨询	指	艾玛（广州）咨询合伙企业（有限合伙），员工持股平台
建潘集团	指	厦门市建潘集团有限公司，系上市公司金牌厨柜控股股东，为公司的间接股东
重庆浩立投资	指	重庆浩立投资管理有限公司
建众咨询	指	广州建众企业管理咨询有限公司

博骏家居	指	广州博骏家居科技有限公司
全国人大	指	中华人民共和国全国人民代表大会
国务院	指	中华人民共和国国务院
国家市场监督管理总局	指	中华人民共和国国家市场监督管理总局
住建部	指	中华人民共和国住房和城乡建设部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
商务部	指	中华人民共和国商务部
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
艾瑞咨询	指	艾瑞咨询集团，成立于 2002 年，是一家致力于中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的品牌
BCG	指	Boston Consulting Group，波士顿咨询公司，成立于 1963 年，全球性管理咨询公司
亿欧	指	北京亿欧网盟科技有限公司，成立于 2014 年，是一家致力于推动新科技、新理念、新政策引入实体经济的科技与产业创新服务平台
瑞信研究院	指	瑞士信贷银行旗下的研究机构，致力于研究具有全球影响力的长期经济发展
阿里研究院	指	隶属于阿里巴巴集团，成立于 2007 年，是国内互联网企业中第一家内设研究智库
巨量引擎	指	北京巨量引擎网络技术有限公司，成立于 2016 年，是字节跳动旗下综合的数字化营销服务平台
知萌咨询	指	北京知萌咨询有限公司，成立于 2011 年，是一家关注中国未来社会潮流与商业趋势、新技术与新媒体变革的创新型营销咨询公司
欧派家居	指	欧派家居集团股份有限公司
索菲亚	指	索菲亚家居股份有限公司
尚品宅配	指	广州尚品宅配家居股份有限公司
志邦家居	指	志邦家居股份有限公司
金牌厨柜	指	金牌厨柜家居科技股份有限公司
好莱客	指	广州好莱客创意家居股份有限公司
我乐家居	指	南京我乐家居股份有限公司
皮阿诺	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司
顶固集创	指	广东顶固集创家居股份有限公司
万科	指	万科企业股份有限公司
金科	指	金科地产集团股份有限公司
龙湖	指	重庆龙湖企业拓展有限公司

保荐机构、保荐人、主承销商、国泰君安证券	指	国泰君安证券股份有限公司
信达、发行人律师	指	广东信达律师事务所
立信、发行人会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
《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》
《注册管理办法》	指	《首次公开发行股票注册管理办法》
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
报告期	指	2019 年、2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月
报告期期末	指	2022 年 6 月末
A 股	指	中国境内公司发行的人民币普通股票
元、万元	指	人民币元、万元

二、专业术语

定制家具	指	根据客户的个性化需求进行测量、设计、制造、安装、服务的家具
全屋定制/定制家居	指	对指定住宅内的全部或部分家居制品和相关的装修产品及其服务进行定制的行为
柔性化生产	指	主要依靠有高度柔性的以计算机数控机床为主的制造设备来实现多品种、小批量的生产方式
成品家具	指	又称活动家具，相较于定制家具，成品家具尺寸、颜色、形状已固定，难以满足个性化需求
定制衣柜	指	结合居室空间结构与消费者个性化需求，将板材、推拉门、玻璃、射灯及其他功能部件统筹配置形成的成套衣柜产品
整体厨柜	指	结合厨房空间结构与消费者个性化需求，将厨柜柜体、台面、厨房电器及其他功能部件统筹配置形成的成套厨柜产品
护墙系统	指	指由多种标准化部件构成的安装在墙面的家居制品，具有颜色丰富，造型多样，结构简便的特点，满足室内装饰，墙面保护等个性化需求。
配套宅品	指	沙发、茶几、餐桌、床、装饰等配套家居宅品
卫浴系统	指	指为用户提供的整套卫浴解决方案，涵盖洁具、储物空间、照明取暖等专用卫浴产品，具有空间功能优化，产品种类丰富，满足消费者个性化需求的特点。
O2O	指	Online To Offline，一种利用线上进行商品营销而带动线下经营与消费的商业模式
人造板	指	以木材或其他非木材植物为原料，经一定机械加工分离成各种单元材料后，施加或不施加胶粘剂和其他添加剂胶合而成的板材或模压制品，主要包括多层板、颗粒板和密度板等三大类产品
多层板	指	为人造板三大板之一，又称胶合板，由木段旋切成单板或

		由木方刨切成薄木，再用胶粘剂胶合而成的三层或多层的板状材料，通常用奇数层单板，并使相邻层单板的纤维方向互相垂直胶合而成
颗粒板	指	为人造板三大板之一，又称微粒板、刨花板，由木材或其他木质纤维素材料制成的碎料，施加胶粘剂后在热力和压力作用下胶合成的人造板
密度板	指	为人造板三大板之一，全称为密度纤维板，是以木质纤维或其他植物纤维为原料，经纤维制备，施加合成树脂，在加热加压的条件下，压制成的板材，按其密度可分为高密度纤维板、中密度纤维板和低密度纤维板
三胺板	指	全称为三聚氰胺浸渍胶膜纸饰面人造板，是将带有不同颜色或纹理的纸放入三聚氰胺树脂胶粘剂中浸泡，然后干燥到一定固化程度，将其铺装在颗粒板、密度板、多层板或其他硬质纤维板表面，经热压而成的板材
素板	指	为未进行表面二次加工处理的各种人造板
PVC	指	Polyvinyl chloride，聚氯乙烯，通用塑料，应用广泛
UV 漆	指	一般指紫外光（UV）固化木器涂料，在紫外线灯的辐照下，UV 液态涂料中的光引发剂受激发变为自由基或阳离子，从而引发涂料中具有反应活性的物质间发生化学反应，最终导致立体型结构的形成，从而使涂料固化。具有效率高，环保的特点。
实木	指	采用完整的木材（原木）制成的木板材。实木板板材坚固耐用、纹路自然，大都具有天然木材特有的芳香，具有较好的吸湿性和透气性，有益于人体健康，不造成环境污染，是制作高档家具、装修房屋的优质板材。
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，一种代工生产方式，生产者不直接生产产品，而利用自己掌握的核心技术，负责设计和开发，并控制销售渠道，具体的加工任务委托给代工企业进行
人工智能	指	研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学
城镇化率	指	城镇常住人口占该地区常住总人口的比例
PMC	指	Production Material Control，生产及物料控制
ERP	指	ERP 即 Enterprise Resource Planning，企业资源计划者
SAP	指	SAP 公司，全球领先的企业管理软件解决方案提供商
SRM	指	Supplier Relationship Management，供应商管理
QM	指	Quality Management，质量管理
PDM	指	Product Data Management，产品数据管理
APS	指	Advanced Planning and Scheduling，生产计划系统
MES	指	Manufacturing Execution System，制造企业生产过程执行系统
AMS	指	APS+MES+WMS，智能制造信息化系统。其中 WMS（Warehouse Management System）为仓库管理系统
BOM	指	Bill of Material，物料清单

MDMS	指	Macio Digital Marketing System，数字化营销系统
ISO9001、ISO14000、ISO45001	指	国际标准化组织（ISO）颁布的质量管理国际标准文件体系
中国环境标志产品认证	指	一种标在产品或其包装上的标签，表明该产品不仅质量合格，且具有低毒少害、节约资源等环境优势

本招股说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、重大事项提示

（一）本次发行相关的重要承诺和说明

发行人及公司董事、监事、高级管理人员、主要股东等责任主体已出具与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项，具体内容详见本招股说明书“第十二节 附件”之“四、与投资者保护相关的承诺”及“五、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次上市相关的其他承诺”

（二）发行人提醒投资者特别关注风险因素

本公司特别提醒投资者关注如下风险：

1、房地产行业调控导致公司利润下滑的风险

定制家居行业的发展与房地产密切相关，产品需求直接受到商品房销售量、商品房交收期、二手房交易及翻新改造数量的影响。2021 年以来，房地产企业债务违约事件频现，如果未来国家加大对房地产的调控力度或者宏观经济形势发生变化，房地产企业未能较好地应对包括“三道红线”在内的调控政策，导致房地产市场景气度下降，将会对定制家居行业及公司的生产经营产生不利影响。极端情况下，无法完全排除公司营业利润因上述因素影响出现下滑，乃至上市当年营业利润同比下滑 50%以上或上市当年即亏损的可能。

2、市场竞争加剧风险

定制家居行业主要定位于家居产品的个性化设计、规模化生产和标准化安装，属于家居行业新兴的细分领域，尽管行业市场容量较大、发展前景良好，公司仍面临市场竞争加剧的风险。如果未来不能迅速壮大资金实力并在品牌营销、渠道建设、产品研发、定制服务、信息化系统应用等方面加大投入，市场竞争的加剧可能导致产品的市场竞争力下降，影响未来的经营业绩。

3、主要原材料价格波动的风险

公司定制家居产品的主要原材料包括板材、五金配件、木材等，报告期各期，公司直接材料成本占主营业务成本的比重分别为 69.14%、70.92%、68.93%和 67.67%，直接材料价格的波动对公司的主营业务成本影响较大。如果未来板材、五金配件、木材等主要原材料的采购价格大幅上涨或发生较大波动，将不利于公司的成本控制，进而对公司业绩造成不利影响。

4、经销商管理风险

经销商体系的稳定运行对于公司发展至关重要。一方面，公司的定制化产品需要经过上门测量安装、个性化设计等流程，经销商的终端服务水平会影响到公司的用户体验和品牌声誉；另一方面，随着公司经营规模的扩大，经销商销售网络也在不断扩张，这对经销商管理能力提出了更高的要求。未来，如果公司不能对经销商销售网络开展持续有效的管理，可能导致公司的渠道建设和品牌形象受到负面影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

5、大宗业务下游客户应收账款回收的风险

报告期各期，公司大宗业务收入分别为 1,265.48 万元、2,622.97 万元、1,724.58 万元和 4,807.79 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.56%、3.18%、1.71%和 10.66%；报告期各期末，公司应收账款分别为 804.00 万元、305.79 万元、213.25 万元和 2,129.42 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.99%、0.37%、0.21%和 4.72%。大宗业务项目验收及回款周期相对较长，如果客户资信状况在信用期内有所下滑，会导致公司存在一定应收账款收回的风险。

二、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	玛格家居股份有限公司	成立日期	2013 年 9 月 17 日
注册资本	7,500 万元	法定代表人	唐斌
注册地址	重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1	主要生产经营地址	重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1、佛山市三水区中心科技工业区大塘园 A

			区 68-4 号、佛山市三水区中心科技工业区 A 区天泰路 1 号
控股股东	唐斌	实际控制人	唐斌
行业分类	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	国泰君安证券股份有限公司	主承销商	国泰君安证券股份有限公司
发行人律师	广东信达律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	银信资产评估有限公司
验资机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	验资复核机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		无	
（三）本次发行其他有关机构			
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司	收款银行	中国建设银行股份有限公司上海市分行营业部
其他与本次发行有关的机构		无	

三、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	境内上市人民币普通股（A 股）股票		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	发行人本次向社会公众首次公开发行股票不超过 2,500 万股，占发行后公司总股本的比例不低于 25%，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份	占发行后总股本比例	25.00%
其中：发行新股数量	2,500 万股（不考虑超额配售选择权）	占发行后总股本比例	25.00%
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	10,000 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按发行前一会计年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以发行后总股本计算）		

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（按本次发行后净资产除以发行后总股本计算）		
预测净利润	无		
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		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	玛格家居重庆工厂智能改扩建项目		
	智能柜体车间生产线建设		
	广东玛格车间智能改扩建项目		
	研发设计及信息化升级项目		
	品牌建设及营销推广项目		
发行费用概算	费用总额（不含税）为【】万元，其中： 1、承销及保荐费用【】万元 2、审计费用【】万元 3、律师费用【】万元 4、用于本次发行的信息披露费用【】万元 5、发行手续及其他费用【】万元		
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	【】		
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	【】		
拟公开发售股份股东名称、持股数量及拟公开发售股份数量、发行费用的分摊原则	无		
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	【】		
开始询价推介日期	【】		
刊登定价公告日期	【】		
申购日期和缴款日期	【】		
股票上市日期	【】		

四、发行人的主营业务情况

（一）发行人主营业务

发行人是一家专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务的现代化企业，专注于围绕中高端用户的个性化定制需求，通过信息化的技术手段，为客户提供包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等产品在内的一站式全屋定制家居解决方案。

发行人以原创设计和智能制造作为核心竞争力，形成了现代简约、当代美式、新中式、简奢四大风格全系列产品。公司系国家级工业设计中心，已在重庆、佛山建成智能制造基地，通过研发设计、生产制造、营销及服务全流程的信息化系统，精准处理大规模个性化的订单并形成高效的柔性化生产能力，为消费者提供优质的消费体验与服务。

“玛格”品牌历经十余年的发展，在定制家居市场具备较高的知名度，发行人子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位。发行人专注中高端定制家居行业多年，已建立覆盖全国的经销商服务体系，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人在全国范围内拥有 754 家经销商，821 家经销门店，每年为全国数万家庭提供个性化的全屋定制家居产品及服务。

（二）发行人主要产品及用途

公司致力于为中高端用户提供一站式全屋定制解决方案，产品包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等品类，涵盖现代简约、当代美式、新中式、简奢四大风格系列，可满足中高端客户对“玛格”品牌产品风格设计、品类的个性化、多样性需求。

2022 年，公司正式推出高级定制子品牌“玛格·极”，采用高级材料及现代化工艺，为高端客户提供衣柜、厨柜、室内门一体化的全案定制。

（三）发行人主要原材料及重要供应商

报告期内，公司主要采用“安全库存+按需采购”的采购模式进行原材料采购。公司为客户提供全屋定制家居产品，需评估消费者各类个性化的需求，提

前制定采购计划，以满足公司的多种类原材料需求。

报告期内，公司主要使用的原材料为板材（含素板、三胺板及其他工艺板等）、五金配件、木材、封边条、包装材料等。

公司的重要供应商主要集中在板材、木材、五金类等产品供应商，如大亚圣象家居股份有限公司、成都大亚商贸有限公司、广西丰林木业集团股份有限公司，五金配件供应商海蒂诗五金配件（上海）有限公司，封边条供应商东莞市华立实业股份有限公司以及部分提供 OEM 产品和委外加工的供应商。

（四）发行人主要生产模式

公司紧跟行业“全屋定制”的发展趋势，定位于全屋定制解决方案提供商，生产定制衣柜、整体厨柜、室内木门等多种定制化家居产品。公司严格执行“按订单生产”的原则，形成了以自主生产为主，兼有少量产品 OEM 代工生产、部分生产工序委外加工的生产模式。

公司在综合考量自身产能、生产成本、经济效益等因素的基础上，积极整合产业内优质资源，选择 OEM 代工、委外加工等方式作为公司自主生产制造的有益补充，协同完成客户订单任务，在满足客户个性化、多样化定制需求的同时，注重提升生产效率和成本控制水平，实现有限资源的合理调配。

（五）发行人主要销售方式和渠道及重要客户

报告期内，公司的销售模式包含经销商销售和大宗业务两种模式，其中经销商销售模式是公司最主要的销售模式。

在经销商模式下，公司通过选择和培育具备行业运营经验、品牌意识、团队服务能力、市场信誉良好、资金实力雄厚的经销商，与之签订《经销合同》，授权其在特定区域内，按公司要求开设“玛格全屋定制”、“玛格·极”专卖店，建立经公司培训合格的服务队伍，销售“玛格”、“玛格·极”品牌全系列产品，由经销商为消费者提供上门量尺、设计方案、送货安装等服务。

公司已建立覆盖全国的经销商服务体系，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人在全国范围内拥有 754 家经销商，821 家经销门店。公司的经销商主要分布在

华东地区、西南地区以及华中地区等。公司规模较大的经销商主要位于重庆、广州、成都、上海等地。

此外，公司还直接与房地产企业、学校等大宗客户开展定制家居产品销售合作的模式。报告期内公司主要的大宗业务客户主要包括龙湖等房地产客户以及广州工商学院等学校类客户。

（六）所处行业竞争情况及发行人在行业中的竞争地位

从竞争格局来看，定制家居行业品牌众多，行业低端产品的同质化现象较为严重，竞争态势分散，集中度较低，呈现出“大行业、小企业”的竞争特点。根据国家统计局数据，2021 年家具制造业规模以上企业营业收入为 8,004.6 亿元，市场规模庞大，但主要参与的企业所占的市场份额均不高，以行业龙头欧派家居 2021 年 204.42 亿元的营业收入测算，在家具制造业规模以上企业的市场份额约为 2.55%。

因此，在行业内部市场竞争不断加剧以及消费者需求多元化、品牌意识提升、消费能力增长等因素的推动下，未来定制家居行业将逐步整合，终端客户资源将逐步向龙头企业集中，部分规模小、技术落后的企业逐渐被淘汰出局，具备品牌优势、生产制造优势、原创设计优势等综合能力较强的领先企业将抢占更多市场份额，行业分散的竞争格局将趋于集中。

发行人子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位，发行人及子公司获得了“2021 年中国定制家居行业百强”、“全国定制家具行业质量领先品牌”、“全屋定制十大品牌”、“家居数字化先锋品牌”等荣誉。技术方面，公司被评为“国家级绿色工厂”、“国家级工业设计中心”、“重庆市中小企业‘专精特新’企业”、“重庆市认定企业技术中心”、“重庆市知识产权优势企业”、“重庆市数字化车间”，是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范（T/CFDCC0209-2019）》的主要起草单位之一并参与起草了团体标准《复合原木柜（T/CFDCC0208-2019）》。

公司 2021 年实现营业收入 102,599.18 万元，在家具制造业规模以上企业的市场份额为 0.13%。报告期内，公司主要收入来源于定制衣柜产品，其中

2021 年度，公司主营业务收入中定制衣柜产品收入为 88,519.34 万元，将公司与 9 家已上市的同行业公司的定制衣柜收入进行排名，公司位居第 6 位[1]。

五、发行人的板块定位情况

根据《注册管理办法》第三条规定：“发行人申请首次公开发行股票并上市，应当符合相关板块定位。主板突出‘大盘蓝筹’特色，重点支持业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的优质企业”，发行人的板块定位情况如下：

（一）业务模式成熟

定制家居行业经过长期的验证和发展，已形成一套通用、成熟的业务模式。发行人结合定制家居行业规律及自身实际情况，形成了一套成熟的业务模式，能够较好地满足公司采购、生产及销售等业务环节的需要。

1、采购模式

公司生产所需的原材料主要采用“安全库存+按需采购”的采购模式，由采购部门集中统一采购。

基于定制家居行业订单式生产、定制化生产等特性，公司采用“安全库存+按需采购”的采购模式可有效提高原材料周转效率及资金使用效率，并提高公司应对市场波动的反应能力。经过行业内公司共同的验证，“安全库存+按需采购”的采购模式在行业内得到广泛运用，已发展为一种通用、成熟的业务模式。

2、生产模式

公司严格执行“按订单生产”的原则，形成了以自主生产为主，兼有少量产品 OEM 代工生产、部分生产工序委外加工的生产模式。

经过十余年的发展，2021 年度公司定制衣柜的产能已达 20.49 万套/年，具备了成熟的生产技术及工艺，并通过研发设计、生产制造、营销及服务全流

[1] 因我乐家居未单独披露定制衣柜产品收入，仅披露 2021 年全屋定制家居产品收入 97,302.09，此排名未将我乐家居纳入

程的信息化系统精准处理大规模个性化的订单，拥有高效的柔性化生产能力，能够满足不同客户的定制化需求。

订单式的自主生产辅以 OEM 代工生产或部分工序委外加工系定制家居行业常用的生产模式，经过多年的发展，行业内领先企业已实现信息化管理的成熟生产体系，可满足规模化的产品个性化定制。

3、销售模式

报告期内，公司的销售模式包含经销商销售和大宗业务两种模式，其中经销商销售模式是公司主要的销售模式，同行业可比上市公司均以经销商销售作为主要的销售模式。经销商模式可以充分利用经销商的经验和社会资源，达到快速建设销售网络、提高品牌知名度、扩大市场份额的目的，已广泛应用于家具、汽车、医药等行业，是一种业内通用的成熟销售模式。

“玛格”品牌历经十余年的发展，在定制家居市场具备较高的知名度。发行人专注中高端定制家居行业多年，已建立覆盖全国的经销商服务网络，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人在全国范围内拥有 754 家经销商，821 家经销门店，每年为全国数万家庭提供个性化的全屋定制家居产品及服务，已形成了较为成熟的经销商服务体系。

（二）经营业绩稳定

报告期内，公司的主营业务收入、归属于母公司股东的净利润变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
主营业务收入	45,091.70	10.18%	100,993.82	22.46%	82,472.07	1.59%	81,184.40
归属于母公司股东的净利润	2,842.95	-4.16%	10,864.01	10.26%	9,853.27	-1.63%	10,016.12

注：2022 年 1-6 月的变动率为同比 2021 年 1-6 月的变动率。

报告期内，公司主营业务收入分别为 81,184.40 万元、82,472.07 万元、100,993.82 万元和 45,091.70 万元，其中，2019 年度至 2020 年度保持平稳，

主要系受新冠肺炎疫情影响，终端消费者新房装修以及存量房二次翻新购置家居产品需求受到一定影响；随着疫情稳定，终端消费者的消费需求逐渐恢复，市场逐步回暖，2021 年度较 2020 年度增长明显。

报告期内，公司归属于母公司股东的净利润分别为 10,016.12 万元、9,853.27 万元、10,864.01 万元和 2,842.95 万元，其中，2021 年度，公司归属于母公司股东的净利润在主营业务收入明显增长的提振下，出现一定幅度的上涨；2022 年 1-6 月，公司归属于母公司股东的净利润小幅下降的主要原因为公司 2020 年及 2021 年投入新增产线，其固定成本在 2022 年上半年集中体现，并且由于上半年系定制家居行业的淡季，整体分摊的制造费用较高，导致归属于母公司股东的净利润略有下滑。

因此，公司报告期内主营业务收入及归属于母公司股东的净利润的变动具备合理性，经营业绩稳定，不存在业绩大幅下滑的情形。

（三）经营规模较大

公司销售收入规模较大。根据国家统计局、中国家具协会的统计数据，2021 年度家具制造业规模以上企业 6,647 家，累计营业收入 8,004.60 亿元，平均营业收入为 1.20 亿元/家。2021 年度，公司营业收入为 102,599.18 万元，收入规模远高于规模以上的家具制造业公司平均水平，位居行业前列。报告期内，公司已服务超过 10 万个终端客户，客户服务网络已覆盖全国 31 个省级行政区，已销售定制衣柜、室内木门和整体厨柜产品合计超过 70 万套。

报告期内，公司主要收入来源于定制衣柜产品。2021 年度，公司主营业务收入中定制衣柜产品收入与 9 家已上市的同行业公司的定制衣柜收入进行排名，公司位居第 6 位[2]。

公司生产经营规模较大，截至 2022 年 6 月末，公司拥有 2,246 名员工。经过十余年的发展，公司已在重庆、佛山建成 3 个智能制造基地，公司生产经营的厂房、办公住所等房屋面积合计 23.49 万平方米，其中自有房屋面积为 10.30 万平方米，2021 年度公司定制衣柜的产能已达 20.49 万套/年。

[2] 因我乐家居未单独披露定制衣柜产品收入，仅披露 2021 年度全屋定制家居产品收入 97,302.09 万元，此排名未将我乐家居定制衣柜产品纳入统计。

（四）具有行业代表性

发行人子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位，全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专委会是全国工商联家具装饰业商会在定制家居（实木）领域进行行业自律与行业维权的唯一机构，是目前国内较有影响力的实木定制家居行业组织。

发行人发展始于西南地区，目前已成为面向全国销售的定制家居品牌。通过多年的积累和投入，发行人已在定制家居市场拥有较高的行业地位、品牌知名度和市场影响力。作为定制家居行业的代表性企业，发行人及子公司先后获得了“2021 年中国定制家居行业百强”、“全国定制家具行业质量领先品牌”、“全屋定制十大品牌”、“家居数字化先锋品牌”等荣誉。同时，发行人是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范（T/CFDCC0209-2019）》的主要起草单位之一并参与起草了团体标准《复合原木柜（T/CFDCC0208-2019）》，对规范行业发展作出贡献。

综上，发行人是一家业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大且具有行业代表性的企业，符合《注册管理办法》中主板的板块定位要求。

六、发行人的主要财务数据和财务指标

根据立信会计师出具的信会师报字[2022]第 ZD10139 号《审计报告》，公司主要财务数据和财务指标如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末/2022 年 1-6 月	2021 年末/2021 年度	2020 年末/2020 年度	2019 年末/2019 年度
资产总额	84,483.37	88,575.64	71,218.01	61,416.87
归属于母公司所有者权益	41,136.81	41,943.14	33,686.86	26,469.48
资产负债率（母公司）	40.18%	36.02%	42.13%	52.26%
营业收入	45,878.73	102,599.18	83,960.19	82,459.78
净利润	2,842.95	10,864.01	9,853.27	10,016.12
归属于母公司所有者的净利润	2,842.95	10,864.01	9,853.27	10,016.12
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,659.80	10,515.88	9,025.40	9,692.80
基本每股收益（元）	0.38	1.45	1.31	1.34

稀释每股收益（元）	0.38	1.45	1.31	1.34
加权平均净资产收益率	6.75%	29.07%	32.69%	49.18%
经营活动产生的现金流量净额	3,838.27	18,185.51	20,770.39	10,980.88
现金分红	3,825.00	3,000.00	3,000.00	1,000.00
研发投入占营业收入的比例	3.58%	3.79%	4.02%	2.54%

七、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况

公司财务报告的审计截止日为 2022 年 6 月 30 日，截至 2022 年 12 月 31 日的相关财务信息未经审计，但已经立信会计师事务所审阅，并出具了信会师报字[2023]第 ZD10047 号《审阅报告》。公司 2022 年度营业收入为 94,504.24 万元，较上年同期下降 7.89%；归属于母公司所有者的净利润为 8,604.88 万元，较上年同期下降 20.79%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润为 8,070.62 万元，较上年同期下降 23.25%。截至本招股说明书签署日，公司主要经营状况正常，具体情况请详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况”。

八、发行人选择的上市标准

（一）《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条中所规定的具体上市标准如下：

“（一）最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6000 万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或者营业收入累计不低于 10 亿元；

（二）预计市值不低于 50 亿元，且最近一年净利润为正，最近一年营业收入不低于 6 亿元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1.5 亿元；

（三）预计市值不低于 80 亿元，且最近一年净利润为正，最近一年营业收入不低于 8 亿元。”

（二）发行人使用的具体标准

根据立信出具的信会师报字[2022]第 ZD10139 号《审计报告》，发行人在 2019 年度、2020 年度、2021 年度的净利润（以扣除非经常性损益前后较低的净利润为计算依据）分别为 9,692.80 万元、9,025.40 万元和 10,515.88 万元，累计为 29,234.07 万元，最近三年净利润均为正且累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000 万元。

根据立信出具的信会师报字[2022]第 ZD10139 号《审计报告》，发行人在 2019 年度、2020 年度、2021 年度的经营活动产生的现金流量净额分别为 10,980.88 万元、20,770.39 万元、18,185.51 万元，累计为 49,936.78 万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元。

综上，发行人本次发行上市申请适用《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条第（一）项的规定，即最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000 万元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元。

九、募集资金运用与未来发展规划

（一）募集资金用途

本次募集资金投向经公司 2021 年 12 月 5 日召开的 2021 年第二次临时股东大会审议确定，由董事会根据项目的轻重缓急情况安排实施，本次公开发行募集资金扣除发行费用后拟投资于以下项目：

项目名称	投资金额（万元）	拟投入募集资金金额（万元）	项目代码/备案号	环评批复	实施主体
玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	27,614.09	27,614.09	2012-500113-04-01-594763	渝（巴）环准[2021]030 号	发行人
智能柜体车间生产线建设	13,497.34	13,497.34	2109-500113-04-02-752484	不适用	发行人
广东玛格车间智能改扩建项目	11,809.40	11,809.40	2110-440607-04-02-721438	不适用	广东玛格

研发设计及信息化升级项目	8,627.29	8,627.29	2104-500113-07-02-647221	不适用	发行人
品牌建设及营销推广项目	8,465.60	8,465.60	不适用	不适用	玛格科技
合计	**70,013.72**	**70,013.72**	**-**	**-**	**-**

在完成本次公开发行股票并在上市前，公司将根据实际生产经营需要，以自有资金对上述项目进行前期投入，募集资金到位后，将使用募集资金置换该部分自有资金。

公司将严格按照已经建立的募集资金专项账户管理制度使用募集资金。若本次发行的实际募集资金总额无法满足上述拟投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自筹方式解决。

（二）未来发展规划

公司以“专业专注，持之以恒，谦卑勤奋，开拓创新”为价值观，以“引领传播家居文化，专业定制品质生活”为使命，以“成就客户价值，铸就团队幸福，打造中国定制家居领导品牌”为企业愿景，致力为中国中高端用户提供专业化的全屋定制家居解决方案与服务。公司通过不断提升服务品质和技术水平，并结合品牌定位差异化、产品差异化、服务模式差异化、信息化能力差异化等方面建设夯实全屋定制的一站式的交付能力，进一步扩大业务规模，持续创造价值，实现经济效益和社会效益的和谐统一。

品牌是业内企业综合实力的重要体现，未来公司将集中资源与力量持续打造品牌影响力，深挖品牌价值。同时，公司在巩固现有市场份额的基础上，积极推进全国性的业务布局，挖掘家居消费市场，形成消费者需求的快速响应体系。公司将依托长期深耕行业积累的品牌、质量、服务、管理等优势，迅速扩大全屋定制家居业务规模，同时提升与业务规模相匹配的产能，并结合自动化、信息化及智能化等现代技术手段，持续优化生产工艺和使用先进生产技术，提升生产效率与产品质量，在公司业务规模不断扩大的同时提升公司管理效率、经营效益和竞争优势，成为行业领先的全屋定制一站式解决方案服务商。

十、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署之日，公司无需要披露的其他对发行人有重大影响的事项。

第三节 风险因素

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

一、与发行人相关的风险

（一）大宗业务下游客户应收账款回收的风险

报告期内，公司存在为学校和房地产等客户生产、销售配套定制家居产品的大宗业务。在大宗业务模式下，公司依据客户信用和资金实力等情况，与客户签订合同，按照计划安排生产、发货、安装和收取货款，在产品安装完成并且取得相关依据后确认收入。报告期各期，公司大宗业务收入分别为 1,265.48 万元、2,622.97 万元、1,724.58 万元和 4,807.79 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.56%、3.18%、1.71%和 10.66%；报告期各期末，公司应收账款分别为 804.00 万元、305.79 万元、213.25 万元和 2,129.42 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.99%、0.37%、0.21%和 4.72%。

受中央和地方精装房政策持续推进的影响，我国精装房市场规模将持续扩大，公司大宗业务的收入占比也可能会继续提升，但大宗业务模式与经销商模式在结算方式上存在明显差异，大宗业务项目验收及回款周期相对较长，如果客户资信状况在信用期内有所下滑，会导致公司存在一定应收账款收回的风险。

（二）经销商管理风险

公司的产品销售以经销商模式为主，截至 2022 年 6 月 30 日，公司的经销商数量达 754 家。报告期各期，公司通过经销商模式实现的收入分别为 79,918.92 万元、79,849.09 万元、99,269.25 万元和 40,283.91 万元，占主营业务收入的比重分别为 98.44%、96.82%、98.29%和 89.34%，在可预见的未来，公司仍将保持以经销商模式为主的销售模式。

经销商体系的稳定运行对于公司发展至关重要。一方面，公司的定制化产

品需要经过上门测量安装、个性化设计等流程，经销商的终端服务水平会影响到公司的用户体验和品牌声誉；另一方面，随着公司经营规模的扩大，经销商销售网络也在不断扩张，这对公司的经销商管理能力提出了更高的要求。未来，如果公司不能对经销商销售网络开展持续有效的管理，可能导致渠道建设和品牌形象受到负面影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

（三）产品质量风险

消费者愈发重视健康的生活品质，对定制家居产品的产品质量和环保性能的要求也越来越高。尽管公司已经建立了较为完善的质量控制体系，但无法完全排除产品出现质量问题或环保性能不达标的风险。

如果公司在供应商管理、质量控制制度执行等方面出现问题，可能会导致公司产品的质量或环保性能无法获得消费者的认可，进而出现退货、投诉等情形，对公司的品牌声誉和生产经营造成不利影响。

（四）安全生产风险

公司根据国家有关法规和行业标准制定了安全生产的相关规定并严格执行，报告期内，公司未发生重大安全事故。但由于公司存货中的木制品和包材辅料等具有易燃、易爆、多粉尘的特性，安全隐患无法完全排除；同时，也有可能出现员工违规操作导致公司发生安全生产事故，公司仍面临安全生产的风险。

（五）公司品牌管理风险

品牌是消费者购买定制家居产品的重要影响因素。经过多年的培育和发展，“玛格”品牌已拥有较高的知名度，对公司提升产品附加值、提高市场占有率、快速开拓销售渠道等方面起到了重要作用。

随着公司经营规模不断扩大，品牌管理的工作难度日益增加。一方面，若公司在经营过程中出现产品设计及质量问题、售后服务问题而引起消费者不满或投诉，将有损公司的品牌形象；另一方面，随着品牌知名度的提升，公司品牌受到他人侵权或侵害的风险加大。上述风险会对公司的品牌形象及产品的市场竞争力造成不利影响。

（六）研发设计风险

产品的研发设计能力是定制家居企业的核心能力之一。由于消费者的偏好呈现多元化特征且不断变化，定制家居企业需要准确把握市场潮流，推出符合市场趋势且具备一定个性的产品，形成品牌的独特设计风格。虽然公司长期以来在新产品开发、新技术应用等方面持续投入，注重设计人才的引进和培养，但如果公司不能及时把握消费者的需求变化趋势，研发设计的新品不能满足消费者的需求，则公司存在市场竞争力下降的风险。

（七）社会保险和住房公积金补缴风险

报告期内，公司存在未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金的情形。根据《中华人民共和国社会保险法》和《住房公积金管理条例》等相关规定，公司存在被主管部门要求补缴社会保险费和住房公积金的风险。根据公司及子公司所在地社会保险和住房公积金单位最低缴纳标准进行测算，报告期各期，公司及其子公司涉及补缴社会保险和住房公积金合计费用分别为 223.89 万元、216.19 万元、9.83 万元和 4.34 万元，占各期净利润的比重分别为 2.24%、2.19%、0.09%和 0.15%。

（八）违建瑕疵风险

报告期内，发行人在位于重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号的土地上建设了配电房、门卫室、油漆库、铁皮房及连廊等建（构）筑物，面积合计约 2,818.78 平方米，该等建筑物均未取得产权证明文件。

尽管重庆市巴南区自然资源和规划局已出具证明，发行人上述行为不属于重大违法违规行为，重庆市巴南区自然资源和规划局暂无拆除计划，发行人可以按照现状继续使用上述建筑物。但发行人仍有可能因上述事项被主管政府部门处以行政处罚或要求承担其他法律责任，并因此导致公司无法继续占有使用有关房产的风险。

（九）租赁合同未备案的风险

截至本招股说明书签署之日，发行人子公司存在未办理房屋租赁备案的情形。其中，未办理租赁备案登记的承租房产共 6 项，租赁面积为 128,882.86 平

方米。

根据《中华人民共和国民法典》，未办理租赁登记手续并不影响有关租赁合同本身之效力。但根据《商品房屋租赁管理办法》的规定，房屋租赁应依法办理房屋租赁备案登记手续，未办理房屋租赁备案登记手续的，房屋租赁当事人可能会被房屋主管部门处以一千元以上一万元以下的罚款。发行人下属企业存在因上述租赁合同未备案事项而受到处罚、进而影响公司经营业绩的风险。

（十）子公司承租房屋产权证书未取得或未提供的风险

发行人子公司广东玛格承租的位于佛山三水工业园区大塘园天泰路 6 号的房屋中，有 1,080 平方米建筑物的主要用途为展厅、配电房及门卫室，该等房屋未取得产权证书。天津玛格承租位于天津市静海经济开发区北区一号路正东科技产业园 2 号公寓楼作为员工宿舍，截至本招股说明书签署之日，出租方未向天津玛格提供产权证书。

上述产权证书未取得及未提供的情形可能存在房屋租赁合同因房屋产权瑕疵而被认定为无效的风险，更换该等租赁房屋将对公司正常经营产生一定的不利影响。

（十一）业务规模快速扩张带来的管理风险

本次发行完成后，随着募集资金的到位和募投项目的实施，公司的资产规模将大幅增加，生产能力将显著提升，同时，这也对公司的内部管理、资金运营、经营决策、风险控制和市场开拓的能力提出了更高的要求。如果公司未能建立起与规模相适应的高效经营管理体系和经营管理团队，将面临一定的管理风险，对公司的稳定、健康、可持续发展造成不利影响。

（十二）净资产收益率被摊薄的风险

本次募集资金到位后，公司的股本规模和净资产将显著增长，而募集资金投资项目的建设和投产均需要一定的时间，短期内难以显著提高公司利润水平。因此，在公司总股本和净资产均有显著增长的情况下，每股收益和加权平均净资产收益率等收益指标存在短期被摊薄的风险。

（十三）募投项目折旧摊销费用增加的风险

本次募集资金投资项目全部建成后，每年新增固定资产折旧和无形资产摊销费用合计 4,358.59 万元，将导致公司未来折旧摊销费用增加。由于募集资金投资项目从开始建设到全部达产需一段时期，上述新增折旧摊销费用将会对公司经营业绩造成一定影响，公司面临募投项目实施导致的折旧摊销费用增长带来的经营业绩下降的风险。

二、与行业相关的风险

（一）房地产行业调控导致公司利润下滑的风险

近年来，我国政府为了保持房地产市场的平稳健康发展，遏制投机性需求，抑制部分城市房价过快上涨的势头，陆续出台了一系列房地产宏观调控政策，有效控制了房地产市场的过热增长。其中，2020 年 8 月出台的“三道红线”融资新规对房地产企业有息负债的规模增速进行限制，房地产企业在融资政策收紧的预期下融资难度有所增加，现金流趋于紧张。

定制家居行业的发展与房地产密切相关，产品需求直接受到商品房销售量、商品房交收期、二手房交易及翻新改造数量的影响。2021 年以来，房地产企业债务违约事件频现，如果未来国家加大对房地产的调控力度或者宏观经济形势发生变化，房地产企业未能较好地应对包括“三道红线”在内的调控政策，导致房地产市场景气度下降，将会对定制家居行业及公司的生产经营产生不利影响。极端情况下，无法完全排除公司营业利润因上述因素影响出现下滑，乃至上市当年营业利润同比下滑 50%以上或上市当年即亏损的可能。

（二）市场竞争加剧风险

定制家居行业主要定位于家居产品的个性化设计、规模化生产和标准化安装，属于家居行业新兴的细分领域，尽管行业市场容量较大、发展前景良好，公司仍面临市场竞争加剧的风险。一方面，同行业公司如欧派家居、索菲亚、尚品宅配等上市公司的资本实力、产销能力较强；另一方面，一些传统家具等领域的企业也看好定制家居行业的发展前景，逐步进入本行业，市场竞争进一步加剧升级。

公司产品虽然已具备一定的市场竞争力，但如果未来不能迅速壮大资金实力并在品牌营销、渠道建设、产品研发、定制服务、信息化系统应用等方面加大投入，市场竞争的加剧可能导致产品的市场竞争力下降，影响未来的经营业绩。

（三）主要原材料价格波动的风险

公司定制家居产品的主要原材料包括板材、五金配件、木材等，报告期各期，公司直接材料成本占主营业务成本的比重分别为 69.14%、70.92%、68.93%和 67.67%，直接材料价格的波动对公司的主营业务成本影响较大。如果未来板材、五金配件、木材等主要原材料的采购价格大幅上涨或发生较大波动，将不利于公司的成本控制，进而对公司业绩造成不利影响。

（四）环境保护风险

随着国家对环境保护问题的日益重视，政府可能会制订更严格的环保标准和规范。公司作为定制家居制造企业，依法建立了严格的环境保护制度，并按照环保部门的要求投入了环保设备，但在生产过程中不可避免地产生废水、废渣等各类废弃物。未来，如果公司未能持续优化生产工艺、加大环保投入、落实环保举措，可能因为环保问题而面临限产停产或受到行政处罚的风险。

（五）税收优惠政策变化的风险

根据《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税[2011]58 号）、《关于深入实施西部大开发战略有关企业所得税问题的公告》（国家税务总局 2012 年第 12 号公告）、《关于延续西部大开发企业所得税政策的公告》（财政部公告 2020 年第 23 号）、《重庆市巴南区发展和改革委员会关于玛格家居股份有限公司主营业务适用<西部地区鼓励类产业目录>的复函》（巴南发改函[2021]1 号）等规定和文件，公司主营业务符合《西部地区鼓励类产业目录》相关规定，2020 年度起享受企业所得税税率为 15%的税收优惠政策。根据《中华人民共和国企业所得税法》等相关规定，玛格家居及其子公司广东玛格分别持有证书编号为 GR202151100230 和 GR202144006540 的《高新技术企业证书》，享受企业所得税税率为 15%的税收优惠政策。

报告期内，公司因上述政策享受税收优惠的金额分别为 731.98 万元、756.26 万元、927.57 万元和 424.07 万元，占当期净利润的比例分别为 7.31%、7.68%、8.54%和 14.92%。未来，如果出现国家对高新技术企业的税收优惠政策发生变化或对《西部地区鼓励类产业目录》进行调整、玛格家居及其子公司广东玛格在税收优惠期满后未能被继续认定为高新技术企业等情形，公司的经营业绩将受到影响。

（六）募投项目的实施风险

公司本次募集资金将投资于玛格家居重庆工厂智能改扩建项目、智能柜体车间生产线建设、广东玛格车间智能改扩建项目、研发设计及信息化升级项目和品牌建设及营销推广项目。

在项目的具体实施过程中，市场环境、工程进度、工程管理等因素存在不确定性，投产时的假设因素也可能发生重大不利变化，因此，公司的募投项目存在不能顺利实施、按期达产的风险。

（七）募投项目新增产能无法及时消化的风险

本次募投项目投产后，公司产能将大幅增加。虽然公司已经对募投项目进行充分的可行性论证，项目具有良好的市场前景和预期效益，新增产能预计可以得到较好地消化，但仍不能排除由于产业政策、市场环境、消费者需求等发生重大不利变化，公司的市场开拓速度跟不上新增产能或者市场容量增长速度低于预期，导致项目新增产能无法及时消化的风险。

三、其他风险

（一）公共突发性事件等不可抗力风险

2020 年，新型冠状肺炎疫情的爆发和蔓延对我国宏观经济产生了较大的影响，定制家居行业也受到了一定的冲击。虽然目前国内疫情已基本得到控制，刺激内需的政策也在逐项落实，但如果境外疫情长期得不到缓解，国内疫情出现反复且得不到有效控制，或者今后出现其他公共突发性事件，定制家居行业客户群体的消费能力和消费信心可能会受到影响，进而对公司的生产经营产生

不利影响。

（二）股东股权质押的风险

天玛咨询为发行人股东，持有发行人 514.65 万股股份，占股份总数的 6.86%。公司董事长、总经理唐斌持有天玛咨询 51.00%的出资份额，为天玛咨询的执行事务合伙人，唐斌通过天玛咨询间接持有发行人 3.50%的股份。

截至本招股说明书签署之日，天玛咨询持有的发行人 6.86%的股份处于质押状态，质权人为中国民生银行股份有限公司佛山支行，系为天玛咨询申请银行贷款提供的质押担保措施。如若未来天玛咨询无法按照约定如期偿还债务，将可能导致上述质押股份出现权属变更的风险，公司控股股东实际控制人唐斌直接及间接持有公司的股份将从 55.10%下降至 51.60%。

（三）控股股东、实际控制人不当控制的风险

公司现任董事长唐斌直接持有公司 51.16%的股份，通过金玛咨询间接持有 0.44%的股份，通过天玛咨询间接持有 3.50%的股份，为公司的控股股东、实际控制人。

虽然公司按照现代企业制度制定了比较完善的法人治理结构，但仍然不能完全避免唐斌利用其控股股东、实际控制人地位，通过行使投票权或其他方式对公司的发展战略、经营决策、财务管理、人事任免等进行不当控制，进而损害公司和中小股东利益的风险。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

注册中文名称	玛格家居股份有限公司
注册英文名称	Macio Casa Furnishing Co., Ltd
注册资本	7,500 万元
法定代表人	唐斌
成立日期	2013 年 9 月 17 日
住所	重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1
邮政编码	401346
电话号码	020-38856053
传真号码	020-38837371
互联网网址	https://www.macio.com.cn
电子信箱	zhengquanbu@macio.com.cn
负责信息披露和投资者关系的部门	证券部
负责信息披露和投资者关系的负责人	沈瀚
投资者关系电话号码	020-38856053

二、发行人设立情况及报告期内的股本和股东变化情况

（一）有限公司设立情况

2013 年 8 月 13 日，玛格装饰及重庆浩立地产（集团）有限公司签署了《重庆玛格家居有限公司章程》。公司章程约定，玛格有限注册资本为 6,800.00 万元，其中，股东玛格装饰以货币出资 4,964.00 万元，占注册资本的比例为 73.00%；股东重庆浩立地产（集团）有限公司以货币出资 1,836.00 万元，占注册资本的比例为 27.00%。

2013 年 9 月 17 日，重庆中朝会计师事务所（普通合伙）出具了“中朝会所验【2013】318 号”《验资报告》，注册资本 6,800.00 万元已完成实缴。

2013 年 9 月 17 日，重庆市工商行政管理局巴南区分局向公司核发了统一社会信用代码为 91500113077299231C 的《营业执照》，玛格有限设立。

玛格有限设立时的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	玛格装饰	4,964.00	4,964.00	73.00%	货币
2	重庆浩立地产（集团）有限公司	1,836.00	1,836.00	27.00%	货币
合计		**6,800.00**	**6,800.00**	**100.00%**	**——**

（二）股份公司设立情况

2020 年 9 月 30 日，玛格有限全体股东共同签署《玛格家居股份有限公司发起人协议》，一致同意将玛格有限整体变更为股份有限公司。根据立信会计师出具的信会师报字[2020]第 ZD10160 号《审计报告》，玛格有限截至 2020 年 7 月 31 日的母公司账面净资产为人民币 179,770,986.40 元，按 2.3969:1 的比例折为股份有限公司股本 7,500 万股，每股人民币 1 元，余额 104,770,986.40 元计入股份有限公司的资本公积。

2020 年 9 月 30 日，玛格有限召开创立大会，按照发起人协议将玛格有限整体变更为股份有限公司。2020 年 10 月 16 日，立信会计师出具信会师报字[2020]第 ZD10178 号《验资报告》，对此次整体变更的出资情况进行了验证。

2020 年 10 月 26 日，发行人取得重庆市市场监督管理局核发的注册号为 91500113077299231C 的《企业法人营业执照》。

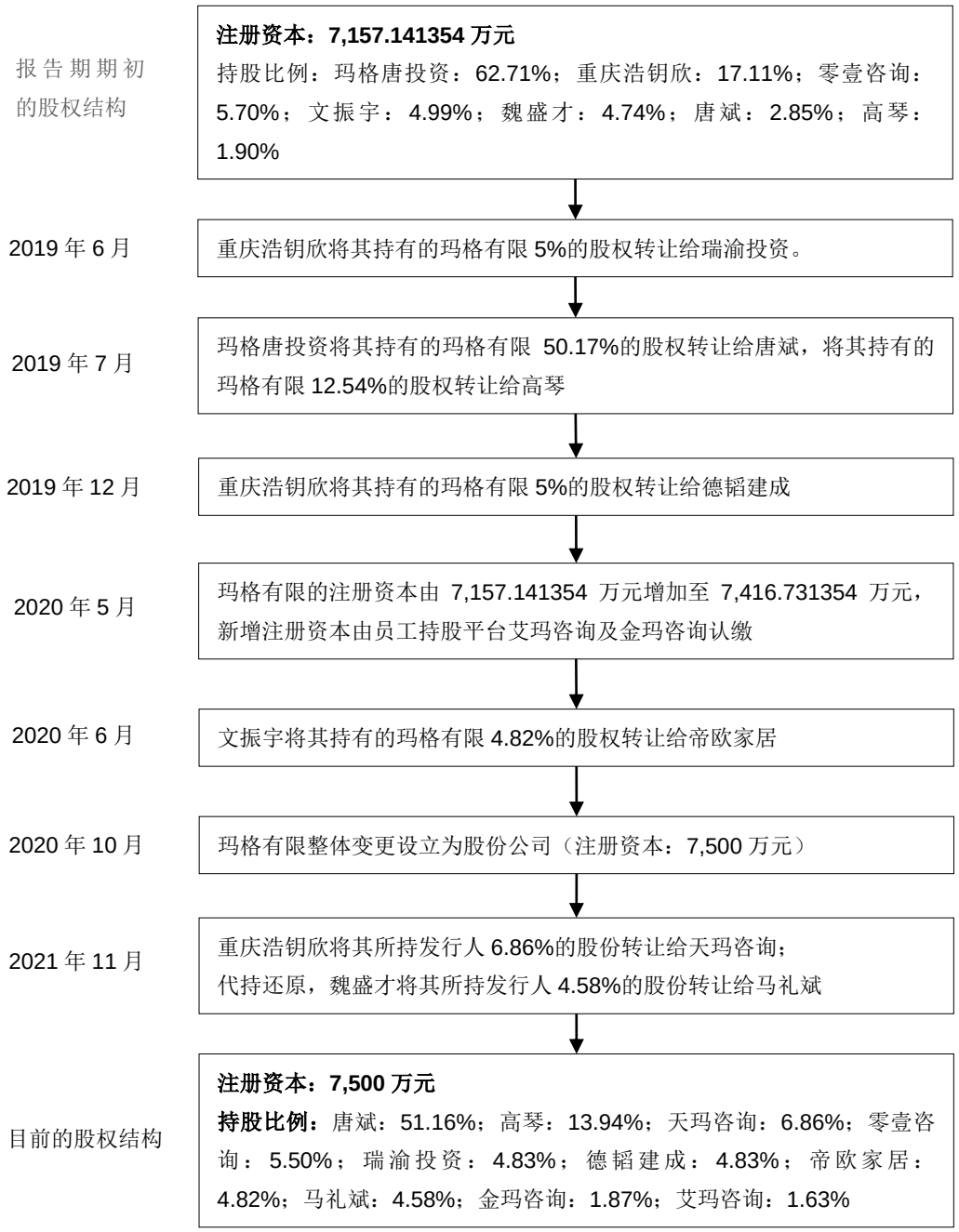
变更为股份有限公司后，玛格家居的股东名称、持股数量、持股比例及出资方式如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	出资方式
1	唐斌	3,837.00	51.16%	净资产
2	高琴	1,045.20	13.94%	净资产
3	重庆浩钥欣	514.65	6.86%	净资产
4	零壹咨询	412.58	5.50%	净资产
5	瑞渝投资	361.88	4.83%	净资产
6	德韬建成	361.88	4.83%	净资产

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	出资方式
7	帝欧家居	361.13	4.82%	净资产
8	魏盛才	343.13	4.58%	净资产
9	金玛咨询	140.03	1.87%	净资产
10	艾玛咨询	122.55	1.63%	净资产
合计		**7,500.00**	**100.00%**	——

（三）报告期内的股本和股东变化情况

报告期内，公司的股本和股东变化情况如图所示：



1、报告期初公司的股权结构

2019 年初，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,488.00	4,488.00	62.71%	货币
2	重庆浩钥欣	1,224.68	1,224.68	17.11%	货币
3	零壹咨询	408.00	408.00	5.70%	货币
4	文振宇	357.141354	357.141354	4.99%	货币
5	魏盛才	339.32	339.32	4.74%	货币
6	唐斌	204.00	204.00	2.85%	货币
7	高琴	136.00	136.00	1.90%	货币
合计		**7,157.141354**	**7,157.141354**	**100.00%**	**——**

2、2019 年 6 月，报告期内第一次股权转让

2019 年 3 月 5 日，玛格有限召开股东会，重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 5.00%的股权（对应 357.857 万元出资额）转让给瑞渝投资。

2019 年 3 月 6 日，重庆浩钥欣与瑞渝投资签署了股权转让协议。重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 5%的股权以 5,000 万元的价格转让给瑞渝投资。

2019 年 6 月 24 日，玛格有限办理完毕上述股权转让的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,488.00	4,488.00	62.71%	货币
2	重庆浩钥欣	866.823	866.823	12.11%	货币
3	零壹咨询	408.00	408.00	5.70%	货币
4	瑞渝投资	357.857	357.857	5.00%	货币
5	文振宇	357.141354	357.141354	4.99%	货币
6	魏盛才	339.32	339.32	4.74%	货币
7	唐斌	204.00	204.00	2.85%	货币

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例	出资方式
8	高琴	136.00	136.00	1.90%	货币
合计		**7,157.141354**	**7,157.141354**	**100.00%**	——

3、2019 年 7 月，报告期内第二次股权转让

2019 年 6 月 25 日，玛格有限召开股东会，玛格唐投资按照自身股权比例将其持有的玛格有限股份转让给唐斌、高琴二人。其中，将其持有的玛格有限 50.168%的股权（对应 3,590.40 万元的出资额）转让给唐斌，将其持有的玛格有限 12.542%（对应 897.60 万元的出资额）转让给高琴。

同日，高琴、唐斌分别与玛格唐投资签署了股权转让协议。玛格唐投资将其持有的玛格有限 50.168%的股权以 3,590.40 万元的价格转让给唐斌；玛格唐投资将其持有的玛格有限 12.542%的股权以 897.60 万元的价格转让给高琴。

2019 年 7 月 10 日，玛格有限办理完毕上述股权转让的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	唐斌	3,794.40	3,794.40	53.02%	货币
2	高琴	1,033.60	1,033.60	14.44%	货币
3	重庆浩钥欣	866.823	866.823	12.11%	货币
4	零壹咨询	408.00	408.00	5.70%	货币
5	瑞渝投资	357.857	357.857	5.00%	货币
6	文振宇	357.141354	357.141354	4.99%	货币
7	魏盛才	339.32	339.32	4.74%	货币
合计		**7,157.141354**	**7,157.141354**	**100.00%**	——

4、2019 年 12 月，报告期内第三次股权转让

2019 年 1 月及 2019 年 7 月 15 日，重庆浩钥欣与德韬建成签署了股权转让协议，重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 5%的股权（对应 357.857 万元出资

额）以 5,000 万元的价格转让给德韬建成，两份股权转让协议对于股权转让有关事项的约定相同。

2019 年 11 月 18 日，玛格有限召开股东会，同意上述事项。

2019 年 12 月 4 日，玛格有限办理完毕上述股权转让的工商变更登记手续。

本次转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	唐斌	3,794.40	3,794.40	53.02%	货币
2	高琴	1,033.60	1,033.60	14.44%	货币
3	重庆浩钥欣	508.966	508.966	7.11%	货币
4	零壹咨询	408.00	408.00	5.70%	货币
5	瑞渝投资	357.857	357.857	5.00%	货币
6	德韬建成	357.857	357.857	5.00%	货币
7	文振宇	357.141354	357.141354	4.99%	货币
8	魏盛才	339.32	339.32	4.74%	货币
合计		**7,157.141354**	**7,157.141354**	**100.00%**	——

5、2020 年 5 月，报告期内第一次增加注册资本

2019 年 12 月 26 日，玛格有限召开股东会并作出决议，同意玛格有限注册资本由 7,157.141354 万元增加至 7,416.731354 万元，新增注册资本 259.59 万元由艾玛咨询及金玛咨询认缴，其中艾玛咨询认缴 121.09 万元，金玛咨询认缴 138.50 万元。

2020 年 10 月 13 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“信会师报字第 ZD10177 号《验资报告》”。截至 2019 年 12 月 31 日，玛格有限已收到金玛咨询及艾玛咨询合计 1,814.5341 万元投资款，其中 259.59 万元计入注册资本，其余 1,554.9441 万元计入资本公积。

2020 年 5 月 12 日，玛格有限就上述增加注册资本事宜办理完毕工商变更

登记手续。

本次增加注册资本完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	唐斌	3,794.40	3,794.40	51.16%	货币
2	高琴	1,033.60	1,033.60	13.94%	货币
3	重庆浩钥欣	508.966	508.966	6.86%	货币
4	零壹咨询	408.00	408.00	5.50%	货币
5	瑞渝投资	357.857	357.857	4.83%	货币
6	德韬建成	357.857	357.857	4.83%	货币
7	文振宇	357.141354	357.141354	4.82%	货币
8	魏盛才	339.32	339.32	4.58%	货币
9	金玛咨询	138.50	138.50	1.87%	货币
10	艾玛咨询	121.09	121.09	1.63%	货币
合计		**7,416.731354**	**7,416.731354**	**100.00%**	——

6、2020 年 6 月，报告期内第四次股权转让

2019 年 12 月，文振宇与帝欧家居签署了股权转让协议，股东文振宇将其持有的玛格有限 4.815%的股权（对应 357.141354 万元出资份额）以 7,500 万元的价格转让给帝欧家居。

因疫情因素影响，上述股权转让的工商变更登记手续未能及时办理。2020 年 5 月 28 日，文振宇与帝欧家居另行签署了股权转让协议用于办理工商变更登记手续。该股权转让协议与 2019 年 12 月签署的协议在股权转让比例、股权转让价格等方面均保持一致。

2020 年 5 月 28 日，玛格有限召开股东会同意上述事项。

2020 年 6 月 17 日，玛格有限办理完毕上述股权转让的工商变更登记手续。

本次转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	唐斌	3,794.40	3,794.40	51.16%	货币
2	高琴	1,033.60	1,033.60	13.94%	货币
3	重庆浩钥欣	508.966	508.966	6.86%	货币
4	零壹咨询	408.00	408.00	5.50%	货币
5	瑞渝投资	357.857	357.857	4.83%	货币
6	德韬建成	357.857	357.857	4.83%	货币
7	帝欧家居	357.141354	357.141354	4.82%	货币
8	魏盛才	339.32	339.32	4.58%	货币
9	金玛咨询	138.50	138.50	1.87%	货币
10	艾玛咨询	121.09	121.09	1.63%	货币
合计		**7,416.731354**	**7,416.731354**	**100.00%**	——

7、2020 年 10 月，股份有限公司成立

玛格家居设立情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“二、发行人设立情况及报告期内的股本和股东变化情况”之“（二）股份公司设立情况”。

变更为股份有限公司后，玛格家居的股东名称、持股数量、持股比例及出资方式如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	出资方式
1	唐斌	3,837.00	51.16%	净资产
2	高琴	1,045.20	13.94%	净资产
3	重庆浩钥欣	514.65	6.86%	净资产
4	零壹咨询	412.58	5.50%	净资产
5	瑞渝投资	361.88	4.83%	净资产
6	德韬建成	361.88	4.83%	净资产
7	帝欧家居	361.13	4.82%	净资产
8	魏盛才	343.13	4.58%	净资产
9	金玛咨询	140.03	1.87%	净资产
10	艾玛咨询	122.55	1.63%	净资产
合计		**7,500.00**	**100.00%**	——

8、2021 年 11 月，报告期内第五次股权转让

2021 年 11 月 1 日，重庆浩钥欣与天玛咨询签署了股权转让协议，股东重庆浩钥欣将其持有的玛格家居 6.86%的股份（514.65 万股），以 7,548.20 万元的价格转让给天玛咨询，转让价格为 14.67 元/股。

本次转让完成后，玛格家居的股东名称、持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	唐斌	3,837.00	51.16%
2	高琴	1,045.20	13.94%
3	天玛咨询	514.65	6.86%
4	零壹咨询	412.58	5.50%
5	瑞渝投资	361.88	4.83%
6	德韬建成	361.88	4.83%
7	帝欧家居	361.13	4.82%
8	魏盛才	343.13	4.58%
9	金玛咨询	140.03	1.87%
10	艾玛咨询	122.55	1.63%
合计		**7,500.00**	**100.00%**

9、2021 年 11 月，股份代持还原

（1）股份代持的形成情况及原因

马礼斌看好玛格有限高端实木定制业务，且其实际控制的皮阿诺（002853.SZ）有外延拓展业务的需求；但当时玛格有限处于高速发展初期，各项规范化运作尚未完善，直接用皮阿诺投资存在一定的风险；为提前给皮阿诺锁定并购标的，马礼斌拟受让重庆浩钥欣持有的上述玛格有限 4.99%的股权。但考虑到如果其本人直接持股，会让其他机构误以为玛格有限与皮阿诺有关联，影响玛格有限的后续融资或业务发展。因此马礼斌委托魏盛才代其受让并持有前述玛格有限 4.99%股权。

2017 年 7 月 4 日，重庆浩钥欣与魏盛才签署股权转让协议，重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 4.99%的股权以 5,988 万元的价格转让给魏盛才。

同日，魏盛才与马礼斌签署了《股权代持协议》。该协议约定，上述魏盛才持有的玛格有限 4.99%的股权实为代马礼斌持有，魏盛才受让玛格有限的实际出资人为马礼斌。

（2）股份代持的演变情况及解除过程

为真实还原公司股东真实情况，马礼斌与魏盛才解除代持关系。2021 年 11 月 2 日，马礼斌与魏盛才签署《股份代持终止协议》，魏盛才将其所持玛格家居股权以 0 元的价格还原至马礼斌名下，完成股权代持还原。股份代持期间及代持的解除均不存在任何纠纷或潜在纠纷。

本次代持还原完成后，玛格家居的股东名称、持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（万元）	持股比例
1	唐斌	3,837.00	51.16%
2	高琴	1,045.20	13.94%
3	天玛咨询	514.65	6.86%
4	零壹咨询	412.58	5.50%
5	瑞渝投资	361.88	4.83%
6	德韬建成	361.88	4.83%
7	帝欧家居	361.13	4.82%
8	马礼斌	343.13	4.58%
9	金玛咨询	140.03	1.87%
10	艾玛咨询	122.55	1.63%
合计		**7,500.00**	**100.00%**

（四）发行人历史沿革过程中的异常及解决情况

经查阅重庆证监局调取的重庆浩钥欣股东龚政及王法的银行流水记录，重庆浩钥欣的股东龚政及王法的银行流水与重庆浩立投资的实际控制人熊科惠之间存在异常情况。具体如下：

1、龚政及王法向重庆浩钥欣实缴出资

2017 年 5 月，熊科惠向龚政及王法分别支付了 1,414.4 万元及 353.6 万元款项，同日龚政及王法分别向重庆浩钥欣实缴出资 1,414.4 万元及 353.6 万元

（合计 1,768 万元）。

2、重庆浩钥欣向龚政支付股权转让款

2017 年 1 月，重庆浩钥欣向龚政支付 68 万元股权转让款；2017 年 4 月-5 月，重庆浩钥欣分多笔向龚政支付股权转让款共计 554 万元。2017 年 5 月 11 日，重庆浩钥欣向龚政支付股权转让款 1,214 万元。

上述款项共计 1,836 万元，根据转款凭证记载，为龚政向重庆浩钥欣转让玛格有限 27%股权（出资额为 1,836 万元）的转让对价款。

3、龚政向重庆浩立投资支付股权转让款

2017 年 1 月，龚政向重庆浩立投资支付 68 万元款项；2017 年 4 月-5 月，龚政分多笔向重庆浩立投资支付款项共计 554 万元（龚政转给重庆浩立投资的多笔款项的资金支付时点均为收到从重庆浩钥欣转来的股权转让价款后）。2017 年 5 月 11 日，龚政向重庆浩立投资支付款项 1,214 万元，上述款项共计 1,836 万元。前述 1,836 万元为重庆浩立投资向龚政转让玛格有限 27%股权（出资额为 1,836 万元）的转让对价款。

针对上述重庆浩钥欣的股东龚政及王法的银行流水与重庆浩立投资的实际控制人熊科惠之间存在的异常情况，发行人及中介机构再次要求龚政、王法提供其出资重庆浩钥欣前后三个月的银行流水、重庆浩钥欣历次对外转让股权/股份前后三个月的银行流水、报告期内发行人历次向重庆浩钥欣分红前后三个月的银行流水，均被龚政及王法以涉及个人隐私原因予以拒绝。

根据重庆浩立投资出具的书面确认，重庆浩立投资向龚政转让公司股权真实，不存在股权代持或其他利益安排的情况；重庆浩立投资不存在未来向玛格家居在册股东主张任何关于玛格家居权益的情况。

根据重庆浩立投资实际控制人熊科惠出具的书面确认，熊科惠或重庆浩立投资不存在委托龚政、王法或重庆浩钥欣代为持有玛格家居股权或达成其他任何利益安排的情况；重庆浩立投资或熊科惠与龚政、王法或重庆浩钥欣信息科技有限公司不存在任何关联关系；熊科惠曾与龚政、王法和重庆浩钥欣存在一些其他往来款项的情况，前述款项均系熊科惠与龚政、王法和重庆浩钥欣之间

的个人往来，与其各自持有重庆浩钥欣或玛格家居股权不存在任何关系。

根据重庆浩钥欣、龚政、王法分别出具的书面确认，重庆浩钥欣曾持有的玛格有限股权真实，不存在股权代持或其他利益安排；重庆浩钥欣股东龚政及王法持有的重庆浩钥欣的股权真实，不存在股权代持或其他利益安排。龚政并说明，上述其与熊科惠之间的往来与其曾持有玛格家居股权事项不存在关系。

2021 年 11 月，重庆浩钥欣考虑其自身资金需求以及无法完全配合公司及中介机构开展进一步的股东核查工作，为获取确定性的投资回报，经与公司实际控制人唐斌及其他在册股东协商，重庆浩钥欣决定退出公司，对外转让公司股份，由公司实际控制人唐斌和公司的间接股东建潘集团成立的天玛咨询受让其对外转让的股权。

截至本招股说明书签署之日，上述事项所涉及的原股东重庆浩立投资及重庆浩钥欣已不再为公司股东。所有在册股东的所持有的玛格家居股权真实、有效，不存在代持或其他利益安排的情况。

（五）发行人历史沿革过程中股东之间尚未解除的特殊约定

重庆浩钥欣（甲方）、魏盛才（乙方）、熊浩（丙方）及重庆浩立地产（集团）有限公司（丁方）于 2017 年 7 月签署《股权转让合同之补充协议》及《股权转让合同之补充协议（二）》，该等补充协议除约定甲方向乙方转让玛格有限 4.99%的股权事项外，还约定下述内容：1、甲方承诺玛格有限 2018 年税后扣除非经营性净利润 8,000 万元以上（经国内排名前二十的会计师事务所或乙方认同意的会计师事务所所审计后的净利润），否则，甲方选择执行以下条件（二选一）：（1）要求甲方按甲乙双方的股权转让成交价格回购全部股份，并以全部股权转让款总金额为基数按年息 8%向乙方支付利息，甲方应于收到乙方提出的回购要求后 10 天内履行完毕；（2）要求甲方无偿转让其在玛格有限 4.99%的股份给乙方，甲方应于收到乙方提出无偿转让股份的要求后 10 天内履行完毕，无偿转让给乙方的股份经工商部门核准变更股权登记为甲方履行完毕之标准。2、若玛格有限 2018 年被相关公司并购成功或单独上 A 股市场，则乙方无权向甲方提出回购股份或无偿转让股份的要求。3、若由于甲方的原因导致其回购股份或无偿转让股份无法履行，则甲方应向乙方承担相应的违

约责任，即支付转让总金额的 30%作为赔偿款。4、甲方在回购和无偿转让股权给乙方的股权手续之前；甲方须在玛格有限保留不低于 8%的股份，此股份作为用于给乙方的保证措施，此 8%的股份未经乙方书面同意，不得对外转让给第三方。否则承担违约责任。5、若甲方因业绩无法达成承诺触动上述需要回购或赔偿的条款时，乙方有权选择是否执行该条款；如果乙方选择维持现状不提出回购或赔偿，则甲方无需按上述回购或赔偿条款执行；如果乙方选择执行该条款，甲方需按上述回购或赔偿条款执行。

经核查，保荐机构和发行人律师认为，上述协议虽存在特殊约定的情况，但不存在发行人作为对赌协议当事人的情况；不存在可能导致公司控制权变化的约定；不存在与市值挂钩的情况；不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。上述协议不涉及需要发行人承担任何义务的情况，符合《监管规则适用指引——发行类第 4 号》“4-3 对赌协议”不予清理的情况。

三、发行人设立以来的重要事件

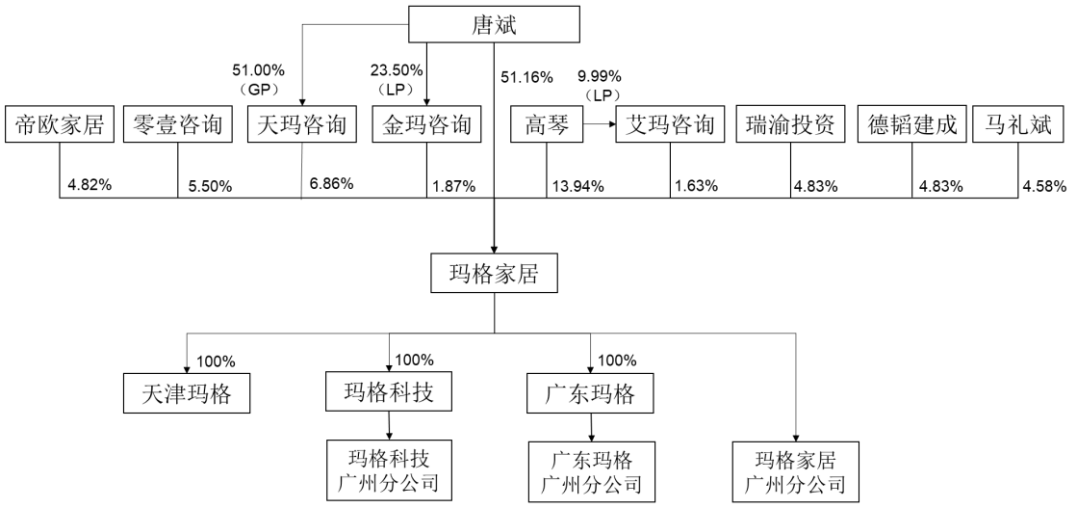
公司自设立以来，未发生过重大资产重组等重要事件。

四、发行人在其他证券市场的上市、挂牌情况

公司自设立以来，未发生过在其他证券市场的上市或挂牌情况。

五、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署之日，公司的股权架构如下图所示：



六、发行人控股子公司、参股公司基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人共有 3 家全资子公司以及 1 家参股公司，具体情况如下：

（一）发行人的重要子公司的情况

发行人的重要子公司包括从事公司产品研发、生产的广东玛格以及从事产品销售的玛格科技，具体情况如下：

1、广东玛格家居有限公司

公司名称	广东玛格家居有限公司
成立时间	2010年9月25日
统一社会信用代码	9144060756258030XA
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
法定代表人	唐斌
注册地址和主要生产经营地	佛山市三水区中心科技工业区大塘园A区68-4号（自编号：1号一3号）、佛山市三水工业园区大塘园天泰路1号F1、F2、F3、F4、F5
经营范围	研发、生产、销售：家具、家居饰品、五金制品、装饰材料；经营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）
主营业务与在发行人业务板块中定位	主要从事玛格家居产品的研发、生产

股东构成及持股比例	**股东名称**	**持股比例**	
	玛格家居	100.00%	
主要财务数据（万元）	**项目**	**2022年6月30日/2022年1-6月**	**2021年12月31日/2021年度**
	总资产	49,875.97	43,995.38
	净资产	13,954.08	11,146.09
	营业收入	26,416.14	55,516.76
	净利润	2,761.48	7,098.45
	审计情况	经立信会计师审计	经立信会计师审计

2、广东玛格家居科技有限公司

公司名称	广东玛格家居科技有限公司		
成立时间	2019年1月9日		
统一社会信用代码	91440607MA52R26Q18		
注册资本	1,000万元		
实收资本	1,000万元		
法定代表人	唐华君		
注册地址和主要生产经营地	佛山三水工业园区大塘园天泰路1号F10之一（仅作办公场所使用，住所申报）		
经营范围	研发、销售：家具、智能家居产品、建筑材料、装饰材料（不含危险化学品）、家居饰品、家用电器、五金及配件、厨房及卫浴产品；企业管理服务；信息技术及软件开发服务；会议及展览服务；货物运输代理服务；室内外装饰工程设计与施工；设计、制作、发布、代理各类广告；智能家居技术转让服务；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）。（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。）		
主营业务与在发行人业务板块中定位	主要从事玛格家居产品的销售工作		
股东构成及持股比例	**股东名称**	**持股比例**	
	玛格家居	100.00%	
主要财务数据（万元）	**项目**	**2022年6月30日/2022年1-6月**	**2021年12月31日/2021年度**
	总资产	15,408.98	18,284.39
	净资产	1,478.57	1,573.48
	营业收入	41,682.83	100,540.31
	净利润	-99.56	681.03
	审计情况	经立信会计师审计	经立信会计师审计

（二）发行人其他子公司、参股公司的情况

1、其他子公司情况

公司	股权结构	入股时间	控股方	主营业务情况
天津玛格	玛格家居 100.00%持有，注册资本 500 万元	2014 年 7 月	玛格家居	报告期内主要从事玛格家居产品的研发、生产，目前已停止生产
玛格装饰	玛格家居 100.00%持有，注册资本 1,500 万元	2016 年 3 月	玛格家居	玛格装饰曾为公司的开展业务的前身，2016 年，公司位于巴南的生产基地建成后，玛格装饰的业务逐步停止，报告期内未产生收入，于 2019 年 7 月注销

2、参股公司情况

名称	重庆向南商业保理有限公司			
注册资本	5,000 万元			
入股时间	2015 年 3 月			
主营业务	商业保理			
股权结构	序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
	1	重庆向南投资有限公司	3,500.00	70.00%
	2	重庆光宇摩托车制造有限公司	450.00	9.00%
	3	重庆浩立投资管理有限公司	400.00	8.00%
	4	重庆市南环农业发展有限公司	300.00	6.00%
	5	重庆海滨鑫缘之星饮食文化有限公司	300.00	6.00%
	6	玛格有限	50.00	1.00%
	合计		**5,000.00**	**100.00%**

截至本招股说明书签署之日，公司已就注销重庆向南事宜签署股东会决议。

七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

截至本招股说明书签署之日，唐斌直接持有公司 51.16%的股份，通过金玛咨询间接持有 0.44%的股份，通过天玛咨询间接持有 3.50%的股份，为公司的控股股东、实际控制人。

唐斌先生：男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为：5129011975********。

（二）控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情况

1、公司控股股东、实际控制人持有发行人股份存在质押情形

公司控股股东、实际控制人唐斌持有天玛咨询 51%的出资份额，为天玛咨询的执行事务合伙人。天玛咨询持有公司 6.86%的股份，2021 年 12 月 7 日，天玛咨询将其所持有的玛格家居 6.86%的股份质押给中国民生银行股份有限公司佛山支行，为其向中国民生银行股份有限公司佛山支行申请的 4,528.92 万元借款提供质押担保，质押期限至前述主债务结清，被担保主债务的期限为 2021 年 11 月 30 日至 2026 年 11 月 24 日。

2、形成质押的原因及质权的相关情况

2021 年 11 月，天玛咨询拟受让重庆浩钥欣所持玛格家居 6.86%的股权，转让价格为 14.67 元/股，股权对价为 7,548.20 万元。天玛咨询通过银行并购贷款方式，向中国民生银行股份有限公司佛山支行申请并购贷款，借款金额为本次股权交易对价的 60%。根据《并购贷款借款合同》的约定，在上述股权转让完成后，天玛咨询将其所持的股权质押给中国民生银行股份有限公司佛山支行。

中国民生银行股份有限公司（股票代码 600016）为全国性股份制商业银行，成立于 1996 年 2 月 7 日，佛山支行为其分支机构。

天玛咨询与中国民生银行股份有限公司佛山支行签署了《质押合同》对于质权实现情形进行了约定，主要为（1）主合同约定的债务履行期限届满，主债权人未依约清偿债务的，质权人有权随时行使质权，并处分合同项下的质押财产；（2）如出现债权人依照合同约定宣布债务提前到期，借款人出现诉讼、仲裁或重大行政案件可能对质押财产有不利影响，借款人破产、歇业、被申请破产重组、被撤销、被吊销营业执照以及质押财产被查封、扣押、冻结、监管等情形，质权人可以提前行使质权并以所得款项提前清偿主债权。

3、控股股东、实际控制人的偿债能力以及对发行人控制权稳定性的影响

唐斌为公司的控股股东及实际控制人，通过从公司领取薪酬及获取分红回报等方式获取较为稳定的现金流，财务状况良好，具备清偿能力，因无法偿还借款导致上述质押股份被强制处分的可能性较小。

截至本招股说明书签署之日，唐斌通过直接持股的方式持有公司 51.16%的股份，该部分股权不存在质押情形，即使在天玛咨询所持公司股份被强制处分后，唐斌仍持有公司超过 50%的股份，为公司的控股股东和实际控制人。上述股权质押情形不会导致发行人控制权的稳定造成影响。

除上述情形以外，截至本招股说明书签署之日，公司控股股东和实际控制人持有发行人的股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷。

（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署之日，持有公司 5%以上股份的股东为唐斌、高琴、天玛咨询和零壹咨询，其中唐斌的基本情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

1、高琴

高琴，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 5102111971********。高琴直接持有公司 13.94%的股份，通过艾玛咨询间接持有公司 0.16%的股份。

高琴与发行人实际控制人唐斌不存在关联关系或亲属关系，截至本招股说明书签署之日，高琴与唐斌之间未签署任何一致行动协议或达成任何有关一致行动的约定，不存在高琴与实际控制人唐斌共同控制发行人的情况。

2、天玛咨询

天玛咨询持有公司 6.86%的股份，天玛咨询的具体情况如下：

公司名称	广州天玛咨询合伙企业（有限合伙）	
成立时间	2021年9月8日	
注册资本	3,019.28万元	
实收资本	3,019.28万元	
执行事务合伙人	唐斌	
注册地址	广州市天河区林和西路1号2801-2812（仅限办公）	
股东构成及持股比例	**股东名称**	**持股比例**
	唐斌	51.00%
	建潘集团	49.00%
	合计	**100.00%**

其中，建潘集团为温建怀、潘孝贞实际控制的企业。

3、瑞渝投资及德韬建成

瑞渝投资及德韬建成均为温建怀、潘孝贞实际控制的企业，瑞渝投资及德韬建成合计持有公司 9.65%的股份，具体情况如下：

（1）瑞渝投资

瑞渝投资为公司股东，持有公司 4.83%的股份，瑞渝投资的具体情况如下：

公司名称	宿迁瑞渝投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2019年2月1日
统一社会信用代码	91321323MA1XWEDT10
注册资本	5,000万元
实收资本	5,000万元
执行事务合伙人	福州建潘卫厨有限公司

注册地址	宿迁市泗阳县经济开发区北京东路66号	
经营范围	实业投资；企业管理咨询服务；从事非证券股权投资活动及相关咨询业务；从事投资管理及相关咨询服务业务。（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	对外投资	
出资人构成及出资比例	**股东名称**	**出资比例**
	金牌厨柜	99.00%
	福州建潘卫厨有限公司	1.00%
	合计	**100.00%**

其中，福州建潘卫厨有限公司为金牌厨柜的全资子公司，金牌厨柜的实际控制人为温建怀、潘孝贞。

（2）德韬建成

德韬建成为公司股东，持有公司 4.83%的股份，德韬建成的具体情况如下：

公司名称	宿迁德韬建成投资合伙企业（有限合伙）	
成立时间	2017年6月20日	
统一社会信用代码	91321323MA1P8B6B3Y	
注册资本	30,000万元	
实收资本	30,000万元	
执行事务合伙人	许亚南	
注册地址	泗阳县众兴镇北京东路66号	
经营范围	实业投资；资产管理；企业管理；从事非证券股权投资活动及相关咨询业务；投资管理；投资信息咨询服务。（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	对外投资	
出资人构成及出资比例	**股东名称**	**出资比例**
	建潘集团	66.67%
	泗阳科创投资发展有限公司	30.00%
	宿迁德韬投资管理有限公司	3.33%
	合计	**100.00%**

德韬建成为私募股权投资基金（基金编号：SY4297），其私募基金管理人为宿迁德韬投资管理有限公司（备案文号：P1061654）。

德韬建成为建潘集团控制的企业，建潘集团为上市公司金牌厨柜的控股股东，实际控制人为温建怀、潘孝贞。

4、零壹咨询

零壹咨询为公司的股东，持有公司 5.50%的股份，零壹咨询的具体情况如下：

公司名称	零壹（深圳）咨询管理合伙企业（有限合伙）	
成立时间	2016年8月4日	
注册资本	3,050万元	
实收资本	3,050万元	
执行事务合伙人	刘瑾	
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）	
出资人构成及出资比例	**合伙人名称**	**出资比例**
	陈红克	92.62%
	刘瑾	3.12%
	石伟	1.64%
	李惠芳	1.64%
	李建刚	0.98%
	合计	**100.00%**

（四）发行人的特别表决权股份及协议控制架构

报告期内，发行人不存在特别表决权股份及协议控制架构。

（五）控股股东、实际控制人报告期内是否存在刑事犯罪、重大违法行为

报告期内，发行人控股股东、实际控制人唐斌不存在贪污、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，亦不存在欺诈发行、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。

八、发行人股本情况

（一）发行人本次发行前后的股本情况

本次发行前，公司总股本为 7,500 万股，本次拟公开发行不超过 2,500 万股人民币普通股，本次发行的股份占发行后公司总股本比例不低于 25%。本次发行不涉及发行人股东公开发售股份。

如本次发行股份为 2,500 万股，本次发行完成前后，公司的股本结构情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（万股）	持股比例	持股数量（万股）	持股比例
1	唐斌	3,837.00	51.16%	3,837.00	38.37%
2	高琴	1,045.20	13.94%	1,045.20	10.45%
3	天玛咨询	514.65	6.86%	514.65	5.15%
4	零壹咨询	412.58	5.50%	412.58	4.13%
5	瑞渝投资	361.88	4.83%	361.88	3.62%
6	德韬建成	361.88	4.83%	361.88	3.62%
7	帝欧家居	361.13	4.82%	361.13	3.61%
8	马礼斌	343.13	4.58%	343.13	3.43%
9	金玛咨询	140.03	1.867%	140.03	1.40%
10	艾玛咨询	122.55	1.634%	122.55	1.23%
11	社会公众	-	-	2,500.00	25.00%
合计		**7,500.00**	**100.00%**	**10,000.00**	**100.00%**

（二）发行人前十大股东

本次发行前，公司前十大股东及其持股情况如下：

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例
1	唐斌	3,837.00	51.16%
2	高琴	1,045.20	13.94%
3	天玛咨询	514.65	6.86%
4	零壹咨询	412.58	5.50%

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例
5	瑞渝投资	361.88	4.83%
6	德韬建成	361.88	4.83%
7	帝欧家居	361.13	4.82%
8	马礼斌	343.13	4.58%
9	金玛咨询	140.03	1.87%
10	艾玛咨询	122.55	1.63%
合计		**7,500.00**	**100.00%**

（三）发行人前十名自然人股东及其担任发行人职务的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任职务的情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例	在发行人处担任职务的情况
1	唐斌	3,837.00	51.16%	董事长、总经理
2	高琴	1,045.20	13.94%	董事、副总经理
3	马礼斌	343.13	4.58%	无

（四）发行人国有股份及外资股份情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在国有股份和外资股份。

（五）发行人申报前十二个月新增股东及战略投资者情况

公司申报前十二个月新增股东为天玛咨询。

天玛咨询为公司控股股东、实际控制人唐斌控制的企业，天玛咨询的基本情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东”之“2、天玛咨询”。

公司原股东重庆浩钥欣投资公司多年，担任公司股东期间因其自身资金需求原因不断减持其所持股份。2021 年 11 月，重庆浩钥欣考虑其自身资金需求以及无法配合公司及中介机构开展进一步的股东核查工作，为获取确定性的投资回报，经与公司现有股东协商，将其所持公司股权转让给公司实际控制人唐

斌与建潘集团共同设立的天玛咨询。本次转让的价格为 14.67 元/股，对应公司整体估值为 11 亿元，系参考建潘集团实际控制的瑞渝投资、德韬建成入股玛格家居对应的 10 亿元估值基础上协商确定。

经核查，天玛咨询的普通合伙人兼执行事务合伙人唐斌为发行人股东、董事长兼总经理，且唐斌为发行人股东金玛咨询的有限合伙人并持有 23.50%的出资份额。发行人股东瑞渝投资、德韬建成均为天玛咨询有限合伙人建潘集团控制的企业。除此之外，天玛咨询及其合伙人与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

经核查，天玛咨询与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，天玛咨询持有股份不存在代持情形。

截至本招股说明书签署之日，公司股东中无战略投资者。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

建潘集团持有天玛咨询 49.00%的出资份额，瑞渝投资及德韬建成均持有发行人 4.83%的股份，均为温建怀、潘孝贞所控制的企业。

公司的直接股东唐斌持有天玛咨询 51.00%的出资份额以及金玛咨询 23.50%的出资份额，高琴持有艾玛咨询 9.99%的出资份额。唐斌直接持有公司 51.16%的股份，高琴直接持有公司 13.94%的股份。天玛咨询持有公司 6.86%的股份，金玛咨询持有公司 1.87%的股份，艾玛咨询持有公司 1.63%的股份。

（七）发行人股东公开发售股份对发行人控制权、治理结构及生产经营产生的影响

公司本次发行股份全部为新股，不涉及股东公开发售股份的情形。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况

（一）董事会成员

截至本招股说明书签署之日，公司共设有董事 5 名，其中独立董事 2 名。全体董事均由股东大会选取产生，任期三年，任期届满可连选连任。公司现任

董事的基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	董事提名人	任期
1	唐斌	董事长、总经理	唐斌	2020 年 10 月 26 日-2023 年 10 月 25 日
2	高琴	董事、副总经理	高琴	
3	任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	唐斌	
4	孙俊英	独立董事	重庆浩钥欣	
5	李国华	独立董事	唐斌	

公司现任董事简历如下：

唐斌，男，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，重庆市巴南区政协委员，重庆市巴南区工商业联合会副主席。1994 年 7 月至 1999 年 9 月，任四川省南充市顺庆区蚕桑局科员；1999 年 10 月至 2004 年 2 月从事个体户经营；2004 年 3 月至 2016 年 6 月，任玛格装饰董事长兼总经理；2016 年 7 月至 2020 年 9 月，任玛格有限董事长；2020 年 10 月至今，任玛格家居董事长兼总经理。目前担任全国工商联家具装饰业商会第五届理事会副会长、实木定制家居专业委员会会长、天玛咨询执行事务合伙人。

唐斌先生 1999 年从政府部门辞职，从木地板销售人员起步，涉足家居行业，成为品牌代理商后开始从事木地板经营活动。2002 年，在积累 3 年木地板经营经验后，开始进入橱柜领域，创立自主橱柜品牌并逐步开始涉足家具产品的生产制造领域。在经营过程中，逐步发掘了壁柜产品的业务机会，于 2004 年开始聚焦衣柜领域，与高琴一并创立玛格装饰，建立玛格品牌并从事定制家居产品经营延续至今。

高琴，女，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历，广东省佛山市三水区政协委员。1992 年 9 月至 2000 年 3 月，任重庆市北岸贸易中心员工；2000 年 4 月至 2004 年 2 月，任个体户员工；2004 年 3 月至 2016 年 6 月，任玛格装饰董事兼副总经理；2016 年 7 月至 2020 年 9 月，任玛格有限总经理；2020 年 10 月至今，任玛格家居董事兼副总经理。

高琴女士自 1992 年起，从事销售相关业务。2000 年，加入唐斌先生创办的木地板经营主体，与唐斌先生共同开展木地板、橱柜、壁柜等经营业务。

2004 年，与唐斌一并创立玛格装饰，建立玛格品牌并从事定制家居产品经营延续至今。

任芸，女，1970 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高级农艺师，大专学历。1993 年 10 月至 2004 年 2 月，任新疆兵团外贸公司第四分公司财务人员；2004 年 3 月至 2016 年 6 月，任玛格装饰财务经理；2016 年 6 月至 2020 年 9 月，任玛格有限财务经理；2020 年 10 月至今，任玛格家居董事、财务管理中心重庆财务部高级经理。

孙俊英，女，1961 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，副教授，硕士学历，中国注册会计师。1993 年 12 月至 2021 年 5 月，任深圳大学经济学院会计学副教授、硕士生导师。2011 年 6 月至 2014 年 5 月，任深圳市金新农饲料股份有限公司独立董事；2013 年 5 月至 2019 年 5 月，任深圳中国农大科技股份有限公司独立董事；2018 年 12 月至 2021 年 12 月，任跨境通宝电子商务股份有限公司独立董事；2019 年 10 月至 2022 年 9 月，任深圳市皇庭国际企业股份有限公司独立董事；2020 年 8 月至今，任深圳市翔丰华科技股份有限公司独立董事；2020 年 9 月至今，任深圳市英威腾电气股份有限公司独立董事；2021 年 11 月至今，任广东大普通信技术股份有限公司独立董事；2020 年 10 月至今，任玛格家居独立董事。

李国华，女，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士在读。2006 年至今，历任全国工商联家具装饰业商会会员部专员、橱柜专业委员会秘书长、全国工商联家具装饰业商会副秘书长；2018 年 7 月至今，任广州诗尼曼家居股份有限公司独立董事；2018 年 12 月至今，任广东月星寰博展览有限公司董事，2020 年 9 月至今，任上海月星新零售企业管理有限公司常务副总裁。2020 年 10 月至今，任玛格家居独立董事。

（二）监事会成员

截至本招股说明书签署之日，公司共设有监事 3 名，其中股东代表监事 2 名，职工代表监事 1 名。股东代表监事由股东大会选取产生，职工代表监事由职工通过民主方式推举产生。监事任期三年，任期届满可连选连任。公司现任监事的基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	监事提名人	任期
1	吴亮	监事会主席	唐斌	2020 年 10 月 26 日-2023 年 10 月 25 日
2	屈志	监事	高琴	
3	蔡宝磊	职工监事	职工代表大会	

公司现任监事简历如下：

吴亮，男，1980 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，注册会计师。2003 年 9 月至 2005 年 12 月，历任正大集团中国区审计部专员、主管、项目经理；2006 年 1 月至 2008 年 8 月，任重庆百事可乐有限公司审计主管；2008 年 8 月至 2010 年 1 月，任九禾股份有限公司川东分公司财务部经理；2010 年 1 月至 2014 年 12 月，历任重庆东银集团审计部主管、副经理、经理；2015 年 1 月至 2016 年 12 月，历任重庆融汇地产（集团）有限公司审计部经理、高级经理；2017 年 3 月至 2020 年 9 月，任玛格有限审计部高级经理；2020 年 10 月至今，任玛格家居监事会主席、审计监查部高级经理。

屈志，男，1990 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2013 年 7 月至 2014 年 7 月，任武汉芝华数据有限公司投资助理；2014 年 7 月至 2015 年 10 月，任北京斯迈投资管理有限公司投资经理；2015 年 10 月至 2016 年 10 月，任北京子时资本有限公司投资总监；2016 年 10 月至今，任德韬（北京）控股集团有限公司合伙人；2018 年 12 月至 2021 年 8 月，任上海爱矽半导体科技有限公司董事；2019 年 7 月至今，任福建和其昌竹业股份有限公司董事；2019 年 9 月至今，任北京毫米科技有限公司董事；2020 年 6 月至今，任厦门建潘德韬智慧物业管理有限公司监事；2021 年 3 月至今，任厦门微品致远信息技术有限公司董事；2021 年 12 月至今，任福建远孚易居科技有限公司董事、总经理；2020 年 10 月至今，任玛格家居股份有限公司监事。

蔡宝磊，男，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，EMBA 在读，高级人力资源管理师。2001 年 10 月至 2005 年 7 月，历任三星（广州）物贸有限公司人事专员、人事主管；2005 年 7 月至 2009 年 7 月，任日立（中国）电梯有限公司人力资源课长；2009 年 7 月至 2011 年 2 月，任广州广日专用汽车有限公司管理部副部长；2011 年 2 月至 2017 年 4 月，历任索

菲亚家居股份有限公司人力资源经理、人力资源高级经理，2017 年 5 月至 2018 年 12 月，任玛格有限总裁助理兼人力资源总监；2018 年 12 月至 2020 年 1 月，任玛格有限供应链与制造系统总经理兼人力资源总监；2020 年 1 月至 2020 年 10 月，任玛格有限人力资源总监；2020 年 10 月至今，任玛格家居董事长助理兼人力与行政中心总监、监事。

（三）高级管理人员

公司的高级管理人员包括总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书。截至本招股说明书签署之日，公司的高级管理人员共 4 名，基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	任期
1	唐斌	董事长、总经理	2020 年 10 月 26 日-2023 年 10 月 25 日
2	高琴	董事、副总经理	
3	张智	财务负责人	
4	沈瀚	董事会秘书	

公司现任高级管理人员的简历如下：

唐斌，玛格家居董事长、总经理，简历参见本节“九、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“1、董事会成员”。

高琴，玛格家居董事、副总经理，简历参见本节“九、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“1、董事会成员”。

张智，女，1969 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士在读，高级会计师。1999 年 9 月至 2003 年 7 月，任重庆西南制药一厂财务主管；2003 年 8 月至 2010 年 11 月，历任重庆长安秦川实业（集团）有限公司财务经理、重庆秦云汽车电子有限公司财务负责人；2010 年 12 月至 2016 年 6 月，任玛格装饰财务总监；2016 年 7 月至 2020 年 9 月，任玛格有限财务总监；2020 年 10 月至今，任玛格家居财务负责人。

沈瀚，男，1988 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011 年 7 月至 2014 年 8 月，任福信集团有限公司业务经理；2014 年 8 月至 2016 年 2 月，任厦门保金投资有限公司部门经理；2016 年 2 月至 2017 年 9 月，任九州证券股份有限公司厦门分公司总经理助理；2017 年 9 月至 2020 年 6 月，任金牌厨柜投资总监；2020 年 7 月至 2020 年 9 月，任玛格有限董事会秘书；2020 年 10 月至今，任玛格家居董事会秘书。

（四）其他核心人员

截至本招股说明书签署之日，公司无其他核心人员。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况如下表所示：

姓名	在公司担任职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关系
唐斌	董事长、总经理	玛格科技	执行董事	全资子公司
		广东玛格	经理，执行董事	
		广东玛格广州分公司	负责人	全资子公司之分公司
		天津玛格	执行董事	全资子公司
		天玛咨询	执行事务合伙人	持有公司 5%以上股份的股东
		玛格家居广州分公司	负责人	分公司
高琴	董事、副总经理	玛格科技	监事	全资子公司
		广东玛格	监事	
		天津玛格	监事	
		重庆邦禄企业服务有限公司	监事	无其他关联关系
任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	艾玛咨询	执行事务合伙人	公司员工持股平台
李国华	独立董事	全国工商联家具装饰业商会	副秘书长	无其他关联关系
		广州诗尼曼家居股份有限公司	独立董事	
		广东月星寰博展览有限	董事	

姓名	在公司担任职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关系
		公司		
		上海月星新零售企业管理有限公司	常务副总裁	
孙俊英	独立董事	深圳市英威腾电气股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
		深圳市翔丰华科技股份有限公司	独立董事	
		广东大普通信技术股份有限公司	独立董事	
屈志	监事	厦门建潘德韬智慧物业管理有限公司	监事	关联方温建怀、潘孝贞实际控制的企业
		福建和其昌竹业股份有限公司	董事	无其他关联关系
		北京毫米科技有限公司	董事	
		厦门微品致远信息技术有限公司	董事	
		厦门信建可信计算技术有限公司	监事	
		福建远孚易居科技有限公司	董事、总经理	
张智	财务负责人	金玛咨询	执行事务合伙人	公司员工持股平台

除上述事项外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他兼职情况。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情形。

2018 年 12 月至 2021 年 12 月，孙俊英担任跨境通宝电子商务股份有限公司独立董事。

2022 年 9 月 8 日，因跨境通宝电子商务股份有限公司子公司虚增及虚假处置存货事项，深圳证券交易所出具《关于对跨境通宝电子商务股份有限公司及

相关当事人给予纪律处分的决定》（深证上〔2022〕905 号），对跨境通宝电子商务股份有限公司时任独立董事孙俊英给予通报批评的处分。

《注册管理办法》第十三条规定：“董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形”。报告期内，公司独立董事孙俊英受到深圳证券交易所的通报批评属于纪律处分，不属于行政处罚的情形，符合《注册管理办法》规定的发行条件。

除此之外，报告期内，发行人其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均不涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情形。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人签订的协议及其履行情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、高级管理人员以及在公司任职的监事均已与公司签署了《聘任合同》或《劳动合同》，除已披露的担保情形之外，公司董事、监事、高级管理人员未与公司签有其他担保、借款等其他协议。

截至本招股说明书签署之日，上述协议履行情况正常，不存在违约情形。

十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接和间接持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接和间接持有公司股份如下表所示：

单位：股

姓名	职务/ 近亲属关系	直接 持股数量	间接 持股数量	持股 数量合计	合计 持股比例

唐斌	董事长、总经理	38,370,000	2,953,786	41,323,786	55.10%
唐华君	唐斌之兄、供应链与制造中心广东制造基地总经理	-	91,016	91,016	0.12%
高琴	董事、副总经理	10,452,000	122,428	10,574,428	14.10%
任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	-	50,613	50,613	0.07%
吴亮	监事会主席、审计监查部高级经理	-	20,221	20,221	0.03%
蔡宝磊	监事、人力与行政中心总监	-	55,590	55,590	0.07%
张智	财务负责人	-	70,713	70,713	0.09%
沈瀚	董事会秘书	-	55,590	55,590	0.07%

除上述持股外，其余董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属未直接或间接持有本公司股份的情况。

（二）股份质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况

公司董事长兼总经理唐斌所控制的天玛咨询持有公司 6.86%的股份，已质押给中国民生银行股份有限公司佛山支行，具体情形详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情况”。

除上述情形以外，截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有的发行人股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近三年内的变动情况

（一）董事的变化情况

报告期初，玛格有限设有董事会，董事会成员为唐斌、高琴及熊浩，其中唐斌担任董事长。

发行人董事最近 3 年内的具体变动情况如下：

变动时间	原董事	变更后董事	说明
2020 年 7 月 6 日	唐斌、高琴、熊浩	唐斌、高琴、张智	1、2020 年 6 月 30 日，董事熊浩因其个人原因向公司申请辞去董事职务； 2、2020 年 7 月 6 日，玛格有限召开股东会并作出决议，同意免去熊浩董事职务，并选举张智担任公司董事。
2020 年 9 月 30 日	唐斌、高琴、张智	唐斌、高琴、任芸、孙俊英、李国华	2020 年 9 月 30 日，公司召开创立大会并作出决议，同意选举唐斌、高琴、任芸、孙俊英、李国华为公司董事，其中孙俊英、李国华为公司独立董事。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，最近 3 年内发行人董事未发生过其他变动。

（二）监事的变化情况

报告期初，玛格有限设有监事会，监事会成员为龚政、唐华君、任芸，其中龚政为监事会主席，任芸为职工代表监事。

发行人监事最近 3 年内的具体变动情况如下：

变动时间	原监事	变更后监事	说明
2020 年 7 月 6 日	龚政、唐华君、任芸	屈志、吴亮、任芸	1、2020 年 6 月 30 日，龚政因其个人原因向公司申请辞去监事职务； 2、2020 年 7 月 6 日，玛格有限召开股东会并作出决议，同意免去龚政及唐华君监事职务，选举屈志及吴亮担任公司监事。
2020 年 9 月 30 日	屈志、吴亮、任芸	屈志、吴亮、蔡宝磊	2020 年 9 月 30 日，公司召开创立大会并作出决议，同意选举屈志、吴亮为股东代表监事，并与职工代表监事蔡宝磊组成第一届监事会。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，最近 3 年内发行人监事未发生过其他变动。

（三）高级管理人员的变化情况

报告期初，玛格有限的总经理为高琴，财务负责人为张智。

发行人监事最近 3 年内的具体变动情况如下：

变动时间	原高级管理人员	变更后高级管理人员	说明
2020 年 9 月 30 日	高琴、张智	唐斌、高琴、张智、沈瀚	2020 年 9 月 30 日，公司召开第一届董事会第一次会议并作出决议，同意聘任唐斌为公司总经理，聘任高琴为公司副总经理，聘任张智为公司财务负责人，聘任沈瀚为公司董事会秘书。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，最近 3 年内发行人高级管理人员未发生过其他变动。

公司的董事、监事和高级管理人员在最近 3 年的变化符合法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，履行了必要的法律程序。除熊浩、龚政因个人原因辞去公司董事和监事职务以外，其他人员变动原因主要为设立股份公司，完善公司治理的需求。除熊浩、龚政外，上述出现变动的董事、监事和高级管理人员仍然在公司任职。

因此，经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人董事和高级管理人员最近三年未发生重大不利变化，未对于发行人的持续经营能力造成不利影响。

十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的对外投资情况如下：

单位：万元

姓名	公司担任职务	投资公司名称	出资金额	出资比例
唐斌	董事长、总经理	金玛咨询	227.46	23.50%
		玛格唐投资	800.00	80.00%
		天玛咨询	1,539.83	51.00%
高琴	董事、副总经理	艾玛咨询	84.56	9.99%
		玛格唐投资	200.00	20.00%
		博骏家居	10.00	10.00%
任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	艾玛咨询	34.96	4.13%
孙俊英	独立董事	-	-	-
李国华	独立董事	北京川香佬餐饮管	50.00	10.00%

		理股份有限公司		
吴亮	监事会主席、审计监查部高级经理	艾玛咨询	13.97	1.65%
屈志	监事	厦门德韬慧成管理咨询合伙企业（有限合伙）	75.00	50.00%
		厦门微品致远信息技术有限公司	10.00	3.33%
		德韬（北京）控股集团有限公司	10.00	1.00%
蔡宝磊	监事、人力与行政中心总监	金玛咨询	38.43	3.97%
张智	财务负责人	金玛咨询	48.89	5.05%
沈瀚	董事会秘书	金玛咨询	38.43	3.97%

注：德韬（北京）投资有限公司于 2022 年 4 月 19 日更名为德韬（北京）控股集团有限公司。

截至本招股说明书签署之日，除金玛咨询、艾玛咨询为公司员工持股平台以外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资与本公司均不存在利益冲突的情形。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬组成情况

公司于 2021 年 5 月 20 日召开 2020 年度股东大会，审议通过了《关于<董事、监事及高级管理人员薪酬制度>的议案》，公司的独立董事享有固定的独立董事津贴，其他董事和全体监事不享有董事或者监事津贴。

除独立董事外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在公司领取的薪酬系由其对应岗位的工资和绩效奖励等组成，主要根据岗位重要性程度、业绩贡献等综合确定。

（二）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

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
薪酬总额	296.72	614.12	607.94	582.27

利润总额	3,234.99	12,831.34	11,716.45	12,235.36
比例	9.17%	4.79%	5.19%	4.76%

（三）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员最近一年获得收入情况

2021 年度，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在公司获得收入情况如下：

姓名	职务	薪酬收入（万元）	是否在公司专职领薪
唐斌	董事、总经理	249.18	是
高琴	董事、副总经理	119.18	是
任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	33.88	是
孙俊英	独立董事	6.00	否
李国华	独立董事	6.00	否
吴亮	监事会主席、审计监查部高级经理	33.76	是
屈志	监事	-	否
蔡宝磊	职工监事、人力与行政中心总监	53.56	是
张智	财务负责人	64.11	是
沈瀚	董事会秘书	48.44	是

除上述薪酬和津贴以外，公司上述人员未在公司享受其他待遇。公司按照国家法律法规的要求为属于公司员工的董事、监事及高级管理人员依法缴纳养老保险、医疗保险等社会保险。

十五、申报前已制定或实施的股权激励及其他制度安排和执行情况

（一）股权激励及相关安排

2019 年 12 月 26 日，玛格有限召开股东会并作出决议，同意玛格有限注册资本由 7,157.141354 万元增加至 7,416.731354 万元，新增注册资本 259.59 万元由艾玛咨询及金玛咨询认缴，其中艾玛咨询认缴 121.09 万元，金玛咨询认缴 138.50 万元。

金玛咨询、艾玛咨询为发行人设立的员工持股平台，本次增资系公司为增强核心人才归属感、提高核心员工对公司的认同感，对核心人才实施股权激励计划。

（二）员工持股平台基本情况

1、金玛咨询

金玛咨询持有公司股份数量为 140.03 万股，持有公司股份比例为 1.87%，金玛咨询的具体情况如下：

公司名称	金玛（广州）咨询合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2019年12月19日		
统一社会信用代码	91440101MA5D387HXA		
注册资本	968.12万元		
实收资本	968.12万元		
执行事务合伙人	张智		
注册地址	广州市天河区林和西路1号2801-2812（仅限办公）		
经营范围	投资咨询服务		
主要财务数据（万元）	**项目**	**2022年6月30日/2022年1-6月**	**2021年12月31日/2021年度**
	总资产	968.44	968.31
	净资产	968.44	968.31
	净利润	71.54	56.26
	审计情况	未经审计	未经审计

金玛咨询的合伙人的出资及在公司的任职情况如下：

合伙人	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例	公司任职
唐斌	有限合伙人	227.46	23.50%	董事长、总经理
金海鹏	有限合伙人	62.93	6.50%	董事长/总经理营销助理、全屋定制事业部总经理
唐华君	有限合伙人	62.93	6.50%	供应链与制造中心广东制造基地总经理
谭兴义	有限合伙人	48.89	5.05%	玛菓整装事业部副总经理
蒋礼	有限合伙人	48.89	5.05%	高定事业部营销副总经理
张智	普通合伙人	48.89	5.05%	财务负责人

合伙人	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例	公司任职
朱春明	有限合伙人	48.89	5.05%	工程与装配式事业部供应链与制造部总监
陈宗洪	有限合伙人	48.89	5.05%	供应链与制造中心设备管理部总监
万川	有限合伙人	41.92	4.33%	高定事业部、产品研发设计中心总经理
康华	有限合伙人	41.92	4.33%	供应链与制造中心总经理
蔡宝磊	有限合伙人	38.43	3.97%	董事长助理兼人力与行政中心总监
沈瀚	有限合伙人	38.43	3.97%	董事会秘书
杨勇	有限合伙人	34.95	3.61%	高定事业部总经理助理兼设计安装服务部总监
陈红吉	有限合伙人	34.95	3.61%	营销赋能中心展厅设计部总监
张茂杰	有限合伙人	34.95	3.61%	营销赋能中心客户服务部总监
何正阳	有限合伙人	27.98	2.89%	营销赋能中心新零售部总监
李罗	有限合伙人	27.93	2.89%	工程与装配式事业部工程与装配式研发部总监
李启豪	有限合伙人	27.88	2.88%	营销赋能中心展厅设计部智能产品室智能家居副总监
张家峰	有限合伙人	21.01	2.17%	全屋定制事业部招商部总监
合计		**968.12**	**100.00%**	**-**

2、艾玛咨询

艾玛咨询持有公司股份数量为 122.55 万股，持有公司股份比例为 1.63%，艾玛咨询的具体情况如下：

公司名称	艾玛（广州）咨询合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2019年12月20日		
统一社会信用代码	91440101MA5D3A2Y26		
注册资本	846.42万元		
实收资本	846.42万元		
执行事务合伙人	任芸		
注册地址	广州市天河区林和西路1号2801-2812（仅限办公）		
经营范围	投资咨询服务		
主要财务数据（万元）	**项目**	**2022年6月30日/2022年1-6月**	**2021年12月31日/2021年度**

	总资产	846.65	846.56
	净资产	846.65	846.56
	净利润	62.59	49.21
	审计情况	未经审计	未经审计

艾玛咨询的合伙人的出资及在公司的任职情况如下：

合伙人	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例	公司任职
高琴	有限合伙人	84.56	9.99%	董事、副总经理
任芸	普通合伙人	34.96	4.13%	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理
张国民	有限合伙人	34.96	4.13%	营销赋能中心培训支持部总监
向高	有限合伙人	27.93	3.30%	IT 信息与数字化中心副总监
黄巧英	有限合伙人	27.93	3.30%	供应链与制造中心供应链管理部采购成本室高级经理
甘德军	有限合伙人	27.93	3.30%	供应链与制造中心重庆制造基地生产总监
罗文英	有限合伙人	27.93	3.30%	工程与装配式事业部总经理助理、工程直营部总监
王秀兰	有限合伙人	27.93	3.30%	产品研发设计中心产品策划部总监
黄丽娟	有限合伙人	27.93	3.30%	总经理办公室总经理助理
任福明	有限合伙人	27.93	3.30%	工程与装配式事业部工程项目服务部高级经理
赖惠琼	有限合伙人	20.99	2.48%	财务管理中心广东财务部经理
李勇	有限合伙人	20.99	2.48%	IT 信息与数字化中心总监
刘伟	有限合伙人	20.99	2.48%	供应链与制造中心供应链管理部高级经理
郭其勇	有限合伙人	20.99	2.48%	工程与装配式事业部供应链与制造部采购室经理
李展宇	有限合伙人	20.99	2.48%	高定事业部产品研发部总监
徐蛉豇	有限合伙人	20.99	2.48%	高定事业部供应链管理部、工艺与生产部总监
方泽波	有限合伙人	20.99	2.48%	高定事业部营销部销售高级经理
刘鹏飞	有限合伙人	20.99	2.48%	全屋定制事业部销售管理部销区总监
杨江	有限合伙人	20.99	2.48%	全屋定制事业部销售管理部销区总监
孙超华	有限合伙人	20.99	2.48%	全屋定制事业部销售管理部总监
邹旭	有限合伙人	20.99	2.48%	营销赋能中心订单审核部经理
吴亮	有限合伙人	13.97	1.65%	监事、审计监查部副总监
梁伟	有限合伙人	13.97	1.65%	工程与装配式事业部供应链与制造部

合伙人	合伙人类型	出资金额（万元）	出资比例	公司任职
				PMC 室经理
刘德波	有限合伙人	13.97	1.65%	全屋定制事业部招商部经理
陈存庞	有限合伙人	13.97	1.65%	全屋定制事业部招商部招商总监
张峰	有限合伙人	13.97	1.65%	全屋定制事业部销售管理部销区总监
杨怡	有限合伙人	13.97	1.65%	营销赋能中心客户服务部渠道服务与管理室经理
李春亮	有限合伙人	13.97	1.65%	供应链与制造中心精益生产管理部生产技术高级经理
何继专	有限合伙人	13.97	1.65%	供应链与制造中心重庆制造基地油漆车间经理
常星	有限合伙人	13.97	1.65%	人力与行政中心广东人力与行政部高级经理
于博	有限合伙人	13.97	1.65%	全屋定制事业部销售管理部销区总监
黄娟	有限合伙人	13.97	1.65%	财务管理中心成本管理高级经理
陈金龙	有限合伙人	13.97	1.65%	IT 信息与数字化中心研发设计系统部经理
任雪兰	有限合伙人	13.97	1.65%	产品研发设计中心 E 级研发部经理
张亚非	有限合伙人	13.97	1.65%	产品研发设计中心产品数据部经理
王朝霞	有限合伙人	13.97	1.65%	财务管理中心财经管理高级经理
廖世银	有限合伙人	13.97	1.65%	证券部证券事务代表
赵艳秋	有限合伙人	10.50	1.24%	供应链与制造中心供应管理部副总监
胡积昌	有限合伙人	10.50	1.24%	产品研发设计中心副总监
鄢小群	有限合伙人	7.03	0.83%	人力与行政中心重庆人力行政部副总监
王光润	有限合伙人	7.03	0.83%	供应链与制造中心设备管理部经理
刘发兴	有限合伙人	7.03	0.83%	全屋定制事业部销售管理部设计支持室经理
合计		**846.42**	**100.00%**	**-**

（三）员工持股平台的备案情况

金玛咨询、艾玛咨询均系员工持股平台，截至本招股说明书签署之日，全部合伙人为公司在册员工。除持有发行人股份以外，金玛咨询、艾玛咨询不存在以非公开方式向投资者募集资金行为，未委托任何人管理其资产，未接受任何人的委托管理他人资产，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）》等相关法规和规范性文件规定的私募投资基金或私募基金管理人，无需进行私募基金备案。

（四）股份锁定期安排

金玛咨询、艾玛咨询承诺自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

除合伙协议另有约定或普通合伙人书面同意外，有限合伙人自实际出资认购合伙企业出资份额之日起至公司在境内首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内均不得通过任何方式（包括不限于转让、赠予、质押、信托、委托管理等方式）处置其持有的合伙企业出资份额。

（五）员工持股平台人员离职后的股份处理

锁定期限内，如员工持股平台合伙人与公司协商一致，终止或解除与公司订立的劳动合同或聘用合同的，可以将其持有的合伙企业出资份额全部一次性转让给普通合伙人或其指定的第三方，普通合伙人或其指定的第三方应当以下述价格受让有限合伙人转让的全部出资份额：

1、如上述情况发生在公司上市前，则该出资份额的转让价格为该有限合伙人受让该等出资份额时所支付的原价加算对应按照同期银行贷款利率计算的利息（不计算复利）；

2、如上述情况发生在公司上市后，则该出资份额的转让价格为出资份额转让之日（以出资份额转让协议签署之日为准）该等出资份额所对应的公司股份市值的百分之九十（以出资份额转让协议签署之日公司股票的收盘价计算公司股份市值）。

（六）对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

通过股权激励，公司充分调动了高级管理人员与骨干员工的工作积极性，提高员工对公司的认同感，增强了公司的凝聚力、竞争力，助于调动员工的积极性和创造性，促进公司的生产经营。

针对股权激励，发行人报告期各期确认股份支付费用金额分别为 30.24 万元、364.11 万元、392.26 万元和 175.73 万元，未对发行人报告期内财务状况

和经营成果产生重大影响。

金玛咨询和艾玛咨询持有的发行人股权比例分别为 1.87%和 1.63%，持股比例较低，不会对发行人的控制权产生不利影响。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，公司不存在其他本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励计划。

十六、发行人员工及社会保障情况

（一）员工人数构成情况

1、员工人数及变化情况

报告期各期末，公司的员工人数情况如下：

单位：人

项目	2022年6月末	2021年末	2020 年末	2019 年末
员工人数	2,246	2,464	2,207	2,031

2、员工专业结构

截至 2022 年 6 月末，公司的员工专业结构情况如下：

单位：人

员工类别	员工人数	人数占比
销售人员	545	24.27%
管理人员	138	6.14%
生产人员	1,417	63.09%
研发和设计人员	146	6.50%
合计	**2,246**	**100.00%**

3、员工受教育程度

截至 2022 年 6 月末，公司的员工受教育情况如下：

单位：人

员工类别	员工人数	人数占比
本科及以上	284	12.64%

员工类别	员工人数	人数占比
大专	480	21.37%
高中（含中专）	612	27.25%
初中及以下	870	38.74%
合计	**2,246**	**100.00%**

4、员工年龄分布

截至 2022 年 6 月末，公司员工的年龄分布情况如下：

单位：人

员工类别	员工人数	人数占比
25 岁以下	207	9.22%
25 岁（不含）-30 岁	506	22.53%
30 岁（不含）-40 岁	901	40.12%
40 岁（不含）以上	632	28.14%
合计	**2,246**	**100.00%**

（二）发行人社会保险、住房公积金的缴纳情况

1、报告期内员工社会保险、住房公积金缴纳情况

报告期内，公司及其子公司为员工缴纳社会保险的人数情况如下：

单位：人

项目	2022 年 6 月末			2021 年末		
	员工人数	实缴人数	缴纳比例	员工人数	实缴人数	缴纳比例
养老保险	2,246	2,196	97.77%	2,464	2,363	95.90%
医疗保险	2,246	2,195	97.73%	2,464	2,365	95.98%
工伤保险	2,246	2,208	98.31%	2,464	2,379	96.55%
生育保险	2,246	2,195	97.73%	2,464	2,365	95.98%
失业保险	2,246	2,196	97.77%	2,464	2,364	95.94%
项目	2020 年末			2019 年末		
	员工人数	实缴人数	缴纳比例	员工人数	实缴人数	缴纳比例
养老保险	2,207	2,146	97.24%	2,031	1,912	94.14%
医疗保险	2,207	2,137	96.83%	2,031	1,927	94.88%
工伤保险	2,207	2,150	97.42%	2,031	1,957	96.36%

生育保险	2,207	2,137	96.83%	2,031	1,927	94.88%
失业保险	2,207	2,148	97.33%	2,031	1,914	94.24%

报告期内，公司员工缴纳社会保险的比例均在 90%以上，未缴纳的主要情况包括：（1）部分员工为退休返聘，公司不需要为其缴纳社会保险；（2）部分员工在报告期期末入职，当月未及时或正在办理社会保险的缴纳手续；（3）据《社会保险法》的规定，参加养老保险的个人，达到法定退休年龄时累计缴费满十五年的，可按月领取基本养老金。对于公司部分员工，因无法缴费满十五年，无法享受缴纳社会保险和住房公积金所带来的收益，所以员工缴纳社会保险的积极性不高，部分员工自愿放弃缴纳。

报告期内，公司及其子公司为员工缴纳住房公积金的人数情况如下：

单位：人

项目	2022年6月末	2021年末	2020 年末	2019 年末
员工人数	2,246	2,464	2,207	2,031
实缴人数	2,184	2,328	2,116	145
缴纳比例	97.24%	94.48%	95.88%	7.14%
未缴人数	62	136	91	1,886

2019 年末，公司住房公积金缴纳人数比例较低，主要原因系员工缴纳城镇住房公积金的意愿较低。2020 年以来，公司加大对住房公积金法律法规及政策的宣传力度，截至 2022 年 6 月末，公司员工缴纳住房公积金的比例达到 97.24%，少部分员工未缴纳的主要情况包括：（1）部分员工为退休返聘，公司不需要为其缴纳住房公积金；（2）部分员工在 6 月份入职，当月未及时或正在办理住房公积金的缴纳手续；（3）部分员工自愿放弃缴纳等。

报告期内，发行人缴纳社会保险与住房公积金的人数与员工人数存在差异。其中，截至 2019 年 12 月 31 日的员工人数与缴纳住房公积金的人数差异较大，除因当月新入职、退休返聘或将要达到退休年龄的员工未缴纳住房公积金外，其他未缴纳住房公积金的人数为 1,862 人。形成该等情况的主要原因系发行人属于劳动密集型企业，员工中生产人员占多数，该等生产人员学历不高、就业流动性较强，对于缴纳住房公积金的意识不强，且发行人已为员工提供宿舍，该等员工不愿意缴纳住房公积金。为规范运营，报告期内，发行人不

断对员工进行社会保险及住房公积金缴纳方面的宣导，提高员工社会保险及住房公积金的缴纳意识，截至 2022 年 6 月末，公司的社保和住房公积金缴纳比例均已超过 97%。

2、监管机构出具的相关证明及控股股东承诺

根据发行人及下属企业主管的社保及住房公积金部门出具的证明文件或走访有关主管部门以及查询发行人及下属企业劳动社保及住房公积金主管机关网站，报告期内，发行人及其下属企业不存在因违反社保及住房公积金有关规定被予以行政处罚的情况。

公司控股股东及实际控制人唐斌就公司社会保险和住房公积金缴纳事宜出具承诺：若公司因本次发行上市前的员工社会保险、住房公积金缴纳事项将来被任何行政机关要求补缴全部或部分应缴未缴社会保险、住房公积金及就因此受到任何处罚或损失，本人将代公司承担全部费用，或在公司必须先行支付该等费用的情况下，及时向其给予全部补偿，以确保不会给公司造成额外支出或使其受到任何损失，不会对公司的生产经营、财务状况和盈利能力产生重大不利影响。

（三）劳务派遣情况

报告期内，除广东玛格曾因临时性需求使用劳务派遣工外，发行人及下属企业不存在使用劳务派遣用工的情况。广东玛格在 2019 年 9 月至 2020 年 1 月期间存在使用劳务派遣用工的情况，具体如下：

单位：人

类型	2019/9/30	2019/10/31	2019/11/30	2019/12/31	2020/1/31
劳务派遣人数	21	26	13	9	3
劳务派遣人员岗位	接板、转运等辅助性岗位				
广东玛格员工总人数（不含劳务派遣）	548	585	598	618	605
劳务派遣单位	佛山市众友企业服务有限公司				
劳务派遣单位资质情况	《营业执照》《劳务派遣经营许可证》（有效期限为 2017/07/13-2020/3/12）				
劳务派遣人员占广东玛格员工总人数的比例	3.83%	4.44%	2.17%	1.45%	0.49%

2019 年 9 月至 2020 年 1 月期间，因生产需要，广东玛格在部分辅助性的工作岗位（如在车间从事接板、转运等工作）上曾使用过劳务派遣用工方式。广东玛格使用的劳务派遣员工数量未超过其同期用工总量的 10%；为广东玛格提供劳务派遣服务的派遣机构佛山市众友企业服务有限公司具备从事劳务派遣业务所需的资质。

报告期内，发行人存在向第三方采购安保服务、安装服务、清洁服务、设备维护服务、第三方检测服务及危废处置服务的情况，采购的服务内容不涉及公司的生产环节及生产工序，公司生产环节及生产工序中不存在劳务外包情形。

报告期内，发行人曾存在的劳务派遣情况符合相关劳动法律法规的规定，目前已不存在劳务派遣情形；发行人存在向第三方采购安保服务、安装服务、清洁服务、设备维护服务、第三方检测服务及危废处置服务的情况，采购的服务内容不涉及公司的生产环节及生产工序，公司生产环节及生产工序中不存在劳务外包情形。

第五节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及演变情况

（一）主营业务、主要产品的基本情况

1、主营业务

发行人是一家专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务的现代化企业，专注于围绕中高端用户的个性化定制需求，通过信息化的技术手段，为客户提供包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等产品在内的一站式全屋定制家居解决方案。

发行人以原创设计和智能制造作为核心竞争力，形成了现代简约、当代美式、新中式、简奢四大风格全系列产品。公司系国家级工业设计中心，已在重庆、佛山建成智能制造基地，通过研发设计、生产制造、营销及服务全流程的信息化系统，精准处理大规模个性化的订单并形成高效的柔性化生产能力，为消费者提供优质的消费体验与服务。

“玛格”品牌历经十余年的发展，在定制家居市场具备较高的知名度，发行人子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位。发行人专注中高端定制家居行业多年，已建立覆盖全国的经销商服务体系，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人在全国范围内拥有 754 家经销商，821 家经销门店，每年为全国数万家庭提供个性化的全屋定制家居产品及服务。

2、主要产品

公司致力于为中高端用户提供一站式全屋定制解决方案，产品包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等品类，涵盖现代简约、当代美式、新中式、简奢四大风格系列，可满足中高端客户对“玛格”品牌产品风格设计、品类的个性化、多样性需求。

公司主要产品如下：

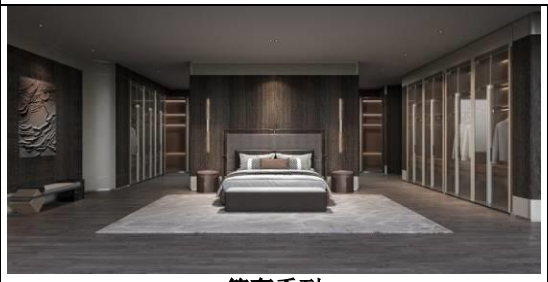
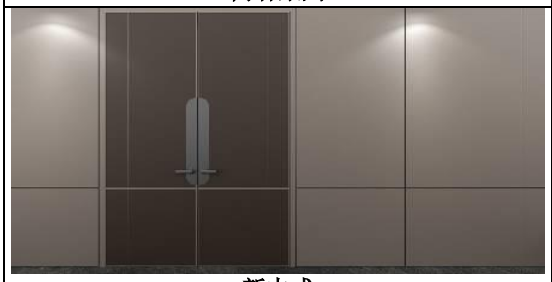
产品品类	风格及图例	
定制衣柜		
	简奢系列	现代简约
		
	新中式	当代美式
室内木门		
	简奢系列	现代简约
		
	新中式	当代美式
整体厨柜		
	简奢系列	现代简约
		
	新中式	当代美式

图5-1 公司主要产品展示

2022 年，公司正式推出高级定制子品牌“玛格·极”，采用高级材料及现代化工艺，为高端客户提供衣柜、厨柜、室内门一体化的全案定制。

公司“玛格·极”主要产品图例如下：

产品品类	图例
定制衣柜	
室内木门	
整体厨柜	

图5-2 玛格·极主要产品展示

3、主营业务收入的主要构成及特征

报告期内，公司的主要业务收入来源于定制衣柜的销售收入，报告期各期公司定制衣柜的销售收入分别为 72,500.37 万元、72,215.76 万元、88,519.34 万元和 36,946.70 万元，各期定制衣柜的销售收入占公司主营业务收入比例均

在 80%以上，是公司最为主要的收入来源。

经销商模式是公司最主要的销售模式，报告期各期经销商模式下的销售收入分别为 79,918.92 万元、79,849.09 万元、99,269.25 万元和 40,283.91 万元。其中 2019 年度、2020 年度和 2021 年度，经销商模式收入占主营业务收入比例均超过 95%。

（二）主要经营模式

1、采购模式

公司生产所需的原材料主要采用“安全库存+按需采购”的采购模式，由采购部门集中统一采购。安全库存是指对于用量较大且市场价格存在明显波动的大宗原材料（如铝材、板材等），公司制定储备定额，当库存原材料低于储备定额时，由供应链管理部直接实施采购；按需采购是指对于常规性原材料（如五金类、辅助材料、包材类材料等），由供应链管理部根据实际生产需求下达采购计划，实施采购。

公司采购业务的开展由供应链管理部主导，负责采购合同的履行、供应商开发与管理、成本管控等工作，当存在原材料采购需求时，供应链管理部会在合格供应商名单范围内进行询价比价，择优选择供应商进行采购，并对采购价格进行持续跟踪监督。

为充分满足消费者“一站式购买”需求，推进公司“提供全屋定制服务”发展战略，公司还对外采购配套的产品进行销售，如家用厨电、成品家具、软装、配饰等，上述产品在一定程度上丰富了公司的产品类型，为客户提供了更多的选择。

公司采购业务主要环节具体如下：

（1）供应商开发与管理

公司供应链与制造中心下设供应链管理部，负责供应商的开发与管理。公司制定了《供应商管理规范》《供应商月度绩效考核管理制度》《新材料及供应商开发管理制度》等一系列内控制度，完善了供应商管理体系，对供应商的开

发、持续管理等各方面做出了严格规定，供应商需经初筛、实地考察、现场评审等多个环节考察合格后，方可纳入合格供应商名录；为保证供应商物料品质、供货及时和可持续满足公司要求，供应链管理部会定期对供应商的交付周期、品质稳定性、业务配合度、订单异常处理等指标进行考核，并依据考核结果剔除不合格供应商。

（2）采购流程

公司物料采购的简要流程如下：

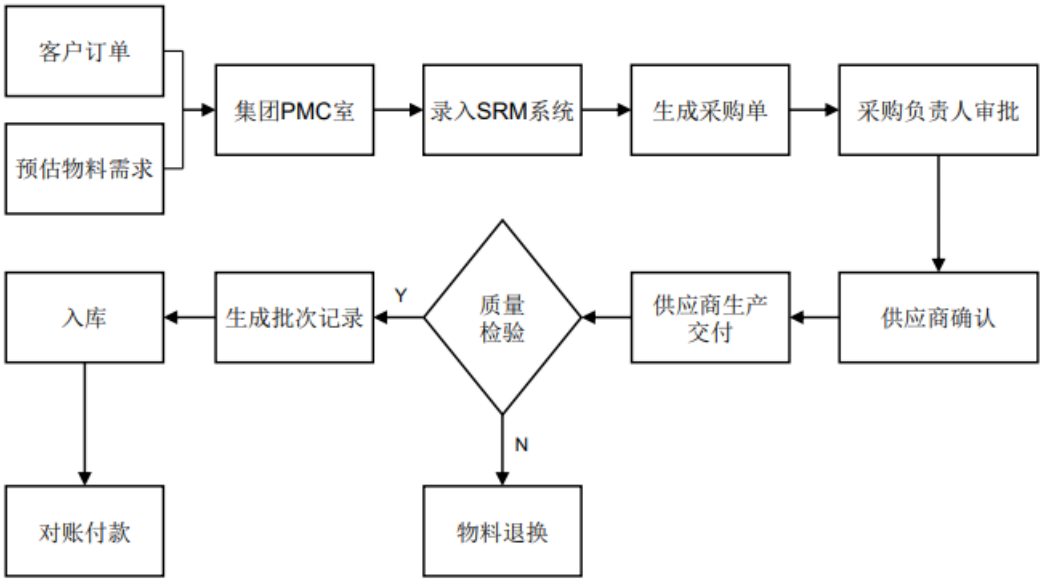


图 5-3 采购流程图

（3）原材料质量管控

为充分保证产品质量，公司设置了品质管理中心，严格按照《进料品质控制程序》制度文件要求，在入库前对原材料进行严格、全面的进料检验，检验合格后方可入库，并生成相应的批次记录。当物料质量出现异常，相关异常信息会及时上传至 SAP 系统，并联结 SRM 供应商平台、MES 制造执行系统，采购和品质管理部门可迅速获取产品异常信息，快速形成解决方案，实现对原材料品质的高效管控。

“安全库存+按需采购”是行业内上市公司通常采用的采购模式，通过安全库存保障公司在极端情况下顺利排产，按需采购则是公司根据生产端的需求定

期制定采购计划，可以有效节约公司的资金成本，提升资金使用效率，但需要形成有效且持续的采购机制，保障公司生产物料的及时供应，确保公司按照约定时间交付产品。报告期内，公司的采购模式未发生变化，公司将持续按照“安全库存+按需采购”的采购模式开展经营。

2、生产模式

公司紧跟行业“全屋定制”的发展趋势，定位于全屋定制解决方案提供商，生产定制衣柜、整体厨柜、室内木门等多种定制化家居产品。公司严格执行“按订单生产”的原则，形成了以自主生产为主，兼有少量产品 OEM 代工生产、部分生产工序委外加工的生产模式。

公司在综合考量自身产能、生产成本、经济效益等因素的基础上，积极整合产业内优质资源，选择 OEM 工厂、委外加工工厂作为公司自主生产制造的有益补充，协同完成客户订单任务，在满足客户个性化、多样化定制需求的同时，注重提升生产效率和成本控制水平，实现有限资源的合理调配。

（1）自主生产

自主生产是指公司自行采购生产所需原材料，所有生产工序均利用自有或租赁生产场地和生产设备进行生产的模式，是公司主要的生产模式。

公司根据不同产品订单情况，及时制定相应的生产作业流程，实施标准化的管控：在营销系统接收客户订单后，由接单中心进行订单审核、分派，集团 PMC 室对订单容量与现阶段各个车间生产情况进行评估，生成优化后的生产计划交由生产车间进行生产，产品生产完毕后经质量检验合格方可入库。

公司自主生产具体流程如下图所示：

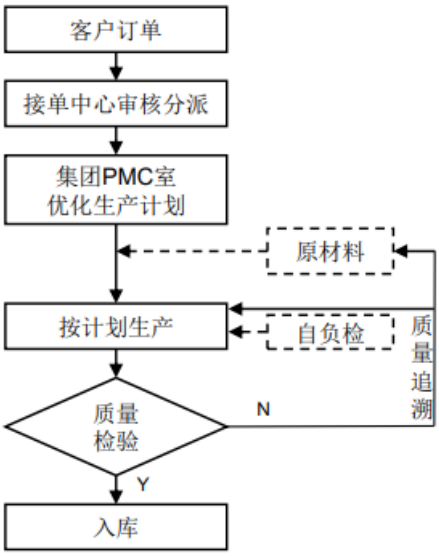


图 5-4 自主生产流程图

（2）OEM 代工生产

报告期内，公司涉及 OEM 代工生产的产品主要为木门、铝框门等产品。当公司接收该类产品订单时，由集团 PMC 室将生产需求传达至代工厂商，由其自行购买公司指定的原材料，并依据公司的产品设计要求进行生产，最终由公司验收、入库，并进行销售。

OEM 代工生产模式主要业务流程具体如下：

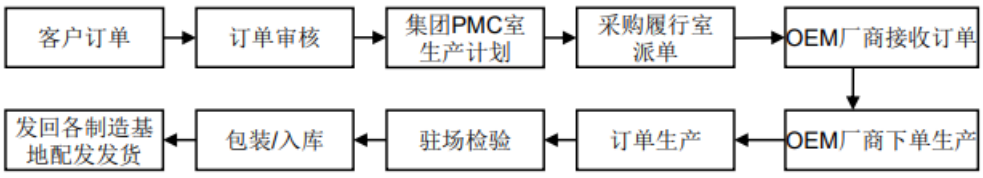


图 5-5 OEM 代工生产流程图

报告期内，公司与主要 OEM 厂商建立了良好的合作关系。为加强对 OEM 厂商及代工产品质量的管控，规范生产加工流程，防范代工风险，公司制定了《采购合同》《品质协议》等相关规范文件，从代工产品的交期、质量、成本等方面对 OEM 厂商进行严格的规范要求，保障代工产品的品质满足公司的要求。在产品生产交付过程中，公司内部的采购、生产等相关部门会与 OEM 厂

商紧密联系，以便掌握代工产品的实时动态；同时，公司会委派管理经验丰富的内部员工对主要 OEM 厂商进行驻场品质管控，并予以指导，以提高其生产效率，不断加强公司与优质代工厂商的合作稳定性。

报告期内，公司 OEM 模式下的采购金额分别为 4,294.99 万元、5,465.83 万元、4,605.96 万元和 1,751.71 万元，占总采购金额的比例分别为 12.62%、14.91%、9.80%和 9.33%。2021 年度，随着广东工厂新车间投入生产，部分 OEM 产品转为公司自产，OEM 采购金额和占比有所下降。

（3）部分工序委外加工

公司委外加工的工序主要为板材的贴面压纸，该工序主要是通过热压贴面工艺将贴面纸压合于板材表面。在实际操作过程中，该工序较为简单，技术含量较低，且相关委外加工厂商较多，发行人对加工厂商的选择主要由采购部门向各供应商询价、谈判确定，加工费用采用市场化定价方式，一般为工序成本加一定的合理利润。

报告期内，发行人委外加工成本分别为 2,682.79 万元、3,344.20 万元、4,700.96 万元和 2,046.53 万元，占主营业务成本的比例分别为 5.43%、6.67%、7.35%和 6.66%，占比较低且该工序不属于发行人产品的关键工序技术，对该工序采取委外加工方式不会影响发行人的业务完整性。

（4）采用上述生产模式的原因及影响模式的关键因素

报告期内，公司按照“按订单生产”的原则，形成了以自主生产为主，兼有少量产品 OEM 代工生产、部分生产工序委外加工的生产模式。公司掌握了主要产品核心工序的生产工艺，利用自身的生产设备以及自有或租赁的厂房，开展生产业务。但由于定制家居产品客户需求复杂多样，出于成本效益原则考虑，公司将部分前期设备、人员投入较大的非核心产品工序交由 OEM 代工商及委外加工商进行合作，此亦为定制家居行业通行的做法。

无论是自主生产还是 OEM 代工及委外加工，通过完善的质量控制体系保障公司能够按时交付符合公司质量标准的产品是影响公司生产模式的关键因素。报告期内，公司的生产模式未发生变化，上述以自主生产为主，OEM 代工

及部分生产工序委外加工的生产模式将持续开展。

3、销售模式

报告期内，公司的销售模式包含经销商销售和大宗业务两种模式，其中经销商销售模式是公司主要的销售模式。

（1）经销商销售模式

1）经销商情况

经销商销售模式主要是指公司通过选择和培育具备行业运营经验、品牌意识、团队服务能力、市场信誉良好、资金实力雄厚的经销商，与之签订《经销合同》，授权其在特定区域内，按公司要求开设“玛格全屋定制”、“玛格·极”专卖店，建立经公司培训合格的服务队伍，销售“玛格”、“玛格·极”品牌全系列产品。

公司的经销商销售模式包括线上引流和线下获客方式，线上引流系公司在淘宝等线上平台设立旗舰店并将顾客引流至所在区域的经销商门店，线下获客系经销商为消费者提供上门量尺、设计方案、送货安装等服务。经销商模式具体流程如下：

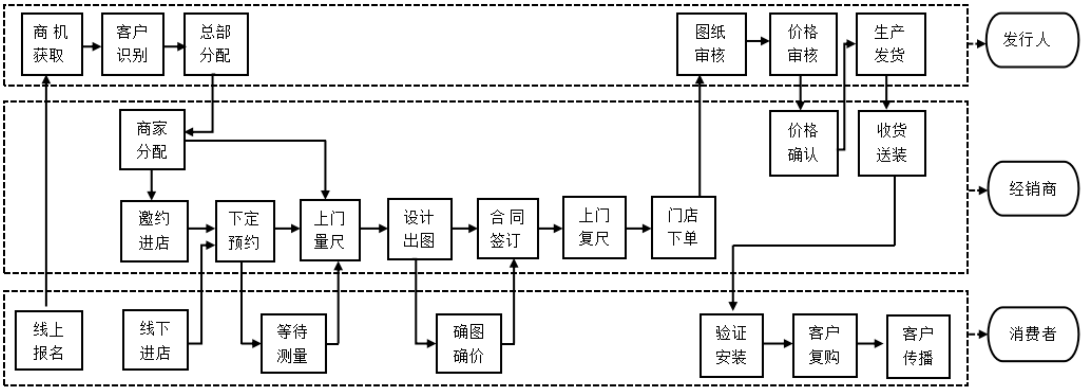


图 5-6 经销商销售模式流程图

截至 2022 年 6 月 30 日，公司在全国范围内的经销商合计 754 家，经销门店 821 家，覆盖全国 31 个省级行政区。以华南、华东、华北、华中、西南、西北、东北等 7 个地区进行划分。，报告期内，公司各区域的经销商数量变化情况具体如下：

单位：家

区域	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
华南地区	72	66	68	57
华东地区	254	237	214	196
华北地区	70	70	63	58
华中地区	134	130	128	126
西南地区	149	126	132	119
西北地区	50	48	46	40
东北地区	25	24	20	17
合计	**754**	**701**	**671**	**613**

2）经销商退、换货情况

公司经销商模式为买断式销售，根据公司与经销商签署的《经销合同》，公司向经销商提供的产品需符合国家相关标准，若相关产品存在质量问题，公司需维修或更换产品，直至符合质量标准。但由于经销商为终端用户提供的设计方案失误、安装不当等原因造成的损失由经销商承担；由于运输原因造成的产品破损或毁坏由经销商雇佣的运输单位承担。

3）经销商最终销售实现情况

公司实行订单式生产，经销商通过公司统一的信息管理系统向公司发送终端用户的订单需求并进行采购订货。通常情况下，除经销商店面展示所用样品外经销商无需保有库存产品。因此，除店面展示样品和极少量的备货外，经销商自公司所采购产品均已实现最终销售。

（2）大宗业务模式

大宗业务模式是指公司直接与房地产企业、学校等大宗客户开展定制家居产品销售合作的模式。

目前，公司大宗业务主要为承接大型房地产项目、学校等精装修配套定制产品生产订单以及为经销商高端定制家居产品展厅提供高定样品。报告期内，公司与龙湖、金科等大型知名房地产商建立了密切合作关系，大宗业务收入逐年提升，未来公司将紧跟行业趋势，加快推进大宗业务的开拓，加速业绩增

长。

（3）采用上述销售模式的原因及影响模式的关键因素

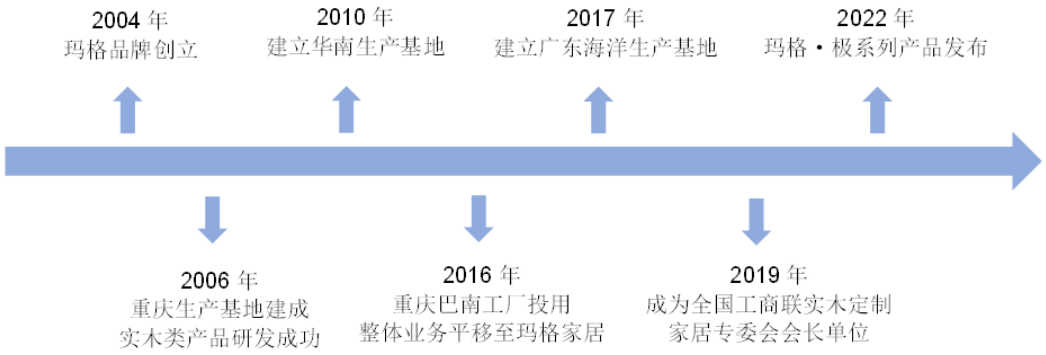
公司从事的定制家居的业务，产品具有高度的个性化和定制化特征。在整体产品的交付过程中，除需公司生产符合消费者需求的产品以外，仍需要向消费提供包括上门测量、个性化设置、上门安装、售后维护等线下服务流程。由于公司产品面向全国各地消费者，覆盖范围极广，因此通过建立完善的经销网络，完成从获客、测量、设计、安装等一系列的线下服务流程，这成为了包括公司在内的绝大多数定制家居行业的主要销售模式。而对于房地产项目、学校等批量化的定制产品业务，则可由公司直接对接，安排工作人员驻点完成交付工作。

报告期内，公司以经销商模式销售为主，同时与部分房地产商、学校等大客户建立直接销售关系。影响经销商模式销售最为核心的因素是能否有效的对于经销商进行管理，对于经销商获客及服务能力的建设以及公司进行渠道建设拓展经销商的情况将成为公司经销商销售模式的重要影响因素。报告期内，公司持续采用以经销商模式为主，大宗业务为辅的销售模式开展经营，未来将持续采用该模式进行销售。

（三）成立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

公司自成立以来，始终从事定制家居产品的设计、研发、生产、销售与服务，主要产品为定制衣柜、室内木门和整体厨柜，采用以经销商模式为主，大宗业务收入为辅的销售模式，按订单开展生产，公司的主营业务、主要产品、主要经营模式未发生重大变化。

公司的主要业务发展历程如下：



（四）发行人主要业务经营情况和核心技术产业化情况

报告期内，公司业务经营情况较为稳定，整体呈现增长态势。报告期各期，公司的主营业务收入分别为 81,184.40 万元、82,472.07 万元、100,993.82 万元和 45,091.70 万元，扣除非经常损益后的净利润分别为 9,692.80 万元、9,025.40 万元、10,515.88 万元和 2,659.80 万元，整体经营情况较为良好。公司在生产过程中所使用的相关工艺和技术已经相对成熟，公司在报告期内的产品已处于大批量的生产阶段，技术产业化情况实现良好。

（五）主要产品的工艺流程图

1、定制衣柜/整体厨柜

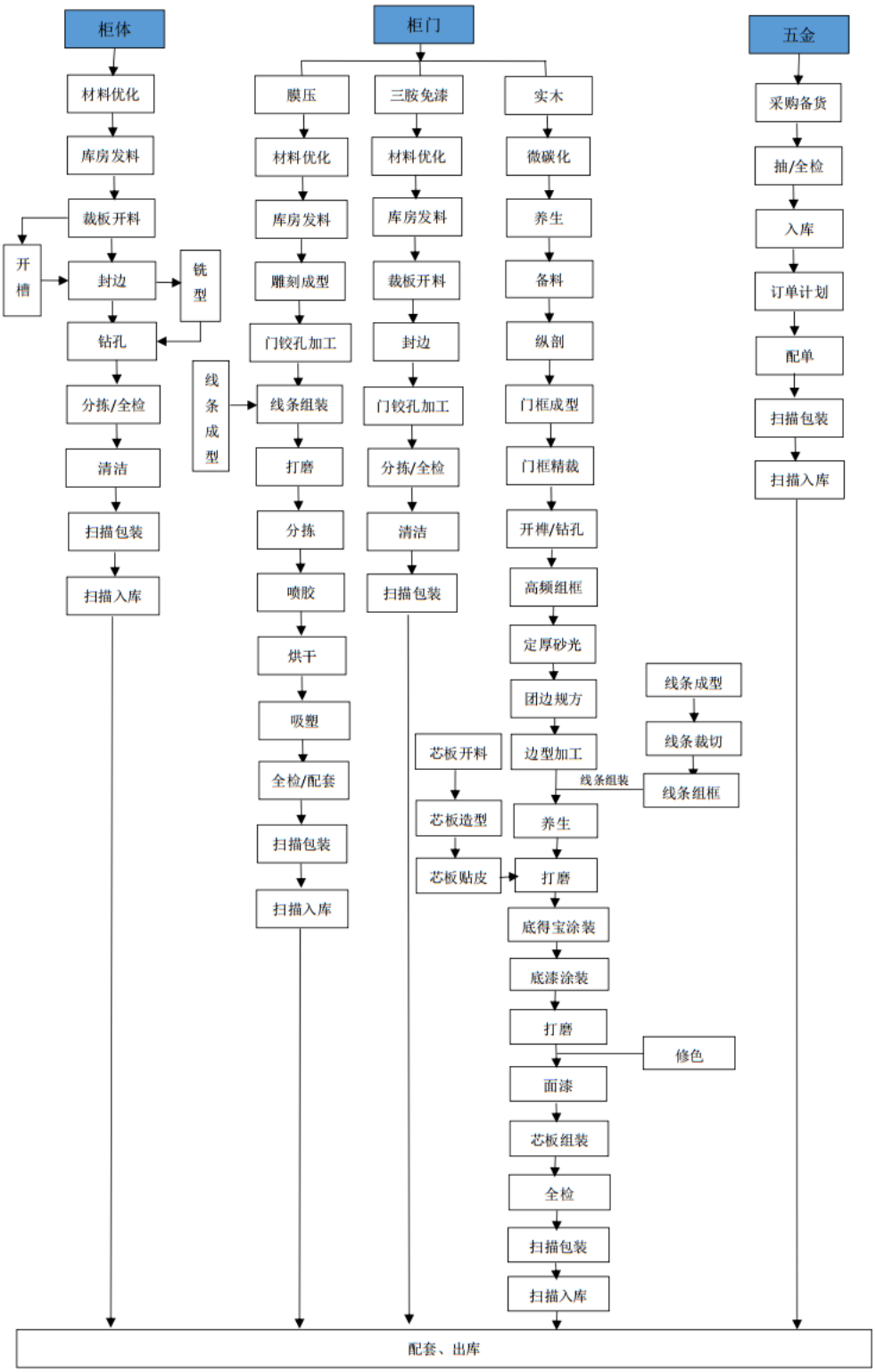


图 5-7 定制衣柜/整体厨柜工艺流程图

2、室内木门

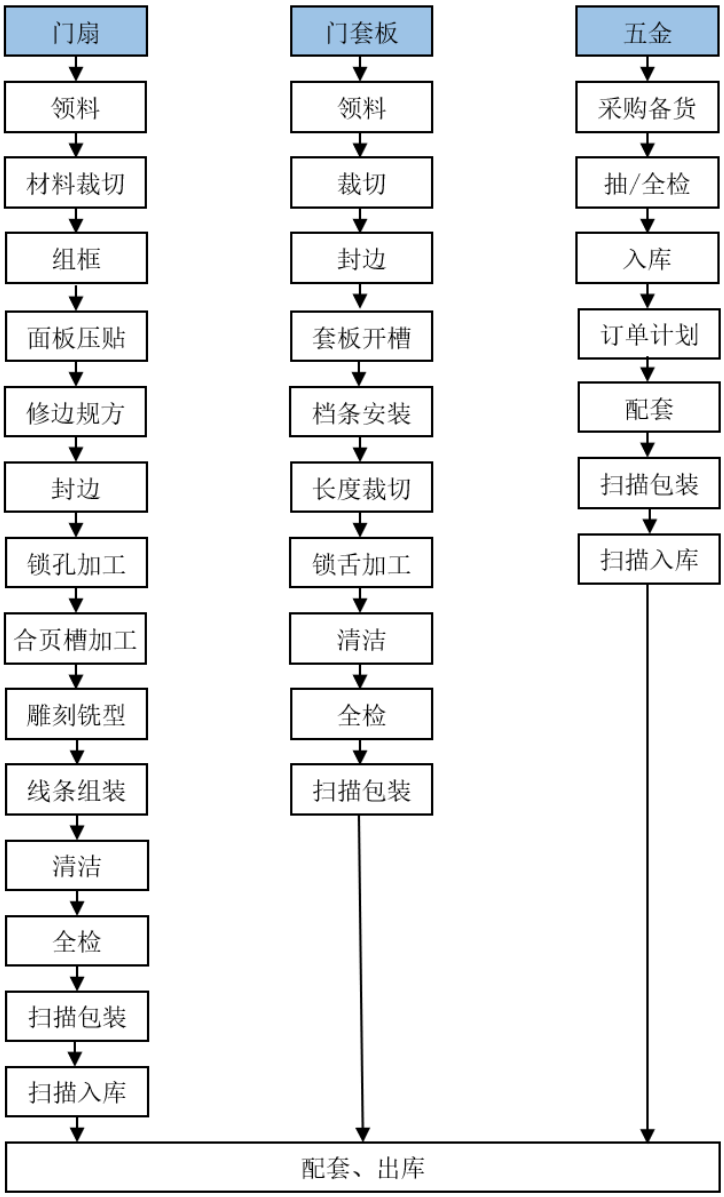


图 5-8 室内木门工艺流程图

公司的主要产品为定制衣柜、室内木门、整体厨柜等，相关产品处于大批量的生产阶段，技术和工艺均相对成熟，核心技术已大量运用在产品生产中，具体如下：

主要流程	核心技术	具体效果
实木柜门生产整体工序	实木复合产品生产线技术	实现多品种多规格混合生产，结合了自主研发的素材底擦色工艺与修色工艺，增强了对材质组合色差

主要流程	核心技术	具体效果
		的控制精度，保证产品的达到预设色彩效果。
	可拆装的五合一结构门板技术	将门板拆分为横框、竖框、压线、芯板、背卡条等五个独立模块，可实现模块化生产运作模式，显著提升了产品品质和生产效率。通过统一配单、配料的形式，确保门框及造型线条为同一根木材裁切而来，有效提升各部件接合强度。
实木柜门微碳化工序	实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术	公司实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术采用实木高温热处理技术对木材进行微碳化处理，提升木材在加工过程中的稳定性，有效降低将外界温湿度变化对实木产品质地、寿命等的影响，提升产品质量稳定性
实木柜门的底漆涂装及面漆工序	油漆环保涂装工艺技术	公司油漆环保涂装工艺技术运用水性漆、UV 漆等环保油漆，通过增置干燥通道和干燥塔对油漆涂装线进行改造，加快油漆干燥并保证涂装均匀，有效解决水性漆表面涨筋和硬度、封闭漆表面饱满度等问题，实现了 UV 漆自动喷涂以及水性底（封固底漆）和水性面漆的环保涂装，有效降低产品加工过程中对环境、使用过程中对人体带来的不利影响。
膜压柜门生产整体工序	膜压产品自动化生产线技术	公司膜压产品自动化生产线采取多订单多品种多规格混流生产模式，依托于全连线生产，解决了传统多采用局部连线形式所导致的自动化程度不高的问题，实现了雕刻/加工、打磨、喷胶、干燥、吸塑成型等关键工序的流线生产的同时提升了生产效率，缩短了在制品时间。
柜体及三胺免漆柜门整体生产工序	可拆装柜体柔性生产线技术	可拆装柜体柔性生产线系公司以柜体生产线为基础，通过信息化系统的二次匹配开发，实现可拆装柜体的柔性生产，以充分满足客户的差异化需求。可实现较高的板材利用率，降低柜体生产周期，令柜体更加美观、极简。
室内木门的门扇及门套板工序	免漆复合室内门自动化生产线技术	公司免漆复合室内门自动化生产线技术可实现门扇、门套、门套线等部件的自动化生产，实现高柔性、高产能、高精度、高效率等功能，大幅提升单扇门处理能力，产品无需安装现场二次加工。

（六）报告期内主要业务指标的变动情况及原因

1、经销商数量和经销门店

报告期内，公司主要以经销商模式开展经营业务，公司经销渠道的招商和拓展是公司业务发展的重要指标，经销商数量的提升将有效带动公司经营数据的提升，更为完善的经销体系是公司经营的有效保障。报告期内，公司的经销商数量和经销门店均成逐年上升的趋势，经销网络逐年扩大，奠定了公司业绩增长的基础。报告期各期末，公司经销商数量和经销门店的数量如下：

单位：家

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
经销商数量	754	701	671	613
经销门店数量	821	778	672	615

报告期内，随着公司不断加强渠道建设，持续加大招商力度，开拓空白区域市场经销商，建立更为完善的经销体系，实现业绩稳步增长，经销商数量及门店数量也随之逐步提升。

2、主要产品产能和销量情况

公司的产能情况决定了公司的交付产品能力的上限，公司随着不断的投资新增产线提升产能。公司产品具有高度的定制化特征，公司根据具体订单安排生产，因此产品销量能较好反映出公司销售端的业绩实现情况。报告期内，公司各产品的产能和销量整体呈现上升趋势，具体情况如下：

单位：套

产品类别	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
定制衣柜	产能	122,849	204,915	189,094	189,169
	销量	81,824	202,631	171,901	173,031
室内木门	产能	20,151	17,197	9,051	6,788
	销量	6,496	13,778	7,533	8,359
整体厨柜	产能	8,084	12,730	10,907	8,431
	销量	8,061	10,541	9,970	7,553

注：室内木门产量含 OEM 数量。

报告期内，公司定制衣柜的产能整体呈相对稳定提升，定制衣柜为公司最为重要的产品，公司主要的产能为定制衣柜的生产。室内木门和整体厨柜方面为公司近几年来逐步发力的相关业务，整体产能处于相对较快的提升阶段。2020 年度，因新冠疫情的影响，定制衣柜和室内木门的销量出现小幅下滑，2021 年度整体较 2020 年度出现较为明显的提升，公司经营业绩稳步提升。

（七）发行人主要产品和业务符合产业政策和国家发展战略

报告期内，公司主要业务为定制家居产品的研发、设计、生产、销售及服务，主要产品包括定制衣柜、室内木门和整体厨柜等，相关业务和产品属于

《产业结构调整指导目录（2019 年本）》中“木、竹、草（包括秸秆）人造板及其复合材料技术开发及应用”以及“木材及木（竹）质材料节能、节材、环保加工技术开发与利用”，为产业政策的鼓励类范围，符合国家产业政策。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》是国家经济发展方向的重要指引，在规划中明确提到需要深入实施智能制造和绿色制造工程，发展服务型制造新模式，推动制造业高端化智能化绿色化，同时推广绿色建材。在《扩大内需战略规划纲要（2022－2035 年）》也将农村居民家具、家装消费升级作为积极推动农村现代化的重要举措。公司为工信部认定的“国家级绿色工厂”，已建立大规模的柔性化智能制造生产基地，持续通过技术创新、产品升级，向市场提供绿色定制家居产品，符合国家发展战略。

二、发行人所处行业情况和业务竞争情况

（一）所属行业及确定依据

根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017）的分类标准，公司属于“C21 家具制造业”下的“C2110 木质家具制造业”。

（二）行业主管部门、监管体制及主要法律法规政策

1、行业主管部门和监管体制

（1）行业主管部门

公司所处的家具制造业，由国家发改委统一制定产业政策；行业主管部门为工信部消费品工业司；行业质量技术监管部门为国家市场监督管理总局产品质量安全监督管理司。

家具制造业的行业自律性组织主要包括中国家具协会和全国工商联家具装饰业商会等。

（2）行业监管体制

公司所处行业市场化程度较高，各企业面对市场自主经营，政府部门进行

产业宏观调控，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。行业协会进行自律规范，通过制定行业标准、行业培训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。

2、行业主要法律法规及产业政策

（1）行业主要法律法规

公司所处行业的主要法律法规如下：

序号	法律法规名称	颁布/最新修订时间	颁布单位
1	《中华人民共和国安全生产法》	2021 年	全国人大
2	《中华人民共和国专利法》	2020 年	全国人大
3	《中华人民共和国商标法》	2019 年	全国人大
4	《中华人民共和国建筑法》	2019 年	全国人大
5	《中华人民共和国产品质量法》	2018 年	全国人大
6	《中华人民共和国环境噪声污染防治法》	2018 年	全国人大
7	《中华人民共和国广告法》	2018 年	全国人大
8	《中华人民共和国环境保护法》	2014 年	全国人大
9	《中华人民共和国消费者权益保护法》	2013 年	全国人大
10	《家居行业经营服务规范》	2013 年	商务部
11	《中国家具协会家具设计保护试行办法》	2000 年	中国家具协会
12	《中华人民共和国价格法》	1997 年	全国人大

（2）主要产业政策

目前，我国相关部门颁布的与本行业发展有关的产业政策及主要内容如下：

序号	文件名称	颁布时间	颁布单位	主要相关内容
1	《扩大内需战略规划纲要（2022－2035年）》	2022.12	中共中央、国务院	推动农村居民汽车、家电、家具、家装消费升级。
2	《推进家居产业高质量发展行动方案》	2022.08	工信部、住建部、商务部、市场监管总局	深入贯彻落实党中央、国务院关于促进消费相关决策部署，推动家居产业优化供给体系，提升供给水平，以创新驱动、高质量供给引领和创造新需求。

序号	文件名称	颁布时间	颁布单位	主要相关内容
3	《“十四五”智能制造发展规划》	2021.12	工信部、国家发改委、教育部、科技部等 8 部门	加快新一代信息技术与制造全过程、全要素深度融合，推进制造技术突破和工艺创新，推行精益管理和业务流程再造，实现泛在感知、数据贯通、集成互联、人机协作和分析优化，建设智能场景、智能车间和智能工厂。
4	《2030 年前碳达峰行动方案》	2021.10	国务院	加快推进绿色建材产品认证和应用推广，加强新型胶凝材料、低碳混凝土、木竹建材等低碳建材产品研发应用；推广绿色低碳建材和绿色建造方式，加快推进新型建筑工业化。
5	《住房和城乡建设部等 15 部门关于加强县城绿色低碳建设的意见》	2021.05	住建部、科技部、工信部等 15 部门	加快推进绿色建材产品认证，推广应用绿色建材。
6	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	2021.03	全国人大	加快建设现代化经济体系，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。深入实施智能制造和绿色制造工程，发展服务型制造新模式，推动制造业高端化智能化绿色化；
7	《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》	2020.12	商务部、国家发改委等 12 部门	激活家电家具市场。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。
8	《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》	2020.10	国家发改委、科技部等 6 部门	支持优势企业提高工业互联网应用水平，带动发展网络协同制造、大规模个性化定制等新业态新模式。加快推动传统产业技术改造，向智能、安全、绿色、服务、高端方向发展。加快发展柔性制造，提升制造业应急保障能力。
9	《关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》	2020.04	商务部	带动家电家具消费，有条件的地区结合实际制定奖励与补贴相结合的消费更新换代政策，鼓励企业开展消费电子产品以旧换新，积极促进绿色节能家电、家具消费。加快线上线下深度融合，支持线上经济、平台经济合规有序发展，保持线上新型消费热度不减。
10	《产业结构调整指导目录（2019 年本）》	2019.10	国家发改委	“木、竹、草（包括秸秆）人造板及其复合材料技术开发及应用”以及“木材及木（竹）质材料节能、

序号	文件名称	颁布时间	颁布单位	主要相关内容
				节材、环保加工技术开发与利用”属于鼓励类。
11	《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》	2019.11	国家发改委、工信部等 15 部门	推广柔性化定制，通过体验互动、在线设计等方式，增强定制设计能力，加强零件标准化、配件精细化、部件模块化管理，实现以用户为中心的定制和按需灵活生产。以服装、家居等为重点，发展规模化、个性化定制。
12	《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022 年）》	2019.10	工信部等 13 部门	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。
13	《轻工业高质量发展行动计划》	2018.06	中国轻工业联合会	以消费升级为导向，通过科技创新、结构调整促进轻工业增品种、提品质、树品牌，实现轻工产品供给从“有没有”到“好不好”转型，满足人们生活从“温饱舒适型”向“美好享受型”跃升。提倡和推动家具行业“全屋定制”，服务细分市场。
14	《2018 年消费品工业“三品”专项行动重点工作安排》	2018.05	工信部	在服装、制鞋、家具等行业推行个性化定制模式。总结交流消费品工业智能制造的经验做法，加快企业智能化改造步伐。
15	《信息化和工业化融合发展规划（2016-2020）》	2016.10	工信部	推广个性化定制。推动家电、家具、服装、家纺、建材家居等行业发展动态感知、实时响应消费需求的大规模个性化定制模式。
16	《工业绿色发展规划（2016-2020 年）》	2016.07	工信部	发展大规模个性化定制、网络协同制造、远程运维服务，降低生产和流通环节资源浪费。利用移动互联网、云计算、大数据、物联网及分享经济模式促进生产方式绿色转型，推动研发设计、原材料供应、加工制造和产品销售等全过程精准协同，强化生产资料、技术装备、人力资源等生产要素共享利用，实现生产资源优化整合和高效配置。
17	《中国家具行业“十三五”发展规划》	2016.03	中国家具协会	引导家具产业向分工细化、协作紧密方向发展，加强家具行业与智能制造相结合，持续提升家具行业的核心竞争力。强化行业品牌意识，制定品牌管理体系，培育一批知名度覆盖行业内外的大型家具企业。要着力解决行业发

序号	文件名称	颁布时间	颁布单位	主要相关内容
				展与生态环境的矛盾，推动建立绿色发展产业体系。

报告期内，公司所处定制家居行业符合国家的经济发展战略和产业发展政策，相关法规和政策具有较为一贯的延续性，不存在对发行人经营资质、准入门槛、运营模式和行业竞争格局等方面具有重大影响的法律法规和行业政策变化。

（三）行业发展概况

1、所属细分行业技术水平及特点

定制家居企业主要为消费者提供“量身定制”的产品及服务，是现代制造业与现代服务业融合创新的产物，其技术特点主要体现在产品个性化研发设计创新、柔性化生产、信息技术应用、综合服务和环保材料应用等方面，具体如下：

（1）研发设计创新能力

定制家居企业的研发设计创新能力直接影响了产品的风格特点和品牌形象，是产品能否不断推陈出新、紧跟市场潮流的关键因素，决定了企业的市场竞争力。从行业整体来看，近年来，在国内经济持续发展、消费升级等因素影响下，消费者个性化需求愈发强烈，驱动定制家居企业不断加大在产品研发设计创新方面的投入，行业整体研发设计创新能力取得了较大的发展。

由于行业发展时间尚短，不同公司间的研发设计创新实力存在较大差距，部分规模较小的企业缺乏自主研发设计创新实力，产品设计基本以模仿为主。行业领先企业往往对研发设计创新予以高度重视，凭借长期持续的高投入，现已具备较强的原创研发设计创新实力，可充分洞察市场潮流发展趋势并迅速推进新产品的研发设计。

（2）柔性化生产能力

定制家居行业的经营特点决定了公司订单具有较强的个性化，柔性化制造能力成为了定制家居公司在产品生产过程中技术水平高低的重要衡量标准。包

括生产效率、板材利用率、智能机械化水平等都是企业柔性化制造能力的体现。目前，业内企业的柔性化制造水平参差不齐，业内标杆企业通过引入大量的高端智能制造设备及生产线，不断优化生产工艺流程，达到降本增效的目的同时逐渐带动行业总体柔性化生产制造能力的提升。

（3）信息技术应用能力

定制家居产品具有订单显著的零散化、非标准化的个性特征，随着定制化产品的品类日益丰富，信息技术在企业日常生产经营过程中的应用覆盖范围与程度逐渐成为企业市场竞争中的关键因素。近年来，行业整体信息化管理系统建设应用持续普及，信息化管理能力明显提升，其中包括公司在内的部分行业优势企业已实现从研发设计到生产、物流、安装全服务流程的信息技术支撑。

（4）综合服务能力

定制家居行业综合服务能力涵盖售前产品个性化设计、全屋布局设计等能力，售中客户服务、物流跟踪、专业安装服务能力以及售后客户快速响应服务能力。2013 年出台的《家居行业经营服务规范》，对营销服务、家居安装服务、售后服务措施等方面进行了明确规范。定制家居行业兼具制造业与服务业的特点，在国内消费升级持续推进的态势下，消费者愈发重视消费体验，企业的综合服务态度与能力逐渐成为消费者执行消费决策的重要因素。当前，在保证产品质量的基础上，包括公司在内的部分行业品牌企业越来越注重自身综合服务能力的建设，积极通过定期或不定期培训、考核、制定规章制度等方式提高内部员工、经销商团队的服务水平，凭借品牌企业建设综合服务能力产生了较好的经济效益带来的良好示范效应，行业整体综合服务能力也在稳步提升。

（5）环保材料应用能力

一方面，随着居民生活水平不断提升，消费者健康意识、环保意识持续增强，倡导绿色家居、生态家居已逐渐成为群众共识，这愈发要求定制家居行业兼顾产品的功能性和环保性；另一方面，在我国推进产业升级、建设资源节约型和环境友好型社会战略背景下，定制家居产品环保指标受到广泛关注，促使业内企业在原材料选择、加工工艺开发等方面越来越关注产品的环保性能。

2、进入本行业的主要壁垒

（1）研发设计壁垒

由于定制家居行业低端产品同质化现象严重，依托雄厚的原创研发设计实力、保证产品的前沿创新性是业内企业形成竞争优势的重要砝码。定制家居的研发设计生产过程除了需要充分满足消费者的个性化喜好与需求外，品牌内涵、产品材料、工艺、色彩、文化、时尚理念等元素的融合创新运用亦是实现创新、增强消费粘性的重要关键点，业内企业需要具备较强的原创研发设计实力。但由于行业发展时间较短，经验丰富、创新能力较强的定制家居专业研发设计人才数量较少，加之新进入行业企业受品牌知名度有限等因素的影响，更加难以吸引到研发设计相关的高素质人才，因此本行业具有较高的研发设计壁垒。

（2）大规模、柔性化定制生产壁垒

不同于成品家具，定制家居需充分结合不同消费者的房屋设计建造风格、房屋尺寸、个性化需求等进行“量身定制”，产品订单的零散化、非标准化特征显著。为提升自身专业服务水平，增强客户消费粘性，承接订单后企业往往需要在短时间内出具完善的设计、生产方案，结合高效、高质生产，最终实现及时交付。

企业需要满足不同消费者的个性化需求，同时要保证产品及时交付，还要兼顾生产效率与产品质量，这些要求必须建立在企业具备大规模、柔性化生产能力的基础之上，需要大批量交付的大宗业务对企业的生产能力也提出了更高的要求。大规模、柔性化定制生产能力的建设需要企业投入大量的资金购买生产设备，并搭建较为完善的信息化系统以提升生产效率，行业新进入企业难以在短时间内完成上述设备、信息化系统合理、科学的搭建，是其发展面临的重要壁垒。

（3）销售服务网络壁垒

定制家居行业产品的个性化定制属性显著，加之消费者对专业化服务的需求及行业企业特有的经营模式决定了完善、稳定、覆盖广泛的销售网络是业内

企业扩大销售规模、赢得市场的重要环节。

一方面，完善、稳定、广泛的销售网络能保证对全国各地消费者需求的及时响应，完成测量、方案沟通、安装、售后等工作；另一方面，覆盖范围广泛的销售网络可以搜集市场关键信息，从而为产品创新提供方向，紧跟市场潮流，以更好地赢得消费者和传递品牌理念。搭建完善、稳定、广泛的销售网络需要大量的人力、财力以及时间成本，行业新进入者难以在短时间内搭建完善、稳定、广泛的销售网络，是行业重要壁垒之一。

（4）品牌壁垒

定制家居行业市场化程度较高，中小企业数量较多，低端产品同质化现象严重，市场竞争较为激烈，产品的品牌效应对于消费者在产品的选择上具有一定的引导性。品牌力是企业形象、研发设计实力、产品品质、服务水平等方面的综合体现，建设品牌力需要在保证产品高质量的基础上，辅以长期持续的资金投入、营销宣传进行培育，短期内难以轻易获取，是新进入定制家居行业企业面临的主要壁垒。

3、行业发展态势

（1）行业概述

我国经济的持续快速发展为家具制造业提供了良好的发展条件。经过多年的发展，我国家具制造业已经形成了一定的产业规模，行业内大部分企业已经实现了自动化或半自动化生产，并出现了一些具有国际先进水平的家具制造企业。我国家具制造业正逐步成为支撑国民经济、丰富国民生活的重要产业之一。

定制家居行业属于家具制造业的细分行业，是企业根据消费者的个性化需求，结合居室空间结构特征，通过信息化和柔性化生产工艺，生产房屋装修所需各类定制化家居产品，进行统筹配置、灵活组合，以达到空间布局合理、全屋色调风格匹配、功能实用协调的目的。

起初，定制家居主要以定制衣柜和定制厨柜等板式家具为主，但随着家具消费向个性化、定制化、功能化等方向变迁发展，“全屋定制”概念逐渐兴起，

定制家居品类日益丰富，定制化木门、护墙等产品的出现使得定制家居企业能够真正为消费者提供一站式全屋配齐服务，满足消费者装修阶段的各类定制化需求，能够大大减少消费者在房屋装修方面投入的精力。

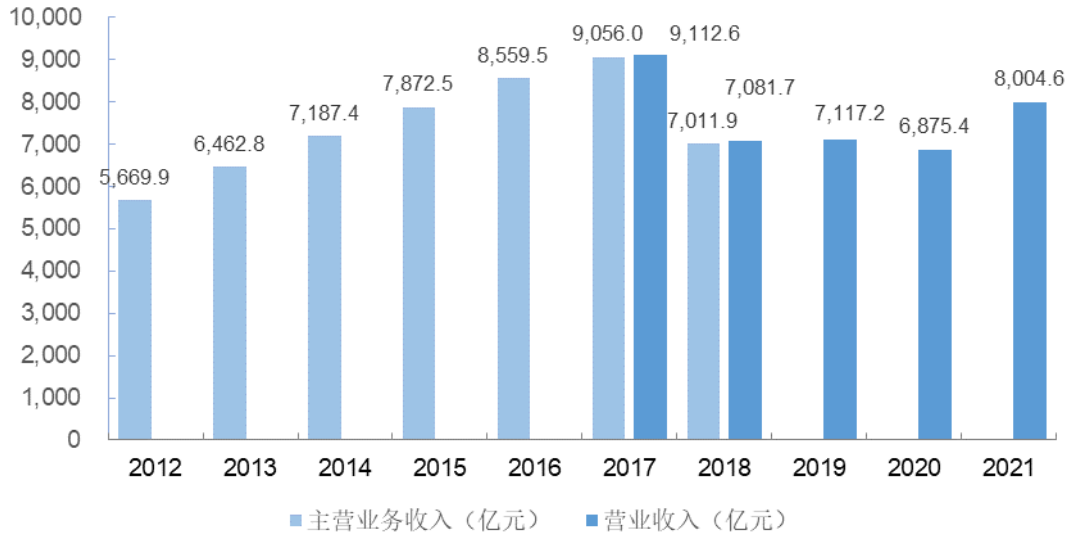
（2）行业发展概况

21 世纪以来，伴随着我国经济的飞跃式发展和房地产、人口红利的集中释放，国内家具制造业迎来了蓬勃发展的时期。在此期间，家具行业无论是制造工艺、配套产业链还是专业人员的培养等方面都取得了长足的进步，我国现已发展成为全球最大的家具生产、消费及出口国，产值约占全球的 40%[3]，在全球家具制造业中有着举足轻重的地位。

近年来我国家具制造业规模以上企业经营情况相对稳定，根据国家统计局的统计数据[4]，2019 年我国家具制造业规模以上企业营业收入达 7,117.20 亿元，同比增长 1.50%，但 2020 年受“新冠疫情”影响，家具制造业规模以上企业营业收入为 6,875.4 亿元，同比下降 6.00%。2021 年家具制造业规模以上企业营业收入为 8,004.6 亿元，同比增长 13.50%，预计随着全球疫情逐步好转，行业将恢复稳步发展态势。

[3] 资料来源：《家具产业转型升级的国际比较与借鉴》，价值工程，2019 年第 32 期

[4] 国家统计局披露的规模以上工业企业营业收入的增速均按可比口径计算。报告期数据与上年所公布的同指标数据之间有不可比因素，不能直接相比计算增速。其主要原因是：（1）根据统计制度，每年定期对规模以上工业企业调查范围进行调整；（2）加强统计执法，对统计执法检查中发现的不符合规模以上工业统计表要求的企业进行了清理，对相关基数依规进行了修正；（3）加强数据质量管理，剔除跨地区、跨行业重复统计数据。



数据来源：国家统计局[5]

图 5-9 2012-2021 年我国家具制造业市场规模

近年来，伴随着家具消费向个性化、定制化、功能化等方向变迁发展，在房地产市场稳步发展、消费升级等背景下，家具制造业内部细分品类增速逐渐分化，定制家居消费意愿与需求快速增长，已成为家具消费增长的重要推动力。

定制家居是根据客户的个性化需求进行测量、设计、制造、安装、服务的家具，目前定制家居行业主要呈现出以下发展特点：

1）定制家居市场迅速发酵，渗透率持续增长

在国内消费升级背景下，消费者日益关注房屋空间布局、风格样式、设计参与感、品牌文化内涵、健康环保等因素，定制家居凭借其个性化设计、空间利用率高、风格时尚统一等优势备受消费者青睐，市场规模快速增长。根据国家统计局、艾瑞咨询数据计算，2020 年定制家居市场规模达到 3,607.6 亿元，2015 年-2020 年期间年复合增长率达 20.69%，市场规模增速显著高于整体行业增速。

与此同时，随着消费者愈发崇尚个性、时尚消费，定制家居依托其多方面的突出优势，日渐成为家具消费者的青睐对象，在整体家居市场的渗透率持续

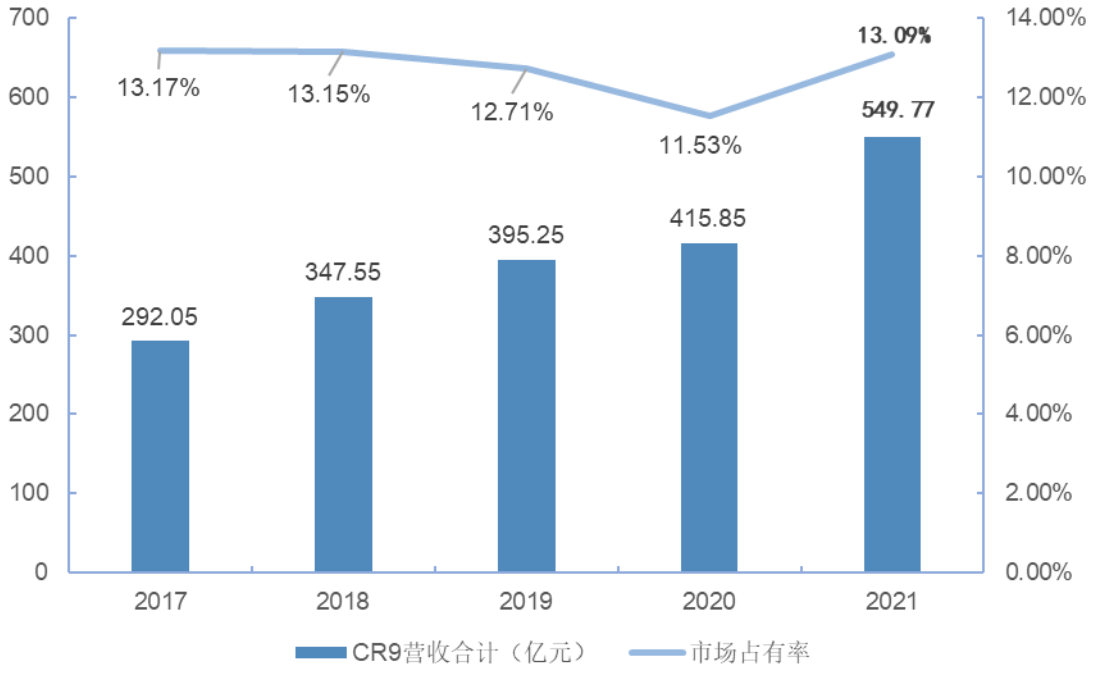
[5] 注：国家统计局于 2017 年开始统计营业收入指标，并于 2019 年停止了主营业务收入指标的统计。

攀升。据国家统计局、艾瑞咨询数据计算[6]，2020 年定制家居市场渗透率达 52.47%，较 2015 年的 17.89%提升 34.58 个百分点，增幅明显。

未来，伴随着我国房地产市场企稳、消费升级继续深化推进，消费者个性化、改善型家居需求将进一步释放，进而推动定制家居的市场空间持续增长。

2）市场集中度尚低，行业优势企业发展空间巨大

虽然近年来家居市场正处于定制家居消费的热潮中，市场规模快速增长，但目前业内企业的规模普遍偏小，且由于小型企业通常难以实现大规模个性化原创设计、柔性化生产，行业低端产品的同质化现象较为严重，行业整体集中度较低，“大行业、小企业”特征鲜明。据亿欧数据显示，定制家居行业市场规模增速高于行业内 9 家[7]上市企业营收增速，2017-2020 年行业的 CR9 由 13.17%降低至 11.53%，2021 年行业 CR9 提升至 13.09%[8]，定制家居企业众多，市场集中度尚处于较低水平，优势企业仍具有巨大的发展空间。



[6] 注：以定制家居市场规模与家具制造业规模以上企业营业收入或主营业务收入的比值计算，其中 2017 年、2018 年采用营业收入为计算依据。

[7] 注：指欧派家居、索菲亚、尚品宅配、志邦家居、金牌厨柜、好莱客、我乐家居、皮阿诺、顶固集创

[8] 注：由于亿欧数据未统计 2021 年度定制家居市场渗透率，此处定制家居市场规模以 2020 年定制家居市场渗透率计算得出。

数据来源：亿欧

图 5-10 2017-2021 年我国定制家居行业 CR9 市场占有率情况

3）主力消费人群更替，推动家居消费格局变迁

我国正处于 80 后、90 后等年轻一代消费群体成为消费主力的更替时期，BCG 和阿里研究院合作发布的《中国消费趋势报告》报告指出，我国出生于 80、90、00 年代的消费者在中国城镇 15-70 岁人口比例将在 2020 年达到 46%，消费占比达到 53%，将发展成为中国消费市场主导力量。与此同时，针对家居消费市场而言，据全国工商联家具装饰业商会、巨量引擎、知萌咨询等机构联合发布的《2019 家居行业数字营销趋势报告》显示，家居消费群体中 80 后、90 后人群占比高达 84.3%。

消费主体人群更替对家居消费格局产生了深层次的影响。一方面，年轻一代消费群体对定制家居的偏好程度更高；另一方面，年轻消费群体尤其是中高端年轻消费群体对产品的选择不仅仅局限于产品性价比和产品功能性，更加追求时尚、崇尚个性，关注点向产品的颜值、设计倾斜。因此，未来具备雄厚原创设计实力的行业品牌企业将有望赢得更多消费者的青睐，市场份额进一步增长，从而不断做大做强。

4）大规模、柔性化定制生产与信息化运营管理成为市场竞争关键点

柔性化生产是指主要依靠以计算机数控机床为主的具有高度柔性的制造设备来实现多品种、小批量生产的方式。不同于成品家具，定制家居需充分结合房屋设计建造风格、房屋尺寸、消费者个性化需求等进行“量身定制”，产品订单的零散化、非标准化特征显著，对企业的柔性化生产能力提出较高要求。

由于定制家居直接面向消费者的个性化需求，对不同需求的及时响应是吸引客户并增强客户粘性的关键环节，因此通过搭建全面的信息化系统形成贯穿研发设计、采购、生产、营销、服务等全流程的运营管理能力是保障企业经营效益以及扩大客户群体、增强市场竞争力的又一重要维度。

（3）行业未来发展趋势

1）全屋定制解决方案是行业重要发展趋势

目前，国内市场上定制家居产品主要以衣柜、厨柜产品为主，能够从专业化设计布局的角度为消费者提供丰富的全品类产品是未来的发展趋势。一方面，全屋定制解决方案可以满足消费者对于一站式购买、统一家装风格和提升空间利用率的需求，提高消费者的用户体验；另一方面，对于行业内的企业，全屋定制解决方案有助于业内企业打破对单一产品营收的依赖，提升经济效益。但与此同时，也对于企业的信息化和柔性生产等方面提出了更高的要求。近年来，行业内的领先企业，正通过不断加大全屋定制产品上的投入，满足消费者对全屋定制的需求。

2）领先企业将推动行业集中度持续提升

目前，定制家居行业整体市场集中度较低，低端产品市场竞争激烈，同质化现象严重。但随着我国房地产调控稳步推进，精装房市场、存量房二次装修市场不断扩大，消费者对定制家居品牌的认知与品牌消费意识逐渐提升，传统的现场制作木工、中小型家居企业的市场空间明显下滑。而行业领先企业依托于其在规模化生产制造、原创设计实力、品牌建设、产品品类、销售渠道、数字化运营服务能力、融资渠道等方面较为明显的领先优势，将推动行业市场集中度持续提升。

3）O2O 模式、大宗业务等销售渠道不断扩张

传统定制家居行业企业主要以线下直营店、经销商的实体门店进行产品的销售，但伴随着互联网的发展和客户消费习惯的转变，以及国家对精装房市场的政策支撑，O2O 模式及大宗业务渠道迎来了发展机会。

O2O 模式方面，消费者通过线上的方式提前了解定制家居产品，并被引流至线下进行体验，这种商业模式随着互联网的发展而逐渐兴起。据《2019 家居行业数字营销趋势报告》显示，78.6%的消费人群通过互联网渠道获取家居产品信息。O2O 模式可以连接企业线上、线下商业活动，并使二者有机结合，已成为定制家居产品销售的重要营销模式。

大宗业务方面，近年来我国精装房市场快速发展，多地出台政策，要求房地产开发商实现精装房交付，更多的地产开发商选择优质的全屋定制家居企业

进行合作，大宗业务的增长成为行业的又一重要利润增长点。

4）健康环保是行业产品的长期发展主题

家具是居家生活的必备产品，在较大程度上影响着消费者的居家环境与身体健康。随着居民生活水平不断提升，消费者对居家环境、身体健康愈发重视，消费者对健康环保家居的要求越来越高，更多的消费者倾向于将健康环保的家居产品作为首选。根据调查统计数据，我国 53.8%的消费者在选购产品时较为注重产品环保性，对家居产品而言，36%的消费者将环保作为首要标准[9]。因此，健康环保将是行业产品长期发展主题，行业内的参与者对于健康环保产品的不断更迭将会是行业的重要发展趋势。

5）装配式内装是房屋住宅装修的未来趋势

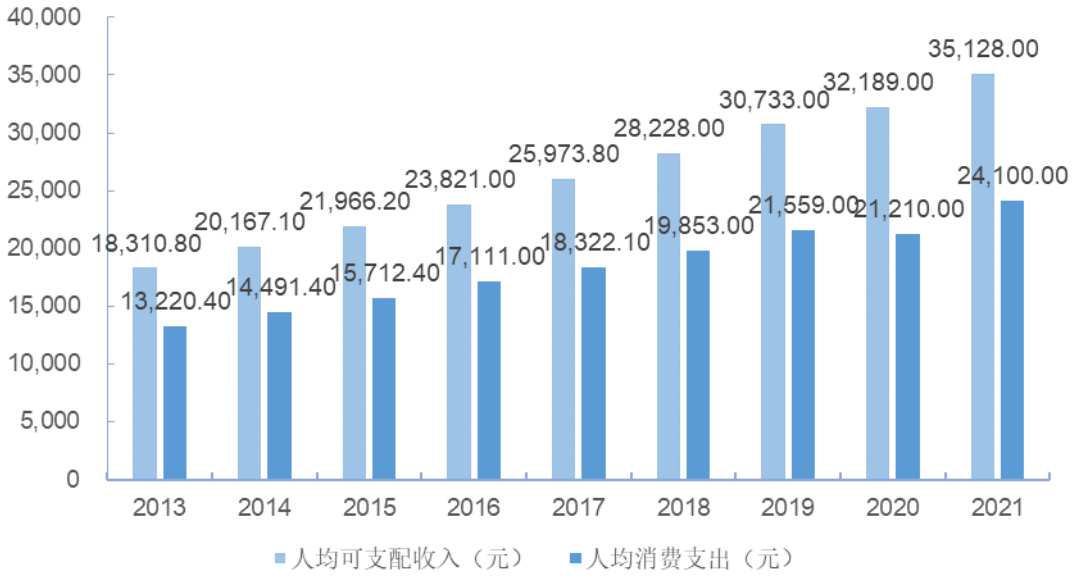
装配式内装是以工业化思维推动家装行业的变革升级，标准化设计、模块化生产、装配式施工安装、流程信息化管理等是装配式内装的核心特征。相较于传统装修方式，装配式内装具有施工时间短、施工进度快、成本更低等优势，且装配式内装采用干式施工，无需涂料、溶剂等，绿色环保优势明显。基于此，近年来我国相关政策亦大力推行装配式建筑、绿色建筑，如住建部印发的《“十四五”建筑业发展规划》中指出“2025 年，装配式建筑占新建建筑的比例达到 30%以上”，促使装配式内装技术工艺逐渐发展并成为房屋住宅装修的重要趋势。

（4）行业市场前景

1）消费升级促进定制家居市场需求增长

定制家居的消费规模与国家经济发展情况及居民收入水平具有直接的关联性。近年来，我国国民经济实现了跃升式发展，国民收入和消费水平不断提升，据国家统计局统计数据，2021 年我国居民人均可支配收入和人均消费支出分别达 35,128.00 元和 24,100.00 元，比上年同期增长 9.13%和 13.63%，未来也将保持良好的发展态势。

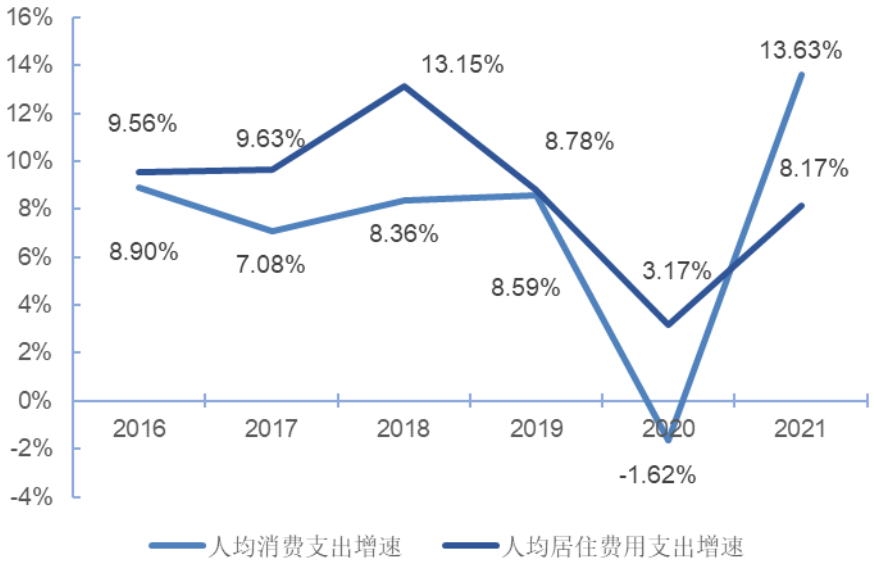
[9] 资料来源：《衣柜行业分析与发展》，《中国林业产业》，2019（Z1）期



数据来源：国家统计局

图 5-11 2013-2021 年我国居民人均可支配收入、人均消费支出变化情况

同时，从居民消费支出结构来看，据国家统计局数据显示，2021 年我国人均居住费用支出达 5,641.00 元，同比增长 8.17%，占总体人均消费支出的比例达 23.41%。



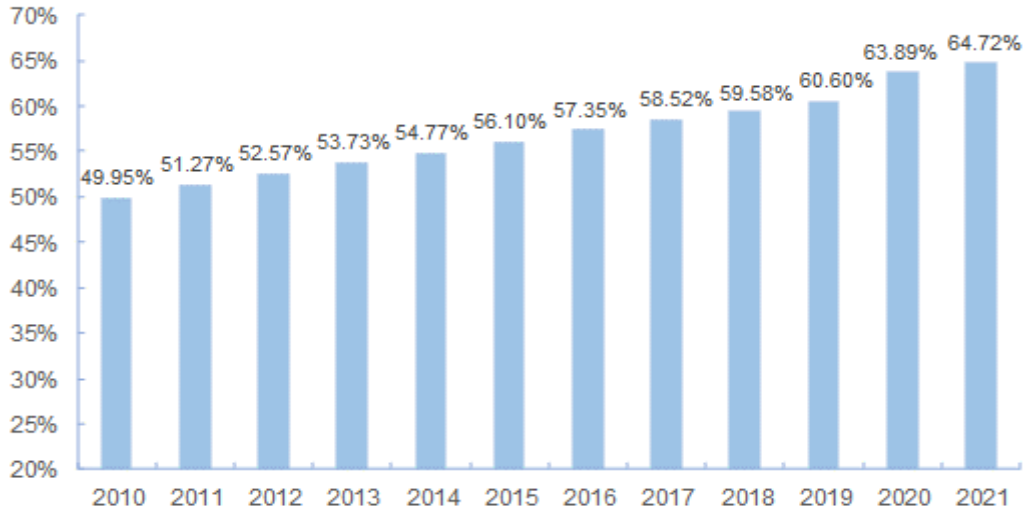
数据来源：国家统计局

图 5-12 2016-2021 年我国居民人均消费支出增速、人均居住费用支出增速情况

未来，伴随着我国消费进一步向服务型、精神享受型消费转型升级，定制家居市场将面临更好的宏观环境。

2）城镇化进程推动定制家居市场规模持续增长

定制家居市场的快速发展与我国城镇化进程密不可分，主要原因系城镇人口收入水平较高，购买力较强，城镇人口的增加直接提升了对房屋住宅、家具添置换新的需求。同时，城镇人口对于家居产品的个性化、多元化以及健康环保方面有着相对更高的要求，推动定制家居行业市场的健康发展。根据国家统计局的统计数据，2021 年我国城镇化率为 64.72%，同比提升 0.83 个百分点，整体处于稳步增长态势。



数据来源：国家统计局

图 5-13 2010-2021 年我国城镇化率情况

目前，我国城镇化率仍与韩国、美国、英国、日本等发达国家存在较大差距，据世界银行数据显示，2020 年韩国、美国、英国、日本的城镇化率分别达 81%、83%、84%、92%，我国现阶段仍具备较大的城镇化发展空间，根据《国家人口发展规划（2016—2030 年）》，到 2030 年我国城镇化率将达 70%。因此，在我国城镇化进程稳步推进等宏观利好因素的驱动下，定制家居市场规模将不断增长。

3）国家政策保障房地产市场平稳健康发展，市场空间持续拓展

定制家居行业属于“地产后周期”行业，其市场需求与房地产市场发展状况息息相关。国家密集出台的一系列政策保障了房地产市场的平稳健康发展，为定制家居市场的发展提供了良好的基础。

①住宅销售体量仍处高位，为定制家居市场需求提供重要保障

近年来，我国房地产市场逐渐步入政策调控阶段，住宅商品房销售面积增长放缓，但整体仍处高位。据国家统计局数据显示，2021 年我国住宅商品房销售面积为 156,532.00 万平方米，同比增长 1.1%。



数据来源：国家统计局

图 5-14 2010-2021 年我国住宅商品房销售情况

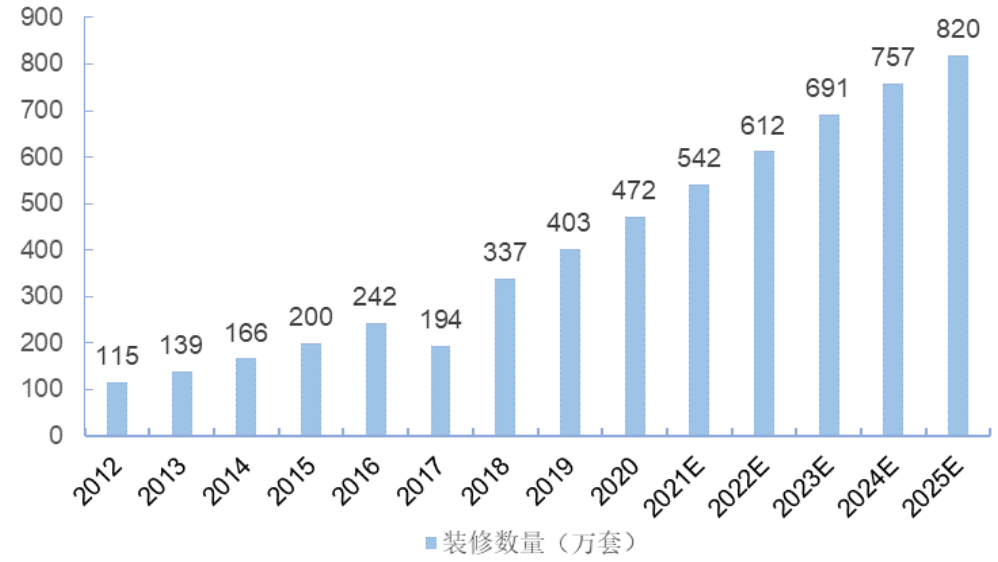
2020 年以来，中央多次重申“房住不炒”，住房的居住属性愈发凸显，推动消费者改善居家环境的需求进一步释放，助力定制家居市场加速发展。

与此同时，前期房地产市场的快速发展将房价整体推向高位，促使小户型住宅成为越来越多人的选择。根据万科企业股份有限公司的《2019 年年度报告》，在万科集团 2019 年销售的商品房中，144 平米以下的中小户型的销售占比达到 91.20%。中小户型住宅对空间利用率具有更高的要求，与定制家居的特点十分契合，叠加消费群体愈发追求时尚、崇尚个性的消费特质，为定制家居市场需求稳步增长提供重要驱动力。

②存量房再装修市场持续增长，为定制家居市场发展注入新动力

近年来，在我国政府对房地产市场实施政策调控的背景下，房地产增量市场发展放缓。房地产市场历经多年的发展，原有住宅已成规模的进入老化阶段，老化房屋的翻新需求持续上涨。国泰君安证券研究所预计 2021 年我国存量房装修套数达 542 万套，同比增长 14.80%，在整体房屋装修市场中的占比

从 2012 年的 10.85%增长至 2021 年的 31.66%，未来仍将继续维持增长态势。



数据来源：国泰君安证券研究所

图 5-15 2012-2025 年我国存量房装修市场情况

③精装房市场快速发展，进一步提升行业优势企业规模效益

精装房是指开发商交房时已对房屋进行了全面装修，相较于传统的毛坯房，精装房在成本、环保、安全等方面具有比较优势，精装房市场发展受我国政策的大力推动。2016 年开始，我国陆续出台多项精装房相关政策，其中，住建部 2017 年发布的《建筑业发展“十三五”规划》提出“到 2020 年，新开工全装修成品住宅面积占新建建筑面积的比例达到 30%”，为精装房市场快速发展营造了良好的政策环境。随着精装修理念在广大消费者中逐步普及，精装房市场迈入快速发展阶段，根据奥维云网的统计数据，近年来我国精装修住宅市场高速发展，2020 年，精装修住宅数量达 325.48 万套。

与传统的毛坯房相比，精装房将房屋的装修环节提前至房屋交付前，促使地产开发商通过与房屋装修市场供应商紧密合作进行产业链整合而成为精装市场主要参与者。目前，房地产头部企业仍是精装市场的主力军，其在选择合作供应商时往往更加看重供应商的品牌实力，因此本行业领先企业有望依托品牌、产能、品质等综合优势赢得头部企业的订单，成批量的定制家居需求带来

的巨大规模效益有助于行业领先企业经营效益的快速提升，进一步提高市场竞争力及市场地位，扩大市场份额。

4、行业所面临的机遇与风险

（1）面临的主要机遇

1）国家相关产业政策促进行业发展

近年来，我国政府相继出台《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》《关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》等一系列政策，从加快发展柔性化生产制造、加强品牌建设、推进线上线下渠道融合发展等方面为定制家居行业营造了良好的政策环境，助力行业健康、快速发展。

2）消费升级为定制家居市场创造良好经济环境

定制家居的消费规模与国家经济发展情况及居民收入水平紧密关联。近年来，伴随着我国居民收入、消费水平不断提升，居民消费升级为定制家居市场增长创造了良好的经济环境。据国家统计局统计数据，2021 年我国居民人均可支配收入、人均消费支出分别达 35,128.00 元和 24,100.00 元，2013-2021 年复合增速分别达 8.48%和 7.79%，处于稳步增长态势，伴随着消费升级的持续推进，具备雄厚原创设计实力的行业品牌企业将有望进一步提高市场份额，不断做大做强。

3）房地产市场稳步运行为行业发展奠定良好基础

定制家居行业作为“地产后周期”行业，房地产市场的稳步运行为行业的发展奠定了良好的基础。近年来，在我国政府机构对房地产市场实施调控的背景下，我国住宅商品房销售面积增长趋缓，但亦促使住宅的投资属性淡化，进一步强化居住属性，消费者家居需求加速释放，为定制家居创造了良好的市场环境。与此同时，伴随着 2022 年下半年以来支持支持房地产市场平稳健康发展的相关政策陆续出台以及我国房地产市场逐渐向存量房市场过渡，依托于国家对精装房实施强有力的政策支持、引导促使精装房渗透率不断提升，存量房

再装修及精装房市场的快速发展将为定制家居市场规模增长的注入新动力，是公司面临的重要发展机遇。

4）我国中产阶级群体规模持续壮大

伴随着国民经济稳步发展，我国中产阶级人群规模持续扩大，据瑞信研究院发布的《Global Wealth Report 2021》显示，在世界 11 亿中产阶级（拥有 1-10 万美元财富）中，我国人数占比从 2000 年的 12.6%快速上升至 2021 年的 38%，并预计 2022 年占比将继续扩大至超 40%，为中高端定制家居的市场规模提升提供重要支撑。发行人产品主要面向中高端消费群体的个性化家居需求，提供专业化全屋定制解决方案，我国中产阶级人群规模不断扩张将为发行人持续发展壮大提供坚实的需求保障。

5）信息化建设为行业的大规模柔性化生产提供了技术支撑

定制家居行业的发展高度依赖信息化。一套覆盖研发设计、生产制造、营销及服务全流程的信息化系统，能够精准处理大规模复杂的个性化订单并形成高效的柔性化生产能力，为消费者提供更加智能化的消费体验，因此，信息化程度决定了一个企业的生产效率与管理效率。近年来，随着我国加大对信息化和工业化发展的重视，定制家居行业的信息化建设明显增强，已经能够满足大规模柔性化生产的要求，为定制家居行业的智能制造提供了技术支撑。

（2）面临的主要挑战

1）行业标准体系有待完善

定制家居行业发展时间较短，正处于快速成长阶段，加之定制家居产品个性化定制程度高，行业规范性标准体系有待完善，是行业进一步发展的挑战之一。未来随着行业标准体系不断完善，行业企业在设计、生产、制造过程中将有标准可依，有助于提升行业产品生产效率，保障产品质量，从而推动行业健康发展。

2）行业竞争不规范

当前，定制家居行业市场集中度较低，业内中小企业数量较多，低端产品

同质化现象严重，低端产品市场中低价竞争、恶性竞争现象相对突出，对行业的健康、快速发展造成不利影响。未来，依托于房地产市场稳步发展，消费升级不断推进，消费者品牌消费意识持续深化，定制家居行业市场竞争环境将不断改善，优质企业有望凭借综合优势进一步提升市场份额，持续发展壮大。

5、行业的周期性、季节性特征

（1）周期性

定制家居行业正处于市场普及的高速发展阶段，新房开发体量仍处于高位，叠加存量房二次装修、精装房市场逐步放量等利好因素，行业需求较为旺盛，发展空间较大，行业现阶段不存在周期性特征。但宏观经济发展状况、居民可支配收入水平及房地产行业发展情况对定制家居行业的发展会产生一定的影响。

（2）季节性

定制家居行业的季节性主要受国内商品住房购买、交付与装修时间影响，也与居民旧房二次装修有关，而气候、春节假期等因素会影响建筑、装修施工条件，从而影响住房装修进度，进而影响定制家居产品需求。整体来说，定制家居行业下半年销售收入略高于上半年。

6、发行人在行业链中的地位和作用

定制家居行业处于产业链中游，上游主要为实木、板材、铝材、五金材料等原材料供应商，下游主要面向拥有新房装修以及存量房二次翻新购置家居产品需求的终端消费者。定制家居行业产业链分布如下：

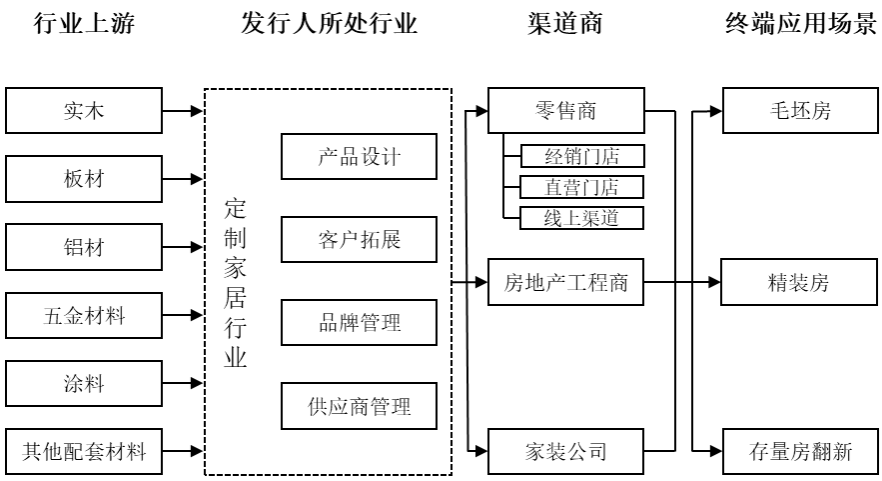


图 5-16 定制家居行业产业链

（1）上游行业与本行业的关联性及其发展对本行业的影响

定制家居行业上游主要为实木、板材、铝材、五金材料等原材料供应商，供应基础良好、工艺较为成熟，能够持续稳定地满足定制家居行业生产所需的原材料。

上述原材料在公司的主营业务成本中占比较高，原材料价格的波动将会影响定制家居行业的成本，进而影响行业的毛利率和利润水平。但上述原材料行业进入门槛较低、企业数量众多，定制家居行业对上游行业单一供应商的依赖性较小；且定制家居行业市场份额比较分散，具备品牌优势的企业能够享受一定的品牌溢价，可以在一定程度上削弱原材料价格发生不利变动造成的影响。

（2）下游行业与本行业的关联性及其发展对本行业的影响

定制家居行业下游为商品住房购买者、旧房翻新二次装修消费者以及推出精装修商品住房的房地产企业。

目前，我国城镇化仍在稳步推进之中，城镇化率仍与韩国、美国、英国、日本等发达国家存在较大差距，我国仍具备较大的城镇化发展空间，城市住房的刚性需求并未减弱。在我国城镇化进程稳步推进、政府对房地产市场适时进行宏观调控等因素的驱动下，定制家居市场规模仍将不断增长。

（四）行业竞争格局和公司的市场地位

1、行业竞争格局

从竞争格局来看，定制家居行业品牌众多，行业低端产品的同质化现象较为严重，竞争态势分散，集中度较低，呈现出“大行业、小企业”的竞争特点。

近年来，受益于房地产市场发展、消费升级等因素，定制家居渗透率逐年上升，定制家居行业市场规模维持稳定增长。基于定制家居市场的高增长潜力及良好的盈利性，市场上涌入了一批主打成品家具的知名企业，如顾家家居、德尔未来等；同时，随着定制家居龙头企业开始推出主打时尚、性价比的差异化产品，渠道下沉，抢夺市场份额，原有地方性定制家居企业独有的价格、地域优势逐渐丧失，进一步加剧了行业的竞争。

在行业内部市场竞争不断加剧以及消费者需求多元化、品牌意识提升、消费能力增长等因素的推动下，未来定制家居行业将逐步整合，终端客户资源将逐步向龙头企业集中，部分规模小、技术落后的企业逐渐被淘汰出局，具备品牌优势、生产制造优势、原创设计优势等综合能力较强的领先企业将抢占更多市场份额，行业分散的竞争格局将趋于集中。

2、行业内的主要企业和可比公司的选取

目前，定制家居行业主要企业相关情况如下：

（1）欧派家居

欧派家居成立于 1994 年，总部位于广东广州，主板上市公司，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，主要产品包括整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门、金属门窗、软装、家具配套等。2022 年 1-6 月营业收入 96.93 亿元，归母净利润 10.18 亿元，截至 2022 年 6 月末，欧派家居共有各类门店 7,760 家。

（2）索菲亚

索菲亚成立于 2003 年，总部位于广东广州，主板上市公司，主要从事定

制柜、橱柜、木门及配套家居产品的设计、生产及销售，同时产品体系延伸至非定制类的配套家居产品如沙发、床、床垫、茶几、纺织用品等。2022 年 1-6 月营业收入 47.81 亿元，归母净利润 4.12 亿元，截至 2022 年 6 月末，索菲亚品牌门店 2,652 家，司米品牌门店 812 家，华鹤品牌门店 304 家，米兰纳品牌门店 305 家。

（3）尚品宅配

尚品宅配成立于 2004 年，总部位于广东广州，创业板上市公司，主要产品包括衣柜、橱柜、书柜、电视柜、床等全屋板式定制家居，同时覆盖家装主辅材、装配式背景墙及配套家居产品、电器等家居品类，并可提供家居行业设计软件及信息化整体解决方案。2022 年 1-6 月营业收入 23.05 亿元，归母净利润-1.01 亿元，截至 2022 年 6 月末，尚品宅配在全国拥有 2,186 家加盟店。

（4）志邦家居

志邦家居成立于 1998 年，总部位于安徽合肥，主板上市公司，专注于全屋定制家居的研发、设计、生产、销售和安装服务，产品包括整体厨房、全屋定制、定制木门/墙板、成品配套等品类。2022 年 1-6 月营业收入 20.35 亿元，归母净利润 1.58 亿元，截至 2022 年 6 月末，志邦家居共有 4,150 家门店。

（5）好莱客

好莱客成立于 2007 年，总部位于广东广州，主板上市公司，主要产品包括整体衣柜、橱柜、定制木门、定制门窗及其它配套产品等，致力于为消费者提供全屋整体解决方案。2022 年 1-6 月，好莱客实现营业收入 13.96 亿元，归母净利润 1.25 亿元，截至 2022 年 6 月末，好莱客门店数量为 2,135 家。

（6）顶固集创

顶固集创成立于 2002 年，总部位于广东中山，主板上市公司，专业从事定制衣柜及配套家具、精品五金、智能五金、定制生态门和其他智能家居产品的研发、生产和销售。2022 年 1-6 月，顶固集创实现营业收入 4.80 亿元，归母净利润为 0.27 亿元。截至 2022 年 6 月末，顶固集创拥有 612 家全屋定制门

店、32 家全屋整装门店、215 家门窗专卖店、332 家精品五金门店和 40 家因特智能锁门店。

（7）金牌厨柜

金牌厨柜成立于 1999 年，总部位于福建厦门，主板上市公司，专业提供整体厨柜的研发、设计、生产、销售、安装及售后等整体服务，产品包括整体厨柜、整体衣柜、木门等。2022 年 1-6 月，金牌厨柜实现营业收入 14.31 亿元，归母净利润 0.93 亿元。截至 2022 年 6 月末，金牌厨柜门店数量为 3,469 家（含在建门店）。

（8）皮阿诺

皮阿诺成立于 2005 年，总部位于广东中山，主板上市公司，主要经营定制橱柜、定制衣柜及其配套家居产品研发、生产和销售，致力于通过科学艺术设计为消费者提供个性化、定制化的大家居解决方案。2022 年 1-6 月，皮阿诺实现营业收入 5.75 亿元，归母净利润为 0.60 亿元。截至 2021 年末，皮阿诺拥有橱柜门店 127 家、衣柜门店 131 家、综合门店 734 家。

（9）我乐家居

我乐家居成立于 2006 年，总部位于江苏南京，主板上市公司，致力于定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务的提供，主要产品涵盖整体厨柜和定制衣柜等系列。2022 年 1-6 月，我乐家居实现营业收入 7.11 亿元，归母净利润为 0.40 亿元。截至 2022 年 6 月末，我乐家居专卖店数量为 1,585 家。

上述主要企业的主营业务均为定制家居产品的研发、生产和销售等，与公司的主营业务一致，且均为 A 股上市公司，相关数据均可从上市公司的公开数据中获取，具备较强的可比性。

3、发行人在行业中的竞争地位

公司致力于为中高端客户提供专业化、一站式全屋定制解决方案，凭借对研发设计、产品工艺改进、生产设备升级和品牌建设与推广等方面的长期投

入，公司在品牌知名度、研发设计创新、营销网络、大规模柔性化智能制造、数字化运营管理等方面具备较强的综合竞争优势，近年来主营业务收入持续增长，市场竞争地位不断提升。

子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位，发行人及子公司获得了“2021 年中国定制家居行业百强”、“全国定制家具行业质量领先品牌”、“全屋定制十大品牌”、“家居数字化先锋品牌”等荣誉。技术方面，公司被评为“国家级绿色工厂”、“国家级工业设计中心”、“重庆市中小企业‘专精特新’企业”、“重庆市认定企业技术中心”、“重庆市知识产权优势企业”、“重庆市数字化车间”，是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范（T/CFDCC0209-2019）》的主要起草单位之一并参与起草了团体标准《复合原木柜（T/CFDCC0208-2019）》。

公司 2021 年度实现营业收入 102,599.18 万元，在家具制造业的市场份额为 0.13%。定制衣柜产品是公司最主要的产品，其中 2021 年度，公司主营业务中定制衣柜产品收入为 88,519.34 万元，将公司与 9 家已上市的同行业公司的定制衣柜收入进行排名，公司位居第 6 位[10]。

未来，公司将通过持续的技术创新、产品升级、渠道建设和品牌推广，继续巩固并提升现有的市场地位。随着募集资金到位，公司的产能及销量将进一步释放，持续投入研发和信息化建设，提升市场推广和品牌建设力度，市场占有率有望进一步提升。

4、发行人的竞争优势和劣势

（1）发行人的竞争优势

1）信息化体系建设优势

公司深度贯彻推进信息化与工业化融合发展战略，搭建了完善的信息化体系，已构建了覆盖研发设计、供应链管理、生产制造、营销服务等业务经营全环节的信息化系统闭环。

[10] 因我乐家居未单独披露定制衣柜产品收入，仅披露 2021 年全屋定制家居产品收入 97,302.09，此排名未将我乐家居纳入

公司以 SAP ERP 系统为中心，重点围绕研发设计、供应链管理、生产制造、营销服务等核心业务环节，搭建了 MDMS 数字化营销系统等信息化系统、PDM 产品数据平台及订单全流程管理系统、U 秀 AI 智能设计系统等信息化系统，并不断优化升级，实现各类数据的协同互通，有力促进了上述核心业务环节的精细化管理和高效运转，逐步形成了较强的数字化运营管理能力，是公司相较于同行业公司的关键竞争优势之一。公司在上述核心业务环节搭建的信息化系统及其应用情况主要如下：

经营环节	信息化系统建设情况	具体应用情况
研发设计	PDM 产品数据平台及订单全流程管理系统、U 秀 AI 智能设计系统、设计星球、云屏系统	PDM：产品数据管理，包括产品工艺、产地、价格、BOM 等信息
		U 秀：全国经销商的设计师使用，包括设计、渲染、下单、出图、报价
		设计星球：设计师案例分享、设计模型素材共享平台
		云屏系统：针对经销商进行内容输出，由经销商向客户展示公司的产品及服务，全方位提升门店客户体验
供应链管理	SRM 供应商平台、SAP 质量管理模块	采购寻源、供应商档案管理、价审管理、送货协同、发票及对账协同、质量控制
生产制造	MES 制造执行系统	生产计划下达、生产执行、生产过程采集、条码验证、包装出入库、发运
营销服务	MDMS 数字化营销系统	全域流量接入及清洗与下发、消费者主数据管理、经销商门店管理、安装售后服务管理、销售商与服务商管理、老客户经营管理

其中，MDMS 数字化营销系统是公司依托于对信息化体系多年深入研究的经验技术积累而维护开发的信息化系统，现已取得相应的软件著作权，该营销系统提升了公司在营销服务方面的数字化管理能力，并实现了销售周期和销售成本的精细化管控。凭借优异的信息化体系及数字化运营管理服务能力，公司于 2021 年认定为“重庆市数字化车间”，并于 2022 年 9 月取得由国家工业和信息化部指导推动的“信息化和工业化融合管理体系 AAA 级认证”。

2）大规模、柔性化智能制造及质量优势

为快速满足消费者个性化需求，公司以构建智能制造体系为关键路径，在公司完善的信息化体系基础上，引进豪迈、温康纳、南兴等高端智能制造设备和生产线，运用于开料、封边、钻孔、膜压等生产工艺环节。通过软硬件一体化布局，实现产品生产制造过程自动化、柔性化和智能化，形成了大规模、柔

性化智能制造能力，有效解决了定制家居产品个性化需求与规模化生产之间的矛盾。

公司将产品质量视为持续发展的基础，产品通过了 ISO9001 质量管理体系、ISO14000 环境管理体系、ISO45001 职业健康安全管理体系等体系的认证，并建立了健全的产品质量检测系统，对各类原材料、半成品、成品执行严格的质量检验程序。同时，凭借生产制造全链条的信息化覆盖，相关部门可实现对质量异常的产品进行追溯，持续提升产品质量稳定性。公司于 2020 年被中国质量检验协会评为“全国定制家具行业质量领先企业”、“全国质量诚信标杆企业”，定制衣柜（履面）等产品获得中华人民共和国环境保护部颁发的“2019 中国环境标志产品认证证书”、中国质量检验协会颁发的“全国质量检验稳定合格产品”、“全国质量信誉保障产品”。

3）研发设计创新优势

公司十分重视产品的研发设计创新，追求品牌内涵、材料、工艺、色彩、文化、时尚潮流理念等因素的和谐统一。经历了多年的积累沉淀，公司已组建了研发设计实力强劲的团队，建立了较为完善的研发设计制度体系，科学规范了产品的研发设计流程，具有较高的研发设计创新效率。与此同时，为洞察市场潮流趋势，公司通过参加国内外家居展会、与行业知名设计机构合作等多种途径，及时获取最新的时尚潮流资讯，为产品研发设计创新赋能。此外，除自有研发设计团队外，公司充分利用社会创新资源，积极与外部设计师团队密切开展创新合作，进一步提升了公司品牌价值与知名度。

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有有效授权专利 564 项，其中发明专利 3 项、实用新型专利 334 项，外观设计专利 227 项。凭借雄厚的研发设计创新实力，公司被评为“国家级绿色工厂”、“国家级工业设计中心”、“重庆市中小企业‘专精特新’企业”、“重庆市认定企业技术中心”、“重庆市知识产权优势企业”、“重庆市数字化车间”，是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范（T/CFDCC0209-2019）》的主要起草单位之一，并参与起草了团体标准《复合原木柜（T/CFDCC0208-2019）》，产品设计荣获“中国定制家居设计杰出贡献奖”、“2020 年度色彩设计前瞻产品”、“2020 中国家居品牌力量榜设计

创新奖”等业内知名设计奖项。

4）品牌优势

公司根植于定制家居领域，坚定“面向中高端消费群体”的品牌定位，秉承“打造中国定制家居领导品牌”的品牌理念，始终将提升品牌价值作为发展重点。多年来，公司不断完善内部品牌运营管理体系，通过长期持续的、覆盖线下线上渠道的品牌宣传与推广，“玛格”品牌已具备较高的市场知名度，市场口碑较好。

子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位，近年来，公司在品牌建设方面所获荣誉奖项主要如下：

序号	荣誉/奖项	颁发单位	颁发时间
1	国家级绿色工厂	工信部	2022.01
2	国家级工业设计中心	工信部	2021.11
3	2021 年中国定制家居行业百强	全国工商联家具装饰业商会	2022.07
4	家居产品质量评价 5A 级企业	全国工商联家具装饰业商会	2021.11
5	全国定制家具行业质量领先品牌	中国质量检验协会	2020.09
6	2019-2020 十大优选定制家居品牌	北京商报社	2020.08
7	全屋定制十大品牌	慧亚家居热线	2020.07
8	重庆市中小企业“专精特新”企业	重庆市经济和信息化委员会	2019.12
9	2019 中国家居业名人堂-行业工作特别贡献奖	全国工商联家具装饰业商会	2019.11
10	2019 年度中国家居产业品牌奖消费者喜爱品牌	优居、腾讯家居、贝壳	2019.10

5）营销网络优势

公司始终坚持合作共赢的经营理念，充分利用自身资源，有效整合线下经销商资源，并依托不断完善的经销商开发管理制度，逐步建立了与公司紧密合作、共同成长、辐射全国的营销服务网络。截至 2022 年 6 月 30 日，公司营销网络布局以华东地区、西南地区为主，在全国范围内拥有经销商合计 754 家，经销门店 821 家，覆盖全国 31 个省级行政区。同时，为贯彻“全屋定制”发展战略，公司采取“一城一商多品多店”的经销商布局策略，充分满足消费者“一站式购买”需求的同时，有助于提升公司经销商的市场竞争力。

6）服务优势

定制家居产品高度围绕消费者的个性化家居需求，全面周到的消费体验与服务是促进消费者执行消费决策关键因素之一。

为此，公司秉持品质制造与服务并行的发展路径，在保证产品质量的基础上，以布局广泛的经销商为重要途径，通过在管理、销售、服务等方面对各区域经销商团队进行长期持续的培训，形成了具备面向全国消费者个性化需求快速响应能力的服务网络。与此同时，公司组建了以客户中心部门为主的售后服务团队，打造了覆盖“售前、售中、售后”全环节完备的服务团队与服务能力，对增强客户粘性、提升品牌口碑与美誉度起到了强有力的促进作用。公司于 2019 年获得了网易家居颁发的“2019 年度家居行业服务榜样”，服务能力深受认可。

（2）发行人的竞争劣势

1）产能有待进一步提升

近年来，在消费升级、消费群体代际转换等利好因素驱动，定制家居市场需求快速增长，公司依托于在品牌知名度、研发设计创新、营销网络、大规模柔性化智能制造等方面的综合竞争优势，业务规模迅速提升，现有产能已无法满足业务规模扩张的需要。现有产能对公司维持快速响应市场需求的能力，以及进一步开拓市场产生较大影响，是公司现阶段面临的主要难题之一。

2）融资渠道单一

当前，公司正处于快速发展阶段，在品牌建设、研发设计创新、营销网络建设、信息化建设、产能提升等方面均需要投入大量的资金，以进一步提升业务规模及市场份额，但公司目前融资渠道较为单一，主要依靠银行贷款与自有资金积累，对公司快速发展造成一定阻碍。

5、发行人与同行业公司在经营情况等方面的比较情况

（1）同行业主要竞争对手收入对比

报告期内，同行业主要竞争对手的主营业务收入情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	欧派家居	954,360.65	2,014,496.75	1,450,744.05	1,336,583.34
2	索菲亚	472,022.61	1,034,315.48	831,672.04	764,439.96
3	尚品宅配	222,866.97	718,322.51	643,141.78	715,941.40
4	志邦家居	192,501.18	486,376.88	368,284.61	287,918.03
5	金牌厨柜	139,956.46	338,081.14	260,447.49	209,494.24
6	好莱客	135,278.74	328,774.10	213,709.29	218,337.22
7	我乐家居	70,836.91	172,017.71	157,908.60	132,684.90
8	皮阿诺	56,007.38	178,933.21	146,538.32	142,867.64
9	顶固集创	47,294.53	128,326.90	86,049.84	92,166.38
本公司		**45,091.70**	**100,993.82**	**82,472.07**	**81,184.40**

报告期内，由于公司尚未上市，收入方面与 9 家同行业可比公司尚存在一定的差距，一方面公司由于产能方面较同行业公司仍存在差距，另外在品牌建设、营销推广和经销商开拓方面较行业内龙头企业欧派家居、索菲亚等公司仍有较大提升空间。

（2）同行业公司经销门店数量对比

报告期内，公司与同行业公司的经销门店数量的对比情况如下：

单位：家

序号	公司名称	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
1	欧派家居	7,760	7,475	7,112	6,708
2	索菲亚	4,214	4,863	4,409	3,558
3	尚品宅配	2,186	2,236	2,235	2,100
4	志邦家居	4,117	3,709	3,203	2,363
5	好莱客	2,106	2,006	1,992	1,745
6	金牌厨柜	3,325	3,031	2,462	1,759
7	我乐家居	1,585	1,488	1,248	1,283
8	皮阿诺	-	992	940	1,256
9	顶固集创	859	845	790	756
本公司		**821**	**778**	**672**	**615**

注 1：皮阿诺 2022 年半年度报告中未披露其经销商门店数量；

注 2：顶固集创的经销商门店数量不包含精品五金及因特智能锁门店。

报告期内，公司经销商相较于同行业公司整体水平仍具有差距，公司渠道建设的不断推进将是公司未来业绩增长的重要源泉。公司的主营业务中定制衣柜的金额占比较高，室内木门和整体厨柜占比相对较低，在经销商门店的开设中未单独设置独立的木门或厨柜门店，绝大多数为综合品类门店。同行业公司中，部分经销商在同一市场区域开设聚焦衣柜、厨柜、木门等不同品类的门店，导致行业内整体经销商数量高于公司。

（3）同行业公司专利数量对比

截至 2022 年 6 月末，公司与同行业公司的专利数量的对比情况如下：

单位：个

公司名称	专利数量	其中：实用新型专利
欧派家居	595	-
索菲亚	-	-
尚品宅配	99	-
志邦家居	-	-
金牌厨柜	350	201
好莱客	-	-
我乐家居	303	-
皮阿诺	382	160
顶固集创	795	522
平均值	**421**	**294**
玛格家居	**564**	**334**

注：欧派家居、索菲亚、志邦家居、好莱客未在其定期报告中公布其专利数量。金牌厨柜的专利数量取自其 2021 年年度报告。

公司积极进行自主研发体系的建设，通过多年的生产技术积淀，已形成多项自主研发的专利，公司的专利数量整体处于行业平均水平。

（4）同行业主要竞争对手产量对比

报告期内，公司与同行业主要竞争对手各产品产量的对比情况如下：

单位：套、樘

产品名称	公司名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		产量	增长	产量	增长	产量	增长	产量

产品名称	公司名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		产量	增长	产量	增长	产量	增长	产量
定制衣柜	志邦家居	-	-	390,193	39.65%	279,399	40.36%	199,064
	金牌厨柜	-	-	268,382	46.35%	183,380	63.40%	112,226
	欧派家居	-	-	2,930,099	58.68%	1,846,603	8.23%	1,706,226
	合计	**-**	**-**	**3,588,674**	**55.40%**	**2,309,382**	**14.47%**	**2,017,516**
	本公司	**78,019**	**-**	**203,407**	**17.79%**	**172,679**	**-0.42%**	**173,414**
室内木门	志邦家居	-	-	94,503	285.90%	24,489	65.97%	14,755
	金牌厨柜	-	-	117,853	395.72%	23,774	336.86%	5,442
	好莱客	-	-	814,500	780.54%	92,500	283.02%	24,150
	欧派家居	-	-	1,027,109	62.51%	632,012	9.30%	578,222
	索菲亚	-	-	200,574	23.89%	161,895	66.60%	97,174
	合计	**-**	**-**	**2,254,539**	**141.21%**	**934,670**	**29.86%**	**719,743**
	本公司	**6,478**	**-**	**13,822**	**84.20%**	**7,504**	**-11.15%**	**8,446**
整体厨柜	志邦家居	-	-	493,895	26.55%	390,280	25.06%	312,077
	金牌厨柜	-	-	776,907	75.67%	442,250	74.56%	253,348
	好莱客	-	-	47,100	53.42%	30,700	76.64%	17,380
	我乐家居	-	-	77,747	-10.19%	86,568	2.00%	84,871
	欧派家居	-	-	918,598	31.23%	699,997	-1.11%	707,834
	索菲亚	-	-	196,048	42.76%	137,328	44.21%	95,225
	合计	**-**	**-**	**2,510,295**	**40.47%**	**1,787,123**	**21.51%**	**1,470,735**
	本公司	**5,023**	**-**	**12,705**	**17.79%**	**10,786**	**42.99%**	**7,543**

注：为保证公司与同行业公司的定制衣柜产品产量的可比性，上述数据未统计报告期内以平方米为单位披露或存在部分年度未披露产品产量情况的同行业可比公司；同行业上市可比公司 2022 年半年度报告未披露相关数据。

2019 年度至 2021 年度，公司定制衣柜产量增速不及同行业可比公司，主要原因系公司现有生产线已基本处于饱和状态，且产能提升等方面均需要投入大量的资金，依靠银行贷款与自有资金积累的单一融资渠道制约了公司产能扩张。

除定制衣柜产量外，公司室内木门、整体厨柜产品产量在报告期内快速提升，但与同行业可比公司同类产品相比仍处于较低水平，是公司全屋定制战略的短板。因此，公司拟通过本次募投项目进一步对短板产品进行大幅度的产能

扩充，夯实全屋定制服务能力。

（5）同行业公司经营策略对比

根据同行业可比公司的 2021 年年度报告，公司主要竞争对手的经营策略如下：

公司名称	经营策略
尚品宅配	1、坚定执行“1+N+Z”的城市发展策略，对于自营城市，持续推进“直营门店”“直销O2O”“自营加盟”“拓展（拎包）”“整装（全案）”五大业务模块为核心的发展战略；对于加盟业务，不断下沉市场，大力招商，加快步伐去占据空白市场； 2、对于自营整装业务，以“提效降本”为目标，实现业绩增长；对于整装云业务，高举整装模式大旗，赋能装企会员； 3、通过组织架构的管理变革，持续不断地做好组织治理体系建设。
顶固集创	1、继续坚持中高端品牌和产品定位，持续推动渠道建设和渠道布局，继续坚持“门墙柜厨”一体化产品策略，全面推进全屋定制、整装、整家、高定、工程项目等业务发展； 2、持续加强自主研发创新能力，以市场为导向，加快产品迭代和技术革新，加强新产品研发，不断丰富公司产品线，以产品差异化不断提升竞争力和市场占有率； 3、加大智能制造投入，以“安全、精准、高效”为原则，发挥中山生产基地智能制造优势，充分释放产能，降本增效，稳步提升公司智能制造整体水平；4、加强内控，规范运作，提高经营管理层的治理水平和风险防范意识，强化合规经营意识确保内部控制制度得到有效执行，切实提升公司规范运作水平。
志邦家居	1、围绕“装修一个家”出发，满足客户需求、完善品类扩充、匹配渠道拓展，与营销形成双轮驱动；紧随主流展会趋势，及时更迭产品设计； 2、人才梯队建设方面，除了通过外部引进和内部人才培养、学习认证同步推动的方式，还建立了产品经理制，以保障公司未来发展需要； 3、打造设计竞争力，通过设计软件的快速推广和不断迭代，提高设计的效率； 4、整装模式的重视提到新高度； 5、持续推动供应链变革，优化供应链布局，加强上下游资源整合，实现销产研协同，打造具备成本优势的供应链； 6、通过设立广州子公司，以广州为源点城市，发挥标杆作用，在未来的几年深化城市运营，扩大对南方区域性辐射作用。
金牌厨柜	1、企业数字化：公司继续在研产供销等价值链进行数字化升级，主要包括数字运营、数字营销、数字供应链、虚拟空间建设等方面； 2、成本优化：对内实现从新产品开发到成品交付的全价值链降本管理，对外强化公司产品及服务的价格竞争力； 3、门店增长：实现“千城千店”的战略布局； 4、交付保障：厦门、江苏和成都三大基地联动，国外泰国、越南两大基地的产能交付稳步提升； 5、渠道拓展：零售渠道方面，为适应多品类、全渠道的业务发展需要，公司推动渠道从单一的产品线直线管理向“产品线-区域”矩阵管理组织升级；大宗渠道方面，

公司名称	经营策略
	持续与优质地产战略合作，提升战略签约及代理商的数量与质量； 6、研发提升：充分利用“消费升级＋消费分层”下的机会，把握新形势和用户需求，围绕全屋一体化战略目标，持续拥抱开放创新； 7、组织力提升：公司聚焦机制创新、能力提升方面，通过不断完善人力资源系统、优化薪酬与绩效管理体系，建设有效的人才保障体系。
好莱客	1、通过构建潮牌消费闭环、升级原态设计俱乐部、综艺影视植入等多种方式打造潮牌、潮品、潮店； 2、坚持“新原态+大家居”的战略，坚持产品领先的策略，持续与各合作品牌开发联名产品，丰富产品矩阵，为大家居战略的贯彻实施保驾护航； 3、继续推进全链路、精准、高效的立体渠道体系的建立。一方面通过持续推动城市运营平台模式，积极下沉无人区，深耕传统经销商渠道；一方面深化拎包、个性化家装、艺术整装、新零售、外贸以及工程大宗等新渠道的布局。
皮阿诺	1、为经销商引流赋能，协助经销商制定门店经营规划、团队组建、激励机制、服务体系以及销售通路的构建，使经销商具备操作地产拎包、家装渠道、设计师渠道、新零售、全案销售能力； 2、全面推行大全案设计销售方案，强化拎包、设计师渠道，为中高端品牌护城河打好基础； 3、聚焦央国企战略地产商，做大做强大宗业务； 4、将对现有产能进行优化重组，提升物流输送效率；将重点提升各大生产基地的准交率、齐套率及产品工艺品质，降低客诉率等； 5、深化 DMMS 线上线下一体化，为门店提供数字营销工具； 6、将围绕企业文化理论建设、制度建设、传播媒介、落地建设、反馈改善等方面开展系统性工作；持续升级公司人才培养平台，持续选拔、赋能人才。
我乐家居	1、持续优化销售渠道建设，重点打造零售端业务能力； 2、坚持聚焦中高端定位，持续提升品牌影响力； 3、充分依托 ODC 平台资源，持续强化原创产品力。
欧派家居	1、信息化战略：欧派信息化将通过互联网、大数据等创新技术手段为零售经销商拓展新型业态赋能，创新变革传统定制模式并使其升级成为现代化的、一站式交付的、新一代的大家居商业模式； 2、大家居模式打造：该战略的核心是从单一的产品提供者成长为家居一体化解决方案提供者，解决消费者、渠道商的需求痛点； 3、全面优化终端：在守住原有渠道优势和地位的同时，公司将积极布局家装、整装、拎包、电商、外贸渠道业务，不断优化管理方式，多维试点新模式，不断丰富、升级终端销售形态； 4、品牌建设：在消费升级的大背景下，消费者呈现年轻化、品牌化、健康化、智能化等突出特点，是未来品牌推广战略的新方向。
索菲亚	1、践行大家居，坚定不移执行“全渠道、多品牌、全品类”战略，实施“整家定制”品牌战略； 2、加速推动数智化，包括大数据云计算技术与数据驱动集成、4.0 智能制造技术与大规模定制集成以及全方位垂直一体化数字化运营平台等。

资料来源：同行业可比上市公司 2021 年度报告。

据上表，同行业 9 家上市公司主要围绕全屋定制、多元化渠道、数字化经营、研发设计、人力资源管理以及企业文化等多个方面进行战略布局，为定制家居行业的发展趋势。

公司顺应行业发展趋势，在销售渠道、全屋定制、信息化建设等多个方面制定了一系列经营计划，具体情况如下：

1）销售渠道：公司现有主要销售渠道为线下零售门店，未来，公司将采取多种方式扩大销售渠道，大力开拓零售渠道专卖店建设，实现对主要市场的覆盖及下沉，加强工程业务重点战略客户的开发，并紧扣互联网快速发展带来的自媒体红利，进行多元化、立体式渠道网络建设，实现“零售+工程+电商”多元发展；

2）全屋定制：公司 80%以上的主营业务收入来源于定制衣柜，其他产品如室内木门、整体厨柜等产品的收入比例较低，是公司业务的短板。公司将在保持现有优势业务良好发展的同时，持续加大对短板产品的投入，加快产品结构调整，提升一站式全屋定制家居解决方案能力；

3）信息化建设：信息化建设是公司向智能智造提升、提高职能管理部门与业务部门运营效率、实现诸多业务板块协调管理的重要一环，公司将在原有系统基础上，对大规模、柔性化智能智造信息技术系统进行完善、升级和优化，覆盖全部智能智造基地，完成信息化系统之间的互联互通，以实现大规模、柔性化智能智造。

4）研发设计：公司以研发及设计领先作为市场拓展的基础，注重产品的升级改进，在现有研发及设计的基础上，公司将继续加大自主创新力度，持续加大研发及设计投入，扩大研发队伍，为构筑公司雄厚的技术研发实力提供重要保障，确保公司在行业内的优势。

5）人力资源管理：公司将围绕经营的可持续性，以打造人力资源核心竞争力为目标，制定长期人力资源发展计划，通过建立健全绩效管理机制、收入分配机制与人才成长发展机制进一步提升公司的人才素质。

三、发行人的销售和采购情况

（一）发行人的销售情况和主要客户情况

1、主要产品产能、产量及销量情况

报告期内，公司主要产品的产能、产量及销量情况如下：

单位：套

产品类别	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
定制衣柜	产能	122,849	204,915	189,094	189,169
	产量	78,019	203,407	172,679	173,414
	产能利用率	63.51%	99.26%	91.32%	91.67%
	销量	81,824	202,631	171,901	173,031
	产销率	104.88%	99.62%	99.55%	99.78%
室内木门	产能	20,151	17,197	9,051	6,788
	产量	6,478	13,822	7,504	8,446
	产能利用率	32.15%	80.37%	82.91%	124.43%
	销量	6,496	13,778	7,533	8,359
	产销率	100.28%	99.68%	100.39%	98.97%
整体厨柜	产能	8,084	12,730	10,907	8,431
	产量	5,023	12,705	10,786	7,543
	产能利用率	62.13%	99.80%	98.89%	89.47%
	销量	8,061	10,541	9,970	7,553
	产销率	160.48%	82.97%	92.43%	100.13%

注：室内木门产量含 OEM 数量。

2019 年度至 2021 年度，公司主要产品产能利用率保持在较高水平；2022 年 1-6 月产能利用率较低的主要原因为公司产能有较为明显的增长，同时上半年为定制家居行业的销售淡季，半年度产能利用率低于全年度水平。

2019 年度至 2021 年度，定制衣柜和室内木门的产销率较高，主要原因系公司根据客户订单定制化生产，并通过高效的物流体系实现销售，产品销售周期短、滞销概率低，产销率水平较高符合行业特征；整体厨柜产销率由 100.13%下降至 82.97%，主要系随着面向房地产开发商等客户的大宗业务不断开拓，期末尚未验收的产品有所增加。2022 年 1-6 月，随着大宗业务上年末尚

未验收的产品于本期验收，公司主要产品产销率提升至超过 100%。

2、销售收入按产品分类

报告期内，公司主营业务收入按产品分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
定制衣柜	36,946.70	81.94%	88,519.34	87.65%	72,215.76	87.56%	72,500.37	89.30%
室内木门	2,228.34	4.94%	5,410.86	5.36%	3,478.64	4.22%	4,023.72	4.96%
整体厨柜	4,055.79	8.99%	5,512.38	5.46%	4,457.29	5.40%	3,067.97	3.78%
其他	1,860.87	4.13%	1,551.24	1.54%	2,320.37	2.81%	1,592.34	1.96%
合计	**45,091.70**	**100.00%**	**100,993.82**	**100.00%**	**82,472.07**	**100.00%**	**81,184.40**	**100.00%**

3、销售收入按销售模式分类

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
经销商模式	40,283.91	89.34%	99,269.25	98.29%	79,849.09	96.82%	79,918.92	98.44%
大宗业务模式	4,807.79	10.66%	1,724.58	1.71%	2,622.97	3.18%	1,265.48	1.56%
合计	**45,091.70**	**100.00%**	**100,993.82**	**100.00%**	**82,472.07**	**100.00%**	**81,184.40**	**100.00%**

报告期内，公司的主要客户群体为公司经销商、房地产及学校等大宗业务客户等。

4、主要产品平均销售价格变动

报告期内，公司主营产品平均销售价格情况如下表所示：

单位：元/套

产品类别	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
定制衣柜	4,515.39	3.36%	4,368.50	3.99%	4,201.01	0.26%	4,190.02

产品类别	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
室内木门	3,430.33	-12.65%	3,927.17	-14.96%	4,617.87	-4.07%	4,813.64
整体厨柜	5,031.37	-3.79%	5,229.47	16.97%	4,470.70	10.06%	4,061.92

5、报告期内主要客户情况

报告期内，公司前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

报告期	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比	是否为关联方
2022 年 1-6 月	1	龙湖[注1]	3,310.98	7.22%	否
	2	广州市谷柔家居用品有限公司	1,657.74	3.61%	否
	3	重庆一粟联创家居有限公司[注2]	939.85	2.05%	否
	4	高新区美唐家具经营部	727.09	1.58%	否
	5	绵阳市全成商贸有限公司	596.64	1.30%	否
	合计		**7,232.30**	**15.76%**	**-**
2021 年度	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,751.95	1.71%	否
	2	高新区美唐家具经营部	1,565.78	1.53%	否
	3	龙湖	1,550.00	1.51%	否
	4	广州市谷柔家居用品有限公司	1,542.89	1.50%	否
	5	绵阳市全成商贸有限公司	1,171.23	1.14%	否
	合计		**7,581.84**	**7.39%**	**-**
2020 年度	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,494.87	1.78%	否
	2	高新区美唐家具经营部	1,307.21	1.56%	否
	3	誉墅品（上海）家居有限公司	1,212.66	1.44%	否
	4	广州市谷柔家居用品有限公司	1,199.84	1.43%	否
	5	无锡美特家建材有限公司	1,027.70	1.22%	否
	合计		**6,242.29**	**7.43%**	**-**
2019 年度	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,398.26	1.70%	否
	2	高新区美唐家具经营部	1,299.55	1.58%	否
	3	广州市谷柔家居用品有限公司	1,069.82	1.30%	否
	4	誉墅品（上海）家居有限公司	1,010.33	1.23%	否
	5	宁波红平家居有限公司[注3]	839.14	1.02%	否

报告期	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比	是否为关联方
	合计		**5,617.10**	**6.81%**	-

注 1：龙湖包括重庆龙湖煦筑房地产开发有限公司、西安湖卓置业有限公司、广州市嘉万房地产有限公司、成都龙湖辰顺置业有限公司、西安南湖锦腾置业有限公司、南昌湖晟置业有限公司、西安旭晟置业有限公司、成都辰攀置业有限公司、成都辰发置业有限公司和龙湖物业服务集团有限公司；

注 2：重庆一粟联创家居有限公司包括重庆一粟联创家居有限公司和南岸区柒玖木地板经营部，均为欧亚琴实际控制的企业；

注 3：2022 年 6 月，宁波红平家居有限公司更换经销主体为同一控制下的宁波宁然家居有限公司。

报告期内，公司前五大客户主要为经销商客户，单个客户的销售金额占比较低，前五大客户群体随着经销商当年的市场拓展业绩存在小幅波动，但总体相对稳定。公司报告期内向前五大客户合计销售额占当期销售总额比例分别为 6.81%、7.43%、7.39%和 15.76%，2022 年上半年，公司前五大客户销售占比有所提升，主要系公司向龙湖开展的部分大宗业务完成项目验收，大宗业务收入出现一定幅度增长。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过总额 50%或严重依赖于少数客户的情况。

报告期内，前五大客户与公司、公司控股股东、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不存在关联关系。

6、发行人经销商情况

（1）经销商和发行人的关联关系

报告期内，经销商和发行人不存在实质和潜在关联关系。

（2）同行业公司销售模式情况

发行人与同行业可比公司的销售模式情况如下：

序号	公司名称	经销商专卖店	直营专卖店	大宗业务	其他销售方式
1	欧派家居	√	√	√	出口销售
2	索菲亚	√	√	√	整装渠道、新零售电商
3	尚品宅配	√	√	-	O2O 营销模式

4	志邦家居	√	√	√	整装渠道、海外业务
5	金牌厨柜	√	√	√	家装渠道、电子商务
6	好莱客	√	√	√	-
7	我乐家居	√	√	√	-
8	皮阿诺	√	-	√	O2O 营销模式
9	顶固集创	√	√	√	-
10	发行人	√	-	√	-

数据来源：同行业可比上市公司 2021 年年度报告。

由上表可知，经销商模式为同行业可比公司普遍适用的销售模式，除此之外，直营和大宗业务也是行业内常见的销售模式。

（3）同行业公司经销商销售比例和毛利情况

报告期内，同行业可比公司的经销商收入比例与毛利率情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	经销收入占比	经销毛利率	经销收入占比	经销毛利率	经销收入占比	经销毛利率	经销收入占比	经销毛利率
顶固集创	65.67%	35.34%	70.08%	36.27%	76.71%	36.29%	81.92%	未披露
志邦家居	64.47%	33.86%	58.18%	34.33%	60.54%	35.84%	67.70%	37.21%
金牌厨柜	52.01%	34.16%	55.55%	35.33%	54.11%	35.42%	61.95%	34.43%
好莱客	72.21%	35.06%	74.85%	33.79%	90.93%	37.34%	92.90%	40.78%
皮阿诺	64.50%	未披露	50.90%	36.32%	51.41%	35.66%	54.95%	未披露
我乐家居	73.54%	39.69%	62.62%	38.11%	61.77%	42.31%	69.98%	43.92%
欧派家居	81.80%	30.84%	77.84%	30.31%	77.09%	34.06%	78.98%	35.02%
索菲亚	82.11%	33.62%	80.83%	34.05%	78.54%	32.07%	83.86%	未披露
平均	**69.54%**	**34.65%**	**66.36%**	**34.81%**	**68.89%**	**36.12%**	**74.03%**	**38.27%**
本公司	**89.34%**	**33.15%**	**98.29%**	**36.85%**	**96.82%**	**39.69%**	**98.44%**	**39.35%**

注 1：数据来源于同行业可比上市公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年半年度报告；

注 2：尚品宅配与同行业上市公司销售模式存在一定差异，此处不作列示。

根据各上市公司年度报告披露的经销收入数据，报告期内，同行业可比公司的经销商收入比例均超过 50%，平均经销商收入比例分别为 74.03%、68.89%、66.36%和 69.54%，发行人通过经销商模式实现的销售比例高于同行业可比上市公司，主要是由于公司大宗业务目前尚未形成规模所致。

报告期内，同行业可比公司经销商的平均毛利率分别为 38.27%、36.12%、34.81%和 34.65%，呈下降趋势，欧派家居、志邦家居、好莱客等同行业上市公司经销毛利率下滑明显；公司经销毛利率分别为 39.35%、39.69%、36.85%和 33.15%，符合行业整体变动趋势，经销商模式的毛利率水平与同行业可比上市公司之间不存在显著差异。

其中，2019 年度至 2021 年度，公司经销毛利率略高于同行业平均水平，2022 年 1-6 月，公司经销毛利率略低于同行业平均水平，主要系 2021 年度公司新增 2 条生产线，制造费用有所增加，同时受原材料价格上涨、行业淡季及下游房地产景气度影响，公司产能利用率较低，单位产品分摊的制造费用较高所致。

综上，发行人通过经销商模式实现的销售比例高于同行业可比上市公司的原因具有合理性，经销商模式的毛利率水平与同行业可比上市公司之间不存在显著差异。

（4）经销商专门销售发行人产品情况

根据公司与经销商签订的经销合同，经销商在经销商授权期内，仅限销售公司产品，不得以任何形式销售同行业同类产品。在实际运营中，公司要求经销商销售公司定制家居产品的门店不得销售公司同行业同类产品。

（5）经销商的终端销售及期末存货情况

从公司的业务流程来看，在经销商销售模式下，终端消费者确认购买意向并与公司经销商门店的设计师确认设计方案，并向经销商预付全部或一定比例的定金后，经销商方可在公司面向经销商的信息管理系统中进行下单，公司收到经销商订单时产品已有对应的终端消费者。如经销商下单用于门店样品展示，在其下单及公司内部流程中有明确标识。

公司的经销模式均采用买断式销售，公司将产品交付给客户或客户委托的提货人，取得签收单据即实现销售确认收入。货物所有权转移后，公司不承担库存管理的相关权利及义务，经销商依据终端客户下单情况以及公司各类产品

的生产周期自行决定向公司订货的时点、数量及品类，公司针对经销商库存不存在特殊的管控措施。

同时，由于定制家居产品定制化特点鲜明，需根据终端客户房屋的实际空间布局进行前期设计，再结合终端客户对产品款式、色彩、风格的偏好进行搭配、调整，最终确定产品方案，其采购呈现小批量、高频率的特征，产品一经生产后实现二次销售难度较大，不存在集中囤货的情形。

综上，发行人向经销商销售的产品最终销售实现情况良好，报告期各期末经销商不存在大量存货。

（6）经销商新增及退出情况

报告期内，经销商新增及退出情况如下：

经销商情况	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	数量（家）	占期末经销商比例	数量（家）	占年末经销商比例	数量（家）	占年末经销商比例	数量（家）	占年末经销商比例
年初	701	92.97%	671	95.72%	613	91.36%	559	91.19%
新增	86	11.41%	122	17.40%	145	21.61%	116	18.92%
退出	33	4.38%	92	13.12%	87	12.97%	62	10.11%
年末	754	100.00%	701	100.00%	671	100.00%	613	100.00%

报告期内，随着公司业务规模的不断扩张，公司经销商数量逐年上升，退出的经销商主要系经销商个人经营考虑、公司清理半年无交易额的经销商等多种原因导致的。整体来看，公司的经销商客户结构相对稳定。

报告期内，公司新增及退出经销商当年销售金额及占比情况如下：

经销商情况	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	经销收入（万元）	经销收入占比	经销收入（万元）	经销收入占比	经销收入（万元）	经销收入占比	经销收入（万元）	经销收入占比
新增	863.89	2.14%	3,640.13	3.67%	3,378.45	4.23%	3,429.00	4.29%
退出	252.50	0.63%	843.99	0.85%	1,912.53	2.40%	1,431.17	1.79%

报告期内，公司新增经销商的销售收入分别为 3,429.00 万元、3,378.45 万元、3,640.13 万元和 863.89 万元，分别占当期经销收入的比例为 4.29%、

4.23%、3.67%和 2.14%；公司退出经销商的销售收入分别为 1,431.17 万元、1,912.53 万元、843.99 万元和 252.50 万元，分别占当期经销收入的比例为 1.79%、2.40%、0.85%和 0.63%，每年新增和减少的经销商对应的销售收入占比较低。

综上，报告期内，公司新增与退出的经销商实现的销售收入占经销收入比例较低，经销商保持稳定。

（7）个人、非法人实体经销商情况

报告期内，公司对个人经销商和法人经销商的销售情况如下表所示：

单位：家、万元

项目	2022 年 1-6 月			
	数量	数量占比	收入	收入占比
自然人、个体工商户	432	57.75%	22,916.89	56.89%
个人独资企业、普通合伙企业等	9	1.20%	450.69	1.12%
有限责任公司等	307	41.04%	16,916.33	41.99%
合计	**748**	**100.00%**	**40,283.91**	**100.00%**
项目	**2021 年度**			
	数量	**数量占比**	**收入**	**收入占比**
自然人、个体工商户	456	61.37%	60,054.22	60.50%
个人独资企业、普通合伙企业等	12	1.62%	1,370.70	1.38%
有限责任公司等	275	37.01%	37,844.32	38.12%
合计	**743**	**100.00%**	**99,269.25**	**100.00%**
项目	**2020 年度**			
	数量	**数量占比**	**收入**	**收入占比**
自然人、个体工商户	444	62.36%	47,224.75	59.14%
个人独资企业、普通合伙企业等	12	1.68%	1,190.00	1.49%
有限责任公司等	256	35.96%	31,434.34	39.37%
合计	**712**	**100.00%**	**79,849.09**	**100.00%**
项目	**2019 年度**			
	数量	**数量占比**	**收入**	**收入占比**
自然人、个体工商户	409	65.23%	48,613.63	60.83%
个人独资企业、普通合伙企业等	10	1.59%	1,461.06	1.83%

有限责任公司等	208	33.17%	29,844.07	37.34%
合计	**627**	**100.00%**	**79,918.76**	**100.00%**

注：上表中经销商为当期与公司发生过交易的经销商。

报告期内，公司自然人、个体工商户经销商数量占比由 65.23%下降至 57.75%，收入占比由 60.83%下降至 56.89%，占比较高，公司客户多数为自然人、个体工商户经销商，公司向自然人、个体工商户经销商销售的规模较大。经销商经营者根据自身的实际需要，注册个体工商户或有限公司的经营主体开展经销业务。

（8）不同销售模式的毛利率差异情况

1）定制衣柜

报告期内，公司定制衣柜产品经销商模式和大宗业务模式毛利率对比情况具体如下：

项目	**2022 年 1-6 月**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**
经销商模式	35,168.35	95.19%	35.96%	4,504.03
大宗业务模式	1,778.35	4.81%	19.75%	4,752.41
合计	**36,946.70**	**100.00%**	**35.18%**	**4,515.39**
项目	**2021 年度**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**
经销商模式	87,928.93	99.33%	39.60%	4,389.38
大宗业务模式	590.41	0.67%	20.23%	2,557.01
合计	**88,519.34**	**100.00%**	**39.47%**	**4,368.50**
项目	**2020 年度**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**
经销商模式	71,684.67	99.26%	41.66%	4,217.69
大宗业务模式	531.10	0.74%	26.73%	2,739.02
合计	**72,215.76**	**100.00%**	**41.55%**	**4,201.01**
项目	**2019 年度**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**
经销商模式	71,710.72	98.91%	40.80%	4,207.98

大宗业务模式	789.66	1.09%	22.14%	3,019.71
合计	**72,500.37**	**100.00%**	**40.59%**	**4,190.02**

报告期内，公司面向经销商和房地产开发商等大宗客户销售的产品有所区别，其中面向房地产开发商等大宗客户销售的产品主要为大批量标准化生产的衣柜产品，同时大宗客户一般以招投标方式选择供应商，为了拓展大宗业务，公司面向其销售的产品成本加成较低，毛利相对较低。

报告期内，经销商模式下销售的定制衣柜产品收入占比均超过 95%，是影响定制衣柜毛利率变动的主要原因。2019 年度至 2021 年度，经销商模式下定制衣柜产品定价时参考 40%的预期毛利率，受经销模式影响，定制衣柜整体毛利率亦保持在 40%左右；2022 年 1-6 月，受原材料价格上涨和销售淡季双重影响，毛利率有所下降。

2）室内木门

报告期内，公司室内木门产品经销商模式和大宗业务模式毛利率对比情况具体如下：

项目	**2022 年 1-6 月**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**
经销商模式	2,223.50	99.78%	2.47%	3,424.99
大宗业务模式	4.84	0.22%	18.00%	12,097.61
合计	**2,228.34**	**100.00%**	**2.50%**	**3,430.33**
项目	**2021 年度**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**
经销商模式	5,410.86	100.00%	8.10%	3,927.17
大宗业务模式	-	-	-	-
合计	**5,410.86**	**100.00%**	**8.10%**	**3,927.17**
项目	**2020 年度**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**
经销商模式	3,466.49	99.65%	11.35%	4,618.91
大宗业务模式	12.15	0.35%	13.74%	4,338.14
合计	**3,478.64**	**100.00%**	**11.36%**	**4,617.87**

项目	2019 年度			
	金额（万元）	占比	毛利率	单价（元/套）
经销商模式	3,988.40	99.12%	18.11%	4,798.94
大宗业务模式	35.32	0.88%	31.02%	7,359.30
合计	**4,023.72**	**100.00%**	**18.22%**	**4,813.64**

报告期内，公司以经销商模式销售的室内木门产品占比均在 99%以上，是影响室内木门毛利率变动的主要销售模式。报告期内，受公司室内木门定价策略的变化，经销商模式下室内木门产品毛利率下降，室内木门整体毛利率同步由 18.22%下降至 2.50%。

2019 年度，大宗业务模式下的室内木门产品毛利率为 31.02%，主要系公司为部分大宗业务客户提供的室内木门产品为高度定制化实木木门，直接材料耗用较多，产品定价相对较高。2020 年度，公司大宗业务模式销售产品与经销商模式销售的产品基本一致，毛利率接近。2022 年 1-6 月，公司向大宗业务客户销售了少量高端定制木门，产品单价和毛利率较高。

3）整体厨柜

报告期内，公司整体厨柜产品经销商模式和大宗业务模式毛利率对比情况具体如下：

项目	2022 年 1-6 月			
	金额（万元）	占比	毛利率	单价（元/套）
经销商模式	2,147.05	52.94%	29.29%	5,174.86
大宗业务模式	1,908.74	47.06%	20.67%	4,879.19
合计	**4,055.79**	**100.00%**	**25.24%**	**5,031.37**
项目	**2021 年度**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**
经销商模式	4,741.35	86.01%	30.31%	5,309.47
大宗业务模式	771.03	13.99%	25.61%	4,786.02
合计	**5,512.38**	**100.00%**	**29.65%**	**5,229.47**
项目	**2020 年度**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**

经销商模式	3,689.23	82.77%	39.49%	4,573.80
大宗业务模式	768.06	17.23%	24.81%	4,033.95
合计	**4,457.29**	**100.00%**	**36.96%**	**4,470.70**
项目	**2019 年度**			
	金额（万元）	**占比**	**毛利率**	**单价（元/套）**
经销商模式	2,793.71	91.06%	40.31%	4,533.76
大宗业务模式	274.27	8.94%	40.83%	1,971.72
合计	**3,067.97**	**100.00%**	**40.36%**	**4,061.92**

报告期内，公司以经销商模式销售的整体厨柜产品占比由 91.06%下降至 52.94%；以大宗业务模式销售的整体厨柜产品占比由 8.94%上升至 47.06%，主要系公司承接了龙湖、金科等房地产开发商开发销售的精装商品房楼盘整体厨柜产品安装工作，大宗业务收入不断拓展。

经销商模式下，整体厨柜毛利率 2020 年度与 2019 年度相比保持稳定，主要系受原材料耗用增加和疫情期间社保减免双重影响；2021 年度，随着原材料耗用继续增加、社保减免政策取消，整体厨柜产品成本大幅上升，但基于市场情况考虑，公司产品单价涨幅低于单位成本的涨幅，导致毛利率下降到 30.31%；2022 年 1-6 月，毛利率保持稳定。

大宗业务模式下，整体厨柜毛利率呈大幅下降趋势，主要系房地产开发商等大宗业务客户采购产品时一般采用招投标方式，公司面向不同客户销售的产品类别和价格有所差异，其中 2020 年度以来，公司向大宗业务客户销售的产品配套五金及功能件增加，耗用直接材料高于 2019 年度销售的产品，同时为获取大宗客户业务，投标时成本加成比例设定相对较低。

（9）海外经销商情况

报告期内，发行人产品全部在国内销售，不存在海外经销商的情况。

（二）发行人的采购情况和主要供应商情况

1、主要原材料情况

报告期内，公司采购包括原材料采购、OEM 采购、成品采购及委外加工服务采购，原材料采购主要为素板、五金等，OEM 采购主要为铝框门、部分室内木门等，成品采购主要为饰品、电器、配套家具等产品，委外加工服务主要系对素板进行贴面压纸，具体构成情况如下：

单位：万元

采购类型	2022 年 1-6 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
原材料	14,078.52	74.98%	36,441.75	77.56%	26,222.53	71.54%	25,806.75	75.83%
委外加工服务	2,046.53	10.90%	4,700.96	10.00%	3,344.20	9.12%	2,682.79	7.88%
OEM	1,751.71	9.33%	4,605.96	9.80%	5,465.83	14.91%	4,294.99	12.62%
成品	899.42	4.79%	1,239.04	2.64%	1,621.85	4.42%	1,247.01	3.66%
合计	**18,776.18**	**100.00%**	**46,987.72**	**100.00%**	**36,654.42**	**100.00%**	**34,031.53**	**100.00%**

（1）主要原材料采购情况

公司产品采购的物料较多，主要包括板材（含素板、三胺板及其他工艺板等）、五金配件、木材、封边条、包装材料等。

报告期内，公司主要原材料采购金额及占采购总金额的比例如下表：

单位：万元

原材料名称	2022 年 1-6 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
素板	4,687.42	24.96%	11,570.53	24.62%	8,448.66	23.05%	8,514.82	25.02%
五金	4,006.03	21.34%	10,148.61	21.60%	6,449.17	17.59%	5,386.82	15.83%
封边条	779.76	4.15%	1,963.81	4.18%	1,469.77	4.01%	1,209.77	3.55%
包装材料	635.87	3.39%	1,618.45	3.44%	1,067.07	2.91%	770.01	2.26%
木材	418.16	2.23%	1,520.10	3.24%	1,178.22	3.21%	1,707.88	5.02%
多层板	437.54	2.33%	1,287.22	2.74%	795.31	2.17%	903.87	2.66%
膜皮	262.92	1.40%	1,220.58	2.60%	1,056.71	2.88%	1,329.38	3.91%
型材	552.80	2.94%	1,186.68	2.53%	298.12	0.81%	378.78	1.11%

原材料名称	2022 年 1-6 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
实木三胺板	286.39	1.53%	1,167.12	2.48%	1,101.41	3.00%	1,052.42	3.09%
油漆	366.46	1.95%	1,131.83	2.41%	851.42	2.32%	1,036.61	3.05%
辅助包材	350.06	1.86%	952.02	2.03%	785.96	2.14%	1,304.20	3.83%
胶类	199.58	1.06%	523.40	1.11%	381.58	1.04%	383.11	1.13%
颗粒三胺板	268.47	1.43%	322.75	0.69%	1,018.32	2.78%	111.53	0.33%
原纸	5.04	0.03%	45.37	0.10%	251.88	0.69%	965.86	2.84%
其他	822.03	4.38%	1,783.27	3.80%	1,068.95	2.92%	751.70	2.21%
合计	**14,078.52**	**74.98%**	**36,441.75**	**77.56%**	**26,222.53**	**71.54%**	**25,806.75**	**75.83%**

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也呈现出增长态势。公司采购的原材料众多，受产品结构变化和工艺改良等因素影响，报告期内，公司各原材料的采购金额占公司整体采购金额的比重呈现一定波动。

其中，素板为公司主要原材料，占报告期内采购总额的比例均超过 20%，需经委外加工为三胺板后用于定制家居产品的生产。

五金为公司主要原材料之一，占报告期内采购总额的比例均超过 15%，其中 2021 年度占比上升至 21.60%，主要系报告期内五金价格呈现上涨趋势，公司基于对五金市场价格未来走势的判断，于 2021 年度加大五金采购规模以控制生产成本。

报告期内，封边条为公司主要原材料之一，为了提升产品品质和外观质感，公司产品中使用封边条的数量有所提升，采购金额和占比呈整体上升趋势。

报告期内，随着公司整体业务规模不断提升，公司采购的包装材料金额同步上升。

报告期内，公司采购的木材占比呈下降趋势，主要系公司产品结构中实木产品逐渐由其他板材产品替代，木材需求量下降所致。

报告期内，多层板和实木三胺板品质相对较高，在产品中的使用比例较

低，采购金额占原材料采购金额的比例呈下降趋势。

报告期内，膜皮采购金额随着使用膜皮产品的销售变动呈现波动，其中2020 年度下降，2021 年度有所回升，随着公司逐步将采购膜皮并委托委外加工厂进行压贴转变为直接由委外加工厂提供，膜皮采购金额占原材料采购金额的比例呈下降趋势。

型材主要用于提升产品功能性和美观性，2021 年度和 2022 年 1-6 月，随着公司对主要产品不断进行升级更新，型材使用量大幅上升，采购金额和占比大幅上升。

油漆主要用于公司涂漆产品，报告期内，随着终端消费者对免漆产品的偏好不断增加，涂漆产品销售占比下降，油漆采购金额占原材料采购金额比例呈下降趋势。

报告期内，胶类采购金额变动与公司产品销售规模变动保持一致，其中2019 年度和 2020 年度保持稳定，2021 年度随业务规模的上升同步增加，采购金额占原材料采购金额的比例保持稳定。

辅助包材主要用于补充产品包装的纸板、泡沫、木架等，报告期内，公司不断提升辅助包材的利用率，辅助包材占原材料采购的比例不断下降。

2020 年度，公司采购的颗粒三胺板金额大幅增加，主要系公司新研发的进口板材定制衣柜产品生产耗用所致；2021 年度，公司使用国产颗粒三胺板替代进口颗粒三胺板，采购金额大幅下降；2022 年 1-6 月，公司开发了多款使用品质较高的颗粒板制作的产品，采购金额有所上升。

报告期内，原纸采购金额和占比大幅下降，主要系公司委外加工服务模式由公司采购原纸并委托委外加工厂进行压贴转变为直接由委外加工厂提供原纸并进行压贴。

其他材料主要系包覆线材、实木附件、石材等采购量较少的材料，报告期内单品类采购金额均低于 500 万元。

（2）委外加工服务

公司委外加工的工序主要为板材的贴面压纸，该工序主要是通过热压贴面工艺将贴面纸压合于板材表面。在实际操作过程中，该工序较为简单，技术含量较低，且相关委外加工厂商较多，发行人对加工厂商的选择主要由采购部门向各供应商询价、谈判确定，加工费用采用市场化定价方式，一般为工序成本加一定的合理利润。

报告期内，发行人委外加工采购金额分别为 2,682.79 万元、3,344.20 万元、4,700.96 万元和 2,046.53 万元，占采购总额的比例分别为 7.88%、9.12%、10.00%和 10.90%，占比较低且该工序不属于发行人产品的关键工序技术，对该工序采取委外加工方式不会影响发行人的业务完整性。

报告期内，随着公司生产规模不断扩大，采购的素板数量不断增加，委外加工费同步增加。

（3）OEM

报告期内，公司涉及 OEM 代工生产的产品主要为木门、铝框门、石材等产品。当公司接收该类产品订单时，由集团 PMC 室将生产需求传达至代工厂商，由其自行购买公司指定的原材料，并依据公司的产品设计要求进行生产，最终由公司验收、入库，并进行销售。

报告期内，公司 OEM 模式下的采购金额分别为 4,294.99 万元、5,465.83 万元、4,605.96 万元和 1,751.71 万元，占总采购金额的比例分别为 12.62%、14.91%、9.80%和 9.33%。2021 年度以来，随着广东工厂新车间投入生产，部分 OEM 产品转为公司自产，OEM 采购金额和占比有所下降。

报告期内，公司 OEM 采购金额及占采购总金额的比例如下表：

单位：万元

物料名称	2022 年 1-6 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
铝框门	893.34	4.76%	2,127.09	4.53%	1,358.77	3.71%	706.01	2.07%
实木门及附件	170.34	0.91%	852.60	1.81%	1,518.71	4.14%	2,366.25	6.95%
石材	477.58	2.54%	637.41	1.36%	621.55	1.70%	124.44	0.37%

物料名称	2022 年 1-6 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
其他	210.45	1.12%	988.86	2.10%	1,966.81	5.37%	1,098.28	3.23%
合计	**1,751.71**	**9.33%**	**4,605.96**	**9.80%**	**5,465.83**	**14.91%**	**4,294.99**	**12.62%**

报告期内，铝框门作为定制衣柜、整体厨柜重要组成部分对外销售，随着定制衣柜和整体厨柜的销售规模不断扩大，铝框门采购需求增加，采购金额呈上升趋势。

实木门及附件主要系公司根据主要产品销售需求，委托 OEM 代工厂根据公司的产品设计要求进行生产的柜体木门及实木门。2020 年度以来，公司为了保障产品质量的稳定性与供货的及时性，逐步将 OEM 代工生产转为自产。因此，报告期内，实木门及附件采购金额及占比呈持续下降趋势。

报告期内，石材主要系作为整体厨柜重要组成部分对外销售，公司由于无石材加工工艺和技术，委托 OEM 代工厂根据公司的产品设计要求进行生产。报告期内，随着公司整体厨柜的销售规模不断扩大，石材采购需求增加，采购金额呈上升趋势。

（4）成品

报告期内，公司成品采购主要为饰品、配套家具、电器等产品，金额较小，占采购总额的比例均在 5%以下，具体情况如下：

单位：万元

成品名称	2022 年 1-6 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
饰品	383.95	2.04%	691.78	1.47%	514.05	1.40%	492.93	1.45%
成品家具	292.52	1.56%	243.98	0.52%	1,087.51	2.97%	695.56	2.04%
家电	126.93	0.68%	175.01	0.37%	16.87	0.05%	-	-
软装	96.02	0.51%	128.27	0.27%	3.43	0.01%	58.52	0.17%
合计	**899.42**	**4.79%**	**1,239.04**	**2.64%**	**1,621.85**	**4.42%**	**1,247.01**	**3.66%**

报告期，公司采购的地毯、摆饰等饰品、桌椅、床品等成品家具、厨房家电等成品主要系搭配定制衣柜、整体厨柜等主要产品对外销售。其中，2020 年

度，公司成品家具采购量较大，主要系公司为广州工商学院宿舍项目采购的配套宿舍床、桌椅等。

（5）主要原材料价格变动情况

报告期内，公司主要原材料价格变动情况具体如下：

单位：元/单位

原材料名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
素板（平方米）	24.14	21.40	20.65	21.70
五金（个）	0.79	0.72	0.54	0.41
封边条（米）	0.56	0.53	0.49	0.45
包装材料（个）	0.95	0.96	0.92	0.97
木材（立方米）	5,255.31	5,458.70	4,362.20	4,765.69
多层板（平方米）	64.63	74.04	83.66	85.04
膜皮（米）	28.18	25.73	26.07	22.83
型材（米）	13.35	10.88	7.12	9.10
实木三胺板（平方米）	66.05	64.39	62.34	64.32
油漆（千克）	31.43	29.91	24.52	25.53
辅助包材（张）	4.06	7.64	8.09	8.76
胶类（千克）	21.31	20.04	18.41	20.24
颗粒三胺板（平方米）	69.07	41.87	82.35	108.23
原纸（张）	4.67	6.80	6.24	6.20

注：公司原材料种类繁多，同种原材料由于规格、型号不同计量单位有所区别，上表单价以同种原材料金额占比最大的原材料单价进行对比分析。

由上表可以看出，公司主要原材料采购单价不同年度之间存在一定幅度的波动，主要系原材料规格和材质的种类繁多，价格有所差异，随着各原材料内不同种类物料采购结构的变化，采购单价也会发生波动。

其中，2019 年度至 2021 年度，素板采购单价整体保持稳定；2022 年 1-6 月，素板采购单价随市场行情有所上涨。

报告期内，为了完善产品的功能性、美观性，单价较高的五金使用数量和占比不断上升，使五金价格呈现逐年上涨趋势。

报告期内，封边条价格随市场行情有所上涨。

2021 年度，木材采购单价较 2020 年度上涨 25.14%，主要系受疫情因素影响，全球木材价格呈现大幅上涨趋势；2022 年 1-6 月，木材采购单价保持稳定。

2019 年度和 2020 年度，多层板采购主要为实木贴皮多层板，单价相对较高；2021 年度和 2022 年 1-6 月，随着室内木门自主产量不断提升，多层板素板采购量大幅增加，使多层板平均采购单价有所下降。

2020 年度开始，公司调整膜皮采购方式，将部分单价较低的膜皮由公司采购后委托委外加工厂进行压贴变为直接由委托加工厂提供，膜皮采购随之单价上升。

2019 年度，型材采购主要为滑门边框及轨道，单价相对较高；2020 年度，产品结构调整，公司主要采购背拉条等型材，单价相对较低；2021 年度和 2022 年 1-6 月，为提高产品外观及质量稳定性，公司大量采购拉直器、金属条等型材，拉高了平均采购单价。

报告期内，包装材料、实木三胺板采购单价整体保持稳定。

2019 年度和 2020 年度，油漆采购单价保持稳定；2021 年度和 2022 年 1-6 月，随着品质较高的水性油漆采购占比上升，油漆采购单价有所提升。

报告期内，公司通过调整辅助包材型号，提高小规格材料占比以提高使用效率、降低成本，辅助包材采购单价持续下降。

2020 年度，公司对采购的胶类型号进行调整，采购单价有所下降；2021 年度和 2022 年 1-6 月，随着市场价格上涨，采购单价有所上升。

2019 年度，颗粒三胺板价格较高的原因系公司主要通过进口高质量颗粒三胺板以满足新研发的定制衣柜产品生产需求所致；2020 年度至 2021 年度，由于产品结构调整，公司进口高质量颗粒三胺板逐步由国产颗粒三胺板替代，颗粒三胺板价格明显下降；2022 年 1-6 月，公司开发了多款使用品质较高的颗粒板制作的产品，颗粒三胺板价格有所上升。

2019 年度至 2021 年度，原纸价格保持稳定；2022 年 1-6 月，公司仅有部

分工程产品使用价格较低的原纸，原纸采购单价大幅下降。

（6）原材料采购价格与市场价格的对比情况

公司的产品具有高度定制化的特征，生产所需的主要原材料种类、规格、型号多种多样，除素板、封边条、木材外的原材料缺少公开市场报价，难以获取具有比较意义的市场公允价格。

1）素板

公司生产所需要的素板采购量较大，种类和计量单位相对统一，采购平均价格与市场公允价格可以进行对比分析。

报告期内，发行人采购的第一大原材料为素板，公司采购素板的平均单价与市场公允价格的对比情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
采购金额（万元）	4,687.42	11,570.53	8,448.66	8,514.82
采购数量（万平方米）	194.14	540.59	409.16	392.47
平均单价（元/平方米）	24.14	21.40	20.65	21.70
市场公允价格（元/平方米）	23.10	23.29	21.69	21.61

注：市场公允价格来源 Wind，以广东鱼珠国际木材市场刨花板（18 厘）每日成交价的平均值作为参考。刨花板（18 厘）市场价格计量单位为元/张，按照一张 2.9768 平方米的比例将市场价格计量单位换算为元/平方米。截至本招股说明书出具之日，2022 年 1-6 月的市场公允价格仅有 2022 年 1 月 1 日至 3 月 1 日的每日成交价。

报告期内，公司采购素板的平均单价与市场价格比较接近，差异较小，变动趋势基本一致。

2）封边条

公司生产所需要的封边条采购量较大，种类和计量单位相对统一，采购平均价格与市场公允价格可以进行对比分析。

报告期内，公司采购封边条的平均单价与市场公允价格的对比情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
采购金额（万元）	779.76	1,963.81	1,469.77	1,209.77
采购数量（万米）	1,399.41	3,718.99	3,027.37	2,702.40

平均单价（元/米）	0.56	0.53	0.49	0.45
市场公允价格（元/米）	0.44	0.45	0.44	0.44

注：市场公允价格来源 Wind，以广东鱼珠国际木材市场樱桃、黑胡桃、沙比利封边条每日成交价的平均值作为参考。樱桃、黑胡桃、沙比利封边条市场价格计量单位为元/平方米，公司使用的封边条宽度为 21 毫米，按照 1000/21 的比例将市场价格计量单位换算为元/米。截至本招股说明书出具之日，2022 年 1-6 月的市场公允价格仅有 2022 年 1 月 1 日至 3 月 1 日的每日成交价。

报告期内，公司采购封边条的平均单价与市场公允价格接近，但因公司采购的封边条材质有所区别，价格涨幅略高于市场价格。

3）木材

公司生产所需要的木材主要以进口赤杨木、黑胡桃等为主，受进口木材价格影响较大。报告期内，公司采购木材情况如下表所示：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
采购金额（万元）	418.16	1,520.10	1,178.22	1,707.88
采购数量（立方米）	795.69	2,784.73	2,700.97	3,583.70
平均单价（元/立方米）	5,255.31	5,458.70	4,362.20	4,765.69
其中：进口黑胡桃木平均单价（元/立方米）	16,937.76	16,601.08	14,169.63	14,008.71

进口赤杨木暂无公开渠道查询价格变动走势，报告期内，进口黑胡桃木价格变动情况如下图所示：

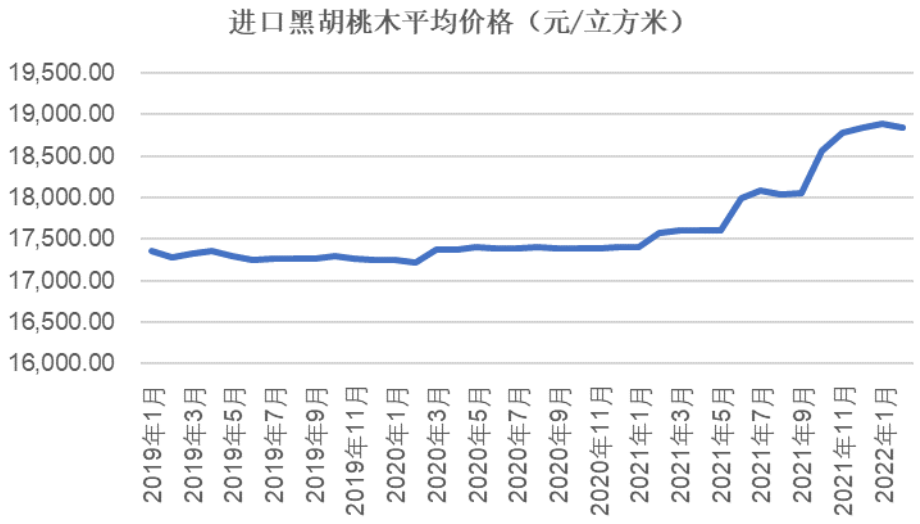


图 5-17 2019 年-2022 年 2 月进口黑胡桃木平均价格

数据来源：Wind 资讯

由上图可以看出，由于公司进口木材种类繁多，木质较为便宜的木材占比较高，平均采购单价低于进口黑胡桃木平均价格，但价格变动趋势保持一致。

2、主要能源情况

报告期内，公司生产经营所需的主要能源包括电和水，能源供应稳定、充足，能够满足生产经营需要。公司耗用电和水具体情况如下：

能源	项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		数量/金额	变动率	数量/金额	变动率	数量/金额	变动率	数量/金额
电	耗用量（万度）	807.59	-0.29%	1,923.62	35.30%	1,421.75	11.45%	1,275.68
	用电费用支出（万元）	608.84	11.94%	1,278.20	38.65%	921.86	-1.44%	935.33
	平均价格（元/度）	0.75	12.27%	0.66	2.48%	0.65	-11.57%	0.73
水	耗用量（万吨）	7.20	1.73%	14.91	15.17%	12.94	6.16%	12.19
	用水费用支出（万元）	30.70	1.49%	62.43	19.18%	52.38	-6.84%	56.23
	平均价格（元/吨）	4.26	-0.23%	4.19	3.48%	4.05	-12.25%	4.61
能源费用合计（万元）		**639.54**	**11.39%**	**1,340.62**	**37.61%**	**974.24**	**-1.75%**	**991.56**
占主营业务成本的比例		**2.08%**	**-**	**2.10%**	**-**	**1.94%**	**-**	**2.01%**

注：2022 年 1-6 月的变动率为同比 2021 年 1-6 月的变动率。

2020 年度，公司用电量、用水量分别为 1,421.75 万度和 12.94 万吨，分别同比增长 11.45%和 6.16%，主要原因系 2020 年公司为了改善实木产品的品质，减少实木产品开裂、变形等情况，新投入了木材高温热处理设备、热之源设备制作实木养生房，合计用电量上升约 113.3 万度。受新冠疫情影响，企业所在地政府为支持企业复工复产、降低企业经营负担，对开工企业实施电费、水费优惠或补贴，用水、用电平均成本下降，同时受水电平均价格较高的天津工厂关闭影响，公司用电、用水平均价格分别下降 11.57%和 12.25%，电费、水费支出金额分别同比下降 1.44%和 6.84%。

2021 年度，公司能源采购的平均价格在合理范围内波动，用电量、用水量分别同比增长 35.30%和 15.17%，主要系木门车间、柜体二车间及高定打样车间相继投产、环保设备改造后能耗提高以及广东玛格新建展厅所致。

2022 年 1-6 月，公司用水量、用电量、用水费用支出较 2021 年同期变动较小，用电费用支出同比增长 11.94%，主要系 2022 年重庆工厂、广东工厂用电调整为按时段收费，高峰电价在平段电价基础上有所上浮，平均用电单价有所增加。

3、报告期内主要供应商情况

报告期内，公司向前五大供应商采购的金额及占当期采购总额的比例如下表所示：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占比
2022 年 1-6 月	1	大亚圣象家居股份有限公司[注1]	素板、木材	2,577.09	13.73%
	2	成都大亚商贸有限公司	素板	1,285.00	6.84%
	3	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	五金	995.85	5.30%
	4	佛山市联信高新材料股份有限公司	委外加工	732.78	3.90%
	5	东莞市华立实业股份有限公司	封边条	718.92	3.83%
	合计			**6,309.65**	**33.60%**
2021 年度	1	大亚圣象家居股份有限公司	素板、木材	4,942.01	10.52%
	2	成都大亚商贸有限公司	素板	3,055.46	6.50%
	3	广西丰林木业集团股份有限公司[注2]	素板	2,609.90	5.55%
	4	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	五金	2,413.98	5.14%
	5	佛山市南海简佳铝业有限公司	铝框门	2,027.95	4.32%
	合计			**15,049.29**	**32.03%**
2020 年度	1	大亚圣象家居股份有限公司	素板、木材	4,238.15	11.56%
	2	成都大亚商贸有限公司	素板	2,650.89	7.23%
	3	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	五金	1,954.48	5.33%
	4	佛山市亚特办公家具有限公司	委外加工	1,617.16	4.41%
	5	东莞市华立实业股份有限公司[注3]	封边条	1,436.51	3.92%
	合计			**11,897.19**	**32.46%**
2019 年度	1	大亚圣象家居股份有限公司	素板、木材	5,177.70	15.21%
	2	成都大亚商贸有限公司	素板	2,525.49	7.42%
	3	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	五金	1,931.19	5.67%
	4	简阳市众意木业有限公司	木门	1,356.49	3.99%

年度	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占比
	5	东莞市华立实业股份有限公司	封边条	1,216.72	3.58%
	合计			**12,207.58**	**35.87%**

注 1：大亚圣象家居股份有限公司包括大亚木业（茂名）有限公司、大亚木业（江西）有限公司、大亚木业（江苏）有限公司、大亚木业（肇庆）有限公司、惠州市盛易木业有限公司等；

注 2：广西丰林木业集团股份有限公司包括广西百色丰林人造板有限公司、丰林亚创（惠州）人造板有限公司、广西丰林人造板有限公司等；

注 3：东莞市华立实业股份有限公司包括东莞市华立实业股份有限公司、四川华富立复合材料有限公司、东莞市华富立装饰建材有限公司等。

报告期内，公司不存在对单个供应商的采购金额占比超过当期采购总额50%的情形。截至本招股说明书签署之日，公司及公司董事、监事、高级管理人员、公司主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在上述供应商中不占有任何权益。

四、发行人的主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产

公司及其子公司拥有的固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备、办公设备等，截至 2022 年 6 月末，公司固定资产构成情况如下表所示：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净值	平均成新度
房屋及建筑物	20,354.28	5,722.29	14,631.99	71.89%
机器设备	19,709.73	6,556.81	13,152.92	66.73%
运输设备	344.91	279.25	65.66	19.04%
其他设备	2,222.08	1,081.41	1,140.67	51.33%
合计	**42,631.00**	**13,639.76**	**28,991.24**	**68.01%**

1、房屋及建筑物

（1）自有房屋

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司共拥有 10 宗房屋及建筑物，具体情况如下：

序号	所有权人	不动产权证编号	地址	面积（m²）	用途	权利限制	取得方式
1	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326740号	巴南区界石镇石桂大道66号1-1	22.96	其他用房	无	自建
2	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326723号	巴南区界石镇石桂大道66号1-2	22.96	其他用房	无	自建
3	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326637号	巴南区界石镇石桂大道66号3-1	5,357.04	工业	无	自建
4	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326682号	巴南区界石镇石桂大道66号2-1	5,607.80	办公	无	自建
5	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326672号	巴南区界石镇石桂大道66号4-1	31,754.22	工业	无	自建
6	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326686号	巴南区界石镇石桂大道66号5-1	30,456.20	工业	无	自建
7	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326693号	巴南区界石镇石桂大道66号6-1	21,149.60	工业	无	自建
8	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326685号	巴南区界石镇石桂大道66号8-1	61.94	其他	无	自建
9	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326671号	巴南区界石镇石桂大道66号8-2	148.81	其他	无	自建
10	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第001326699号	巴南区界石镇石桂大道66号9-1	8,379.09	其他	无	自建

发行人拥有重庆市巴南区界石镇石桂大道66号的土地使用权，除上表自有房屋外，公司在该土地建设了配电房、门卫室、油漆库、铁皮房及连廊等建（构）筑物合计约2,818.78平方米，该等建筑物均未取得房屋产权证明文件。

根据重庆市巴南区自然资源和规划局于2021年3月9日出具的证明文件，发行人上述未取得产权证明文件的建（构）筑物及其所占用地符合国家及地方规定，不属于重大违法违规，重庆市巴南区自然资源和规划局暂无拆除计划，公司可以按照现状继续使用上述建筑物。

根据重庆市巴南区城市管理局于2022年4月8日出具的证明文件，玛格家居上述未取得产权证明文件的建（构）筑物在其公司自有权属土地上建设，

尚未办理相关规划建设的合法手续，但不属于重大违法违规情形，其不会因上述建（构）筑物的建设使用对玛格家居作出行政处罚。

公司实际控制人唐斌已出具承诺函，如因公司（含子公司，下同）的部分自有房产未及时办理规划手续、建设手续及产权手续导致公司被主管政府部门处以行政处罚或要求承担其他法律责任，或被主管政府部门要求对该瑕疵进行整改而发生损失或支出，或因此导致公司无法继续占有使用有关房产的，其本人将承担相关处罚款项、公司进行整改而支付的相关费用以及公司遭受的其他损失。

（2）租赁房屋

1）对外出租情况

截至本招股说明书签署之日，公司对外出租房屋的情况如下：

序号	出租方	租赁场所地址	承租方	面积（m²）	用途	租赁期限	是否具备房屋产权证书	是否办理租赁备案
1	玛格家居	重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 3-1 号厂房	重庆市盛全鑫科技有限公司	4,600.3	生产制造	2021/8/1-2023/7/30	是	是
2			重庆延通汽车零部件有限公司	1,956.7		2021/8/1-2023/7/30	是	是
3		重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 4 号厂房	重庆一粟联创家居有限公司	1,150	仓储	2022/11/30-2023/11/29	是	是
4				500	展厅	2022/10/01-2023/09/30	是	是

2）公司承租情况

截至本招股说明书签署之日，公司租赁的房屋建筑物具体情况如下：

序号	承租方	租赁场所地址	出租方	面积（m²）	用途	租赁期限	是否办理房屋租赁备案	是否具备房屋产权证书
1	广东玛格	佛山市三水区大塘工业园天泰路 1 号	佛山市三水乐家居建材有限公司	72,074.86	生产经营	2017/1/1-2026/12/30	否	是
2	广东玛格	广州天河区林和西路 1 号	广州中申置业有限公司	建筑面积 1,466.30，分摊共用建	办公	2018/6/1-2024/8/31	是	是

序号	承租方	租赁场所地址	出租方	面积（m²）	用途	租赁期限	是否办理房屋租赁备案	是否具备房屋产权证书
				筑面积552.76445				
3	广东玛格	佛山三水工业园区大塘园天泰路1号	佛山市向氏昌业家具有限公司	7,930	生产经营、宿舍	2021/1/1-2026/12/31	否	是
4	广东玛格	佛山三水工业园区大塘园天泰路1号之一	佛山市向氏昌业家具有限公司	4,378	生产经营、办公、宿舍	2021/7/15-2026/12/31	否	是
5	广东玛格	佛山三水工业园区大塘园天泰路6号	马扬雄	42,664	生产经营	2020/11/1-2030/10/31	否	部分未取得房屋产权证书
6	玛格科技	广州天河区林和西路1号广州国际贸易中心第33层	侨鑫集团有限公司	1,459.84	办公	2023/01/01-2027/12/31	是	是
7	天津玛格	天津市静海经济开发区北区一号路正东科技产业园2号公寓楼	天津吉居客酒店管理有限公司	36	宿舍	2022/4/1-2023/3/31	否	-
8	玛格科技	天河区天河北路233号西塔1609B	信兴富财（广州）酒店管理有限公司	93.29	住宅	2022/1/1-2023/3/19	是	是
9	广东玛格	佛山市三水工业园大塘园天泰路1号	佛山市向氏昌业家具有限公司	1,800	生产经营	2022/5/1-2023/3/31	否	是

除公司对外出租的房屋、广东玛格和玛格科技分别租赁的位于广州天河区林和西路 1 号的房屋以及玛格科技租赁的位于天河区天河北路 233 号西塔 1609B 的房屋已经办理租赁备案手续以外，公司其他承租的房屋未办理租赁备案手续。

报告期内，公司不存在因房屋租赁合同未按照法律、行政法规规定办理登记备案手续原因受到相关部门处罚的情形。发行人实际控制人唐斌已出具书面承诺，如发行人及其下属企业因租赁备案手续不完备等问题产生任何争议、风险，或受到主管部门的行政处罚，或因此不能正常生产经营而导致发行人及其下属企业遭受经济损失，则由其承担发行人因此支出的相应费用，以弥补发行人相应的损失。

广东玛格租赁的位于佛山三水工业园区大塘园天泰路 6 号的 42,664 平方米房屋中的 1,080 平方米建筑物未取得产权证书，主要用途为展厅、配电房及门卫室等；此外，天津玛格租赁的宿舍的出租方未向天津玛格提供产权证书。

在承租物业存在用途或产权瑕疵的情形下，相关法律法规并无针对承租人处以行政处罚的规定，因此广东玛格/天津玛格承租未取得产权证明/未提供产权证明或报建资料的房产并不构成其各自作为承租人的违法违规行为，广东玛格/天津玛格不存在因此被有关主管部门予以行政处罚的风险。

公司租赁的上述瑕疵房产占公司整体使用的房屋面积较小，且主要用于展厅、配电房、门卫室及宿舍等，不涉及生产环节，对于公司生产经营的影响较小。公司实际控制人唐斌已出具书面承诺，如因发行人或其下属企业承租的未取得房屋产权证书的房产涉及的法律瑕疵而导致该等租赁房产被拆除或拆迁，或租赁合同被认定无效或者出现任何纠纷，并给发行人或其下属企业造成经济损失，其将就发行人及其下属企业实际遭受的经济损失承担赔偿责任，以确保发行人及其下属企业不因此遭受经济损失。

发行人及其下属企业承租的房产中，除上述广东玛格、天津玛格未取得房屋产权证明及报建资料的房产无法确认房屋用途外，其余租赁房产均符合相应的土地及房产的规划用途且取得了相应的产权证明。

2、主要生产设备

截至 2022 年 6 月末，公司账面原值在 100 万元及以上的主要生产设备具体情况如下：

序号	设备名称	数量（套、台）	设备原值（万元）	设备净值（万元）	成新率
1	通过式 CNC 钻孔中心	10	1,728.48	1,086.74	62.87%
2	左式直线封边机	9	1,000.27	906.53	90.63%
3	全自动数控板材开料锯	14	720.67	510.60	70.85%
4	废气处理设备	11	606.23	536.69	88.53%
5	木门柔性加工生产线	1	500.88	381.92	76.25%
6	油漆房系统	2	495.67	443.31	89.44%
7	木工柔性生产线	15	414.77	334.76	80.71%

序号	设备名称	数量（套、台）	设备原值（万元）	设备净值（万元）	成新率
8	木工中央除尘系统	5	376.77	321.17	85.24%
9	自动封边机	14	375.77	190.81	50.78%
10	全自动激光直线封边机	1	358.41	295.98	82.58%
11	柔性定制封边连线	1	336.28	333.62	99.21%
12	高速自动封边机	9	335.00	258.39	77.13%
13	六面数控钻孔中心	14	279.37	231.21	82.76%
14	温康纳-三维贴面压机	1	263.25	150.71	57.25%
15	套装门面漆生产线	1	260.60	217.27	83.37%
16	南兴直线封边机	6	259.40	120.00	46.26%
17	左右手封边连线	1	259.29	257.24	99.21%
18	中央除尘设备	7	258.95	146.68	56.64%
19	全自动计算机板材开料锯	2	256.41	116.34	45.37%
20	中央除尘系统格雷康	1	241.52	134.60	55.73%
21	窄板自动封边机	9	220.91	183.14	82.90%
22	数控点对点钻孔加工中心	5	213.89	72.58	33.94%
23	电子锯	4	200.13	79.22	39.58%
24	三维贴面压机	2	191.45	79.36	41.45%
25	柔性门框加工生产线	1	190.97	145.62	76.25%
26	自动喷漆机	4	190.47	113.73	59.71%
27	封边机	5	162.10	17.10	10.55%
28	打磨房	4	152.34	139.46	91.55%
29	暖白面漆生产线	1	140.85	117.43	83.37%
30	自动上下料加工中心	4	138.09	73.83	53.46%
31	油漆房环保设备	1	132.48	61.29	46.26%
32	多功能数控加工中心	1	129.91	70.26	54.08%
33	透明面漆生产线	1	129.53	107.99	83.37%
34	磨具	113	125.71	105.81	84.17%
35	左式直线封边机（门扇板）	1	123.89	94.47	76.25%
36	全自动直线封边机	1	116.40	64.43	55.35%
37	智能包装线	1	115.04	92.48	80.39%
38	全计算机数控 5 轴加工中心	1	112.83	102.20	90.58%
39	鼎力-加工中心	4	112.82	63.70	56.46%

序号	设备名称	数量（套、台）	设备原值（万元）	设备净值（万元）	成新率
40	高精密异形滚涂 UV 柔性生产线	1	110.62	92.23	83.37%
41	加工中心	5	102.21	82.29	80.51%
42	全自动重型直线热气流系统（AFS）封边机	1	100.00	82.58	82.58%

（二）主要无形资产

报告期各期末，公司无形资产主要包括土地使用权、专利和软件等。截至 2022 年 6 月末，无形资产账面价值为 5,364.73 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	3,894.33	536.55	3,357.79
专利权	2,557.06	557.12	1,999.94
软件	9.43	2.44	7.00
合计	**6,460.83**	**1,096.11**	**5,364.73**

1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司拥有以下土地使用权：

序号	所有权人	权属证号	地址	面积（m^2）	取得方式	性质	使用期限/终止日期	权利限制
1	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第 001326763 号	重庆市巴南区界石镇桂花村	6,955	出让	工业用地	2065/8/29	无
2	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第 001326685 号、渝（2020）巴南区不动产权第 001326686 号、渝（2020）巴南区不动产权第 001326693 号、渝（2020）巴南区不动产权第 001326699 号、渝（2020）巴南区不动产权第 001326671 号、渝（2020）巴南区不动产权第 001326672 号	重庆市巴南区界石镇石桂大道	52,853	出让	工业用地	2065/8/29	无
3	发行人	渝（2020）巴南区不动产权第 001326637 号、渝（2020）巴南区不动产权第 001326682 号、	重庆市巴南区界石镇石桂大道	15,321	出让	工业用地	2065/8/29	无

序号	所有权人	权属证号	地址	面积（m^2）	取得方式	性质	使用期限/终止日期	权利限制
		渝（2020）巴南区不动产权第 001326723 号、渝（2020）巴南区不动产权第 001326740 号						

重庆市巴南区自然资源和规划局于 2022 年 3 月 31 日出具证明：经过挂牌交易,重庆玛格家居有限公司于 2015 年 8 月 18 日与原重庆市国土资源和房屋管理局签订渝地（2015）合字（巴南）第 180 号《国有建设用地使用权出让合同》，取得位于巴南区界石组团 T 标准分区 TO2/02 号地块 75,129 平方米的国有建设用地使用权，宗地用途为二类工业用地，土地价款已完清，取得过程合法合规。该宗土地使用权目前的使用情况符合规划用途。

2、商标

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司拥有商标合计 270 项，其中境内注册商标 241 项，均无权属受限情况，具体境内注册商标情况请见本招股说明书“第十二节 附件”之“十、发行人的境内商标专用权情况”。

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司拥有 29 项境外商标，具体情况如下：

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限至	法律状态	注册区域
1	MACIO	玛格家居	2075452	第 20 类、第 35 类	2030/03/12	授权	澳大利亚
2	MACIO	玛格家居	4/2020/00502174	第 20 类、第 35 类	2030/10/30	授权	菲律宾
3		玛格家居	1537442	第 20 类、第 35 类	2030/05/19	授权	马德里（土耳其、俄罗斯、哥伦比亚、西班牙、新西兰）
4	MACIO	玛格家居	018214123	第 20 类、第 35 类	2030/03/24	授权	欧盟
5	MACIO	玛格家居	40202008661T	第 20 类、第 35 类	2030/04/27	授权	新加坡
6	MACIO	玛格家居	UK00003476969	第 20 类、第 35 类	2030/03/24	授权	英国

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限至	法律状态	注册区域
7	MACIO	玛格家居	1331149	第 20 类	2030/10/15	授权	智利
8	MACIO	玛格家居	1331147	第 35 类	2030/10/15	授权	智利
9	MACIO	玛格家居	N/167807	第 20 类	2027/08/26	授权	中国澳门
10	MACIO	玛格家居	N/167808	第 35 类	2027/08/26	授权	中国澳门
11	MACIO	玛格家居	02097308	第 20 类	2030/10/31	授权	中国台湾
12	MACIO	玛格家居	02098168	第 35 类	2030/10/31	授权	中国台湾
13	MACIO	玛格家居	40-1758047	第 20 类、第 35 类	2031/07/31	授权	韩国
14	瑪 格	玛格家居	303268297	第 19 类	2025/01/14	授权	中国香港
15	MACIO	玛格家居	303268305	第 19 类	2025/01/14	授权	中国香港
16	MACIO	玛格家居	303399445	第 20 类	2025/05/05	授权	中国香港
17	瑪 格	玛格家居	303399454	第 20 类	2025/05/05	授权	中国香港
18	MACIO	玛格家居	6349656	第 20 类	2030/3/26	授权	美国
19	MACIO	玛格家居	49381	第 20 类、第 35 类	2030/4/10	授权	老挝
20	MACIO	玛格有限	3.188.595	第 20 类	2031/08/05	授权	阿根廷
21	MACIO	玛格有限	3.257.196	第 35 类	2032/01/26	授权	阿根廷
22	MACIO	玛格有限	KH/81813/21	第 20 类、第 35 类	2030/04/14	授权	柬埔寨
23		玛格家居	1537442	第 20 类、第 35 类	2030/05/19	授权	白俄罗斯、哈萨克斯坦、瑞士、乌克兰
24	MACIO	玛格有限	416541	第 20 类、第 35 类	2030/03/12	授权	越南

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限至	法律状态	注册区域
25	MACIO	玛格有限	6563617	第 35 类	2030/03/26	授权	美国
26	MACIO	玛格有限	211126324	第 20 类	2030/04/20	授权	泰国
27	MACIO	玛格有限	211126308	第 35 类	2030/04/20	授权	泰国
28	MACIO	玛格家居	305698702	第 20 类、第 35 类	2031/7/26	授权	中国香港
29	MACIO	玛格有限	4470366	第 20 类	2030/3/11	授权	印度

3、专利

截至本招股说明书签署之日，公司拥有有效授权专利 564 项，其中发明专利 3 项、实用新型专利 334 项，外观设计专利 227 项。具体情况请见本招股说明书“第十二节 附件”之“九、发行人的专利权情况”。

4、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有 21 项软件著作权，具体情况请见本招股说明书“第十二节 附件”之“十一、发行人的作品著作权情况”。

5、作品著作权

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有 261 项作品著作权，具体情况请见本招股说明书“第十二节 附件”之“十一、发行人的作品著作权情况”。

6、域名

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有 14 项域名，具体情况如下：

序号	域名名称	注册所有人	注册日期	到期日期	取得方式	备案号
1	macio.com.cn	广东玛格	2008/3/6	2026/3/6	继受取得	粤 ICP 备 15008977 号-3
2	macio-t.com	玛格家居	2018/9/30	2023/9/30	原始取得	渝 ICP 备 2021004064 号-5
3	macio.net	广东玛格	2008/3/6	2026/3/6	继受取得	未使用未备案
4	emacio.com	玛格家居	2015/2/5	2026/2/5	原始取得	渝 ICP 备 2021004

序号	域名名称	注册所有人	注册日期	到期日期	取得方式	备案号
						064 号-4
5	macio-m.com	玛格家居	2018/9/30	2023/9/30	原始取得	渝 ICP 备 2021004 064 号-2
6	macio-u.com	玛格家居	2018/9/30	2023/9/30	原始取得	未使用未备案
7	macio.ren	玛格家居	2014/11/26	2026/11/26	原始取得	未使用未备案
8	玛格.cn	玛格家居	2009/9/3	2025/9/3	原始取得	未使用未备案
9	玛格.中国	玛格家居	2021/1/19	2026/1/19	原始取得	未使用未备案
10	maguo.net	玛格家居	2020/1/19	2026/1/19	原始取得	未使用未备案
11	maguo.pro	玛格家居	2019/12/9	2026/12/9	原始取得	未使用未备案
12	taat.cc	玛格家居	2021/1/19	2026/1/19	原始取得	未使用未备案
13	gcasa.cn	玛格家居	2021/10/11	2022/10/11	原始取得	渝 ICP 备 2021004 064 号-6
14	maciozn.com.cn	玛格家居	2022/03/04	2027/03/04	原始取得	渝 ICP 备 2021004 064 号-7

7、发行人特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司无特许经营权。

五、发行人主要产品的技术及来源

1、核心技术的相关情况

报告期内，凭借雄厚的研发设计创新实力，公司被评为“国家级绿色工厂”、“国家级工业设计中心”、“重庆市中小企业‘专精特新’企业”、“重庆市认定企业技术中心”、“重庆市知识产权优势企业”、“重庆市数字化车间”，是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范（T/CFDCC0209-2019）》的主要起草单位之一，并参与起草了团体标准《复合原木柜（T/CFDCC0208-2019）》，产品设计荣获“中国定制家居设计杰出贡献奖”、“2020 年度色彩设计前瞻产品”、“2020 中国家居品牌力量榜设计创新奖”等业内知名设计奖项。

截至本招股说明书签署之日，公司拥有有效授权专利 564 项，其中发明专

利 3 项、实用新型专利 334 项，外观设计专利 227 项。公司是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范（T/CFDCC0209-2019）》的主要起草单位之一，并参与起草了团体标准《复合原木柜（T/CFDCC0208-2019）》，对规范行业发展作出贡献。

公司通过多年的新技术、新工艺、新材料的研发积累，系统掌握了实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术、实木复合产品生产线技术、可拆装的五合一结构门板技术等一系列技术，相关核心技术均为公司自主研发，均已在公司的各生产环节中大批量运用，具体情况如下：

序号	技术名称	技术运用情况	对应主要专利情况
1	实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术	公司实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术采用实木高温热处理技术对木材进行微碳化处理，提升木材在加工过程中的稳定性，有效降低将外界温湿度变化对实木产品质地、寿命等的影响，提升产品质量稳定性。	发明专利： 一种实木家具生产制程的含水率控制方法（实质审查中，20211105181 9.7）
2	实木复合产品生产线技术	实现多品种多规格混合生产，结合了自主研发的素材底擦色工艺与修色工艺，增强了对材质组合色差的控制精度，保证产品的达到预设色彩效果。	发明专利： 一种弧形木制品的加工工艺（已收到授权通知，202110359434.0）
3	可拆装的五合一结构门板技术	将门板拆分为横框、竖框、压线、芯板、背卡条等五个独立模块，可实现模块化生产运作模式，显著提升了产品品质和生产效率。通过统一配单、配料的形式，确保门框及造型线条为同一根木材裁切而来，有效提升各部件接合强度。	实用新型专利： 一种实木柜门结构（ZL. 202023166572.7）； 一种实木门板结构（ZL202120908782.4）； 一种可自动收缩的实木门板（ZL202121207766.9）
4	油漆环保涂装工艺技术	公司油漆环保涂装工艺技术运用水性漆、UV漆等环保油漆，通过增置干燥通道和干燥塔对油漆涂装线进行改造，加快油漆干燥并保证涂装均匀，有效解决水性漆表面涨筋和硬度、封闭漆表面饱满度等问题，实现了 UV漆自动喷涂以及水性底（封固底漆）和水性面漆的环保涂装，有效降低产品加工过程中对环境、使用过程中对人体带来的不利影响。	实用新型专利： 一种封闭油漆刷涂装置（ZL202121884436.3）； 一种木制家具生产用喷漆通风装置（ZL201720345225.X）； 一种油漆房智能节能控制系统（ZL201920878474.4）
5	膜压产品自动化生产线技术	公司膜压产品自动化生产线采取多订单多品种多规格混流生产模式，依托于全连线生产，解决了传统多采用局部连线形式所导致的自动化程度不高的问题，实现了雕刻/加工、打磨、喷胶、干燥、吸塑成型等关键工序的流线生产的同时提升了生产效率，缩短了在制品时间。	实用新型专利： 一种组合式吸塑柜门结构（ZL202120028925.2）； 一种快速修边装置（ZL202120003907.9）
6	可拆装柜体柔性生产线技术	可拆装柜体柔性生产线系公司以柜体生产线为基础，通过信息化系统的二次匹配开发，	实用新型专利： 一种装配式柜体结构（ZL20212

序号	技术名称	技术运用情况	对应主要专利情况
		实现可拆装柜体的柔性生产，以充分满足客户的差异化需求。可实现较高的板材利用率，降低柜体生产周期，令柜体更加美观、极简。	2132000.5）； 一种衣柜踢脚（ZL202022967235.1）； 一种用于切角板件加工的推台锯工装（ZL202120027376.7）
7	免漆复合室内门自动化生产线技术	公司免漆复合室内门自动化生产线技术可实现门扇、门套、门套线等部件的自动化生产，实现高柔性、高产能、高精度、高效率等功能，大幅提升单扇门处理能力，产品无需安装现场二次加工。	实用新型专利： 免漆膜压木门的流水生产线（ZL201920106688.X）； 一种免漆膜压木门门板流水生产线（实质审查中，201910060774.6）
8	拆装式整体护墙核心技术	公司拆装式整体护墙核心技术可有效解决原始毛坯墙和轻钢龙骨墙面不平整的问题，实现尺寸不标准墙体的护墙系统的高效安装。可增强防潮性，确保护墙墙板具备优异的防潮性能，从而提升护墙系统使用寿命。	实用新型专利： 一种护墙结构（ZL202120514856.6）； 一种木制护墙结构（ZL202120511277.6）； 一种平板护墙无干挂安装组件（ZL202221825251.X）； 一种可校平墙面的护墙干挂结构系统（ZL202023018981.2）；
9	高端木皮裁皮、缝皮、贴皮生产技术	高端木皮通过专业人员的纹理严选及拼纹搭配，然后采用意大利进口的双刀裁切精密设备及拼皮设备，实现木皮拼接紧密。同时采用德国进口的木皮热压设备及纯手工贴皮技术工艺，现实木皮与板面基材的充分有效贴合。最终以达到纹理自然美观、产品质量稳定及工艺细节完美等效果。	实用新型专利： 一种木皮修补工具（ZL202121796906.0）
10	高定木质+铝型材+皮革部件组合拼装技术	高定产品通过使用木质、铝型材及皮革等部件的组合运用，在分别进行分类生产的同时，通过产品精度的严控、工艺细节的把控。最终通过专用的拼装工具及夹具，采用纯手工打造制作的技术方式，以实现精益求精的卓越品质。	实用新型专利： 一种全包围封边门板防潮门结构（ZL202221077516.2）； 一种门芯板封边防潮门结构（ZL202221061920.0）

2、发行人的在研项目情况

截至招股说明书签署之日，发行人正在从事的研发项目相关情况具体如下：

序号	研发项目	研发内容概述	所处阶段
1	长寿命高质量复合板材的研究与开发	通过采用天然木皮、染色木皮、科技木皮等新形态材料以及内嵌拉手、实木拼接、激光雕刻等多工艺成型，融合木皮极强的可塑性，开发高定 S/GL/G 级系列产品木皮复合系列，系列包括门板、柜体、护墙、室内门、功能件等产品。可应用多场合区域包括卧室、衣帽间、客厅、餐厅等	上市筹备阶段

序号	研发项目	研发内容概述	所处阶段
		全屋空间，应用范围广阔。	
2	嵌入铝方骨架的高稳定性环保衣柜的研发	为满足市场对铝框架类多元素结合柜体需求，丰富高定衣帽间体系，产品体系包含挂架衣帽间、柱式衣帽间，铝框玻璃门，铝框架类多元素结合柜体。主体为铝型材结构，搭配板材、玻璃多元素的应用能大大丰富产品的选择性、搭配性，自主原创开模型材外观、受力悬挂系统等多品类产品，满足日常多功能空间应用。	上市筹备阶段
3	面向智能家居的全屋物联智能控制系统	通过运用网关/温控器/回路控制器/调光控制器/电动巴士门/捷昌电机控制器/S、G 级使用场景面板（一种通电即启动运行的服务器性质设备）、磁吸灯（一套磁吸轨道灯具安装预埋件、连结件、电源供应、多种磁吸类型灯具所架构的灯具系统），形成智能家居的全屋物联智能控制系统。	上市筹备阶段
4	云桥系列（月映系列）	云桥系列以贴实木皮做油漆工艺为基点，植入东方文化元素进行原创系列开发，属于 E 级产品偏形象款，面向高端消费客群，系列产品涵盖柜体细节、柜门、护墙、屏风、室内门等全套产品，在现流行的扁平化产品基础上，用原创的研发理念为系列产品提升辨识度，走出市场差异化。	上市筹备阶段
5	高定 G 级-木皮复合系列	通过融合天然木皮、染色木皮、科技木皮等各式各样可塑性极强的木皮，开发包含内嵌拉手、实木拼接、激光雕刻等多种工艺成型的 9 款时尚门型。	小批量测试阶段
6	高定 S 级-木皮复合系列	高定 S 级木皮复合系列包括门板、柜体、护墙、室内门、功能件等产品，应用范围广阔，可应用于卧室、衣帽间、客厅、餐厅等全屋空间，满足市场需求的同时，完善体系多元化，填补木皮复合产品体系空缺。	小批量测试阶段
7	C 级形象系列	计划开发 3-4 款幻彩膜为主体花色和 2-3 款三胺纸为搭配色，扩大玛格 C 级形象系列产品的覆盖面，满足消费者对不同花色、不同材质搭配的需求，从而丰富公司的 C 级产品体系，增加市场竞争力。	小批量测试阶段

3、研发费用投入情况

报告期内，发行人研发投入情况及其占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用	1,642.60	3,890.10	3,377.04	2,095.07
营业收入	45,878.73	102,599.18	83,960.19	82,459.78
占比	3.58%	3.79%	4.02%	2.54%

4、发行人技术创新机制、储备与安排

经过多年的积累与优化升级，公司现已形成较为完善的技术创新机制，制定了多项相关制度文件，规范了研发项目立项至新品批量生产各个环节的操作

流程，整体研发创新效率较高。同时，为充分调动技术研发人员的研发创新主观能动性，公司制定了具有一定吸引力的研发创新奖励机制。未来，公司将持续保持对研发创新的高度重视与高投入，并不断加强研发团队建设，持续提升公司研发团队综合素质，以保证公司技术创新性及先进性。公司的技术创新机制、储备及安排主要如下：

（1）不断完善、健全研发组织架构体系

公司的研发创新始终坚持需求导向，以充分的前期市场调研与分析为基础，开展新产品、新工艺、新材料的研发创新工作。公司制定了《产品开发流程》《产品开发管理制度》《产品、材料量产测试标准》等制度，从规章制度层面，有力地加强规范、引导新产品、新工艺、新材料的技术创新行为，提升了技术创新效率。与此同时，公司依据自身研发创新模式，综合考虑公司战略发展方向、行业发展趋势、市场状况等因素，设立了产品研发中心，下设了产品研发部、产品设计部、工艺技术部等部门协同配合新产品、新工艺、新材料的研发创新工作，且针对不同产品品类，专设室内门项目室、厨卫项目室、配套宅品室等部门，搭建了专业化分工合作的研发组织架构体系。未来，公司将持续完善、优化健全研发组织架构体系，为公司“致力于为中高端消费群体提供专业化、一站式全屋定制解决方案”的战略落地实现提供重要技术、产品保障。

（2）实行有效的创新激励机制

为了提高公司技术研发人员的创新思维能力和研发效率，加快公司新产品的开发进程，公司制定了《产品研发中心薪酬激励制度》制度文件，并对公司核心技术骨干实施员工奖金激励、股权激励等激励措施，对技术研发人员进行长期有效激励。

（3）保持较高的研发投入

公司始终对技术研发保持高度重视，予以较高的研发投入，报告期内，公司研发费用分别为 2,095.07 万元、3,377.04 万元、3,890.10 万元和 1,642.60 万元，占营业收入的比例分别为 2.54%、4.02%、3.79%和 3.58%。公司制定

了《成本中心预算表》，明确了研发投入管理制度，促使公司各研发项目有序、高效推进，以及创新成果产业化。未来，公司将继续加大研发投入，持续增强新产品、新工艺、新材料的研发创新能力，从而巩固提升公司的市场竞争地位。

（4）持续加强研发团队建设

公司现有研发和设计人员 146 人，人员储备充足。此外，公司高度重视人才的引进与培养，设立了人才发展部负责发展和培养人才，并结合猎头招聘、网络招聘、社会招聘、校园招聘等方式持续扩大研发队伍，致力于不断提升研发人员的创新能力，为构筑公司雄厚的技术研发实力提供重要保障。

六、发行人生产经营涉及的主要环境污染情况

报告期内，发行人不属于高危险、重污染情形，发行人未发生重大安全事故或环境污染事件，报告期内发行人不存在安全生产及环境保护方面受到重大处罚的情形。

公司主要从事定制衣柜、室内木门、整体厨柜等定制家居产品的研发、设计、生产与销售，相关生产经营活动不存在高危险、重污染的情形，不属于《企业环境信用评价办法（试行）》（环发（2013）150 号）等文件规定的重污染行业。

对于消费者普遍关心的家具产品甲醛释放问题，公司根据行业标准制定木质人造板甲醛释放限量标准，根据板材的不同适用等级参照国家标准《GB/T 39600-2021 人造板及其制品甲醛释放量分级》《GB 18580-2017 室内装饰装修材料 人造板及其制品的甲醛释放量》《JIS A5908-2015》（日本标准）、《T/CNFPIA 1001-2019 人造板甲醛释放量》（中国林产工业团体标准）等标准规定企业产品甲醛释放量的限量值。

此外，在油漆产品的 TVOC（挥发性有机化合物）方面，公司产品适用的是《GB/T 35607-2017 绿色产品评价 家具》《HJ 571-2010 环境标志产品技术要求 人造板及其制品》中的相关限量要求。

在产品气味方面，公司在中国林产工业团体标准《LY／T 3236-2020 人造板及其制品气味分级及其评价方法》基础上进行制定了《MMJJ003-2021 人造板及其制品气味检测方法及评价》，每个产品均需达到气味等级≤3 级。

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国噪声环境污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关环境保护的法律、法规，并建立了较为健全的环保规章制度，主要包括《M-LD-PR-15 环境因素识别和评价管理程序》《M-LD-PR-18 污水、废气、噪声控制程序》《M-LD-PR-10 节能降耗控制程序》等，公司日常环保工作的运作按照相关制度执行，生产经营过程中主要污染物排放均依照国家相关规定处理达标后排放。

（一）报告期内环保投资和费用支出情况

报告期各期，公司及子公司在环境保护方面的投资和费用支出情况如下表所示：

单位：万元

类别	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
环保投资支出	247.45	637.10	851.66	412.34
环保费用支出	96.81	194.98	87.74	114.28
合计	**344.26**	**832.08**	**939.41**	**526.62**

1、主要环保投资

公司重视对环保相关的投入，环保投资主要用于环保设备的购置及安装，具体情况如下：

资产设备	数量（套、台）	原值（万元）	支出金额（万元）			
			2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
废气处理设备	11	606.23	33.63	143.33	347.51	100.88
中央除尘系统	6	545.30	140.00	56.01	202.94	165.85
油漆房	2	495.67	15.10	191.72	230.43	105.70
其他	44	615.42	58.72	246.04	70.78	39.92
合计	**63**	**2,262.22**	**247.45**	**637.10**	**851.66**	**412.34**

注 1：环保投资支出金额为当年环保资产设备的付款金额之和；

注 2：2022 年 1-6 月，公司新增 2 个中央除尘系统，目前处于在建状态。

公司重视对环保相关的投入。报告期内，公司环保投资支出分别为 412.34 万元、851.66 万元、637.10 万元和 247.45 万元，其中，2020 年度环保投资支出较高的原因系环保设施大多处于在建状态中，款项支付主要集中在 2020 年。环保投资项目主要包括废气处理设备、中央除尘系统和油漆房等，发行人环保设施运转正常有效。未来，公司将根据产能提升的相关情况，持续投入相关环保设施的建设。

报告期内，公司环保投资与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

2、环保费用支出

报告期内，公司的环保费用支出分别为 114.28 万元、87.74 万元、194.98 万元和 96.81 万元，环保费用支出主要包括固废处理费、污水处理费、环评咨询费和环境检测费等，具体情况如下：

单位：万元

费用类别	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
固体废物	43.24	81.61	59.10	65.55
污水处理	35.95	60.37	13.44	8.85
环境检测	-	17.61	7.20	18.75
环评咨询费	-	27.09	3.20	2.80
排污许可证	2.00	8.30	4.80	10.00
环保验收、环保预案等其他费用	15.62	-	-	8.33
合计	**96.81**	**194.98**	**87.74**	**114.28**

报告期内，公司固体废物处理费、污水处理费均呈逐年增加的趋势，与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。其中污水处理费大幅增加，主要是购买了大量的分解剂以分解污水中的水性漆废渣。

（二）公司取得的环保相关的资质

截至本招股说明书签署之日，发行人就其生产经营中的污染物排放取得的证照情况如下：

序号	资质证书名称	颁发机关	授予公司	证书编号	发证日期	有效期限
1	排污许可证	重庆市巴南区生态环境局	玛格家居	91500113077299231C001V	2022 年 12 月 15 日	2027 年 12 月 14 日
2	排污许可证	佛山市生态环境局	广东玛格	9144060756258030XA002V	2022 年 6 月 21 日	2027 年 6 月 20 日

注 1：因广东玛格位于佛山市三水区中心科技工业区大塘园 A 区 68-4 的生产建设项目年使用溶剂型涂料或胶黏剂不足 10 吨，且未纳入《2022 年佛山市重点排污单位名录》，因此，依据《固定污染源排污许可分类管理名录》的规定，广东玛格前述生产建设项目排放的污染物不属于重点管理或简化管理，亦无需领取排污许可证，仅需在全国排污许可证管理信息平台填报排污登记表。

注 2：截至本招股说明书签署之日，广东玛格已就佛山市三水区中心科技工业区大塘园 A 区 68-4 的生产建设项目办理完成排污登记手续，并取得《固定污染源排污登记回执》（登记编号：9144060756258030XA003Z），有效期限为 2022 年 9 月 28 日至 2027 年 9 月 27 日。

注 3：截至本招股说明书签署之日，天津玛格已停止生产经营，无污染物排放，无需取得相关证照。

（三）环保设施的实际运行情况、主要污染物及处理情况

报告期内，公司的环保设施实际运行情况正常有效，公司生产经营过程中产生的污染物主要为固体废物、废气、废水以及噪声，涉及污染的具体环节、主要污染物、主要污染物排放量及其处理措施如下：

污染物类别	主要污染物名称	排放量				主要产污环节
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
固废	危险废弃物-废漆渣（吨）	116.38	193.39	132.10	97.89	喷漆作业
	危险废弃物-废包装桶（吨）	9.04	26.58	27.62	12.01	喷漆作业
废气	有机废气（吨）	0.86	1.57	5.41	5.61	喷漆作业
	颗粒物（吨）	8.11	22.12	16.97	16.34	板材加工
噪声	噪声（dB）	53-57	51-56	52-55	49.8-57	日常生产、经营

除上述环节以外，报告期内公司在生产经营过程中产生的一般固体废弃物均已委托具有相关环保资质的单位集中处理；生产废水均已经过厂区内污水处理池处理后循环利用，无生产废水排放；生活废水已经厂区内三级化粪池预处理至符合标准后，直接排入市政管网。

2019 年度-2021 年度，公司废漆渣和废包装桶排放量大幅增加，主要由于

公司在生产过程中逐步将水性漆替代易挥发的油性漆，使用水性漆会产生较多的废漆渣。2021 年度，有机废气排放量下降幅度明显，主要系由于新增较多废气处理设备以及其他环保设备的升级改造，废气处理能力提升，同时使用更为环保的水性漆代替油性漆，挥发性有害废气减少。

1、固废治理

公司生产过程固体废物主要包括一般固体废弃物和危险废弃物，其中，一般固体废弃物主要有边角废料、收集的木加工粉尘、厂内员工生活垃圾及厨余垃圾等；危险废弃物主要为收集的油磨粉尘、油漆渣、油漆桶、胶水渣、废矿物油等。其中，边角料、木加工粉尘集中收集，并由具有环保资质的公司回收进行资源再生；油漆渣、油漆桶、油磨粉尘、胶水渣、废矿物油等委托具有环保部门批准危废处理资质的单位集中处理；生活垃圾、厨余垃圾委托环卫部门清运。

2、废气治理

公司生产过程中的废气污染物主要为木加工、涂装、喷胶、封边、吸塑等工艺过程产生的有机废气及其他废气污染。其中有机废气主要包括涂装有机废气、喷胶有机废气和封边有机废气等 VOCs；其他废气污染主要包括漆雾、胶雾、油磨粉尘、油烟废气等。涂装有机废气经二级 UV 光催化氧化系统进行处理后通过 N2 排气筒引至 15 米以上高空排放；喷胶有机废气经“生物吸收液+UV 光催化氧化”进行处理后通过 N3 排气筒引至 15 米以上高空排放；封边有机废气采用水性封边热熔胶，加强车间内通排风；模压门木加工粉尘经 A4 号袋式除尘器处理后通过 N1 排气筒排放，其余生产线木加工粉尘经对应袋式除尘器处理达标后排放。

3、废水处理

公司生产过程产生的废水主要分为生产废水和生活污水，其中，生产废水经过自建的污水处理池添加 AB 剂经过五级净化，处理后的生产废水再次循环使用，废渣打捞收集委托具有环保资质回收公司专门回收处理，无生产废水外排。生活污水经厂区内三级化粪池预处理，达到重庆市《水污染物排放限值》

（DB50/457-2012）和广东省《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段三级标准后排入市政管网，进入污水处理厂进行处理。

4、噪音治理

公司生产过程中的噪音为生产噪声，通过采取隔声、吸声等处理措施，最终达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）3 类标准要求。

截至本招股说明书签署之日，发行人主要处理设施、处理能力及处理措施如下：

序号	污染物类别	主要污染物名称	主要处理设备	数量（套、台）	处理能力	主要处理措施（污染物处理流程）
1	废气	有机废气	废气处理设施	11	144 吨/年	收集-活性炭吸附-催化燃烧-排放
2	废气	颗粒物	中央除尘设施	15	75.6 吨/年	收集-布袋除尘-排放
3	废水	生产废水	污水净化器	3	35 吨/天	生产污水经车间—污水处理站净化处理—车间循环利用

公司污染物的处理设施包括废气处理设施、中央除尘设施以及污水净化器，处理的主要污染物为有机废气、颗粒物以及生产废水。除此之外，公司生产经营过程中产生的一般固体废弃物、危险废弃物均已委托具有资质的单位集中处理，生活废水已经厂区内三级化粪池预处理至符合标准后，直接排入市政管网。

报告期内，公司严格按照环评批复和环境影响评价的要求配备了相应的环保设施，并委托有资质的处置单位处理相应的污染物。

发行人及其子公司生产经营中的主要污染物排放量均达标，危险废弃物和一般固体废物已委托第三方处置单位处置，污染物排放量不存在超出许可范围的情形。

（四）募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额

公司募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额详见本招股说明书“第七节 募集资金运用”之“一、募集资金运用情况”之“（八）募集资金

投资项目审批、核准或备案程序及相关程序履行情况”之“2、符合环境保护法律法规”。

（五）环保部门对于发行人环境保护的意见

报告期内，发行人未因环保事项受到重大行政处罚。

公司生产经营与募集资金投资项目均符合国家和地方环保要求，未发生环保事故或重大群体性的环保事件，不存在有关公司环保方面的媒体负面报道，亦不存在受到环保行政处罚的情形。

七、发行人境外生产经营情况

报告期内，发行人不存在在境外设立子公司或者办事处等开展生产经营活动的情况。

八、发行人生产经营的资质许可

（一）生产经营的资质许可情况

发行人及下属企业主营业务均不属于工业产品生产许可管理范围，亦不属于强制认证范围。截至本招股说明书签署之日，除取得营业执照外，发行人及其下属企业所取得的其他经营业务所需的资质证照和行政许可的具体情况如下：

序号	证书所有人	证书名称	有效期/发证日期	证书编号/备案号码	内容	发证单位
1	广东玛格	海关报关单位注册登记证书	长期有效	440696799N	进出口货物收发货人	佛山海关
2	广东玛格	出入境检验检疫报检企业备案表	2016/5/14	4406603667	自理报检企业备案	中华人民共和国广东出入境检验检疫局

注：《中华人民共和国海关报关单位备案管理规定》第八条规定，报关单位备案长期有效。

发行人及其下属企业已取得生产经营所必需的全部资质许可，且报告期内持续拥有上述资质，不存在无证或超出许可范围生产经营的情形。

（二）现有产能的规划、环评等备案或许可情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业已就现有产能项目办理建设用地规划许可、建设工程规划许可以及环评审批验收、发改委备案，具体情况如下：

1、公司现有产能的项目建设用地规划许可及建设工程规划许可情况

公司的现有产能均已取得项目建设用地规划许可及建设工程规划许可，具体情况如下：

项目主体	项目地址	建设用地规划许可	建设工程规划许可
玛格家居	重庆市巴南区界石镇	地字第 500113201500044	建字第 500113201500104、建字第 500113201500105
广东玛格	佛山市三水区中心科技工业区大塘园 A 区 68-4 号	佛规三地塘（2006）087	佛规三建塘（2007）142、佛规三建塘（2007）143、佛规三建塘（2007）144、建字第 440607201300872 号
	佛山市三水区中心科技工业区 A 区天泰路 1 号	佛规三地塘（05）160	建字第 440607201700524 号、建字第 440607200800189 号、佛规三建塘（05）261、佛规三建塘（2007）184、佛规三建塘（2007）185、佛规三建塘[2007]205 号

2、公司现有产能的环评审批验收、发改委备案

公司现有产能的发改委备案、环评批复及验收情况如下：

公司名称	项目地址	发改委备案情况	环评批复情况		环评验收情况
			批复及验收部门	环评批复文件	验收文件
玛格家居	重庆市巴南区界石镇	314113C213145800	重庆市巴南区环境保护局	渝（巴）环准【2015】34 号	渝（巴）环验【2017】073 号
广东玛格	佛山市三水区中心科技工业区大塘园 A 区 68-4 号（注）	100607211010377	佛山市三水区环境运输和城市管理局	三环复【2011】14 号	三环验【2011】125 号
			佛山市三水区环境保护局	三大环复【2015】4 号	三大环验【2015】5 号
			佛山市三水区环	三环备（大）	不适用

			境保护局	【2016】11 号	
	佛山市三水区中心科技工业区 A 区天泰路 1 号	2017-440607-21-03-003174	佛山市生态环境局	佛三（大）环复【2020】11 号	已办理完毕自主验收手续
			佛山市三水区环境保护局	三环复【2017】45 号	已办理完毕自主验收手续

九、主要产品和服务的质量控制情况

自成立以来，公司始终高度重视产品和服务的质量，将其视为公司生存和发展的基础，并严格遵守质量控制和检测标准，执行多种有效的质量控制和检测措施，质量控制效果良好。

（一）质量控制标准

为严格把控产品和服务质量，报告期内公司执行的国家、行业标准主要如下：

序号	标准号	标准名称
1	GB18584-2001	《室内装饰装修材料木家具中有害物质限量》
2	GB24977-2010	《卫浴家具》
3	GB18580-2017	《室内装饰装修材料人造板及其制品中甲醛释放限量》
4	GB/T5296.6-2004	《消费品使用说明第 6 部分：家具》
5	GB/T19367-2009	《人造板的尺寸测定》
6	GB/T11718-2009	《中密度纤维板》
7	GB/T26694-2011	《家具绿色设计评价规范》
8	GB/T17657-2013	《人造板及饰面人造板理化性能试验方法》
9	GB/T4897-2015	《刨花板》
10	GB/T3327-2016	《家具柜类主要尺寸》
11	GB/T3324-2017	《木家具通用技术条件》
12	GB/T35062-2017	《绿色产品评价涂料》
13	HJ2547-2016	《环境标志产品技术要求家具》
14	HJ/T432-2008	《环境标志产品技术要求厨柜》
15	QB/T2530-2011	《木制柜》
16	QB/T2531-2010	《厨房家具》
17	QB/T1951.1-2010	《木家具质量检验及质量评定》

序号	标准号	标准名称
18	QB/T4463-2013	《家具用封边条技术要求》
19	WB/T1047-2012	《木质门安装规范》
20	WB/T1048-2012	《木质门修理、更换和退货规范》
21	WB/T1024-2016	《木质门》
22	LY/T1697-2007	《饰面木质墙板》
23	T/CFDCC0208-2019	《复合实木柜》
24	T/CFDCC0209-2019	《实木定制家居产品安装服务规范》
25	T/SBMIA004-2018	《定制家居产品安装服务标准》

公司制定有《Q/GDMMJJ003-2021 广东玛格家居有限公司企业标准（全屋定制产品）》和《Q/MMJJ002-2021 玛格家居股份有限公司企业标准（全屋定制产品）》等企业标准，用于对公司生产的产品进行标准规范。企业标准所选取的指标和参数均参考国家和行业内通行的标准制定，部分标准甚至高于国家和行业标准。

产品质量方面，公司对于产品尺寸、外观要求、理化性能、力学性能、安全性能等均规定了明确的适用标准和试验方法，主要参考的国家及行业标准包括：《GB/T 3324-2017 木家具通用技术条件》《GBT 17657-2013 人造板及饰面人造板理化性能试验方法》《GB/T15102-2017 浸渍胶膜纸饰面纤维板和刨花板》《GB 28007-2011 儿童家具通用技术条件》《LY/T 1279-2020 聚氯乙烯薄膜饰面人造板》《QB/T 4463-2013 家具用封边条技术要求》《GB/T 39600-2021 人造板及其制品甲醛释放量分级》《GB/T 37005-2018 油漆饰面人造板》《GB/T 35607-2017 绿色产品评价 家具》等。

（二）质量控制体系和措施

公司在品质管理中心下设重庆品质管理部和广东品质管理部，专职把关公司产品质量问题，并制定了《QCC 管理制度》《质量奖惩管理制度》《内审及管理评审制度》等质量控制制度文件，产品质量控制贯穿于研发设计、采购、生产、销售全环节。

公司在新产品开发方面实施《玛格产品开发管理制度》，从样品检测、样品制作和评审要求；小批量测试与检测、评审；技术要求/标准/样品/工艺规范交

接；材料备货审批规则及上市流程规则等环节进行管控，确保上市产品符合国家标准、行业标准及企业标准要求。

在产品生产环节，公司严格按照《进料品质控制程序》《制成品质控制程序》《成品品质控制程序》等程序实施，由品质部门对材料进行质量检验合格后方可使用。公司对生产过程实施首件/尾件/制程巡回检验及成品全数检验，以月度、季度为频率实施理化性能检测，确保产品质量、环保等方面符合标准要求。

发行人已参考国家标准及行业标准制定企业产品标准，并制定了完善的内控措施保障公司产品在质量、环保、有害气体排放等方面符合相关标准；发行人各类产品均符合相关质量、环保、有害气体排放等行业标准。

（三）产品质量问题纠纷

报告期内，发行人曾存在一起涉及产品质量问题的诉讼。具体情况如下：

时间	原告	被告	诉讼事由及诉讼请求	一审法院	判决或裁定情况	执行情况
2021/05/27	杨少军	莱州市云峰家世界宏真商行、迟大山、玛格家居股份有限公司	原告宣称购买的产品问题，为假冒伪劣产品；请求判令三被告承担连带责任，按三倍货款 66,000 元赔偿原告损失	莱州市人民法院	原告撤诉	无

上述因产品质量问题引发的诉讼涉及金额较小，且原告已撤诉，不会对发行人生产经营产生重大影响，发行人不存在损害投资者合法权益的情形。

除上述情形外，报告期内公司不存在其他因产品质量诉讼纠纷的情形。

综上，公司拥有完善的质量管理体系，在实际工作中严格按照质量管理体系执行，产品质量符合行业标准和规范要求。报告期内，行业监管部门对发行人产品质量实施了检查，相关检测结果均显示为合格，公司未发生重大产品质量纠纷，也不存在因违反质量监督管理方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形。

报告期内，发行人及下属企业不存在因产品质量问题导致的行政处罚。

截至本招股说明书签署之日，不存在相关方就媒体质疑事项向发行人提起诉讼或仲裁的情况；就媒体质疑事项，发行人与相关方不存在争议或纠纷，主管部门亦未对发行人处以任何行政处罚。

第六节 财务会计信息与管理层分析

本公司聘请立信会计师依据中国注册会计师审计准则对本公司截至 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的资产负债表以及 2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计。立信会计师出具了信会师报字[2022]第 ZD10139 号标准无保留意见审计报告。

以下引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表。本节的财务会计数据及有关的分析反映了本公司最近三年一期审计的财务报表及有关附注的重要内容。

本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报表和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、最近三年一期主要财务报表

（一）合并报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
流动资产：				
货币资金	201,719,172.98	222,124,294.30	244,523,560.95	71,332,308.90
交易性金融资产	-	31,038,698.63	3,069,349.09	93,579,276.03
应收票据	13,047,529.96	3,093,909.54	2,200,410.34	4,665,124.00
应收账款	21,294,238.14	2,132,482.78	3,057,892.91	8,040,048.91
预付款项	9,232,704.32	8,564,815.18	9,168,221.47	13,063,071.64
其他应收款	13,218,671.65	13,363,656.31	9,267,262.29	10,675,784.74
存货	73,299,811.33	101,215,621.24	62,241,754.75	58,468,894.18
其他流动资产	12,080,996.50	5,080,230.83	4,826,786.99	3,034,176.16
流动资产合计	**343,893,124.88**	**386,613,708.81**	**338,355,238.79**	**262,858,684.56**
非流动资产：				
投资性房地产	8,130,903.77	8,399,489.45	8,936,660.80	9,473,832.12

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
固定资产	289,912,434.88	289,581,974.90	268,123,824.84	257,229,489.43
在建工程	20,439,212.18	3,037,551.08	10,519,392.37	8,033,317.26
使用权资产	103,820,362.67	112,786,093.83	-	-
无形资产	53,647,254.94	53,999,613.77	46,843,194.66	44,106,071.58
开发支出	1,704,601.69	943,396.20	4,524,565.91	1,922,367.82
长期待摊费用	12,082,814.14	15,417,097.81	14,039,456.25	14,102,665.57
递延所得税资产	5,431,901.15	4,231,470.56	2,674,997.96	3,654,541.92
其他非流动资产	5,771,079.89	10,746,049.25	18,162,806.27	12,787,704.69
非流动资产合计	**500,940,565.31**	**499,142,736.85**	**373,824,899.06**	**351,309,990.39**
资产总计	**844,833,690.19**	**885,756,445.66**	**712,180,137.85**	**614,168,674.95**
流动负债：				
短期借款	3,186,718.91	33,029,292.52	-	-
应付票据	77,810,730.54	7,340,840.76	-	-
应付账款	68,048,765.00	92,113,925.28	68,029,643.45	37,826,047.36
预收款项	-	-	-	103,527,536.06
合同负债	75,777,674.39	101,455,851.50	107,591,379.77	-
应付职工薪酬	18,540,783.56	31,521,024.59	26,805,103.12	24,410,167.10
应交税费	7,207,766.91	13,849,782.26	8,938,633.15	13,762,804.49
其他应付款	31,846,452.61	28,316,592.29	24,436,628.89	24,459,216.17
一年内到期的非流动负债	17,536,540.90	17,467,353.70	110,000,000.00	30,000,000.00
其他流动负债	9,824,695.15	12,545,386.68	13,986,879.24	-
流动负债合计	**309,780,127.97**	**337,640,049.58**	**359,788,267.62**	**233,985,771.18**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	110,000,000.00
租赁负债	94,984,842.30	102,783,584.45	-	-
递延收益	15,881,244.22	11,810,834.83	7,773,681.37	4,529,435.28
递延所得税负债	12,819,325.78	14,090,621.24	7,749,549.19	958,662.88
非流动负债合计	**123,685,412.30**	**128,685,040.52**	**15,523,230.56**	**115,488,098.16**
负债合计	**433,465,540.27**	**466,325,090.10**	**375,311,498.18**	**349,473,869.34**
所有者权益：				
股本	75,000,000.00	75,000,000.00	75,000,000.00	74,167,313.54
资本公积	107,178,095.63	105,420,801.69	101,498,234.90	92,780,462.60

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
盈余公积	16,611,302.50	16,611,302.50	3,486,725.74	1,581,525.56
未分配利润	212,578,751.79	222,399,251.37	156,883,679.03	96,165,503.91
归属于母公司所有者权益合计	411,368,149.92	419,431,355.56	336,868,639.67	264,694,805.61
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	**411,368,149.92**	**419,431,355.56**	**336,868,639.67**	**264,694,805.61**
负债和所有者权益总计	**844,833,690.19**	**885,756,445.66**	**712,180,137.85**	**614,168,674.95**

2、合并利润表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	**458,787,299.67**	**1,025,991,753.89**	**839,601,899.62**	**824,597,816.84**
减：营业成本	310,972,057.66	645,568,084.22	506,847,594.43	498,966,573.07
税金及附加	5,058,730.96	10,751,258.82	8,796,450.45	10,213,351.95
销售费用	61,805,881.95	129,165,078.90	107,639,446.54	101,460,361.40
管理费用	29,341,369.89	63,957,982.27	69,001,603.56	62,974,819.48
研发费用	16,426,030.91	38,900,969.37	33,770,361.53	20,950,697.16
财务费用	2,274,415.55	9,526,520.96	6,220,740.90	8,314,697.25
其中：利息费用	3,057,860.19	11,320,110.66	8,027,056.55	9,673,021.32
利息收入	1,519,597.97	2,785,298.86	2,208,150.57	1,419,123.03
加：其他收益	2,187,769.82	2,308,063.10	6,904,120.98	6,903,046.13
投资收益（损失以“-”号填列）	373,305.63	1,297,602.53	2,650,212.78	3,207,524.90
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	1,038,698.63	39,349.09	279,276.03
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,497,463.20	-2,463,436.75	728,151.86	-2,997,321.16
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,407,889.91	-1,929,912.76	-1,229,369.15	-961,758.64
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-207,883.85	-	45,693.53	-6,363,164.65
二、营业利润	**32,356,651.24**	**128,372,874.10**	**116,463,861.30**	**121,784,919.14**
加：营业外收入	10,509.29	38,710.29	819,724.64	925,163.53
减：营业外支出	17,270.19	98,218.47	119,044.24	356,516.26

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
三、利润总额	**32,349,890.34**	**128,313,365.92**	**117,164,541.70**	**122,353,566.41**
减：所得税费用	3,920,389.92	19,673,216.82	18,631,846.99	22,192,342.02
四、净利润	**28,429,500.42**	**108,640,149.10**	**98,532,694.71**	**100,161,224.39**
（一）按经营持续性分类	28,429,500.42	108,640,149.10	98,532,694.71	100,161,224.39
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	28,429,500.42	108,640,149.10	98,532,694.71	100,161,224.39
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类	28,429,500.42	108,640,149.10	98,532,694.71	100,161,224.39
归属于母公司所有者的净利润	28,429,500.42	108,640,149.10	98,532,694.71	100,161,224.39
少数股东损益	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	**-**	**-**	**-**	**-**
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	**-**	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	**-**	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	**-**	-	-	-
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	**28,429,500.42**	**108,640,149.10**	**98,532,694.71**	**100,161,224.39**
归属于母公司所有者的综合收益总额	28,429,500.42	108,640,149.10	98,532,694.71	100,161,224.39
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	0.38	1.45	1.31	1.34
（二）稀释每股收益	0.38	1.45	1.31	1.34

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 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	455,551,628.76	1,150,933,047.46	975,547,073.99	914,312,886.83
收到的其他与经营活动有关的现金	11,681,725.54	17,331,973.42	21,597,476.25	14,763,504.63
经营活动现金流入小计	467,233,354.30	1,168,265,020.88	997,144,550.24	929,076,391.46
购买商品、接受劳务支付的现金	205,267,474.09	552,113,879.62	413,146,862.00	426,095,695.69
支付给职工以及为职工支付的现金	143,826,227.92	273,965,709.36	213,013,438.26	201,223,343.69
支付的各项税费	43,912,637.42	80,047,331.22	75,615,015.11	96,492,405.95
支付的其他与经营活动有关的现金	35,844,284.71	80,282,966.26	87,665,329.27	95,456,165.03
经营活动现金流出小计	428,850,624.14	986,409,886.46	789,440,644.64	819,267,610.36
经营活动产生的现金流量净额	**38,382,730.16**	**181,855,134.42**	**207,703,905.60**	**109,808,781.10**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	90,000,000.00	339,030,000.00	277,800,000.00	522,400,000.00
取得投资收益所收到的现金	1,412,004.26	1,336,951.62	2,929,488.81	3,207,524.90
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	35,193.99	-	455,427.82	2,282,512.23
投资活动现金流入小计	91,447,198.25	340,366,951.62	281,184,916.63	527,890,037.13
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	32,176,801.76	47,146,893.84	60,648,804.22	55,747,138.96
投资所支付的现金	90,000,000.00	366,000,000.00	187,530,000.00	555,100,000.00
投资活动现金流出小计	122,176,801.76	413,146,893.84	248,178,804.22	610,847,138.96
投资活动产生的现金流量净额	**-30,729,603.51**	**-72,779,942.22**	**33,006,112.41**	**-82,957,101.83**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	18,145,341.00
取得借款收到的现金	-	32,414,427.46	-	-
筹资活动现金流入小计	-	32,414,427.46	-	18,145,341.00
偿还债务支付的现金	-	110,000,000.00	30,000,000.00	20,000,000.00

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	38,250,000.00	34,852,045.57	38,027,056.55	19,673,021.32
支付其他与筹资活动有关的现金	11,550,413.86	21,256,656.88	-	-
筹资活动现金流出小计	49,800,413.86	166,108,702.45	68,027,056.55	39,673,021.32
筹资活动产生的现金流量净额	**-49,800,413.86**	**-133,694,274.99**	**-68,027,056.55**	**-21,527,680.32**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-**	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-42,147,287.21**	**-24,619,082.79**	**172,682,961.46**	**5,323,998.95**
加：期初现金及现金等价物余额	218,672,455.47	243,291,538.26	70,608,576.80	65,284,577.85
六、期末现金及现金等价物余额	**176,525,168.26**	**218,672,455.47**	**243,291,538.26**	**70,608,576.80**

（二）母公司报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
流动资产：				
货币资金	11,934,191.74	20,671,398.74	14,714,285.31	982,159.04
交易性金融资产	-	-	3,069,349.09	20,484,255.48
应收票据	3,262,529.96	33,093,909.54	2,200,410.34	4,665,124.00
应收账款	17,960,025.75	736,845.23	1,150,323.12	955,380.97
预付款项	2,150,011.91	2,649,458.40	2,147,374.60	1,423,557.03
其他应收款	100,541,442.96	100,652,760.11	10,812,798.48	1,732,425.92
存货	22,982,633.81	39,845,465.52	29,628,211.54	33,053,342.48
其他流动资产	5,237,759.25	1,654,210.14	1,410,480.47	2,145,286.43
流动资产合计	**164,068,595.38**	**199,304,047.68**	**65,133,232.95**	**65,441,531.35**
非流动资产：				
长期股权投资	22,918,418.67	22,406,829.17	21,223,654.72	20,092,368.95
投资性房地产	8,130,903.77	8,399,489.45	8,936,660.80	9,473,832.12
固定资产	202,107,655.99	195,856,833.48	200,301,444.92	207,662,845.34
在建工程	11,881,248.28	1,679,646.01	4,504,466.95	-
无形资产	51,485,305.25	51,719,739.55	46,843,194.66	44,106,071.58

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
开发支出	761,205.49	-	4,524,565.91	1,922,367.82
长期待摊费用	772,597.77	1,298,216.34	2,135,239.64	2,970,392.38
递延所得税资产	3,423,947.23	3,375,301.59	2,742,913.82	4,315,826.49
其他非流动资产	5,671,158.00	10,728,501.33	8,895,759.85	5,898,514.93
非流动资产合计	**307,152,440.45**	**295,464,556.92**	**300,107,901.27**	**296,442,219.61**
资产总计	**471,221,035.83**	**494,768,604.60**	**365,241,134.22**	**361,883,750.96**
流动负债：				
短期借款	3,186,718.91	33,029,292.52	-	-
应付票据	19,804,434.35	5,266,616.19	-	-
应付账款	17,214,121.57	23,777,637.10	17,377,507.41	12,980,703.38
预收款项	-	-	-	485,562.78
合同负债	709,187.38	5,688,192.65	1,046,557.34	-
应付职工薪酬	8,304,677.81	13,475,656.53	12,741,298.83	11,592,162.13
应交税费	2,109,248.35	6,494,176.44	4,388,066.98	7,993,208.72
其他应付款	128,762,237.92	80,614,955.64	3,424,870.21	13,354,622.99
一年内到期的非流动负债	-	-	110,000,000.00	30,000,000.00
其他流动负债	66,999.70	95,590.88	136,052.45	-
流动负债合计	**180,157,625.99**	**168,442,117.95**	**149,114,353.22**	**76,406,260.00**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	110,000,000.00
递延收益	6,281,279.46	6,612,124.32	2,875,981.25	2,237,033.33
递延所得税负债	2,904,861.22	3,180,535.69	1,885,307.47	477,425.86
非流动负债合计	**9,186,140.68**	**9,792,660.01**	**4,761,288.72**	**112,714,459.19**
负债合计	**189,343,766.67**	**178,234,777.96**	**153,875,641.94**	**189,120,719.19**
所有者权益：				
实收资本	75,000,000.00	75,000,000.00	75,000,000.00	74,167,313.54
资本公积	107,178,095.63	105,420,801.69	101,498,234.90	92,780,462.60
盈余公积	16,611,302.50	16,611,302.50	3,486,725.74	1,581,525.56
未分配利润	83,087,871.03	119,501,722.45	31,380,531.64	4,233,730.07
所有者权益合计	**281,877,269.16**	**316,533,826.64**	**211,365,492.28**	**172,763,031.77**
负债和所有者权益总计	**471,221,035.83**	**494,768,604.60**	**365,241,134.22**	**361,883,750.96**

2、母公司利润表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	**174,973,766.28**	**389,483,199.36**	**345,297,405.01**	**354,106,325.78**
减：营业成本	122,744,875.89	250,762,981.36	215,654,504.11	221,766,256.61
税金及附加	2,524,708.91	6,109,307.65	4,998,119.89	5,771,093.59
销售费用	20,309,899.78	38,363,409.44	32,892,251.26	31,160,120.95
管理费用	18,308,565.65	34,759,011.57	36,501,075.69	29,638,554.84
研发费用	5,929,422.59	14,763,304.37	15,664,190.97	11,224,188.17
财务费用	2,735,429.68	8,900,559.03	7,197,671.87	8,813,807.55
其中：利息费用	2,561,018.89	8,971,234.76	8,006,449.45	9,662,326.83
利息收入	413,994.07	1,031,593.31	1,124,524.40	875,467.40
加：其他收益	819,755.88	953,949.62	5,815,588.27	6,165,285.00
投资收益（损失以“-”号填列）	287,004.26	101,297,602.53	34,279,957.14	-7,482,089.93
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	39,349.09	184,255.48
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-987,020.86	159,064.87	206,808.56	-8,003,595.74
资产减值损失（损失以“-”号填列）	62,456.58	-857,052.19	-668,429.66	-5,147,068.21
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-225,969.63	-	-	-764,298.70
二、营业利润	**2,377,090.01**	**137,378,190.77**	**72,062,864.62**	**30,684,791.97**
加：营业外收入	2,915.02	37,173.22	829,591.09	139,455.69
减：营业外支出	0.03	52,326.65	110,246.04	92,341.60
三、利润总额	**2,380,005.00**	**137,363,037.34**	**72,782,209.67**	**30,731,906.06**
减：所得税费用	543,856.42	6,117,269.77	7,820,888.51	8,118,579.20
四、净利润	**1,836,148.58**	**131,245,767.57**	**64,961,321.16**	**22,613,326.86**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	1,836,148.58	131,245,767.57	64,961,321.16	22,613,326.86
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
五、其他综合收益的税后净额	**-**	**-**	**-**	**-**
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	**1,836,148.58**	**131,245,767.57**	**64,961,321.16**	**22,613,326.86**

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 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	169,758,090.26	413,198,924.51	383,132,422.16	395,060,430.11
收到的其他与经营活动有关的现金	46,564,670.43	90,789,657.66	9,978,877.28	7,202,506.84
经营活动现金流入小计	216,322,760.69	503,988,582.17	393,111,299.44	402,262,936.95
购买商品、接受劳务支付的现金	80,430,199.12	195,464,915.00	162,751,214.74	173,141,454.41
支付给职工以及为职工支付的现金	62,123,819.02	127,537,101.62	104,997,879.56	107,784,901.83
支付的各项税费	15,328,662.68	34,356,727.74	36,055,542.98	50,476,576.28
支付的其他与经营活动有关的现金	10,522,495.44	26,045,283.84	25,928,601.14	32,421,391.16
经营活动现金流出小计	168,405,176.26	383,404,028.20	329,733,238.42	363,824,323.68
经营活动产生的现金流量净额	**47,917,584.43**	**120,584,553.97**	**63,378,061.02**	**38,438,613.27**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	90,000,000.00	339,030,000.00	45,300,000.00	221,624,411.72
取得投资收益所收到的现金	287,004.26	10,336,951.62	25,464,212.62	993,498.35
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	20,874.34	1,730,677.90	348,240.00	480,447.07
投资活动现金流入小计	90,307,878.60	351,097,629.52	71,112,452.62	223,098,357.14
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	21,338,260.31	15,163,112.68	25,221,937.92	22,339,164.14
投资所支付的现金	90,000,000.00	336,000,000.00	28,030,000.00	226,872,757.69

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资活动现金流出小计	111,338,260.31	351,163,112.68	53,251,937.92	249,211,921.83
投资活动产生的现金流量净额	**-21,030,381.71**	**-65,483.16**	**17,860,514.70**	**-26,113,564.69**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	16,918,098.69
取得借款收到的现金	-	32,414,427.46	-	-
筹资活动现金流入小计	-	32,414,427.46	-	16,918,098.69
偿还债务支付的现金	-	110,000,000.00	30,000,000.00	20,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	40,653,592.50	38,356,369.70	38,006,449.45	19,662,326.83
筹资活动现金流出小计	40,653,592.50	148,356,369.70	68,006,449.45	39,662,326.83
筹资活动产生的现金流量净额	**-40,653,592.50**	**-115,941,942.24**	**-68,006,449.45**	**-22,744,228.14**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-**	**-**	**-**	**-**
五、现金及现金等价物净增加额	**-13,766,389.78**	**4,577,128.57**	**13,232,126.27**	**-10,419,179.56**
加：期初现金及现金等价物余额	18,591,413.88	14,014,285.31	782,159.04	11,201,338.60
六、期末现金及现金等价物余额	**4,825,024.10**	**18,591,413.88**	**14,014,285.31**	**782,159.04**

二、审计意见和关键审计事项

（一）审计意见

公司委托立信会计师审计了本公司的合并和母公司财务报表，包括 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日合并及母公司的资产负债表，2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的合并及母公司利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注，出具了标准无保留意见的审计报告。

立信会计师认为：公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允地反映了该公司 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的财务状况，2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项是立信会计师根据职业判断，认为分别对 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，立信会计师不对这些事项单独发表意见。

立信会计师在审计中识别出的关键审计事项汇总如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
销售收入确认	
收入会计政策及情况请参阅审计报告财务报表附注“三、重要会计政策及会计估计”（二十三）及“五、合并财务报表项目注释”（三十六）。 玛格家居 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月营业收入分别为 82,460 万元、83,960 万元、102,599 万元及 45,879 万元。 由于收入是玛格家居关键业绩指标之一，存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险，立信会计师将收入确认识别为关键审计事项。	立信会计师实施的主要审计程序包括： 1、了解并评价管理层与收入确认相关关键内部控制设计和运行有效性； 2、识别客户取得相关商品控制权的相关合同条款与条件，评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求； 3、分产品、地区、模式对收入进行分析性复核，分析销售收入和毛利率变动的合理性； 4、检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售订单、出库单、验收单等，评价收入确认是否符合收入确认会计政策； 5、选取样本执行函证程序以确认当期销售收入及期末应收余额等信息，对未回函的询证函执行检查出库单、期后回款及其他支持性文件等的替代测试； 6、对收入执行截止测试，评价收入是否记录于恰当会计期间。

（三）重大事项或重要性水平判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，本公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响本公司的财务状况、经营成果等因素；在判断项目金额大小的重要性时，本公司主要考虑该项目金额占税前经营利润的比重超过 5%作为重要性水平的判断标准。

三、财务报告编制基础、财务报表的合并范围及其变化

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具

体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的相关规定编制。

（二）合并财务报表范围及变化情况

截至报告期末，纳入本公司合并报表范围的子公司情况如下：

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
广东玛格家居有限公司	是	是	是	是
天津玛格家居有限公司	是	是	是	是
广东玛格家居科技有限公司	是	是	是	是
重庆玛格装饰建材有限公司	否	否	否	是

四、重要会计政策及会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司编制的财务报表符合财政部颁布的企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）会计期间

自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止为一个会计年度。

（三）营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

（四）记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：合并方在企业合并中取得的资产和负债（包括最终

控制方收购被合并方而形成的商誉），按照合并日被合并方资产、负债在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：合并成本为购买方在购买日为取得被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。在合并中取得的被购买方符合确认条件的各项可辨认资产、负债及或有负债在购买日按公允价值计量。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（六）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括本公司及全部子公司。

2、合并程序

本公司将整个企业集团视为一个会计主体，按照统一的会计政策编制合并财务报表，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。本公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响予以抵销。内部交易表明相关资产发生减值损失的，全额确认该部分损失。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。

（七）现金及现金等价物的确定标准

现金，是指本公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价

物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（八）金融工具

本公司在成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产、金融负债或权益工具。

1、金融工具的分类

根据本公司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，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司将同时符合下列条件且未被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，分类为以摊余成本计量的金融资产：

－业务模式是以收取合同现金流量为目标；

－合同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。

本公司将同时符合下列条件且未被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，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（债务工具）：

－业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；

－合同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。

对于非交易性权益工具投资，本公司可以在初始确认时将其不可撤销地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（权益工具）。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除上述以摊余成本计量和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，本公司将其余所有的金融资产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。在初始确认时，如果能够消除或显著减少会计错配，本公司可以将本应分类为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资产。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以摊余成本计量的金融资产：

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

（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（债务工具）：

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

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。

（3）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）：

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

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。

（4）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

（5）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

（6）以摊余成本计量的金融负债：

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

3、金融资产终止确认和金融资产转移

满足下列条件之一时，本公司终止确认金融资产：

－收取金融资产现金流量的合同权利终止；

－金融资产已转移，且已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；

－金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是未保留对金融资产的控制。

发生金融资产转移时，如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

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。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（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（债务工具）的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（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（债务工具）的情形）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。

4、金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将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新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，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，并优先使用相关可观察输入值。只有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，才使用不可观察输入值。

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

（1）金融资产减值的测试方法及会计处理方法

本公司以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和财务担保合同等的预期信用损失进行估计。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，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；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司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。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

本公司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，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》（2017）规范的交易形成的应收款项和合同资产，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于租赁应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

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。

（2）按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的具体方法

1）单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准：应收账款余额超过 100 万元的；其他应收款余额超过 100 万元的。坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，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坏账准备。

2）按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

①应收票据确定组合的依据及计提方法：

组合名称	依据	计提方法
银行承兑汇票	票据类型	不计提坏账准备
商业承兑汇票	票据类型	账龄分析法

②应收账款确定组合的依据及计提方法：

组合名称	依据	计提方法
风险组合	以账龄作为信用风险特征	账龄分析法
无风险组合	合并范围内关联方往来	不计提坏账准备

③其他应收款确定组合的依据及计提方法：

组合名称	依据	计提方法
风险组合	以账龄作为信用风险特征	账龄分析法
保证金组合	以预期信用损失作为风险特征	余额的 5%计提坏账准备
无风险组合	合并范围内关联方往来	不计提坏账准备

④组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	应收票据计提比例（%）	其他应收款项计提比例（%）
1 年以内	5	5	5
1 至 2 年	20	20	20
2 至 3 年	50	50	50
3 年以上	100	100	100

3）单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

单独计提坏账准备的理由：单项金额虽不重大但按账龄分析法不能反映其风险特征。坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，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坏账准备。

（九）存货

1、存货的分类和成本

存货分类为：原材料及委托加工物资、在产品、库存商品、发出商品等。

存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

2、发出存货的计价方法

原材料及委托加工物资发出时按加权平均法计价，在产品、库存商品、发出商品按照订单归集认定发出成本。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

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；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；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。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，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。

（十）合同资产

1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

（1）合同资产的确认方法及标准

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对价的权利（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。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

（2）合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见“（七）金融工具”之“6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法”。

（十一）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对被投资单位的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

对于同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付对价账面价值之间的差额，调整资本公积中的股本溢价；资本公积中的股本溢价不足冲减时，调整留存收益。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，按上述原则确认的长期股权投资的初始投资成本与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

对于非同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和作为初始投资成本。

（2）通过企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资：

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件。对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

部分处置权益法核算的长期股权投资，剩余股权仍采用权益法核算的，原权益法核算确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按相应比例结转，其他所有者权益变动按比例结转入当期损益。

因处置股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，其他所有者权益变动在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按比例结转，因采用权益法核算确认的其他所有者权益变动按比例结转入当期损益；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，确认为金融资产，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益和其他所有者权益变动全部结转。

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权，属于一揽子交易的，各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理；在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，在个别财务报表中，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转人丧失控制权的当期损益。不属于一揽子交易的，对每一项交易分别进行会计处理。

（十二）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建

筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

与投资性房地产有关的后续支出，在相关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠地计量时，计入投资性房地产成本；否则，于发生时计入当期损益。

本公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产——出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

（十三）固定资产

1、固定资产的确认和初始计量

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。

固定资产按成本（并考虑预计弃置费用因素的影响）进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。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。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20	5	4.75
机器设备	5 至 10	5	9.50-19.00
运输设备	4	5	23.75
其他设备	3 至 5	5	19.00-31.67

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。

（十四）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态前所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

（十五）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的

资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均实际利率计算确定。

（十六）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资

产达到预定用途所发生的其他支出。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

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摊销；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。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	按 50 年或剩余使用年限	出让合同约定
软件	3 至 10 年	预计可使用年限
专利权	10 年	预计可使用年限

3、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

研究阶段的支出，于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，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

（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。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

（十七）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命有限的无形资产、油气资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的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的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果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确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

对于因企业合并形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或者资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较

其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十八）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

各项费用的摊销年限为：

项目	摊销年限
展厅及办公室装修费	3 至 5 年
车间改造费	3 至 5 年
服务器租赁费	服务期限
广告费	服务期限
汽车租赁费	服务期限
云设计软件服务	服务期限

每期末，对长期待摊费用剩余受益期进行复核，如果长期待摊费用项目已不能使以后会计期间受益的，则将尚未摊销的该项目摊余价值全部计入当期损益。

（十九）合同负债

1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

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。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

（二十）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本，其中，非货币性福利按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。此外，本公司还参与了由国家相关部门批准的企业年金计划/补充养老保险基金。本公司按职工工资总额的一定比例向年金计划/当地社会保险机构缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（二十一）预计负债

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司将其确认为预计负债：

1、该义务是本公司承担的现时义务；

2、履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；

3、该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

本公司在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（二十二）股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。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。

1、以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。对于授予后立即可行权的股份支付交易，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。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据对可行权权益工具数量的最佳估计，按照授予日公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，则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。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

2、以现金结算的股份支付及权益工具

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股份支付交易，本公司在授予日按照承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在

等待期内的每个资产负债表日，本公司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，将当期取得的服务计入相关成本或费用，并相应计入负债。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。

（二十三）收入

1、收入确认和计量所采用的会计政策

（1）自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

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确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

1）客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

2）客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

3）本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

1）本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

2）本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

3）本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

4）本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

5）客户已接受该商品或服务等。

（2）2020 年 1 月 1 日前的会计政策

1）本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

2）本公司既没有保留通常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；

3）收入的金额能够可靠地计量；

4）相关的经济利益很可能流入本公司；

5）相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、销售商品收入确认的具体原则

经销商模式：指公司通过经销商开设的专卖店进行的销售。经销商的专卖店在向客户收取一定比例的定金后，将经客户确认的销售订单发送至公司，公司按照订单安排生产。一般情况下，公司在收到经销商支付全部货款后发货，并由经销商负责安装。公司在产品发出给经销商，并且已经收款或取得索取货款依据时确认收入。

大宗业务模式：指公司为学校、房地产开发商等生产、销售配套整体家居产品的业务。公司依据客户信用和资金实力等情况，与客户签订合同，按照计划安排生产、发货、安装和收取货款。公司在产品安装完成，并且取得索取货款依据时确认收入。

（二十四）合同成本

1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

合同成本包括合同履约成本与合同取得成本。

本公司为履行合同而发生的成本，不属于存货、固定资产或无形资产等相关准则规范范围的，在满足下列条件时作为合同履约成本确认为一项资产：

（1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。

（2）该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源。

（3）该成本预期能够收回。

本公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销；但是对于合同取得成本摊销期限未超过一年的，本公司在发生时将其计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

（1）因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

（2）为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，本公司转回原已计提的减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（二十五）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或非货币性资产，分为与资产相关的政府补助和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、确认时点

政府补助在本公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司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。

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

（二十六）递延所得税资产和递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除因企业合并和直接计入所有者权益（包括其他综合收益）的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税计入当期损益。

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。

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：

（1）商誉的初始确认；

（2）既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额（或可抵扣亏损）的交易或事项。

对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非本公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可

能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

资产负债表日，对于递延所得税资产和递延所得税负债，根据税法规定，按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

资产负债表日，递延所得税资产及递延所得税负债在同时满足以下条件时以抵销后的净额列示：

（1）纳税主体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）递延所得税资产及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是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及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债。

（二十七）租赁

1、自 2021 年 1 月 1 日起的会计政策

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

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。

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。合同中同时包含租赁和非租赁部分的，承租人和出租人

将租赁和非租赁部分进行分拆。

（1）本公司作为承租人

1）使用权资产

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认使用权资产。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，但不包括属于为生产存货而发生的成本。

本公司后续采用直线法对使用权资产计提折旧。对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；否则，租赁资产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。

本公司按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“（十六）长期资产减值”所述原则来确定使用权资产是否已发生减值，并对已识别的减值损失进行会计处理。

2）租赁负债

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认租赁负债。租赁负债按照尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。租赁付款额包括：

①固定付款额（包括实质固定付款额），存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；

②取决于指数或比率的可变租赁付款额；

③根据公司提供的担保余值预计应支付的款项；

④购买选择权的行权价格，前提是公司合理确定将行使该选择权；

⑤行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出公司将行使终止租赁选择权。

本公司采用租赁内含利率作为折现率，但如果无法合理确定租赁内含利率的，则采用本公司的增量借款利率作为折现率。

本公司按照固定的周期性利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在实际发生时计入当期损益或相关资产成本。

在租赁期开始日后，发生下列情形的，本公司重新计量租赁负债，并调整相应的使用权资产，若使用权资产的账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将差额计入当期损益：

－当购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果发生变化，或前述选择权的实际行权情况与原评估结果不一致的，本公司按变动后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债；

－当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变动或用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动，本公司按照变动后的租赁付款额和原折现率计算的现值重新计量租赁负债。但是，租赁付款额的变动源自浮动利率变动的，使用修订后的折现率计算现值。

3）短期租赁和低价值资产租赁

本公司选择对短期租赁和低价值资产租赁不确认使用权资产和租赁负债，并将相关的租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。短期租赁，是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月且不包含购买选择权的租赁。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。公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不属于低价值资产租赁。

4）租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：

①该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；

②增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，公司重新分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，本公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，本公司相应调整使用权资产的账面价值。

（2）本公司作为出租人

在租赁开始日，本公司将租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁，是指无论所有权最终是否转移，但实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁。经营租赁，是指除融资租赁以外的其他租赁。本公司作为转租出租人时，基于原租赁产生的使用权资产对转租赁进行分类。

1）经营租赁会计处理

经营租赁的租赁收款额在租赁期内各个期间按照直线法确认为租金收入。本公司将发生的与经营租赁有关的初始直接费用予以资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础分摊计入当期损益。未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。经营租赁发生变更的，公司自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理，与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额视为新租赁的收款额。

2）融资租赁会计处理

在租赁开始日，本公司对融资租赁确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。本公司对应收融资租赁款进行初始计量时，将租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值。租赁投资净额为未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和。

本公司按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。应收融资租赁款的终止确认和减值按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“（七）金融工具”进行会计处理。

未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

融资租赁发生变更且同时符合下列条件的，本公司将该变更作为一项单独租赁进行会计处理：

①该变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；

②增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

融资租赁的变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，本公司分别下列情形对变更后的租赁进行处理：

①假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为经营租赁的，本公司自租赁变更生效日开始将其作为一项新租赁进行会计处理，并以租赁变更生效日前的租赁投资净额作为租赁资产的账面价值；

②假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为融资租赁的，本公司按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“（七）金融工具”关于修改或重新议定合同的政策进行会计处理。

（3）售后租回交易

公司按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“（二十二）收入”所述原则评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

1）作为承租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司作为承租人按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分，计量售后租回所形成的使用权资产，并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失；售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司作为承租人继续确认被转让资产，同时确认一项与转让收入等额的金融负债。金融负债的会计处理详见本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“（七）金融工具”。

2）作为出租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司作为出租人对资产购买进行会计处理，并根据前述“2、本公司作为出租人”的政策对资产出租进行会计处理；售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司作为出租人不确认被转让资产，但确认一项与转让收入等额的金融资产。金融资产的会计处理详见本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“（七）金融工具”。

2、2021 年 1 月 1 日前的会计政策

租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁是指实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。经营租赁是指除融资租赁以外的其他租赁。

（1）经营租赁会计处理

1）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。

2）公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。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；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

（2）融资租赁会计处理

1）融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。公司发生的初始直接费用，计入租入资产价值。

2）融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入。公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

（二十八）重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

（1）执行《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称新收入准则）：

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，2019 年度的财务报表不做调整。

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下（增加/减少）：

单位：元

受影响的资产负债表项目	对 2020 年 12 月 31 日余额的影响金额	
	合并	母公司
预收款项	-121,578,259.01	-1,182,609.79
合同负债	107,591,379.77	1,046,557.34
其他流动负债	13,986,879.24	136,052.45
受影响的利润表项目	对 2020 年度发生额的影响金额	
	合并	母公司
营业成本	2,728,253.61	72,705.78
销售费用	-2,728,253.61	-72,705.78

（2）执行《企业会计准则第 21 号——租赁》（2018 年修订）

财政部于 2018 年度修订了《企业会计准则第 21 号——租赁》（以下简称“新租赁准则”）。本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则。根据修订后的准则，对于首次执行日前已存在的合同，公司选择在首次执行日不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。

1）本公司作为承租人

本公司选择根据首次执行新租赁准则的累积影响数，调整首次执行新租赁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。

对于首次执行日前已存在的经营租赁，本公司在首次执行日根据剩余租赁付款额按首次执行日本公司的增量借款利率折现的现值计量租赁负债，使用权资产采用与租赁负债相等的金额，并根据预付租金进行必要调整。

对于首次执行日前的经营租赁，本公司在应用上述方法的同时根据每项租赁选择采用下列一项或多项简化处理：

－将于首次执行日后 12 个月内完成的租赁作为短期租赁处理；

－计量租赁负债时，具有相似特征的租赁采用同一折现率；

－使用权资产的计量不包含初始直接费用；

－存在续租选择权或终止租赁选择权的，根据首次执行日前选择权的实际

行使及其他最新情况确定租赁期；

－作为使用权资产减值测试的替代，按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“（二十）预计负债”评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同，并根据首次执行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产；

－首次执行日之前发生的租赁变更，不进行追溯调整，根据租赁变更的最终安排，按照新租赁准则进行会计处理。

在计量租赁负债时，本公司使用 2021 年 1 月 1 日的承租人增量借款利率来对租赁付款额进行折现。

2）本公司作为出租人

对于首次执行日前划分为经营租赁且在首次执行日后仍存续的转租赁，本公司在首次执行日基于原租赁和转租赁的剩余合同期限和条款进行重新评估，并按照新租赁准则的规定进行分类。重分类为融资租赁的，本公司将其作为一项新的融资租赁进行会计处理。

除转租赁外，本公司无需对其作为出租人的租赁按照新租赁准则进行调整。本公司自首次执行日起按照新租赁准则进行会计处理。

3）本公司执行新租赁准则对财务报表的主要影响如下：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	对 2021 年 1 月 1 日余额的影响金额	
		合并	母公司
公司作为承租人对于首次执行日前已存在的经营租赁的调整	使用权资产	123,902,273.57	-
	长期待摊费用	-318,217.81	-
	租赁负债	112,664,331.54	-
	一年到期的非流动负债	14,703,709.04	-
	应付账款	-3,783,984.82	-

2、首次执行新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

（1）2020 年 1 月 1 日首次执行新收入准则调整 2020 年年初财务报表相关项目情况

1）合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	103,527,536.06	-	-103,527,536.06	-	-103,527,536.06
合同负债	-	91,617,288.55	91,617,288.55	-	91,617,288.55
其他流动负债	-	11,910,247.51	11,910,247.51	-	11,910,247.51

2）母公司资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	485,562.78	-	-485,562.78	-	-485,562.78
合同负债	-	429,701.58	429,701.58	-	429,701.58
其他流动负债	-	55,861.20	55,861.20	-	55,861.20

（2）2021 年 1 月 1 日首次执行新租赁准则调整 2021 年年初财务报表相关项目情况

1）合并资产负债表

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日余额	2021 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
使用权资产	-	123,902,273.57	-	123,902,273.57	123,902,273.57
长期待摊费用	318,217.81	-	-	-318,217.81	-318,217.81
租赁负债	-	112,664,331.54	-	112,664,331.54	112,664,331.54
一年到期的非流动负债	-	14,703,709.04	-	14,703,709.04	14,703,709.04

项目	2020 年 12 月 31 日余额	2021 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
应付账款	3,783,984.82	-	-	-3,783,984.82	-3,783,984.82

3、其他重要会计政策和会计估计变更情况

（1）执行《企业会计准则解释第 13 号》

财政部于 2019 年 12 月 10 日发布了《企业会计准则解释第 13 号》（财会〔2019〕21 号，以下简称“解释第 13 号”），自 2020 年 1 月 1 日起施行，不要求追溯调整。

1）关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

2）业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号，2019 年度的财务报表不做调整，执行解释第 13 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

五、非经常损益明细

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司报告期的非经常性损益情况进行了鉴证，并出具了“信会师报字[2022]第 ZD10144 号”《非经常性损益鉴证报告》。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》的有关规定，公司报告期内非经常性损益及扣除非经常性损益后的净利润如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益	-20.79	-	4.57	-651.11
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	195.72	194.97	639.01	687.04
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	16.15	37.42
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	37.33	233.63	268.96	348.68
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-0.68	-5.95	70.07	71.66
小计	**211.59**	**422.65**	**998.76**	**493.68**
减：所得税影响额	28.44	74.51	170.89	170.36
非经常性损益净额	183.15	348.14	827.87	323.33
减：少数股东权益影响额	-	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益	**183.15**	**348.14**	**827.87**	**323.33**
归属于母公司所有者的净利润	2,842.95	10,864.01	9,853.27	10,016.12
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	**2,659.80**	**10,515.88**	**9,025.40**	**9,692.80**

六、发行人适用的各种税费及税率

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	销售产品收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%	13%	13%	13%、16%
增值税	其他收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	5%、6%、9%、13%	5%、6%、9%、13%	5%、6%、9%、13%	5%、6%、9%、10%、13%、16%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	15%、25%	15%、25%	15%、25%	15%、25%

根据《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总

署公告 2019 年第 39 号）规定，自 2019 年 4 月 1 日起，公司发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的调整为 13%。

发行人及子公司各主体、各业务、各报告期适用的增值税、所得税等税种、税率情况如下：

1、玛格家居

报告期内，玛格家居所适用的增值税、所得税等税种、税率情况如下：

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	销售产品收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%	13%	13%	13%、16%
	其他收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	5%、6%、9%、13%	5%、6%、9%、13%	5%、6%、9%、13%	5%、6%、9%、10%、13%、16%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税税额计缴	7%	7%	7%	7%
教育费附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	2%	2%	2%	2%
房产税	从价计征：按房产原值一次减除 30%后的余值计缴	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%
	从租计征：按租金收入计缴	12%	12%	12%	12%
城镇土地使用税	以实际占用的土地面积为计税依据，依照规定税额计算征收	10 元/m^2	10 元/m^2	10 元/m^2	10 元/m^2
企业所得税	按纳税年度的收入总额，减除不征税收入、免税收入、各项扣除以及允许弥补的以前年度亏损后的余额，即应纳税所得额计缴	15%	15%	15%	25%

2、广东玛格

报告期内，广东玛格所适用的增值税、所得税等税种、税率情况如下：

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	销售产品收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%	13%	13%	13%、16%
	其他收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、13%	6%、9%、10%、13%、16%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税税额计缴	7%	7%	7%	7%
教育费附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	2%	2%	2%	2%
企业所得税	按纳税年度的收入总额，减除不征税收入、免税收入、各项扣除以及允许弥补的以前年度亏损后的余额，即应纳税所得额计缴	15%	15%	15%	15%

3、天津玛格

报告期内，天津玛格所适用的增值税、所得税等税种、税率情况如下：

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	销售产品收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	-	-	13%	13%、16%
	其他收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	-	-	13%	6%、9%、13%、16%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税税额计缴	7%	7%	7%	7%
教育费附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	2%	2%	2%	2%

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
企业所得税	按纳税年度的收入总额，减除不征税收入、免税收入、各项扣除以及允许弥补的以前年度亏损后的余额，即应纳税所得额计缴	25%	25%	25%	25%

4、玛格科技

报告期内，玛格科技所适用的增值税、所得税等税种、税率情况如下：

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	销售产品收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%	13%	13%	13%、16%
	其他收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6%、13%	6%、13%	6%、13%	6%、13%、16%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税税额计缴	7%	7%	7%	7%
教育费附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	2%	2%	2%	2%
企业所得税	按纳税年度的收入总额，减除不征税收入、免税收入、各项扣除以及允许弥补的以前年度亏损后的余额，即应纳税所得额计缴	25%	25%	25%	25%

5、玛格装饰

报告期内，玛格装饰所适用的增值税、所得税等税种、税率情况如下：

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	销售产品收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入	-	-	-	-

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税				
	其他收入，按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	-	-	-	16%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税税额计缴	-	-	-	7%
教育费附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	-	-	-	3%
地方教育附加	按实际缴纳的增值税税额计缴	-	-	-	2%
企业所得税	按纳税年度的收入总额，减除不征税收入、免税收入、各项扣除以及允许弥补的以前年度亏损后的余额，即应纳税所得额计缴	-	-	-	25%

（二）税收优惠及批文

1、高新技术企业所得税税收优惠

2018 年 11 月 28 日，广东玛格取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省税务局联合批准的《高新技术企业证书》（证书编号为 GR201844004645），有效期三年，根据《中华人民共和国企业所得税法》（中华人民共和国主席令[2007]63 号）规定，2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日享受企业所得税税率为 15%的税收优惠政策。

截至本招股说明书签署之日，玛格家居已取得了重庆市科学技术局、重庆市财政局和重庆市税务局联合批准的《高新技术企业证书》（证书编号为 GR202151100230），有效期三年；广东玛格 2021 年重新进行高新技术企业认证，广东玛格已取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省税务局联合批准的《高新技术企业证书》（证书编号为 GR202144006540），有效期三年。2021 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日玛格家居及广东玛格享受企业所得税税率为 15%的税收优惠政策。

2021 年 1 月 25 日，公司取得了《重庆市巴南区发展和改革委员会关于玛格家居股份有限公司主营业务适用<西部地区鼓励类产业目录>的复函》（巴南发改函[2021]1 号），公司符合西部大开发税收优惠政策条件，2020 年度起可按 15%的税率缴纳企业所得税。

2、研发费用加计扣除所得税税收优惠

根据财政部、税务总局《关于进一步完善研发费用税前加计扣除政策的公告》（2021 年第 13 号），公司开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，自 2021 年 1 月 1 日起，再按照实际发生额的 100%在税前加计扣除；形成无形资产的，自 2021 年 1 月 1 日起，按照无形资产成本的 200%在税前摊销。

公司按照上述规定享受研发费用税前加计扣除。

（三）报告期内各期税收优惠金额及占比情况

报告期内，高新技术企业所得税优惠和研发费用加计扣除所得税税收优惠对公司的影响如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
高新企业所得税优惠	424.07	927.57	756.26	731.98
研发费用加计扣除影响	108.58	-	-	-
税收优惠合计	532.65	927.57	756.26	731.98
利润总额	3,234.99	12,831.34	11,716.45	12,235.36
税收优惠金额占利润总额的比例	16.47%	7.23%	6.45%	5.98%

报告期各期，公司税收优惠金额合计分别为 731.98 万元、756.26 万元、927.57 万元和 532.65 万元，占利润总额比重分别为 5.98%、6.45%、7.23%和 16.47%，公司对税收优惠不存在严重依赖。

七、分部信息

报告期内，发行人专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务，发行人各公司的业务属于发行人统一管理下的一个经营分部，无需编制

分部信息。

八、报告期内公司主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
流动比率（倍）	1.11	1.15	0.94	1.12
速动比率（倍）	0.87	0.85	0.77	0.87
资产负债率（合并）	51.31%	52.65%	52.70%	56.90%
资产负债率（母公司）	40.18%	36.02%	42.13%	52.26%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	4.88%	4.78%	3.59%	3.24%
归属于发行人股东的每股净资产（元）	5.48	5.59	4.49	3.53
财务指标	**2022 年 1-6 月**	**2021 年度**	**2020 年度**	**2019 年度**
存货周转率（次）	3.56	7.90	8.40	8.80
应收账款周转率（次）	39.17	395.34	151.31	83.41
息税折旧摊销前利润（万元）	6,804.76	19,934.71	16,112.22	16,597.83
归属于母公司所有者的净利润（万元）	2,842.95	10,864.01	9,853.27	10,016.12
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	2,659.80	10,515.88	9,025.40	9,692.80
利息保障倍数（倍）	11.58	12.33	15.60	13.65
研发投入占营业收入的比例	3.58%	3.79%	4.02%	2.54%
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.51	2.42	2.77	1.46
每股净现金流量（元/股）	-0.56	-0.33	2.30	0.07

注 1：计算每股净资产、每股经营活动产生的现金流量、每股净现金流量等指标时，分母为当期发行在外的普通股加权平均数。其中公司 2020 年 10 月整体变更为股份公司，当年的期初股本数及 2019 年期初、期末股本数按折股时股本 75,000,000 股计算。

注 2：主要财务指标计算说明：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债；速动资产=流动资产-存货

资产负债率=（负债总额/资产总额）×100%

无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）/净资产

归属于发行人股东每股净资产=归属于发行人股东期末净资产/经调整的期末股本总额

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均净额

存货周转率=营业成本/存货平均净额

息税折旧摊销前利润＝合并利润总额＋利息支出＋计提折旧＋摊销

利息保障倍数＝（合并利润总额+利息支出）/利息支出

研发投入占营业收入的比例＝（研发费用/营业收入）×100%

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流净额/期末实收资本（或股本）总额

每股净现金流量=现金及现金等价物增加额/期末实收资本（或股本）总额

（二）净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》要求计算如下：

期间	财务指标	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2022 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	6.75%	0.38	0.38
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	6.32%	0.35	0.35
2021 年度	归属于公司普通股股东的净利润	29.07%	1.45	1.45
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	28.14%	1.40	1.40
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	32.69%	1.31	1.31
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	29.94%	1.20	1.20
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	49.18%	1.34	1.34
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	47.59%	1.29	1.29

注 1：上述每股收益系根据《公开发行证券公司的信息披露编报规则第 9 号－净资产收益率和每股收益的计算和披露》（2010 年修订）计算。

注 2：计算每股收益时，分母为当期发行在外的普通股加权平均数。其中公司 2020 年 10 月整体变更为股份公司，当年的期初股本数及 2019 年期初、期末股本数按折股时股本 75,000,000 股计算。

注 3：指标计算公式

1）加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率= P0/（E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0－Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中，P0 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；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 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；Ej 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；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；Mj 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

2）基本每股收益

基本每股收益= P0÷S

S= S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0－Sk

其中：P0 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；S0 为期初股份总数；S1 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；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份下一份月份至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

3）稀释每股收益

稀释每股收益= P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+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，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

九、对公司未来财务状况和盈利能力可能产生影响的因素及其可能产生的具体影响或风险

（一）影响公司未来财务状况和盈利能力的主要因素及其变化趋势

1、产品特点

公司专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务，主要产品包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等，公司的产量规模和产品结构直接影响公司的收入规模和盈利状况。

报告期内，公司原材料占营业成本的比重均在 70%左右，公司的主要产品均体现出原材料占比较高的特点，公司采购的原材料主要包括素板、五金等，上述主要原材料价格波动将对公司生产成本及销售价格产生较大影响。

2、业务模式

经销模式收入贡献了公司 85%以上的营业收入，是影响公司业务规模的关键。同时，由于经销商门店贴近终端客户生活，是公司品牌建设的重中之重。报告期内，公司不断布局覆盖全国各地城市的经销商网络，经销商数量从 2019 年末的 613 家增至 2022 年 6 月 30 日的 754 家。通过不断完善的经销商网络，公司形成了消费者需求的快速响应体系，为业务规模持续壮大提供坚实保

障。

3、行业政策

近年来，在我国政府机构对房地产市场实施调控的背景下，我国住宅商品房销售面积增长趋缓，但亦促使住宅的投资属性淡化，进一步强化居住属性，消费者家居需求加速释放，为定制家居创造了良好的市场环境。与此同时，伴随着我国房地产市场逐渐向存量房市场过渡，以及依托于国家对精装房实施强有力的政策支持、引导促使精装房渗透率不断提升，存量房再装修及精装房市场的快速发展将为定制家居市场规模增长的注入新动力，是公司面临的重要发展机遇。

4、行业竞争

从竞争格局来看，定制家居行业品牌众多，行业低端产品的同质化现象较为严重，竞争态势分散，集中度较低，呈现出“大行业、小企业”的竞争特点。基于定制家居市场的高增长潜力及良好的盈利性，市场上涌入了一批主打成品家具的知名企业；同时，随着定制家居龙头企业开始推出主打时尚、性价比的差异化产品，渠道下沉，抢夺市场份额，原有地方性定制家居企业独有的价格、地域优势逐渐丧失，进一步加剧了行业的竞争。

如果公司不能持续进行研发创新，增强产品的市场竞争力，将面临充分市场竞争所带来的产品销量下滑的风险，直接影响公司的收入规模和盈利状况，并面临与行业其他竞争对手拉开差距的风险。

（二）上述影响因素对公司未来财务状况和盈利能力可能产生的具体影响或风险

1、主营业务收入

近年来，外部良好的政策环境以及不断完善的经销商网络体系，为公司提供了良好的市场机遇。报告期内，公司主营业务收入分别为 81,184.40 万元、82,472.07 万元、100,993.82 万元和 45,091.70 万元，最近三年复合增长率为 11.55%。公司发展情况良好，主营业务收入持续稳定增长，市场前景广阔。但如果未来行业政策等因素出现不利变化，公司所处行业的需求增速可能放缓，

进而对公司营业收入造成不利影响。

2、主营业务毛利率

毛利率可以反映产品定价能力和成本控制能力，以及公司未来的获利潜力。报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 39.18%、39.18%、36.66%和 31.83%；其中，2020 年度基本保持稳定，2021 年度和 2022 年 1-6 月，毛利率有所下降。2021 年度，由于广东工厂于 2020 年及 2021 年新增四条生产线，主营业务成本中制造费用有所上升，同时随着社保公积金减免政策的取消，直接人工成本回升，公司主营业务毛利率略有下降；2022 年 1-6 月，随着原材料价格上涨和销售淡季影响，公司主要产品毛利率均呈下降趋势。

通过不断加强产品技术研发，优化产品设计，提高产品品质，降低产品成本，同时不断丰富和优化产品结构，公司将保持较高毛利率和较强的盈利能力。

3、研发投入

为抓住良好的外部政策环境和市场机遇，以及强化产品竞争力来应对日趋激烈的行业竞争压力，公司高度重视新技术和新产品的持续创新，建立了较完善的研发管理体系，始终将技术和研发视作保持公司核心竞争力的重要保障，在发展过程中不断加大技术和研发方面的投入。公司以技术为核心，积极开发各类能满足终端客户需求的定制化家居产品。报告期内，公司研发费用分别为 2,095.07 万元、3,377.04 万元、3,890.10 万元和 1,642.60 万元，研发投入金额保持增长，持续的研发投入将有助于提升公司的市场竞争力及盈利能力。

同时，公司积累了大量研发技术、研发人才，为未来公司产品保持竞争力、不断满足市场需求提供有力保障。

十、经营成果分析

报告期内，公司经营状况良好，公司营业收入、营业成本及利润情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	45,878.73	102,599.18	83,960.19	82,459.78
营业成本	31,097.21	64,556.81	50,684.76	49,896.66
营业利润	3,235.67	12,837.29	11,646.39	12,178.49
利润总额	3,234.99	12,831.34	11,716.45	12,235.36
净利润	2,842.95	10,864.01	9,853.27	10,016.12

报告期内，公司营业收入分别为 82,459.78 万元、83,960.19 万元、102,599.18 万元和 45,878.73 万元，最近三年复合增长率为 11.55%，呈稳定增长趋势；报告期内，公司净利润分别为 10,016.12 万元、9,853.27 万元、10,864.01 万元和 2,842.95 万元，保持稳定。

（一）营业收入分析

公司专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务，主要产品包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等。报告期内，公司的营业收入分别为 82,459.78 万元、83,960.19 万元、102,599.18 万元和 45,878.73 万元，其中，2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，本公司营业收入分别较上年同期增长 1.82%、22.20%和 10.12%。

报告期内，公司营业收入具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
主营业务收入	45,091.70	98.28%	100,993.82	98.44%	82,472.07	98.23%	81,184.40	98.45%
其他业务收入	787.03	1.72%	1,605.35	1.56%	1,488.12	1.77%	1,275.38	1.55%
合计	**45,878.73**	**100.00%**	**102,599.18**	**100.00%**	**83,960.19**	**100.00%**	**82,459.78**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入分别为 81,184.40 万元、82,472.07 万元、100,993.82 万元和 45,091.70 万元，其中，2019 年度至 2020 年度保持平稳，主要系受新冠肺炎疫情影响，终端消费者新房装修以及存量房二次翻新购置家居产品需求受到一定影响；随着疫情稳定，终端消费者的消费需求逐渐恢复，市场逐步回暖，2021 年度较 2020 年度增长明显。公司主营业务收入占营业收

入的比例分别为98.45%、98.23%、98.44%和98.28%，主营业务突出。

报告期内，公司其他业务收入分别为 1,275.38 万元、1,488.12 万元、1,605.35 万元和 787.03 万元，主要为向经销商收取的培训服务费和设计软件使用费等。随着公司经营规模的不断扩大，公司其他业务收入呈增长趋势。

1、按产品类别分析主营业务收入

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

项目	2022 年 1-6 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
定制衣柜	36,946.70	81.94%	88,519.34	87.65%	72,215.76	87.56%	72,500.37	89.30%
室内木门	2,228.34	4.94%	5,410.86	5.36%	3,478.64	4.22%	4,023.72	4.96%
整体厨柜	4,055.79	8.99%	5,512.38	5.46%	4,457.29	5.40%	3,067.97	3.78%
其他	1,860.87	4.13%	1,551.24	1.54%	2,320.37	2.81%	1,592.34	1.96%
合计	**45,091.70**	**100.00%**	**100,993.82**	**100.00%**	**82,472.07**	**100.00%**	**81,184.40**	**100.00%**

报告期内，公司定制衣柜收入分别为 72,500.37 万元、72,215.76 万元、88,519.34 万元和 36,946.70 万元，占比在 80%以上，是公司最重要的收入来源。其中，2020 年度，受疫情影响，以经销模式为主的定制衣柜收入略有下降；2021 年度，随着疫情影响逐步减弱，定制衣柜收入较 2020 年度增长 22.58%；2022 年 1-6 月，公司定制衣柜收入同比增加 2.37%，保持稳定。

报告期内，公司室内木门产品收入分别为 4,023.72 万元、3,478.64 万元、5,410.86 万元和 2,228.34 万元，占主营业务收入比例分别为 4.96%、4.22%、5.36%和 4.94%。其中，2020 年度较 2019 年度下降 13.55%，主要系疫情期间终端消费者需求降低所致；2021 年度，疫情影响逐步减小，同时公司开发了多款经济型室内木门产品以提高市场份额，收入较 2020 年度增长 55.55%；2022 年 1-6 月，随着公司经济型室内木门销售规模不断扩大，收入同比增加 15.80%。

报告期内，公司整体厨柜产品销售收入占主营业务收入比例分别为 3.78%、5.40%、5.46%和 8.99%，整体厨柜作为公司实现“全屋定制”战略规

划的重要一环，收入占比不断提升；报告期内，收入分别为 3,067.97 万元、4,457.29 万元、5,512.38 万元和 4,055.79 万元，其中 2020 年度和 2021 年度分别较上一年度增加 45.28%和 23.67%，是公司新的收入增长点；2022 年 1-6 月，随着公司承接的多个精装楼盘项目验收，整体厨柜产品销售收入同比增加 89.51%。目前，公司整体厨柜产品生产规模有限，未来市场潜力较大。

报告期内，其他产品主要系搭配公司定制衣柜、室内木门等产品销售的沙发、床等配套宅品，收入分别为 1,592.34 万元、2,320.37 万元、1,551.24 万元和 1,860.87 万元，收入占比均在 5%以下，占比较低。其中，2020 年度较 2019 年度增加 45.72%，2021 年度较 2020 年度下降 33.15%，波动较大，主要系公司为学校客户提供的配套宿舍床、桌椅在 2020 年内验收结算所致；2022 年 1-6 月，其他产品收入金额同比增加 141.06%，主要系公司承接了多家房地产开发商等大宗客户，为其开发的精装商品房楼盘提供的卫浴柜产品。

2、按区域列示主营业务收入分析

报告期内，公司主营业务收入按区域构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
华东	15,879.85	35.22%	37,202.43	36.84%	29,862.43	36.21%	27,810.34	34.26%
西南	11,902.35	26.40%	24,784.35	24.54%	19,292.35	23.39%	20,695.47	25.49%
华中	5,302.27	11.76%	13,946.67	13.81%	12,140.55	14.72%	13,013.83	16.03%
华南	5,334.96	11.83%	9,816.71	9.72%	9,134.94	11.08%	7,168.76	8.83%
西北	2,951.10	6.54%	5,616.03	5.56%	5,079.57	6.16%	5,054.38	6.23%
华北	2,547.18	5.65%	6,951.93	6.88%	5,048.14	6.12%	5,109.95	6.29%
东北	1,173.99	2.60%	2,675.71	2.65%	1,914.08	2.32%	2,331.66	2.87%
合计	**45,091.70**	**100.00%**	**100,993.82**	**100.00%**	**82,472.07**	**100.00%**	**81,184.40**	**100.00%**

报告期内，公司产品的销售区域主要集中在华东、西南区域，来自上述地区的销售收入占公司主营业务收入的比重近 60%。华东区域主要包括长三角地区，是国内主要的区域发展中心之一，随着公司不断拓展当地市场，华东区域销售收入和占比不断提高；西南区域主要包括重庆和四川地区，为公司总部所

在区域，客户基础良好，销售收入保持稳定，占比较高。

3、按销售模式分析主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入分销售模式的销售金额和构成比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
经销商模式	40,283.91	89.34%	99,269.25	98.29%	79,849.09	96.82%	79,918.92	98.44%
大宗业务模式	4,807.79	10.66%	1,724.58	1.71%	2,622.97	3.18%	1,265.48	1.56%
合计	**45,091.70**	**100.00%**	**100,993.82**	**100.00%**	**82,472.07**	**100.00%**	**81,184.40**	**100.00%**

如上表所示，经销商模式是公司最主要的销售模式，在主营业务收入中占比最高。

（1）经销商模式

在长期发展过程中，公司建立了遍布全国的营销服务网络，随着“玛格”整体品牌价值的不断提升，公司经销商体系不断扩大。报告期内，公司通过经销商实现的销售收入分别为 79,918.92 万元、79,849.09 万元、99,269.25 万元和 40,283.91 万元，呈增长趋势，2019 年度至 2021 年度的复合增长率为 11.45%。

报告期内，公司经销商数量和单个经销商平均销售额如下表所示：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	数量/金额	增长率	数量/金额	增长率	数量/金额	增长率	数量/金额
经销商模式销售收入（万元）	40,283.91	0.23%	99,269.25	24.32%	79,849.09	-0.09%	79,918.92
期末经销商数量（个）	754	10.07%	701	4.47%	671	9.46%	613
单个经销商平均销售额（万元）	55.37	-6.59%	144.71	16.35%	124.38	-8.80%	136.38

注 1：单个经销商平均销售额=经销商模式销售收入/（期初经销商数量+期末经销商数量）*2；

注 2：2022 年 1-6 月增长率为与 2021 年 1-6 月对比。

报告期各期，公司对单个经销商的平均销售额分别为 136.38 万元、124.38 万元、144.71 万元和 55.37 万元，其中 2020 年度同比下降 8.80%，主要系公司经销商营销网络不断扩大，且 2020 年度受新冠疫情影响，销售潜力尚未得到释放所致；2022 年 1-6 月同比下降 6.59%，主要系 2022 年上半年新增经销商较多，销售潜力尚未得到释放所致。

报告期内，公司前十大经销商及公司对其经销收入金额情况如下：

单位：万元

期间	序号	经销商名称	经销收入金额	占经销商模式销售收入比重
2022 年 1-6 月	1	重庆一粟联创家居有限公司	926.29	2.30%
	2	广州市谷柔家居用品有限公司	872.92	2.17%
	3	高新区美唐家具经营部	718.36	1.78%
	4	绵阳市全成商贸有限公司	583.04	1.45%
	5	天府新区成都片区华阳探美家具经营部	557.43	1.38%
	6	宁波宁然家居有限公司[注]	435.05	1.08%
	7	舟山市成果装饰材料有限公司	389.98	0.97%
	8	张家港市杨舍镇塘市大洋家居商行	372.32	0.92%
	9	杭州慕谷家居有限公司	366.99	0.91%
	10	昌江区木森家居馆	301.24	0.75%
	合计		**5,523.62**	**13.71%**
2021 年度	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,724.36	1.74%
	2	高新区美唐家具经营部	1,550.24	1.56%
	3	广州市谷柔家居用品有限公司	1,528.88	1.54%
	4	绵阳市全成商贸有限公司	1,151.20	1.16%
	5	誉墅品（上海）家居有限公司	1,056.13	1.06%
	6	天府新区成都片区华阳探美家具经营部	969.68	0.98%
	7	宁波红平家居有限公司	927.39	0.93%
	8	杭州慕谷家居有限公司	926.18	0.93%
	9	无锡美特家建材有限公司	870.37	0.88%
	10	安溪县凤城盛远建材店	738.86	0.74%
	合计		**11,443.29**	**11.53%**
2020	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,469.56	1.84%

期间	序号	经销商名称	经销收入金额	占经销商模式销售收入比重
年度	2	高新区美唐家具经营部	1,294.60	1.62%
	3	誉墅品（上海）家居有限公司	1,201.95	1.51%
	4	广州市谷柔家居用品有限公司	1,190.25	1.49%
	5	无锡美特家建材有限公司	1,017.72	1.27%
	6	宁波红平家居有限公司	956.46	1.20%
	7	绵阳市全成商贸有限公司	914.98	1.15%
	8	杭州慕谷家居有限公司	736.97	0.92%
	9	合肥庐阳区慧仁居建材经营部	661.01	0.83%
	10	天府新区成都片区华阳探美家具经营部	654.75	0.82%
	合计		**10,098.23**	**12.65%**
2019年度	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,379.60	1.73%
	2	高新区美唐家具经营部	1,292.67	1.62%
	3	广州市谷柔家居用品有限公司	1,057.80	1.32%
	4	誉墅品（上海）家居有限公司	999.96	1.25%
	5	宁波红平家居有限公司	835.79	1.05%
	6	绵阳市全成商贸有限公司	810.91	1.01%
	7	达州市通川区西外新区金源建材经营部	627.30	0.78%
	8	无锡美特家建材有限公司	603.23	0.75%
	9	盐城市盐都区新区翟志萍家具经营部	572.96	0.72%
	10	昌江区木森家居馆	524.90	0.66%
	合计		**8,705.12**	**10.89%**

注：2022 年 6 月，宁波红平家居有限公司更换经销主体为同一控制下的宁波宁然家居有限公司。

报告期内，公司前十大经销商销售占经销商模式销售收入比例分别为10.89%、12.65%、11.53%及 13.71%，占比较低。

（2）大宗业务销售模式

公司在完善经销商销售网络的同时，不断拓展大宗用户市场，主要面向房地产开发商和学校等客户，针对其开发销售的精装商品房楼盘或校区提供定制家居产品。

2019 年度至 2021 年度，该项业务销售收入占主营业务收入比例分别为

1.56%、3.18%和 1.71%，占比较低。2020 年度和 2021 年度大宗业务销售收入分别同比增长 107.27%和下降 34.25%，2020 年度大宗业务销售收入相对较高的主要原因系公司为多个学校校区提供的定制家居产品已在 2020 年内验收结算。2022 年 1-6 月，该项业务销售收入大幅增加，占主营业务收入比例上升至 10.66%，主要系公司 2021 年度以来承接了龙湖等房地产开发商开发销售的多个精装商品房楼盘定制衣柜、整体厨柜、卫浴柜等产品的安装工作，并在 2022 年上半年验收所致。

未来公司将在严格把握客户和回款风险的前提下，持续稳健开拓大宗业务，拓宽收入增长空间。

4、按季度列示主营业务收入分析

报告期内，公司的主营业务收入存在明显的季节性特征，下半年的销售收入相对较高，2019 年度至 2021 年度，下半年销售收入占全年销售收入的比例分别为 59.25%、63.90%和 59.48%，其中，第四季度为全年销售收入最高的季节。

报告期内，公司各季度的主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
第一季度	17,901.93	39.70%	16,884.87	16.72%	10,482.26	12.71%	14,310.48	17.63%
第二季度	27,189.77	60.30%	24,042.23	23.81%	19,289.50	23.39%	18,771.74	23.12%
第三季度	-	-	27,594.23	27.32%	23,292.65	28.24%	21,943.34	27.03%
第四季度	-	-	32,472.49	32.15%	29,407.66	35.66%	26,158.85	32.22%
合计	**45,091.70**	**100.00%**	**100,993.82**	**100.00%**	**82,472.07**	**100.00%**	**81,184.40**	**100.00%**

公司销售收入的季节性与居民商品房购置和交房时间及旧房二次装修时间有关。公司根据多年的经营经验，合理安排销售、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特征对公司经营业绩和持续盈利能力不构成重大不利影响。

5、第三方回款情况

报告期内，发行人第三方回款金额分别为 14,706.33 万元、12,416.61 万元、9,556.68 万元和 3,065.94 万元，占营业收入比例分别为 17.83%、14.79%、9.31%和 6.68%。

报告期内，公司第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
第三方回款金额	3,065.94	6.68%	9,556.68	9.31%	12,416.61	14.79%	14,706.33	17.83%
其中：经销商法定代表人/实际控制人及其直系亲属回款	1,735.38	3.78%	7,061.47	6.88%	10,554.40	12.57%	13,724.99	16.64%
经销商其他关联方回款	234.51	0.51%	563.80	0.55%	739.71	0.88%	797.76	0.97%
信贷机构回款	-	-	25.00	0.02%	370.00	0.44%	113.00	0.14%
电商平台划转	26.14	0.06%	39.92	0.04%	96.82	0.12%	18.08	0.02%
意向金划转	12.50	0.03%	6.70	0.01%	16.82	0.02%	52.50	0.06%
保理公司回款	1,057.40	2.30%	1,856.28	1.81%	638.85	0.76%	-	-
大宗业务客户其他方代付	-	-	3.50	0.00%	-	-	-	-

其中，主要代付方为经销商法定代表人/实际控制人及其直系亲属，回款金额分别为 13,724.99 万元、10,554.40 万元、7,061.47 万元和 1,735.38 万元，占营业收入比例分别为 16.64%、12.57%、6.88%和 3.78%；经销商法定代表人/实际控制人非直系亲属、员工等其他关联方回款金额分别为 797.76 万元、739.71 万元、563.80 万元和 234.51 万元，占营业收入比例分别为 0.97%、0.88%、0.55%和 0.51%，金额及占比较低。

2019 年度至 2021 年度，经销商与信贷机构签订借款合同，信贷机构将经销商贷款直接支付给发行人，金额分别为 113.00 万元、370.00 万元和 25.00 万元，占营业收入比例分别为 0.14%、0.44%和 0.02%。

报告期内，公司存在通过天猫等电商平台经由第三方电商平台形成的第三方回款。主要系为展示自身产品，提升品牌知名度，让终端消费者快捷、全面了解公司定制家居产品，提高市场渗透率，公司在天猫等电商平台开立旗舰店。电商平台仅是公司向终端消费者进行宣传的渠道，并非公司自身的直接销售平台，主要起引流作用。由于具体的产品订单需由经销商协助终端消费者完成订单量尺、设计和安装等服务，电商平台一般会基于终端消费者的地理位置向其推荐与其地理位置相近的经销商，引导终端消费者到经销商店面进一步了解产品情况，亦存在终端客户为参与电商平台优惠促销活动，在电商平台预付定金，经由第三方电商平台回款至公司的情形。报告期内，电商平台划转的金额分别为 18.08 万元、96.82 万元、39.92 万元和 26.14 万元，占营业收入比例分别为 0.02%、0.12%、0.04%和 0.06%。

报告期内，部分经销商法定代表人/实际控制人或其关联方在初步决定经销公司定制家居产品时，用其个人账户向公司支付一定金额的意向金，并在向公司购买产品时用于抵消部分货款，由此形成第三方回款。报告期内，意向金划转的金额分别为 52.50 万元、16.82 万元、6.70 万元和 12.50 万元，占营业收入比例分别为 0.06%、0.02%、0.01%和 0.03%。

2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，随着公司大宗业务不断拓展，部分房地产开发商等大宗客户通过商业保理公司进行付款，由此形成第三方回款金额分别为 638.85 万元、1,856.28 万元和 1,057.40 万元，占营业收入比例分别为 0.76%、1.81%和 2.30%。

综上，公司第三方回款情况系实际销售业务活动产生，具有商业合理性。

报告期内，公司对经销商回款进行了规范，并建立了严格的内控制度，规定客户委托第三方回款均需签署书面委托书，列明第三方户名及银行账号等重要信息，且公司定期与客户进行对账。报告期内，公司第三方回款金额及比例不断降低。

（二）营业成本构成及变动分析

1、营业成本分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
主营业务成本	30,738.02	98.84%	63,969.85	99.09%	50,159.16	98.96%	49,373.75	98.95%
其他业务成本	359.19	1.16%	586.96	0.91%	525.60	1.04%	522.91	1.05%
合计	**31,097.21**	**100.00%**	**64,556.81**	**100.00%**	**50,684.76**	**100.00%**	**49,896.66**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本占营业成本的比重在 98%以上，与公司的收入结构保持一致，符合公司业务特征。报告期内，公司的其他业务成本主要为培训服务员工薪酬、设计软件摊销等，占营业成本比例较低。

2、按成本类型列示主营业务成本分析

报告期内，公司主营业务成本按成本类型构成明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
直接材料	20,799.36	67.67%	44,092.47	68.93%	35,570.38	70.92%	34,137.31	69.14%
直接人工	4,759.80	15.49%	10,269.00	16.05%	7,567.46	15.09%	8,117.14	16.44%
制造费用	5,008.94	16.30%	9,222.56	14.42%	6,748.49	13.45%	7,119.31	14.42%
运输费用	169.92	0.55%	385.82	0.60%	272.83	0.54%	-	-
合计	**30,738.02**	**100.00%**	**63,969.85**	**100.00%**	**50,159.16**	**100.00%**	**49,373.75**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本结构较为稳定，其中，直接材料为最主要的构成部分，占比在 70%左右，直接材料采购结构和价格变动对公司生产成本和主营业务成本将产生较大影响。

报告期内，人工成本占主营业务成本的比例分别为 16.44%、15.09%、16.05%和 15.49%，总体保持稳定。2020 年度，受新冠疫情影响，公司全面恢复生产的时间晚于以前年度，生产人员工资总额略有下降，同时由于疫情因

素，国家发布减免企业社会保险费的普遍性政策，公司社保费用有所下降，直接人工金额及占比有所下降；2021 年度，随着国家减免企业社会保险费的普遍性政策的取消，公司社保费用回升，直接人工占有所上升；2022 年 1-6 月，直接人工占比保持稳定。

报告期内，制造费用占主营业务成本的比例分别为 14.42%、13.45%、14.42%和 16.30%，较为稳定。2020 年度较 2019 年度下降 370.81 万元，主要由于疫情因素，国家发布减免企业社会保险费的普遍性政策，制造费用中社保费用有所下降，同时由疫情导致的停工期间内发生的职工薪酬、设备折旧均计入管理费用所致；2021 年度和 2022 年 1-6 月，随着国家减免企业社会保险费的普遍性政策的取消，公司社保费用回升，同时公司广东工厂于 2020 年及 2021 年各新增两条生产线，折旧相应增加，制造费用占比有所上升。

2020 年 1 月 1 日起，公司执行财政部于 2017 年颁布的《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》，将销售产品所产生的运费作为履约成本在营业成本中核算，故 2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，公司成本中新增运输费用 272.83 万元、385.82 万元和 169.92 万元。

3、按产品类别列示主营业务成本分析

报告期内，公司主营业务成本按产品类别构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
定制衣柜	23,948.26	78.34%	53,578.59	84.26%	42,206.93	84.61%	43,069.71	87.23%
室内木门	2,172.64	7.11%	4,972.31	7.82%	3,083.42	6.18%	3,290.50	6.66%
整体厨柜	3,032.29	9.92%	3,877.73	6.10%	2,809.87	5.63%	1,829.73	3.71%
其他	1,414.90	4.63%	1,155.39	1.82%	1,786.11	3.58%	1,183.81	2.40%
合计	**30,568.10**	**100.00%**	**63,584.03**	**100.00%**	**49,886.33**	**100.00%**	**49,373.75**	**100.00%**

注：为保持数据可比性，2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月按产品列示的主营业务成本构成未考虑运输费用的影响

报告期内，公司主营业务成本随着主营业务收入上升，各产品占主营业务成本的比重与其收入占主营业务收入的比重基本一致。

4、主要原材料和能源采购数量及采购价格

报告期内，公司主要原材料和能源采购数量及采购价格详见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“三、发行人所处行业情况和业务竞争情况”之“（二）发行人的采购情况和主要供应商情况”。

5、主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系

报告期内，公司主要产品的原材料投入产出情况如下：

（1）定制衣柜

报告期内，公司定制衣柜产品的原材料投入产出情况如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
产量（套）		78,019	203,407	172,679	173,414
颗粒板	生产领用数量（万 m^2）	186.77	452.22	341.47	301.23
	单耗（m^2/套）	23.94	22.23	19.77	17.37
密度板	生产领用数量（万 m^2）	8.76	32.89	48.89	76.17
	单耗（m^2/套）	1.12	1.62	2.83	4.39
多层板	生产领用数量（万 m^2）	3.07	8.68	6.13	8.35
	单耗（m^2/套）	0.39	0.43	0.35	0.48
木材	生产领用数量（万 dm^3）	64.29	244.16	250.97	364.69
	单耗（dm^3/套）	8.24	12.00	14.53	21.03
实木板	生产领用数量（万 m^2）	4.29	16.24	18.62	16.38
	单耗（m^2/套）	0.55	0.80	1.08	0.94
五金	生产领用数量（万个）	4,472.39	12,272.37	10,548.14	12,475.22
	单耗（个/套）	573.24	603.34	610.85	719.39
铝框门	生产领用数量（m^2）	24,944.16	56,697.11	33,053.28	16,732.82
	单耗（m^2/套）	0.32	0.28	0.19	0.10

由上表可以看出，每套衣柜耗用的颗粒板、铝框门呈上升趋势，密度板、实木板、木材呈下降趋势，主要系公司产品结构不断更新，使用颗粒板搭配五金、铝合金配件替代传统的密度板、木材所致。2020 年度，每套衣柜耗用的五金大幅下降，主要系生产工艺提升，大幅减少了使用数量多但单价极低的三合一帽、杆等五金的使用量；2021 年度和 2020 年度相比，每套衣柜耗用的五金

数量保持稳定；2022 年 1-6 月，公司减少螺丝等五金的备件数量，每套衣柜耗用的五金数量有所下降。

（2）室内木门

报告期内，公司室内木门产品的原材料投入产出情况如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
产量（套）		6,394	13,127	5,014	3,406
颗粒板	生产领用数量（万 m^2）	0.01	0.13	1.40	0.53
	单耗（m^2/套）	0.01	0.10	2.79	1.55
密度板	生产领用数量（万 m^2）	6.65	9.16	0.40	0.19
	单耗（m^2/套）	10.40	6.98	0.80	0.55
多层板	生产领用数量（万 m^2）	5.11	8.03	2.62	1.43
	单耗（m^2/套）	8.00	6.11	5.23	4.21
木材	生产领用数量（万 dm^3）	4.85	22.34	27.04	35.07
	单耗（dm^3/套）	7.58	17.02	53.92	102.98
实木板	生产领用数量（万 m^2）	-	0.01	0.16	0.06
	单耗（m^2/套）	-	0.01	0.31	0.18
五金	生产领用数量（万个）	105.52	266.35	175.75	237.19
	单耗（个/套）	165.02	202.90	350.51	696.40

注：产出量数据不含产成品外购数量。

由上表可以看出，报告期内，随着公司销售策略调整为以经济型产品提高市场份额，平均每套室内木门产品耗用的木材、实木板均呈大幅下降趋势，平均每套室内木门产品耗用的多层板呈上升趋势。随着密度板产品 2020 年底转为自产为主，2021 年度生产耗用的密度板呈大幅上升趋势。室内木门 2019 年度以外协生产为主，但部分五金配件由公司提供，生产每套室内木门耗用的平均五金较高；2020 年度以来，公司室内木门逐步转为自产，生产每套室内木门耗用的平均五金呈下降趋势。

（3）整体厨柜

报告期内，公司整体厨柜产品的原材料投入产出情况如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
产量（套）		5,023	12,705	10,786	7,543
颗粒板	生产领用数量（万 m^2）	8.52	19.13	14.95	11.03
	单耗（m^2/套）	16.96	15.06	13.86	14.62
密度板	生产领用数量（万 m^2）	2.35	6.84	3.37	2.23
	单耗（m^2/套）	4.67	5.39	3.12	2.96
多层板	生产领用数量（万 m^2）	0.07	0.09	0.15	0.20
	单耗（m^2/套）	0.15	0.07	0.14	0.27
木材	生产领用数量（万 dm^3）	2.48	7.83	11.92	13.22
	单耗（dm^3/套）	4.93	6.16	11.05	17.53
实木板	生产领用数量（万 m^2）	0.34	1.11	1.38	0.92
	单耗（m^2/套）	0.68	0.87	1.28	1.22
五金	生产领用数量（万个）	599.98	1,172.48	1,054.39	667.80
	单耗（个/套）	1,194.47	922.85	977.55	885.32
铝框门	生产领用数量（m^2）	383.35	816.21	552.46	168.93
	单耗（m^2/套）	0.08	0.06	0.05	0.02
石材	生产领用数量（m）	16,885.58	10,579.22	14,980.13	2,332.94
	单耗（m/套）	3.36	0.83	1.39	0.31

由上表可以看出，颗粒板是整体厨柜产品的基础板材，报告期内，公司主要通过使用颗粒板、密度板搭配五金配件、铝合金提升整体厨柜产品的品质，逐步替代木材、多层板的使用，因此，每套整体厨柜耗用的颗粒板、密度板、五金、铝框门呈上升趋势，木材、实木板、多层板呈下降趋势。随着公司整体厨柜产品台面配比增加，每套整体厨柜耗用的石材整体呈上升趋势；2022 年 1-6 月，随着公司为龙湖等房地产开发商提供的配备石材台面的整体厨柜验收，每套整体厨柜耗用的石材大幅上升。

（三）毛利率变动分析

1、营业毛利分析

报告期内，公司营业毛利及综合业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
主营业务	14,353.68	31.83%	37,023.98	36.66%	32,312.91	39.18%	31,810.65	39.18%
其他业务	427.84	54.36%	1,018.39	63.44%	962.52	64.68%	752.47	59.00%
合计	**14,781.52**	**32.22%**	**38,042.37**	**37.08%**	**33,275.43**	**39.63%**	**32,563.12**	**39.49%**

报告期内，公司营业毛利主要由主营业务贡献，公司主营业务毛利分别为 31,810.65 万元、32,312.91 万元、37,023.98 万元和 14,353.68 万元，主营业务毛利率分别为 39.18%、39.18%、36.66%和 31.83%，2020 年度基本保持稳定；2021 年度和 2022 年 1-6 月，毛利率有所下降。

报告期内，公司其他业务毛利分别为 752.47 万元、962.52 万元、1,018.39 万元和 427.84 万元，其他业务毛利率分别为 59.00%、64.68%、63.44%和 54.36%，其中，2019 年度至 2021 年度呈增长趋势，主要系毛利率较高的设计软件使用费收入逐年增长所致；2022 年 1-6 月有所下降，主要系为满足经销商规模不断扩大的需求，培训人员数量及成本有所增加。

2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 39.18%、39.51%、37.04%和 32.21%[11]，其中定制衣柜产品为公司最重要的利润来源，其毛利率变动是主营业务毛利率变动的主要原因。2020 年度，由于公司定制衣柜销售规模的扩大和毛利率的提高，公司主营业务毛利率呈小幅提升趋势；2021 年度，由于广东工厂于 2020 年及 2021 年新增四条生产线，主营业务成本中制造费用有所上升，同时随着社保公积金减免政策的取消，直接人工成本回升，公司主营业务毛利率略有下降；2022 年 1-6 月，随着原材料价格上涨和销售淡季影响，公司主要产品毛利率均呈下降趋势。

报告期内，公司各类别产品毛利及毛利率具体情况如下：

[11] 公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将运输费用调整至营业成本，为保持报告期内口径统一以及便于比较，计算 2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月毛利及毛利率时，营业成本中未包含运输费用的金额。以下毛利率分析均按照上述标准进行。

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
定制衣柜	12,998.44	35.18%	34,940.75	39.47%	30,008.83	41.55%	29,430.66	40.59%
室内木门	55.70	2.50%	438.55	8.10%	395.22	11.36%	733.22	18.22%
整体厨柜	1,023.49	25.24%	1,634.65	29.65%	1,647.42	36.96%	1,238.24	40.36%
其他	445.97	23.97%	395.84	25.52%	534.26	23.02%	408.53	25.66%
合计	**14,523.60**	**32.21%**	**37,409.80**	**37.04%**	**32,585.74**	**39.51%**	**31,810.65**	**39.18%**

3、各产品毛利率变动分析

（1）定制衣柜产品毛利率变动情况分析

报告期内，公司定制衣柜产品毛利率分别为 40.59%、41.55%、39.47%和 35.18%，其中 2019 年度至 2021 年度保持稳定，2022 年 1-6 月有所下降。报告期内，公司定制衣柜产品销量、收入、单位产品价格、单位产品成本及对毛利率变动的影响情况如下：

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响
销量（套）	81,824	-	-	202,631	17.88%	-
收入（万元）	36,946.70	-	-	88,519.34	22.58%	-
单位产品价格（元/套）	4,515.39	3.36%	2.18	4,368.50	3.99%	2.41
单位产品成本（元/套）	2,926.80	10.69%	-6.47	2,644.15	7.69%	-4.50
其中：直接材料（元/套）	1,965.68	7.00%	-2.94	1,837.15	6.43%	-2.64
直接人工（元/套）	472.59	11.29%	-1.10	424.63	11.51%	-1.04
制造费用（元/套）	488.53	27.76%	-2.43	382.36	9.75%	-0.81
项目	2020 年度			2019 年度		
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额		
销量（套）	171,901	-0.65%	-	173,031		
收入（万元）	72,215.76	-0.39%	-	72,500.37		

单位产品价格（元/套）	4,201.01	0.26%	0.15	4,190.02
单位产品成本（元/套）	2,455.30	-1.36%	0.81	2,489.13
其中：直接材料（元/套）	1,726.12	2.05%	-0.83	1,691.47
直接人工（元/套）	380.79	-9.74%	0.98	421.89
制造费用（元/套）	348.39	-7.29%	0.65	375.77

2020 年度，定制衣柜产品的销量下降 0.65%，收入下降 0.39%，产品单价上升 0.26%；2021 年度，定制衣柜产品的产品销量增加 17.88%，收入增加 22.58%，单价上升 3.99%；2022 年 1-6 月，定制衣柜产品的产品单价上升 3.36%。报告期内，定制衣柜产品单位产品价格保持平稳上升趋势，影响定制衣柜产品毛利率变动的因素主要系单位产品成本的变动，具体原因如下：

1）单位产品耗用原材料金额的变动

报告期内，公司生产定制衣柜产品所用主要原材料采购价格持续上升，生产单套定制衣柜产品所耗用直接材料的成本较上年分别上升 2.05%、6.43%和 7.00%，从而使得定制衣柜产品毛利率下降 0.83、2.64 和 2.94 个百分点。

2）单位产品耗用人工成本的变动

2020 年度，公司定制衣柜产量较上一年度保持稳定，因疫情期间社保公积金减免政策影响，单位产品所需耗用的人工成本较上年下降 9.74%，使毛利率较上年上升 0.98 个百分点；2021 年度，随着社保公积金减免政策的取消，单位产品所需耗用的人工成本较上年回升 11.51%，使毛利率较上年下降 1.04 个百分点；2022 年 1-6 月，公司平均生产人员有所增加，但受销售淡季影响产能尚未释放，因此单位产品所需耗用的人工成本较上年度上升 11.29%，使毛利率较上年下降 1.10 个百分点。

3）单位产品分摊制造费用的变动

2020 年度，随着天津工厂停产，厂房和生产设备折旧大幅减少，同时受疫情期间社保公积金减免政策影响，单套定制衣柜产品分摊制造费用较上年下降 7.29%，使毛利率较上年上升 0.65 个百分点；2021 年度，随着社保公积金减

免政策的取消及新车间投入生产，单位产品所需耗用的制造费用较上年回升9.75%，使毛利率较上年下降 0.81 个百分点；2022 年 1-6 月，受行业淡季的影响，公司产能利用率较低，单位产品分摊的制造费用较高，较上年度上升27.76%，使毛利率较上年下降 2.43 个百分点。

4）按照实际使用的木质材料等原材料进行划分的收入、成本、毛利率

报告期内，公司的定制衣柜产品按照实际使用的木质材料等原材料进行划分的收入、成本、毛利率如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			
	收入	占比	成本	毛利率
颗粒板	21,068.03	57.02%	13,824.98	34.38%
五金	6,518.50	17.64%	3,947.61	39.44%
密度板	3,145.48	8.51%	2,021.32	35.74%
木材	2,299.30	6.22%	1,790.52	22.13%
多层板	1,876.50	5.08%	1,167.28	37.79%
铝合金	1,447.47	3.92%	927.26	35.94%
其他	591.42	1.60%	269.30	54.47%
合计	**36,946.70**	**100.00%**	**23,948.26**	**35.18%**
项目	**2021 年度**			
	收入	**占比**	**成本**	**毛利率**
颗粒板	46,978.64	53.07%	28,525.51	39.28%
五金	13,796.30	15.59%	7,737.93	43.91%
密度板	9,536.88	10.77%	5,730.09	39.92%
木材	7,982.65	9.02%	4,996.30	37.41%
多层板	5,167.75	5.84%	3,165.99	38.74%
铝合金	3,493.16	3.95%	2,422.51	30.65%
其他	1,563.97	1.77%	1,000.26	36.04%
合计	**88,519.34**	**100.00%**	**53,578.59**	**39.47%**
项目	**2020 年度**			
	收入	**占比**	**成本**	**毛利率**
颗粒板	35,027.78	48.50%	21,246.87	39.34%
五金	9,450.04	13.09%	5,013.54	46.95%

密度板	10,294.46	14.26%	5,808.07	43.58%
木材	8,465.50	11.72%	4,709.26	44.37%
多层板	4,092.48	5.67%	2,592.04	36.66%
铝合金	2,468.99	3.42%	1,604.34	35.02%
其他	2,416.52	3.35%	1,232.82	48.98%
合计	**72,215.76**	**100.00%**	**42,206.93**	**41.55%**
项目	**2019 年度**			
	收入	**占比**	**成本**	**毛利率**
颗粒板	31,968.90	44.09%	19,295.32	39.64%
五金	8,522.98	11.76%	4,466.26	47.60%
密度板	13,178.31	18.18%	7,680.85	41.72%
木材	11,435.00	15.77%	7,039.03	38.44%
多层板	3,706.96	5.11%	2,494.17	32.72%
铝合金	2,079.00	2.87%	1,308.58	37.06%
其他	1,609.22	2.22%	785.51	51.19%
合计	**72,500.37**	**100.00%**	**43,069.71**	**40.59%**

由上表可以看出，报告期内，公司定制衣柜产品主要由颗粒板、密度板、木材、多层板等板材搭配五金、铝合金等配件构成。其中，颗粒板、多层板、五金、铝合金的收入占比呈逐年上升趋势，密度板、木材收入占比呈下降趋势，主要系公司产品结构不断更新，使用颗粒板搭配五金、铝合金配件替代传统的密度板、木材。

2019 年度至 2021 年度，公司定制衣柜产品生产规模较大、流程成熟、材料利用率稳定，各主要材质的毛利率基本保持稳定；2022 年 1-6 月，原材料价格有所上涨，同时上半年为行业销售淡季，单位产品分摊的制造费用较全年增加，各主要材质毛利率有所下降。

（2）室内木门产品毛利率变动情况分析

报告期内，公司室内木门产品毛利率分别为 18.22%、11.36%、8.10%和 2.50%，呈下降趋势。报告期内，公司室内木门产品销量、收入、单位产品价格、单位产品成本及对毛利率变动的影响情况如下：

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响
销量（套）	6,496	-	-	13,778	82.90%	-
收入（万元）	2,228.34	-	-	5,410.86	55.55%	-
单位产品价格（元/套）	3,430.33	-12.65%	-12.34	3,927.17	-14.96%	-13.74
单位产品成本（元/套）	3,344.58	-7.32%	6.73	3,608.88	-11.83%	10.49
其中：直接材料（元/套）	1,712.68	-14.17%	7.20	1,995.36	-19.86%	10.71
直接人工（元/套）	748.77	-12.65%	2.76	857.25	-10.71%	2.23
制造费用（元/套）	883.13	16.78%	-3.23	756.27	17.55%	-2.45
项目	2020 年度			2019 年度		
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额		
销量（套）	7,533	-9.88%	-	8,359		
收入（万元）	3,478.64	-13.55%	-	4,023.72		
单位产品价格（元/套）	4,617.87	-4.07%	-3.60	4,813.64		
单位产品成本（元/套）	4,093.22	3.98%	-3.26	3,936.48		
其中：直接材料（元/套）	2,489.78	-11.60%	6.79	2,816.56		
直接人工（元/套）	960.11	41.31%	-5.83	679.45		
制造费用（元/套）	643.33	46.06%	-4.21	440.46		

1）销售价格的变动

报告期内，公司为了提高室内木门产品产销规模并占领市场，开发了多款经济型产品，以上产品制作工艺相对简单，单位成本较低，销售占比逐年上升，使室内木门产品平均单价呈下降趋势。2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，单位室内木门产品销售价格分别较上年下降 4.07%、14.96%和 12.65%，使室内木门产品毛利率分别下降 3.60、13.74 和 12.34 个百分点。

2）单位产品耗用直接材料、直接人工和制造费用金额的变动

报告期内，室内木门产品单位产品耗用直接材料呈下降趋势，直接人工和制造费用呈上升趋势，主要系公司室内木门产品生产模式由 OEM 模式逐步转为自产模式，并于 2021 年初新增生产线生产室内木门，生产耗用的人工成本和分摊的制造费用增加。

2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，单位室内木门产品耗用直接材料分别较上年下降 11.60%、19.86%和 14.17%，使室内木门产品毛利率上涨 6.79、10.71 和 7.20 个百分点。

2020 年度，单位室内木门产品耗用直接人工较上年上涨 41.31%，使室内木门产品毛利率下降 5.83 个百分点，主要系 2020 年度，公司室内木门生产转为以自产为主，人工投入较上年度大幅增加；2021 年度和 2022 年 1-6 月，随着室内木门生产规模效益显现，单位产品耗用的直接人工分别下降 10.71%和 12.65%，使室内木门产品毛利率上升 2.23 和 2.76 个百分点。

2020 年度和 2021 年度，单位室内木门产品耗用制造费用分别较上年上涨 46.06%和 17.55%，使室内木门产品毛利率下降 4.21 和 2.45 个百分点。2022 年 1-6 月，受行业淡季的影响，室内木门生产线产能未完全释放，单位产品分摊的制造费用较高，较上年度上升 16.78%，使毛利率较上年下降 3.23 个百分点。

3）按照实际使用的木质材料等原材料进行划分的收入、成本、毛利率

报告期内，公司的室内木门产品按照实际使用的木质材料等原材料进行划分的收入、成本、毛利率如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			
	收入	占比	成本	毛利率
多层板复合	767.23	34.43%	874.80	-14.02%
密度板复合	589.96	26.48%	550.51	6.69%
木材复合	262.79	11.79%	293.64	-11.74%
多层板	245.63	11.02%	225.50	8.19%
五金	219.16	9.83%	148.10	32.42%
木材	80.07	3.59%	56.76	29.11%

铝合金	39.91	1.79%	20.94	47.53%
其他	23.60	1.06%	2.38	89.90%
合计	**2,228.34**	**100.00%**	**2,172.64**	**2.50%**
项目	**2021 年度**			
	收入	**占比**	**成本**	**毛利率**
多层板复合	2,005.82	37.07%	2,052.42	-2.32%
密度板复合	1,118.27	20.67%	945.63	15.44%
木材复合	863.32	15.96%	952.56	-10.34%
多层板	530.83	9.81%	510.75	3.78%
五金	385.32	7.12%	259.62	32.62%
木材	296.98	5.49%	183.32	38.27%
铝合金	100.70	1.86%	49.42	50.92%
其他	109.62	2.03%	18.58	83.05%
合计	**5,410.86**	**100.00%**	**4,972.31**	**8.10%**
项目	**2020 年度**			
	收入	**占比**	**成本**	**毛利率**
多层板复合	1,244.89	35.79%	1,242.09	0.23%
密度板复合	664.08	19.09%	557.72	16.02%
木材复合	668.02	19.20%	693.97	-3.88%
多层板	198.68	5.71%	137.18	30.96%
五金	166.55	4.79%	110.72	33.52%
木材	349.30	10.04%	263.11	24.67%
铝合金	19.47	0.56%	12.26	37.04%
其他	167.64	4.82%	66.38	60.41%
合计	**3,478.64**	**100.00%**	**3,083.42**	**11.36%**
项目	**2019 年度**			
	收入	**占比**	**成本**	**毛利率**
多层板复合	855.95	21.27%	896.04	-4.68%
密度板复合	1,146.32	28.49%	872.31	23.90%
木材复合	578.51	14.38%	498.18	13.89%
多层板	99.11	2.46%	75.08	24.25%
五金	160.81	4.00%	104.17	35.22%
木材	672.79	16.72%	544.53	19.06%
铝合金	15.24	0.38%	9.35	38.66%
其他	494.99	12.30%	290.84	41.24%

合计	**4,023.72**	**100.00%**	**3,290.50**	**18.22%**

多层板复合产品为公司为了提高市场份额推出的经济型产品，收入呈逐年上升趋势。该产品以自产为主，报告期内尚未形成规模化效应，成本相对较高，同时为保证产品竞争力，该产品参考同行业同类产品定价，2019 年度至 2020 年度该产品毛利率保持在盈亏平衡状态；2022 年 1-6 月，受行业销售淡季影响，产能利用率较低，室内木门生产线产能未完全释放，制造费用相对较高，毛利率下降至-14.02%。

密度板复合产品相对较为高档，2020 年度，该产品收入受疫情因素影响有所下滑；2021 年度，随着疫情缓解，收入回升至 2019 年度水平；2022 年 1-6 月，随着公司经济型密度板复合产品销售规模不断扩大，收入规模和占比有所提升。同时，为了保证产品品质稳定性和供货的及时性，该产品逐步由外协生产转为自产，由于生产尚未形成规模化效应，毛利率呈下降趋势；2022 年 1-6 月，受行业销售淡季影响，产能利用率较低，室内木门生产线产能未完全释放，制造费用相对较高，毛利率下降至 6.69%。

木材复合产品主要为室内木门封口线，用于室内木门门框与墙体的连接，报告期内，随着室内木门销售规模的扩大，收入逐年上升。2019 年度至 2021 年度，为了保证产品品质稳定性和供货的及时性，该产品自产比例逐年提升，由于尚未形成规模化效应，成本相对较高，同时为保证产品竞争力，该产品参考同行业同类产品定价，使该产品毛利率呈下降趋势；2022 年 1-6 月，随着产品生产工艺的改善，生产效率有所提升，受销售淡季影响相对较小，毛利率略有下降。

报告期内，多层板产品主要为经济型产品，收入规模呈逐年上升趋势。2021 年度，该产品由外协生产为主转为由广东工厂新建车间进行生产，由于生产尚未形成规模化效应，毛利率大幅下降；2022 年 1-6 月，随着价格较低的多层板素板使用量不断提升，直接材料成本有所下降，同时产能利用率和制造费用与 2021 年度相比保持平稳，毛利率有所提升。

五金产品主要系搭配室内木门销售的门锁等五金配件，报告期内，收入随着室内木门销售规模的扩大呈上升趋势。受原材料五金配件价格上涨影响，五

金产品毛利率呈缓慢下降趋势。

木材产品为公司高端室内木门产品，报告期内，随着公司销售策略调整为以经济型产品提高市场份额，木材产品收入呈下降趋势。2020 年度，公司单独设置了生产线以生产该产品，生产管理水平不断提升，成本管控日益优化，产品毛利稳步提升。2022 年 1-6 月，受行业销售淡季影响，产能利用率较低，室内木门生产线产能未完全释放，制造费用相对较高，毛利率下降至 29.11%。

铝合金产品主要用于提升室内木门外观，系室内木门产品附加配件，报告期内，收入随着室内木门销售规模的扩大呈上升趋势。2021 年度和 2022 年 1-6 月，随着附加价值较高的铝合金产品销售大幅增加，该产品毛利率有所上升。

（3）整体厨柜产品毛利率变动情况分析

报告期内，公司整体厨柜产品毛利率分别为 40.36%、36.96%、29.65%和 25.24%，呈下降趋势。报告期内，公司厨柜产品销量、收入、单位产品价格、单位产品成本及对毛利率变动的影响情况如下：

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响
销量（套）	8,061	-	-	10,541	5.73%	-
收入（万元）	4,055.79	-	-	5,512.38	23.67%	-
单位产品价格（元/套）	5,031.37	-3.79%	-2.84	5,229.47	16.97%	11.94
单位产品成本（元/套）	3,761.68	2.26%	-1.59	3,678.71	30.53%	-19.25
其中：直接材料（元/套）	2,889.79	1.59%	-0.86	2,844.60	25.60%	-12.97
直接人工（元/套）	410.08	-6.75%	0.57	439.75	52.67%	-3.39
制造费用（元/套）	461.81	17.10%	-1.29	394.36	48.52%	-2.88

项目	2020 年度			2019 年度
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额
销量（套）	9,970	32.00%	-	7,553
收入（万元）	4,457.29	45.28%	-	3,067.97
单位产品价格（元/套）	4,470.70	10.06%	6.34	4,061.92
单位产品成本（元/套）	2,818.32	16.34%	-9.74	2,422.52
其中：直接材料（元/套）	2,264.76	27.29%	-11.95	1,779.21
直接人工（元/套）	288.03	-10.80%	0.86	322.89
制造费用（元/套）	265.52	-17.13%	1.35	320.42

1）销售价格的变动

2019 年度至 2021 年度，公司整体厨柜产品单价逐年上升，其中 2020 年度较 2019 年度上升，主要系公司以大宗业务模式销售的整体厨柜产品占比升高，房地产开发商等大宗业务客户采购产品时一般采用招投标方式，公司面向不同客户销售的产品类别和价格有所差异，其中 2020 年度，公司向大宗业务客户销售的产品构造相对复杂，单价相对较高。2021 年度较 2020 年度上升，主要系为满足客户需求，公司整体厨柜产品不断升级更新，功能更加完善，售价相对提升。2022 年 1-6 月，公司整体厨柜产品单价与 2021 年度相比略有下降。

2）单位产品耗用直接材料

报告期内，整体厨柜单位产品耗用直接材料呈上升趋势，其中 2020 年度较 2019 年度上升，主要系公司面向房地产开发商等大宗业务客户销售的产品类别有所区别，2020 年度，公司向大宗业务客户销售的产品配套五金及功能件增加，耗用直接材料高于 2019 年度销售的产品。2021 年度较 2020 年度上升，主要系公司为完善整体厨柜产品功能，对产品构造进行升级改造，使用的五金配件及功能件数量增加。2022 年 1-6 月较 2021 年度略有上升，主要系原材料价格上涨所致。

3）直接人工和制造费用金额的变动

2020 年度，因疫情期间社保公积金减免政策以及天津工厂停产的影响，单位产品所需耗用的人工成本和制造费用较上年下降 10.80%和 17.13%，使毛利率较上年上升 0.86 个百分点和 1.35 个百分点。

2021 年度，随着社保公积金减免政策的取消及广东工厂新车间的投产，单位产品所需耗用的直接人工和制造费用较上年回升 52.67%和 48.52%，使毛利率较上年下降 3.39 和 2.88 个百分点。

2022 年 1-6 月，随着整体厨柜中面向大宗业务客户的大批量标准化生产的整体厨柜产品占比大幅增加，单位产品耗用的直接人工下降 6.75%，使整体厨柜产品毛利率上升 0.57 百分点；受行业淡季影响，整体厨柜生产线产能未完全释放，单位产品分摊的制造费用较上年度上升 17.10%，使毛利率较上年下降 1.29 个百分点。

4）按照实际使用的木质材料等原材料进行划分的收入、成本、毛利率

报告期内，公司的整体厨柜产品按照实际使用的木质材料等原材料进行划分的收入、成本、毛利率如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			
	收入	占比	成本	毛利率
颗粒板	1,251.41	30.85%	925.57	26.04%
五金	1,007.66	24.84%	709.88	29.55%
石材	706.88	17.43%	531.00	24.88%
密度板	695.33	17.14%	583.38	16.10%
木材	81.75	2.02%	60.79	25.64%
铝合金	122.53	3.02%	84.46	31.07%
家电	102.10	2.52%	80.68	20.98%
多层板	79.42	1.96%	53.97	32.04%
其他	8.72	0.21%	2.58	70.46%
合计	**4,055.79**	**100.00%**	**3,032.29**	**25.24%**
项目	**2021 年度**			
	收入	**占比**	**成本**	**毛利率**

颗粒板	1,819.24	33.00%	1,264.62	30.49%
五金	1,369.18	24.84%	958.74	29.98%
石材	748.32	13.58%	535.14	28.49%
密度板	621.71	11.28%	444.37	28.52%
木材	254.83	4.62%	163.40	35.88%
铝合金	229.75	4.17%	171.76	25.24%
家电	206.19	3.74%	160.86	21.99%
多层板	139.75	2.54%	96.33	31.07%
其他	123.42	2.24%	82.50	33.16%
合计	**5,512.38**	**100.00%**	**3,877.73**	**29.65%**
项目	**2020 年度**			
	收入	**占比**	**成本**	**毛利率**
颗粒板	1,687.36	37.86%	1,079.94	36.00%
五金	896.47	20.11%	545.09	39.20%
石材	536.42	12.03%	402.28	25.01%
密度板	489.61	10.98%	305.65	37.57%
木材	363.80	8.16%	189.13	48.01%
铝合金	36.01	0.81%	24.34	32.42%
家电	65.73	1.47%	50.05	23.84%
多层板	204.79	4.59%	141.40	30.95%
其他	177.10	3.97%	71.97	59.36%
合计	**4,457.29**	**100.00%**	**2,809.87**	**36.96%**
项目	**2019 年度**			
	收入	**占比**	**成本**	**毛利率**
颗粒板	1,200.94	39.14%	748.95	37.64%
五金	452.54	14.75%	252.62	44.18%
石材	175.58	5.72%	109.10	37.86%
密度板	474.45	15.46%	296.74	37.46%
木材	414.05	13.50%	258.41	37.59%
铝合金	27.96	0.91%	19.81	29.16%
家电	36.78	1.20%	26.53	27.87%
多层板	174.43	5.69%	106.79	38.78%
其他	111.24	3.63%	10.77	90.32%
合计	**3,067.97**	**100.00%**	**1,829.73**	**40.36%**

报告期内，整体厨柜产品中各种类原材料的收入一般随着整体厨柜产品销量的增加而增加。

其中，颗粒板是整体厨柜产品的基础板材，在整体厨柜产品各原材料占比最高。报告期内，颗粒板收入占比呈下降趋势，主要系公司整体厨柜产品不断升级更新，为完善产品功能性，搭配的五金配件、石材台面、铝合金型材不断增加。2021 年度，颗粒板毛利率有所下降，主要系随着广东工厂新车间的投产，产品生产所耗用的制造费用较上年增加所致。2022 年 1-6 月，随着颗粒板采购价格上升，颗粒板产品毛利率有所下降。

五金是整体厨柜产品主要组成部分之一，主要影响整体厨柜的功能性。报告期内，为提高公司产品的功能性，五金使用量逐年增加，使五金收入及占比不断提升。受五金配件市场价格不断上涨影响，同时五金配件中结构相对复杂、毛利相对较低的拉篮、收纳盒等配件占比逐年上升，五金整体毛利率呈下降趋势。

石材主要用于整体厨柜产品台面的制作，报告期内，公司整体厨柜产品台面配比增加，石材收入及占比不断提升。2020 年度以来，石材毛利率下降，主要系随着大宗业务不断扩展，毛利较低的标准化产品占比上升。

密度板主要用于整体厨柜柜门的制作，2019 年度至 2021 年度，密度板收入随着整体厨柜产品销量的增加而同步增加，占比略有下降；2022 年 1-6 月，随着使用密度板较多的面向大宗业务客户销售的整体厨柜产品收入大幅上涨，密度板收入和占比上升。2021 年度，密度板毛利率有所下降，主要系随着广东工厂新车间的投产，产品生产所耗用的制造费用较上年增加所致；2022 年 1-6 月，密度板毛利率有所下降，主要系面向大宗业务客户销售的标准化产品增加所致。

木材、多层板主要用于高档整体厨柜产品的制作，报告期内，公司主要通过使用颗粒板、密度板搭配五金配件、铝合金提升整体厨柜产品的品质，逐步替代木材的使用，因此，木材、多层板的收入占比不断下降。其中，2020 年度，随着中美贸易纠纷缓解，我国对进口木材加征关税降低，木材产品毛利率有所升高；2021 年度，随着原材料大幅上涨，木材毛利率降低；2022 年 1-6

月，受行业销售淡季影响，产能利用率较低，木材产品生产线产能未完全释放，制造费用相对较高，毛利率有所下降。2020 年度以来，公司为适应市场需求，调低多层板产品价格，毛利率有所下降。

铝合金和家电主要用于提升整体厨柜产品功能性，报告期内，为提高公司产品的功能性，铝合金和家电的使用量逐年增加，收入及占比总体呈上升趋势。其中，2019 年度和 2020 年度，铝合金毛利率保持稳定；2021 年度，随着广东工厂新车间的投产，铝合金产品生产所耗用的制造费用较上年增加，毛利率下降。家电产品随着采购单价的提升，毛利率呈下降趋势。

4、同行业可比公司毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利率与同行业可比公司主营业务毛利率的比较如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
尚品宅配	31.23%	33.11%	33.14%	41.76%
顶固集创	31.14%	32.33%	34.17%	37.98%
志邦家居	37.50%	37.34%	38.92%	38.53%
金牌厨柜	27.60%	29.23%	31.88%	34.99%
好莱客	36.45%	34.52%	37.65%	40.77%
皮阿诺	29.65%	33.74%	34.13%	36.03%
我乐家居	42.96%	41.32%	42.44%	43.83%
欧派家居	31.27%	31.37%	34.70%	35.82%
索菲亚	31.54%	33.07%	36.50%	37.17%
平均值	**33.26%**	**34.00%**	**35.95%**	**38.54%**
本公司	**31.83%**	**36.66%**	**39.18%**	**39.18%**

数据来源：同行业可比公司公开披露的定期报告。

注：2020 年度报告中，同行业可比公司将与履约相关的运输费用计入营业成本，为保持数据可比性，上表中公司 2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月的毛利率考虑了运输费用的影响。

报告期内，公司主营业务毛利率与各可比公司存在一定的差异，主要是由于各同行业可比公司在产品结构、市场竞争程度、销售规模等方面存在差异。

其中，公司定制衣柜产品毛利率与同行业可比公司衣柜产品毛利率的比较

如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
尚品宅配	-	-	-	-
顶固集创	34.59%	34.73%	32.98%	38.84%
志邦家居	35.38%	34.43%	33.40%	31.62%
金牌厨柜	27.54%	28.90%	29.65%	26.83%
好莱客	38.67%	37.22%	40.53%	43.79%
皮阿诺	-	-	-	-
我乐家居	-	-	-	-
欧派家居	32.66%	32.19%	39.95%	39.91%
索菲亚	33.98%	35.71%	40.44%	40.49%
平均值	**33.80%**	**33.86%**	**36.16%**	**36.91%**
本公司	**35.18%**	**39.47%**	**41.55%**	**40.59%**

数据来源：同行业可比公司公开披露的定期报告或招股说明书，其中尚品宅配、我乐家居未在定期报告或招股说明书中披露衣柜产品的毛利率情况；皮阿诺因未披露 2019 年度衣柜产品毛利率，为统一口径，未在此处列示。

报告期内，由于公司定制衣柜产品主要面向中高端客户，产品定制化程度较高，毛利率高于同行业可比公司衣柜产品，且定制衣柜收入占公司主营业务收入的比例 80%以上，系公司最重要的收入来源。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	6,180.59	13.47%	12,916.51	12.59%	10,763.94	12.82%	10,146.04	12.30%
管理费用	2,934.14	6.40%	6,395.80	6.23%	6,900.16	8.22%	6,297.48	7.64%
研发费用	1,642.60	3.58%	3,890.10	3.79%	3,377.04	4.02%	2,095.07	2.54%
财务费用	227.44	0.50%	952.65	0.93%	622.07	0.74%	831.47	1.01%
合计	**10,984.77**	**23.94%**	**24,155.06**	**23.54%**	**21,663.22**	**25.80%**	**19,370.06**	**23.49%**

报告期内，本公司与同行业公司期间费用率比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
尚品宅配	39.33%	32.15%	31.81%	33.61%
顶固集创	26.64%	24.99%	30.14%	28.55%
志邦家居	27.83%	24.49%	26.25%	25.55%
金牌厨柜	25.11%	21.38%	21.65%	24.55%
好莱客	22.56%	20.99%	22.90%	22.22%
皮阿诺	20.94%	16.24%	15.89%	20.32%
我乐家居	37.87%	32.13%	25.16%	29.64%
欧派家居	18.72%	16.19%	18.81%	20.85%
索菲亚	21.53%	20.15%	19.39%	20.39%
平均值	**26.73%**	**23.19%**	**23.56%**	**25.08%**
本公司	**23.94%**	**23.54%**	**25.80%**	**23.49%**

数据来源：同行业可比公司公开披露的定期报告。

报告期内，公司期间费用占营业收入比重保持稳定，与同行业公司平均水平接近。公司加大营销布局、努力提升服务质量，不断加大研发投入、加强新产品开发，同时在管理上精益求精、提高管理效率。总体而言，公司期间费用管理较好，有效支持公司的业绩增长。

1、销售费用

（1）销售费用明细分析

报告期内，公司销售费用主要由职工薪酬、广告宣传费、营销服务费、差旅费等组成，前述四项费用合计占当年销售费用的比例分别为 86.77%、89.32%、90.19%和 90.30%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
职工薪酬	3,684.40	59.61%	7,514.51	58.18%	5,963.00	55.40%	5,348.62	52.72%
广告宣传费	860.27	13.92%	1,971.91	15.27%	1,808.49	16.80%	1,503.14	14.82%
营销服务费	463.50	7.50%	1,150.02	8.90%	1,150.68	10.69%	1,187.58	11.70%
差旅费	573.03	9.27%	1,012.86	7.84%	692.14	6.43%	764.17	7.53%
租赁与物业费	180.79	2.93%	357.07	2.76%	371.72	3.45%	305.66	3.01%

项目	2022 年 1-6 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
折旧与摊销费	171.64	2.78%	217.24	1.68%	196.01	1.82%	203.84	2.01%
办公费及其他	106.12	1.72%	245.91	1.90%	212.17	1.97%	186.58	1.84%
车辆与物流费	55.48	0.90%	133.92	1.04%	91.94	0.85%	480.07	4.73%
业务招待费	49.17	0.80%	175.79	1.36%	125.96	1.17%	154.75	1.53%
股份支付费用	36.20	0.59%	137.28	1.06%	151.83	1.41%	11.64	0.11%
合计	**6,180.59**	**100.00%**	**12,916.51**	**100.00%**	**10,763.94**	**100.00%**	**10,146.04**	**100.00%**

如上表所示，报告期内，公司定制家居产品主要面向国内市场销售，销售人员薪酬、广告宣传费及营销服务费较高，且随着市场竞争的不断加剧而逐年增长。但公司的销售政策较为完善，费用支出控制较为合理，销售费用占营业收入比例相对稳定，销售费用使用效率较高。

（2）销售费用同行业比较

报告期内，公司销售费用率与同行业可比公司的比较如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
尚品宅配	26.66%	24.13%	24.28%	27.16%
顶固集创	12.03%	12.47%	15.51%	13.64%
志邦家居	16.59%	14.66%	14.93%	15.62%
金牌厨柜	13.38%	11.76%	11.78%	15.91%
好莱客	10.65%	9.47%	10.89%	13.52%
皮阿诺	12.15%	9.92%	8.59%	14.16%
我乐家居	25.99%	22.29%	18.07%	22.22%
欧派家居	8.43%	6.78%	7.78%	9.68%
索菲亚	10.73%	9.70%	9.17%	9.96%
平均值	**15.18%**	**13.46%**	**13.44%**	**15.76%**
本公司	**13.47%**	**12.59%**	**12.82%**	**12.30%**

数据来源：同行业可比公司公开披露的定期报告。

如上表所示，报告期内，公司销售费用率低于同行业公司的平均水平，主要系公司通过多年的积累和投入，已在定制家居市场拥有较高的行业地位、品牌知名度、美誉度和市场影响力，公司在合理制定营销策略的同时有效控制销

售费用支出。另外，公司主要采用经销商销售模式进行产品销售，根据公司与经销商签署的约定，公司在销售定价过程中为经销商保有合理的利润空间，经销商需负责在经销区域内进行品牌宣传，有效控制了公司的销售费用支出。报告期内，公司销售费用率与顶固集创、志邦家居、金牌厨柜的销售费用率较为接近。

2、管理费用

（1）管理费用明细分析

报告期内，公司管理费用主要为职工薪酬、折旧摊销费用、咨询服务费和租赁与物业费，前述四项费用合计占当年管理费用的比例分别为 90.13%、90.57%、88.03%和 88.03%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
职工薪酬	1,435.06	48.91%	2,958.44	46.26%	2,915.26	42.25%	2,607.69	41.41%
折旧与摊销费	689.59	23.50%	1,288.47	20.15%	1,429.32	20.71%	1,228.67	19.51%
咨询服务费	319.96	10.90%	858.64	13.43%	1,164.20	16.87%	845.62	13.43%
办公费	172.62	5.88%	333.82	5.22%	315.00	4.57%	357.05	5.67%
租赁与物业费	138.22	4.71%	524.36	8.20%	740.92	10.74%	993.86	15.78%
股份支付费用	83.70	2.85%	136.04	2.13%	117.30	1.70%	9.67	0.15%
业务招待费	63.32	2.16%	162.60	2.54%	113.13	1.64%	82.26	1.31%
差旅费	27.54	0.94%	74.90	1.17%	57.04	0.83%	108.66	1.73%
其他	4.12	0.14%	58.52	0.92%	47.98	0.70%	64.00	1.02%
合计	**2,934.14**	**100.00%**	**6,395.80**	**100.00%**	**6,900.16**	**100.00%**	**6,297.48**	**100.00%**

2019 年度至 2021 年度，管理人员薪酬逐年上升，主要系随着公司业务规模的扩大，支撑研发、采购、生产以及销售的管理服务需求不断增加，规范化要求不断提升，公司管理人员规模不断扩大，为吸引及培育管理人才，公司对员工采取薪酬激励政策，总体薪酬不断上升；2022 年 1-6 月，管理人员薪酬同比保持稳定。

折旧摊销费用主要由办公楼、未投入生产的车间等长期资产折旧组成。

2020 年度，折旧摊销费用较上年增长 200.65 万元，主要系公司筹建过程中尚未投入生产的车间产生的折旧费用；2021 年度，随着筹建完成的车间投入生产，相关折旧摊销费用计入制造费用，折旧摊销费用较上一年度下降 140.85 万元；2022 年 1-6 月，折旧摊销费用较上年同期增加 46.68 万元，变动幅度较小。

咨询服务费主要系聘请专业中介机构从事上市辅导、审计验资、律师咨询、软件升级服务、环境监测、安全评估、专利代理、商标注册的第三方费用以及行业协会会费等。报告期内，咨询服务费金额较高，主要系公司进入筹备上市阶段以及不断加强经营规范的需求，产生较多相关支出。

租赁与物业费系公司为满足天津地区和广东地区工厂日常办公需要，租赁房屋产生的费用。其中 2020 年度租赁和物业费较 2019 年度下降 252.94 万元，主要系 2019 年末天津工厂停产，公司未继续租赁房屋所致；2021 年度和 2022 年 1-6 月，租赁和物业费较上年同期下降 216.56 万元和 155.31 万元，主要系随着筹建完成的车间投入生产，相关租赁费用计入制造费用。

2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，股份支付费用分别为 9.67 万元、117.30 万元、136.04 万元和 83.70 万元，占管理费用的比重为 0.15%、1.70%、2.13%和 2.85%，其具体内容如下：

2019 年 12 月 26 日，经公司股东会决议通过，公司注册资本由 7,157.141354 万元增加至 7,416.731354 万元，新增注册资本 259.59 万元由员工持股平台艾玛咨询及金玛咨询以 6.99 元/股出资。公司以 2019 年 3 月重庆浩钥欣将其持有的股权转让给外部投资者瑞渝投资的价格 13.97 元/股作为公允价值。

由于对被激励员工没有约定明确服务期等限制条件，根据持股平台合伙协议约定，有限合伙人自实际出资认购合伙企业出资份额之日起至公司在境内首次公开发行股票并上市之日起十二个月内均不得通过任何方式处置其持有的合伙企业出资份额，且公司预计本次发行于 2022 年 12 月完成，故公司将公允价值与入股价格的差额 1,451.69 万元作为股份支付费用，自合伙企业份额授予之日起至 2023 年 11 月末进行分摊。其中对管理人员进行股权激励而产生的股份

支付费用计入管理费用，对销售人员和研发人员进行股权激励而产生的股份支付费用分别计入销售费用和研发费用。

2020 年度，因新员工入职、员工离职、在职员工受让等原因导致持股平台出资份额变动，新员工、在职员工以 6.99 元/股受让公司股份，该价格低于公允价值，因此将差额 146.49 万元确认为股份支付费用，自合伙企业份额授予之日起至 2023 年 11 月末进行分摊，其中管理人员受让出资份额而产生的股份支付费用计入管理费用，研发人员受让出资份额而产生的股份支付费用计入研发费用。

2021 年 9 月，因员工持股平台金玛咨询中销售人员离职，实际控制人唐斌以 6.99 元/股受让其持有的合伙企业份额且暂无转出计划，该价格低于 2021 年 11 月 1 日，重庆浩钥欣向天玛咨询转让公司股份的价格 14.67 元/股，因此将差额 30.74 万元确认为股份支付费用计入管理费用，自实际控制人唐斌受让合伙企业份额之日起至 2023 年 11 月末进行分摊。

2022 年 1-6 月，因部分员工离职导致持股平台出资份额变动，部分在职员工以 6.99 元/股受让其持有的公司股份，该价格低于公允价值，因此将差额 69.15 万元确认为股份支付费用，自合伙企业份额转让之日起至 2023 年 11 月末进行分摊，其中管理人员受让出资份额而产生的股份支付费用计入管理费用，研发人员受让出资份额而产生的股份支付费用计入研发费用。

（2）管理费用同行业比较

报告期内，公司管理费用率与同行业可比公司的比较如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
尚品宅配	7.41%	5.07%	5.09%	4.62%
顶固集创	9.18%	8.46%	9.72%	10.71%
志邦家居	5.86%	4.50%	5.36%	5.67%
金牌厨柜	5.58%	4.65%	5.10%	3.87%
好莱客	5.90%	5.49%	6.20%	4.55%
皮阿诺	4.55%	3.16%	3.73%	3.47%
我乐家居	7.89%	5.62%	4.07%	4.29%

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
欧派家居	6.47%	5.54%	6.52%	6.94%
索菲亚	6.81%	7.01%	7.32%	7.69%
平均值	**6.63%**	**5.50%**	**5.90%**	**5.76%**
本公司	**6.40%**	**6.23%**	**8.22%**	**7.64%**

数据来源：同行业可比公司公开披露的定期报告。

2019 年度-2021 年度，公司管理费用率均高于行业平均水平，主要系公司处于成长期，规模效应不明显，为提升经营管理水平、加大专业化团队建设力度，公司管理人员规模不断增加；同时为激发员工积极性，公司进行了股权激励，增加了报告期内的管理费用。2022 年 1-6 月，公司管理费用率与行业可比公司较为接近，略低于行业平均水平，主要系公司有效控制了内部管理成本。

3、研发费用

（1）研发费用明细分析

报告期内，公司研发费用金额分别为 2,095.07 万元、3,377.04 万元、3,890.10 万元和 1,642.60 万元，占当期营业收入的比重分别为 2.54%、4.02%、3.79%和 3.58%，总体研发投入规模持续增加，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 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
职工薪酬	1,168.37	71.13%	2,639.43	67.85%	2,030.66	60.13%	1,298.65	61.99%
折旧与摊销费	131.51	8.01%	309.84	7.96%	317.31	9.40%	181.22	8.65%
打样及物料消耗	101.57	6.18%	367.17	9.44%	305.64	9.05%	352.52	16.83%
租赁与物业费	84.73	5.16%	152.20	3.91%	116.54	3.45%	68.28	3.26%
委外研发费	62.57	3.81%	173.21	4.45%	379.44	11.24%	30.63	1.46%
差旅费	51.76	3.15%	127.47	3.28%	91.76	2.72%	76.84	3.67%
股份支付	28.79	1.75%	61.37	1.58%	40.91	1.21%	3.56	0.17%
办公及其他	13.29	0.81%	59.41	1.53%	94.78	2.81%	83.36	3.98%
合计	**1,642.60**	**100.00%**	**3,890.10**	**100.00%**	**3,377.04**	**100.00%**	**2,095.07**	**100.00%**

报告期内，公司研发费用主要由职工薪酬、委外研发费、折旧与摊销费、打样及物料消耗组成，前述四项占当年研发费用的比例分别为 88.92%、

89.81%、89.71%和 89.13%。

（2）研发项目情况

报告期内，公司研发费用支出合计在 200 万元以上的研发项目情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	整体预算	实施进度
E 级油漆实木产品的开发与运用	202.55	-	-	-	504.00	实施中
全新高色牢度科技木皮室内门、护墙的研发	186.23	-	-	-	392.00	实施中
多功能抗菌防潮耐用厨卫产品的研究与开发	164.38	-	-	-	290.00	已结项
嵌入铝方骨架的高稳定性环保衣柜的研发	157.96	-	-	-	370.00	实施中
定制家居用抗菌防霉环保板材的研究与开发	147.40	-	-	-	395.00	实施中
长寿命高质量复合板材的研究与开发	142.86	-	-	-	390.00	实施中
便捷高效装配技术的研究及其应用开发	128.00	-	-	-	400.00	实施中
面向智能家居的全屋物联智能控制系统的研发	103.74	64.15	-	-	300.00	已结项
高硬度新型抗污防水岩板台面的研发	-	468.09	-	-	500.00	已结项
嵌入铝方骨架的高稳定性环保室内门的研发	-	433.85	-	-	470.00	已结项
模块化环保全屋整装家居的研发	-	411.97	-	-	430.00	已结项
防变形宽度可调防裂防火免漆加厚门板的研发	-	400.51	-	-	430.00	已结项
面向厨房空间安装的模块化橱柜的研发	-	286.61	-	-	330.00	已结项
魔方系列	-	150.17	169.2	-	350.00	已结项
平板护墙二代	-	147.25	180.33	-	345.00	已结项
玛格极 G 系列产品	-	60.67	230.38	-	310.00	已结项
板木复合新门型的研究与开发	-	-	416.21	66.93	500.00	已结项
全屋定制-五金一体化配套系统的研发	-	-	359.52	55.75	430.00	已结项
柜体铝框玻璃技术的研究与开发	-	-	196.46	34.39	280.00	已结项
多类型免漆及水性漆室内门的研究与开发	-	-	169.04	91.21	275.00	已结项
高光 UV 平板门的研究与开发	-	-	50.79	282.54	350.00	已结项

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	整体预算	实施进度
简约空间设计-柜体门板搭配技术的研究与开发	-	-	-	216.31	225.00	已结项

注 1：2022 年 1-6 月列示的研发项目为研发费用支出 100 万元以上的项目；
注 2：研发项目实施进度为截至本招股说明书签署之日的项目情况。

（3）研发费用同行业比较

报告期内，公司研发费用占营业收入的比重与同行业可比公司的比较如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
尚品宅配	3.67%	2.54%	2.40%	1.87%
顶固集创	4.77%	3.60%	4.68%	4.04%
志邦家居	5.77%	5.46%	5.88%	4.54%
金牌厨柜	6.31%	5.13%	5.08%	4.89%
好莱客	4.73%	4.87%	4.73%	3.92%
皮阿诺	3.88%	2.83%	3.07%	2.54%
我乐家居	3.48%	3.62%	2.78%	3.09%
欧派家居	5.06%	4.44%	4.74%	4.74%
索菲亚	3.27%	2.79%	2.48%	2.41%
平均值	**4.55%**	**3.92%**	**3.98%**	**3.56%**
本公司	**3.58%**	**3.79%**	**4.02%**	**2.54%**

数据来源：同行业可比公司公开披露的定期报告。

产品设计创新能力和信息化的高效柔性生产能力是家居行业企业持续发展的重要保障，报告期内，公司不断加大研发投入，提升研发人员薪酬水平，加强信息化系统建设和研发项目试验，2020 年度和 2021 年度，公司研发费用占营业收入的比重提升至行业平均水平。2022 年 1-6 月，公司研发费用率略有下降，低于同行业平均水平，主要高定事业部、智能家居事业部等研发部门于 2021 年末相继完成相关产品的开发工作，后续研发项目投入相对较小；同时，参与研发设计的部分设计师、安装工程师于 2022 年初起开展对外销售设计、安装工作，其费用类别由研发人员转为销售人员所致。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用占营业收入的比重分别为 1.01%、0.74%、0.93%和 0.50%，占比较低，公司财务费用负担较轻，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息费用	305.79	1,132.01	802.71	967.30
其中：租赁负债利息费用	273.70	585.32	-	-
减：利息收入	151.96	278.53	220.82	141.91
汇兑损益	0.58	-2.11	8.03	2.51
其他	73.04	101.28	32.16	3.57
合计	**227.44**	**952.65**	**622.07**	**831.47**

其中，2019 年度至 2020 年度公司财务费用主要为银行借款利息支出，2020 年度财务费用下降的原因主要系公司按照合同约定逐步偿还银行借款所致；2021 年度，公司财务费用所有增长，主要系受新租赁准则的影响，新增租赁负债利息支出；2022 年 1-6 月，公司财务费用主要系租赁负债利息支出。

（五）利润表其他相关科目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
城市维护建设税	189.94	12.11%	409.45	18.31%	346.07	-10.59%	387.04
教育费附加	135.67	12.11%	292.46	18.36%	247.10	-10.62%	276.46
房产税	109.47	1.49%	217.06	34.48%	161.41	-25.18%	215.74
印花税	32.28	0.65%	79.43	19.17%	66.65	3.44%	64.43
其他	38.51	0.96%	76.73	31.35%	58.42	-24.79%	77.67
合计	**505.87**	**7.97%**	**1,075.13**	**22.22%**	**879.65**	**-13.87%**	**1,021.34**

注：2022 年 1-6 月增幅为与 2021 年 1-6 月比较。

报告期内，公司税金及附加主要为城市维护建设税、教育费附加和房产税

等，其中城市维护建设税和教育费附加分别根据当期应交增值税的 7%和 5%计算缴纳。

报告期内，公司增值税计缴情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初余额	704.66	655.38	521.33	1,383.88
本期应交税额	2,704.11	5,838.96	4,921.98	5,462.17
本期已交税额	2,900.99	5,789.68	4,787.93	6,324.71
期末余额	507.79	704.66	655.38	521.33

2020 年度，公司城市维护建设税和教育费附加较上一年减少，主要系由于 2019 年 4 月以来，随着国家调整增值税率，公司应交增值税减少，城市维护建设税和教育费附加同步减少；2021 年度和 2022 年 1-6 月，随着公司营业收入的增加，应交增值税增加，城市维护建设税和教育费附加同步增加。

2020 年度，由于疫情因素，国家发布减免房产税的普遍性政策，依据《国家税务总局重庆市巴南区税务局税务事项通知书》（巴南税通【2020】1299 号），公司减免缴纳 3 个月房产税；2021 年度，随着政策执行完毕，公司缴纳的房产税有所增加。

其他税费主要包括土地使用税、环境保护税、车船使用税等，总体金额较小。

2、其他收益

报告期内，公司其他收益分别为 690.31 万元、690.41 万元、230.81 万元和 218.78 万元，主要为政府补助收入，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
与资产相关的政府补助	106.77	130.33	72.07	46.80
与收益相关的政府补助	88.95	64.64	566.94	640.24
个人所得税手续费返还	13.90	20.61	28.94	1.02
直接减免的增值税	9.15	15.23	22.46	2.25

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合计	218.78	230.81	690.41	690.31

报告期内，公司计入其他收益的政府补助明细如下：

（1）与资产相关的政府补助

单位：万元

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
2021 年佛山市推进制造业数字化智能化转型发展扶持资金项目	20.91	-	-	-	佛山市工业和信息化局关于 2021 年佛山市数字化智能化示范车间评审结果的公示
挥发性有机物治理项目	14.80	7.26	-	-	重庆市巴南区财政局关于下达 2019 年中央大气污染防治资金预算的通知（巴财建发[2021]10 号）、重庆市巴南区生态环境局关于同意重庆玛格家居有限公司挥发性有机物深度治理等项目立项的批复（2020-59）
2020 年广东省工业企业技术改造项目事后奖补资金	12.98	25.14	3.78	-	佛山市财政局关于下达 2020 年工业企业技术改造事后奖补专项资金（省级第一批及市级全额）的通知（佛财工〔2020〕137 号）
2018 年第一批重庆市工业和信息化专项资金	8.75	17.50	17.50	17.50	重庆市经济和信息化委员会关于重庆玛格家居有限公司全屋定制家具个性化设计与制造项目资金申请报告的批复（渝经信智能〔2018〕40 号）
2018 年广东省级经济发展专项资金	7.54	15.09	15.09	15.09	佛山市财政局关于调剂 2018 年省级促进经济发展专项资金（支持企业技术改造用途）（新一轮技术改造、企业技术中心、智能制造）的通知（佛财工〔2018〕177 号）
2021 年第一批巴南区工业和信息化项目	6.50	4.34	-	-	重庆市巴南区经济和信息化委员会 2021 年第一批巴南区工业和信息化项目拟支持名单公示
2020 年抗疫特别国债资金	6.27	12.54	1.04	-	佛山市财政局关于下达 2020 年抗疫特别国债资金（企业技术改造）的通知（佛财工〔2020〕175 号）
2019 年省级促进经济高质量发展专项资金	5.46	10.92	10.92	2.63	佛山市财政局关于下达 2019 年省级促进经济高质量发展专项资金（工业企业技术改造事后奖补）的通知（佛财工〔2019〕115 号）、佛山市财政局关于下达 2019 年工业企业技术改造事后奖补市级配套资金的通知（佛财工〔2019〕148 号）、关于 2019 年工业企业技术改造事后奖补资金拟安排计划

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
					的公示
2021 年省级促进经济高质量发展专项资金	4.97	6.62	-	-	佛山市工业和信息化局关于 2021 年广东省省级促进经济高质量发展专项企业技术改造（第二批）资金拟安排计划的公示
2020 年第二批重庆市工业和信息化专项资金	4.68	9.36	4.68	-	重庆市巴南区经济和信息化委员会关于重庆玛格家居有限公司玛格全屋家居智能定制数字化车间项目资金申请报告的批复（巴南经信〔2020〕185 号）、重庆市巴南区经济和信息化委员会关于重庆玛格家居有限公司绿色工厂项目资金申请报告的批复（巴南经信〔2020〕188 号）
2018 年第二批重庆市工业和信息化专项资金	4.56	9.12	12.85	7.68	重庆市巴南区经济和信息化委员会关于重庆玛格家居有限公司年产 4 万套全屋定制家具生产线技术改造项目资金申请报告的批复（巴南经信〔2018〕241 号）
2020 年第一批巴南区工业和信息化项目	2.49	4.97	2.07	-	重庆市巴南区经济和信息化委员会关于 2020 年第一批巴南区工业和信息化项目拟支持企业名单公示
2017 年佛山市技术改造专项资金	1.95	3.89	3.89	3.89	佛山市财政局关于下达 2017 年佛山市技术改造专项资金的通知（佛财工〔2018〕12 号）
佛山市工业企业技术改造固定资产投资奖补资金	1.47	2.94	0.25	-	佛山市工业和信息化局关于下达 2020 年佛山市工业企业技术改造固定资产投资奖补资金项目（第二批）奖补计划的通知（佛工信函〔2020〕919 号）
大气污染防治补助资金	1.80	0.62	-	-	重庆市巴南区生态环境局关于开展大气污染防治中央专项资金项目入库申报工作的通知
2021 年广东省级促进经济高质量发展专项资金	1.64	-	-	-	佛山市工业和信息化局关于 2021 年省级促进经济高质量发展专项企业技术改造资金项目资金安排计划的公示
合计	**106.77**	**130.33**	**72.07**	**46.80**	**-**

（2）与收益相关的政府补助

单位：万元

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
佛山市工业产品质量提升扶持资金	25.00	-	-	-	佛山市市场监督管理局关于组织开展佛山市工业产品质量提升扶持资

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
					金（质量发展）直达企业工作的通知
一次性留工补助	16.36	-	-	-	广州市社会保险基金管理中心关于启动我市 2022 年一次性留工培训补助主动发放工作的通告
稳岗补贴	16.26	-	10.21	455.94	重庆市巴南区失业保险稳岗补贴公示名单（2018 年第 4 批）、重庆市巴南区失业保险困难企业稳岗返还公示名单（2019 年第 2 批）、佛山市人力资源和社会保障局关于明确我市失业保险支持企业稳定岗位实施意见有关工作事项的通知（佛人社〔2016〕165 号）、广州市人力资源和社会保障局关于启动我市 2020 年失业保险稳岗补贴申报工作的通告（穗人社通告〔2020〕1 号）、广州市社会保险基金管理中心关于启动我市 2022 年失业保险稳岗返还主动发放工作的通告
重庆市巴南区 2021 年第四批科技创新驱动发展资金	15.66	-	-	-	重庆市巴南区科学技术局关于兑付 2021 年第四批科技创新驱动发展资金的公示
新增员工补贴	5.95	-	-	-	佛山市三水区人力资源和社会保障局关于符合新增员工补贴条件名单的公示
2020 年高新技术企业研发费用补助	-	17.96	-	-	佛山市科学技术局关于申领 2020 年高新技术企业研发费用补助的通知（佛科函〔2021〕29 号）
适岗职业技能培训补贴	-	13.90	-	-	广东省人力资源和社会保障厅关于开展企业职工线上适岗职业技能培训的通知（粤人社函[2020]34 号）
2020 年重庆市应对疫情援企稳岗返还款	-	-	234.53	-	重庆市人力资源和社会保障局重庆市财政局重庆市经济和信息化委员会重庆市医疗保障局关于支持中小企业应对新型冠状病毒感染肺炎疫情实施援企稳岗返还政策的通知（渝人社发〔2020〕10 号）
2019 年度重庆市巴南区科技创新扶持研发投入补助	-	-	87.73	-	关于《印发重庆市巴南区科技创新扶持办法》的通知（巴南府办发〔2019〕149 号）
2020 年第三批重庆市工业和信息化专项资金项目补助	-	-	80.00	-	重庆市经济和信息化委员会关于申报重庆市工业和信息化专项资金项目补助的通知（渝经信财审〔2020〕42 号）
2020 年第一批巴	-	-	40.00	-	重庆市巴南区经济和信息化委员会

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
南区工业和信息化项目					关于 2020 年第一批巴南区工业和信息化项目拟支持企业名单公示
2020 年广东省以工代训职业培训补贴	-	-	26.25	-	广东省人力资源和社会保障厅、广东省财政厅关于印发《关于做好以工代训工作的通知》
2019 年重庆市“专精特新”中小企业奖励资金	-	-	20.00	-	关于 2019 年市中小微企业发展专项资金工业企业升规培育奖励等领域项目拟支持名单的公示
2018 年度巴南区重点产业企业招工补贴	-	-	15.80	-	关于 2018 年度巴南区重点产业企业招工补贴审核结果的公示
2019 年度巴南区重点产业企业招工补贴	-	-	15.50	-	重庆市巴南区人力资源和社会保障局重庆市巴南区经济和信息化委员会重庆市巴南区财政局关于开展 2019 年度巴南区重点产业企业招工补贴工作的通知（巴南人社发〔2020〕108 号）
2020 年佛山市三水区应对疫情企业复工复产补贴	-	-	14.00	-	关于三水区企业复工复产补贴资金的公示
2020 年重庆市巴南区人才示范单位补助	-	-	10.00	-	关于 2020 年重庆市巴南区人才工作示范单位入选名单公示
2017 年经济园区重点产业企业招工补贴	-	-	-	38.30	重庆巴南经济园区建设实业有限公司通知
2019 年重庆市农产品加工企业奖补奖金	-	-	-	100.00	重庆市农业农村委员会关于认定 2019 年度重庆市农产品加工业示范园区和示范企业名单的通知（渝农发〔2019〕177 号）
2018 年佛山市三水区级高新技术企业补助资金	-	-	-	20.00	关于开展 2018 年区级高新技术企业补助资金申报工作的通知
2018 年佛山市级高新技术企业补助资金	-	-	-	10.00	佛山市财政局关于下达 2018 年高新技术企业认定补助资金的通知
其他	9.72	32.78	12.92	16.00	-
合计	**88.95**	**64.64**	**566.94**	**640.24**	**-**

3、投资收益

报告期内，公司投资收益均为购买理财产品产生的投资收益，分别为 320.75 万元、265.02 万元、129.76 万元和 37.33 万元。

4、公允价值变动收益

2019 年度至 2021 年度，公司公允价值变动收益为 27.93 万元、3.93 万元和 103.87 万元，均来源于交易性金融资产。

5、信用减值损失

根据《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），财务报表新增信用减值损失科目，详见“第十节 财务会计信息”之“四、主要会计政策及会计估计”。

2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，公司信用减值损失为 299.73 万元、-72.82 万元、246.34 万元和 149.75 万元，其中 2019 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月系计提应收票据、应收账款和其他应收款坏账准备产生；2020 年度，因公司收回前期应收款项，将前期计提的相应减值准备冲回。

6、资产减值损失

报告期内，资产减值损失分别为 96.18 万元、122.94 万元、192.99 万元和 140.79 万元，均为存货跌价损失。

7、资产处置收益

资产处置收益系公司转让仍具有使用价值的生产设备所产生，2019 年度、2020 年度和 2022 年 1-6 月，因资产处置产生收益分别为-636.32 万元、4.57 万元和-20.79 万元，其中 2019 年度亏损金额较大主要系天津工厂停产，公司处置了该厂区生产设备所致。

8、营业外收支

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收入构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
赔偿收入	-	2.23	16.40	5.00

无法支付款项	-	-	0.02	82.90
代理机构退回关税	-	-	61.39	-
其他	1.05	1.64	4.16	4.62
合计	**1.05**	**3.87**	**81.97**	**92.52**

报告期内，公司营业外收入金额较小。2019 年度，公司营业外收入主要由无法支付款项组成；2020 年度，公司营业外收入主要系进口原材料代理报关机构退还公司的关税税款；2021 年度，公司营业外收入主要系由于侵权行为进行的索赔收入。

（2）营业外支出

报告期内，公司营业外支出构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
捐赠支出	-	6.86	10.00	1.00
非流动资产报废损失	1.71	-	-	14.80
罚款支出	-	-	-	3.00
其他	0.02	2.96	1.90	16.85
合计	**1.73**	**9.82**	**11.90**	**35.65**

报告期内，公司营业外支出金额较小，主要由捐赠支出、非流动资产报废损失、罚款支出以及其他损失组成。

（六）主要税项缴纳情况

1、增值税计缴情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初余额	704.66	655.38	521.33	1,383.88
本期应交税额	2,704.11	5,838.96	4,921.98	5,462.17
本期已交税额	2,900.99	5,789.68	4,787.93	6,324.71
期末余额	507.79	704.66	655.38	521.33

2、企业所得税计缴情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初余额	131.30	-208.01	614.06	825.51
本期应交税额	639.21	1,488.86	1,086.14	2,068.66
本期已交税额	958.07	1,149.55	1,908.21	2,280.11
期末余额	-187.56	131.30	-208.01	614.06

3、所得税费用明细情况

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税费用	639.21	1,488.86	1,086.14	2,068.66
递延所得税费用	-247.17	478.46	777.04	150.57
合计	**392.04**	**1,967.32**	**1,863.18**	**2,219.23**

报告期内，公司所得税费用主要由当期所得税费用和递延所得税费用构成，公司当期所得税费用的增减变动与公司当期实现利润变动情况相匹配。

4、所得税费用与会计利润的关系

公司所得税费用与会计利润关系如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	3,234.99	12,831.34	11,716.45	12,235.36
按法定/适用税率计算的所得税费用	485.25	1,924.70	1,757.47	3,058.84
子公司适用不同税率的影响	-14.32	94.84	32.92	-696.07
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	26.82	153.09	133.79	119.67
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-	-246.34
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	2.86	9.49	18.27	1.11
转回前期确认未弥补亏损	-	-	-	171.41

税率调整导致期初递延所得税资产/负债余额的变化	-	-	26.57	-
税法规定的允许加计扣除	-108.58	-214.80	-105.84	-189.39
合计	**392.04**	**1,967.32**	**1,863.18**	**2,219.23**

（七）非经常性损益对经营成果的影响

报告期内，公司非经常性损益影响的净利润分别为 323.33 万元、827.87 万元、348.14 万元和 183.15 万元，占当期利润总额的比重分别为 2.64%、7.07%、2.71%和 5.66%。其中，2019 年度、2020 年度和 2022 年 1-6 月，主要系计入当期损益的政府补助，分别为 687.04 万元、639.01 万元和 195.72 万元；2021 年度，主要系公司持有交易性金融资产产生的公允价值变动损益、取得的投资收益和计入当期损益的政府补助。公司非经常性损益明细表请见“第十节 财务会计信息”之“八、非经常损益明细”。

十一、资产质量分析

（一）资产构成情况及变动分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下表：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	34,389.31	40.71%	38,661.37	43.65%	33,835.52	47.51%	26,285.87	42.80%
非流动资产	50,094.06	59.29%	49,914.27	56.35%	37,382.49	52.49%	35,131.00	57.20%
资产合计	**84,483.37**	**100.00%**	**88,575.64**	**100.00%**	**71,218.01**	**100.00%**	**61,416.87**	**100.00%**

报告期各期末，公司资产总额分别为 61,416.87 万元、71,218.01 万元、88,575.64 万元和 84,483.37 万元，其中 2020 年末和 2021 年末分别较上年末增长 15.96%和 24.37%。随着业务的不断发展，公司资产规模不断扩张，总体上与公司生产经营相适应，保证了公司正常发展的需要。2022 年 6 月末，公司资产总额较上年末减少 4.62%，主要系使用银行存款偿还短期借款以及部分发出商品于 2022 年上半年验收所致。

（二）流动资产的构成及变化情况分析

报告期内，公司流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	20,171.92	58.66%	22,212.43	57.45%	24,452.36	72.27%	7,133.23	27.14%
交易性金融资产	-	-	3,103.87	8.03%	306.93	0.91%	9,357.93	35.60%
应收票据	1,304.75	3.79%	309.39	0.80%	220.04	0.65%	466.51	1.77%
应收账款	2,129.42	6.19%	213.25	0.55%	305.79	0.90%	804.00	3.06%
预付款项	923.27	2.68%	856.48	2.22%	916.82	2.71%	1,306.31	4.97%
其他应收款	1,321.87	3.84%	1,336.37	3.46%	926.73	2.74%	1,067.58	4.06%
存货	7,329.98	21.31%	10,121.56	26.18%	6,224.18	18.40%	5,846.89	22.24%
其他流动资产	1,208.10	3.51%	508.02	1.31%	482.68	1.43%	303.42	1.15%
流动资产合计	**34,389.31**	**100.00%**	**38,661.37**	**100.00%**	**33,835.52**	**100.00%**	**26,285.87**	**100.00%**

报告期各期末，公司流动资产主要包括货币资金、交易性金融资产、应收账款、其他应收款和存货，合计占公司流动资产总额的比例分别 92.10%、95.21%、 95.67%和 90.01%，占比基本保持平稳。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 7,133.23 万元、24,452.36 万元、22,212.43 万元和 20,171.92 万元，以银行存款为主。报告期内，公司经营活动产生的现金流状况较好，能够满足日常经营需要。

报告期各期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
库存现金	3.00	2.50	12.63	3.24
银行存款	17,569.45	21,835.02	24,242.94	6,893.43
其他货币资金	2,599.48	374.91	196.79	236.56
合计	**20,171.92**	**22,212.43**	**24,452.36**	**7,133.23**

2020 年末货币资金余额较 2019 年末增加 17,319.13 万元，主要系公司赎

回理财产品以及公司经营活动现金流量净额增加所致；2021 年末货币资金余额较 2020 年末减少 2,239.93 万元，主要系公司购买理财产品及偿还银行借款所致；2022 年 6 月末货币资金余额较 2021 年末减少 2,040.51 万元，主要系公司偿还短期借款所致。

其他货币资金主要为天猫、京东等电商平台账户中未提现的余额、公司申请履约保函而向银行存入的保证金、承兑汇票保证金、定期存单以及诉讼保全金。

2022 年 6 月末，公司其他货币资金较 2021 年末增加 2,224.57 万元，主要系公司为提高资金使用效率，开具银行承兑汇票与供应商进行结算，承兑汇票保证金大幅增加。

2、交易性金融资产

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司交易性金融资产账面价值分别为 9,357.93 万元、306.93 万元和 3,103.87 万元，主要是公司短暂使用闲置营运资金购买短期银行理财产品的资金管理行为，不属于长期的财务性投资。

2022 年 6 月末，公司无交易性金融资产。

3、应收票据

报告期各期末，公司应收票据账面价值分别为 466.51 万元、220.04 万元、309.39 万元和 1,304.75 万元，全部为商业承兑汇票。报告期内，公司应收票据收票、贴现、背书情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末/2022 年 1-6 月	2021 年末/2021 年度	2020 年末/2020 年度	2019 年末/2019 年度
期初余额	325.67	231.62	491.07	-
本期收到票据	1,047.75	428.95	340.87	491.07
本期减少	-	334.90	600.31	-
其中：到期托收	-	334.90	600.31	-
对外背书	-	-	-	-
期末余额	1,373.42	325.67	231.62	491.07

2022 年 6 月末，公司应收票据余额较 2021 年末增加 1,047.75 万元，主要系广州市谷柔家居用品有限公司新建其高端定制家居产品展厅向公司订购了多套玛格极高端定制家居产品，并使用商业承兑汇票与公司进行结算所致。

报告期各期末，公司采用账龄分析法计提坏账准备的应收商业承兑汇票余额、账龄情况及计提的坏账准备金额如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
账面余额	1,373.42	325.67	231.62	491.07
账龄	一年以内	一年以内	一年以内	一年以内
计提比例	5%	5%	5%	5%
减：坏账准备	68.67	16.28	11.58	24.55
账面价值	1,304.75	309.39	220.04	466.51

公司上述承兑汇票账龄均在 1 年以内，流动性好，回收风险较低，报告期内公司未曾发生因票据引发的坏账损失。

4、应收账款

（1）应收账款规模及变动情况

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 804.00 万元、305.79 万元、213.25 万元和 2,129.42 万元，占流动资产比例分别为 3.06%、0.90%、0.55%和 6.19%，占资产总额的比例分别为 1.31%、0.43%、0.24%和 2.52%，占比较低，主要系报告期内公司产品销售以经销商模式为主，公司对经销商主要采取先款后货的结算方式。

报告期各期末，公司应收账款变动情况如下表：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应收账款账面价值	2,129.42	213.25	305.79	804.00
较上期末增幅	898.57%	-30.26%	-61.97%	-31.48%
占流动资产比例	6.19%	0.55%	0.90%	3.06%
占总资产比例	2.52%	0.24%	0.43%	1.31%

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
占营业收入比例	4.64%	0.21%	0.36%	0.98%
营业收入同比增幅	10.12%	22.20%	1.82%	8.12%

2020 年末，公司应收账款账面价值较上年末下降 498.22 万元，主要系公司收回部分期限较长的经销商货款，公司应收经销商款项保持在较低水平，未显著增大；2021 年末，公司应收账款账面价值较上年末下降 92.54 万元，保持在较低水平，未显著增大；2022 年 6 月末，公司应收账款账面价值较上年末增加 1,916.18 万元，主要系 2022 年上半年，公司为龙湖、银广厦集团有限公司等大宗业务客户提供的定制家居产品完成验收，截至 6 月末相关款项尚在信用期限内。

（2）应收账款信用期及账龄情况

报告期内，公司的信用政策如下：

客户类型	信用标准	信用期
重点区域经销商	收取一定的预付款，在其授信额度内直接下单生产，在产品交付后给予客户一定的信用付款期	一年以内
普通经销商	先款后货	无
学校、房地产开发商等大宗业务客户	采取按进度付款方式进行货款结算，产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用付款期	一年以内

经销商销售模式下，公司通常采取“先款后货”的销售模式，即经销商根据其不同终端客户个性化定制需求，通过订单平台向公司下单采购定制家居产品，并需在订单投产前支付相应订单的全部货款，因此，公司经销商销售模式下应收账款较少。

公司的应收账款主要为应收部分重点区域经销商和学校、房地产开发商等大宗业务客户的销售货款。公司针对部分重点区域的经销商，根据客户信用和资金实力等情况，先预收一定比例的货款，然后按照合同计划安排生产、发货及收取货款，并给予一定的信用期；针对学校、房地产开发商等大宗业务客户，公司采取按进度付款方式进行货款结算，产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用付款期。

报告期内，公司给予经销商的信用政策不存在显著宽松于其他销售方式的

情形。

报告期各期末，公司账龄在 1 年以内的应收账款占比分别为 22.72%、81.37%、85.28%和 97.77%，账龄在 1-2 年的应收账款占比分别为 60.59%、16.34%、11.06%和 1.58%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	账面原值	占比	账面原值	占比	账面原值	占比	账面原值	占比
1 年以内（含 1 年）	2,394.42	97.77%	370.22	85.28%	311.68	81.37%	268.81	22.72%
1-2 年	38.74	1.58%	48.02	11.06%	62.57	16.34%	716.84	60.59%
2-3 年	9.06	0.37%	10.02	2.31%	7.66	2.00%	183.32	15.49%
3 年以上	6.84	0.28%	5.88	1.35%	1.13	0.30%	14.09	1.19%
合计	**2,449.06**	**100.00%**	**434.15**	**100.00%**	**383.05**	**100.00%**	**1,183.07**	**100.00%**

公司以收入确认时点为起算时点，以各资产负债表日为终点来计算应收账款的账龄，以此作为账龄划分标准。其中，2020 年末，账龄在 1 年以内应收账款占比回升，主要系关联方个体户张庆伟偿还全部货款所致；2021 年末和 2022 年 6 月末，账龄在 1 年以内的应收账款占比呈上升趋势，应收账款账龄整体较短，账龄结构合理。

（3）应收账款计提坏账准备分析

1）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

2022 年 6 月末	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备	191.60	7.82	191.60	100.00	-
其中：单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	191.60	-	191.60	-	-
按组合计提坏账准备	2,257.46	92.18	128.03	5.67	2,129.42
其中：风险组合	2,257.46	-	128.03	-	2,129.42
合计	**2,449.06**	**100.00**	**319.63**	**13.05**	**2,129.42**
2021 年末	**账面余额**		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例**	**金额**	**计提比例**	

		（%）		（%）	
按单项计提坏账准备	194.10	44.71	191.60	98.71	2.50
其中：单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	194.10	-	191.60	-	2.50
按组合计提坏账准备	240.05	55.29	29.30	12.21	210.75
其中：风险组合	240.05	-	29.30	-	210.75
合计	**434.15**	**100.00**	**220.90**	**50.88**	**213.25**
2020 年末	**账面余额**		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例（%）**	**金额**	**计提比例（%）**	
按单项计提坏账准备	52.65	13.75	52.65	100.00	-
其中：单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	52.65	-	52.65	-	-
按组合计提坏账准备	330.40	86.25	24.61	7.45	305.79
其中：风险组合	330.40	-	24.61	-	305.79
合计	**383.05**	**100.00**	**77.26**	**20.17**	**305.79**
2019 年末	**账面余额**		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例（%）**	**金额**	**计提比例（%）**	
按单项计提坏账准备	138.34	11.69	138.34	100.00	-
其中：单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	138.34	-	138.34	-	-
按组合计提坏账准备	1,044.72	88.31	240.72	23.04	804.00
其中：风险组合	1,044.72	-	240.72	-	804.00
合计	**1,183.07**	**100.00**	**379.06**	**32.04**	**804.00**

2019 年末，公司单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款客户为山西金玛智能化家居有限公司，公司对其应收账款逾期未收回，且预计未来收回的可能性较小，因此于 2019 年末对尚未收回的款项 138.34 万元全额计提坏账。

2020 年末，公司对 52.65 万元单项金额不重大的应收账款全额计提了坏账准备，主要系以上款项经多次催收无果后预计未来收回的可能性较小。

2021 年末及 2022 年 6 月末，公司单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款客户为北京地区经销商北京睦然舒欣科技有限公司，其由于自身经营原因终止经销公司产品，公司已与其就应收账款回收签署了相关协议，并将截至本招股说明书签署之日尚未收回的 191.60 万元应收款项计提了坏账损失。

2）采用组合计提坏账准备的应收账款明细如下：

单位：万元

账龄	2022 年 6 月末		
	应收账款	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	2,210.97	110.55	5.00
1-2 年	30.59	6.12	20.00
2-3 年	9.06	4.53	50.00
3 年以上	6.84	6.84	100.00
合计	**2,257.46**	**128.03**	**5.67**
账龄	**2021 年末**		
	应收账款	**坏账准备**	**计提比例（%）**
1 年以内（含 1 年）	176.13	8.81	5.00
1-2 年	48.02	9.60	20.00
2-3 年	10.02	5.01	50.00
3 年以上	5.88	5.88	100.00
合计	**240.05**	**29.30**	**12.21**
账龄	**2020 年末**		
	应收账款	**坏账准备**	**计提比例（%）**
1 年以内（含 1 年）	297.84	14.89	5.00
1-2 年	23.76	4.75	20.00
2-3 年	7.66	3.83	50.00
3 年以上	1.13	1.13	100.00
合计	**330.40**	**24.61**	**7.45**
账龄	**2019 年末**		
	应收账款	**坏账准备**	**计提比例（%）**
1 年以内（含 1 年）	229.97	11.50	5.00
1-2 年	617.34	123.47	20.00
2-3 年	183.32	91.66	50.00
3 年以上	14.09	14.09	100.00
合计	**1,044.72**	**240.72**	**23.04**

3）可比上市公司应收账款坏账计提政策

报告期内，公司与同行业可比上市公司应收账款坏账计提政策对比如下：

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
欧派家居	5%	20%	50%	80%	100%	100%
好莱客	2%	10%	50%	100%	100%	100%
尚品宅配	3%	10%	20%	100%	100%	100%
皮阿诺	1%	5%	50%	100%	100%	100%
我乐家居	5%	10%	20%	30%	50%	100%
索菲亚	1%	5%	50%	100%	100%	100%
志邦家居	5%	20%	50%	80%	100%	100%
金牌厨柜	5%	20%	40%	60%	80%	100%
顶固集创	5%	30%	60%	80%	100%	100%
公司	**5%**	**20%**	**50%**	**100%**	**100%**	**100%**

从上表可见，公司应收账款坏账准备计提政策合理，与同行业可比上市公司不存在明显差异，符合行业特点。

（4）公司应收账款前五大情况

报告期各期末，公司前五大欠款客户应收账款余额占应收账款总额的比重分别为 84.97%、78.20%、90.92%和 89.69%，明细如下：

单位：万元

项目	客户名称	金额	占应收账款余额的比重	坏账准备
2022 年 6 月末	龙湖	1,656.08	67.62%	82.80
	北京睦然舒欣科技有限公司	191.60	7.82%	191.60
	银广厦集团有限公司	142.12	5.80%	7.11
	天津市红桥区舜雅家具销售中心	135.60	5.54%	6.78
	无锡美特家建材有限公司	71.06	2.90%	3.55
	合计	**2,196.45**	**89.69%**	**291.84**
2021 年末	北京睦然舒欣科技有限公司	194.10	44.71%	191.60
	天津市红桥区舜雅家具销售中心	132.13	30.43%	6.61
	金科	35.70	8.22%	11.78
	重庆市盛全鑫科技有限公司	18.19	4.19%	0.91
	重庆德普外国语学校	14.60	3.36%	3.39
	合计	**394.72**	**90.92%**	**214.28**
2020 年末	天津市红桥区舜雅家具销售中心	94.63	24.71%	4.73

项目	客户名称	金额	占应收账款余额的比重	坏账准备
	金科	83.35	21.76%	8.45
	北京睦然舒欣科技有限公司	75.45	19.70%	3.77
	晋中开发区百和谦建材经销部	30.68	8.01%	30.68
	重庆德普外国语学校	15.40	4.02%	1.58
	合计	**299.51**	**78.20%**	**49.21**
2019 年末	个体户张庆伟	733.47	62.00%	189.05
	山西金玛智能化家居有限公司	138.34	11.69%	138.34
	天津市红桥区舜雅家具销售中心	53.43	4.52%	2.67
	万科（重庆）企业有限公司	43.40	3.67%	24.88
	天津市瑞鸿装饰材料销售有限公司静海分公司	36.55	3.09%	1.83
	合计	**1,005.19**	**84.97%**	**356.77**

注 1：龙湖包括重庆龙湖煦筑房地产开发有限公司、西安湖卓置业有限公司、广州市嘉万房地产有限公司、成都龙湖辰顺置业有限公司、西安南湖锦腾置业有限公司、南昌湖晟置业有限公司、西安旭晟置业有限公司、成都辰攀置业有限公司、成都辰发置业有限公司和龙湖物业服务集团有限公司；

注 2：金科包括重庆市金科实业集团弘景房地产开发有限公司、重庆庆科商贸有限公司、石家庄金科房地产开发有限公司、重庆金科竹宸置业有限公司、南宁金卓立房地产开发有限公司等公司；万科（重庆）企业有限公司包括重庆万卓置业有限公司和万科（重庆）蓝山置业有限公司。

报告期各期末，公司前五大应收账款客户主要为学校、房地产开发商等大宗业务客户和部分重点区域经销商，公司已根据其应收账款账龄情况充分计提了坏账准备。其中，2019 年末，公司前五大欠款客户中个体户张庆伟系公司关联方，公司应收其款项详见“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、报告期内的关联交易”之“（三）关联方应收应付”。

截至 2022 年 6 月末，公司应收账款中无持有本公司 5%以上（含 5%）股权的股东或其他关联方的欠款。

5、预付款项

公司预付款项主要为预付设计服务费、原材料采购款、广告费等。报告期各期末，公司的预付款项分别为 1,306.31 万元、916.82 万元、856.48 万元和 923.27 万元，占资产总额比例分别为 2.13%、1.29%、0.97%和 1.09%，占比

较小。

2020 年末，公司预付款项余额下降幅度较大，主要系公司向重庆新途进出口贸易有限公司采购的进口板材年末未结算采购款减少；2021 年末和 2022 年 6 月末，公司预付款项余额变动较小。

报告期各期末，公司预付款项的账龄主要在 1 年以内，预付款项发生减值的风险较小。

报告期各期末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

项目	单位名称	金额	占预付款项的比例	采购品种/性质
2022 年 6 月末	中国对外贸易广州展览有限公司	162.59	17.61%	展会费
	深圳市为爱设计有限公司	125.60	13.60%	设计服务费
	广州市罗浮宫家具有限公司	86.00	9.31%	成品家具
	重庆新途进出口贸易有限公司	80.06	8.67%	板材
	上海中贸美凯龙经贸发展有限公司	52.92	5.73%	展会费
	合计	**507.17**	**54.93%**	**-**
2021 年末	深圳市为爱设计有限公司	136.80	15.97%	设计服务费
	广州迪岸广告有限公司	103.77	12.12%	广告费
	重庆新途进出口贸易有限公司	71.32	8.33%	板材
	上海中贸美凯龙经贸发展有限公司	52.92	6.18%	展会费
	淄博昌润木业有限公司	38.07	4.44%	包覆线材
	合计	**402.88**	**47.04%**	**-**
2020 年末	广州市优逅贸易有限公司	113.06	12.33%	板材
	重庆新途进出口贸易有限公司	111.29	12.14%	板材
	广州迪岸空港文化传播有限公司	110.00	12.00%	广告费
	江苏路铁文化传媒有限公司	69.18	7.55%	广告费
	成都造易软件有限责任公司	48.00	5.24%	软件费
	合计	**451.53**	**49.25%**	**-**
2019 年末	重庆新途进出口贸易有限公司	390.53	29.90%	板材
	广州迪岸空港文化传播有限公司	110.00	8.42%	广告费
	广州市优逅贸易有限公司	97.70	7.48%	板材
	珠海现代骊建科技有限公司	95.00	7.27%	安装费

项目	单位名称	金额	占预付款项的比例	采购品种/性质
	江苏路铁文化传媒有限公司	69.18	5.30%	广告费
	合计	**762.42**	**58.36%**	**-**

截至 2022 年 6 月末，公司预付账款中无持有本公司 5%以上（含 5%）股权的股东或其他关联方的欠款。

6、其他应收款

报告期各期末，其他应收款金额分别为 1,067.58 万元、926.73 万元、1,336.37 万元和 1,321.87 万元，占总资产的比例分别为 1.74%、1.30%、1.51%和 1.56%，主要为土地保证金、房屋租赁保证金、出售长期资产款等，金额基本稳定且占总资产的比例较低。

（1）其他应收款构成情况

报告期各期末，公司其他应收款余额具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
保证金	1,359.10	1,377.89	847.36	905.05
出售长期资产款	-	-	-	176.01
其他	32.97	30.06	158.05	144.85
合计	**1,392.07**	**1,407.94**	**1,005.41**	**1,225.90**

（2）坏账准备计提情况

报告期各期末，公司其他应收款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	1,392.07	100.00	70.20	5.04	1,321.87
其中：风险组合	32.97	2.37	2.25	6.82	30.72

保证金组合	1,359.10	97.63	67.96	5.00	1,291.15
合计	**1,392.07**	**100.00**	**70.20**	**5.04**	**1,321.87**
项目	**2021 年末**				
	账面余额		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例（%）**	**金额**	**计提比例（%）**	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	1,407.94	100.00	71.58	5.08	1,336.37
其中：风险组合	30.06	2.13	2.68	8.93	27.37
保证金组合	1,377.89	97.87	68.89	5.00	1,308.99
合计	**1,407.94**	**100.00**	**71.58**	**5.08**	**1,336.37**
项目	**2020 年末**				
	账面余额		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例（%）**	**金额**	**计提比例（%）**	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	1,005.41	100.00	78.69	7.83	926.73
其中：风险组合	158.05	15.72	36.32	22.98	121.73
保证金组合	847.36	84.28	42.37	5.00	805.00
合计	**1,005.41**	**100.00**	**78.69**	**7.83**	**926.73**
项目	**2019 年末**				
	账面余额		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例（%）**	**金额**	**计提比例（%）**	
按单项计提坏账准备	10.00	0.82	10.00	100.00	-
按组合计提坏账准备	1,215.90	99.18	148.32	12.20	1,067.58
其中：风险组合	320.85	26.17	103.57	32.28	217.28
保证金组合	895.05	73.01	44.75	5.00	850.30
合计	**1,225.90**	**100.00**	**158.32**	**12.91**	**1,067.58**

报告期内，由于交易对手信用情况良好，款项无法收回的可能性极小，公司对其他应收款中的保证金均按 5%计提坏账准备。其中，2019 年末，公司应收广东珠江投资股份有限公司的投标保证金 10 万元，公司出于成本考虑主动退出该项目，预计未来收回的可能性较小，因此全额计提了坏账准备。

（3）其他应收款前五名情况

报告期各期末，公司其他应收款余额前五名主要为土地保证金、房屋租赁保证金和投标保证金，不可回收风险较小。

报告期各期末，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

2022 年 6 月末					
序号	单位名称	款项性质	账面余额	占其他应收款的比重	坏账准备
1	佛山市三水区大塘镇财政办公室	土地保证金	600.00	43.10%	30.00
2	佛山市三水乐家居建材有限公司	房屋租赁保证金	281.31	20.21%	14.07
3	马扬雄	房屋租赁保证金	182.70	13.12%	9.13
4	佛山市向氏昌业家具有限公司	房屋租赁保证金	98.59	7.08%	4.93
5	侨鑫集团有限公司	房屋租赁保证金	52.02	3.74%	2.60
合计			**1,214.62**	**87.25%**	**60.73**
2021 年末					
序号	**单位名称**	**款项性质**	**账面余额**	**占其他应收款的比重**	**坏账准备**
1	佛山市三水区大塘镇财政办公室	土地保证金	600.00	42.62%	30.00
2	佛山市三水乐家居建材有限公司	房屋租赁保证金	281.31	19.98%	14.07
3	马扬雄	房屋租赁保证金	182.70	12.98%	9.13
4	佛山市向氏昌业家具有限公司	房屋租赁保证金	98.59	7.00%	4.93
5	侨鑫集团有限公司	房屋租赁保证金	52.02	3.69%	2.60
合计			**1,214.62**	**86.27%**	**60.73**
2020 年末					
序号	**单位名称**	**款项性质**	**账面余额**	**占其他应收款的比重**	**坏账准备**
1	佛山市三水乐家居建材有限公司	房屋租赁保证金	381.31	37.93%	19.07
2	马扬雄	房屋租赁保证金	181.44	18.05%	9.07
3	侨鑫集团有限公司	房屋租赁保证金	52.68	5.24%	2.63
4	深圳前海润泓供应链有限公司	投标保证金	50.00	4.97%	2.50
5	广州中申置业有限公司	房屋租赁保证金	35.19	3.50%	1.76
合计			**700.62**	**69.69%**	**35.03**

2019 年末					
序号	单位名称	款项性质	账面余额	占其他应收款的比重	坏账准备
1	佛山市三水乐家居建材有限公司	房屋租赁保证金	581.31	47.42%	29.07
2	佛山市宗晟伟杰木业有限公司	出售长期资产款	176.01	14.36%	88.00
3	佛山市格迪澳塑胶有限公司	房屋租赁保证金	84.43	6.89%	4.22
4	侨鑫集团有限公司	房屋租赁保证金	54.18	4.42%	2.71
5	广州中申置业有限公司	房屋租赁保证金	35.19	2.87%	1.76
合计			**931.11**	**75.96%**	**125.76**

2019 年末，公司应收佛山市宗晟伟杰木业有限公司的款项系 2017 年 7 月，公司停止租用其厂房后，双方协商确定由佛山市宗晟伟杰木业有限公司收购该厂房中所属于公司的机器设备，该款项经多次催收无果后预计未来收回的可能性较小，已于 2020 年末全额计提了坏账准备并进行了核销。2022 年 6 月末，公司前五大其他应收款余额未发生变动。

7、存货

（1）存货规模情况

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,846.89 万元、6,224.18 万元、10,121.56 万元和 7,329.98 万元。其中，2019 年末至 2021 年末公司存货账面价值呈上升趋势，主要系公司生产规模不断扩大，规划产能不断增加，原材料采购量和年末储备量均有所增长，同时新增大宗客户业务，发出商品有所增加；2022 年 6 月末，公司存货规模有所下降，主要原因系公司为房地产开发商等大宗客户提供的部分发出商品于 2022 年上半年验收，期末发出商品减少。

报告期各期末，公司存货情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
存货账面价值	7,329.98	10,121.56	6,224.18	5,846.89
占流动资产比例	21.31%	26.18%	18.40%	22.24%
占资产总额比例	8.68%	11.43%	8.74%	9.52%

（2）存货构成情况

报告期各期末，公司存货账面价值的构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料及委托加工物资	4,055.27	55.32%	4,701.84	46.45%	3,359.95	53.98%	2,873.09	49.14%
在产品	325.93	4.45%	425.88	4.21%	401.12	6.44%	556.38	9.52%
库存商品	2,819.78	38.47%	2,515.25	24.85%	1,902.66	30.57%	1,537.36	26.29%
发出商品	129.00	1.76%	2,478.60	24.49%	560.44	9.00%	880.06	15.05%
合计	**7,329.98**	**100.00%**	**10,121.56**	**100.00%**	**6,224.18**	**100.00%**	**5,846.89**	**100.00%**

公司生产经营主要有如下特点：1）订单式生产销售模式，公司生产的定制衣柜、整体厨柜等产品均为高度定制化产品，具有产品种类多、原材料采购量大、完工后交付周期短等特点；2）生产销售具有一定的季节性，每年 9 月至 12 月为公司整体销售旺季。

报告期内，受上述因素的影响，公司年末存货结构有如下特点：

1）原材料及委托加工物资占比最大。为满足生产用料需求，公司提前采购原材料，以避免因集中紧急采购引致的成本增加，使得期末原材料及委托加工物资库存金额较大。报告期各期末，公司原材料及委托加工物资占存货余额的比例分别为 49.14%、53.98%、46.45%和 55.32%。

2）库存商品金额较大。报告期各期末，库存商品的金额分别为 1,537.36 万元、1,902.66 万元、2,515.25 万元和 2,819.78 万元，为存货构成中的另一主要部分，主要系根据客户订单生产完成待发货的产品，该类存货尚需根据客户的时间要求安排发货，库存商品金额有所增加是公司业务规模扩大带动下的正常增长所致。

3）2021 年末发出商品金额大幅增加。主要系 2019 年度以来，公司不断拓展学校和房地产开发商等大宗客户，向其工程项目发出并安装部分产品，但年末尚未验收结算所致。2022 年 6 月末，公司为房地产开发商等大宗客户提供

的部分发出商品于 2022 年上半年完成验收，期末发出商品减少。

4）在产品金额呈下降趋势。随着公司生产过程的信息化、智能化升级，公司生产管理水平持续改善，生产效率不断提升，在产品金额整体呈下降趋势。

（3）在手订单覆盖率情况

报告期各期末，在产品、库存商品及发出商品的在手订单覆盖率具体情况如下：

单位：万元

日期	存货类别	期末余额	已签署销售合同对应的存货余额	在手订单覆盖率
2022 年 6 月末	在产品	350.16	214.42	61.23%
	库存商品-自制成品	791.08	790.30	99.90%
	库存商品-自制小样	58.72	-	-
	库存商品-外购	2,092.04	-	-
	发出商品	129.00	129.00	100.00%
2021 年末	在产品	425.88	253.26	59.47%
	库存商品-自制成品	726.95	720.37	99.09%
	库存商品-自制小样	51.60	-	-
	库存商品-外购	1,861.76	-	-
	发出商品	2,478.60	2,478.60	100.00%
2020 年末	在产品	401.12	249.04	62.09%
	库存商品-自制成品	855.77	846.57	98.92%
	库存商品-自制小样	24.10	-	-
	库存商品-外购	1,185.35	-	-
	发出商品	560.44	560.44	100.00%
2019 年末	在产品	556.38	373.18	67.07%
	库存商品-自制成品	757.88	755.98	99.75%
	库存商品-自制小样	17.91	-	-
	库存商品-外购	924.16	-	-
	发出商品	880.06	880.06	100.00%

报告期内，公司在产品包含未完工的订单产品和备货的半成品材料；半成品材料主要为实木雕花和实木线条，系用于实木油漆柜门及室内门产品生产的

备货组件，待客户下达正式订单后进行组装和油漆工序，与公司的在手订单并无直接对应关系。

报告期内，公司自制成品订单覆盖率（已签署销售合同对应的存货余额/存货余额）较高，均保持在 99.00%左右，与公司“以销定产”的业务模式相符。

报告期内，公司自制小样为公司主要产品的小样、色板等，提前生产以备经销商采购，一般无需按销售订单排产。

报告期内，外购库存商品主要为采购无需生产加工、直接对外销售的五金配件，根据前两月的客户订单均值和滚动预测需求进行采购备货，与公司的在手订单并无直接对应关系。

报告期内，发出商品为公司为房地产开发商等大宗业务客户开发的商业楼盘提供的定制家居产品，截至各期末尚未验收结算产生，在手订单率为 100%。

（4）存货跌价准备分析

报告期各期末，公司对存货按照成本与可变现净值孰低计量，对于存货因销售价格低于成本等原因导致成本高于可变现净值的部分，计提存货跌价准备。报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 222.16 万元、298.93 万元、380.98 万元和 479.28 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月末		2021年末		2020年末		2019年末	
	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
原材料及委托加工物资	4,388.27	333.00	4,957.75	255.91	3,496.31	136.36	2,932.65	59.56
在产品	350.16	24.22	425.88	-	401.12	-	556.38	-
库存商品	2,941.84	122.06	2,640.32	125.07	2,065.23	162.57	1,699.95	162.60
发出商品	129.00	-	2,478.60	-	560.44	-	880.06	-
合计	**7,809.27**	**479.28**	**10,502.55**	**380.98**	**6,523.11**	**298.93**	**6,069.05**	**222.16**

公司存货管理较好，制定了较完善的存货管理制度，跌价计提政策制定合

理，执行有效，并对残次冷背的存货及时进行处理。出于谨慎性考虑，公司对库龄一年以上的外购成品等库存商品和一年未收发的原材料及委托加工物资全额计提了跌价准备。

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司根据可变现净值与成本孰低的原则为在产品计提跌价准备，未发现在产品存在减值情况；2022 年 6 月末，部分在产品存在减值迹象，因此计提跌价准备 24.22 万元。

报告期各期末，公司各类存货的库龄及对应跌价准备计提情况如下：

单位：万元

日期	存货类别	期末余额	1 年以内		1 年以上		跌价准备	
			金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
2022 年 6 月末	原材料和委托加工物资	4,388.27	2,970.75	67.70	1,417.52	32.30	333.00	7.59
	在产品	350.16	274.54	78.40	75.62	21.60	24.22	6.92
	库存商品	2,941.84	2,464.35	83.77	477.49	16.23	122.06	4.15
	发出商品	129.00	108.28	83.94	20.72	16.06	-	-
	合计	**7,809.27**	**5,817.92**	**74.50**	**1,991.35**	**25.50**	**479.28**	**6.14**
2021 年末	原材料和委托加工物资	4,957.75	3,800.17	76.65	1,157.58	23.35	255.91	5.16
	在产品	425.88	345.77	81.19	80.11	18.81	-	-
	库存商品	2,640.32	2,302.06	87.19	338.25	12.81	125.07	4.74
	发出商品	2,478.60	2,454.25	99.02	24.35	0.98	-	-
	合计	**10,502.55**	**8,902.26**	**84.76**	**1,600.29**	**15.24**	**380.98**	**3.63**
2020 年末	原材料和委托加工物资	3,496.31	3,048.47	87.19	447.84	12.81	136.36	3.90
	在产品	401.12	320.66	79.94	80.46	20.06	-	-
	库存商品	2,065.23	1,689.64	81.81	375.59	18.19	162.57	7.87
	发出商品	560.44	560.03	99.93	0.41	0.07	-	-
	合计	**6,523.11**	**5,618.80**	**86.14**	**904.30**	**13.86**	**298.93**	**4.58**
2019 年末	原材料和委托加工物资	2,932.65	2,433.26	82.97	499.39	17.03	59.56	2.03
	在产品	556.38	514.72	92.51	41.66	7.49	-	-
	库存商品	1,699.95	1,444.31	84.96	255.65	15.04	162.60	9.56
	发出商品	880.06	880.06	100.00	-	-	-	-

日期	存货类别	期末余额	1年以内		1年以上		跌价准备	
			金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
	合计	6,069.05	5,272.35	86.87	796.70	13.13	222.16	3.66

公司为定制家居行业，产品定制化的特点、客户多样性的需求，公司采用“以销定产，适当备货”的方式组织生产，且公司一般采用“先款后货”的货款结算方式，大部分货款在收到订单时均已收齐。自制成品和发出商品的订单覆盖率较高，均在 99%左右，不存在减值的风险；原材料、半成品和外购成品等主要根据订单进行采购及生产，为向客户供货的正常储备，减值风险较小。

报告期各期末，公司库龄 1 年内的存货占比分别为 86.87%、86.14%、84.76%和 74.50%，前三年库龄结构良好，2022 年 6 月末库龄 1 年以上的存货占比增长，存货流转速度稍有下降。1 年以上库龄的存货主要为原材料和委托加工物资、库存商品，其中：

（1）由于公司综合考虑新产品市场的开拓和应对疫情下到货周期延长的风险等多方面因素，于 2020 年购入了部分高价值的进口板材、进口岩板等原材料进行生产储备，用于意大利史蒂夫、阿斯卡拉、可丽芙、奥维等新系列产品的研发和生产；

（2）1 年以上的在产品增加部分为半成品材料，由于产品更新，尚未领用；

（3）1 年以上的发出商品为批量楼盘验收后发生的合同外增项费用或补单尚未结算；

（4）1 年以上库存商品为外购五金配件等备货增加。公司采购的五金配件主要为德国进口五金，综合考虑市场材料价格走势和应对疫情下到货周期延长的风险等多方面因素，五金配件期末备货增加；同时随着终端市场智能化兴起，公司为满足终端客户需求，智能五金、灯具等智能家居备货增加。

因上述存货基本不存在保质期的限制，故仍可正常消耗使用，但考虑使用频率并基于审慎原则，公司对 1 年无收发流动的原材料和委托加工物资、1 年以上库龄的外购成品及配套产品全额计提了跌价准备，并对其余存货按照成本

和可变现净值孰低进行减值测试，计提跌价准备。

8、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 303.42 万元、482.68 万元、508.02 万元和 1,208.10 万元，具体构成如下：

单位：万元

项目	2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末
预付发行费用	256.51	121.13	56.60	-
预缴税金	260.48	197.47	208.01	56.57
待抵扣增值税进项税	427.04	97.65	74.25	62.89
待摊费用	264.06	91.77	143.81	183.96
合计	**1,208.10**	**508.02**	**482.68**	**303.42**

报告期各期末，公司其他流动资产主要为预付发行费用、预缴企业所得税、待抵扣增值税进项税和待摊费用。

（三）非流动资产的构成及变化情况分析

报告期内，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
投资性房地产	813.09	1.62%	839.95	1.68%	893.67	1.25%	947.38	2.70%
固定资产	28,991.24	57.87%	28,958.20	58.02%	26,812.38	37.65%	25,722.95	73.22%
在建工程	2,043.92	4.08%	303.76	0.61%	1,051.94	1.48%	803.33	2.29%
使用权资产	10,382.04	20.73%	11,278.61	22.60%	-	-	-	-
无形资产	5,364.73	10.71%	5,399.96	10.82%	4,684.32	6.58%	4,410.61	12.55%
开发支出	170.46	0.34%	94.34	0.19%	452.46	0.64%	192.24	0.55%
长期待摊费用	1,208.28	2.41%	1,541.71	3.09%	1,403.95	1.97%	1,410.27	4.01%
递延所得税资产	543.19	1.08%	423.15	0.85%	267.50	0.38%	365.45	1.04%
其他非流动资产	577.11	1.15%	1,074.60	2.15%	1,816.28	2.55%	1,278.77	3.64%
非流动资产合计	**50,094.06**	**100.00%**	**49,914.27**	**100.00%**	**37,382.49**	**100.00%**	**35,131.00**	**100.00%**

报告期各期末，公司非流动资产主要为固定资产、使用权资产、无形资产

等项目构成，报告期各期末合计占非流动资产的比例分别为 85.77%、84.26%、91.43%和 89.31%。

1、投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产分别为 947.38 万元、893.67 万元、839.95 万元和 813.09 万元，占资产总额的比例分别为 1.54%、1.25%、0.95%和 0.96%，占比较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
账面原值	1,131.48	1,131.48	1,131.48	1,131.48
累计折旧	318.39	291.53	237.82	184.10
账面价值	813.09	839.95	893.67	947.38

报告期各期末，公司投资性房地产系公司将重庆工厂暂时未使用的厂房对外出租形成。

2、固定资产

（1）固定资产构成情况

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 25,722.95 万元、26,812.38 万元、28,958.20 万元和 28,991.24 万元，主要由房屋及建筑物、机器设备等构成；占资产总额的比例分别为 41.88%、37.65%、32.69%和 34.32%，占比总体呈下降趋势，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末				
	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	20,354.28	5,722.29	-	14,631.99	50.47%
机器设备	19,709.73	6,556.81	-	13,152.92	45.37%
运输设备	344.91	279.25	-	65.66	0.23%
其他设备	2,222.08	1,081.41	-	1,140.67	3.93%
合计	**42,631.00**	**13,639.76**	**-**	**28,991.24**	**100.00%**
项目	**2021 年末**				

	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	20,354.28	5,238.95	-	15,115.33	52.20%
机器设备	18,577.95	5,675.15	-	12,902.80	44.56%
运输设备	334.38	268.47	-	65.91	0.23%
其他设备	1,727.09	852.94	-	874.15	3.02%
合计	**40,993.70**	**12,035.51**	**-**	**28,958.20**	**100.00%**
项目	**2020 年末**				
	账面原值	**累计折旧**	**减值准备**	**账面价值**	**占比**
房屋及建筑物	20,354.28	4,272.25	-	16,082.03	59.98%
机器设备	14,156.23	4,129.75	-	10,026.48	37.39%
运输设备	334.38	226.56	-	107.82	0.40%
其他设备	1,156.55	560.49	-	596.06	2.22%
合计	**36,001.44**	**9,189.06**	**-**	**26,812.38**	**100.00%**
项目	**2019 年末**				
	账面原值	**累计折旧**	**减值准备**	**账面价值**	**占比**
房屋及建筑物	20,354.28	3,305.56	-	17,048.72	66.28%
机器设备	11,173.37	2,897.40	-	8,275.97	32.17%
运输设备	382.35	225.12	-	157.23	0.61%
其他设备	675.38	434.35	-	241.03	0.94%
合计	**32,585.37**	**6,862.43**	**-**	**25,722.95**	**100.00%**

（2）固定资产变动情况

报告期各期末，公司固定资产变动情况如下：

单位：万元

类别	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
房屋及建筑物	14,631.99	-483.35	15,115.33	-966.69	16,082.03	-966.69	17,048.72
机器设备	13,152.92	250.12	12,902.80	2,876.32	10,026.48	1,750.51	8,275.97
运输设备	65.66	-0.25	65.91	-41.91	107.82	-49.42	157.23
其他设备	1,140.67	266.52	874.15	278.10	596.06	355.03	241.03
合计	**28,991.24**	**33.05**	**28,958.20**	**2,145.82**	**26,812.38**	**1,089.43**	**25,722.95**

报告期各期末，公司房屋及建筑物账面价值逐年下降系计提折旧导致；机

器设备账面价值逐年增加，主要系随着公司销售规模的扩大，公司持续购置机器设备所致。

（3）固定资产减值情况

报告期内，公司于各期末对固定资产进行逐项检查，未发现由于遭受毁损而不具备生产能力和转让价值、长期闲置或技术落后受淘汰等原因而需计提减值准备的情形，故不计提固定资产减值准备。

（4）固定资产折旧年限与同行业公司的对比

报告期内，公司主要固定资产折旧年限与同行业公司对比情况如下：

单位：年

公司	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	其他设备
欧派家居	20	10	5	5
好莱客	10-30	5-10	4-8	3-5
尚品宅配	30	10	5-10	3-5
皮阿诺	20	10	4	3-5
我乐家居	20	5-10	5	3-5
索菲亚	20	10	5	3-5
志邦家居	20-35	8-10	5-8	3-5
金牌厨柜	30	10	5	5
顶固集创	20	3-10	5	3-5
发行人	**20**	**5-10**	**4**	**3-5**

注：以上数据来源于同行业公司定期报告。

由上表可见，发行人各类固定资产的折旧年限与同行业可比公司相比无重大异常，发行人对各类固定资产设定的折旧年限合理。

3、在建工程

报告期各期末，公司在建工程余额分别为 803.33 万元、1,051.94 万元、303.76 万元和 2,043.92 万元，占资产的比例分别为 1.31%、1.48%、0.34%和 2.42%，主要系展厅及办公室装修、待安装设备和厂房建设、改造等，具体构成情况如下：

单位：万元

工程名称	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末
	原值	变动	原值	变动	原值	变动	原值
展厅及办公室装修	855.80	720.01	135.79	135.79	-	-0.17	0.17
柜体二车间	627.92	627.92	-	-	-	-	-
待安装设备	522.14	354.18	167.96	-228.98	396.95	-290.47	687.42
电力增容项目	31.82	31.82	-	-	-	-	-
广东工厂 J 车间改造	6.24	6.24	-	-211.55	211.55	95.81	115.74
重庆工厂油漆房建设	-	-	-	-230.43	230.43	230.43	-
重庆工厂废气处理系统建设	-	-	-	-213.01	213.01	213.01	-
合计	**2,043.92**	**1,740.17**	**303.76**	**-748.18**	**1,051.94**	**248.61**	**803.33**

2019 年末和 2020 年末，待安装设备金额分别为 687.42 万元和 396.95 万元，主要系广东工厂 J 车间改造购入尚未安装的机器设备；2021 年末，待安装设备金额为 167.96 万元，主要系重庆工厂购入尚未安装的机器设备；2022 年 6 月末，公司在建工程余额为 2,043.92 万元，较 2021 年末增加 1,740.17 万元，主要系公司新建大塘工厂 E 级展厅、柜体二车间，以及购入柜体二车间尚未安装的机器设备。

公司于报告期各期末对各项在建工程进行检查，未发现存在因长期停建而需计提减值准备的情形，故未计提在建工程减值准备。

4、使用权资产

公司 2021 年 1 月 1 日起开始执行新租赁准则，将公司作为承租人在租赁期内使用租赁资产的权利计入使用权资产进行核算。2021 年末和 2022 年 6 月末，公司使用权资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末			
	成本	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	13,166.89	2,826.49	-	10,340.40
运输设备	74.46	32.82	-	41.64
合计	**13,241.35**	**2,859.31**	**-**	**10,382.04**

项目	2021 年末			
	成本	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	13,059.24	1,833.21	-	11,226.03
运输设备	74.46	21.88	-	52.58
合计	**13,133.70**	**1,855.09**	**-**	**11,278.61**

报告期内，公司使用权资产主要由租赁的房屋及建筑物使用权构成，具体情况详见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“四、发行人的主要固定资产及无形资产”之“（一）主要固定资产”。

5、无形资产

报告期各期末，公司无形资产分别为 4,410.61 万元、4,684.32 万元、5,399.96 万元和 5,364.73 万元，具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末				
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	3,894.33	536.55	-	3,357.79	62.59%
软件	2,557.06	557.12	-	1,999.94	37.28%
专利权	9.43	2.44	-	7.00	0.13%
合计	**6,460.83**	**1,096.11**	**-**	**5,364.73**	**100.00%**
项目	**2021 年末**				
	账面原值	**累计摊销**	**减值准备**	**账面价值**	**占比**
土地使用权	3,894.33	497.73	-	3,396.61	62.90%
软件	2,433.35	437.47	-	1,995.89	36.96%
专利权	9.43	1.97	-	7.47	0.14%
合计	**6,337.12**	**937.16**	**-**	**5,399.96**	**100.00%**
项目	**2020 年末**				
	账面原值	**累计摊销**	**减值准备**	**账面价值**	**占比**
土地使用权	3,894.33	420.09	-	3,474.24	74.17%
软件	1,445.86	244.20	-	1,201.66	25.65%
专利权	9.43	1.02	-	8.41	0.18%
合计	**5,349.63**	**665.31**	**-**	**4,684.32**	**100.00%**

项目	2019 年末				
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	3,894.33	342.45	-	3,551.88	80.53%
软件	965.35	115.98	-	849.37	19.26%
专利权	9.43	0.08	-	9.36	0.21%
合计	**4,869.12**	**458.51**	**-**	**4,410.61**	**100.00%**

报告期内，公司无形资产主要由土地使用权和软件构成，具体情况详见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“四、发行人的主要固定资产及无形资产”之“（二）主要无形资产”，公司无形资产不存在减值迹象。

6、开发支出

报告期各期末，公司开发支出分别为 192.24 万元、452.46 万元、94.34 万元和 170.46 万元，系公司搭建内部管理使用的软件系统所形成，相关无形资产经济利益产生方式为内部自用，资本化的支出构成均为外购相关服务产生的费用，具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
智能制造数字化信息系统	94.34	94.34	-	-
MDMS 企业微信集成身份验证系统	30.24	-	-	-
SRM 迁移至云平台开发项目	31.13	-	-	-
OPManager 运维软件	7.28	-	-	-
航信大渝智税系统	5.61	-	-	-
OA-造易开发对接项目	1.87	-	-	-
AMS 智能制造信息化系统	-	-	254.78	-
造易解决之道定制家居软件	-	-	22.12	-
SRM 供应商关系管理平台软件	-	-	120.24	-
ESB 服务总线项目软件	-	-	33.96	-
OA 泛微协同商务软件	-	-	12.39	-
造易与 MDMS 软件对接开发项目	-	-	8.96	-
MDMS 数字化营销系统	-	-	-	179.38
百胜 E3 全渠道中台软件	-	-	-	7.69

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
造易 U 秀装修 AI 自动设计系统	-	-	-	5.17
合计	**170.46**	**94.34**	**452.46**	**192.24**

7、长期待摊费用

报告期各期末，长期待摊费用分别为 1,410.27 万元、1,403.95 万元、1,541.71 万元和 1,208.28 万元，其具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁展厅及办公室装修费	533.01	44.11%	669.59	43.43%	593.19	42.25%	894.72	63.44%
租赁车间改造费	509.40	42.16%	627.56	40.71%	391.78	27.91%	372.77	26.43%
设计软件服务费	122.05	10.10%	162.74	10.56%	244.10	17.39%	-	-
服务器租赁费	43.83	3.63%	81.82	5.31%	143.05	10.19%	142.78	10.12%
其他	-	-	-	-	31.82	2.27%	-	-
合计	**1,208.28**	**100.00%**	**1,541.71**	**100.00%**	**1,403.95**	**100.00%**	**1,410.27**	**100.00%**

报告期内，公司的长期待摊费用主要系租赁车间改造费、租赁展厅及办公室装修费、软件服务费等，在预计受益期间按直线法摊销。

8、递延所得税资产

报告期各期末，递延所得税资产余额分别为 365.45 万元、267.50 万元、423.15 万元和 543.19 万元，占资产比例分别为 0.60%、0.38%、0.48%和 0.64%，占比较低。递延所得税资产主要是公司取得的与资产相关的政府补助计入递延收益、资产减值准备、租赁税务与会计差异及因计提可抵扣亏损引起所得税可抵扣暂时性差异所致，具体明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
递延收益	238.22	177.16	116.61	90.31
资产减值准备	174.43	131.23	84.30	174.63
租赁税务与会计差异	130.54	114.76	66.60	46.36
可抵扣亏损	-	-	-	37.33

未实现内部损益	-	-	-	16.82
合计	**543.19**	**423.15**	**267.50**	**365.45**

9、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产账面价值分别为 1,278.77 万元、1,816.28 万元、1,074.60 万元和 577.11 万元，主要系预先支付设备供应商的设备采购款。

（四）资产周转能力分析

1、公司资产周转能力指标分析

报告期内，公司资产周转能力指标如下：

财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次）	39.17	395.34	151.31	83.41
存货周转率（次）	3.56	7.90	8.40	8.80
流动资产周转率（次）	1.26	2.83	2.79	3.47

注 1：应收账款周转率=营业收入/（期初应收账款账面价值+期末应收账款账面价值）×2；

注 2：存货周转率=营业成本/（期初存货账面价值+期末存货账面价值）×2；

注 3：流动资产周转率=营业收入/（期初流动资产账面价值+期末流动资产账面价值）×2。

2019 年度、2020 年度和 2021 年度，公司针对经销商模式，主要采用先款后货的结算模式，公司应收账款金额较少，公司应收账款周转率处于较高水平，且呈上升趋势；2022 年 1-6 月，公司为龙湖、银广厦集团有限公司等大宗业务客户提供的定制家居产品完成验收，截至 6 月末相关款项尚在信用期限内，应收账款大幅增加，应收账款周转率出现下降。

报告期内，公司存货金额随着经营规模的扩大而增加，公司存货周转率呈下降趋势；2020 年度和 2021 年度，公司经营活动现金净流量随着业务规模扩大而快速增长，公司货币资金和流动资产数额快速增长，导致流动资产周转率有所下降。

2、同行业可比公司对比分析

报告期内，公司资产周转能力指标与同行业可比公司比较如下：

（1）应收账款周转率

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
尚品宅配	14.49	55.07	84.28	184.82
顶固集创	2.20	7.38	6.17	7.58
志邦家居	12.06	39.07	16.89	12.42
金牌厨柜	13.65	48.58	58.51	66.64
好莱客	5.62	19.67	23.87	105.08
皮阿诺	1.88	8.76	6.78	7.32
我乐家居	4.37	9.69	8.01	9.02
欧派家居	9.19	25.33	26.93	35.12
索菲亚	4.39	11.14	10.89	13.97
平均值	**7.54**	**24.96**	**26.92**	**49.11**
本公司	**39.17**	**395.34**	**151.31**	**83.41**

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告计算得出。

报告期各期，经销商模式收入占公司主营业务收入比重均在 89%以上，高于同行业可比公司，公司针对该模式主要采用先款后货的结算方式，因此公司应收账款周转率处于较高水平。

（2）存货周转率

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
尚品宅配	1.72	5.34	4.95	6.15
顶固集创	1.61	4.72	3.68	3.93
志邦家居	3.55	9.17	8.74	9.85
金牌厨柜	2.05	6.22	6.55	6.64
好莱客	1.12	3.14	3.62	12.85
皮阿诺	2.10	5.23	3.85	4.84
我乐家居	3.54	9.80	9.20	8.08
欧派家居	4.52	12.31	11.58	11.65
索菲亚	4.62	11.27	12.74	15.01

平均值	**2.76**	**7.47**	**7.21**	**8.78**
本公司	**3.56**	**7.90**	**8.40**	**8.80**

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告计算得出。

报告期内，随着公司存货管理水平的不断提高，公司存货周转率与同行业可比公司的平均水平保持一致，略高于同行业平均水平。

（3）流动资产周转率

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
尚品宅配	0.63	2.02	1.80	1.97
顶固集创	0.59	1.49	1.09	1.36
志邦家居	0.78	1.95	1.79	1.71
金牌厨柜	0.62	1.58	1.55	1.71
好莱客	0.59	1.37	1.06	1.38
皮阿诺	0.39	0.90	0.76	1.13
我乐家居	0.74	1.65	1.77	1.90
欧派家居	0.84	2.10	2.01	2.53
索菲亚	0.91	1.80	1.65	1.97
平均值	**0.68**	**1.65**	**1.50**	**1.74**
本公司	**1.26**	**2.83**	**2.79**	**3.47**

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告计算得出。

如上表所示，报告期内，公司流动资产周转率显著优于同行业可比公司的平均水平。

十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析

（一）负债构成情况及变动分析

报告期各期末，公司负债总额分别为 34,947.39 万元、37,531.15 万元、46,632.51 万元和 43,346.55 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	**30,978.01**	**71.47%**	**33,764.00**	**72.40%**	**35,978.83**	**95.86%**	**23,398.58**	**66.95%**

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	318.67	0.74%	3,302.93	7.08%	-	-	-	-
应付票据	7,781.07	17.95%	734.08	1.57%	-	-	-	-
应付账款	6,804.88	15.70%	9,211.39	19.75%	6,802.96	18.13%	3,782.60	10.82%
预收款项	-	-	-	-	-	-	10,352.75	29.62%
合同负债	7,577.77	17.48%	10,145.59	21.76%	10,759.14	28.67%	-	-
应付职工薪酬	1,854.08	4.28%	3,152.10	6.76%	2,680.51	7.14%	2,441.02	6.98%
应交税费	720.78	1.66%	1,384.98	2.97%	893.86	2.38%	1,376.28	3.94%
其他应付款	3,184.65	7.35%	2,831.66	6.07%	2,443.66	6.51%	2,445.92	7.00%
一年内到期的非流动负债	1,753.65	4.05%	1,746.74	3.75%	11,000.00	29.31%	3,000.00	8.58%
其他流动负债	982.47	2.27%	1,254.54	2.69%	1,398.69	3.73%	-	-
非流动负债	**12,368.54**	**28.53%**	**12,868.50**	**27.60%**	**1,552.32**	**4.14%**	**11,548.81**	**33.05%**
长期借款	-	-	-	-	-	-	11,000.00	31.48%
租赁负债	9,498.48	21.91%	10,278.36	22.04%	-	-	-	-
递延收益	1,588.12	3.66%	1,181.08	2.53%	777.37	2.07%	452.94	1.30%
递延所得税负债	1,281.93	2.96%	1,409.06	3.02%	774.95	2.06%	95.87	0.27%
负债合计	**43,346.55**	**100.00%**	**46,632.51**	**100.00%**	**37,531.15**	**100.00%**	**34,947.39**	**100.00%**

公司负债构成以流动性负债为主，系公司主要依靠自身盈利的积累实现规模扩张和资产积累，2019 年末至 2021 年末负债增加主要来自于生产经营过程中产生的应付账款和应付职工薪酬等经营性流动负债；2022 年 6 月末，公司负债下降主要系由于短期借款、合同负债等流动负债减少所致。公司非流动负债规模相对较小，主要系长期银行借款和租赁负债。

报告期各期末，公司负债各主要项目的构成及变动分析如下：

1、短期借款

2021 年末和 2022 年 6 月末，公司短期借款金额分别为 3,302.93 万元和 318.67 万元，占负债总额的比例为 7.08%和 0.74%，2021 年末短期借款主要系公司向子公司玛格科技销售定制家居产品，玛格科技向公司开具银行承兑汇票支付款项，公司将相关票据进行贴现产生。2022 年 6 月末，公司短期借款大

幅减少，主要系玛格科技兑付向公司开具的到期银行承兑汇票所致。

2、应付票据

自 2021 年起，公司为提高资金使用效率，通过开具银行承兑汇票的方式与供应商进行结算。2021 年末和 2022 年 6 月末，公司应付票据金额为 734.08 万元和 7,781.07 万元，占负债总额的比例为 1.57%和 17.95%，银行承兑汇票结算规模增长较快。

2021 年末和 2022 年 6 月末，应付票据前五名情况如下：

单位：万元

日期	供应商名称	是否为关联方	期末应付票据余额	占应付票据的比例	款项性质
2022 年 6 月末	大亚圣象家居股份有限公司[注]	否	2,122.87	27.28%	材料采购款
	佛山市亚特办公家具有限公司	否	547.78	7.04%	委外加工费
	佛山市联信高新材料股份有限公司	否	525.94	6.76%	委外加工费
	深圳市涂冠贸易有限公司	否	490.47	6.30%	材料采购款
	佛山市珂利雅纸品有限公司	否	427.79	5.50%	材料采购款
	合计		**4,114.85**	**52.88%**	**-**
2021 年末	佛山市南海冠华木业有限公司	否	313.35	42.69%	材料采购款
	广东科霖环保设备有限公司	否	134.51	18.32%	设备采购款
	汉高（中国）投资有限公司	否	105.21	14.33%	材料采购款
	广东亦霖环保设备股份有限公司	否	98.62	13.44%	设备采购款
	佛山市鑫运祥精密刀具有限公司	否	49.92	6.80%	设备租赁款
	合计		**701.61**	**95.58%**	**-**

注：大亚圣象家居股份有限公司包括大亚木业（茂名）有限公司、大亚木业（江西）有限公司、大亚木业（江苏）有限公司、大亚木业（肇庆）有限公司、惠州市盛易木业有限公司等。

2021 年末，公司前五大应付票据余额占比为 95.58%，主要系公司 2021 年 10 月起开始通过开具银行承兑汇票的方式与供应商进行结算，期末应付票据余额较小且供应商较为集中；2022 年起，公司扩大采用银行承兑汇票结算的供应商范围，截至 2022 年 6 月末，公司应付票据余额大幅上升，前五大应付票据余额占比下降至 52.88%。

3、应付账款

（1）应付账款规模及变动情况

报告期各期末，公司应付账款规模及变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应付账款账面价值	6,804.88	9,211.39	6,802.96	3,782.60
较上期末增长	-26.13%	35.40%	79.85%	-9.38%
占流动负债比例	21.97%	27.28%	18.91%	16.17%
占营业成本比例	21.88%	14.27%	13.42%	7.58%
营业成本同比增幅	18.61%	27.37%	1.58%	2.49%
营业收入同比增幅	10.12%	22.20%	1.82%	8.12%

随着业务规模的扩大，报告期各期末，公司应付账款账面价值总体呈上升趋势。其中，2020 年末、2021 年末，公司应付账款账面价值较上年末分别上升 3,020.36 万元和 2,408.43 万元，增幅分别为 79.85%和 35.40%，主要原因为公司在主营业务规模增长的情况下，采购规模增大，期末未结算货款增加。2022 年 6 月末，公司应付账款账面价值较 2021 年末下降 2,406.52 万元，主要系公司自 2021 年起扩大与供应商之间的银行承兑汇票结算规模，应付账款余额有所下滑。

（2）应付账款账龄情况

报告期内，公司流动资金较为充裕，能够及时支付应付供应商的货款。报告期各期末，公司应付账款账龄主要在 1 年以内，占比分别为 99.32%、99.60%、99.58%和 99.48%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	6,769.25	99.48%	9,172.28	99.58%	6,775.86	99.60%	3,756.83	99.32%
1 年以上	35.63	0.52%	39.12	0.42%	27.11	0.40%	25.78	0.68%
合计	**6,804.88**	**100.00%**	**9,211.39**	**100.00%**	**6,802.96**	**100.00%**	**3,782.60**	**100.00%**

（3）应付账款前五名情况

单位：万元

项目	供应商名称	是否为关联方	期末应付账款余额	占应付账款的比例	款项性质
2022年6月末	大亚圣象家居股份有限公司[注1]	否	866.28	12.73%	材料采购款
	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	否	467.27	6.87%	材料采购款
	佛山市联信高新材料股份有限公司	否	381.06	5.60%	委外加工费
	深圳市捷德韦尔智能光电有限公司	否	308.87	4.54%	材料采购款
	成都大亚商贸有限公司	否	302.67	4.45%	材料采购款
	合计		**2,326.15**	**34.18%**	**-**
2021年末	大亚圣象家居股份有限公司	否	1,929.12	20.94%	材料采购款
	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	否	472.30	5.13%	材料采购款
	深圳市捷德韦尔智能光电有限公司	否	376.66	4.09%	材料采购款
	佛山市南海简佳铝业有限公司	否	321.68	3.49%	材料采购款
	深圳市涂冠贸易有限公司	否	266.72	2.90%	材料采购款
	合计		**3,366.49**	**36.55%**	**-**
2020年末	大亚圣象家居股份有限公司	否	1,090.20	16.03%	材料采购款
	广西丰林木业集团股份有限公司[注2]	否	355.33	5.22%	材料采购款
	佛山市南海简佳铝业有限公司	否	350.96	5.16%	材料采购款
	佛山市三水乐家居建材有限公司	否	317.38	4.67%	房租
	广东欣创新材料科技有限公司	否	304.11	4.47%	材料采购款
	合计		**2,417.97**	**35.54%**	**-**
2019年末	佛山市三水乐家居建材有限公司	否	274.36	7.25%	房租
	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	否	244.71	6.47%	材料采购款
	广东欣创新材料科技有限公司	否	155.93	4.12%	材料采购款
	深圳市涂冠贸易有限公司	否	152.45	4.03%	材料采购款
	烟台安可洛澜橱柜有限公司	否	148.45	3.92%	材料采购款
	合计		**975.90**	**25.80%**	**-**

注 1：大亚圣象家居股份有限公司包括大亚木业（茂名）有限公司、大亚木业（江西）有限公司、大亚木业（江苏）有限公司、大亚木业（肇庆）有限公司、惠州市盛易木业有限公司等；

注 2：广西丰林木业集团股份有限公司包括广西百色丰林人造板有限公司、丰林亚创（惠州）人造板有限公司、广西丰林人造板有限公司等。

截至 2022 年 6 月末，公司应付账款余额中无持有公司 5%（含 5%）以上

股份的股东或其他关联方的款项。

4、预收款项和合同负债

（1）预收账款和合同负债期末余额变动情况

根据销售结算政策，公司对经销商主要采用“先款后货”的方式进行销售货款结算，在收到经客户确认的销售订单和按照结算价格向客户收取全部货款后，根据订单组织生产，因此产生预收款项或合同负债。根据新收入准则，公司于 2020 年 1 月 1 日起将原计入预收款项（不含税部分）的货款重分类至合同负债。

报告期各期末，公司预收账款、合同负债及经销商销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
预收账款	-	-	-	-	-	-	10,352.75
合同负债	7,577.77	-25.31%	10,145.59	-5.70%	10,759.14	-	-
合计	**7,577.77**	**-25.31%**	**10,145.59**	**-5.70%**	**10,759.14**	**3.93%**	**10,352.75**
项目	**2022 年 6 月末**		**2021 年末**		**2020 年度**		**2019 年度**
	金额	**变动比例**	**金额**	**变动比例**	**金额**	**变动比例**	**金额**
经销收入	40,283.91	0.23%	99,269.25	24.32%	79,849.09	-0.09%	79,918.92
占比	**9.41%**	**-**	**10.22%**	**-**	**13.47%**	**-**	**12.95%**

注：为保持数据可比性，计算2022年6月末合同负债占经销收入比例时将经销收入进行年化。

根据上表所示，报告期各期末，公司预收账款或合同负债金额分别为 10,352.75 万元、10,759.14 万元、10,145.59 万元和 7,577.77 万元，2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末分别较上年末增长 3.93%、下降 5.70%和下降 25.31%；占当年经销收入比例分别为 12.95%、13.47%、10.22%和 9.41%，占比相对稳定。

2020 年末，公司合同负债金额及其占经销收入比例较高的主要原因为春节假期为公司的销售淡季，公司年末所收到订单数量与次年初春节假期时间具有一定的关联性。2020 年和 2022 年春节时间相对较早（2020 年春节为 2020 年

1 月 25 日，2021 年春节为 2021 年 2 月 12 日，2022 年春节为 2022 年 2 月 1 日），因此 2019 年末和 2021 年末公司接到的订单数量较少，相应收到经销商的预收账款金额有所减少。2020 年末，公司合同负债金额较 2019 年末公司预收账款金额小幅增长，同时受合同负债金额为不含税金额，相应的待转销项税额调整至其他流动负债的影响。2022 年 6 月末，受上半年为行业销售淡季的影响，公司收到经销商的合同负债金额及其占经销收入比例较 2021 年末有所下滑。

（2）预收账款或合同负债前五大客户情况

单位：万元

项目	客户名称	是否为关联方	期末预收账款/合同负债余额	占预收账款/合同负债的比例
2022 年 6 月末	重庆一粟联创家居有限公司[注 1]	否	140.51	1.85%
	绵阳市全成商贸有限公司	否	121.34	1.60%
	广州市谷柔家居用品有限公司	否	79.75	1.05%
	天府新区成都片区华阳探美家具经营部	否	72.07	0.95%
	杭州慕谷家居有限公司	否	67.82	0.89%
	合计		**481.49**	**6.35%**
2021 年末	龙湖[注 2]	否	441.00	4.35%
	广州市谷柔家居用品有限公司	否	404.78	3.99%
	重庆一粟联创家居有限公司	否	181.94	1.79%
	誉墅品（上海）家居有限公司	否	156.47	1.54%
	绵阳市全成商贸有限公司	否	120.51	1.19%
	合计		**1,304.70**	**12.86%**
2020 年末	广州市谷柔家居用品有限公司	否	272.49	2.53%
	重庆一粟联创家居有限公司	否	200.06	1.86%
	誉墅品（上海）家居有限公司	否	150.25	1.40%
	高新区美唐家具经营部	否	133.86	1.24%
	无锡美特家建材有限公司	否	109.60	1.02%
	合计		**866.26**	**8.05%**
2019 年末	广州工商学院	否	954.22	9.22%
	高新区美唐家具经营部	否	174.41	1.68%
	宁波红平家居有限公司[注 3]	否	174.28	1.68%

项目	客户名称	是否为关联方	期末预收账款/合同负债余额	占预收账款/合同负债的比例
	重庆一粟联创家居有限公司	否	152.68	1.47%
	誉墅品（上海）家居有限公司	否	138.26	1.34%
	合计		**1,593.86**	**15.40%**

注 1：重庆一粟联创家居有限公司包括重庆一粟联创家居有限公司和南岸区柒玖木地板经营部，均为欧亚琴实际控制的企业；

注 2：龙湖指西安南湖锦腾置业有限公司；

注 3：2022 年 6 月，宁波红平家居有限公司更换经销主体为同一控制下的宁波宁然家居有限公司。

截至 2022 年 6 月末，合同负债中无预收持有公司 5%（含 5%）以上股份的股东或其他关联方的款项。

5、应付职工薪酬

公司应付职工薪酬余额主要为年末尚未发放给员工的工资、奖金、津贴和补贴。2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司应付职工薪酬金额分别为 2,441.02 万元、2,680.51 万元和 3,152.10 万元，占负债总额比例分别为 6.98%、7.14%和 6.76%。2020 年末和 2021 年末，公司应付职工薪酬金额分别较上年末增加 239.49 万元和 471.59 万元，增幅分别为 9.81%和 17.59%，主要原因为随着公司经营规模扩大及经营业绩增长，公司员工人数持续增长，工资奖金随之上升。2022 年 6 月末，公司应付职工薪酬金额为 1,854.08 万元，较 2021 年末减少 1,298.02 万元，主要系半年度计提的年终奖低于全年计提数，导致 2022 年 6 月末应付职工薪酬下降。

报告期内，公司不存在拖欠员工薪酬福利的情况。

6、应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 1,376.28 万元、893.86 万元、1,384.98 万元和 720.78 万元，公司应交税费明细情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
增值税	507.79	704.66	655.38	521.33
企业所得税	72.92	328.77	-	670.62

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
个人所得税	67.07	252.22	148.78	108.92
城市维护建设税	36.10	49.75	46.56	36.52
教育费附加	25.79	35.53	33.25	26.08
其他	11.11	14.04	9.89	12.81
合计	**720.78**	**1,384.98**	**893.86**	**1,376.28**

报告期各期末，公司应交税费主要是增值税、企业所得税和代扣代缴个人所得税等。

7、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款金额分别为 2,445.92 万元、2,443.66 万元、2,831.66 万元和 3,184.65 万元，主要为公司向经销商收取的保证金及公司采购机器设备应付供应商的款项。

报告期各期末，公司其他应付款构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
保证金	2,305.80	2,195.34	2,042.49	1,853.96
应付长期资产款	714.89	522.75	247.71	326.11
其他	163.95	113.58	153.46	265.85
合计	**3,184.65**	**2,831.66**	**2,443.66**	**2,445.92**

报告期内，公司其他应付款期末余额中存在应付持有公司 5%（含 5%）以上股份的股东或其他关联方的款项，具体参见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“八、报告期内的关联交易”之“（二）一般关联交易”之“3、关联方应收应付”。

8、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分别为 3,000.00 万元、11,000.00 万元、1,746.74 万元和 1,753.65 万元，占负债总额比例分别为 8.58%、29.31%、3.75%和 4.05%，主要为一年内到期的长期借款和一年内到期的租赁负债，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
一年内到期的长期借款	-	-	11,000.00	3,000.00
一年内到期的租赁负债	1,753.65	1,746.74	-	-
合计	**1,753.65**	**1,746.74**	**11,000.00**	**3,000.00**

9、其他流动负债

2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末，其他流动负债金额分别为 1,398.69 万元、1,254.54 万元和 982.47 万元，主要系公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务有关的预收账款不含税交易价款重分类至合同负债，相应的待转销项税额调整至其他流动负债。

10、长期借款

2019 年末，公司长期借款余额为 11,000 万元，为长期银行借款。2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末，公司不存在长期借款。

11、租赁负债

2021 年末和 2022 年 6 月末，公司租赁负债余额分别为 10,278.36 万元和 9,498.48 万元，系公司 2021 年度根据新租赁准则新增的科目，为公司尚未支付的租赁付款额的现值。

12、递延收益

报告期各期末，递延收益分别为 452.94 万元、777.37 万元、1,181.08 万元和 1,588.12 万元，主要系与资产相关的政府补贴未分摊的部分。报告期各期末，递延收益的具体明细如下：

1）2022 年 1-6 月递延收益变动明细

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期计入其他收益金额	本期计入营业外收入金额	期末余额	与资产相关/与收益相关
工业和信息化专项资金	246.64	-	20.48	-	226.15	资产相关

项目	期初余额	本期增加	本期计入其他收益金额	本期计入营业外收入金额	期末余额	与资产相关/与收益相关
促进经济发展专项资金	287.32	-	20.73	-	266.60	资产相关
工业企业技术改造项目	170.68	-	14.45	-	156.22	资产相关
促进经济高质量发展专项资金	61.87	-	5.46	-	56.41	资产相关
挥发性有机物治理补贴	281.24	-	14.80	-	266.43	资产相关
清洁生产补贴	109.46	-	6.50	-	102.96	资产相关
大气污染防治中央专项资金	23.88	10.50	1.80	-	32.58	资产相关
数字化智能化示范车间扶持资金	-	400.00	20.91	-	379.09	资产相关
贴皮及喷漆生产线技术改造项目设备事后奖励	-	103.31	1.64	-	101.67	资产相关
合计	**1,181.08**	**513.81**	**106.77**	**-**	**1,588.12**	**-**

2）2021 年度递延收益变动明细

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期计入其他收益金额	本期计入营业外收入金额	期末余额	与资产相关/与收益相关
工业和信息化专项资金	287.60	-	40.96	-	246.64	资产相关
省级促进经济发展专项资金	239.36	86.10	38.14	-	287.32	资产相关
工业企业技术改造项目	177.62	21.14	28.08	-	170.68	资产相关
促进经济高质量发展专项资金	72.79	-	10.92	-	61.87	资产相关
挥发性有机物治理补贴	-	288.50	7.27	-	281.23	资产相关
清洁生产补贴	-	113.80	4.34	-	109.46	资产相关
大气污染防治中央专项资金	-	24.50	0.62	-	23.88	资产相关
合计	**777.37**	**534.04**	**130.33**	**-**	**1,181.08**	**-**

3）2020 年度递延收益变动明细

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期计入其他收益金额	本期计入营业外收入金额	期末余额	与资产相关/与收益相关
工业和信息化专项资金	223.70	101.00	37.11	-	287.60	资产相关
省级促进经济发展专项资金	145.53	113.86	20.03	-	239.36	资产相关
促进经济高质量发展专项资金	83.71	-	10.92	-	72.79	资产相关
工业企业技术改造项目	-	181.64	4.02	-	177.62	资产相关
合计	**452.94**	**396.50**	**72.07**	**-**	**777.37**	**-**

4）2019 年度递延收益变动明细

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期计入其他收益金额	本期计入营业外收入金额	期末余额	与资产相关/与收益相关
工业和信息化专项资金	248.88	-	25.18	-	223.70	资产相关
省级促进经济发展专项资金	164.51	-	18.98	-	145.53	资产相关
促进经济高质量发展专项资金	-	86.34	2.63	-	83.71	资产相关
合计	**413.40**	**86.34**	**46.80**	**-**	**452.94**	**-**

13、递延所得税负债

报告期各期末，递延所得税负债分别为 95.87 万元、774.95 万元、1,409.06 万元和 1,281.93 万元，主要系由价值在 500 万元以下的固定资产一次性税前扣除所产生的应纳税暂时性差异形成，2019 年末至 2021 年末递延所得税负债大幅上升的原因主要系 500 万元以下的固定资产大幅增加；2022 年 6 月末，递延所得税负债未有显著变动。

（二）股东权益构成分析

报告期内，公司股东权益构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
股本	7,500.00	7,500.00	7,500.00	7,416.73

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
资本公积	10,717.81	10,542.08	10,149.82	9,278.05
盈余公积	1,661.13	1,661.13	348.67	158.15
未分配利润	21,257.88	22,239.93	15,688.37	9,616.55
归属于母公司所有者权益合计	41,136.81	41,943.14	33,686.86	26,469.48
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	**41,136.81**	**41,943.14**	**33,686.86**	**26,469.48**

2019 年至 2021 年，公司业务规模不断扩大、盈利能力持续提升，股东权益总额呈增长的态势。

报告期各期末，公司盈余公积和未分配利润的变动系因按公司章程的规定计提盈余公积、按公司股东会决议执行各期的利润分配政策及整体变更时未分配利润折股。报告期内，公司进行了 4 次利润分配，2019 年 9 月现金分红 1,000 万元，2020 年 7 月现金分红 3,000 万元，2021 年 5 月现金分红 3,000 万元，2022 年 4 月现金分红 3,825 万元。

（三）偿债能力分析

1、最近一期期末主要债项

（1）银行借款

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在银行借款。

（2）关联方借款

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在关联方借款。

（3）合同承诺债务

截至 2022 年 6 月 30 日，除因经营业务形成的应付票据、应付账款、预收款项和合同负债外，公司不存在其他合同承诺债务。

（4）或有负债

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在或有负债。

2、可预见的未来需偿还的负债情况

截至报告期末，公司在可预见的未来需偿还的债务为公司财务报告中所披露的负债（不包括其他流动负债、递延收益和递延所得税负债），其中合同负债形成的债务需由公司向客户发货后偿还，其他负债需以货币资金偿还。截至报告期末，公司负债除均为无息债务。

3、公司偿债能力指标分析

报告期内，公司偿债能力指标如下：

财务指标	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
流动比率（倍）	1.11	1.15	0.94	1.12
速动比率（倍）	0.87	0.85	0.77	0.87
资产负债率（合并口径）	51.31%	52.65%	52.70%	56.90%
财务指标	**2022 年 1-6 月**	**2021 年度**	**2020 年度**	**2019 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	6,804.76	19,934.71	16,112.22	16,597.83
利息保障倍数（倍）	11.58	12.33	15.60	13.65

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.12、0.94、1.15 和 1.11，速动比率分别为 0.87、0.77、0.85 和 0.87，其中 2020 年末，公司流动比率、速动比率有所下降，主要系期末有 11,000 万元长期银行借款将于 1 年到期，划分为一年内到期的非流动负债；2021 年末和 2022 年 6 月末，随着银行借款偿还完毕，流动比率和速动比率回升。

报告期各期末，公司合并口径资产负债率分别为 56.90%、52.70%、52.65%和 51.31%，呈下降趋势，主要系随着公司规模不断扩大、业绩向好发展，资产结构不断优化。

2020 年度，公司息税折旧摊销前利润略有下降，利息保障倍数稳定增加，主要系公司利润总额略有下降，同时利息支出较上年度继续减少所致；2021 年度，公司息税折旧摊销前利润随着公司利润总额的上升有所增加，同时受新租赁准则的影响，新增租赁负债利息支出，利息保障倍数有所下降。

报告期内，公司货币资金充足，不存在影响日常运营的偿债风险。公司不

存在对正常生产经营活动有重大影响的或有负债，面临的债务偿还风险较低。

综上所述，公司经营状况良好，具备较强的偿债能力。公司信用状况良好，未发生过无法偿还到期债务的情形。

4、同行业可比公司对比分析

报告期内，公司偿债能力指标与同行业可比公司比较如下：

（1）流动比率

公司名称	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
尚品宅配	1.06	1.06	1.36	1.47
顶固集创	1.20	1.12	1.40	2.02
志邦家居	1.00	1.15	1.37	1.61
金牌厨柜	1.17	1.23	1.19	1.39
好莱客	1.23	1.36	1.36	3.17
皮阿诺	1.50	1.51	2.48	2.13
我乐家居	0.96	0.92	1.43	1.45
欧派家居	1.13	1.36	1.39	1.97
索菲亚	1.05	1.05	1.49	1.69
平均值	**1.15**	**1.19**	**1.50**	**1.88**
本公司	**1.11**	**1.15**	**0.94**	**1.12**

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告计算得出。

（2）速动比率

公司名称	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
尚品宅配	0.79	0.81	0.99	1.15
顶固集创	0.87	0.87	1.12	1.63
志邦家居	0.85	0.99	1.19	1.42
金牌厨柜	0.88	0.99	1.00	1.17
好莱客	0.78	0.94	0.99	2.94
皮阿诺	1.28	1.34	2.20	1.79
我乐家居	0.83	0.82	1.30	1.24
欧派家居	0.99	1.18	1.26	1.71
索菲亚	0.91	0.91	1.37	1.55

公司名称	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
平均值	**0.91**	**0.98**	**1.27**	**1.62**
本公司	**0.87**	**0.85**	**0.77**	**0.87**

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告计算得出。

（3）资产负债率（合并口径）

单位：%

公司名称	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
尚品宅配	55.53	55.22	43.82	42.50
顶固集创	51.55	56.75	44.90	33.52
志邦家居	52.60	51.10	46.03	37.68
金牌厨柜	44.72	46.41	47.39	54.64
好莱客	46.39	48.61	44.88	30.62
皮阿诺	48.55	51.87	35.83	37.98
我乐家居	57.29	63.87	43.44	38.96
欧派家居	44.30	38.40	36.71	35.47
索菲亚	51.92	52.23	39.07	30.35
平均值	**50.32**	**51.61**	**42.45**	**37.97**
本公司	**51.31**	**52.65**	**52.70**	**56.90**

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告计算得出。

如上表所示，报告期内，公司的偿债能力指标低于同行业可比公司平均水平，主要原因系公司以经销商模式收入为主，大宗业务模式收入占比较低，因此受“先款后货”的结算模式的影响程度大于同行业可比公司平均水平，预收账款和合同负债规模较大。

报告期各期末，本公司及可比公司预收账款（合同负债）与应收账款对比情况、预收账款（合同负债）占营业收入比例如下表：

公司名称	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	合同负债/应收账款	合同负债/营业收入	合同负债/应收账款	合同负债/营业收入	合同负债/应收账款	合同负债/营业收入	预收账款/应收账款	预收账款/营业收入
尚品宅配	5.56	36.59%	5.92	13.49%	13.21	20.09%	23.75	18.16%
顶固集创	0.23	10.71%	0.29	4.81%	0.36	5.56%	0.18	2.87%
志邦家居	2.26	21.12%	3.62	10.32%	3.99	12.12%	1.09	12.48%

公司名称	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	合同负债/应收账款	合同负债/营业收入	合同负债/应收账款	合同负债/营业收入	合同负债/应收账款	合同负债/营业收入	预收账款/应收账款	预收账款/营业收入
金牌厨柜	3.38	28.32%	4.62	12.05%	6.64	13.10%	7.95	14.25%
好莱客	1.48	32.67%	2.16	12.08%	2.51	17.74%	4.63	5.95%
皮阿诺	0.60	32.54%	0.52	8.61%	1.29	9.89%	0.26	5.87%
我乐家居	1.71	39.60%	2.08	19.40%	1.07	13.25%	1.11	16.70%
欧派家居	2.01	22.69%	2.06	10.22%	2.54	10.39%	2.35	8.57%
索菲亚	0.88	21.06%	0.96	9.46%	0.94	9.50%	0.78	7.08%
平均值	**2.01**	**27.26%**	**2.47**	**11.16%**	**3.62**	**12.41%**	**4.68**	**10.21%**
本公司	**3.56**	**16.52%**	**47.58**	**9.89%**	**35.18**	**12.81%**	**12.88**	**12.55%**

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告计算得出。

由上表可知，报告期各期末，公司“预收账款（合同负债）/应收账款”比例均高于同行业公司平均水平，“先款后货”结算方式对公司期末财务指标的影响比同行业可比公司更加显著。由于公司 2022 年 1-6 月大宗业务收入的增长导致应收账款增加，2022 年 6 月末公司“预收账款（合同负债）/应收账款”比例出现较大幅度下降；公司“预收账款（合同负债）/营业收入”比例变化趋势与同行业公司一致。

（四）报告期股利分配的具体实施情况

1、2019 年股利分配情况的

2019 年 8 月 1 日，玛格有限召开股东会，会议就玛格有限利润分配事宜提交股东会讨论，全体股东一致通过利润分配 1,000 万元。

2、2020 年股利分配情况

2020 年 6 月 30 日，玛格有限召开股东会，会议就玛格有限利润分配事宜提交股东会讨论，全体股东一致通过利润分配 3,000 万元。

3、2021 年股利分配情况

2021 年 5 月 20 日，公司召开 2020 年度股东大会，审议并通过了《关于公司 2020 年度利润分配方案的议案》，同意向全体股东每 10 股派发现金股利 4 元，共计派发现金股利 3,000 万元。

4、2022 年股利分配情况

2022 年 3 月 21 日，公司召开 2021 年度股东大会，审议并通过了《关于公司 2021 年度利润分配方案的议案》，同意向全体股东每 10 股派发现金股利 5.1 元，共计派发现金股利 3,825 万元。

（五）现金流量分析

报告期内，公司现金流量构成如下所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生现金流量净额	3,838.27	18,185.51	20,770.39	10,980.88
投资活动产生现金流量净额	-3,072.96	-7,277.99	3,300.61	-8,295.71
筹资活动产生现金流量净额	-4,980.04	-13,369.43	-6,802.71	-2,152.77
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	**-4,214.73**	**-2,461.91**	**17,268.30**	**532.40**

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	45,555.16	115,093.30	97,554.71	91,431.29
收到的其他与经营活动有关的现金	1,168.17	1,733.20	2,159.75	1,476.35
经营活动现金流入小计	**46,723.34**	**116,826.50**	**99,714.46**	**92,907.64**
购买商品、接受劳务支付的现金	20,526.75	55,211.39	41,314.69	42,609.57
支付给职工以及为职工支付的现金	14,382.62	27,396.57	21,301.34	20,122.33
支付的各项税费	4,391.26	8,004.73	7,561.50	9,649.24
支付的其他与经营活动有关的现金	3,584.43	8,028.30	8,766.53	9,545.62
经营活动现金流出小计	**42,885.06**	**98,640.99**	**78,944.06**	**81,926.76**
经营活动产生的现金流量净额	**3,838.27**	**18,185.51**	**20,770.39**	**10,980.88**

公司经营性现金流入主要来源为销售产品收到的现金，公司经营性活动现金流出为购买原材料支出、职工薪酬支出、税费支出及其他日常费用支出等。报告期内，公司经营活动现金流量净额整体保持在较高水平，现金获取能力较

强。

公司经营性现金流量净额除受当年经营业绩的影响外，亦主要受经营性应收项目、经营性应付项目、存货的变动等因素的影响。报告期内，公司经营活动现金流量净额与同期净利润差异调节过程如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	2,842.95	10,864.01	9,853.27	10,016.12
加：信用减值损失	149.75	246.34	-72.82	299.73
资产减值准备	140.79	192.99	122.94	96.18
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,668.54	2,901.49	2,427.64	2,273.95
使用权资产折旧	1,006.77	1,942.52	-	-
无形资产摊销	158.95	271.85	206.80	181.59
长期待摊费用摊销	429.73	855.51	958.62	939.63
处置固定资产、无形资产和其他非流动资产的损失（减：收益）	22.49	-	-4.57	651.11
固定资产报废损失（减：收益）	-	-	-	-
公允价值变动损失（减：收益）	-	-103.87	-3.93	-27.93
财务费用（减：收益）	289.44	1,132.01	802.71	967.30
投资损失（减：收益）	-37.33	-129.76	-265.02	-320.75
递延所得税资产减少（减：增加）	-120.04	-155.65	97.95	171.36
递延所得税负债增加（减：减少）	-127.13	634.11	679.09	-20.79
存货的减少（减：增加）	2,650.79	-4,090.38	-500.22	-448.32
经营性应收项目的减少（减：增加）	-3,872.49	-598.60	1,120.75	-1,162.35
经营性应付项目的增加（减：减少）	-1,540.66	3,830.68	4,983.07	-2,666.21
股份支付费用计入资本公积	175.73	392.26	364.11	30.24
经营活动产生的现金流量净额	3,838.27	18,185.51	20,770.39	10,980.88

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额大于净利润，其中，2020 年度，经营活动产生的现金流量净额较上年增长 89.15%，主要是随着公司采购规模的扩大，期末应付账款金额大幅增加，同时收回部分应收账款所致；2021 年度，经营活动产生的现金流量净额较上年下降 12.45%，主要系 2021 年末，

存货金额较上年末大幅增加；2022 年 1-6 月，经营活动产生的现金流量净额较上年同期上涨 185.64%，主要系 2022 年 6 月末，存货金额较上年末大幅减少，具体参见本节之“一、财务状况分析”之“（一）资产构成情况及变动分析”之“7、存货”。

2、投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资所收到的现金	9,000.00	33,903.00	27,780.00	52,240.00
取得投资收益所收到的现金	141.20	133.70	292.95	320.75
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	3.52	-	45.54	228.25
投资活动现金流入小计	**9,144.72**	**34,036.70**	**28,118.49**	**52,789.00**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	3,217.68	4,714.69	6,064.88	5,574.71
投资所支付的现金	9,000.00	36,600.00	18,753.00	55,510.00
投资活动现金流出小计	**12,217.68**	**41,314.69**	**24,817.88**	**61,084.71**
投资活动产生的现金流量净额	**-3,072.96**	**-7,277.99**	**3,300.61**	**-8,295.71**

报告期内，投资活动产生的现金流量净额分别为-8,295.71 万元、3,300.61 万元、-7,277.99 万元和-3,072.96 万元，其中 2020 年度投资活动产生的现金流量净额为正，主要系公司当年收回银行理财产品本金高于购买金额所致。

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 5,574.71 万元、6,064.88 万元、4,714.69 万元和 3,217.68 万元，主要是因为公司为适应业务规模的扩大，持续进行资本性投入以扩大产能；公司投资所支付的现金分别为 55,510.00 万元、18,753.00 万元、36,600.00 万元和 9,000.00 万元，主要系用于购买银行理财产品支出的闲置货币资金。

3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	1,814.53
取得借款收到的现金	-	3,241.44	-	-
筹资活动现金流入小计	**-**	**3,241.44**	**-**	**1,814.53**
偿还债务支付的现金	-	11,000.00	3,000.00	2,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,825.00	3,485.20	3,802.71	1,967.30
支付其他与筹资活动有关的现金	1,155.04	2,125.67	-	-
筹资活动现金流出小计	**4,980.04**	**16,610.87**	**6,802.71**	**3,967.30**
筹资活动产生的现金流量净额	**-4,980.04**	**-13,369.43**	**-6,802.71**	**-2,152.77**

公司筹资活动现金流量流入主要由股东增资及取得短期借款所产生，公司筹资活动现金流量流出主要由偿还银行借款及利息、现金分红及支付租赁款等支付的其他与筹资活动有关的现金等所产生。

（六）流动性变化、风险趋势及具体应对措施

报告期各期末，公司资产负债率分别为 56.90%、52.70%、52.65%和 51.31%，公司的资产负债率逐年下降，偿债能力得到增强，流动性风险降低。报告期内，在公司业务规模实现增长的背景下，公司与主要供应商及客户均保持长期稳定的业务关系，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 10,980.88 万元、20,770.39 万元、18,185.51 万元和 3,838.27 万元，现金流情况整体良好，预计未来不存在可预见负债无法偿还的流动性风险。

同时，公司始终坚持实施并不断完善流动性风险管理措施，通过资金平衡管理，监控整体资金流动性，尽可能控制流动性风险。

（七）持续经营能力分析

公司管理层认为，依据公司实际情况及所处行业的未来发展趋势，本公司在未来几年内可以保持经营能力的持续性和稳定性，不存在重大不利变化，主要依据如下：

1、公司主营业务突出，持续盈利能力强

公司专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比例分别为 98.45%、98.23%、98.44%和98.28%，公司主营业务突出。

2019 年度至 2021 年度，公司利润水平实现了持续增长，营业利润、利润总额和净利润年均复合增长率分别达 2.67%、2.41%和 4.15%，持续盈利能力较强。

2、公司资产质量和现金流量良好

公司产品全部销往国内市场，主要采用经销商销售模式和大宗业务销售模式进行销售。公司对于经销商销售模式一般采用“先款后货”的货款结算方式，在客户向公司发出订单时即可收到全部货款；对开发商和学校等大宗用户销售时给予一定账期。因此，公司的应收账款金额较小，货款无法收回的风险较小，大部分货款在收到订单时均已收齐，经营活动现金净流量较为丰厚。

报告期各期末，母公司资产负债率分别为 52.26%、42.13%、36.02%和40.18%，整体维持在较低水平，报告期内整体呈下降趋势，公司的偿债能力良好，财务风险较小。

报告期内，公司各期期末存货账面价值占总资产的比例分别为 9.52%、8.74%、11.43%和 8.68%，占比不高。公司在订单式生产模式的影响下，较好地控制了存货余额对公司营运资金的占用，运营效率较高。另外，公司的产品均为高度个性的定制化产品，不存在滞销的问题。

报告期内，固定资产主要是房屋建筑物和机器设备等，均为公司合法拥有、经营所必备的资产，各类固定资产维修和运行状况良好，不存在闲置、报废、淘汰及被其他设备替代的情况。

3、公司运营能力较强

经过多年稳步发展，公司已积累了较强的研发、生产运营和管理经验，具有较强的竞争优势。本次发行上市后，公司自有资本金实力将得到增强，将为

公司后续业务拓展提供强有力的资金支持。虽然短期而言，本次募集资金到位后公司净资产收益率和每股收益将会有所下降，但长期来看，随着公司产能升级、研发能力的增强和营销网络的完善，公司技术优势和产品优势将充分得到发挥和提升，公司核心竞争力和抗风险能力均将得到加强，整体盈利能力将进一步提高。

然而，公司在持续经营过程中，仍存在可能导致产生重大不利影响的因素，具体详见本招股说明书“第三节 风险因素”。

十三、资本性支出分析

（一）重大资本性支出

报告期内，公司不断加大资本性投入以满足生产经营快速发展的需要，累计资本性支出 19,571.96 万元，主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产。各期情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
资本性支出	3,217.68	4,714.69	6,064.88	5,574.71

（二）重大资产业务重组或股权收购合并事项

报告期内，公司不存在重大资产业务重组或股权收购合并事项。

（三）未来可预见的重大资本性支出计划

未来两至三年，公司重大资本性支出主要为本次发行股票募集资金拟投资项目，项目建设具体情况详见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”之“一、募集资金运用情况”之“（三）本次募集资金的具体用途”。除上述资本性支出计划外，公司目前暂无其他重大资本性支出计划。

十四、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署之日，公司无需要披露的重要资产负债表日后事

项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署之日，公司无需要披露的重要或有事项。

（三）重大担保、诉讼事项

截至本招股说明书签署之日，公司及公司控股股东、实际控制人、子公司，及公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在尚未了结的或可预见的对财务状况、盈利能力及持续经营产生重大影响的重大担保、诉讼事项。

（四）其他重要事项

截至本招股说明书签署之日，公司无需要披露的其他重要事项。

十五、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况

（一）会计师事务所的审阅意见

公司财务报告的审计截止日为 2022 年 6 月 30 日，立信会计师事务所对公司 2022 年 12 月 31 日合并及母公司资产负债表，2022 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及相关财务报表附注进行了审阅，并出具了信会师报字[2023]第 ZD10047 号《审阅报告》，发表了如下意见：

“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映被审阅单位的财务状况、经营成果和现金流量。”

（二）发行人的专项声明

公司及董事、监事、高级管理人员已对公司 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个人及连带责任。

公司负责人、主管会计工作的公司负责人及会计机构负责人已对公司 2022

年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（三）审计截止日后主要财务信息

公司 2022 年度财务报表主要财务数据如下：

1、合并资产负债表

单位：万元

项目	2022 年末	2021 年末	变动幅度
资产总计	91,105.33	88,575.64	2.86%
负债合计	44,002.22	46,632.51	-5.64%
所有者权益合计	47,103.11	41,943.14	12.30%

2022 年末，公司资产总额与上年末相比保持稳定；负债金额较上年末减少 5.64%，主要系受新冠疫情反复的影响，公司期末在手订单量有所减少，预收经销商的款项有所下降，同时随着租金的支付，租赁负债金额有所下降。公司资产负债状况总体良好，资产负债结构未发生重大变化。

2、合并利润表

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动幅度
营业收入	94,504.24	102,599.18	-7.89%
营业利润	9,883.53	12,837.29	-23.01%
利润总额	9,883.92	12,831.34	-22.97%
净利润	8,604.88	10,864.01	-20.79%
归属于母公司所有者的净利润	8,604.88	10,864.01	-20.79%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	8,070.62	10,515.88	-23.25%

2022 年度，公司营业收入较上年度下降 7.89%，利润总额较上年度下降 22.97%，净利润较上年度下降 20.79%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上年度下降 23.25%，公司主要盈利指标呈下降趋势，主要系 2022 年下半年，受新冠疫情反复的影响，定制家居行业终端客户需求呈现一定

程度下降所致。

3、合并现金流量表

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动幅度
经营活动产生现金流量净额	12,647.29	18,185.51	-30.45%
投资活动产生现金流量净额	-4,695.04	-7,277.99	-35.49%
筹资活动产生现金流量净额	-4,093.58	-13,369.43	-69.38%
现金及现金等价物净增加额	3,858.67	-2,461.91	-256.73%

2022 年度，公司现金及现金等价物净增加额较上年同期增加 6,320.58 万元，其中经营活动产生现金流量净额较上一年度减少 5,538.22 万元，降幅为 30.45%，主要系受新冠疫情反复的影响，公司销售规模有所下降，公司销售商品、提供劳务收到的现金减少所致；投资活动产生现金流量净支出较上一年度减少 2,582.95 万元，降幅为 35.49%，主要系 2022 年度公司减少购买银行理财产品的支出所致；筹资活动产生现金流量净支出较上一年度减少 9,275.85 万元，降幅为 69.38%，主要系上年度公司偿还以前年度银行借款支付现金 11,000.00 万元，2022 年度未偿还银行借款所致。

4、非经常性损益数据

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动幅度
非流动资产处置损益	-22.49	-	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	614.54	194.97	215.19%
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	37.33	233.63	-84.02%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	2.09	-5.95	-135.16%

项目	2022 年度	2021 年度	变动幅度
小计	631.47	422.65	49.41%
减：所得税影响额	-97.21	-74.51	30.46%
非经常性损益净额	534.26	348.14	53.46%
减：少数股东权益影响额	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益	534.26	348.14	53.46%

2022 年度，公司非经常性的损益同比增加 53.46%，主要系 2022 年度公司收到的政府补助较上一年度有所增加。公司非经常性损益占净利润的比例较低，净利润并非主要来自于非经常性损益。

十六、发行人盈利预测报告披露情况

公司未编制盈利预测报告。

第七节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用情况

（一）募集资金投资项目概况

根据公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司申请首次公开发行人民币普通股股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，公司本次拟公开发行股票不超过 2,500 万股，实际募集资金扣除发行费用后，根据业务的轻重缓急程度拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	拟投入募集资金	实施主体
1	玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	27,614.09	27,614.09	发行人
2	智能柜体车间生产线建设	13,497.34	13,497.34	发行人
3	广东玛格车间智能改扩建项目	11,809.40	11,809.40	广东玛格
4	研发设计及信息化升级项目	8,627.29	8,627.29	发行人
5	品牌建设及营销推广项目	8,465.60	8,465.60	玛格科技
合计		**70,013.72**	**70,013.72**	-

在不改变上述募投项目的前提下，公司董事会有权根据项目实际需要，对募集资金投入顺序和金额进行适当调整；公司根据市场情况在募集资金到位前，以自筹资金预先投入募投项目的，可以在募集资金到位后，以募集资金置换自筹资金。

如果公司本次发行股票实际募集资金在满足上述项目投资后仍有节余，公司将依照《募集资金管理制度》相关规定进行处理；如公司实际募集资金数额低于募集资金投资计划，不足部分由公司以自有资金或其他方式解决。

（二）募集资金的使用管理制度

公司根据《关于进一步规范上市公司募集资金使用的通知》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等法律法规，制定了《募集资金管理制度》，并将严格遵守相关规定，将募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理。

公司上市后将在深圳证券交易所规定时间内与保荐机构及募集资金存管银行签订《募集资金三方监管协议》，对募集资金专户存储、使用和监管等方面的三方权利、责任和义务进行约定。使用募集资金时，公司将严格按照《募集资金管理制度》的要求使用。

（三）本次募集资金的具体用途

1、玛格家居重庆工厂智能改扩建项目

本项目主要建设内容系厂房及相关配套设施建设，项目总占地面积 10,560 平方米，总建筑面积约 50,000 平方米。本项目预计投资资金 27,614.09 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	土建工程	13,011.51	47.12
1.1	主体工程	11,120.95	40.27
1.2	工程建筑其他费用	1,334.51	4.83
1.3	预备费（基本+涨价）	556.05	2.01
2	机器设备	14,602.58	52.88
合计		**27,614.09**	**100.00**

2、智能柜体车间生产线建设

本项目计划通过改造现有厂房及配套设施，引进先进设备及信息化系统，技术改造原有生产线，优化生产工艺流程，进一步提高公司柜体产品的生产规模和产品品质。本项目预计投资资金 13,497.34 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	装修改造	522.90	3.87
2	软硬件投入	12,974.44	96.13
项目总投资		**13,497.34**	**100.00**

3、广东玛格车间智能改扩建项目

本项目将通过现有生产场地升级，投入先进智能化生产设备及信息化系统，搭建智能化生产线，优化生产工艺技术，完善现有工艺布局，进一步提高

公司的生产能力和生产效率，缓解公司产能压力，并保障产品品质稳定可靠，为后续业务规模扩张提供保障。本项目预计投资资金 11,809.40 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	装修改造	220.50	1.87
2	软硬件投入	11,588.90	98.13
项目总投资		**11,809.40**	**100.00**

4、研发设计及信息化升级项目

本项目将通过现有生产场地升级，投入先进智能化生产设备及信息化系统，搭建智能化生产线，优化生产工艺技术，完善现有工艺布局，进一步提高公司的生产能力和生产效率，缓解公司产能压力，并保障产品品质稳定可靠，为后续业务规模扩张提供保障。本项目预计投资资金 11,809.40 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	装修改造	220.50	1.87
2	软硬件投入	11,588.90	98.13
项目总投资		**11,809.40**	**100.00**

5、品牌建设及营销推广项目

本项目将结合线上、线下同步开展品牌建设和营销推广工作。其中，品牌建设将通过媒介广告、主体活动、促销活动等线下方式，以及百度、今日头条、抖音或其他新媒体传播平台等线上方式，进行广告宣传，为公司品牌进行引流，提升公司品牌价值；营销推广将通过线下店面形象升级、营销活动策划、多元化渠道拓展，以及线上电商店面搭建、新媒体广告投放、招商平台等方式进行推广。本项目的实施将进一步增强公司招商及引流能力，提升品牌价值。本项目预计投资资金 8,465.60 万元，具体投资如下表所示：

序号	内容	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	营销及服务升级	3,870.00	45.71
2	品牌建设及推广	4,075.00	48.14

序号	内容	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
3	人员薪资	520.60	6.15
项目总投资		**8,465.60**	**100.00**

（四）募集资金投资项目可行性及与公司现有业务及技术的关系

本次募集资金投资项目主要包括产能新增及改造扩建类项目、研发设计与信息化升级和营销网络建设三类项目投向，均围绕公司现有主营业务及核心技术开展。

玛格家居重庆工厂智能改扩建项目、智能柜体车间生产线建设以及广东玛格车间智能改扩建项目为在原有公司业务和核心工艺技术的基础上进行的产线改扩建及新增产能。

研发设计及信息化升级项目为公司在现有的研发设施中新增投入试验设备、购置信息化软件等，旨在提升公司的研发能力和信息化能力，进一步提升公司原有业务，增强产品交付能力。

品牌建设及营销推广项目主要用于市场推广，提升公司市场知名度，推动公司渠道建立，进一步服务公司的主营业务。

因此，本次公司募集资金项目均系围绕公司现有业务及技术开展，项目具备可行性。

（五）募集资金对主营业务发展的贡献及未来发展战略的影响

本次募集资金投资项目是在公司主营业务的基础上，结合未来市场发展的需要，扩大现有产能，增强研发能力、信息化管理能力和营销能力。一方面，可以提高公司生产能力和生产效率，提升现有产品技术含量、优化产品性能；另一方面，可以更加贴近市场，精准营销，针对客户需求提供更为全面的全屋定制解决方案。

募投项目的实施将进一步巩固公司的技术领先优势，覆盖更广阔的市场，有助于提升公司的竞争力，推动公司业绩的快速增长。

1、募投项目将有效提升公司的产品交付能力

公司本次募集资金预计投入 52,920.83 万元扩建产能，其中，玛格家居重庆工厂智能改扩建项目主要用于生产定制衣柜和室内木门，预计达产后定制衣柜产能为 15 万套、室内木门产能为 8.87 万套；智能柜体车间生产线建设和广东玛格车间智能改扩建项目分别通过对公司重庆 2 号楼厂房、广东玛格 B 区车间现有生产线进行技术改造，进一步提高公司柜体产品的生产规模和产品品质，计划新增定制衣柜产能 13 万套、整体厨柜产能 6 万套，有效提升公司的产品交付能力。

2、增强公司的智能化生产水平，增强柔性化生产能力

消费者家具消费理念的升级和个性化的产品需求驱动定制家居企业生产较多的非标产品，该类产品生产工序复杂多样，对于订单的分拆和组合能力要求较高，因此，大规模柔性化生产成为行业发展的必然趋势，也成为了企业的核心竞争力。公司高度重视生产流程的智能化水平，努力提升智能制造和规模化柔性生产能力，但公司现有生产线自动化水平、场地布局尚无法满足规模化柔性生产的要求，在一定程度上制约了整体生产效率的提升。

通过本次募投项目，公司将改造现有厂房、新建生产厂房、购置先进生产线，并结合现代化信息技术，进一步提升公司智能化生产水平和大规模柔性化生产能力，优化生产流程，提升生产效率，更大限度释放产能，增强对市场需求的快速响应和调整能力。

3、募投项目将进一步增加公司的研发设计及信息化能力

定制家居行业的定制化生产高度依赖信息化，公司历来十分重视信息化建设，但随着物料成本、人工成本的增加，叠加消费者对定制家居产品的要求不断提高，公司需要对生产流程、设备效率、成本控制等重要生产经营环节做到更为精细化的把控，信息化建设已成为公司未来发展的重点。

本次募投项目拟通过引进 APS 等系统，对信息化系统进行全面升级，实现计划排产、集团 PMC 室接单和优化原料到货时点等功能，从而实现产品从设计到最终交付等环节的无缝连接，优化生产流程，降低库存、人工、工序等方

面的成本，提高公司的生产效率与管理效率。

4、提升品牌知名度，加强营销服务建设

随着国民消费水平的不断提高，消费者愈发重视产品的营销服务，使得定制家居行业从纯粹的“产品”竞争上升为“产品+营销+服务”的多维度竞争，公司提升营销服务、拓展营销渠道的需求也将不断上升。本次募投项目通过线下店面形象升级、营销活动策划、多元化渠道拓展以及线上电商店面搭建、新媒体广告投放、招商平台推广等方式，对公司的营销服务进行升级完善；同时，公司将进一步加强对现有经销渠道的拓展，继续向低线城市下沉，并开拓家装渠道，推出相应家装落地活动，进一步拓宽公司营销渠道的深度和广度，满足公司业务规模进一步扩张的需要。

（六）募集资金投资项目的确定依据

公司于 2021 年 11 月 18 日召开第一届董事会第四次会议，审议通过了《关于公司申请首次公开发行人民币普通股股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，董事会对募集资金投资项目的可行性进行了研究论证，认为本次募集资金投资项目具备可行性。

募集资金投资项目与公司现有主营业务、经营规模、财务状况、技术条件、管理能力和发展目标等相适应，具体情况如下：

1、募集资金投资项目与公司主营业务和生产经营规模相适应

近年来，国民经济和人民生活水平的不断提高推动我国房地产市场持续保持较高的景气度，为家具行业的发展提供了广阔的市场。根据国家统计局的统计数据，2021 年全年家具行业规模以上企业累计利润总额 433.70 亿元，同比增长 0.90%。考虑精装房装修、毛坯房装修、二手房交易和存量房二次装修等市场，根据中国林业科学研究院的统计数据，预计 2021 年整体衣柜终端市场容量将达到 1,860 亿元，2017-2021 年复合增长率达 22.50%。同时，根据 Wind、弗罗斯特沙利文等机构预测，2021 年我国整体厨柜市场总规模将达到 1,225.65 亿元。此外，随着国家精装修政策的推动，我国新楼盘的精装房渗透率不断提升，由 2016 年的 15%增加到 2019 年的 32%，预计未来将继续增

长，全装修、精装修市场规模的不断扩大，将驱动定制家居行业大宗业务市场迅速发展。

公司主要产品定制衣柜的现有实际产能为 204,915 套/年，产能利用率为 99.26%，随着定制家居产品市场需求的不断增长，产能将成为制约公司发展的重要因素；本次募投项目将显著提高公司产能，有效缓解公司的产能限制。

公司的销售模式以经销商模式为主，报告期各期末，公司的经销商数量分别为 613 家、671 家、701 家和 754 家，年复合增长率达 8.63%，随着公司加大对经销网络的建设力度，预计经销商家数仍会维持较快的增长，新增产能可以得到有效消化。

因此，本次募投项目与公司主营业务和生产经营规模是相适应的。

2、募集资金投资项目与公司财务状况相适应

报告期内，公司营业收入分别为 82,459.78 万元、83,960.19 万元、102,599.18 万元和 45,878.73 万元，归属于母公司所有者的净利润分别为 10,016.12 万元、9,853.27 万元、10,864.01 万元及 2,842.95 万元，截至 2022 年 6 月 30 日，公司资产负债率为 51.31%，且无到期未偿还债务，盈利能力及财务状况良好。

玛格家居重庆工厂智能改扩建项目、智能柜体车间生产线建设项目和广东玛格车间智能改扩建项目达产后，将新增年销售收入 156,065.00 万元，新增年净利润 14,324.16 万元。募投项目处于建设期时，公司的净资产收益率等盈利指标可能有所下降，但项目投产后，将持续提升公司盈利能力，优化财务结构，从而巩固公司的市场地位，提升核心竞争力。

因此，本次募投项目与公司财务状况是相适应的。

3、募集资金投资项目与公司技术条件相适应

公司从 2006 年开始启动信息化升级之路，经过近 15 年的创新与探索，完成了“玛格信息一体化管理系统”，包括 MDMS 数字化营销系统、U 秀 AI 智能设计系统、AMS 生产制造执行系统、SAP 管理系统、SRM 供应商协同平台、

PDM 产品数据中心、QC 品质管理系统等，并拥有较为完善的信息化组织架构。随着公司规模扩张，公司在项目管理、财务管理、人力资源管理等内部信息化运营管理方面已基本形成较为成熟的规范和制度，相关人员对工作流程、工作权限、工作标准均比较熟悉。

公司已经打造了一套比较成熟的研发体系。公司一直重视产品设计研发能力，始终坚持自主研发、自主创新，经过多年的发展，公司建立了一套科学有效、运行良好的研发体系，组建了一支具有丰富设计经验和良好口碑的设计研发团队，截至 2022 年 6 月 30 日，公司的研发和设计人员数量为 146 人，占公司员工总数的 6.50%。公司注重自主研发体系建设与知识产权建设，拥有先进的信息化智能制造设备、工艺技术与现代管理体系，被工信部认定为“国家级绿色工厂”、“国家级工业设计中心”，在产品创新、提高自主知识产权方面获得了较好的成绩，相关产品荣获“中国定制家居设计杰出贡献奖”、“2020 年度色彩设计前瞻产品”、“2020 中国家居品牌力量榜设计创新奖”等业内知名奖项。

公司的研发设计体系为实施本次募投项目提供了技术支撑。经过多年的积累，公司培育了实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术、实木复合产品生产线技术等多项核心技术。截至本招股说明书签署之日，公司拥有 564 项专利，其中发明专利 3 项、实用新型专利 334 项，外观设计专利 227 项。以上研发体系和成果为本次募投项目的顺利实施提供了技术支撑。

因此，本次募投项目与公司技术条件是相适应的。

4、募集资金投资项目与公司管理能力相适应

公司十分重视产品质量控制，配置了多种产品质量检测设备和软件，建立了质量管理、环境管理和职业健康三大体系以及标准检测实验室。同时，公司制定了严格的质量检测流程，主要包括来料管控、制程管控和成品管控，首先，对原材料严格把控，对供应商反复筛选和质量监控；其次，对在产半成品进行首件和巡回检验，必要时进行全量检验；最后，对成品进行抽样检验，各个部分检验合格方可入库。此外，公司通过 QM 系统建立了沟通控制、记录控制、标识与追溯控制等标准化管理文件和流程，恪守“售出非终止，服务才开

始”的服务理念，为客户提供售前、售中、售后全过程服务。

公司具备丰富的营销经验，优秀的营销团队和完善的营销系统。公司长期深耕定制家居行业，一直以来高度重视品牌和渠道建设，通过较为完善的线上、线下营销方式，实现了对消费者群体的深度覆盖，为本次募投项目的实施积累了丰富的营销经验。同时，公司高度重视营销人员能力的提升，通过培训、考核等方式提高营销团队凝聚力、执行力、售后服务等多方面综合能力，组建了一支经验丰富、能力出众的营销团队。此外，公司打造了 MDMS 数字化营销一体化平台，赋能终端数字营销，针对目前家居行业高度离散、信息碎片化的现状，能够为营销部门提供有力的数据支撑，提高营销策略的准确度，实现精准营销。

本次募投项目主要系对公司主营业务的产能扩充，并提升信息化水平和营销服务体系，不涉及新增其他业务，公司的质量管理、营销管理等方面能够满足本次募投项目的要求。

因此，本次募投项目与公司管理能力是相适应的。

5、募集资金投资项目与公司发展目标相适应

本次募集资金投资项目是在公司主营业务的基础上，结合未来市场发展的需要，扩大现有产能，增强研发能力、信息化管理能力和营销能力。一方面，可以提高公司生产能力和生产效率，提升现有产品技术含量、优化产品性能；另一方面，可以更加贴近市场，精准营销，针对客户需求提供更为全面的全屋定制解决方案。

综上，公司董事会认为，本次募集资金数额和投资项目与公司现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术水平、管理能力和发展目标相适应，具备良好的市场前景和盈利能力，公司能够有效使用募集资金，提高公司经济效益。

（七）募集资金运用对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目的实施主体均为本公司及全资子公司，募集资金投资项目实施后，不会与控股股东产生同业竞争或者对本公司的独立性产生不利

影响。

（八）募集资金投资项目审批、核准或备案程序及相关程序履行情况

1、符合投资管理法律法规

公司本次募投项目的备案情况如下：

序号	项目名称	备案情况
1	玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	2012-500113-04-01-594763
2	智能柜体车间生产线建设	2109-500113-04-02-752484
3	广东玛格车间智能改扩建项目	2110-440607-04-02-721438
4	研发设计及信息化升级项目	2104-500113-07-02-647221
5	品牌建设及营销推广项目	不适用

注：品牌建设及营销推广项目系通过广告营销活动提升公司品牌知名度和完善公司营销体系，不涉及相关部门的项目备案。

本次募集资金均投向公司主业，旨在巩固和提升公司的市场份额，不存在持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的计划。

综上，公司本次募投项目已经取得了项目备案，符合投资管理相关法律法规。

2、符合环境保护法律法规

公司本次募投项目的环评情况如下：

序号	项目名称	环评情况
1	玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	渝（巴）环准[2021]030 号
2	智能柜体车间生产线建设	不适用
3	广东玛格车间智能改扩建项目	不适用
4	研发设计及信息化升级项目	不适用
5	品牌建设及营销推广项目	不适用

注：1、智能柜体车间生产线建设、广东玛格车间智能改扩建项目均属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》“十八、家具制造业 21”中年用非溶剂型低 VOCs 含量涂料 10 吨以下的项目，依据《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录》的规定，项目无需办理环境影响评价审批手续。目前，发行人已取得重庆市巴南区生态环境局、佛山市生态环境局三水分局关于公司募集资金投资项目豁免环评的批复和说

明。

2、研发设计及信息化升级项目系对公司研发设计及信息化系统建设加大投入，不涉及环境影响评价；品牌建设及营销推广项目系通过广告营销活动提升公司品牌知名度和完善公司营销体系，亦不涉及环境影响评价。

募投项目产生的污染物和污染源主要有废水、废气、固体废物、噪音等，具体处理措施如下：

污染项目	治污措施
废水处理	项目中产生的废水主要包括生活污水和生产废水，生产废水为冲洗生产设备和运输车辆过程中产生的废水。其中生活污水经化粪池预处理，排入厂区污水管网，再排至市政排水管网；生产废水经自建污水处理设施预处理后，集中在厂区内的污水处理站处理，达到《污水综合排放标准》（GB8978-96）三级排放标准后排入市政污水管网。
废气处理	项目废气主要来源于木料开料、钻孔、开槽过程中产生的粉尘，采用脉冲布袋除尘器处理后经排气筒高空排放处理。
固废处理	项目固体废物主要为生活垃圾及下脚料、尘渣、废胶桶等生产固废，其中生活垃圾收集后委托环卫部门统一处理；下脚料、尘渣收集后外售给相关单位；废胶桶由有资质单位安全处置。
噪音处理	项目噪声主要来自生产设备机械运行时产生的噪音，项目采取的主要噪声源防治措施有：生产车间采用了建筑隔声和消声措施，对噪声较大的房间的门窗、墙采取隔音，以减少室内噪声和震动的传递；设计中尽量选用高效能、低能耗、低噪声的设备；选用低转速、低噪声的风机和电机，风机进出口安装软接头。对转速高的风机，采取隔声罩降低噪音；通风、空调系统风管上均安装消声器或消声弯头；空调机、冷冻机、离心式排风机设减振台座。

公司将严格按照环境保护审批部门对募投项目的环境影响报告表的审查意见，确保公司环保系统的正常运转，密切关注国家环保政策的变化。在环保投入方面，除依托公司原有的环保设备以外，公司本次拟在募投项目中进行环保投资的金额为 3,834.00 万元，主要用于环保设备的投入，具体金额如下：

募投项目	金额（万元）
玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	1,770.00
智能柜体车间生产线建设	1,080.00
广东玛格车间智能改扩建项目	984.00
合计	**3,834.00**

环保投入的资金将来源于本次公开发行股票所募集的资金，在本次募集资金到位之前，公司将根据项目进展的实际情况先行投入自筹资金，并在募集资金到位之后以募集资金置换前期投入的自筹资金。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人本次募投项目已经取得了环评批复，针对募投项目生产经营环节产生的污染物和污染源制定了有效的治污措施，符合环境保护相关法律法规。

3、符合土地管理法律法规

玛格家居重庆工厂智能改扩建项目、智能柜体车间生产线建设项目、广东玛格车间智能改扩建项目和研发设计及信息化升级项目均为对原生产线或信息化系统进行更新改造，不涉及新增土地。品牌建设及营销推广项目为对“玛格”品牌进行全面宣传及营销网络建设，不涉及土地使用。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：公司本次募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

4、募投项目的规划许可情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业已就募投项目办理所需的建设用地规划许可、建设工程规划许可，具体情况如下：

项目名称	建设用地规划许可	建设工程规划许可
玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	地字第 500113201500044	建字第 500113201500105
智能柜体车间生产线建设	地字第 500113201500044	建字第 500113201500105
广东玛格车间智能改扩建项目	佛规三地塘（2006）087	佛规三建塘（2007）142、佛规三建塘（2007）143、佛规三建塘（2007）144、建字第 440607201300872 号
研发设计及信息化升级项目	—	—
品牌建设及营销推广项目	—	—

（九）募集资金投资项目的新增产能及产能消化措施

1、公司规划的募投项目新增产能情况

公司本次募集资金预计投入 52,920.83 万元扩建产能，其中，玛格家居重庆工厂智能改扩建项目主要用于生产定制衣柜和室内木门，预计达产后定制衣柜产能为 15 万套、室内木门产能为 8.87 万套；智能柜体车间生产线建设和广

东玛格车间智能改扩建项目分别通过对公司重庆 2 号楼厂房、广东玛格 B 区车间现有生产线进行技术改造，进一步提高公司柜体产品的生产规模和产品品质，计划新增定制衣柜产能 13 万套、整体厨柜产能 6 万套，具体项目的产能情况如下：

单位：套

产能	现产能	T+1 年产能	T+2 年产能	T+3 年产能	T+4 年产能	T+5 年产能	产能增长比率
定制衣柜	204,915	204,915	230,915	290,915	376,915	419,915	104.92%
定制衣柜产能释放比		0.00%	12.09%	40.00%	80.00%	100.00%	-
室内木门	17,197	17,197	17,197	52,664	88,130	105,864	515.59%
室内木门产能释放比		0.00%	0.00%	40.00%	80.00%	100.00%	-
整体厨柜	12,730	12,730	24,730	36,730	60,730	72,730	471.33%
整体厨柜产能释放比		0.00%	20.00%	40.00%	80.00%	100.00%	-

注：T+n 年为募投项目实施的第 n 年。

根据公司的募投项目建设规划，新建募投项目将陆续在第 2、3 年逐步释放新增产能，于第 5 年实现全部产能的释放。其中，定制衣柜规划产能较现产能增长 104.92%，室内木门和整体厨柜规划新增的产能较大，均为现产能的 5 倍左右，主要原因系整体厨柜、室内木门的收入占比较低，是目前公司产品的短板，因此规划的产能比例相对较高。

2、新增产能的消化措施

（1）采取多种方式扩大销售渠道，实现“零售+工程+电商”多元发展

公司现有主要销售渠道为线下零售门店，未来，公司将采取多种方式扩大销售渠道，进行多元化、立体式渠道网络建设，实现渠道资源的有效整合，促进产能消化。

未来，公司将继续深化“零售+工程+电商”的多元业务布局，大力开拓零售渠道专卖店建设，实现对主要市场的覆盖及下沉，加强工程业务重点战略客户的开发，并紧扣互联网快速发展带来的自媒体红利。在不断深化的渠道深化合作中，实现渠道资源的有效整合，促进募投产能消化，提升公司产品市场份额。

（2）加大研发投入、扩充研发队伍，顺应市场潮流拓展产品品类

公司以研发及设计领先作为市场拓展的基础，注重产品的升级改进，在现有研发及设计的基础上，公司将继续加大自主创新力度，持续加大研发及设计投入，结合猎头招聘、网络招聘、社会招聘、校园招聘等方式持续扩大研发队伍，为构筑公司雄厚的技术研发实力提供重要保障，确保公司在行业内的优势。同时，公司将充分调研市场需求，把握市场发展趋势，不断提高产品设计能力，顺应市场潮流拓展产品品类，确保产品走在市场前列，形成良好口碑，进一步提高公司产品竞争力。

公司拟通过本次募投项目引进国内外先进自动化、智能化生产制造设备及信息化系统形成高效一体化的柔性管理和制造体系，在降低人工和管理成本的同时，提高生产效率和产品品质。同时，柔性制造能力的增强将帮助公司提升客户响应和服务能力，从而更好地满足客户对于产品的个性化需求，促进公司吸引更多新客户，从而保障募投项目的产能消化。

（3）丰富产品矩阵，为客户提供更好的一站式购物体验

报告期内，公司 80%以上的主营业务收入来源于定制衣柜，其他产品如室内木门、整体厨柜等产品的收入比例较低，是公司业务的短板。未来，公司在保持现有优势业务良好发展的同时，持续加大对短板产品的投入，加快产品结构调整，提升一站式全屋定制家居解决方案能力，拓宽市场渠道，力争获得更多订单，有利于新增产能的消化。

（4）品牌建设及营销推广措施

公司营销服务网络将通过线下店面形象升级、营销活动策划、多元化渠道拓展，以及线上电商店面搭建、新媒体广告投放、招商平台等方式进行推广。品牌推广将通过媒介广告、主体活动、促销活动等线下方式，以及在百度推广、今日头条、抖音或其他新媒体传播平台上进行广告宣传，以此为公司和品牌进行招商和引流。

公司旨在通过品牌建设及营销推广，提高供应、服务能力、把握客户直接需求信息以及宣传公司品牌形象，从而扩大市场份额，提高对新增产能的消化

能力。

二、公司未来发展规划

（一）公司发展战略

公司以“专业专注，持之以恒，谦卑勤奋，开拓创新”为价值观，以“引领传播家居文化，专业定制品质生活”为使命，以“成就客户价值，铸就团队幸福，打造中国定制家居领导品牌”为企业愿景，致力为中国中高端用户提供专业化的全屋定制家居解决方案与服务。公司通过不断提升服务品质和技术水平，并结合品牌定位差异化、产品差异化、服务模式差异化、信息化能力差异化等方面建设夯实全屋定制的一站式的交付能力，进一步扩大业务规模，持续创造价值，实现经济效益和社会效益的和谐统一。

品牌是业内企业综合实力的重要体现，未来公司将集中资源与力量持续打造品牌影响力，深挖品牌价值。同时，公司在巩固现有市场份额的基础上，积极推进全国性的业务布局，挖掘家居消费市场，形成消费者需求的快速响应体系。公司将依托长期深耕行业积累的品牌、质量、服务、管理等优势，迅速扩大全屋定制家居业务规模，同时提升与业务规模相匹配的产能，并结合自动化、信息化及智能化等现代技术手段，持续优化生产工艺和使用先进生产技术，提升生产效率与产品质量，在公司业务规模不断扩大的同时提升公司管理效率、经营效益和竞争优势，成为行业领先的全屋定制一站式解决方案服务商

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

报告期内，公司集中资源与力量持续打造品牌影响力，通过传统广告牌和抖音、小红书等新媒体结合方式，持续扩大品牌知名度，策划多种类、多场次大型宣传活动，深挖品牌价值，荣获了“中国定制家居设计杰出贡献奖”、“2020 年度色彩设计前瞻产品”、“2020 中国家居品牌力量榜设计创新奖”、“2022 家居消费者口碑品牌”、“匠心质造品牌”等业内知名奖项。

公司积极推进全国性的业务布局，挖掘家居消费市场，经销商数量从 2019 年末的 613 家增长至 2022 年 6 月末的 754 家，覆盖全国 31 个省级行政区。业务规模也从 2019 年的 8.25 亿元增长至 2022 年的 9.45 亿元。公司在品牌和

业务拓展的同时，也不断提升生产效率与产品质量，被工信部认定为“国家级绿色工厂”、“国家级工业设计中心”，荣获全国工商联家具装饰商会“家居产品质量评价 5A 级企业”等荣誉，在产品创新、提高自主知识产权方面获得了较好的成绩。

（三）公司未来规划采取的措施

1、品牌推广及管理计划

公司将集中资源与力量持续打造“玛格”品牌，深挖品牌价值，坚守中高端产品定位，塑造“有颜值更有品质，玛格高端全屋定制”品牌内涵与形象。未来将通过媒体广告、宣传推广、参加各地展会等多种方式持续提升品牌知名度，同时通过线上线下结合体验等方式，形象化公司的品牌定位及设计优势，提升品牌在消费者中的满意度和认可度，实现公司未来可持续发展和品牌价值最大化。

2、市场开发和业务扩张计划

公司将利用品牌、服务、质量等优势，迅速扩大公司业务规模，持续夯实和提升现有一、二线城市的经销渠道，并积极推进渠道下沉，挖掘低线城市消费水平提升带来的巨大个性化家居需求市场，进而加快布局覆盖全国各地城市的经销商网络，形成消费者需求的快速响应体系，为业务规模持续壮大提供坚实保障。公司将紧扣互联网快速发展带来的自媒体红利，将继续加大线上营销投入，打造线上线下有机融合的新零售模式，使公司线上营销和线下终端门店销售渠道互补的优势进一步显现。与此同时，公司将顺应国家大力推行房屋精装修的政策导向，通过与领先地产企业开展深度战略合作，依托自身“大规模、柔性化智能制造”的核心竞争优势，以规模求效益，力求将大宗业务发展成为公司经营效益的新增长点。

3、产能提升与扩充计划

随着全屋定制市场的不断扩容和公司业务规模的持续增长，而公司的产能利用率一直保持在较高水平，急需打破产能瓶颈，以充分满足消费者的需求。公司将立足于全屋定制行业的竞争优势，通过扩充重庆智能制造基地实现产能

扩充，大幅提高公司现有产品和未来其他获批新产品的生产能力，同时坚守“高品质生产”主航道，从而保障公司在行业的竞争力。

4、研发、设计创新计划

作为行业内领先企业，公司一直将研发、设计创新作为核心竞争力之一，持续不断地在提升研发、设计创新能力。公司将继续坚持“有颜值更有品质”的产品研发、设计方向，始终坚持自主创新的原则，继续拓展研发、设计团队，并通过与国内的八大美术院校洽谈成立玛格品质研究院等方式，不断提升公司员工的美学素养和人员素质。

5、信息化体系建设计划

信息化建设是公司向智能智造提升、提高职能管理部门与业务部门运营效率、实现诸多业务板块协调管理的重要一环，公司将在原有系统基础上，对大规模、柔性化智能智造信息技术系统进行完善、升级和优化，包含 PDM 产品数据系统、订单数据管理系统、智能排产系统、MES 生产执行系统、条码验证系统、CRM 客户管理系统、ERP 管理系统、BI 系统，覆盖全部智能智造基地，完成信息化系统之间的互联互通，以实现大规模、柔性化智能智造。

6、人力资源发展计划

人力资源是公司最重要的战略资源，是公司的核心生产要素之一。公司将根据现有业务的年度目标，在评判人力资源在组织结构方面合理性、人员是否有新需求的基础上，以改善绩效考核资金激励为主要手段，以优化内部流程、提高协调机制效率、提升人均产值为目标，制定短期的人力资源发计划。

公司将围绕经营的可持续性，以打造人力资源核心竞争力为目标，制定长期人力资源发展计划，通过建立健全绩效管理机制、收入分配机制与人才成长发展机制进一步提升公司的人才素质。目前，公司已实施“510”人才发展计划，即每年从中基层骨干中选拔 10 位高潜力员工，持续推送个性化的培养方案与学习内容，每 5 年平均向公司输送 50 位中高层骨干，以匹配公司快速的发展。

第八节 公司治理与独立性

一、公司治理的建立和完善情况以及存在的缺陷及改进情况

发行人根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律法规的要求，逐步建立健全了由股东大会、董事会、监事会、独立董事和高级管理人员组成的治理结构。

自发行人整体变更设立股份公司以来，发行人股东大会、董事会、监事会按照相关法律、法规、规范性文件、《公司章程》及相关议事规则的规定规范运行，各股东、董事、监事和高级管理人员均尽职尽责，按制度规定切实地行使权利、履行义务，形成了相互独立、权责明确、监督有效的公司治理结构。

（一）报告期内发行人公司治理的建立和完善情况

报告期内，发行人根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等有关法律法规及中国证监会的相关要求，逐步建立健全了规范的公司治理结构。发行人结合自身实际情况制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》《董事会秘书工作制度》《关联交易管理制度》等一系列规范性文件。通过上述组织机构的建立和相关制度的实施，公司已经逐步建立、健全了公司法人治理结构。

目前，公司严格按照各项规章制度规范运行，公司股东大会、董事会、监事会按照相关法律法规、规范性文件、《公司章程》和有关制度所赋予的职权独立规范运作，各股东、董事、监事和高级管理人员均尽职尽责，履行各自的权利和义务。

（二）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司设立以来，根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司章程指引》等法律法规的要求，对章程进行了修订，逐步建立健全了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作细则》等治理文件。报告期内，公司股东大

会、董事会、监事会严格按照各项规章制度规范运行，相关机构和人员均履行相应职责，通过上述组织机构的建立和相关制度的实施，公司已经逐步建立、健全了公司法人治理结构，公司治理不存在重大缺陷。

二、发行人内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制制度的评估意见

公司管理层认为：公司根据相关法律法规规定以及公司经营特点，合理设计、建立并逐步完善了内部控制制度，使其有效执行。公司的内部控制能够适应管理要求和发展需要，能够对项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和公司内部规章制度的贯彻执行提供保证，在所有重大方面，不存在由于内部控制重大缺陷或重要缺陷导致公司财产受到重大损失或对财务报表产生重大影响的情况。

（二）注册会计师对内部控制制度的评价报告

立信会计师为本公司出具了信会师报字[2022]第 ZD10141 号《内部控制鉴证报告》，认为发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2022 年 6 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。

三、公司的违法违规情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。自成立至今，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营，不存在重大违法违规行为。

报告期内，发行人及其子公司受到的行政处罚的情况如下：

受处罚单位	处罚日期	处罚方	处罚金额（元）	处罚原因
天津玛格	2019 年 8 月 13 日	天津市静海区公安消防支队	30,000	消防设施未正常运行，不符合消防规定

2021 年 3 月 26 日，天津市静海区消防救援支队出具《证明》，2019 年 8 月，因天津玛格消防设施未保持完好有效，天津市静海区消防救援支队依法对其进行了处罚，天津玛格已缴纳罚款并按期整改隐患问题。上述行为不构成天

津玛格的重大违法违规行为。自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日，天津玛格未再因其他消防违法行为而受到天津市静海区消防救援支队行政处罚的情况。

因此，发行人在报告期内受到上述行政处罚未造成严重后果，且受到处罚后已积极进行整改，作出行政处罚的主要行政机关均已确认上述情形不构成重大违法违规。

四、报告期内公司资金占用及对外担保情况

公司报告期内与关联方形成了一定的经营性资金占用，详见本招股说明书之“第八节 公司治理与独立性”之“八、报告期内的关联交易”之“（二）一般关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“（2）关联方资金占用“”。公司已经建立严格的资金管理制度，目前不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。《公司章程》《对外担保管理制度》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

五、发行人独立性情况

（一）资产完整方面

公司是由有限公司整体变更设立，有限公司名下全部业务、资产、负债、权益均已整体并入股份公司。公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统，与公司股东及其他关联方之间资产相互独立，其资产具有完整性。

（二）人员独立方面

公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不

在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立方面

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立方面

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立方面

公司专业从事个性化全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务。公司从事的经营业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或显失公平的关联交易。本公司的控股股东及实际控制人已向本公司出具了关于避免同业竞争的承诺，承诺将不以任何方式直接或间接经营任何与玛格家居的主营业务有竞争或可能构成竞争的业务，不直接或间接对任何与玛格家居从事相同或相近业务的其他企业进行投资或进行控制。

（六）发行人主营业务、控制权、管理团队稳定

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近三年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，最近三年实际控制人没有发生变更。

（七）对发行人持续经营有重大影响的事项

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

报告期内，发行人独立持续经营能力不存在瑕疵。

六、同业竞争情况

公司控股股东、实际控制人唐斌的情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在相同、相似或构成竞争的业务，不存在同业竞争的情况。

七、关联方与关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》及中国证监会有关规定等法律、法规和规范性文件的规定，截至本招股说明书签署之日，公司存在的关联方及关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人及其实际控制或施加重大影响的其他企业

公司控股股东、实际控制人为唐斌。唐斌控制或施加重大影响的企业为玛格唐投资、天玛咨询。

（二）持有公司 5%以上股份的其他股东

序号	关联方名称	关联关系
1	高琴	直接持有发行人 13.94%的股权
2	天玛咨询	直接持有发行人 6.86%的股权
3	零壹咨询	直接持有发行人 5.50%的股权
4	瑞渝投资	直接持有发行人 4.83%的股权
	德韬建成	直接持有发行人 4.83%的股权
5	温建怀	间接持有公司 5%以上股份的自然人股东
6	潘孝贞	间接持有公司 5%以上股份的自然人股东
7	陈红克	间接持有公司 5%以上股份的自然人股东

上述股东的具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）持有公司 5%以上股份的其他股东”。

天玛咨询的实际控制人为唐斌，瑞渝投资和德韬建成的实际控制人为温建怀、潘孝贞，温建怀、潘孝贞为间接持有公司 5%以上股份的自然人股东，陈红克通过零壹咨询间接持有公司 5%以上股份，均为公司的关联方。

（三）发行人的控股子公司、参股公司

截至招股说明书签署之日，公司共有 3 家控股子公司，以及 1 家参股公司。控股子公司、参股公司的具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、分公司、参股公司基本情况”。

（四）发行人持有公司 5%以上股份的自然人股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员及其直接或间接控制、施加重大影响或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的其他企业

发行人持有公司 5%以上股份的自然人股东、现任董事、监事和高级管理人员、过去 12 个月内曾经担任发行人董事、监事和高级管理人员的人员及其上述人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。关联自然人直接或间接控制、施加重大影响或者担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员职务的法人和组织为公司的关联法人。

现任董事、监事、高级管理人员的简介及对外投资情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员的情况”及“十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员的对外投资情况”。

发行人现任董事、监事、高级管理人员、持有公司 5%以上股份的自然人股东关系密切的家庭成员直接或间接控制或重大影响的其他企业的基本情况如下：

关联企业	关联关系
金玛咨询	财务负责人张智担任执行事务合伙人的企业
艾玛咨询	董事任芸担任执行事务合伙人的企业
北京毫米科技有限公司	监事屈志担任董事的企业

关联企业	关联关系
上海爱矽半导体科技有限公司	监事屈志曾经担任董事的企业
福建和其昌竹业股份有限公司	监事屈志担任董事的企业
厦门德韬慧成管理咨询合伙企业（有限合伙）	监事屈志担任有限合伙人且持有 50%出资份额的企业
厦门德韬展翼咨询管理合伙企业（有限合伙）	监事屈志曾经担任有限合伙人且持有 99.95%出资份额的企业
厦门微品致远信息技术有限公司	监事屈志担任董事且持有 3.33%股权的企业
福建远孚易居科技有限公司	监事屈志担任董事、总经理的企业
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
上海月星新零售企业管理有限公司	独立董事李国华担任常务副总裁的企业
广州铁树文化咨询合伙企业（有限合伙）	间接持股 5%以上自然股东陈红克控制的企业
广州达建文化咨询合伙企业（有限合伙）	间接持股 5%以上自然股东陈红克控制的企业
广州建众文化传播有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克持股 76.20%的企业
设研院设计（广州）有限公司	广州建众文化传播有限公司的控股子公司，陈红克担任执行董事兼总经理的企业
广州通达文化咨询服务有限公司（原名称为广州通达投资管理有限公司）	间接持股 5%以上自然股东陈红克持股 83%的企业
佛山智净家科技有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克担任执行董事兼总经理的企业
广东智净家科技有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克担任执行董事兼总经理的企业
广东建众投资控股有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克配偶侯定文持股 65%企业
广州建众互联网科技有限公司	广东建众投资控股有限公司控股子公司
建众咨询	广东建众投资控股有限公司控股子公司
成都富众商业管理有限公司	广东建众投资控股有限公司控股子公司

注：1、经核查，屈志已于 2021 年 8 月辞去上海爱矽半导体科技有限公司董事职务。

2、经核查，2021 年 10 月，屈志将其持有的厦门德韬展翼咨询管理合伙企业（有限合伙）99.95%的出资份额转让给沈夏鹏并退出合伙企业。

间接持有发行人 5%以上股份的股东温建怀、潘孝贞、陈红克及其近亲属控制及担任董事、高级管理人员的企业，为发行人的关联方。

（五）报告期内存在变动的关联方

类别	关联方名称	关联关系
报告期内担任公司的董事、监事、高级管理	熊浩	报告期内曾担任玛格有限董事，于 2020 年 7 月辞去玛格有限董事职务
	龚政	报告期内曾通过重庆浩钥欣间接持有玛格家居 5%以上股份及担任玛

类别	关联方名称	关联关系
人员		格有限监事，于 2020 年 7 月辞去玛格有限监事职务；重庆浩钥欣于 2021 年 11 月将其持有的玛格家居股份全部对外转让
	唐华君	报告期内曾担任玛格有限监事，于 2020 年 7 月辞去玛格有限监事职务，实际控制人唐斌之兄
报告期内担任公司的董事、监事、高级管理人员直接或间接控制、施加重大影响或者担任董事、高级管理人员的其他企业	重庆浩立养老康复产业有限公司	熊浩控制的企业
	重庆浩钥欣建筑工程咨询有限公司	熊浩控制的企业
	重庆浩立建筑工程咨询有限公司	熊浩控制的企业
	重庆市巴南区向南小额贷款有限公司	熊浩担任董事长的企业
	重庆向南投资有限公司	熊浩担任副董事长的企业
	重庆熊浩商贸有限公司（已于 2005 年 1 月吊销）	熊浩控制的企业
	重庆敏驰塑胶有限公司	熊浩持有 50%股权，熊浩、龚政担任董事的企业
	重庆通汇投资有限公司（已于 2016 年 12 月吊销）	熊浩担任董事的企业
	重庆金皓腾商业管理有限公司	熊浩控制的企业
	重庆浩立物业管理有限公司	熊浩担任总经理的企业
	重庆重邮物业发展有限责任公司	熊浩担任董事的企业
	重庆浩立投资	熊浩之妹熊科惠控制的企业
	重庆敏展汽车零部件有限公司	熊浩曾担任董事长的企业，已于 2019 年 11 月辞去董事职务
	重庆浩钥欣	龚政持股 80%并担任执行董事兼总经理的企业
	垫江县中农联建设开发有限公司	龚政担任总经理的企业
	重庆浩立园林景观工程有限公司	龚政曾持股 50%的企业，已于 2020 年 6 月转让股份
	重庆浩立装饰有限公司	龚政曾持股 60%的企业，已于 2020 年 6 月转让股份
报告期内注销的关联企业	玛格装饰	报告期内公司的全资子公司，已于 2019 年 7 月注销
	济南市天桥区优瑞家具经营部	报告期内高琴控制的个体工商户，已于 2020 年 11 月注销
	重庆浩进商业管理有限公司	龚政担任董事的企业，已于 2020 年 5 月注销
	山东中联商业管理有限公司	龚政担任董事的企业，已于 2020 年 6 月注销
	壹品养老康复产业有限公司	熊浩担任董事兼总经理的企业，已于 2021 年 1 月注销
	拎包入住（广州）科技有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克担任执行董事兼总经理的企业，已

类别	关联方名称	关联关系
		于 2022 年 3 月注销

除上述关联方以外，个体户张庆伟于 2016 年 7 月至 2018 年 3 月从事公司重庆市主城区经销商的经营，张庆伟目前系公司员工，个体户张庆伟系公司控股股东、实际控制人唐斌以及董事、副总经理高琴共同控制的经营主体，为公司的关联方。个体户张庆伟的具体情况如下：

序号	经营者	成立时间	统一社会信用代码	地址	注销时间
1	张庆伟	2016/10/31	92500000MA5UGH1U9X	重庆市北部新区新南路 888 号红星美凯龙二楼 C8213、C8215、C8200 号	2020/7/15
2	张庆伟	2017/03/22	92500107MA5UFKTL6C	重庆市九龙坡区迎宾大道 11 号红星美凯龙综合馆三楼 D8007、D8008、D8009 展位	2018/11/22
3	张庆伟	2017/11/30	92500107MA5YNTPG18	重庆市九龙坡区迎宾大道 33 号居然之家二郎一号馆四层 DS28-1-4018	2018/8/28
4	张庆伟	2017/08/04	92500105MA5UQWMX2N	重庆市江北区北滨一路 368 号（居然之家金源店 DS6-W-4009）	2020/9/14
5	张庆伟	2017/06/15	92500112MA5UN0JU57	重庆市渝北区龙溪街道红石路居然之家聚信店 B 号楼 2 层 JM86-b-2027	2018/1/10
6	张庆伟	2017/02/28	92500000MA5UCFUA2W	重庆市北部新区金开大道 1226 号第 3 层 3B57、3B90	2020/7/13
7	张庆伟	2017/10/10	92500108MA5XE250XQ	重庆市南岸区南坪西路 58 号红星美凯龙建材一楼 A8076、A8077 展位	2018/9/20

八、报告期内的关联交易

报告期内，发行人发生的关联交易汇总情况如下：

单位：万元

类型	关联交易内容	2022 年 1-6 月/2022 年 6 月末	2021 年度/2021 年末	2020 年度/2020 年末	2019 年度/2019 年末
经常性关联交易	销售商品及服务	-	3.99	18.22	1.14
	接受企业咨询服务及营销服务	-	-	20.83	1.20

	向关键管理人员支付薪酬	296.72	614.12	607.94	582.27
偶发性关联交易	接受关联担保	8,000.00	8,000.00	11,000.00	14,000.00
	资金占用费	-	95.35	-	-

（一）重大关联交易

1、重大关联交易的判断标准及依据

公司结合关联交易的性质以及对公司的财务状况是否存在显著影响作为重大关联交易的判断标准及依据。其中，一般情况下交易金额占利润总额的比重超过5%将被认定为对公司财务状况存在显著影响。

2、报告期内的重大关联交易

报告期内，公司向关键管理人员支付薪酬的金额占利润总额的比重超过5%，该关联交易为公司日常经营中不可或缺的活动，因此不属于重大关联交易。

报告期内，公司接受关联方担保的金额占利润总额的比重超过 5%，由于该关联交易不会对公司财务状况存在显著影响，因此不属于重大关联交易。

报告期内，公司无重大关联交易事项。

（二）一般关联交易

1、经常性关联交易

（1）销售商品及服务

报告期内，公司向关联方销售商品及服务的具体情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	营业收入占比	金额	营业收入占比	金额	营业收入占比	金额	营业收入占比
蔡宝磊	销售商品及服务	-	-	-	-	0.68	<0.01%	0.11	<0.01%
熊浩		-	-	-	-	-	-	1.02	<0.01%
厦门卡萨意厨家居有		-	-	3.99	<0.01%	17.54	0.02%	-	-

限公司									
合计		**-**	**-**	**3.99**	**<0.01%**	**18.22**	**0.02%**	**1.14**	**<0.01%**

蔡宝磊、熊浩均于报告期内向公司采购部分产品自用，按照公司规定的员工内部价格购买，交易金额较小，销售价格公允。

2022 年 3 月 11 日，公司关联方建潘集团控股子公司厦门华瑞中盈控股集团有限公司取得厦门卡萨意厨家居有限公司的股权并成为其控股股东，股权转让完成后，卡萨意厨家居有限公司成为建潘集团下属子公司。

2020 年度和 2021 年度，公司曾向厦门卡萨意厨家居有限公司销售少量 3cm 岩板材料，参考市场价格对外出售，公司向卡萨意厨家居有限公司销售产品价格与向其他无关第三方销售平均单价差异较小，销售金额较低。

（2）接受企业咨询服务及营销服务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
建众咨询	企业咨询管理服务及营销服务	**-**	-	20.83	1.20
合计		**-**	**-**	**20.83**	**1.20**

建众咨询为行业内知名的咨询服务机构，专注于泛家居行业，为家居行业企业提供包括组织建设、顶层设计、战略管理、营销管理等全方位专业咨询服务，已为包括志邦家居、老板电器、梦天木门等业内近 600 家企业提供咨询服务。建众咨询与零壹咨询为同一控制下的关联企业，零壹咨询为持有公司 5%以上股份的股东。

2019 年及 2020 年，公司陆续向建众咨询采购专项营销咨询服务、培训服务等。公司向零壹咨询及建众咨询采购咨询培训服务的价格系根据提供服务的具体内容，参考市场价格综合协商确定合同金额。

（3）向关键管理人员支付薪酬

报告期各期，公司向关键管理人员支付报酬金额分别为 582.27 万元、607.94 万元、614.12 万元和 296.72 万元。

2、偶发性关联交易

（1）接受关联方担保

报告期内，公司接受关联方担保情况如下：

序号	被担保方	担保方	担保合同编号	授信/借款金额（万元）	担保合同签署日期	担保期限	是否履行完毕
1	玛格家居	唐斌	招商银行股份有限公司重庆分行	3,000	2021/08/11	主债务履行期限届满后三年	履行完毕
2	广东玛格	唐斌	招商银行股份有限公司佛山分行	5,000	2021/10/21		履行完毕

除上述正在履行的关联方担保以外，2016 年 9 月，玛格家居向重庆三峡银行申请 1.80 亿元借款，由关联方唐斌、高琴、玛格唐投资、熊科惠进行担保，担保起始日为 2016 年 9 月 19 日，担保到期日为主债务履行期届满后 2 年。截至本招股说明书签署之日，该笔借款已全部还清。

公司于 2021 年 8 月 11 日与招商银行股份有限公司重庆分行签订授信协议，授信额度为 3,000 万元,由关联方唐斌进行担保。截至本招股说明书签署之日，该授信协议及关联方担保合同均已履行完毕。

广东玛格于 2021 年 10 月 21 日与招商银行股份有限公司佛山分行签订授信协议，授信额度为 5,000 万元,由关联方唐斌进行担保。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司使用授信额度开具银行承兑汇票 7,781.07 万元。

（2）关联方资金占用

个体户张庆伟曾从事公司重庆市主城区经销商的经营，重庆市主城区经销商的实际控制人为唐斌和高琴。2019 年末，个体户张庆伟欠公司的货款为 733.47 万元，货款已于 2020 年全部收回。2021 年 5 月，唐斌和高琴分别支付了上述货款拖欠产生的资金占用费 68.11 万元和 27.24 万元，共计 95.35 万元，资金占用费按照中国人民银行短期贷款基准利率计算。

（3）受让无形资产

2020 年 12 月，玛格唐投资与公司签署了《商标转让协议》。该协议约定，

玛格唐投资同意将其拥有的 12 项商标无偿转让给公司，公司同意受让前述商标。

截至报告期期末，上述 12 项商标均已变更登记至公司名下。该等商标的具体情况详见本招股说明书“第十二节 附件”之“十、发行人的境内商标专用权情况”之第 194 项至第 205 项。

（三）关联方应收应付

报告期各期末，公司的关联方应收应付的账面余额如下：

单位：万元

项目	关联方	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应收账款	个体户张庆伟	-	-	-	733.47
其他应收款	金玛咨询	-	-	-	0.50
	艾玛咨询	-	-	-	0.50
	唐斌	-	-	68.11	55.88
	高琴	-	-	27.24	22.35
其他应付款	浩立投资	-	-	-	82.00
合同负债/其他流动负债	厦门卡萨意厨家居有限公司	-	-	4.50	-

唐斌、高琴为公司的创始股东，2016 年以前，唐斌、高琴二人以个体工商户的名义从事公司重庆市主城区经销商的经营工作。2016 年 6 月，唐斌、高琴与公司员工张庆伟签署《店铺整体转让协议》，唐斌、高琴将门店转让给张庆伟，由其进行日常管理并开展进行自主经营。双方协商，为鼓励并支持张庆伟创业，唐斌、高琴采取张庆伟先经营，再根据其经营情况分批支付转让款的方式进行。由于自主经营期间未能实现盈利且最终门店转让价款未支付，重庆市主城区经销商的实际控制人仍为唐斌、高琴。

2018 年 4 月，张庆伟与欧亚琴签订《店铺整体转让协议》，自 2018 年 4 月 1 日起，由欧亚琴接手经营重庆主城区域经销商。欧亚琴与发行人、唐斌、高琴及张庆伟均不存在关联关系。

因个体户张庆伟经营状况不佳，在其经营过程中形成了对公司期限较长的应收账款。2019 年末形成的应收账款金额为 733.47 万元，公司已于 2020 年 7

月全额收回上述应收账款。个体户张庆伟在报告期内的应收账款均按照中国人民银行短期贷款基准利率计提资金占用费，公司已于 2021 年 5 月收回上述资金占用费共计 95.35 万元。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在资金被股东及其关联方占用的情况。

（四）报告期内关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司与关联方发生的关联交易对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响，不存在损害公司及非关联股东利益的情况，也不存在向公司或关联方输送利益的情况。

九、报告期内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

截至本招股说明书签署之日，《玛格家居股份有限公司章程（草案）》中对关联交易决策权力、决策程序、关联股东和利益冲突董事在关联交易表决中的回避制度做出了明确的规定，相关内容包括：

1、回避制度

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东未主动申请回避的，其他参加股东大会的股东或股东代表有权请求关联股东回避；如其他股东或股东代表提出回避请求时，被请求回避的股东认为自己不属于应回避范围的，应由股东大会会议主持人根据情况与现场董事、监事及相关股东等会商讨论并作出回避与否的决定。

应予回避的关联股东可以参加审议涉及自己的关联交易，并可就该关联交易是否公平、合法及产生的原因等向股东大会作出解释和说明，但该股东无权就该事项参与表决。

2、股东大会的关联交易决策权限

公司与关联人发生的交易（上市公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易由股东大会作出决议。与同一关联人进行的交易或与不同关联人进行交易标的类别相关的交易，应按照连续 12 个月累计计算。

3、董事会的关联交易决策权限

公司拟与关联自然人发生的交易金额在人民币 30 万元以上的关联交易、公司拟与关联法人发生的交易金额在人民币 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产 0.5%以上的关联交易，由公司董事会作出决议。

4、报告期内的关联交易制度的执行情况

2021 年 11 月 18 日和 2021 年 12 月 5 日，公司分别召开第一届董事会第四次会议和 2021 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月关联交易的议案》，对公司上述期间发生的关联交易进行了确认，关联董事、关联股东进行了回避表决。

2022 年 3 月 11 日，公司关联方建潘集团控股子公司厦门华瑞中盈控股集团有限公司取得厦门卡萨意厨家居有限公司的股权并成为其控股股东，股权转让完成后，卡萨意厨家居有限公司成为建潘集团下属子公司及公司关联方。

2022 年 9 月 6 日，公司召开第一届董事会第六次会议，审议通过了《关于确认公司与厦门卡萨意厨家居有限公司关联交易的议案》，对报告期内公司与厦门卡萨意厨家居有限公司发生的关联交易进行了确认。

除上述已确认的关联交易外，对于报告期内的其他关联交易，发行人已根据《公司章程》及《玛格家居股份有限公司关联交易管理办法》等相关规定分别履行了董事会及股东大会审批程序，确认公司与关联方之间发生的关联交易为公司正常经营所需，由交易双方在平等自愿的基础上经协商一致达成，遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，价格公允，不存在损害公司及股东利益的情况。

（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关联交易进行了审查，就公司报告期内发生关联交易的公允性及合法性发表独立意见如下：

公司与关联方之间在报告期内发生的关联交易内容真实，定价公允，不存在损害公司及非关联股东利益的情形，也不存在通过关联交易操纵公司利润的情况。

第九节 投资者保护

一、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司于 2021 年 12 月 5 日召开的 2021 年第二次临时股东大会决议，若公司本次公开发行股票（A 股）并上市方案经中国证监会审核同意并得以实施，首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并上市后由新老股东按照持股比例共同享有。

二、股利分配政策

（一）本次发行上市后的股利分配政策

根据《公司章程（草案）》《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年分红回报规划》，公司发行上市后的主要利润分配政策如下：

1、利润分配原则

公司重视对投资者的合理投资回报，根据自身的财务结构、盈利能力和未来的投资、融资发展规划实施积极的利润分配政策，保持利润分配政策的持续性和稳定性；公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、利润分配的方式

公司可采取现金、股票、现金股票相结合或者法律许可的其他方式分配股利，现金方式优先于股票方式。具备现金分红条件的，应当优先采取现金分红进行利润分配。

3、利润分配的条件

公司上一年度盈利，累计可分配利润为正，审计机构对公司的上一年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告，且不存在重大投资计划或重大现金支出事项（募集资金项目支出除外）。

上述重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

（1）公司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；

（2）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总资产的 30%。

根据公司章程关于董事会和股东大会职权的相关规定，上述重大投资计划或重大现金支出须经董事会批准，报股东大会审议通过后方可实施。

4、利润分配方式适用的条件和比例

（1）现金分红的条件和比例

除非不符合利润分配条件，否则公司每年度应当至少以现金方式分配利润一次。公司每三年以现金方式累计分配的利润不少于三年实现的年均可分配利润的 30%。因特殊原因不能达到上述比例的，董事会应当向股东大会作特别说明。

在满足上述现金分红条件和比例的基础上，董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，提出实施差异化现金分红政策：

1）公司发展阶段属成熟期且无重大投资计划或重大现金支出的，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投资计划或重大现金支出的，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投资计划或重大现金支出的，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投资计划或重大现金支出的，可以按照前项规定处理。

（2）股票分红的条件

如果公司当年以现金方式分配的利润已经超过当年实现的可分配利润的15%或在利润分配方案中拟通过现金方式分配的利润超过当年实现的可分配利润的 10%，对于超过当年实现的可分配利润 10%以上的部分，公司根据盈利情况和现金流状况，为满足股本扩张的需要或合理调整股本规模和股权结构，可以采取股票分红方式进行分配。

5、利润分配的期限间隔

公司在符合《公司章程》规定的利润分配条件下，应当每年度进行年度利润分配。公司董事会综合考量公司经营情况、资金状况和盈利水平等因素，可以向股东大会提议进行中期利润分配。

6、利润分配的决策程序

（1）定期报告公布前，公司董事会应详细分析及充分考虑公司实际经营情况，以及社会融资环境、社会融资成本、公司现金流量状况、资金支出计划等各项对公司资金的收支有重大影响的相关因素，在此基础上合理、科学地拟订具体分红方案。独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

（2）独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（3）董事会通过分红方案后，提交股东大会审议。公司召开涉及利润分配的股东大会时，应根据《公司法》《公司章程》及其他规范性文件的规定，为中小股东参与股东大会及投票提供便利；召开股东大会时，应保障中小股东对利润分配问题有充分的表达机会，对于中小股东关于利润分配的质询，公司董事、高级管理人员应给予充分的解释与说明。

公司因特殊情况而不进行现金分红时，公司应在董事会决议公告和年报中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因，以及公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

（4）董事会和股东大会在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。公司将通过多种途径（电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台等）听取、接受公众投资者对利润分配事项的建议和监督。

7、利润分配政策的调整

公司调整或变更本章程规定的利润分配政策应当满足以下条件：

（1）现有利润分配政策已不符合公司外部经营环境或自身经营状况的要求；

（2）调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；

（3）法律、法规、中国证监会或证券交易所发布的规范性文件中规定确有必要对本章程规定的利润分配政策进行调整或者变更的其他情形。

利润分配政策的调整应经董事会审议通过后提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

8、利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

（1）是否符合公司章程的规定或者股东大会决议要求；

（2）分红标准和比例是否明确清晰；

（3）相关的决策程序和机制是否完备；

（4）独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

（5）中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

9、若公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其所占用的资金。

10、公司未来股利分配规划的制定程序

公司至少每三年重新审阅一次公司未来分红回报规划。公司制定未来的股利分配规划，经二分之一以上独立董事同意后提交董事会审议，且经监事会审议通过后提交股东大会批准。

11、监事会应对董事会执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配的预案，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

公司按照《上市公司章程指引》、《深圳证券交易所股票上市规则》等相关规定对现行《公司章程》进行修订，并经公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过。公司本次发行后的股利分配政策在现行《公司章程》的基础上进一步完善和细化，增加了利润分配原则、分配方式、分配条件、期限间隔、决策程序等内容。

（三）发行人分红资金主要来源及子公司的分红政策

发行人公司的营业利润分红资金主要来源于母公司以及全资子公司广东玛格对母公司的现金分红，用于分配现金股利的资金也主要来源于子公司的现金分红。其中，公司全资子公司的利润分配政策、具体分配安排由母公司实施控制。

广东玛格章程中已明确规定：“在缴纳所有所得税并按规定弥补亏损、提取各项公积金后，公司应进行分红。在公司盈利年度，公司每年现金分配的利润不少于当年实现可分配利润的 30%，并且应当在年度结束后 3 个月内完成利润分配”。

三、发行人特别表决权股份、协议控制的特殊安排

根据《公司章程》，截至本招股说明书签署之日，股东按其所持有股份的种

类和份额享有权利，承担义务；持有同一种类股份的股东，享有同等权利，承担同等义务。《公司章程》未针对特定股东设置特别表决权股份，公司股东亦不存在协议控制的特殊安排情况。

根据《公司章程（草案）》，公司未来上市后适用的公司章程中亦不存在特别表决权或协议控制等相关的特殊安排。

四、发行人尚未盈利或累计未弥补亏损的情形

根据立信出具的信会师报字[2022]第 ZD10139 号《审计报告》，发行人在 2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月的净利润（以扣除非经常性损益前后较低的净利润为计算依据）分别为 9,692.80 万元、9,025.40 万元、10,515.88 万元和 2,659.80 万元，不存在尚未盈利的情形。截至 20222 年 6 月末，发行人未分配利润为 21,257.88 万元，不存在累计未弥补亏损。

第十节 其他重要事项

一、重大合同

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业已履行、正在履行和将要履行的报告期各期前五大供应商采购框架协议或单笔交易金额在 500 万元以上的采购合同、报告期各期前五大经销商的经销协议或单笔交易金额在 500 万元以上的销售合同、银行授信、借款合同及相关的担保合同或其他对发行人及其下属企业的生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的重大合同（交易金额在 500 万元以上）如下：

（一）销售合同

公司的主要客户为经销商，公司与经销商的销售合同采取一年一签的方式，对于公司的经营影响已反映在公司经营成果中。公司报告期各期前五大经销商均在报告期前已与公司开展合作，除前五大经销商已履行的经销协议以外，公司其他已履行、正在履行和将要履行的重要客户的销售合同如下：

序号	客户名称	协议类型	合同标的	交易金额（万元）	有效期	履行情况
1	广州市谷柔家居用品有限公司[注1]	经销协议	玛格品牌系列产品	合同约定有关销售任务，具体销售金额以实际发生为准	2023/01/01-2023/12/31	正在履行
2	高新区美唐家具经营部				2023/01/01-2023/12/31	正在履行
3	绵阳市全成商贸有限公司				2023/01/01-2023/12/31	正在履行
4	誉墅品（上海）家居有限公司	经销协议、经销补充协议	玛格品牌系列产品、玛菓产品		2023/01/01-2023/12/31	正在履行
5	重庆一粟联创家居有限公司	经销协议	玛格品牌系列产品		2023/01/01-2023/12/31	正在履行
6	无锡美特家建材有限公司				2023/01/01-2023/12/31	正在履行
7	宁波宁然家居有限公司				2023/01/01-2023/12/31	正在履行
8	重庆庆科商贸有限公司	框架协议	精装修橱柜及收纳柜	以订单为准	2018/7/30-2020/12/31	履行完毕
9	广州工商学院	工程合同	宿舍公寓床和阳台	1,066.10	2019/5/20 至双方履行完合	履行完毕

序号	客户名称	协议类型	合同标的	交易金额（万元）	有效期	履行情况
			吧椅		同规定的责任和义务	
10	重庆龙湖企业拓展有限公司	框架协议	厨柜、收纳柜等产品	以具体供货合同约定为准	2021/05/08-2021/12/31	履行完毕
					至2023/12/31	正在履行
11	广州市谷柔家居用品有限公司[注]	经销补充协议	玛格极家居产品	具体产品及价格以订单约定为准	2022/03/28-2022/12/31	履行完毕
12	高新区美唐家具经营部	经销补充协议	玛菓产品	合同约定有关销售任务，具体销售金额以实际发生为准	2022/11/06-2022/12/31	履行完毕
13	重庆一粟联创家居有限公司				2022/09/01-2022/12/31	履行完毕

注 1：2022 年 3 月 8 日，广州市谷柔家居用品有限公司与玛格科技签署了《经销补充协议》，就双方于 2022 年 2 月签署的《经销合同》进行了补充约定。该补充协议约定，在经销授权期内，玛格科技授权广州市谷柔家居用品有限公司在授权区域内增加经销玛格极产品。截至本招股说明书签署之日，该经销补充协议已到期，公司与广州市谷柔家居用品有限公司关于玛格极家居产品的销售协议正在协商过程中，尚未签署完毕；

注 2:2022 年，高新区美唐家具经营部、重庆一粟联创家居有限公司均与玛格科技签署了《经销补充协议》，就“玛格·玛菓整装集成家居产品”达成经销合作。截至本招股说明书签署之日，该经销补充协议已到期，新协议尚未签署完毕。

（二）采购合同

公司主要向供应商采购板材、铝材、五金配件等原材料、辅料，采购量根据公司实际需求量采购。公司报告期各期前五大供应商除佛山市联信高新材料股份有限公司以外，均在报告期前已与公司开展合作并持续签署采购框架合同，按实际需求进行采购，其对于公司的影响已反映在公司的采购情况当中。除前述供应商已履行的合同以外，公司其他已履行、正在履行和将要履行的重要供应商的采购合同如下：

序号	供应商名称	签署主体	合同标的	交易金额（万元）	有效期	履行情况
1	惠州市盛易木业有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2022/03/09-2024/03/08	正在履行
2	惠州市盛易木业有限公司	玛格家居	板材	以具体采购订单金额为准	2022/03/12-2024/03/11	正在履行
3	成都大亚商贸有限公司	玛格家居	板材	以具体采购订单金额为准	2022/07/31-2024/07/30	正在履行
4	大亚木业（茂名）有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2022/04/01-2024/03/31	正在履行

序号	供应商名称	签署主体	合同标的	交易金额（万元）	有效期	履行情况
5	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	广东玛格	五金	以具体采购订单金额为准	2022/04/01-2024/03/31	正在履行
6	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	玛格家居	五金	以具体采购订单金额为准	2022/04/01-2024/03/31	正在履行
7	佛山市亚特办公家具有限公司	广东玛格	压贴	以具体采购订单金额为准	2022/04/01-2024/03/31	正在履行
8	深圳市涂冠贸易有限公司	广东玛格	涂料	以具体采购订单金额为准	2022/04/01-2024/03/31	正在履行
9	深圳市涂冠贸易有限公司	玛格家居	油漆	以具体采购订单金额为准	2022/04/13-2024/03/12	正在履行
10	东莞市华立实业股份有限公司	广东玛格	封边条	以具体采购订单金额为准	2020/04/01-2022/03/31	履行完毕
11	东莞市华富立装饰建材有限公司	广东玛格	封边条	以具体采购订单金额为准	2022/06/01-2024/05/31	正在履行
12	四川华富立复合材料有限公司	玛格家居	封边条	以具体采购订单金额为准	2022/04/01-2024/03/31	正在履行
13	佛山市南海简佳铝业有限公司	玛格家居	铝材	以具体采购订单金额为准	2022/04/01-2024/03/31	正在履行
14	佛山市南海简佳铝业有限公司	广东玛格	铝材	以具体采购订单金额为准	2022/04/30-2024/03/31	正在履行
15	广西百色丰林人造板有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2022/08/10-2024/08/09	正在履行
16	广西百色丰林人造板有限公司	玛格家居	板材	以具体采购订单金额为准	2021/09/01-2023/08/31	正在履行
17	丰林亚创（惠州）人造板有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2021/10/20-2023/10/21	正在履行
18	广西丰林人造板有限公司	玛格家居	板材	以具体采购订单金额为准	2022/07/01-2024/06/30	正在履行
19	广西丰林人造板有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2021/09/30-2023/10/01	正在履行
20	广西钦州丰林木业有限公司	玛格家居	板材	以具体采购订单金额为准	2022/10/15-2024/10/14	正在履行
21	广西钦州丰林木业有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2022/10/20-2024/10/19	正在履行
22	江苏新力维智能科技有限公司	玛格家居	机器设备一批	612	至合同项下的设备交付完毕	正在履行
23	佛山市联信高新材料股份有限公司	玛格有限	板材	以具体采购订单金额为准	2020/10/22-2022/10/21	履行完毕
		玛格家居	板材压贴加工	以具体采购订单金额为准	2022/10/22-2024/10/21	正在履行
24	佛山市联信高新材料股份有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2020/10/22-2022/10/21	履行完毕
		广东玛格	板材压贴加工	以具体采购订单金额为准	2022/07/02-2024/07/02	正在履行
25	简阳市众意木业有	玛格有限	室内门	以具体采购订	2020/03/01-	履行完毕

序号	供应商名称	签署主体	合同标的	交易金额（万元）	有效期	履行情况
	限公司		OEM 生产	单金额为准	2021/02/28	
26	金田豪迈（昆山）木业机械贸易有限公司[注]	玛格有限	机器设备一批	2,850	至有关设备交付完成	合同权利及义务转让

注：2022 年 3 月 31 日，玛格家居、金田豪迈（昆山）木业机械贸易有限公司、豪马格（中国）机械有限公司签署了《转让及约务更替协议》。该协议约定，由于内部重组原因，金田豪迈（昆山）木业机械贸易有限公司将原由玛格家居、金田豪迈（昆山）木业机械贸易有限公司签署的采购合同项下的全部权利和义务转让给豪马格（中国）机械有限公司。

（三）银行授信或借款合同

截至本招股说明书签署之日，报告期内公司及子公司已履行、正在履行和将要履行的银行授信或借款合同如下：

序号	合同主体	合同签署日期	授信/借款银行	合同编号	授信额度/贷款金额（万元）	授信/贷款期限（月）	履行情况
1	玛格有限	2016/9/19	重庆三峡银行锦江支行	《固定资产借款合同》（合同编号：渝三银 GJC01152016200030）	18,000	60	履行完毕
2	玛格家居	2021/8/11	招商银行股份有限公司重庆分行	《授信协议》（编号：2021 年渝二字第 9080422 号）	3,000	12	履行完毕
3	广东玛格	2021/10/21	招商银行股份有限公司佛山分行	《授信协议》（编号：757XY2021035560）	5,000	12	履行完毕
4	玛格家居	2022/8/10	招商银行股份有限公司重庆分行	《授信协议》（编号：2022 年渝二字第 9080802 号）	4,000	12	正在履行
5	广东玛格	2022/11/23	招商银行股份有限公司佛山分行	《授信协议》（编号：757XY2022036562）	10,000	12	正在履行

（四）担保合同

截至本招股说明书签署之日，报告期内发行人及其下属企业已履行、正在履行和将要履行的担保合同如下：

序号	债权人	担保人	担保合同编号	担保的主合同	被担保方	担保物/担保类型	担保期限	履行情况
1	重庆三峡银行锦江支行	玛格科技	《保证合同》（合同编号：渝三银 BZ2019062100000231）	《固定资产借款合同》（合同编号：渝三银 GJC01152016200030）	玛格有限	连带责任保证	自保证合同生效之日至主债务履行期届满之日后两年止	履行完毕
		广东玛格	《保证合同》（合同编号：渝三银 BZC2016091800000045）					
		天津玛格	《保证合同》（合同编号：BZC2016091800000046）					

序号	债权人	担保人	担保合同编号	担保的主合同	被担保方	担保物/担保类型	担保期限	履行情况
2	招商银行股份有限公司佛山分行	玛格家居	《最高额不可撤销担保书》（编号：757XY202103556002）	《授信协议》（编号：757XY2021035560）	广东玛格	连带责任保证	授信协议项下每笔贷款、其他融资、受让的应收账款债权到期日或每笔垫款的垫款日另加三年	履行完毕
		玛格科技	《最高额不可撤销担保书》（编号：757XY202103556003）					
3	招商银行股份有限公司佛山分行	玛格家居	《最高额不可撤销担保书》（编号：757XY202203656201）	《授信协议》（编号：757XY2022036562）	广东玛格	连带责任保证	授信协议项下每笔贷款、其他融资、受让的应收账款债权到期日或每笔垫款的垫款日另加三年	正在履行
		玛格科技	《最高额不可撤销担保书》（编号：757XY202203656202）					

（五）投资协议

2022 年 10 月 19 年，广东玛格（乙方）与佛山市三水区大塘镇人民政府（甲方）签署了有关投资协议，双方就佛山市三水区大塘镇投资“定制家居智能制造工业项目”进行了约定，具体约定如下：

（1）乙方拟投资建设的项目总投资不低于 20 亿元，其中固定资产投资不低于 8 亿元，项目达产后产值不低于 20 亿元/年，在三水区大塘镇内缴纳税收不低于 1.05 亿元/年。项目分两期投资，其中一期项目总投资不低于 15 亿元，固定资产投资不低于 6 亿元，项目预计达产后产值不低于 15 亿元/年，在三水区内缴纳税收不低于 7500 万元/年。二期项目总投资不低于 5 亿元，固定资产投资不低于 2 亿元，项目预计达产后产值不低于 5 亿元/年，在三水区内缴纳税收不低于 3000 万元/年；

（2）项目意向用地位于佛山市三水区大塘镇彭岗地块（具体地块名称待定），面积约为 207 亩（用地面积最终以不动产权证书载明的为准），其中一期用地面积约 155 亩，二期用地面积约 52 亩。乙方通过公开出让方式竞得项目用地后，自一、二期约定的土地交付之日起 12 个月内动工建设，约定的土地交付之日起 36 个月内竣工。项目动工、竣工标准以出让合同为准。

除此之外，协议主要约定了其他甲乙双方的权利义务及违约责任等事项。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对外担保事项。

三、诉讼或仲裁情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人唐斌先生、控股子公司以及发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

第十一节 声明

一、发行人及其全体董事、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。

全体董事签名：

唐 斌　　高 琴　　任 芸

孙俊英　　李国华

全体监事签名：

吴 亮　　屈 志　　蔡宝磊

其他高级管理人员签名：

张 智　　沈 瀚

玛格家居股份有限公司

2023 年 2 月 24 日

二、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：

唐 斌

玛格家居股份有限公司

2023 年 2 月 24 日

三、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行核查，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：

刘雨晴

保荐代表人：

曹子建 张力

法定代表人：

贺 青

国泰君安证券股份有限公司

2023 年 2 月 24 日

四、保荐机构董事长、总经理声明

本人已认真阅读玛格家居股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理（总裁）：

王 松

保荐机构董事长：

贺 青

国泰君安证券股份有限公司

2023 年 2 月 24 日

五、律师声明

本所及经办律师已阅读《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》，确认该招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，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。

广东信达律师事务所（盖章）

负责人（签字）：

林晓春

经办律师（签字）：

魏天慧

魏 蓝

2023年 2 月24 日

六、审计机构声明

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审计报告、审阅报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、审阅报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，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。

签字注册会计师：

华毅鸿

袁竞艳

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2023 年 2 月 24 日

七、资产评估机构声明

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。

签字资产评估师：

黄 迅

张清月

资产评估机构负责人：

梅惠民

银信资产评估有限公司

2023年 2月 24日

八、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，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。

签字注册会计师：



华毅鸿



卫亚辉

会计师事务所负责人：



杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2023 年 2 月 24 日

九、验资复核机构声明

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验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，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。

签字注册会计师：



华毅鸿



吕亚辉

会计师事务所负责人：



杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



2023 年 2 月 24 日

第十二节 附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况；

（七）与投资者保护相关的承诺；

（八）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；

（九）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报告及审阅报告；

（十）内部控制鉴证报告；

（十一）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十二）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说明；

（十三）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明；

（十四）募集资金具体运用情况；

（十五）子公司、参股公司简要情况

（十六）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间、地点

投资者可于本次发行期间到本公司及保荐人（主承销商）办公地查阅，该等文件也在指定网站披露。

（一）查阅时间

每周一至周五 9：30-11：30，13：30-17：00，法定节假日除外。

（二）查阅地点

发行人：玛格家居股份有限公司

地址：重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1

电话：020-38856053

联系人：沈瀚

保荐机构：国泰君安证券股份有限公司

地址：深圳市益田路 6009 号新世界中心 43 楼

电话：0755-23976200

联系人：曹子建

三、发行人落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况

（一）投资者关系管理相关规定的安排

为切实保护投资者特别是中小投资者的合法权益、完善公司治理结构，公司根据《公司法》《证券法》等法律法规的规定，建立了《投资者关系管理制度》《信息披露管理制度》等完善的投资者权益保护制度并严格执行，真实、准确、完整、及时地报送和披露信息，积极合理地实施利润分配政策，保证投资者依法获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等方面的权利。

公司设立证券部负责信息披露和投资者关系，董事会秘书沈瀚专门负责信息披露事务，联系方式如下：

联系人：沈瀚

电话：020-38856053

传真：020-38837371

电子信箱：zhengquanbu@macio.com.cn

（二）股利分配决策程序

根据《玛格家居股份有限公司章程（草案）》的安排，公司的股利分配决策程序如下：

1、定期报告公布前，公司董事会应详细分析及充分考虑公司实际经营情况，以及社会融资环境、社会融资成本、公司现金流量状况、资金支出计划等各项对公司资金的收支有重大影响的相关因素，在此基础上合理、科学地拟订具体分红方案。独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

2、独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

3、董事会通过分红方案后，提交股东大会审议。公司召开涉及利润分配的股东大会时，应根据《公司法》《公司章程》及其他规范性文件的规定，为中小股东参与股东大会及投票提供便利；召开股东大会时，应保障中小股东对利润分配问题有充分的表达机会，对于中小股东关于利润分配的质询，公司董事、高级管理人员应给予充分的解释与说明。

公司因特殊情况而不进行现金分红时，公司应在董事会决议公告和年报中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因，以及公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

4、董事会和股东大会在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。公司将通过多种途径（电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台等）听取、接受公众投资者对利润分配事项的建议和监督。

（三）股东投票机制建立情况

公司制定了一系列制度保护投资者的合法权益，包括《公司章程（草案）》《股东大会议事规则》《累积投票制度实施细则（草案）》等，详细规定了累积投票制度的中小投资者单独计票机制、网络投票方式召开股东大会等各项制度安排。

1、累积投票制选举公司董事、监事

股东大会就选举董事或者监事时，应当实行累积投票制。股东大会以累积投票方式选举董事的，独立董事和非独立董事的表决应当分别进行。

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。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

2、中小投资者单独计票机制

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。

3、网络投票

公司召开股东大会的地点为公司住所地或股东大会通知中明确记载的会议地点。股东大会应当设置会场，以现场会议和网络投票的相结合的方式召开。公司采用网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利，并根据有关法律法规的规定确定股东身份。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

4、征集投票权

董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者国务院证券监督管理机构的规定设立的投资者保护机构，可以作为征集人，自行或者委托证券公司、证券服务机构，公开请求公司股东委托其代为出席股东大会，并代为行使提案权、表决权等股东权利。依照前款规定征集股东权利的，征集人应当披露征集文件，公司应当予以配合。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。

四、与投资者保护相关的承诺

（一）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺

1、控股股东、实际控制人的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

（1）自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（2）如公司上市后 6 个月内连续 20 个交易日的股票收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，则本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司上市后发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

2、持股 5%以上股东、董事兼副总经理的承诺

发行人持股 5%以上股东、董事兼副总经理高琴承诺：

（1）自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（2）如公司上市后 6 个月内连续 20 个交易日的股票收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，则本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司上市后发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

3、机构股东的承诺

发行人机构股东零壹咨询、瑞渝投资、德韬建成、帝欧家居、金玛咨询和艾玛咨询承诺：

自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

4、最近12个月内新增股东的承诺

发行人最近12个月内新增股东天玛咨询承诺：

（1）本企业于2021年11月取得发行人股份，自取得之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（2）自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

5、其他直接持有公司股份的自然人股东的承诺

发行人股东马礼斌承诺：

自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

6、公司董事、高级管理人员的承诺

间接持有发行人股份的董事任芸和高级管理人员沈瀚、张智承诺：

（1）自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（2）如公司上市后 6 个月内连续 20 个交易日的股票收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，则本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司上市后发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

7、公司监事的承诺

间接持有发行人股份的监事蔡宝磊和吴亮承诺：

自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（二）本次发行前股东持股意向及减持意向的承诺

1、控股股东、实际控制人的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

（1）在本人所持公司股票锁定期届满后两年内，本人减持持有的公司股票的减持价格均不低于发行价。本人每年减持股份的数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%；本人减持发行人股份前，将提前三个交易日予以公告，通过证券交易所集中竞价交易首次减持的在减持前十五个交易日予以公告。

（2）在本人所持公司股票锁定期届满后，本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间内每年转让的公司股份不超过所持有的公司股份总数的 25%。离职后半年内，不转让所持有的公司股份。如本人在任期内提前离职的，在本人离职前最近一次就任公司董事、监事、高级管理人员时确定的任期内，本人每年转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%。

（3）关于特殊情况下延长锁定 6 个月的承诺以及锁定期限届满后两年内减持价格不低于发行价的承诺不因本人担任的董事或高级管理人员职务的变更、离职等原因而放弃履行。在本人所持公司股票锁定期届满后，本人将根据市场情况及自身需要选择通过协议转让、大宗交易、集中竞价等合法方式进行减持，届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

2、持股 5%以上股东、董事兼副总经理的承诺

发行人股东、董事兼副总经理高琴承诺：

（1）在本人所持公司股票锁定期届满后两年内，本人减持持有的公司股票的减持价格均不低于发行价。本人每年减持股份的数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%；本人减持发行人股份前，将提前三个交易日予以公告，通过证券交易所集中竞价交易首次减持的在减持前十五个交易日予以公告。

（2）在本人所持公司股票锁定期届满后，本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间内每年转让的公司股份不超过所持有的公司股份总数的 25%。离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。如本人在任期内提前离职的，在本人离职前最近一次就任公司董事、监事、高级管理人员时确定的任期内，本人每年转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%。

（3）关于特殊情况下延长锁定 6 个月的承诺以及锁定期限届满后两年内减持价格不低于发行价的承诺不因本人担任的董事或高级管理人员职务的变更、离职等原因而放弃履行。在本人所持公司股票锁定期届满后，本人将根据市场情况及自身需要选择通过协议转让、大宗交易、集中竞价等合法方式进行减持，届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

3、合计持有 5%以上的股东瑞渝投资、德韬建成的承诺

发行人股东瑞渝投资、德韬建成承诺：

在本企业所持公司股票锁定期届满后两年内，本企业将以不低于发行价的 80%的价格进行减持，减持股份数量不超过本企业所持公司的股份数量的 100%。本企业将在减持前三个交易日予以公告，通过证券交易所集中竞价交易首次减持的在减持前十五个交易日予以公告。本企业届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

4、持有 5%以上的股东天玛咨询的承诺

发行人股东天玛咨询承诺：

在本企业所持公司股票锁定期届满后两年内，本企业将以不低于发行价100%的价格进行减持，减持股份数量不超过本企业所持公司的股份数量的49%。本企业将在减持前三个交易日予以公告，通过证券交易所集中竞价交易首次减持的在减持前十五个交易日予以公告。本企业届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

5、持有 5%以上的股东零壹咨询的承诺

发行人股东零壹咨询承诺：

在本企业所持公司股票锁定期届满后两年内，本企业将以不低于发行价50%的价格进行减持，减持股份数量不超过本企业所持公司的股份数量的100%。本企业将在减持前三个交易日予以公告，通过证券交易所集中竞价交易首次减持的在减持前十五个交易日予以公告。本企业届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

6、其他直接持有公司股份的自然人股东的承诺

发行人股东马礼斌承诺：

（1）在本人所持公司股票锁定期届满后，本人将根据市场情况及自身需要选择通过协议转让、大宗交易、集中竞价等合法方式进行减持，届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

（2）自 2022 年 1 月承诺函作出之日起三年内，在不存在法律法规等限制的前提下，本人将出售持有的玛格家居股份。

（3）本人将持有的玛格家居股份出售时，皮阿诺享有该等股份的优先购买权，且本人将促使交易公平合理，不损害中小股东利益。

7、公司董事、高级管理人员的承诺

间接持有发行人股份的董事任芸、高级管理人员沈瀚、张智承诺：

（1）在本人所持公司股票锁定期届满后，本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间内每年转让的公司股份不超过所持有的公司股份总数的 25%。离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。如本人在任期内提前离职的，在本人离职前最近一次就任公司董事、监事、高级管理人员时确定的任期内，本人每年转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%。

（2）在本人所持公司股票锁定期届满后两年内，本人减持持有的公司股票的，减持价格均不低于发行价。

（3）关于特殊情况下延长锁定 6 个月的承诺以及锁定期限届满后两年内减持价格不低于发行价的承诺不因本人担任的董事或高级管理人员职务的变更、离职等原因而放弃履行。在所持公司股票锁定期届满后，本人将根据市场情况及自身需要选择通过协议转让、大宗交易、集中竞价等合法方式进行减持，届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

8、公司监事的承诺

间接持有发行人股份的监事蔡宝磊、吴亮承诺：

在本人所持公司股票锁定期届满后，本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间内每年转让的公司股份不超过所持有的公司股份总数的 25%。离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。如本人在任期内提前离职的，在本人离职前最近一次就任公司董事、监事、高级管理人员时确定的任期内，本人每年转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%。

9、关于股东违反承诺或法律强制性规定减持公司股票的约束措施

发行人股东唐斌、高琴、零壹咨询、瑞渝投资、德韬建成、帝欧家居、金玛咨询、艾玛咨询、天玛咨询、马礼斌及间接持有发行人股份的董事、监事、

高级管理人员任芸、沈瀚、张智、蔡宝磊、吴亮均承诺：

如本人/本企业违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股票的，本人/本企业承诺接受以下约束措施：1）将在深圳证券交易场所的网站和符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明违反上述减持意向或法律强制性规定减持公司股票的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；2）持有的公司股份自违反上述减持意向或法律强制性规定减持公司股票之日起 6 个月内不得减持；3）因违反上述减持意向或法律强制性规定减持公司股票的收益归公司所有。如本人/本企业未将前述违规减持公司股票所得收益上交公司，则公司有权扣留应付本人/本企业现金分红中与本人/本企业应上交公司的违规减持所得金额相等的现金分红。

（三）关于稳定股价的预案、承诺及未履行承诺的约束措施

根据《公司法》《证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》等相关法律法规及本公司上市地上市规则的要求，为稳定公司股价，保护投资者利益，公司制定《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》，公司、控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事，下同）、高级管理人员就稳定公司股价的预案作出了相关承诺。公司上市三年内稳定股价预案的具体内容如下：

1、稳定股价预案有效期及触发条件

本预案自公司股票上市之日起三年内有效。本预案有效期内，一旦出现公司股票持续 20 个交易日收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）的情形，则立即启动本预案；若在预案有效期内，发行人股票发生除权除息等相关事项时，对股票每股净资产按照有关规定作相应调整。公司应在满足实施稳定股价预案的条件之日起 2 个交易日内发布提示公告，并在 5 个交易日内制定并公告股价稳定具体措施。如未按上述期限公告稳定股价措施的，则应及时公告具体措施的制定进展情况。

2、稳定股价的具体措施

公司稳定股价的具体措施为：回购公司股票，公司控股股东、实际控制人增持公司股票，董事（不含独立董事，下同）和高级管理人员增持公司股票。公司制定稳定股价预案具体实施方案时，应当综合考虑当时的实际情况及各种稳定股价措施的作用及影响，并在符合相关法律法规的规定的情况下，各方协商确定并通知当次稳定股价预案的实施主体，并在启动股价稳定措施前公告具体实施方案。

公司稳定股价方案不以股价高于每股净资产为目标。当次稳定股价方案实施完毕后，若再次触发稳定股价预案启动情形的，将按前款规定启动下一轮稳定股价预案。

公司及控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员在履行其回购或增持义务时，应按照上市所在地证券交易所的相关规则及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务。

（1）公司回购股份

1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

2）公司回购股份议案需经董事会、股东大会决议通过，其中股东大会须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司董事承诺就该等回购事宜在董事会中投赞成票；控股股东、实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

3）公司以要约方式回购股份的，要约价格不得低于回购报告书公告前 30 个交易日该种股票每日加权平均价的算术平均值且不低于公司最近一期经审计的每股净资产；公司以集中竞价方式回购股份的，回购价格不得为公司股票当日交易涨幅限制的价格。

4）公司实施稳定股价预案时，拟用于回购资金应为自筹资金。除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合以下各项：

①公司用于稳定股价的回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；

②单次用于稳定股价的回购股份的资金金额不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%；

③单一会计年度用以稳定股价的回购股份的资金金额合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施，但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则实施稳定股价预案。

（2）控股股东、实际控制人增持股份

1）控股股东、实际控制人为稳定股价之目的增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

2）控制股东、实际控制人在实施稳定股价预案时，应符合下列各项：

①公司控股股东、实际控制人单次用于增持股份的资金不超过其上一会计年度自公司取得的现金分红的 30%；单一会计年度用于增持股份的资金合计不超过上一会计年度自公司取得的现金分红的 60%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，本公司将继续按照上述原则实施稳定股价预案，以前年度已经用于稳定股价的增持资金金额不再计入累计现金分红金额；

②公司控股股东、实际控制人单次增持股份不超过公司总股本的 2%；

③公司控股股东、实际控制人增持价格不高于上一会计年度经审计的每股净资产。

（3）董事、高级管理人员增持股份

1）公司董事及高级管理人员为稳定股价之目的增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及

其变动管理规则》等法律法规的条件和要求且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

2）公司董事及高级管理人员增持价格应不高于上一会计年度经审计的每股净资产。

3）公司董事及高级管理人员实施稳定股价预案时，单次用于增持股份的资金合计不超过董事和高级管理人员上一会计年度从公司领取现金薪酬总和的30%，且单一会计年度用于增持股份的资金合计不超过其上一会计年度从公司领取的现金薪酬总额。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

4）公司董事及高级管理人员应根据稳定公司股价预案和相关措施的规定签署相关承诺。公司上市后 3 年内拟新聘任董事和高级管理人员时，公司将促使该新聘任的董事和高级管理人员根据稳定公司股价预案和相关措施的规定签署相关承诺。

3、稳定股价预案的实施程序

（1）公司回购股份

在公司出现应启动稳定股价预案情形，公司应在收到通知后 2 个工作日内启动决策程序，经董事会、股东大会决议通过后，依法通知债权人和履行备案程序。公司将采取上市所在地证券交易所集中竞价交易、要约等方式回购股份。回购方案实施完毕后，公司应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

（2）控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员增持股份

在公司出现应启动稳定股价预案情形时，公司控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员应在收到通知后 2 个工作日内启动内部决策程序，就其是否有增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告，公司应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额、完成时间等信息。依法办理相关手续后，应在 2 个交易日内启动增持方案。增持方案实施完毕后，公司应在 2 个工作日

内公告公司股份变动报告。

4、稳定股价预案的终止情形

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）如股票收盘价连续 5 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产，则可中止实施该次稳定股价措施，中止实施稳定股价措施后，如再次出现公司股票收盘价格连续 20 个交易日低于公司最近一期经审计的每股净资产的情况，则应继续实施上述稳定股价措施；

（2）继续回购或增持公司股份将导致公司股权不符合上市条件；

（3）公司、控股股东、董事及高级管理人员当年用于回购或增持资金金额已达上限。

5、约束措施

（1）发行人违反本预案的约束措施

1）在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

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

（2）控股股东、实际控制人违反承诺的约束措施

1）在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如公司控股股东、实际控制人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2）如公司控股股东、实际控制人未履行上述承诺的，将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取股东分红，同时不得转让本人所持有的公司股份，直至本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

（3）董事、高级管理人员违反承诺的约束措施

1）在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如公司董事、高级管理人员未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2）如公司董事、高级管理人员未履行上述承诺的，将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬或股东分红（如有），同时不得转让本人所持有的公司股份（如有），直至本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

6、相关主体关于稳定股价的承诺

（1）发行人的相关承诺

发行人承诺：

1）在公司上市后的三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），公司将按照《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》的具体安排回购公司股份。

2）在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如本公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司愿意接受有权主管机关的监督，并承担法律责任，造成投资者损失的，将依法赔偿损失。

（2）控股股东、实际控制人的相关承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

1）在公司上市后三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），本人持有公司股票的锁定期自动延长六个月，并按照《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》增持公司股份，在公司就回购股份事宜召开的股东大会上，对回购股份的相关决议投赞成票。

2）在公司出现应启动预案情形且本人符合增持公司股份的条件时，如经股东大会审议通过的稳定股价具体方案规定由本人实施稳定股价措施的，本人将在收到通知后 5 个工作日内公告增持具体计划并按照稳定股价的具体方案规定的期间实际履行。

3）若因本人未履行上述承诺（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），造成投资者和公司损失的，本人将依法赔偿损失。

（3）董事、高级管理人员的相关承诺

发行人董事、高级管理人员承诺：

1）在公司上市后三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），本人持有公司股票的锁定期自动延长六个月，并按照《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》增持公司股份。

2）在公司出现应启动预案情形且董事及高级管理人员符合增持上市公司股份的条件时，如经股东大会审议通过的稳定股价具体方案规定由公司董事及高级管理人员实施稳定股价措施的，在收到通知后 5 个工作日内公告增持具体计划并按照稳定股价具体方案规定的期间实际履行。

3）若因本人未履行上述承诺（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），造成投资者和公司损失的，本人将依法赔偿损失。

4）本人作出的上述承诺在本人持有公司股票期间持续有效，不因本人职务变更或离职等原因而放弃履行上述承诺。

（四）关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

1、发行人的相关承诺

发行人承诺：

（1）若本公司在投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市流通前，因本公司首次公开发行股票并上市的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，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，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关最终认定后，对于本公司首次公开发行的全部新股，本公司对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

（2）若本公司首次公开发行的股票上市流通后，因本公司首次公开发行股票并上市的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，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在有权机关最终认定有关违法事实后依法启动回购事宜。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。

（3）若招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

2、控股股东、实际控制人的相关承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

（1）若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书及其他信息披露资料所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本人承诺将极力促使公司依法回购其首次公开发行的全部新股。

（2）如公司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，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损

失。

（3）如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取股东分红及领取薪酬（或津贴），同时本人持有的公司股份将不得转让，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。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

（4）本人以当年度以及以后年度公司利润分配方案中本人享有的利润分配及本人从公司领取的薪酬或津贴作为履约担保。

3、董事、监事、高级管理人员的相关承诺

发行人董事、监事、高级管理人员承诺：

（1）若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书及其他信息披露资料所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，本人将促使公司依法回购其首次公开发行的全部新股。

（2）如公司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，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（3）如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取薪酬（或津贴），同时本人持有的公司股份将不得转让，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。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

本人以从公司领取的薪酬或津贴作为履约担保。

4、中介机构的相关承诺

（1）保荐机构（主承销商）的承诺

保荐机构（主承销商）国泰君安证券承诺：

“本公司为玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法先行赔偿投资者损失。”

（2）发行人律师的承诺

发行人律师广东信达律师事务所承诺：

“如因本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，从而给投资者造成损失的，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔偿主体之间的责任划分和免责事由等，按照《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》（法释〔2022〕2号）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。本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

（3）发行人会计师、验资及验资复核机构的承诺

发行人会计师、验资及验资复核机构立信会计师事务所承诺：

“本所为玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

（4）资产评估机构的承诺

资产评估机构银信资产评估公司承诺：

“本公司为玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本公司为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大

遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

（五）关于欺诈发行上市的股份回购和股份购回承诺

1、发行人关于欺诈发行上市股份回购的承诺

发行人承诺：

（1）本公司保证公司本次公开发行股票并上市不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份回购程序，回购本公司本次公开发行的全部新股，并承担与此相关的一切法律责任。

2、控股股东、实际控制人关于欺诈发行上市股份购回的承诺

控股股东、实际控制人唐斌承诺：

（1）本人保证公司本次公开发行股票并上市不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如公司不符合发行上市条件，以欺骗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后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股，并承担与此相关的一切法律责任。

（六）关于股东信息披露事项的承诺函

根据中国证券监督管理委员会发布的《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》等有关规定，公司针对股东信息披露出具承诺如下：

1、本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；

2、截至本承诺出具日，本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份情形；

3、本公司股东不存在违规入股的情形，不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形；

4、本公司已及时向为本次发行上市而聘请的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面地配合了中介机构开展尽职调查，依法在本次发行上市的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。

（七）关于填补即期回报措施的承诺

本次公开发行股票可能导致投资者的即期回报被摊薄，为保证募集资金有效使用，防范经营风险和即期回报被摊薄的风险，提高未来回报能力，公司将采取以下具体措施以提高公司盈利能力，填补公司被摊薄即期回报，具体如下：

1、公司填补被摊薄即期回报的措施

（1）提高经营管理水平，增强内部控制能力

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理人员的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来几年，公司将进一步提高经营管理水平、加快项目建设周期，提升公司的整体盈利能力，同时，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（2）加强募集资金管理，提高资金使用效率

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，公司制定了《募集资金管理制度》。本次发行募集资金到位后，将严格按照相关管理制度存放于董事会指定的专项账户并合理规范使用，防范募集资金使用风险。同时，公司将努力提高资金使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，综合运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出，提高资金使用效率，降低公司运营成本。

（3）加强市场开拓力度，扩大客户覆盖范围

公司将在稳固现有市场和客户的基础上，持续关注行业发展趋势和市场需求，通过加大研发投入和增强创新水平，提升产品竞争力，进一步加强现有产

品和业务的市场开拓力度，扩大客户覆盖范围，增强盈利能力。

（4）严格执行公司分红政策，保障公司股东利益回报

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》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。公司在充分考虑对股东的投资回报并兼顾公司的成长与发展的基础上，对公司上市后适用的《公司章程（草案）》中有关利润分配的条款内容进行了细化。同时公司结合自身实际情况制订了股东回报规划。上述制度的制订完善，进一步明确了公司分红的决策程序、机制和具体分红比例，将有效地保障全体股东的合理投资回报。未来，公司将继续严格执行公司分红政策，强化投资者回报机制，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

（5）其他方式

公司承诺未来将根据中国证监会、深圳证券交易所等监管机构出台的具体细则及要求，并参照上市公司惯例，继续补充、修订、完善公司投资者权益保护的各项制度并予以实施。

上述填补回报措施仅为保证此次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来回报能力之目的，不构成对公司未来利润做出的保证。

2、相关主体关于填补即期回报切实履行的承诺

（1）发行人的相关承诺

发行人承诺：

1）如本次募集资金到位当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄的，公司将按照《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市摊薄即期回报有关事项的预案》切实履行即期填补回报措施。

2）如本公司违反上述承诺，公司愿意接受有权主管机关的监督，并承担法律责任，造成投资者损失的，将依法赔偿损失。

（2）控股股东、实际控制人的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

1）如本次募集资金到位当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄的，本人将尽最大努力确保公司签署的填补即期回报措施能够得到切实履行，并保证不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

2）若本人违反承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

（3）董事、高级管理人员的承诺

发行人董事、高级管理人员承诺：

如本次募集资金到位当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄的，本人将尽最大努力确保公司签署的填补回报措施能够得到切实履行，并承诺：

1）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公司利益；

2）约束职务消费行为；

3）不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4）同意公司将薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与董事/高级管理人员填补回报措施的执行情况相挂钩；

5）公司未来对董事、高级管理人员进行股权激励的，同意将行权条件将与董事/高级管理人员填补回报措施的执行情况相挂钩。

若本人违反承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

（八）本次发行上市后的股利分配政策

发行人已审议通过了《公司章程（草案）》《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年分红回报规划》，制定了公司发行上市后的主要利润分

配政策，具体内容详见本招股说明书“第九节 投资者保护”之“二、股利分配政策”。

（九）未能履行承诺的约束措施及依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人未能履行承诺的约束措施

发行人出具《公司未能履行承诺的约束措施》，主要内容如下：

本公司将严格履行公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如公司在招股说明书中作出的相关承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），公司自愿承担相应的法律后果和民事赔偿责任，并采取以下措施：

（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

（3）在深圳证券交易场所的网站和符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；

（4）公司因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

如因相关法律法规、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承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺,以尽可能保护公司及股东、投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所

对本公司因违反公开承诺事项而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。

2、控股股东、实际控制人未能履行承诺的约束措施

发行人控股股东、实际控制人唐斌出具《控股股东、实际控制人未能履行承诺的约束措施》，主要内容如下：

本人将严格履行就公司首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，公司招股说明书及申请文件中所载有关承诺内容系自愿作出，且有能力履行该等承诺。

如承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致的除外），本人自愿承担相应的法律责任和民事赔偿责任，并采取以下措施：

（1）通过公司及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

（3）在深圳证券交易场所的网站和符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；

（4）违反承诺所得收益将归属于公司，因此给公司或投资者造成损失的，将依法对公司或投资者进行赔偿；

（5）将应得的现金分红由公司直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失；

（6）同意公司调减工资、奖金和津贴等，并将此直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，将采取以下措施：

（1）通过公司及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所对本人因违反公开承诺事项而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

3、董事、监事、高级管理人员未能履行承诺的约束措施

发行人董事、监事、高级管理人员出具《全体董事、监事、高级管理人员关于未能履行承诺的约束措施》，主要内容如下：

本人作出的或公司公开披露的承诺事项真实、有效。如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

1、通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

3、在深圳证券交易场所的网站和符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；

4、本人违反承诺所得收益将归属于公司，因此给公司或投资者造成损失的，将依法对公司或投资者进行赔偿；

5、本人同意公司调减向本人发放工资、奖金和津贴等，并将此直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人

将采取以下措施：

1、通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所对本人因违反公开承诺事项而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

（十）控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

截至本承诺函签署之日，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业均未生产、开发任何与公司及其子公司生产的产品构成竞争或潜在竞争的产品；未直接或间接经营任何与公司及其子公司现有业务构成竞争或潜在竞争的业务；亦未投资或任职于任何与公司及其子公司现有业务及产品构成竞争或潜在竞争的其他企业。

自本承诺函签署之日起，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业将不生产、开发任何与公司及其子公司生产的产品构成竞争或潜在竞争的产品；不直接或间接经营任何与公司及其子公司经营业务构成竞争或潜在竞争的业务；也不投资或任职于任何与公司及其子公司产品或经营业务构成竞争或潜在竞争的其他企业。

自本承诺函签署之日起，如公司及其子公司未来进一步拓展产品和业务范围，且拓展后的产品与业务范围和本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业在产品或业务方面存在竞争，则本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业将积极采取下列措施的一项或多项以避免同业竞争的发生：

1、停止生产存在竞争或潜在竞争的产品；

2、停止经营存在竞争或潜在竞争的业务；

3、将存在竞争或潜在竞争的业务纳入公司的经营体系；

4、将存在竞争或潜在竞争的业务转让给无关联关系的独立第三方经营。

本承诺函自签署之日起正式生效，在本人作为公司控股股东、实际控制人期间持续有效且不可变更或撤销。如因本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业违反上述承诺而导致公司及其子公司的利益及其它股东权益受到损害，本人同意承担相应的损害赔偿责任。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人、发行人股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员等主体已就本次发行出具相关承诺，同时提出了相关的补救措施和约束措施，相关承诺内容合法、合理，失信补救措施和约束措施及时有效、合法、合规，符合《监管规则适用指引——发行类第 4 号》等规定的相关要求。

五、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次上市相关的其他承诺

（一）关于规范和减少关联交易的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌、持有 5%以上股份的股东高琴、天玛咨询、零壹咨询、瑞渝投资、德韬建成、温建怀、潘孝贞、陈红克承诺：

截至本承诺函出具之日，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业与公司及其子公司之间不存在未披露的关联交易；

本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业将尽量避免和减少与公司及其子公司发生关联交易。

对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业将遵循平等、自愿、等价和有偿的商业原则，严格按照法律法规、规范性文件及公司章

程等文件中对关联交易的相关规定执行，通过与公司签订正式关联交易协议，确保关联交易价格公允，使交易在公平合理和正常的商业交易条件下进行。本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业在交易过程中将不会要求或接受公司提供比独立第三方更优惠的交易条件，切实维护公司及其他股东的实际利益。

本人/本企业保证不利用自身在公司的职务便利，通过关联交易损害公司利益及其他股东的合法权益。

本承诺函自签署/盖章之日起正式生效，在本人/本企业作为公司控股股东、实际控制人或持股 5%以上股东期间持续有效且不可变更或撤销。如本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业违反上述承诺而导致公司利益或其他股东的合法权益受到损害，本人/本企业将依法承担相应的赔偿责任。

（二）关于避免占用公司资源的承诺

公司控股股东、实际控制人唐斌承诺：

自本承诺函签署之日起，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业将严格遵守有关法律、法规和规范性文件及公司章程的要求及规定，确保不以任何方式（包括但不限于借款、代偿债务、代垫款项等）占用或转移公司的资产和资源。如本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业违反上述承诺，导致公司或其股东的权益受到损害，本人将依法承担相应的赔偿责任。

本人将严格遵守并监督公司加强规范及限制关联方占用公司资源的相关制度的实施。

（三）控股股东关于公司社保、公积金的承诺

公司控股股东及实际控制人唐斌就公司社会保险和住房公积金缴纳事宜出具承诺：若公司因本次发行上市前的员工社会保险、住房公积金缴纳事项将来被任何行政机关要求补缴全部或部分应缴未缴社会保险、住房公积金及就因此受到任何处罚或损失，本人将代公司承担全部费用，或在公司必须先行支付该

等费用的情况下，及时向其给予全部补偿，以确保不会给公司造成额外支出或使其受到任何损失，不会对公司的生产经营、财务状况和盈利能力产生重大不利影响。

（四）关于公司瑕疵房产及房屋租赁备案等相关事项承诺

公司实际控制人唐斌已出具承诺函，如因公司（含子公司，下同）的部分自有房产未及时办理规划手续、建设手续及产权手续导致公司被主管政府部门处以行政处罚或要求承担其他法律责任，或被主管政府部门要求对该瑕疵进行整改而发生损失或支出，或因此导致公司无法继续占有使用有关房产的，其本人将承担相关处罚款项、公司进行整改而支付的相关费用以及公司遭受的其他损失。

公司实际控制人唐斌已出具书面承诺，如发行人及其下属企业因租赁备案手续不完备等问题产生任何争议、风险，或受到主管部门的行政处罚，或因此不能正常生产经营而导致发行人及其下属企业遭受经济损失，则由其承担发行人因此支出的相应费用，以弥补发行人相应的损失。

公司实际控制人唐斌已出具书面承诺，如因发行人或其下属企业承租的未取得房屋产权证书的房产涉及的法律瑕疵而导致该等租赁房产被拆除或拆迁，或租赁合同被认定无效或者出现任何纠纷，并给发行人或其下属企业造成经济损失，其将就发行人及其下属企业实际遭受的经济损失承担赔偿责任，以确保发行人及其下属企业不因此遭受经济损失。

六、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说明

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

2020 年 9 月 30 日，公司创立大会审议通过了《公司章程》和《股东大会议事规则》，对公司股东大会的职权、召集、提案和通知、召开、表决和决议等作出了明确的规定。自本公司设立以来，股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定召开，运行规范。

自股份公司设立以来，股东大会一直根据《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定规范运作。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开了 6 次股东大会，具体情况如下：

序号	会议日期	会议名称
1	2020 年 9 月 30 日	创立大会
2	2021 年 5 月 20 日	2020 年度股东大会
3	2021 年 7 月 7 日	2021 年第一次临时股东大会
4	2021 年 12 月 5 日	2021 年第二次临时股东大会
5	2022 年 3 月 21 日	2021 年度股东大会
6	2022 年 12 月 4 日	2022 年第一次临时股东大会

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

2020 年 9 月 30 日，公司召开的第一次股东大会审议批准了《董事会议事规则》。公司董事会严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利。公司现任董事会由 5 名董事组成，其中设董事长 1 名，独立董事 2 名，全部由股东大会选举产生。董事由股东大会选举或更换，每届任期三年。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不能无故解除其职务。

自股份公司设立以来，董事会一直根据《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》的规定规范运作。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开了 7 次董事会，具体情况如下：

序号	会议日期	会议名称
1	2020 年 9 月 30 日	第一届董事会第一次会议
2	2021 年 4 月 30 日	第一届董事会第二次会议
3	2021 年 6 月 21 日	第一届董事会第三次会议
4	2021 年 11 月 18 日	第一届董事会第四次会议
5	2022 年 3 月 1 日	第一届董事会第五次会议
6	2022 年 9 月 6 日	第一届董事会第六次会议
7	2022 年 12 月 3 日	第一届董事会第七次会议
8	2023 年 2 月 24 日	第一届董事会第八次会议

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司监事会是公司内部的专职监督机构，对股东大会负责。公司 2020 年 9 月 30 日召开的创立大会制定了《监事会议事规则》，在《公司章程》的基础上对监事会职权、议事规则等进行了细化，建立健全了监事会制度。

公司的监事会由 3 名监事组成，其中包括 2 名股东代表和 1 名职工代表，其中股东代表由股东大会选举产生，职工代表由职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。监事会设监事会主席 1 人，由全体监事过半数选举产生。

自股份公司设立以来，监事会一直根据《公司法》《公司章程》和《监事会议事规则》的规定规范运作。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开了 6 次监事会，具体情况如下：

序号	会议日期	会议名称
1	2020 年 9 月 30 日	第一届监事会第一次会议
2	2021 年 4 月 30 日	第一届监事会第二次会议
3	2021 年 11 月 18 日	第一届监事会第三次会议
4	2022 年 3 月 1 日	第一届监事会第四次会议
5	2022 年 9 月 6 日	第一届监事会第五次会议
6	2022 年 12 月 3 日	第一届监事会第六次会议
7	2023 年 2 月 24 日	第一届监事会第七次会议

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

为进一步完善发行人治理结构，促进公司规范运作，根据《公司法》《上市公司治理准则》等相关法律法规和《公司章程》的有关规定，公司 2020 年 9 月 30 日召开的创立大会制订了《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、选聘、职责、工作条件等做了详细规定，建立健全了独立董事制度。

2020 年 9 月 30 日，公司召开创立大会选举孙俊英、李国华为独立董事，占公司董事人数的 1/3 以上，独立董事任期至第一届董事会任期届满时止，可连选连任。公司 2 名独立董事中，孙俊英为会计专业人士。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2020 年 9 月 30 日，公司第一届董事会第一次会议同意聘任沈瀚为董事会秘书。

公司董事会秘书自任职以来，依法筹备了历次董事会会议及股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会的依法召开，在完善公司治理方面发挥了重要作用，促进了公司的规范运作。

七、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

2020 年 9 月 30 日，发行人召开第一届董事会第一次会议，审议通过《董事会战略委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《董事会审计委员会工作细则》等专门委员会制度；同时，选举战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会成员。

（一）战略委员会

发行人《董事会战略委员会工作细则》规定，战略委员会成员由三名董事组成。战略委员会设主召集人一名，由公司董事长担任，负责主持战略委员会工作。具体人员构成为：唐斌、高琴、任芸，其中唐斌为战略委员会召集人。

（二）审计委员会

发行人《董事会审计委员会工作细则》规定，审计委员会成员由三名董事组成，其中两名为独立董事，且至少有一名独立董事为专业会计人士。审计委员会设召集人一名，由会计专业独立董事、担任，负责主持审计委员会工作。具体人员构成为：唐斌、李国华、孙俊英，其中独立董事孙俊英为审计委员会召集人。

（三）提名委员会

发行人《董事会提名委员会工作细则》规定，提名委员会成员由三名董事组成，其中两名为独立董事。提名委员会设召集人一名，由独立董事委员担任，负责主持提名委员会工作。具体人员构成为：唐斌、孙俊英、李国华，其中独立董事李国华为提名委员会召集人。

（四）薪酬与考核委员会

发行人《董事会薪酬与考核委员会工作细则》规定，薪酬与考核委员会成员由三名董事组成，薪酬与考核委员会设召集人一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作。具体人员构成为：唐斌、孙俊英、李国华，其中独立董事李国华为薪酬与考核委员会召集人。

公司各专门委员会自建立之日至本招股说明书签署之日，始终保持规范、有序运行，保障了董事会各项工作的顺利开展，发挥了应有的作用。

八、募集资金具体运用情况

（一）募集资金投向

根据公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司申请首次公开发行人民币普通股股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，公司本次拟公开发行股票不超过 2,500 万股，实际募集资金扣除发行费用后，根据业务的轻重缓急程度拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	拟投入募集资金	实施主体
1	玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	27,614.09	27,614.09	发行人
2	智能柜体车间生产线建设	13,497.34	13,497.34	发行人
3	广东玛格车间智能改扩建项目	11,809.40	11,809.40	广东玛格
4	研发设计及信息化升级项目	8,627.29	8,627.29	发行人
5	品牌建设及营销推广项目	8,465.60	8,465.60	玛格科技
合计		**70,013.72**	**70,013.72**	-

（二）募集资金使用管理制度

公司根据《关于进一步规范上市公司募集资金使用的通知》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等法律法规，制定了《募集资金管理制度》，并将严格遵守相关规定，将募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理。

1、公司对募集资金的管理遵循专户存放、专款专用、严格管理、如实披露

的原则。

2、公司应当审慎使用募集资金，保证募集资金的使用与招股说明书或募集说明书的承诺相一致，不得随意改变募集资金的投向。

3、公司董事会负责建立健全募集资金存储、使用、变更、监督和责任追究的制度，明确募集资金使用的分级审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露要求，保证募集资金项目的正常进行。

4、公司募集资金只能用于发行申请文件中承诺的募集资金投资项目，公司董事会应当制定详细的资金使用计划，做到募集资金使用规范、公开、透明。

5、公司董事、监事和高级管理人员应当勤勉尽责，督促公司规范使用募集资金，自觉维护公司募集资金安全，不得参与、协助或纵容公司擅自或变相改变募集资金用途。

6、公司控股股东、实际控制人不得直接或者间接占用或者挪用公司募集资金，不得利用公司募集资金及募投项目获取不正当利益。

7、募投项目通过公司的子公司或公司控制的其他企业实施的，公司应当确保该子公司或者受控制的其他企业遵守本制度。

8、公司应当配合保荐机构或者独立财务顾问在持续督导期间对公司募集资金管理和使用事项履行保荐职责，开展对公司募集资金管理和使用的持续督导工作。

9、公司应根据《公司法》《证券法》《监管要求》《上市规则》等法律法规以及本制度的规定及时披露募集资金使用情况，履行信息披露义务。

（三）募集资金项目的具体情况

1、玛格家居重庆工厂智能改扩建项目

（1）项目概况

本项目主要建设内容系厂房及相关配套设施建设，项目总占地面积 10,560 平方米，总建筑面积约 50,000 平方米。

（2）项目投资概算

本项目预计投资资金 27,614.09 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	土建工程	13,011.51	47.12
1.1	主体工程	11,120.95	40.27
1.2	工程建筑其他费用	1,334.51	4.83
1.3	预备费（基本+涨价）	556.05	2.01
2	机器设备	14,602.58	52.88
合计		**27,614.09**	**100.00**

（3）项目选址

本项目系对公司重庆工厂进行改建扩建，具体地址为重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1。

（4）项目建设进度计划

本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备								
工程实施								
设备订货及招标								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								

（5）项目的效益分析

如本次募集资金投资项目顺利实施，主要效益指标如下：

项目	所得税后	所得税前
内部收益率	15.37%	17.80%
净现值（Ic=12%，万元）	3,725.60	6,588.14
投资回收期（年，含建设期）	6.94	6.49

2、智能柜体车间生产线建设

（1）项目概况

本项目计划通过改造现有厂房及配套设施，引进先进设备及信息化系统，技术改造原有生产线，优化生产工艺流程，进一步提高公司柜体产品的生产规模和产品品质。

（2）项目投资概算

本项目预计投资资金 13,497.34 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	装修改造	522.90	3.87
2	软硬件投入	12,974.44	96.13
项目总投资		**13,497.34**	**100.00**

（3）项目选址

本项目系对公司重庆 2 号楼厂房进行改造建设，具体地址为重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1。

（4）项目建设进度计划

本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备								
工程实施								
设备订货及招标								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								
项目投产								

（5）项目的效益分析

如本次募集资金投资项目顺利实施，主要效益指标如下：

项目	所得税后	所得税前
内部收益率	30.20%	34.27%
净现值（Ic=12%，万元）	11,024.04	14,012.25
投资回收期（年，含建设期）	4.86	4.60

3、广东玛格车间智能改扩建项目

（1）项目概况

本项目将通过现有生产场地升级，投入先进智能化生产设备及信息化系统，搭建智能化生产线，优化生产工艺技术，完善现有工艺布局，进一步提高公司的生产能力和生产效率，缓解公司产能压力，并保障产品品质稳定可靠，为后续业务规模扩张提供保障。

（2）项目投资概算

本项目预计投资资金 11,809.40 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	装修改造	220.50	1.87
2	软硬件投入	11,588.90	98.13
项目总投资		**11,809.40**	**100.00**

（3）项目选址

本项目系对公司广东玛格原有的车间进行改造建设，具体地址为广东省佛山市三水区大塘镇大塘工业天泰路 6 号。

（4）项目建设进度计划

本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备								
工程实施								
设备订货及招标								
设备采购及安装								

人员招聘及培训								
项目投产								

（5）项目的效益分析

如本次募集资金投资项目顺利实施，主要效益指标如下：

项目	所得税后	所得税前
内部收益率	30.16%	34.25%
净现值（Ic=12%，万元）	9,599.08	12,207.52
投资回收期（年，含建设期）	4.87	4.61

4、研发设计及信息化升级项目

（1）项目概况

研发设计及信息化升级项目主要系购置高低温湿热试验箱、电脑、交换机及信息化软件等，对原有的产品使用性能及环境模拟实验室进行升级改造，达到内部高效运作、公司-经销商-客户多级协同及信息共享的目的。

（2）项目投资概算

本项目预计投资资金 8,627.29 万元，具体投资如下表所示：

序号	内容	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	场地及装修	135.00	1.56
2	软硬件投入	5,655.29	65.55
3	研发及开发费用	2,837.00	32.88
3.1	人员薪资	1,937.00	22.45
3.2	耗材	900.00	10.43
项目总投资		**8,627.29**	**100.00**

（3）项目选址

本项目无需新增用地，选址位于公司本部。

（4）项目建设进度计划

本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备								
工程实施								
软硬件订货及招标								
软硬件安装调试								
人员招聘及培训								
项目研发及开发								

（5）项目的效益分析

本项目本身不直接产生经济效益，但通过打造先进的研发系统和信息化管理平台，能够有效提高公司的研发设计能力和信息化水平，整合业务体系，优化业务流程，降低业务成本。

5、品牌建设及营销推广项目

（1）项目概况

本项目将结合线上、线下同步开展品牌建设和营销推广工作。其中，品牌建设将通过媒介广告、主体活动、促销活动等线下方式，以及百度、今日头条、抖音或其他新媒体传播平台等线上方式，进行广告宣传，为公司品牌进行引流，提升公司品牌价值；营销推广将通过线下店面形象升级、营销活动策划、多元化渠道拓展，以及线上电商店面搭建、新媒体广告投放、招商平台等方式进行推广。

本项目的实施将进一步增强公司招商及引流能力，提升品牌价值。

（2）项目投资概算

本项目预计投资资金 8,465.60 万元，具体投资如下表所示：

序号	内容	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	营销及服务升级	3,870.00	45.71
2	品牌建设及推广	4,075.00	48.14
3	人员薪资	520.60	6.15

项目总投资	**8,465.60**	**100.00**

九、发行人的专利权情况

序号	专利类型	专利名称	专利权人	专利号	申请日	有效期限（年）	取得方式
1	外观设计	分格门（整框 AY01-B）	玛格家居	ZL202030445413.7	2020/08/07	10	原始取得
2	外观设计	玻璃门（整框 AY02-B）	玛格家居	ZL202030445415.6	2020/08/07	10	原始取得
3	外观设计	分格门（整框 EM05）	玛格家居	ZL202030445530.3	2020/08/07	10	原始取得
4	外观设计	玻璃门（整框 AY03-B）	玛格家居	ZL202030445532.2	2020/08/07	10	原始取得
5	外观设计	整框玻璃门（BD01-B）	玛格家居	ZL202030313212.1	2020/06/18	10	原始取得
6	外观设计	一分格门（相似设计 DM02、DM03）	玛格家居	ZL202030310045.5	2020/06/17	10	原始取得
7	外观设计	一分格门（DM01）	玛格家居	ZL202030310066.7	2020/06/17	10	原始取得
8	外观设计	一分格玻璃门（EM05-B）	玛格家居	ZL202030310189.0	2020/06/17	10	原始取得
9	外观设计	门板（SD01 连接门）	玛格家居	ZL202030152675.4	2020/04/16	10	原始取得
10	外观设计	门板（ST003-K1 门型）	玛格家居	ZL202030152684.3	2020/04/16	10	原始取得
11	外观设计	玻璃门（整框 SD04-B）	玛格家居	ZL202030152688.1	2020/04/16	10	原始取得
12	外观设计	玻璃门（四方 01-B）	玛格家居	ZL202030152696.6	2020/04/16	10	原始取得
13	外观设计	门板（ST003-K3 门型）	玛格家居	ZL202030152843.X	2020/04/16	10	原始取得
14	外观设计	门板（ST003-K2 门型）	玛格家居	ZL202030152845.9	2020/04/16	10	原始取得
15	外观设计	分格玻璃门（SD04-B）	玛格家居	ZL202030152850.X	2020/04/16	10	原始取得
16	外观设计	玻璃门（四方 02-B）	玛格家居	ZL202030152853.3	2020/04/16	10	原始取得
17	外观设计	护墙（双线框法式）	玛格家居	ZL202030123038.4	2020/04/02	10	原始取得
18	外观设计	室内门（中式 TC112）	玛格家居	ZL202030120606.5	2020/04/01	10	原始取得
19	外观设计	室内门（中式 TC109）	玛格家居	ZL202030120687.9	2020/04/01	10	原始取得
20	外观设计	门板（AY02）	玛格家居	ZL202030118422.5	2020/03/31	10	原始取得
21	外观设计	门板（相似设计 1、2）	玛格家居	ZL202030118427.8	2020/03/31	10	原始取得

22	外观设计	门板（SD03）	玛格家居	ZL202030118433.3	2020/03/31	10	原始取得
23	外观设计	门板（AY05）	玛格家居	ZL202030118442.2	2020/03/31	10	原始取得
24	外观设计	门板（AY03）	玛格家居	ZL202030118443.7	2020/03/31	10	原始取得
25	外观设计	门板（EM05）	玛格家居	ZL202030118845.7	2020/03/31	10	原始取得
26	外观设计	前卡条（18mm-M 型带灯）	玛格家居	ZL202030035108.0	2020/01/17	10	原始取得
27	外观设计	前卡条（18mm-M 型不带灯）	玛格家居	ZL202030035109.5	2020/01/17	10	原始取得
28	外观设计	拉直器（M 型）	玛格家居	ZL202030031056.X	2020/01/16	10	原始取得
29	外观设计	背拉条（M 型）	玛格家居	ZL202030031057.4	2020/01/16	10	原始取得
30	外观设计	柜门（四方 02）	玛格家居	ZL202030028451.2	2020/01/15	10	原始取得
31	外观设计	柜门（四方 01）	玛格家居	ZL202030028452.7	2020/01/15	10	原始取得
32	外观设计	柜门（JM04）	玛格家居	ZL202030024413.X	2020/01/14	10	原始取得
33	外观设计	柜门（JM03 拉手门）	玛格家居	ZL202030024421.4	2020/01/14	10	原始取得
34	外观设计	柜门（ST004）	玛格家居	ZL202030025051.6	2020/01/14	10	原始取得
35	外观设计	柜门（JM03）	玛格家居	ZL202030017091.6	2020/01/10	10	原始取得
36	外观设计	分格门（整框 AY01）	玛格家居	ZL202030445409.0	2020/08/07	10	原始取得
37	外观设计	分格门（整框门 BD01）	玛格家居	ZL202030445531.8	2020/08/07	10	原始取得
38	外观设计	整框玻璃门（EM05-B）	玛格家居	ZL202030313190.9	2020/06/18	10	原始取得
39	外观设计	整框玻璃门（DM02-B）	玛格家居	ZL202030313279.5	2020/06/18	10	原始取得
40	外观设计	整框玻璃门（DM01-B）	玛格家居	ZL202030315880.8	2020/06/18	10	原始取得
41	外观设计	一分格玻璃门（DM01-B）	玛格家居	ZL202030310062.9	2020/06/17	10	原始取得
42	外观设计	一分格玻璃门（相似设计 1、2）	玛格家居	ZL202030312335.3	2020/06/17	10	原始取得
43	外观设计	柜体框架支撑柱	玛格家居	ZL202030306638.4	2020/06/16	10	原始取得
44	外观设计	柜体框架支撑柱（DM3#）	玛格家居	ZL202030306646.9	2020/06/16	10	原始取得
45	外观设计	拉手（镜花）	玛格家居	ZL202030306648.8	2020/06/16	10	原始取得
46	外观	玻璃门（整框 SD01-B）	玛格	ZL202030152692.8	2020/04/16	10	原始

	设计		家居				取得
47	外观设计	玻璃门（整框 SD03-B）	玛格家居	ZL202030152852.9	2020/04/16	10	原始取得
48	外观设计	门板（SD01）	玛格家居	ZL202030118441.8	2020/03/31	10	原始取得
49	外观设计	门板（SD04）	玛格家居	ZL202030118843.8	2020/03/31	10	原始取得
50	外观设计	门板（AY04）	玛格家居	ZL202030118881.3	2020/03/31	10	原始取得
51	外观设计	门板（AY01）	玛格家居	ZL202030118883.2	2020/03/31	10	原始取得
52	外观设计	柜门（ST003）	玛格家居	ZL202030028453.1	2020/01/15	10	原始取得
53	外观设计	柜门（JM01）	玛格家居	ZL202030017092.0	2020/01/10	10	原始取得
54	外观设计	门板（归心 03-B）	玛格家居	ZL201930542703.0	2019/09/30	10	原始取得
55	外观设计	门板（归心 02-B）	玛格家居	ZL201930542704.5	2019/09/30	10	原始取得
56	外观设计	收边线（T04）	玛格家居	ZL201930543218.5	2019/09/30	10	原始取得
57	外观设计	门板（归心 01）	玛格家居	ZL201930543262.6	2019/09/30	10	原始取得
58	外观设计	拉手（灯笼）	玛格家居	ZL201930543263.0	2019/09/30	10	原始取得
59	外观设计	实木门（现代美式 DM01）	玛格家居	ZL201930205630.6	2019/04/29	10	原始取得
60	外观设计	角花	玛格家居	ZL201930068461.6	2019/02/20	10	原始取得
61	发明	一种安全屋用防盗门	玛格家居	ZL201710125340.0	2017/03/04	20	继受取得
62	发明	一种用于加工木板表面的抛光装置	玛格家居	ZL201510934829.3	2015/12/15	20	继受取得
63	实用新型	一种板件加工设备传送定位装置	玛格家居	ZL201921416625.0	2019/08/29	10	原始取得
64	实用新型	一种板件加工设备自动上料装置	玛格家居	ZL201921428659.1	2019/08/29	10	原始取得
65	实用新型	一种油漆房智能节能控制系统	玛格家居	ZL201920878474.4	2019/06/12	10	原始取得
66	实用新型	一种可调式板材清洁除尘装置	玛格家居	ZL201920879227.6	2019/06/12	10	原始取得
67	实用新型	一种可回收油漆的喷漆机排风系统	玛格家居	ZL201920886192.9	2019/06/12	10	原始取得
68	实用新型	一种暗拉手	玛格家居	ZL201920212832.8	2019/02/20	10	原始取得
69	实用新型	一种家具生产用圆角剪切装置	玛格家居	ZL201821634103.3	2018/10/09	10	继受取得
70	实用新型	板材喷胶线的可翻转传送装置	玛格家居	ZL201820596800.8	2018/04/24	10	继受取得

71	实用新型	木工雕刻机的负压控制系统	玛格家居	ZL201820596853.X	2018/04/24	10	继受取得
72	实用新型	木工雕刻机的清灰装置	玛格家居	ZL201820596855.9	2018/04/24	10	继受取得
73	实用新型	一种板材封边机的抛光轮安装结构	玛格家居	ZL201820596947.7	2018/04/24	10	继受取得
74	实用新型	一种木材家具破损处修复器	玛格家居	ZL201820390136.1	2018/03/22	10	继受取得
75	实用新型	预铣刀	玛格家居	ZL201820329298.4	2018/03/09	10	继受取得
76	实用新型	烘边机窄板稳定机构	玛格家居	ZL201820297834.7	2018/03/02	10	继受取得
77	实用新型	板材加工设备清洁装置	玛格家居	ZL201820297917.6	2018/03/02	10	继受取得
78	实用新型	一种可防蚊虫的安全橱柜	玛格家居	ZL201820095497.3	2018/01/21	10	继受取得
79	实用新型	一种可除尘的手自一体木板打磨机	玛格家居	ZL201820083610.6	2018/01/18	10	继受取得
80	实用新型	一种防尘效果好的多功能木板打磨装置	玛格家居	ZL201820083617.8	2018/01/18	10	继受取得
81	实用新型	一种可自动上料的手自一体木板刨削装置	玛格家居	ZL201820084207.5	2018/01/18	10	继受取得
82	实用新型	一种带除尘功能的全自动木板打磨装置	玛格家居	ZL201820084752.4	2018/01/18	10	继受取得
83	实用新型	一种木头抓取提升用的移动式小车	玛格家居	ZL201721767889.1	2017/12/18	10	继受取得
84	实用新型	一种木制家具生产用喷漆通风装置	玛格家居	ZL201720345225.X	2017/04/05	10	继受取得
85	实用新型	一种空气净化处理器	玛格家居	ZL201420756930.5	2014/12/06	10	继受取得
86	实用新型	拆装式扶墙扣件	玛格家居	ZL201420306021.1	2014/06/10	10	继受取得
87	外观设计	整框门（ST002）	玛格家居	ZL202030339983.8	2020/06/29	10	继受取得
88	外观设计	一分格玻璃门（BD01-B）	玛格家居	ZL202030310201.8	2020/06/17	10	原始取得
89	外观设计	柜体框架支撑柱（DM1#）	玛格家居	ZL202030306647.3	2020/06/16	10	原始取得
90	外观设计	实木眉板（DM2#）	玛格家居	ZL202030306911.3	2020/06/16	10	原始取得
91	外观设计	分格门（整框 SD04）	玛格家居	ZL202030152691.3	2020/04/16	10	原始取得
92	外观设计	门板（SD01-B 连接门）	玛格家居	ZL202030152848.2	2020/04/16	10	原始取得
93	外观设计	室内门（中式 TC110）	玛格家居	ZL202030120607.X	2020/04/01	10	原始取得
94	外观设计	前卡条（8mm-M 型不带灯）	玛格家居	ZL202030031053.6	2020/01/16	10	原始取得
95	外观	柜门（JM02）	玛格	ZL202030017622.1	2020/01/10	10	原始

	设计		家居				取得
96	实用新型	一种多功能木板打磨装置	玛格家居	ZL201820084209.4	2018/01/18	10	继受取得
97	外观设计	顶底线（T03）	玛格家居	ZL201930543219.X	2019/09/30	10	原始取得
98	外观设计	实木地台线（DM2#）	玛格家居	ZL202030306639.9	2020/06/16	10	原始取得
99	外观设计	整框玻璃门（SD02 相似设计 J、U）	玛格家居	ZL202030445411.8	2020/08/07	10	原始取得
100	外观设计	接缝线（T02）	玛格家居	ZL201930542565.6	2019/09/30	10	原始取得
101	外观设计	踢脚板（实木 DM2#）	玛格家居	ZL202030307096.2	2020/06/16	10	原始取得
102	实用新型	45°拼角门板的防尘保护装置	玛格家居	ZL201921239617.3	2019/08/02	10	原始取得
103	实用新型	360°防尘门板结构	玛格家居	ZL201921239616.9	2019/08/02	10	原始取得
104	实用新型	一种带隐藏门锁的室内门	玛格家居	ZI202020408301.9	2020/03/26	10	原始取得
105	实用新型	一种空气净化处理器	玛格家居	ZI202021006268.3	2020/06/04	10	原始取得
106	外观设计	玻璃门（整框 AY01-B）	玛格家居	ZL202030445400.X	2020/08/07	10	原始取得
107	外观设计	家具顶线（DM2#）	玛格家居	ZL202030307554.2	2020/06/16	10	原始取得
108	外观设计	连接门（整框 AY02）	玛格家居	ZL202030445529.0	2020/08/07	10	原始取得
109	外观设计	连接门（整框 AY02-B）	玛格家居	ZL202030445408.6	2020/08/07	10	原始取得
110	外观设计	连接门（整框 AY03）	玛格家居	ZI202030445407.1	2020/08/07	10	原始取得
111	外观设计	连接门（整框 AY03-B）	玛格家居	ZL202030445412.2	2020/08/07	10	原始取得
112	外观设计	整框门（ST03-B）	玛格家居	ZL202030749143.9	2020/12/07	10	原始取得
113	外观设计	罗马柱（AY）	玛格家居	ZL202030749086.4	2020/12/07	10	原始取得
114	外观设计	门板（整框门 JH002）	玛格家居	ZL202030749077.5	2020/12/07	10	原始取得
115	实用新型	一种室内门的门底密封结构	玛格家居	ZL2020410299.9	2020/03/27	10	原始取得
116	外观设计	分格门（整框 SD03）	玛格家居	ZL202030749088.3	2020/12/07	10	原始取得
117	外观设计	门板（归心 02）	玛格家居	ZL202030823759.6	2020/12/31	15	原始取得
118	外观设计	吊环拉手	玛格家居	ZL202130033648.X	2021/01/18	10	原始取得
119	外观设计	圆拉手	玛格家居	ZL202130033490.6	2021/01/18	10	原始取得

120	外观设计	六合拉手	玛格家居	ZL202130033642.2	2021/01/18	10	原始取得
121	外观设计	玻璃门（整框 JM04-B）	玛格家居	ZL202130052077.4	2021/01/25	10	原始取得
122	外观设计	玻璃门（整框 M05 相似设计）	玛格家居	ZL202130052076.X	2021/01/25	10	原始取得
123	外观设计	玻璃门（整框归心 01-B）	玛格家居	ZL202130052285.4	2021/01/25	10	原始取得
124	外观设计	玻璃门（整框归心 02-B）	玛格家居	ZL202130052070.2	2021/01/25	10	原始取得
125	外观设计	家具顶线（L 型）	玛格家居	ZL202130115690.6	2021/03/03	10	原始取得
126	外观设计	分格门（整框 M05-B）	玛格家居	ZL202130052069.X	2021/01/25	10	原始取得
127	外观设计	分格门（整框 M05 六孔-B）	玛格家居	ZL202130052281.6	2021/01/25	10	原始取得
128	外观设计	分格门（整框归心 01-B）	玛格家居	ZL202130052270.8	2021/01/25	10	原始取得
129	外观设计	分格门（整框归心 02-B）	玛格家居	ZL202130052063.2	2021/01/25	10	原始取得
130	外观设计	分格门（整框归心 03）	玛格家居	ZL202130052080.6	2021/01/25	10	原始取得
131	外观设计	眉板（JM-A）	玛格家居	ZL202130052280.1	2021/01/25	10	原始取得
132	外观设计	眉板（JM-B）	玛格家居	ZL202130052293.9	2021/01/25	10	原始取得
133	外观设计	屏风（半竹）	玛格家居	ZL202130052279.9	2021/01/25	10	原始取得
134	外观设计	屏风（双生）	玛格家居	ZL202130052291X	2021/01/25	10	原始取得
135	外观设计	前口条（JM-B）	玛格家居	ZL202130115502X	2021/03/03	10	原始取得
136	外观设计	前口条（JM 相似设计）	玛格家居	ZL202130115521.2	2021/03/03	10	原始取得
137	外观设计	踢脚线（唐包覆 80）	玛格家居	ZL202130120095.1	2021/03/05	10	原始取得
138	外观设计	收口立柱（唐包覆 A 型）	玛格家居	ZL202130115729.4	2021/03/03	10	原始取得
139	外观设计	收口立柱（唐包覆 B 型）	玛格家居	ZL202130115689.3	2021/03/03	10	原始取得
140	外观设计	收口立柱（唐包覆 C 型）	玛格家居	ZL202130115726.0	2021/03/03	10	原始取得
141	外观设计	整框门（网格 M05）	玛格家居	ZL202130052071.7	2021/01/25	10	原始取得
142	外观设计	整框门（整框 JM02A）	玛格家居	ZL202130052277X	2021/01/25	10	原始取得
143	外观设计	整框门（整框 K002）	玛格家居	ZL202130052282.0	2021/01/25	10	原始取得
144	外观	玻璃门	玛格	ZL202130148300.5	2021/03/19	10	原始

	设计	（整框 M05-B）	家居				取得
145	外观设计	整框门（整框 JH001）	玛格家居	ZL202130148307.7	2021/03/19	10	原始取得
146	外观设计	整框门（整框 M05）	玛格家居	ZL202130148306.2	2021/03/19	10	原始取得
147	外观设计	整框门（整框 R06）	玛格家居	ZL202130148299.6	2021/03/19	10	原始取得
148	外观设计	板式鞋抽	玛格家居	ZL202130052294.3	2021/01/25	10	原始取得
149	实用新型	磁吸防尘装置	玛格家居	ZL201921239811.1	2019/08/02	10	原始取得
150	实用新型	一种室内隐藏门	玛格家居	ZL202020420932.2	2020/03/28	10	原始取得
151	实用新型	一种衣柜侧板与墙体的连接件	玛格家居	ZL202020994721.X	2020/06/03	10	原始取得
152	实用新型	一种橱柜台面与墙体的连接件	玛格家居	ZL202020970204.9	2020/06/01	10	原始取得
153	实用新型	一种带溢胶槽的门板校正器	玛格家居	ZL202022903922.7	2020/12/04	10	原始取得
154	实用新型	一种收口条衔接扣件	玛格家居	ZL202022967269.0	2020/12/10	10	原始取得
155	实用新型	一种橱柜的快装结构	玛格家居	ZL202022928364.X	2020/12/07	10	原始取得
156	实用新型	一种用于切角板件加工的推台锯工装	玛格家居	ZL202120027376.7	2021/01/07	10	原始取得
157	实用新型	一种模块化可收展式木质家具产品	玛格家居	ZL202120027356.X	2021/01/07	10	原始取得
158	外观设计	衣通座	玛格家居	ZL202130196139.9	2021/04/08	10	原始取得
159	外观设计	分格门（整框 M05）	玛格家居	ZL202130148313.2	2021/03/19	10	原始取得
160	外观设计	柜体框架支撑柱（2#）	玛格家居	ZL202130145791.8	2021/03/18	10	原始取得
161	外观设计	柜体框架支撑柱（13#）	玛格家居	ZL202130145796.0	2021/03/18	10	原始取得
162	外观设计	柜体框架支撑柱（15#）	玛格家居	ZL202130145886.X	2021/03/18	10	原始取得
163	外观设计	柜体框架支撑柱（A 型）	玛格家居	ZL202130145775.9	2021/03/18	10	原始取得
164	外观设计	柜体框架支撑柱（E 型）	玛格家居	ZL202130145870.9	2021/03/18	10	原始取得
165	外观设计	顶底线阳角件（T03）	玛格家居	ZL202130313296.3	2021/05/25	10	原始取得
166	外观设计	顶底线阴角件（T03）	玛格家居	ZL202130313279.X	2021/05/25	10	原始取得
167	外观设计	堵头（LS-2001）	玛格家居	ZL202130313291.0	2021/05/25	10	原始取得
168	外观设计	堵头（LS-2002）	玛格家居	ZL202130313284.0	2021/05/25	10	原始取得

169	外观设计	护墙挂条（T1）	玛格家居	ZL202130313257.3	2021/05/25	10	原始取得
170	外观设计	护墙挂条（T2）	玛格家居	ZL202130313256.9	2021/05/25	10	原始取得
171	外观设计	拉手（LS-2001）	玛格家居	ZL202130313278.5	2021/05/25	10	原始取得
172	外观设计	隐形门专线（T11）	玛格家居	ZL202130313277.0	2021/05/25	10	原始取得
173	外观设计	抽屉感应灯	广东玛格	ZL202030472768.5	2020/08/18	10	原始取得
174	外观设计	衣物篮	广东玛格	ZL202030217511.5	2020/05/13	10	原始取得
175	外观设计	收纳盒（多功能）	广东玛格	ZL202030217519.1	2020/05/13	10	原始取得
176	外观设计	裤架	广东玛格	ZL202030217526.1	2020/05/13	10	原始取得
177	外观设计	收纳盒（饰物）	广东玛格	ZL202030218201.5	2020/05/13	10	原始取得
178	外观设计	门板（K12 门型 M）	广东玛格	ZL202030191859.1	2020/04/30	10	原始取得
179	外观设计	门板（K6 门型）	广东玛格	ZL202030191872.7	2020/04/30	10	原始取得
180	外观设计	门板（K10 门型 M）	广东玛格	ZL202030191878.4	2020/04/30	10	原始取得
181	外观设计	门板（MS-300-180B）	广东玛格	ZL202030188958.4	2020/04/29	10	原始取得
182	外观设计	模压门（MX10）	广东玛格	ZL202030181275.6	2020/04/27	10	原始取得
183	外观设计	铝框门（ML-9）	广东玛格	ZL202030120403.6	2020/04/01	10	原始取得
184	外观设计	铝框门（ML-8）	广东玛格	ZL202030120404.0	2020/04/01	10	原始取得
185	外观设计	门板（MS-300 ）	广东玛格	ZL202030118424.4	2020/03/31	10	原始取得
186	外观设计	门板（M 型嵌条）	广东玛格	ZL202030118824.5	2020/03/31	10	原始取得
187	外观设计	门板（苏格拉底 MS350）	广东玛格	ZL201930639575.1	2019/11/20	10	原始取得
188	外观设计	门板（苏格拉底 MS450）	广东玛格	ZL201930639586.X	2019/11/20	10	原始取得
189	外观设计	门板（苏格拉底 MS320）	广东玛格	ZL201930639692.8	2019/11/20	10	原始取得
190	外观设计	帽盖（三合一孔）	广东玛格	ZL201930493606.7	2019/09/09	10	原始取得
191	外观设计	门板（苏格拉底 MS205）	广东玛格	ZL201830529779.5	2018/09/20	10	原始取得
192	外观设计	门板（苏格拉底 MS202）	广东玛格	ZL201830529780.8	2018/09/20	10	原始取得
193	外观	门板（苏格拉底	广东	ZL201830529787.X	2018/09/20	10	原始

	设计	MS203）	玛格				取得
194	实用新型	一种防变形实木门	广东玛格	ZL202020268079.7	2020/03/06	10	原始取得
195	实用新型	一种模型柜	广东玛格	ZL202020106335.2	2020/01/17	10	原始取得
196	实用新型	一种木门结构	广东玛格	ZL202020107934.6	2020/01/17	10	原始取得
197	实用新型	一种高度可调的储物柜	广东玛格	ZL202020084557.9	2020/01/15	10	原始取得
198	实用新型	一种可拆卸护墙五金连接件	广东玛格	ZL202020051510.2	2020/01/10	10	原始取得
199	实用新型	一种可自由拆卸更换芯板的门板	广东玛格	ZL202020044326.5	2020/01/09	10	原始取得
200	实用新型	一种板材自动下料装置	广东玛格	ZL201922418404.3	2019/12/26	10	原始取得
201	实用新型	一种柜体板件用隐形连接件	广东玛格	ZL201922418441.4	2019/12/26	10	原始取得
202	实用新型	一种木门展示架	广东玛格	ZL201922421344.0	2019/12/26	10	原始取得
203	实用新型	一种柜体背板可调安装组件	广东玛格	ZL201922372009.6	2019/12/25	10	原始取得
204	实用新型	一种可调栈板	广东玛格	ZL201922376661.5	2019/12/25	10	原始取得
205	实用新型	一种便于调节的封边机刮刀机构	广东玛格	ZL201922164188.4	2019/12/05	10	原始取得
206	实用新型	一种负压雕刻机的高效清灰装置	广东玛格	ZL201922164593.6	2019/12/05	10	原始取得
207	实用新型	一种用于 T 型铝的切割机夹持装置	广东玛格	ZL201921496541.2	2019/09/09	10	原始取得
208	实用新型	一种罗马柱花片铣削夹具	广东玛格	ZL201921496755.X	2019/09/09	10	原始取得
209	实用新型	一种弧形门芯板弯曲装置	广东玛格	ZL201921485621.8	2019/09/09	10	原始取得
210	实用新型	一种可调护墙板挂件	广东玛格	ZL201921485656.1	2019/09/06	10	原始取得
211	实用新型	一种免漆膜压木门门板流水生产线	广东玛格	ZL201920106687.5	2019/01/22	10	原始取得
212	实用新型	免漆膜压木门的流水生产线	广东玛格	ZL201920106688.X	2019/01/22	10	原始取得
213	实用新型	封边机胶锅胶门自动开关装置	广东玛格	ZL201920106690.7	2019/01/22	10	原始取得
214	实用新型	木工拉槽机的可调拉槽锯机及其应用的木工拉槽机	广东玛格	ZL201821707948.0	2018/10/19	10	原始取得
215	实用新型	一种门板加固条	广东玛格	ZL201821545936.2	2018/09/20	10	原始取得
216	实用新型	板件流柜体生产线	广东玛格	ZL201821325716.9	2018/08/16	10	原始取得
217	实用新型	一种木工四面刨床的可调导向入料装置	广东玛格	ZL201821367756.X	2018/08/16	10	原始取得

218	实用新型	板材烘边机涂胶轮	广东玛格	ZL201820297832.8	2018/03/02	10	原始取得
219	实用新型	板式家具收口条	广东玛格	ZL201520101073.X	2015/02/12	10	继受取得
220	实用新型	一种弯曲坯材	广东玛格	ZL201420738079.3	2014/12/02	10	继受取得
221	实用新型	紧固装置	广东玛格	ZL201420598649.3	2014/10/17	10	继受取得
222	实用新型	一种连接结构	广东玛格	ZL201320749449.9	2013/11/25	10	继受取得
223	实用新型	一种防撞可折叠滚筒输送线	广东玛格	ZL201921496731.4	2019/09/09	10	原始取得
224	发明	一种连接结构	广东玛格	ZL201310590891.6	2013/11/21	20	继受取得
225	实用新型	一种免打孔层板安装连接配件及柜体	广东玛格	ZL201922379860.1	2019/12/25	10	原始取得
226	实用新型	一种便携式家居手机充电装置	广东玛格	ZL202021812552X	2020/08/26	10	原始取得
227	实用新型	一种拉手快速安装定位工具	广东玛格	ZL202021824882.0	2020/08/27	10	原始取得
228	外观设计	厨房台面（MX1-25）	广东玛格	ZL202030181956.2	2020/04/27	10	原始取得
229	外观设计	模压门（MX11 相似设计）	广东玛格	ZL202030181957.7	2020/04/27	10	原始取得
230	外观设计	门板（MS-300A）	广东玛格	ZL202030188966.9	2020/04/29	10	原始取得
231	实用新型	一种 45°斜角切割台	广东玛格	ZL202021104572.1	2020/06/16	10	原始取得
232	外观设计	门板（K13 门型 M）	广东玛格	ZL202030192255.9	2020/04/30	10	原始取得
233	实用新型	一种可调节隔板的展示柜	广东玛格	ZL202021116460.8	2020/06/16	10	原始取得
234	实用新型	一种货厢装卸平台	广东玛格	ZL202021116476.9	2020/06/16	10	原始取得
235	实用新型	一种伸缩桌	广东玛格	ZL202021120803.8	2020/06/17	10	原始取得
236	实用新型	一种可循环使用的涂胶瓶	广东玛格	ZL202021127987.0	2020/06/17	10	原始取得
237	实用新型	一种平推柜门的柜	广东玛格	ZL202021814088.8	2020/08/26	10	原始取得
238	实用新型	一种板件滚筒输送线的防撞装置	广东玛格	ZL202021810579.5	2020/08/26	10	原始取得
239	实用新型	一种快装门暗拉手	广东玛格	ZL202021824891.X	2020/08/27	10	原始取得
240	实用新型	一种隐藏式五金层板托	广东玛格	ZL202021860798.4	2020/08/31	10	原始取得
241	实用新型	一种门扇安装器	广东玛格	ZL202021838966.X	2020/08/28	10	原始取得
242	实用	一种免拉手衣柜	广东	ZL202021840591.0	2020/08/28	10	原始

	新型		玛格				取得
243	实用新型	一种珍珠棉输送切割装置	广东玛格	ZL202021860795.0	2020/08/31	10	原始取得
244	实用新型	一种见光不见灯衣通	广东玛格	ZL202021739553.6	2020/08/19	10	原始取得
245	外观设计	衣通灯	广东玛格	ZL202030472767.0	2020/08/18	10	原始取得
246	外观设计	踢脚线（H40 双色温带灯）	广东玛格	ZL202130234049.4	2021/04/22	10	原始取得
247	实用新型	一种升降橱柜	广东玛格	ZL202021820105.9	2020/08/26	10	原始取得
248	实用新型	一种封边机用涂胶机构	广东玛格	ZL202021814876.7	2020/08/26	10	原始取得
249	实用新型	一种柜内无孔新型柜体连接件五金	广东玛格	ZL202023099318.X	2020/12/21	10	原始取得
250	实用新型	一种新型柜门结构	广东玛格	ZL202023134443.X	2020/12/23	10	原始取得
251	实用新型	一种便于拆装的橱柜顶板	广东玛格	ZL202022728288.8	2020/11/23	10	原始取得
252	实用新型	一种抽面快装件	广东玛格	ZL202022730290.9	2020/11/24	10	原始取得
253	实用新型	一种家具圆材自动送料装置	广东玛格	ZL202022735494.1	2020/11/24	10	原始取得
254	实用新型	一种防晃动式玻璃安装结构	广东玛格	ZL202022903855.9	2020/12/04	10	原始取得
255	实用新型	一种柜体用简易可调脚	广东玛格	ZL202022925263.7	2020/12/07	10	原始取得
256	实用新型	一种门板及其拉手的安装结构	广东玛格	ZL202022946780.2	2020/12/08	10	原始取得
257	实用新型	一种可折叠换鞋门	广东玛格	ZL202022948128.4	2020/12/08	10	原始取得
258	实用新型	一种旋转套装门	广东玛格	ZL202022956663.4	2020/12/09	10	原始取得
259	实用新型	一种板件快速开槽装置	广东玛格	ZL202023020205.6	2020/12/15	10	原始取得
260	实用新型	一种防止柜体层板变形及防物品滑落柜体结构	广东玛格	ZL202023027086.7	2020/12/15	10	原始取得
261	实用新型	一种组合快装式装饰组件	广东玛格	ZL202023115822.4	2020/12/22	10	原始取得
262	实用新型	一种电动升降床	广东玛格	ZL202120004110.0	2021/01/04	10	原始取得
263	实用新型	一种新型的木门框架工作台	广东玛格	ZL202120008258.1	2021/01/05	10	原始取得
264	实用新型	一种便于清洁的水槽柜滤水网	广东玛格	ZL202022728217.8	2020/11/23	10	原始取得
265	实用新型	一种隐藏式层板五金连接件	广东玛格	ZL202022761133.4	2020/11/25	10	原始取得
266	实用新型	一种防潮门套结构	广东玛格	ZL202022890965.6	2020/12/04	10	原始取得

267	实用新型	一种可收集作业垃圾的工作台面	广东玛格	ZL202022925289.1	2020/12/07	10	原始取得
268	实用新型	一种隐藏式封板连接件	广东玛格	ZL202022956653.0	2020/12/09	10	原始取得
269	实用新型	一种门铰孔检测工具	广东玛格	ZL202023134465.6	2020/12/23	10	原始取得
270	实用新型	一种自带防尘条的门板	玛格家居	ZL202022903882.6	2020/12/04	10	原始取得
271	实用新型	一种可调节铝合金地脚线	广东玛格	ZL202120855923.0	2021/04/25	10	原始取得
272	实用新型	一种柜体隐藏连接件	广东玛格	ZL202120855169.0	2021/04/25	10	原始取得
273	实用新型	一种升降地脚	广东玛格	ZL202120867490.0	2021/04/26	10	原始取得
274	实用新型	一种新型玻璃木门框架结构	广东玛格	ZL202120008289.7	2021/01/05	10	原始取得
275	实用新型	一种新型木门框架结构	广东玛格	ZL202120018675.4	2021/01/06	10	原始取得
276	实用新型	一种新型木制躺门套	广东玛格	ZL202120018703.2	2021/01/06	10	原始取得
277	实用新型	一种新型数控机床靠挡	广东玛格	ZL202120018691.3	2021/01/06	10	原始取得
278	实用新型	一种新型的木门封边结构	广东玛格	ZL202120008287.8	2021/01/05	10	原始取得
279	实用新型	一种组合静音门套	广东玛格	ZL202120028924.8	2021/01/07	10	原始取得
280	实用新型	一种复合门套线	广东玛格	ZL202023030252.9	2020/12/16	10	原始取得
281	实用新型	一种新型空门套	广东玛格	ZL202023056470.X	2020/12/28	10	原始取得
282	实用新型	一种家用煤气瓶放置柜	广东玛格	ZL202120856666.2	2021/04/25	10	原始取得
283	实用新型	一种板材可拆卸式柜体	玛格家居	ZL202120534985.1	2021/03/15	10	原始取得
284	实用新型	一种拉手防滑固定件	广东玛格	ZL202023064221.5	2020/12/17	10	原始取得
285	实用新型	一种套装门结构	广东玛格	ZL202023056468.2	2020/12/18	10	原始取得
286	实用新型	一种折叠门止口结构	广东玛格	ZL202022965612.8	2020/12/10	10	原始取得
287	实用新型	一种免漆式室内门扇面板	广东玛格	ZL202023051416.6	2020/12/17	10	原始取得
288	实用新型	一种新型固定胶条	广东玛格	ZL202120040957.4	2021/01/08	10	原始取得
289	实用新型	一种滚筒包装流水线装置	广东玛格	ZL202023025937.4	2020/12/16	10	原始取得
290	实用新型	一种组装式防潮节能静音木塑门套	广东玛格	ZL202023067339.3	2020/12/18	10	原始取得
291	实用	一种便于曲面加工的四面	玛格	ZL202120012373.6	2021/01/05	10	原始

	新型	刨设备	家居				取得
292	实用新型	一种衣柜踢脚	玛格家居	ZL202022967235.1	2020/12/10	10	原始取得
293	实用新型	一种可移动的多功能隐藏踢脚	玛格家居	ZL202120031895.0	2021/01/06	10	原始取得
294	实用新型	一种抽拉式收纳储物系统	广东玛格	ZL202023096353.6	2020/12/21	10	原始取得
295	实用新型	一种抽拉分类收纳系统柜	广东玛格	ZL202120127979.4	2021/01/18	10	原始取得
296	实用新型	一种防变形台面结构	广东玛格	ZL202023096370.X	2020/12/21	10	原始取得
297	实用新型	一种新型板件包装结构	广东玛格	ZL202120127965.2	2021/01/18	10	原始取得
298	实用新型	一种组合踢脚线	广东玛格	ZL202120029021.1	2021/01/07	10	原始取得
299	实用新型	一种隐藏式旋转楼梯	玛格家居	ZL202120027295.7	2021/01/07	10	原始取得
300	实用新型	一种免漆隐藏门扇结构	广东玛格	ZL202120040958.9	2021/01/08	10	原始取得
301	实用新型	一种实木柜门结构	广东玛格	ZL202023166572.7	2020/12/23	10	原始取得
302	实用新型	一种天地铰链	广东玛格	ZL202120040945.1	2021/01/08	10	原始取得
303	实用新型	一种智能家居遥控电动升降吊柜	广东玛格	ZL202023127340.0	2020/12/22	10	原始取得
304	实用新型	一种可校平墙面的护墙干挂结构系统	玛格家居	ZL202023018981.2	2020/12/15	10	原始取得
305	实用新型	一种模块化开放架	玛格家居	ZL202120018610.X	2021/01/06	10	原始取得
306	实用新型	一种自动调节的下落式实木踢脚安装结构	玛格家居	ZL202120124844.2	2021/01/18	10	原始取得
307	实用新型	一种可调节组合式衣柜顶线	玛格家居	ZL202120018591.0	2021/11/16	10	原始取得
308	实用新型	一种防变形吸塑门板	玛格家居	ZL202120014110.9	2021/01/05	10	原始取得
309	实用新型	一种多功能收纳抽	玛格家居	ZL202023016961.1	2020/12/15	10	原始取得
310	实用新型	一种柜门的新型连接结构	玛格家居	ZL202120502022.3	2021/03/09	10	原始取得
311	实用新型	一种座椅支腿	玛格家居	ZL202120521787.1	2021/03/12	10	原始取得
312	实用新型	一种悬吊式书柜	玛格家居	ZL202120511255.X	2021/03/11	10	原始取得
313	实用新型	一种可自由切换芯板的柜门结构	玛格家居	ZL202120505023.3	2021/03/10	10	原始取得
314	实用新型	一种护墙结构	玛格家居	ZL202120514856.6	2021/03/10	10	原始取得
315	实用新型	一种超长门套结构	广东玛格	ZL202120459883.8	2021/03/03	10	原始取得

316	实用新型	一种防潮门扇结构	广东玛格	ZL202120460989.X	2021/03/03	10	原始取得
317	实用新型	封边分离剂喷射定位工具	广东玛格	ZL202120460992.1	2021/03/03	10	原始取得
318	实用新型	一种结构稳定的护墙板	广东玛格	ZL202120467396.6	2021/03/04	10	原始取得
319	实用新型	一种可伸缩门框结构	广东玛格	ZL202120467343.4	2021/03/04	10	原始取得
320	实用新型	一种免钉结构展示架	广东玛格	ZL202120475045.X	2021/03/05	10	原始取得
321	实用新型	一种新型门扇封边结构	广东玛格	ZL202120473917.9	2021/03/05	10	原始取得
322	实用新型	一种新型三趟门	广东玛格	ZL202120486400.3	2021/03/08	10	原始取得
323	实用新型	一种新型木门结构	广东玛格	ZL202120475050.0	2021/03/05	10	原始取得
324	实用新型	一种新型子母门搭接口	广东玛格	ZL202120487315.9	2021/03/08	10	原始取得
325	外观设计	收口条（JM-B）	玛格家居	ZL202130115498.7	2021/03/03	10	原始取得
326	外观设计	收口条（JM 相似涉及）	玛格家居	ZL202130115513.8	2021/03/03	10	原始取得
327	外观设计	整框门（整框归心 03）	玛格家居	ZL202130052066.6	2021/01/25	10	原始取得
328	实用新型	一种裤架杆组合连接结构	玛格家居	ZL202120504695.2	2021/03/01	10	原始取得
329	实用新型	一种防变形组装式墙板	玛格家居	ZL202120502024.2	2021/03/09	10	原始取得
330	实用新型	一种组合式可拆卸酒格	玛格家居	ZL202120524291.X	2021/03/12	10	原始取得
331	实用新型	一种用于木线的辊式打磨设备	玛格家居	ZL202120519999.6	2021/03/12	10	原始取得
332	实用新型	一种护墙连接及悬挂组合结构	玛格家居	ZL202120555487.5	2021/03/18	10	原始取得
333	实用新型	一种家具板件加工固定夹具	玛格家居	ZL202120555461.0	2021/03/18	10	原始取得
334	实用新型	一种厚度可调式护墙型材收口条	玛格家居	ZL202120557469.0	2021/03/17	10	原始取得
335	实用新型	一种用于榫卯连接的隐藏式限位装置	玛格家居	ZL202120562798.4	2021/03/19	10	原始取得
336	实用新型	一种防变形屏风	玛格家居	ZL202120546552.8	2021/09/24	10	原始取得
337	实用新型	一种储物隔断柜	玛格家居	ZL202120540181.2	2021/03/16	10	原始取得
338	实用新型	一种多用途的儿童婴儿床	玛格家居	ZL202120546706.3	2021/03/16	10	原始取得
339	实用新型	一种防变形的复合实木台面	玛格家居	ZL202120540173.8	2021/03/16	10	原始取得
340	实用	一种格栅结构	玛格	ZL202120546529.9	2021/03/17	10	原始

	新型		家居				取得
341	实用新型	一种可除湿的门板	玛格家居	ZL202120562708.1	2021/03/18	10	原始取得
342	实用新型	一种木门结构	玛格家居	ZL202120563163.6	2021/03/19	10	原始取得
343	实用新型	一种 R 角加工设备	玛格家居	ZL202120561039.6	2021/03/15	10	原始取得
344	实用新型	一种门板展示柜	广东玛格	ZL202120634099.6	2021/03/29	10	原始取得
345	实用新型	一种万能任意弧度踢脚线	广东玛格	ZL202120653555.1	2021/03/31	10	原始取得
346	实用新型	一种超高门扇结构	广东玛格	ZL202120634110.9	2021/03/29	10	原始取得
347	实用新型	一种防变形装饰板	广东玛格	ZL202120633709.0	2021/03/29	10	原始取得
348	实用新型	一种组合隐藏门套	广东玛格	ZL202120653581.4	2021/03/31	10	原始取得
349	实用新型	新型滑门锁具	玛格家居	ZL202120671055.0	2021/04/01	10	原始取得
350	实用新型	一种抽拉可拆解式木质收纳盒	玛格家居	ZL202120671075.8	2021/04/01	10	原始取得
351	实用新型	一种带隐藏功能的护墙	玛格家居	ZL202120905404.0	2021/04/28	10	原始取得
352	实用新型	一种多用组装门板	玛格家居	ZL202120670263.9	2021/04/01	10	原始取得
353	实用新型	一种防变形快装实木眉板	玛格家居	ZL202120675289.2	2021/04/02	10	原始取得
354	实用新型	一种防变形门板	玛格家居	ZL202120901728.7	2021/04/28	10	原始取得
355	实用新型	一种防滑的隐藏式换鞋凳	玛格家居	ZL202120675576.3	2021/04/02	10	原始取得
356	实用新型	一种可升降调节的书桌	玛格家居	ZL202120908549.6	2021/04/29	10	原始取得
357	实用新型	一种新型隐藏式插销机构	玛格家居	ZL202120690246.1	2021/04/06	10	原始取得
358	实用新型	一种转角连接件	玛格家居	ZL202120697658.8	2021/04/07	10	原始取得
359	实用新型	一种组装式抽屉	玛格家居	ZL202120697845.6	2021/04/07	10	原始取得
360	实用新型	一种饰面墙板的装配结构	广东玛格	ZL202120736384.9	2021/04/12	10	原始取得
361	实用新型	一种万向调平的装配式墙板结构	广东玛格	ZL202120743764.5	2021/04/13	10	原始取得
362	实用新型	一种吊顶装配结构	广东玛格	ZL202120723826.6	2021/04/09	10	原始取得
363	实用新型	一种装饰板的密拼安装结构	广东玛格	ZL202120906734.1	2021/04/28	10	原始取得
364	实用新型	一种装饰板的螺钉安装结构	广东玛格	ZL202120906735.6	2021/04/28	10	原始取得

365	实用新型	一种具有灯槽的天花板安装结构	广东玛格	ZL202120723820.9	2021/04/09	10	原始取得
366	实用新型	一种跌级吊顶收口结构	广东玛格	ZL202120724984.3	2021/04/09	10	原始取得
367	实用新型	一种天花阴角收 口线结构	广东玛格	ZL202120905308.6	2021/04/28	10	原始取得
368	实用新型	一种具有隐藏功能的折叠柜	玛格家居	ZL202120905353.1	2021/04/28	10	原始取得
369	实用新型	一种可自由切换拉手的柜门结构	玛格家居	ZL202120921994.6	2021/04/30	10	原始取得
370	实用新型	一种模块化功能书柜	玛格家居	ZL202120922120.2	2021/04/30	10	原始取得
371	实用新型	装配式整装隔断墙	玛格家居	ZL202120922085.4	2021/04/30	10	原始取得
372	实用新型	一种可调节门缝的拉手	玛格家居	ZL202120996569.3	2021/05/11	10	原始取得
373	实用新型	带遮光效果的窗户	玛格家居	ZL202120998586.0	2021/05/11	10	原始取得
374	实用新型	一种防变形实木拼接结构	玛格家居	ZL202120908852.6	2021/04/29	10	原始取得
375	实用新型	一种实木门板结构	玛格家居	ZL202120908782.4	2021/04/29	10	原始取得
376	实用新型	一种新型铝横梁结构	广东玛格	ZL202121006987.X	2021/05/12	10	原始取得
377	实用新型	一种防滑动股线	广东玛格	ZL202120998549.X	2021/05/11	10	原始取得
378	实用新型	一种可减震防潮的岩板铝框门结构	广东玛格	ZL202120639587.6	2021/05/11	10	原始取得
379	实用新型	一种任意角度连接件	广东玛格	ZL202120999633.3	2021/03/30	10	原始取得
380	实用新型	一种新型组合门套	广东玛格	ZL202120653578.2	2021/03/31	10	原始取得
381	实用新型	一种带灯地脚线	广东玛格	ZL202120997838.8	2021/05/11	10	原始取得
382	实用新型	一种可隐藏抽拉餐桌	广东玛格	ZL202120842992.8	2021/04/23	10	原始取得
383	实用新型	可调节旋转角度通风管道	广东玛格	ZL202120842290.X	2021/04/23	10	原始取得
384	实用新型	一种门板小样展示柜	广东玛格	ZL202120867478.X	2021/04/26	10	原始取得
385	实用新型	一种方便喷漆待干置物架	广东玛格	ZL202120837910.0	2021/04/22	10	原始取得
386	实用新型	一种新型拼接柜	广东玛格	ZL202120879049.4	2021/04/27	10	原始取得
387	实用新型	一种组装门框工作台	广东玛格	ZL202120876690.2	2021/04/27	10	原始取得
388	实用新型	一种复合门板结构	广东玛格	ZL202120836476.4	2021/04/22	10	原始取得
389	实用	一种 A 型运输托架结构	广东	ZL202121192871.X	2021/05/31	10	原始

	新型		玛格				取得
390	实用新型	一种更换便捷的隐形拉手	玛格家居	ZL202121257615.4	2021/06/07	10	原始取得
391	实用新型	一种实木板件转运装置	玛格家居	ZL202121257849.9	2021/06/07	10	原始取得
392	实用新型	一种带灯阳角护角的装饰连接件	玛格家居	ZL202121270298.X	2021/06/08	10	原始取得
393	实用新型	一种免钉置物板	玛格家居	ZL202121190998.8	2021/05/31	10	原始取得
394	实用新型	隐藏式五金柜体结构	玛格家居	ZL202121399641.0	2021/06/23	10	原始取得
395	实用新型	一种隐藏式锁孔结构	玛格家居	ZL202121271144.2	2021/06/08	10	原始取得
396	实用新型	一种隐藏抽屉	玛格家居	ZL202121206958.8	2021/06/01	10	原始取得
397	外观设计	顶底线堵头（T03）	玛格家居	ZL202130313259.2	2021/05/25	10	原始取得
398	外观设计	护墙挂件（T1）	玛格家居	ZL202130313258.8	2021/05/25	10	原始取得
399	外观设计	拉手（LS-2002）	玛格家居	ZL202130313250.1	2021/05/25	10	原始取得
400	实用新型	一种雕刻机刀具夹具	广东玛格	ZL202121195386.8	2021/05/31	10	原始取得
401	实用新型	一种岩板平板包装托物架	广东玛格	ZL202121217199.5	2021/06/02	10	原始取得
402	实用新型	一种可移动厨柜	广东玛格	ZL202121607907.6	2021/07/15	10	原始取得
403	实用新型	一种多功能床头柜结构	玛格家居	ZL202121408486.4	2021/06/24	10	原始取得
404	实用新型	一种柜体的防倾倒结构	玛格家居	ZL202121486975.1	2021/07/01	10	原始取得
405	实用新型	一种多功能书桌	玛格家居	ZL202121408115.6	2021/06/24	10	原始取得
406	实用新型	一种快装可移动置物架	玛格家居	ZL202121598984.X	2021/07/14	10	原始取得
407	实用新型	一种隐藏式隔板扣件	玛格家居	ZL202121423488.0	2021/06/25	10	原始取得
408	实用新型	一种承重柜体挂墙安装结构	广东玛格	ZL202121598976.5	2021/07/14	10	原始取得
409	实用新型	一种挂墙式多功能装饰柜	广东玛格	ZL202121600360.7	2021/07/14	10	原始取得
410	实用新型	一种衣柜拉手	广东玛格	ZL202121645392.9	2021/07/20	10	原始取得
411	实用新型	一种内嵌工字型型材的抗弯复合门板	广东玛格	ZL202121617213.0	2021/07/16	10	原始取得
412	实用新型	一种灯芯可分离的灯具	广东玛格	ZL202121729864.9	2021/07/27	10	原始取得
413	实用新型	一种衣柜 LED 感应灯安装结构	广东玛格	ZL202121742539.6	2021/07/29	10	原始取得

414	实用新型	一种木皮修补工具	广东玛格	ZL202121796906.0	2021/08/03	10	原始取得
415	实用新型	一种可更换的护墙	玛格家居	ZL202121782717.8	2021/08/02	10	原始取得
416	实用新型	一种免钉实木柜门组装结构	玛格家居	ZL202121990790.4	2021/08/23	10	原始取得
417	实用新型	一种家具功能模块安装结构	玛格家居	ZL202122163677.5	2021/09/08	10	原始取得
418	实用新型	一种套装门安装辅助设备	玛格家居	ZL202122165846.9	2021/09/08	10	原始取得
419	实用新型	一种结构稳定的复合板	玛格家居	ZL202122116823.9	2021/09/03	10	原始取得
420	实用新型	一种可调护墙挂件	玛格家居	ZL202122093131.7	2021/09/01	10	原始取得
421	实用新型	可折叠儿童衣柜	玛格家居	ZL202122094598.3	2021/09/01	10	原始取得
422	实用新型	一种吸音保温复合板	玛格家居	ZL202121983286.1	2021/08/23	10	原始取得
423	实用新型	一种封闭油漆刷涂装置	玛格家居	ZL202121884436.3	2021/08/12	10	原始取得
424	实用新型	一种柜门安装辅助工具	玛格家居	ZL202121788029.2	2021/08/03	10	原始取得
425	实用新型	一种隐藏式置物架	玛格家居	ZL202121788392.4	2021/08/03	10	原始取得
426	实用新型	一种门板加工装置	玛格家居	ZL202121423401.X	2021/06/25	10	原始取得
427	实用新型	一种旋转可调书架	玛格家居	ZL202120690305.5	2021/04/06	10	原始取得
428	实用新型	一种木制护墙结构	玛格家居	ZL202120511277.6	2021/03/11	10	原始取得
429	实用新型	一种固定定位木梢	广东玛格	ZL202121690593.0	2021/07/23	10	原始取得
430	实用新型	一种铝框玻璃门	玛格家居	ZL202121742568.2	2021/07/29	10	原始取得
431	实用新型	一种具有高可视度的柜体	玛格家居	ZL202121727032.3	2021/07/28	10	原始取得
432	实用新型	一种柜体收口结构	玛格家居	ZL202121712239.3	2021/07/27	10	原始取得
433	实用新型	一种门扇填充结构	玛格家居	ZL202121701014.8	2021/07/26	10	原始取得
434	实用新型	一种斜孔打孔器	玛格家居	ZL202121701027.5	2021/07/26	10	原始取得
435	实用新型	一种无漆玻璃木门立挺结构	玛格家居	ZL202121701053.8	2021/07/26	10	原始取得
436	实用新型	一种铝框玻璃门	玛格家居	ZL202121690592.6	2021/07/23	10	原始取得
437	实用新型	一种隐藏式连接玻璃层板	玛格家居	ZL202121645438.7	2021/07/20	10	原始取得
438	实用	一种榫卯结构装饰隔断	玛格	ZL202121634088.4	2021/07/19	10	原始

	新型		家居				取得
439	实用新型	一种新型柜体结构	玛格家居	ZL202121634101.6	2021/07/19	10	原始取得
440	实用新型	一种平托臂悬挂式抽屉	玛格家居	ZL202121617192.2	2021/07/16	10	原始取得
441	实用新型	一种可拆卸式装饰品盒	玛格家居	ZL202121607942.8	2021/07/15	10	原始取得
442	实用新型	一种可拆装调节的裤架	玛格家居	ZL202121411472.8	2021/06/24	10	原始取得
443	实用新型	一种可自动收缩的实木门板	玛格家居	ZL202121207766.9	2021/06/01	10	原始取得
444	实用新型	一种铝木门扇封边结构	玛格家居	ZL202121128453.4	2021/05/25	10	原始取得
445	实用新型	一种防止漆面开裂的门板结构	玛格家居	ZL202121121165.6	2021/05/24	10	原始取得
446	实用新型	一种应用于铝框玻璃门板的便捷封边刮刀	玛格家居	ZL202120556696.1	2021/03/16	10	原始取得
447	实用新型	一种组合式吸塑柜门结构	玛格家居	ZL202120028925.2	2021/01/07	10	原始取得
448	实用新型	一种升降合页	玛格家居	ZL202120004108.3	2021/01/04	10	原始取得
449	实用新型	一种组合式结构抽屉	玛格家居	ZL202120998542.8	2021/05/11	10	原始取得
450	实用新型	一种带静音功能的封边条	玛格家居	ZL202121243190.1	2021/06/04	10	原始取得
451	实用新型	一种隔板高度可调的衣柜	玛格家居	ZL202121242090.7	2021/06/04	10	原始取得
452	实用新型	一种收口条的连接结构	玛格家居	ZL202121257851.6	2021/06/07	10	原始取得
453	实用新型	带除味功能的后装式灯具	玛格家居	ZL202121193302.7	2021/05/31	10	原始取得
454	实用新型	一种新型岩板门结构	玛格家居	ZL202121206937.6	2021/06/01	10	原始取得
455	实用新型	一种可移动式隐藏挂衣杆	玛格家居	ZL202121600652.0	2021/07/14	10	原始取得
456	实用新型	一款可折叠柜内踏板	玛格家居	ZL202121486973.2	2021/07/01	10	原始取得
457	实用新型	一种抽屉滑轨安装辅助器具	玛格家居	ZL202121788434.4	2021/08/03	10	原始取得
458	实用新型	一种带置物架的电视安装柜	玛格家居	ZL202121984433.7	2021/08/23	10	原始取得
459	实用新型	一种除醛净味门板	玛格家居	ZL202122093168.X	2021/09/01	10	原始取得
460	实用新型	一种粘合安装架	玛格家居	ZL202121891073.6	2021/08/12	10	原始取得
461	实用新型	一种拨动式拉紧五金	玛格家居	ZL202122208144.4	2021/09/13	10	原始取得
462	实用新型	一种装配式柜体结构	玛格家居	ZL202122132000.5	2021/09/06	10	原始取得

463	实用新型	一种可拆装式三合一五金连接件	玛格家居	ZL202122116425.7	2021/09/03	10	原始取得
464	实用新型	一种墙体两侧推拉的抽屉结构	玛格家居	ZL202122274501.7	2021/09/18	10	原始取得
465	实用新型	一种石材复合板	玛格家居	ZL202122116413.4	2021/09/03	10	原始取得
466	实用新型	一种阻燃型拼接式复合实木板	玛格家居	ZL202122131990.0	2021/09/06	10	原始取得
467	实用新型	一种板材加工用夹具工装	玛格家居	ZL202122104375.0	2021/09/02	10	原始取得
468	实用新型	一种翻折式木凳高度调节结构	玛格家居	ZL202122104398.1	2021/09/02	10	原始取得
469	实用新型	一种模块化酒格	玛格家居	ZL202122274496.X	2021/09/18	10	原始取得
470	实用新型	一种新型收口条连接件	玛格家居	ZL202120690254.6	2021/04/06	10	原始取得
471	实用新型	一种可变角度滑动轨道	玛格家居	ZL202121782712.5	2021/08/02	10	原始取得
472	外观设计	门板（TP02）	玛格家居	ZL202130700466.3	2021/10/26	15	原始取得
473	外观设计	门板（TP04）	玛格家居	ZL202130700378.3	2021/10/26	15	原始取得
474	外观设计	门板（TP05）	玛格家居	ZL202130700376.4	2021/10/26	15	原始取得
475	外观设计	门板（TP06）	玛格家居	ZL202130700365.6	2021/10/26	15	原始取得
476	外观设计	门板（JM07）	玛格家居	ZL202130700379.8	2021/10/26	15	原始取得
477	外观设计	门板（JM05）	玛格家居	ZL202130700386.8	2021/10/26	15	原始取得
478	外观设计	门板（JM06）	玛格家居	ZL202130700467.8	2021/10/26	15	原始取得
479	外观设计	平开门（STPM03）	广东玛格	ZL202230011659.2	2022/01/10	15	原始取得
480	外观设计	平开门（STPM06）	广东玛格	ZL202230011658.8	2022/01/10	15	原始取得
481	外观设计	平开门（STPM07）	广东玛格	ZL202230011700.6	2022/01/10	15	原始取得
482	外观设计	拉手（S2）	广东玛格	ZL202230009614.1	2022/01/07	15	原始取得
483	外观设计	拉手（S3）	广东玛格	ZL202230009602.9	2022/01/07	15	原始取得
484	外观设计	储物盒（皮革）	广东玛格	ZL202230009368.X	2022/01/07	15	原始取得
485	外观设计	抽盒（皮革）	广东玛格	ZL202230009622.6	2022/01/07	15	原始取得
486	外观设计	托盘（皮革）	广东玛格	ZL202230009355.2	2022/01/07	15	原始取得
487	外观	拉手（柜类结构 G-G-LS-	广东	ZL202230126993.2	2022/03/11	15	原始

	设计	A1）	玛格				取得
488	外观设计	拉手（柜类结构 G-G-LS-B1）	广东玛格	ZL202230126508.1	2022/03/11	15	原始取得
489	外观设计	拉手（柜类结构 G-G-LS-B2）	广东玛格	ZL202230126507.7	2022/03/11	15	原始取得
490	外观设计	拉手（柜类结构 G-G-LS-C）	广东玛格	ZL202230127007.5	2022/03/11	15	原始取得
491	外观设计	拉手（柜类结构 G-G-LS-D）	广东玛格	ZL202230126493.9	2022/03/11	15	原始取得
492	外观设计	拉手（柜类结构 G-G-LS-E）	广东玛格	ZL202230126998.5	2022/03/11	15	原始取得
493	外观设计	酒杯架（柜类结构 G-G-GJ）	广东玛格	ZL202230128749.X	2022/03/14	15	原始取得
494	外观设计	罗马柱（柜类结构 G-G-LMZ-A）	广东玛格	ZL202230133469.8	2022/03/15	15	原始取得
495	外观设计	罗马柱（柜类结构 G-G-LMZ-B）	广东玛格	ZL202230133466.4	2022/03/15	15	原始取得
496	外观设计	门板（铝框玻璃门 G-G-GM-A）	广东玛格	ZL202230135114.2	2022/03/16	15	原始取得
497	外观设计	门板（皮革门板 G-G-GM-B）	广东玛格	ZL202230135123.1	2022/03/16	15	原始取得
498	外观设计	层板（柜类结构 G-G-CB-A1）	广东玛格	ZL202230121307.2	2022/03/10	15	原始取得
499	外观设计	护墙（护墙 G-G-HQ-C）	广东玛格	ZL202230134012.9	2022/03/15	15	原始取得
500	外观设计	护墙（护墙 G-G-HQ-D）	广东玛格	ZL202230133570.3	2022/03/15	15	原始取得
501	外观设计	手表收纳盒（柜类结构 G-G-YBQ-A1）	广东玛格	ZL202230128774.8	2022/03/14	15	原始取得
502	外观设计	挂架鞋托（挂架衣帽间 G-G-GJXT-A）	广东玛格	ZL202230135115.7	2022/03/16	15	原始取得
503	外观设计	挂架手表收纳柜（挂架衣帽间 G-G-GJYBQ-C）	广东玛格	ZL202230128775.2	2022/03/14	15	原始取得
504	外观设计	酒杯架（柜类结构 G-G-JPJ-B）	广东玛格	ZL202230128777.1	2022/03/14	15	原始取得
505	外观设计	酒杯架（柜类结构 G-G-JPJ-D）	广东玛格	ZL202230128748.5	2022/03/14	15	原始取得
506	外观设计	装饰架(柜类结构 G-G-ZSJ-A)	广东玛格	ZL202230128746.6	2022/03/14	15	原始取得
507	外观设计	装饰架(柜类结构 G-G-ZSJ-B)	广东玛格	ZL202230128776.7	2022/03/14	15	原始取得
508	外观设计	装饰架(柜类结构 G-G-ZSJ-G)	广东玛格	ZL202230128720.1	2022/03/14	15	原始取得
509	外观设计	餐桌（活动家具 G-Dora 德拉）	广东玛格	ZL202230165095.8	2022/03/28	15	原始取得
510	外观设计	单人休闲椅（活动家具 G-Brema 布雷马）	广东玛格	ZL202230165102.4	2022/03/28	15	原始取得
511	外观设计	单椅（活动家具 G-Tulipa 图郦帕）	广东玛格	ZL202230165103.9	2022/03/28	15	原始取得

512	外观设计	吧椅（活动家具 G-Valletta 瓦莱塔）	广东玛格	ZL202230165109.6	2022/03/28	15	原始取得
513	外观设计	挂架层板（挂架衣帽间 G-G-GJCB-ERL）	广东玛格	ZL202230124197.5	2022/03/11	15	原始取得
514	外观设计	柜体掩门（木皮门板 G-G-GM-F）	广东玛格	ZL202230126638.5	2022/03/11	15	原始取得
515	实用新型	一种快速修边装置	广东玛格	ZL202120003907.9	2021/01/04	10	原格取得
516	实用新型	一种防变形的柜门结构	广东玛格	ZL2021208 37913.4	2021/04/22	10	原始取得
517	实用新型	一种铝木二合一铣刀	广东玛格	ZL202120467358.0	2021/03/04	10	原始取得
518	实用新型	一种门套板	广东玛格	ZL202120639589.5	2021/03/30	10	原始取得
519	实用新型	一种三胺门套线	广东玛格	ZL202120640335.5	2021/03/30	10	原始取得
520	实用新型	一种联动式伸展层板	广东玛格	ZL202121130588.4	2021/05/25	10	原始取得
521	实用新型	一种孔位隐藏式柜体结构	广东玛格	ZL202121207757.X	2021/06/01	10	原始取得
522	实用新型	一种窄框门铰	广东玛格	ZL202121217198.0	2021/06/02	10	原始取得
523	实用新型	一种免拉手岩板门	广东玛格	ZL202121607934.3	2021/07/15	10	原始取得
524	实用新型	一种悬挂式带木层板衣通	广东玛格	ZL202121709658.1	2021/07/27	10	原始取得
525	实用新型	一种抗变形格栅隔断门	广东玛格	ZL202122275470.7	2021/09/18	10	原始取得
526	实用新型	一种装配式饰面墙板结构	广东玛格	ZL202122097361.0	2021/09/01	10	原始取得
527	实用新型	一种装配式复合地砖	广东玛格	ZL202122163699.1	2021/09/08	10	原始取得
528	实用新型	带灯实木护墙板	玛格家居	ZL202121271143.8	2021/08/23	10	原始取得
529	实用新型	一种防变形装饰隔板	玛格家居	ZL202121600649.9	2021/07/14	10	原始取得
530	实用新型	一种圆桌实木边框结构	玛格家居	ZL202121984438.X	2021/08/23	10	原始取得
531	实用新型	一种按压滑门结构	玛格家居	ZL202121884432.5	2021/08/12	10	原始取得
532	实用新型	一种适应不同玻璃芯板厚度的卡嵌结构	广东玛格	ZL202122165843.5	2021/09/08	10	原始取得
533	实用新型	一种装配式无障碍集成卫浴底盘	广东玛格	ZL202220143535.4	2022/01/19	10	原始取得
534	实用新型	一种装配式浴室干区地面结构	广东玛格	ZL202220143544.3	2022/01/19	10	原始取得
535	外观设计	门板（木皮门板 G-G-GM-E）	广东玛格	ZL202230135124.6	2022/03/16	15	原始取得
536	外观	柜体掩门（木皮门板 G-	广东	ZL202230126633.2	2022/03/11	15	原始

	设计	G-GM-G）	玛格				取得
537	外观设计	柜体掩门（木皮门板 G-G-GM-H）	广东玛格	ZL202230126631.3	2022/03/11	15	原始取得
538	外观设计	柜体（柜类结构 G-G-GT）	广东玛格	ZL202230126155.5	2022/03/11	15	原始取得
539	外观设计	层板（柜类结构 G-G-CB-B1）	广东玛格	ZL202230121306.8	2022/03/10	15	原始取得
540	外观设计	层板（柜类结构 G-G-CB-C）	广东玛格	ZL202230121280.7	2022/03/10	15	原始取得
541	外观设计	层板（柜类结构 G-G-CB-D）	广东玛格	ZL202230121279.4	2022/03/10	15	原始取得
542	外观设计	层板（柜类结构 G-G-CB-E）	广东玛格	ZL202230121303.4	2022/03/10	15	原始取得
543	外观设计	层板（柜类结构 G-G-CB-F）	广东玛格	ZL202230121293.4	2022/03/10	15	原始取得
544	外观设计	层板（柜类结构 G-G-CB-G）	广东玛格	ZL202230121292.X	2022/03/10	15	原始取得
545	外观设计	岛台（柜类结构 G-G-DT）	广东玛格	ZL202230135158.5	2022/03/16	15	原始取得
546	外观设计	挂架层板（挂架衣帽间 G-G-GJCB-A）	广东玛格	ZL202230124187.1	2022/03/11	15	原始取得
547	外观设计	挂架层板（挂架衣帽间 G-G-GJCB-B）	广东玛格	ZL202230124186.7	2022/03/11	15	原始取得
548	外观设计	岛台（塔米诺）	广东玛格	ZL202230327267.7	2022/05/31	15	原始取得
549	外观设计	挂架层板（挂架衣帽间 G-G-GJCB-FRL）	广东玛格	ZL202230124185.2	2022/03/11	15	原始取得
550	外观设计	挂架柜体（挂架衣帽间 G-G-GJGT-L-R）	广东玛格	ZL202230124182.9	2022/03/11	15	原始取得
551	外观设计	挂架柜体（挂架衣帽间 G-G-GJGT）	广东玛格	ZL202230124196.0	2022/03/11	15	原始取得
552	外观设计	挂架裤抽（挂架衣帽间 G-G-GJKC-B）	广东玛格	ZL202230135134.X	2022/03/16	15	原始取得
553	外观设计	酒瓶托（柜类结构 G-G-JPT-B）	广东玛格	ZL202230128747.0	2022/03/14	15	原始取得
554	外观设计	连屏床（活动家具 G-Amalfi 阿马尔菲）	广东玛格	ZL202230165107.7	2022/03/28	15	原始取得
555	实用新型	一种护墙安装结构	广东玛格	ZL202221049199.3	2022/05/05	10	原始取得
556	实用新型	一种护墙包覆装饰件	广东玛格	ZL202221049198.9	2022/05/05	10	原始取得
557	实用新型	一种柜内酒杯架	广东玛格	ZL202221120349.5	2022/05/10	10	原始取得
558	实用新型	一种防腐蚀门板结构	广东玛格	ZL202221048115.4	2022/05/05	10	原始取得
559	实用新型	一种耐磨防腐铝合金拉手封闭结构	广东玛格	ZL202221077179.7	2022/05/07	10	原始取得
560	实用新型	一种拉手封边防潮门结构	广东玛格	ZL202221061926.8	2022/05/06	10	原始取得

561	实用新型	一种全包围封边门板防潮门结构	广东玛格	ZL202221077516.2	2022/05/07	10	原始取得
562	实用新型	一种门芯板封边防潮门结构	广东玛格	ZL202221061920.0	2022/05/06	10	原始取得
563	实用新型	一种平板护墙无干挂安装组件	玛格家居	ZL202221825251.X	2022/07/14	10	原始取得
564	实用新型	一种层板封边件	广东玛格	ZL202221338448.0	2022/05/31	10	原始取得

注：发行人及下属企业上述拥有的 44 项专利处于“等年费滞纳金”或“授权”状态。根据发行人出具的书面确认，因技术的更新迭代，发行人及下属企业已不再使用该等专利，且拟不会再就前述专利续交年费。该等专利分别为第 5-8、37-45、85-90、98、101、107、112-113、116、153、189、202、204、206、221、231、234、236、252-253、257、264、267-269、280-281、305 专利。除前述外，发行人已对应足额缴纳其他专利权的年费。

十、发行人的境内商标专用权情况

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
1		玛格家居	45610555	第 20 类	2020/12/21-2030/12/20	授权	原始取得
2		玛格家居	45590543	第 35 类	2020/12/21-2030/12/20	授权	原始取得
3	玛格智能	玛格家居	43897633	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
4	玛格智能	玛格家居	43897567	第 35 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
5	玛格智	玛格家居	43897544	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
6	玛格智	玛格家居	43897540	第 11 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
7	玛格智	玛格家居	43894343	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
8	玛菓	玛格家居	43893739	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
9	玛菓	玛格家居	43893714	第 42 类	2020/11/28-2030/11/27	授权	原始取得
10	MACIO.G	玛格家居	43893384	第 20 类	2020/10/21-2030/10/20	授权	原始取得
11	玛格.极	玛格家居	43892827	第 20 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
12	玛格智	玛格家居	43892526	第 9 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
13	玛格整装	玛格家居	43892199	第 42 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
14	玛格.极	玛格家居	43892106	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
15	MACIO.G	玛格家居	43892069	第 11 类	2020/10/21-2030/10/20	授权	原始取得
16	玛格智能	玛格家居	43891474	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
17	玛菓	玛格家居	43890733	第 11 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
18	玛格智能	玛格家居	43890649	第 42 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
19	玛菓	玛格家居	43889859	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
20	玛格智能	玛格家居	43889532	第 9 类	2020/12/07-2030/12/06	授权	原始取得
21	玛格智	玛格家居	43889145	第 35 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
22	玛格.极	玛格家居	43888943	第 42 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
23	MACIO.G	玛格家居	43886958	第 35 类	2020/10/21-2030/10/20	授权	原始取得
24	玛菓	玛格家居	43886680	第 6 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
25	玛菓	玛格家居	43886675	第 21 类	2020/11/28-2030/11/27	授权	原始取得
26	玛格智能	玛格家居	43886621	第 19 类	2020/12/14-2030/12/13	授权	原始取得
27	玛格智	玛格家居	43886504	第 19 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
28	玛菓	玛格家居	43884654	第 18 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
29	玛菓	玛格家居	43884650	第 9 类	2020/11/28-2030/11/27	授权	原始取得
30	MACIO.G	玛格家居	43884306	第 21 类	2020/10/21-2030/10/20	授权	原始取得
31	玛格.极	玛格家居	43883757	第 9 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
32	玛格整装	玛格家居	43883445	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
33	玛格整装	玛格家居	43883423	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
34	玛格.极	玛格家居	43883016	第 6 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
35	MACIO.G	玛格家居	43882762	第 18 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得
36	玛格智能	玛格家居	43882374	第 20 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
37	玛格智能	玛格家居	43881934	第 11 类	2020/12/14-2030/12/13	授权	原始取得
38	玛格.极	玛格家居	43880716	第 19 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
39	玛格.极	玛格家居	43880686	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
40	玛格.极	玛格家居	43880657	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
41	玛格智能	玛格家居	43880401	第 10 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
42	玛格智	玛格家居	43880394	第 10 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
43	玛格整装	玛格家居	43880022	第 35 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
44	玛格整装	玛格家居	43879999	第 20 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
45	MACIO.G	玛格家居	43879675	第 24 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得
46	MACIO.G	玛格家居	43878391	第 19 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得
47	玛菓	玛格家居	43877303	第 19 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
48	MACIO.G	玛格家居	43876995	第 42 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
49	玛格整装	玛格家居	43876607	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
50	玛菓	玛格家居	43876226	第 35 类	2020/11/28-2030/11/27	授权	原始取得
51	玛格智能	玛格家居	43876211	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
52	MACIO.G	玛格家居	43875530	第 37 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得
53	玛格.极	玛格家居	43873516	第 11 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
54	玛格.极	玛格家居	43873513	第 35 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
55	玛格智	玛格家居	43870811	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
56	玛格智	玛格家居	43870788	第 42 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
57	玛格智	玛格家居	43870769	第 20 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
58	玛格.极	玛格家居	43870698	第 18 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
59	玛格彼得沃克	玛格家居	41837085	第 19 类	2020/06/28-2030/06/27	授权	原始取得

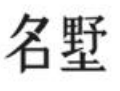
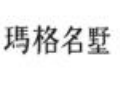
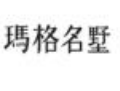
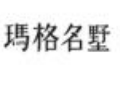
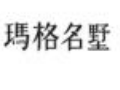
序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
60	玛格彼得沃克	玛格家居	41819218	第 35 类	2020/06/28-2030/06/27	授权	原始取得
61	玛格彼得沃克	玛格家居	41810196	第 20 类	2020/06/28-2030/06/27	授权	原始取得
62	玛格	玛格家居	39701699	第 11 类	2020/06/07-2030/06/06	授权	原始取得
63	MACIO	玛格家居	39699535	第 2 类	2020/03/21-2030/03/20	授权	原始取得
64	玛格	玛格家居	39680864	第 2 类	2020/10/14-2030/10/13	授权	原始取得
65	MACIO	玛格家居	39675968	第 11 类	2020/03/21-2030/03/20	授权	原始取得
66		玛格家居	39672876	第 11 类	2020/05/28-2030/05/27	授权	原始取得
67	玛格实木无界	玛格家居	38871678	第 35 类	2020/03/14-2030/03/13	授权	原始取得
68		玛格家居	37655845	第 35 类	2019/12/07-2029/12/06	授权	原始取得
69		玛格家居	31781772	第 20 类	2019/03/21-2029/03/20	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
70		玛格家居	26666762	第 24 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	原始取得
71		玛格家居	26665756	第 42 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得
72		玛格家居	26664443	第 6 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得
73		玛格家居	26651900	第 19 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得
74		玛格家居	26646228	第 40 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得
75		玛格家居	26643543	第 37 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得
76		玛格家居	23420435	第 20 类	2018/03/21-2028/03/20	授权	原始取得
77		玛格家居	23420284	第 35 类	2018/06/21-2028/06/20	授权	原始取得
78		玛格家居	23419902	第 19 类	2018/09/07-2028/09/06	授权	原始取得
79		玛格家居	23419629	第 6 类	2018/06/21-2028/06/20	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
80		玛格家居	20160884	第 20 类	2017/07/21-2027/07/20	授权	原始取得
81	玛格天地	玛格家居	19879001	第 43 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
82	玛格天地	玛格家居	19878934	第 42 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
83	玛格天地	玛格家居	19878846	第 40 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
84	玛格天地	玛格家居	19878745	第 37 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
85	玛格天地	玛格家居	19878670	第 35 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
86	玛格天地	玛格家居	19878547	第 27 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
87	玛格天地	玛格家居	19878367	第 24 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
88	玛格天地	玛格家居	19878356	第 26 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
89	玛格天地	玛格家居	19878276	第 21 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
90	玛格天地	玛格家居	19878128	第 20 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
91	玛格天地	玛格家居	19878059	第 19 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
92	玛格天地	玛格家居	19877868	第 18 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
93	玛格天地	玛格家居	19877774	第 6 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
94	玛格唐	玛格家居	19875930	第 43 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
95	玛格唐	玛格家居	19875915	第 37 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
96	玛格唐	玛格家居	19875900	第 42 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
97	玛格唐	玛格家居	19875892	第 35 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
98	玛格唐	玛格家居	19875889	第 40 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
99	玛格唐	玛格家居	19875811	第 27 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
100	玛格唐	玛格家居	19875797	第 26 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
101	玛格唐	玛格家居	19875795	第 24 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得

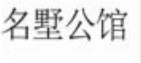
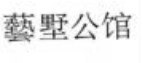
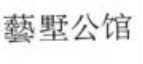
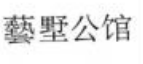
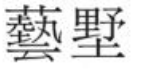
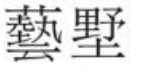
序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
102	玛格唐	玛格家居	19875737	第 21 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
103	玛格唐	玛格家居	19875695	第 20 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
104	玛格唐	玛格家居	19875645	第 19 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
105	玛格唐	玛格家居	19875632	第 18 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
106	玛格唐	玛格家居	19875522	第 6 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
107		玛格家居	19003931A	第 42 类	2017/04/07-2027/04/06	授权	原始取得
108		玛格家居	19003826	第 40 类	2017/02/28-2027/02/27	授权	原始取得
109		玛格家居	19003744	第 37 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
110		玛格家居	19003615	第 35 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
111		玛格家居	19003552	第 27 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
112		玛格家居	19003297	第 26 类	2017/02/28-2027/02/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
113		玛格家居	19003151	第 24 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
114		玛格家居	19003012A	第 21 类	2017/04/07-2027/04/06	授权	原始取得
115		玛格家居	19002892	第 20 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
116		玛格家居	19002743	第 19 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
117		玛格家居	16204537	第 36 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得
118		玛格家居	16204234	第 14 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
119		玛格家居	15987177	第 42 类	2016/02/28-2026/02/27	授权	继受取得
120		玛格家居	15987102A	第 6 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
121		玛格家居	15987102A	第 19 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
122		玛格家居	15987102A	第 20 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
123		玛格家居	15987102A	第 40 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
124	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 42 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
125	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 37 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
126	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 35 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
127		玛格家居	15986417A	第 20 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得
128	MCIO	玛格家居	15762259	第 20 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
129	MCIO	玛格家居	15762259	第 19 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
130	MACIO	玛格家居	15762081	第 42 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
131	MACIO	玛格家居	15762081	第 37 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
132	MACIO	玛格家居	15762081	第 40 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
133	瑪格	玛格家居	15762046A	第 40 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得
134	瑪格	玛格家居	15762046A	第 42 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
135	瑪格	玛格家居	15762046A	第 37 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得
136	瑪格莉娜	玛格家居	13101578	第 27 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得
137		玛格家居	13101556	第 27 类	2015/04/21-2025/04/20	授权	继受取得
138	MACIO	玛格家居	13101525	第 27 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得
139	瑪格莉娜	玛格家居	13101242	第 26 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得
140		玛格家居	13100741	第 26 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得
141	MACIO	玛格家居	13100543	第 26 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得
142	瑪格莉娜	玛格家居	13100415	第 24 类	2015/01/07-2025/01/06	授权	继受取得
143		玛格家居	13095636	第 24 类	2014/12/28-2024/12/27	授权	继受取得
144	MACIO	玛格家居	13095434	第 24 类	2015/04/07-2025/04/06	授权	继受取得

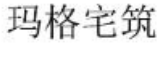
序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
145	瑪格莉娜	玛格家居	13095202	第 21 类	2015/02/14-2025/02/13	授权	继受取得
146		玛格家居	13095014	第 21 类	2015/02/21-2025/02/20	授权	继受取得
147	MACIO	玛格家居	13094935	第 21 类	2015/03/28-2025/03/27	授权	继受取得
148		玛格家居	13094849	第 20 类	2016/05/07-2026/05/06	授权	继受取得
149		玛格家居	13094754	第 20 类	2015/02/21-2025/02/20	授权	继受取得
150	MACIO	玛格家居	13094736	第 20 类	2015/08/28-2025/08/27	授权	继受取得
151	瑪格莉娜	玛格家居	13094674	第 19 类	2015/02/14-2025/02/13	授权	继受取得
152		玛格家居	13094648	第 19 类	2015/02/21-2025/02/20	授权	继受取得
153	MACIO	玛格家居	13094552	第 19 类	2016/02/21-2026/02/20	授权	继受取得
154	瑪格莉娜	玛格家居	13094503	第 18 类	2015/02/07-2025/02/06	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
155		玛格家居	13094479	第 18 类	2015/02/07-2025/02/06	授权	继受取得
156		玛格家居	13094458	第 18 类	2015/04/07-2025/04/06	授权	继受取得
157		玛格家居	13094420	第 6 类	2015/01/21-2025/01/20	授权	继受取得
158		玛格家居	13094399	第 6 类	2015/01/21-2025/01/20	授权	继受取得
159		玛格家居	13094387	第 6 类	2015/01/21-2025/01/20	授权	继受取得
160		玛格家居	11635971	第 42 类	2014/03/21-2024/03/20	授权	继受取得
161		玛格家居	11630232	第 35 类	2014/03/21-2024/03/20	授权	继受取得
162		玛格家居	11630192	第 20 类	2014/03/21-2024/03/20	授权	继受取得
163		玛格家居	11630169	第 19 类	2014/03/21-2024/03/20	授权	继受取得
164		玛格家居	11630042	第 20 类	2014/04/21-2024/04/20	授权	继受取得
165		玛格家居	11629973	第 19 类	2014/04/21-2024/04/20	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
166	MACIO	玛格家居	8572573	第 35 类	2021/09/28-2031/09/27	授权	继受取得
167	瑪格	玛格家居	8572474	第 35 类	2021/09/28-2031/09/27	授权	继受取得
168	MACIO	玛格家居	6582728	第 20 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得
169	MACIO	玛格家居	6582727	第 21 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得
170	MACIO	玛格家居	6582726	第 24 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
171	MACIO	玛格家居	6582725	第 26 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
172	MACIO	玛格家居	6582724	第 27 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
173	MACIO	玛格家居	6582250	第 6 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得
174	MACIO	玛格家居	6582249	第 18 类	2020/07/28-2030/07/27	授权	继受取得
175	瑪格	玛格家居	6582248	第 6 类	2020/06/07-2030/06/06	授权	继受取得
176	瑪格	玛格家居	6582247	第 18 类	2020/07/28-2030/07/27	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
177	瑪格	玛格家居	6582246	第 19 类	2020/08/14-2030/08/13	授权	继受取得
178	瑪格	玛格家居	6582245	第 20 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得
179	瑪格	玛格家居	6582244	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	继受取得
180	瑪格	玛格家居	6582243	第 24 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
181	瑪格	玛格家居	6582242	第 26 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
182	瑪格	玛格家居	6582241	第 27 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
183	MACIO	玛格家居	6582170	第 19 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得
184	MARK 玛格家居	玛格家居	3901956	第 20 类	2016/07/14-2026/07/13	授权	继受取得
185	MACIO.G	玛格家居	43896984	第 6 类	2021/01/28-2031/01/27	授权	原始取得
186	玛格整装	玛格家居	43889127	第 11 类	2021/01/14-2031/01/13	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
187	玛格整装	玛格家居	43897477	第 19 类	2021/02/14-2031/02/13	授权	原始取得
188	玛格宅筑	玛格家居	50069856	第 35 类	2021/05/14-2030/05/13	授权	原始取得
189	宅筑	玛格家居	50069163	第 18 类	2021/05/14-2031/05/13	授权	原始取得
190	宅筑	玛格家居	50070261	第 21 类	2021/05/14-2031/05/13	授权	原始取得
191	宅筑	玛格家居	50071502	第 24 类	2021/07/07-2031/07/06	授权	原始取得
192	宅筑	玛格家居	50045366	第 40 类	2021/05/14-2031/05/13	授权	原始取得
193	玛格整装	玛格家居	43894311	第 6 类	2021/01/14-2031/01/13	授权	原始取得
194		玛格家居	26752743	第 21 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
195		玛格家居	26752215	第 14 类	2018/09/21-2028/09/20	授权	继受取得
196		玛格家居	26752016	第 28 类	2018/09/21-2028/09/20	授权	继受取得
197		玛格家居	26751901	第 43 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
198		玛格家居	26751750	第 30 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	继受取得
199		玛格家居	26750984	第 4 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
200		玛格家居	26742609	第 8 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
201		玛格家居	26742571	第 3 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
202		玛格家居	26741748	第 16 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
203		玛格家居	26740156	第 22 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
204		玛格家居	26739361	第 25 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
205		玛格家居	26735560	第 9 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	继受取得
206		玛格家居	50044934	第 37 类	2021/08/28-2031/08/27	授权	原始取得
207		玛格家居	43871622	第 9 类	2020/11/21-2030/11/20	授权	原始取得
208		玛格家居	19002599	第 6 类	2017/02/28-2027/02/27	授权	原始取得
209		玛格家居	61183264	第 21 类	2022/05/28-2032/05/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
210	玛格宅筑	玛格家居	61182069	第 20 类	2022/05/28-2032/05/27	授权	原始取得
211	玛格宅筑	玛格家居	61178295	第 17 类	2022/05/28-2032/05/27	授权	原始取得
212	玛格宅筑	玛格家居	61175253	第 2 类	2022/05/28-2032/05/27	授权	原始取得
213	玛格宅筑	玛格家居	61163986	第 37 类	2022/05/28-2032/05/27	授权	原始取得
214	玛格宅筑	玛格家居	61162919	第 11 类	2022/05/28-2032/05/27	授权	原始取得
215	玛格宅筑	玛格家居	61162887	第 9 类	2022/05/28-2032/0527	授权	原始取得
216	玛格宅筑	玛格家居	61161706	第 6 类	2022/05/28-2032/05/27	授权	原始取得
217	玛格宅筑	玛格家居	61159466	第 27 类	2022/05/28-2022/05/27	授权	原始取得
218	玛格宅筑	玛格家居	61151437	第 42 类	2022/05/28-2032/05/27	授权	原始取得
219	玛格宅筑	玛格家居	61149895	第 24 类	2022/05/28-2032/05/27	授权	原始取得
220	宅筑全屋	玛格家居	61172967	第 24 类	2022/06/21-2032/06/20	授权	原始取得
221	宅筑全屋	玛格家居	61161007	第 37 类	2022/06/21-2032/06/20	授权	原始取得
222	宅筑全屋	玛格家居	61160947	第 21 类	2022/06/21-2032/06/20	授权	原始取得
223	宅筑全屋	玛格家居	61151424	第 42 类	2022/06/21-2032/06/20	授权	原始取得
224	**瑪格·瑪菓**	玛格家居	63786149	第 20 类	2022/10/07-2032/10/06	授权	原始取得
225	玛格智能家居	玛格家居	62893596	第 20 类	2022/08/21-2032/08/20	授权	原始取得
226	玛格智能家居	玛格家居	62908343	第 42 类	2022/08/28-2032/08/27	授权	原始取得
227	玛格智能家居	玛格家居	62914987	第 42 类	2022/08/28-2032/08/27	授权	原始取得
228	玛格智能家居	玛格家居	62914843	第 20 类	2022/08/21-2032/08/20	授权	原始取得
229	宅筑全屋	玛格家居	61172815	第 2 类	2022/08/28-2032/08/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
230	宅筑全屋	玛格家居	61164222	第 9 类	2022/08/28-2032/08/27	授权	原始取得
231	宅筑全屋	玛格家居	61161724	第 6 类	2022/08/28-2032/08/27	授权	原始取得
232	玛格宅筑	玛格家居	61179857	第 19 类	2022/09/07-2032/09/06	授权	原始取得
233	M	玛格家居	60451233	第 6 类	2022/07/21-2032/07/20	授权	原始取得
234	玛格智能家居	玛格家居	62905211	第 6 类	2022/10/28-2032/10/27	授权	原始取得
235	玛格智能家居	玛格家居	62889054	第 11 类	2022/10/28-2032/10/27	授权	原始取得
236	玛格智能家居	玛格家居	62888619	第 19 类	2022/10/28-2032/10/27	授权	原始取得
237	玛格智能家居	玛格家居	62888987	第 35 类	2022/10/28-2032/10/27	授权	原始取得
238	玛格智能家居	玛格家居	62905242	第 19 类	2022/10/28-2032/10/27	授权	原始取得
239	玛格智能家居	玛格家居	62897727	第 6 类	2022/10/28-2032/10/27	授权	原始取得
240	玛格智能家居	玛格家居	62902330	第 35 类	2022/11/07-2023/11/06	授权	原始取得
241	玛格智能家居	玛格家居	62905554	第 11 类	2022/11/07-2023/11/06	授权	原始取得

十一、发行人的作品著作权情况

（一）计算机软件著作权

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	证书编号	登记日期	取得方式
1	MDMS 玛格数字化营销系统 V1.0	玛格家居	2020SR0057666	2019/12/26	软著登字第 4936362 号	2020/01/13	原始取得
2	玛格产品数据管理系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR639839	2015/06/10	软著登字第 2225123 号	2017/11/21	原始取得
3	玛格精准报价系统 V1.0	玛格家居	2017SR639835	2015/06/10	软著登字第 2225119 号	2017/11/21	原始取得
4	玛格智能拆单解料系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR591285	2012/05/08	软著登字第 2176569 号	2017/10/27	原始取得
5	玛格销售管理系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR592980	2014/04/09	软著登字第 2178264 号	2017/10/30	原始取得
6	玛格智能分拣系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR639842	2014/04/09	软著登字第 2225126 号	2017/10/21	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	证书编号	登记日期	取得方式
7	玛格智能设计系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR538023	2014/09/03	软著登字第2123307 号	2017/09/22	原始取得
8	玛格智能仓储物流系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR592966	2017/06/06	软著登字第2178250 号	2017/10/30	原始取得
9	玛格智能生产排程管理系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR537778	2012/10/10	软著登字第2123062 号	2017/09/22	原始取得
10	玛格智能家居控制软件[简称：玛格智能]V1.0.2	玛格家居、广东玛格	2020SR1525502	2020/09/02	软著登字第6326474 号	2020/10/28	原始取得
11	玛格银企直联系统 V1.0	玛格家居	2020SR1508561	2020/07/30	软著登字第6309533 号	2020/10/12	原始取得
12	玛格云屏数字化展厅系统 VI.0	玛格家居	2021SR0068491	2020/10/21	软著登字第6792808 号	2021/01/13	原始取得
13	玛格设计星球软件 VI.03	玛格家居	2021SR0458554	2020/06/15	软著登字第7181180 号	2021/03/26	原始取得
14	玛格智能家居控制软件(Android) V2.0.0	广东玛格	2022SR1436595	2022/01/13	软著登字第10390794 号	2022/10/31	原始取得
15	玛格智能家居控制软件(iOS) V2.0.0	广东玛格	2022SR1436596	2022/01/18	软著登字第10390795 号	2022/10/31	原始取得
16	玛格智能家居 TCP/IP、串口互转通讯软件（Android ）	广东玛格	2022SR1439989	未发表	软著登字第10394188 号	2022/11/01	原始取得
17	玛格智能家居 TCP/IP、串口互转通讯（iOS）	广东玛格	2022SR1436565	未发表	软著登字第10390764 号	2022/10/31	原始取得
18	玛格智能家居数据处理软件	广东玛格	2022SR1436592	2022/07/25	软著登字第10390791 号	2022/10/31	原始取得
19	玛格智能家居四寸智能中控屏控制软件 V2.0	广东玛格	2022SR1436593	未发表	软著登字第10390792 号	2022/10/31	原始取得
20	玛格智能家居智能设备远程通讯软件	广东玛格	2022SR1436564	2022/07/25	软著登字第10390763 号	2022/10/31	原始取得
21	玛格智能家居智能语音控制软件	广东玛格	2022SR1436637	未发表	软著登字第10390836 号	2022/10/31	原始取得

注：依据《计算机软件保护条例》的规定，上述计算机软件著作权的保护期限至上述软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日。

（二）作品著作权

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
1	玛格极	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005372	2020/01/17	2021/03/09	原始取得
2	香草天空系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005364	2019/06/06	2021/03/09	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
3	香草天空系列定制家装 05	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005369	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
4	云中漫步系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005367	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
5	N2 榻榻米-地中海风情-01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005351	2016/09/27	2021/03/09	原始取得
6	N2 榻榻米-地中海风情-02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005347	2016/09/27	2021/03/09	原始取得
7	N2 榻榻米-地中海风情-03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005354	2016/09/27	2021/03/09	原始取得
8	榻榻米之晨曦-01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005350	2018/11/20	2021/03/09	原始取得
9	榻榻米之晨曦-02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005361	2018/11/20	2021/03/09	原始取得
10	榻榻米之晨曦-03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005352	2018/11/20	2021/03/09	原始取得
11	儿童房上下床-白色城堡 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005356	2019/08/14	2021/03/09	原始取得
12	儿童房上下床-白色城堡 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005349	2019/08/14	2021/03/09	原始取得
13	儿童房上下床-白色城堡 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005355	2019/08/14	2021/03/09	原始取得
14	简欧衣帽间之白色依恋 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005353	2019/11/23	2021/03/09	原始取得
15	简欧衣帽间之白色依恋 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005371	2019/11/23	2021/03/09	原始取得
16	简欧衣帽间之白色依恋 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005346	2019/11/23	2021/03/09	原始取得
17	简欧衣帽间之白色依恋 04	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005344	2019/11/23	2021/03/09	原始取得
18	儿童房错落式上下床 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005348	2019/08/07	2021/03/09	原始取得
19	儿童房错落式上下床 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005340	2019/08/07	2021/03/09	原始取得
20	粉色儿童房之钢琴梦想 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005343	2018/04/26	2021/03/09	原始取得
21	粉色儿童房之钢琴梦想 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005342	2018/04/26	2021/03/09	原始取得
22	粉色儿童房之钢琴梦想 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005345	2018/04/26	2021/03/09	原始取得
23	膜压 MM02 欧式	玛格	渝作登字-2021-F-	2017/08/27	2021/03/09	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
	鞋柜（1）	家居	00005338			取得
24	膜压 MM02 欧式鞋柜（2）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005341	2017/08/27	2021/03/09	原始取得
25	膜压 MM02 欧式鞋柜（3）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005360	2017/08/27	2021/03/09	原始取得
26	R06 美式衣柜 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005366	2017/09/11	2021/03/09	原始取得
27	R06 美式衣柜 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005370	2017/09/11	2021/03/09	原始取得
28	R06 美式衣柜 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005368	2017/09/11	2021/03/09	原始取得
29	DM01 轻奢衣帽间 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005365	2019/09/23	2021/03/09	原始取得
30	DM01 轻奢衣帽间 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005362	2019/09/23	2021/03/09	原始取得
31	DM01 轻奢衣帽间 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005358	2019/09/23	2021/03/09	原始取得
32	R04 榻榻米 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005357	2016/11/30	2021/03/09	原始取得
33	R04 榻榻米 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005363	2016/11/30	2021/03/09	原始取得
34	R04 榻榻米 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005359	2016/11/30	2021/03/09	原始取得
35	AF112-简欧卧室衣柜_01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005323	2019/01/10	2021/03/09	原始取得
36	AF112-简欧卧室衣柜_02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005329	2019/01/10	2021/03/09	原始取得
37	AF112-简欧卧室衣柜_03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005312	2019/01/10	2021/03/09	原始取得
38	ML-3 铝框玻璃衣帽间-01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005309	2018/07/03	2021/03/09	原始取得
39	ML-3 铝框玻璃衣帽间-02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005328	2018/07/03	2021/03/09	原始取得
40	ML-3 铝框玻璃衣帽间-03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005324	2018/07/03	2021/03/09	原始取得
41	榻榻米之经典组合 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005322	2018/09/20	2021/03/09	原始取得
42	榻榻米之经典组合 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005327	2018/09/20	2021/03/09	原始取得
43	全屋之现代简约 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005320	2018/04/12	2021/03/09	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
44	全屋之现代简约 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005317	2018/04/12	2021/03/09	原始取得
45	全屋之现代简约 04	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005326	2018/04/12	2021/03/09	原始取得
46	全屋之现代简约 05	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005319	2018/04/12	2021/03/09	原始取得
47	全屋之现代简约 06	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005316	2018/04/12	2021/03/09	原始取得
48	【苏格拉底鞋柜】（1）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005321	2018/09/27	2021/03/09	原始取得
49	【苏格拉底鞋柜】（2）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005318	2018/09/27	2021/03/09	原始取得
50	【苏格拉底鞋柜】（3）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005308	2018/09/27	2021/03/09	原始取得
51	【EM04 榻榻米】（1）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005313	2018/12/20	2021/03/09	原始取得
52	【EM04 榻榻米】（2）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005315	2018/12/20	2021/03/09	原始取得
53	【EM04 榻榻米】（3）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005314	2018/12/20	2021/03/09	原始取得
54	R04 女性衣帽间 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005311	2018/11/17	2021/03/09	原始取得
55	R04 女性衣帽间 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005337	2018/11/17	2021/03/09	原始取得
56	R04 女性衣帽间 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005325	2018/11/17	2021/03/09	原始取得
57	榻榻米之简爱 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005310	2019/08/09	2021/03/09	原始取得
58	榻榻米之简爱 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005336	2019/08/09	2021/03/09	原始取得
59	榻榻米之简爱 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005304	2019/08/09	2021/03/09	原始取得
60	榻榻米之简爱 04	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005339	2019/08/09	2021/03/09	原始取得
61	R06 粉色公主房 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005335	2019/08/27	2021/03/09	原始取得
62	R06 粉色公主房 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005333	2019/08/27	2021/03/09	原始取得
63	R06 粉色公主房 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005331	2019/08/27	2021/03/09	原始取得
64	AF112 简欧榻榻	玛格	渝作登字-2021-F-	2019/09/05	2021/03/09	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
	米 （1）	家居	00005334			取得
65	AF112 简欧榻榻米 （2）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005332	2019/09/05	2021/03/09	原始取得
66	AF112 简欧榻榻米 （3）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005330	2019/09/05	2021/03/09	原始取得
67	盗梦空间 1-1	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005307	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
68	盗梦空间 1-2	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005303	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
69	盗梦空间 1-3	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005281	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
70	盗梦空间 1-4	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005306	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
71	盗梦空间 1-5	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005302	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
72	盗梦空间 1-6	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005296	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
73	盗梦空间 1-7	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005274	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
74	盗梦空间 1-8	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005305	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
75	塞纳春光 1-1	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005301	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
76	塞纳春光 1-2	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005294	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
77	云中漫步 1-1	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005297	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
78	云中漫步 1-2	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005295	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
79	马斯克 1-1	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005300	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
80	马斯克 1-2	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005292	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
81	马斯克 1-3	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005276	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
82	马斯克 1-4	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005299	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
83	马斯克 1-5	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005291	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
84	马斯克 1-6	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005288	2019/06/06	2021/03/09	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
85	马斯克 1-7	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005298	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
86	马斯克 1-8	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005290	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
87	马斯克 1-9	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005282	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
88	莫兰迪 1-1	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005293	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
89	莫兰迪 1-2	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005289	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
90	莫兰迪 1-3	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005287	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
91	莫兰迪 1-4	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005285	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
92	史蒂夫 1-6	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005284	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
93	归心 1-1	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005283	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
94	梦江南	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005273	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
95	清圆 1-1	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005279	2019/06/06	2021/03/09	原始取得
96	清圆 1-2	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005277	2019/06/07	2021/03/09	原始取得
97	清圆 1-3	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005280	2019/06/08	2021/03/09	原始取得
98	万福 1-1	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005278	2019/06/09	2021/03/09	原始取得
99	万福 1-2	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005275	2019/06/10	2021/03/09	原始取得
100	万福 1-3	玛格家居	渝作登字-2021-F-00005286	2019/06/11	2021/03/09	原始取得
101	M	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013775	2015/01/21	2021/06/03	原始取得
102	MACIO（玛格LOGO）	玛格家居	渝作登字-2021-F-00015719	2013/08/19	2021/06/21	原始取得
103	MCIO	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013839	2008/03/7	2021/06/03	原始取得
104	S	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013809	2013/08/16	2021/06/03	原始取得
105	爱丽丝系列定制	玛格	渝作登字-2021-F-	2019/06/06	2021/06/03	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
	空间 01	家居	00013757			取得
106	爱丽丝系列定制空间 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013792	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
107	爱丽丝系列定制空间 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013790	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
108	盗梦空间系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013753	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
109	盗梦空间系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013785	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
110	盗梦空间系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013786	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
111	盗梦空间系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013789	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
112	盗梦空间系列定制家装 05	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013787	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
113	盗梦空间系列定制家装 06	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013791	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
114	盗梦空间系列定制家装 07	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013752	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
115	盗梦空间系列定制家装 08	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013758	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
116	盗梦空间系列定制家装 09	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013756	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
117	盗梦空间系列定制家装 10	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013746	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
118	盗梦空间系列定制家装 11	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013742	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
119	盗梦空间系列定制家装 12	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013749	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
120	盗梦空间系列定制家装 13	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013755	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
121	盗梦空间系列定制家装 14	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013754	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
122	盗梦空间系列定制家装 15	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013782	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
123	盗梦空间系列定制家装 17	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013745	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
124	盗梦空间系列定制家装 18	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013751	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
125	盗梦空间系列定制家装 19	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013748	2019/06/06	2021/06/03	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
126	盗梦空间系列定制家装 20	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013744	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
127	盗梦空间系列定制家装 21	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013747	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
128	盗梦空间系列定制家装 22	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013743	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
129	盗梦空间系列定制家装 23	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013750	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
130	盗梦空间系列定制家装 24	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013780	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
131	欢乐颂系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013784	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
132	欢乐颂系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013781	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
133	林醛板	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013842	2019/06/14	2021/06/03	原始取得
134	玛格定制门系列 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013805	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
135	玛格定制门系列 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013793	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
136	玛格定制门系列 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013804	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
137	玛格定制门系列 04	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013788	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
138	玛格定制门系列 05	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013759	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
139	玛格家居，MARK	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013806	2004/02/03	2021/06/03	原始取得
140	玛格莉娜	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013846	2013/08/19	2021/06/03	原始取得
141	玛格唐	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013841	2017/09/27	2021/06/03	原始取得
142	塞纳春光系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013741	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
143	塞纳春光系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013465	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
144	塞纳春光系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013777	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
145	塞纳春光系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013466	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
146	双城记系列定制	玛格	渝作登字-2021-F-	2019/06/06	2021/05/27	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
	家装 01	家居	00013467			取得
147	双城记系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013783	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
148	双城记系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013461	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
149	双城记系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013464	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
150	双城记系列定制家装 05	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013778	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
151	双城记系列定制家装 06	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013460	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
152	双城记系列定制家装 07	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013452	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
153	双城记系列定制家装 08	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013776	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
154	香草天空系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013463	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
155	香草天空系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013459	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
156	香草天空系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013451	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
157	香草天空系列定制家装 06	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013458	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
158	香草天空系列定制家装 07	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013779	2019/06/06	2021/06/03	原始取得
159	香草天空系列定制家装 08	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013456	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
160	香草天空系列定制家装 09	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013455	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
161	香草天空系列定制家装 10	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013453	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
162	香草天空系列定制家装 11	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013457	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
163	云中漫步系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013450	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
164	云中漫步系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013462	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
165	云中漫步系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013454	2019/06/06	2021/05/27	原始取得
166	归心 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005462	2019/06/06	2021/03/10	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
167	归心 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005464	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
168	归心 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005463	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
169	归心 1-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005465	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
170	屏风隔断 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005472	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
171	屏风隔断 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005469	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
172	屏风隔断 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005467	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
173	屏风隔断 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005471	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
174	屏风隔断 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005468	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
175	屏风隔断 2-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005466	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
176	屏风隔断 3-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005470	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
177	屏风隔断 3-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005478	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
178	屏风隔断 4-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005475	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
179	屏风隔断 4-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005480	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
180	青弦 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005477	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
181	青弦 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005473	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
182	青弦 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005479	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
183	青弦 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005476	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
184	青弦 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005474	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
185	青弦 2-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005487	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
186	青弦 2-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005484	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
187	青弦 2-5	广东	渝作登字-2021-F-	2019/06/06	2021/03/10	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
		玛格	00005482			取得
188	清圆 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005486	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
189	清圆 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005483	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
190	清圆 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005481	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
191	清圆 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005485	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
192	清圆 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005493	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
193	万福 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005490	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
194	万福 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005495	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
195	万福 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005492	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
196	万福 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005489	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
197	万福 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005494	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
198	小雅 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005491	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
199	小雅 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005488	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
200	小雅 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005501	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
201	小雅 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005498	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
202	小雅 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005496	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
203	小雅 3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005500	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
204	云石 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005497	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
205	云石 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005502	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
206	云石 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005499	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
207	云石 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005505	2019/06/06	2021/03/10	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
208	云石 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005510	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
209	云石 2-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005507	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
210	云石 2-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005504	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
211	云石 3-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005509	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
212	云石 3-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005506	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
213	云石 3-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005503	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
214	云石 3-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005508	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
215	云石 3-5	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005513	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
216	至简 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005511	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
217	至简 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005514	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
218	至简 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005512	2019/06/06	2021/03/10	原始取得
219	彼得沃克 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005421	2019/01/10	2021/03/10	原始取得
220	彼得沃克 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005424	2019/01/10	2021/03/10	原始取得
221	彼得沃克 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005422	2019/01/10	2021/03/10	原始取得
222	彼得沃克 1-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005420	2018/07/03	2021/03/10	原始取得
223	彼得沃克 1-5	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005423	2018/07/03	2021/03/10	原始取得
224	彼得沃克 1-6	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005429	2018/07/03	2021/03/10	原始取得
225	彼得沃克 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005426	2018/09/20	2021/03/10	原始取得
226	彼得沃克 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005431	2018/09/20	2021/03/10	原始取得
227	彼得沃克 2-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005428	2018/04/12	2021/03/10	原始取得
228	彼得沃克 2-4	广东	渝作登字-2021-F-	2018/04/12	2021/03/10	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
		玛格	00005425			取得
229	彼得沃克 2-5	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005430	2018/04/12	2021/03/10	原始取得
230	铝框门 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005427	2018/04/12	2021/03/10	原始取得
231	铝框门 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005434	2018/04/12	2021/03/10	原始取得
232	马斯克 1-5	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005439	2018/04/12	2021/03/10	原始取得
233	马斯克 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005436	2018/09/27	2021/03/10	原始取得
234	马斯克 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005433	2018/09/27	2021/03/10	原始取得
235	马斯克 2-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005438	2018/09/27	2021/03/10	原始取得
236	莫兰迪 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005435	2018/12/20	2021/03/10	原始取得
237	莫兰迪 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005432	2018/12/20	2021/03/10	原始取得
238	莫兰迪 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005437	2018/12/20	2021/03/10	原始取得
239	莫兰迪 1-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005444	2018/11/17	2021/03/10	原始取得
240	莫兰迪 2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005441	2018/11/17	2021/03/10	原始取得
241	莫兰迪 3-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005446	2018/11/17	2021/03/10	原始取得
242	莫兰迪 3-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005443	2019/08/09	2021/03/10	原始取得
243	莫兰迪 4-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005440	2019/08/09	2021/03/10	原始取得
244	莫兰迪 4-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005445	2019/08/09	2021/03/10	原始取得
245	史蒂夫 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005442	2019/08/09	2021/03/10	原始取得
246	史蒂夫 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005448	2019/08/27	2021/03/10	原始取得
247	史蒂夫 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005453	2019/08/27	2021/03/10	原始取得
248	史蒂夫 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005450	2019/08/27	2021/03/10	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
249	苏格拉底 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005447	2019/09/05	2021/03/10	原始取得
250	苏格拉底 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005452	2019/09/05	2021/03/10	原始取得
251	苏格拉底 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005449	2019/09/05	2021/03/10	原始取得
252	苏格拉底 1-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005454	2016/09/27	2021/03/10	原始取得
253	苏格拉底 1-5	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005451	2016/09/27	2021/03/10	原始取得
254	苏格拉底 1-6	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005457	2016/09/27	2021/03/10	原始取得
255	苏格拉底 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005461	2018/11/20	2021/03/10	原始取得
256	苏格拉底 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005458	2018/11/20	2021/03/10	原始取得
257	苏格拉底 2-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005456	2018/11/20	2021/03/10	原始取得
258	苏格拉底 2-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005460	2019/08/14	2021/03/10	原始取得
259	苏格拉底 2-5	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005455	2019/08/14	2021/03/10	原始取得
260	苏格拉底 2-6	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005459	2019/08/14	2021/03/10	原始取得
261	玛格产品画册	玛格家居	国作登字-2019-L-00886562	2019/06/03	2019/09/23	原始取得

注：依据《著作权法》的规定，上述作品著作权的保护期限至上述作品首次发表后第五十年的 12 月 31 日。