

(上接A10版)

如果本人未能履行上述承诺,将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉,并按证券监督管理部门及司法相关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所有关本人因违反上述承诺而应承担的相关责任和后果有不同规定,本人自愿无条件地遵从该等规定。

(四) 公司全体董事、监事、高级管理人员的承诺

1. 公司全体董事承诺如下:
奥普家居首次公开发行股票招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,致使投资者在证券交易中遭受损失的,在相关监管机构作出上述认定之日起30日内,本人将依法赔偿投资者损失。

如公司招股意向书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,对判断公司是否存在合法规定的发行条件构成重大、实质影响的,本人承诺将督促公司履行股份回购事宜的决策程序,并在公司召开董事会对回购股份做出决议时,本人就该等回购事宜在董事会中投赞成票。

如果本人未能履行上述承诺,将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉,并按证券监督管理部门及司法相关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所有关本人因违反上述承诺而应承担的相关责任和后果有不同规定,本人自愿无条件地遵从该等规定。

2. 公司全体董事、监事、高级管理人员承诺如下:
奥普家居首次公开发行股票招股意向书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,致使投资者在证券交易中遭受损失的,在相关监管机构作出上述认定之日起30日内,本人将依法赔偿投资者损失。

如本人未能履行上述承诺,将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉,并按证券监督管理部门及司法相关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所有关本人因违反上述承诺而应承担的相关责任和后果有不同规定,本人自愿无条件地遵从该等规定。

(五) 中介机构的承诺

1. 保荐机构(主承销商)承诺
发行人保荐机构招商证券承诺:本保荐机构为奥普家居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;若因本保荐机构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,本保荐机构将依法先行赔偿投资者损失。

2. 发行人审计机构承诺
发行人审计机构天健所承诺:本所为奥普家居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,本所将依法赔偿投资者损失。

3. 发行人律师承诺
发行人律师方达所承诺:本所为奥普家居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;如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,本所将依法赔偿投资者损失。

4. 发行人评估机构承诺
发行人评估机构中审资产评估机构承诺:本评估机构为奥普家居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;若因本评估机构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,本评估机构将依法赔偿投资者损失。

5. 发行人验资机构承诺
发行人验资机构天健所承诺:本所为奥普家居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,本所将依法赔偿投资者损失。

五、关于填补摊薄即期回报的措施及承诺
(一) 公司被摊薄即期回报的填补措施及承诺
本次发行完成后,发行人总股本和净资产将有一定幅度的增加。预计募集资金到位当年,公司每股收益(扣除非经常性损益后的每股收益、稀释后的每股收益)受股本摊薄的影响,相对上年度每股收益将呈下降趋势。

1. 积极稳妥的实施募集资金投资项目
本次发行募集资金到位后,公司将积极稳妥的实施募集资金投资项目,争取募投项目早日达产并实现预期效益。公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设、提升产能、丰富产品结构、加强技术研发能力,进一步提高公司综合竞争力,提升公司的行业市场地位,进一步扩大品牌影响力,提升公司中长期的盈利能力及投资者的回报能力。

2. 加强经营管理和内部控制
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治理结构,夯实了公司经营管理及内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平,提升公司的整体盈利能力和竞争力,努力提升资源资金的使用效率,完善并强化投资决策程序,设计更为合理的资金使用方案,合理运用各种融资工具和渠道,控制公司投资成本,节省财务费用支出。同时,公司也将继续加强企业内部控制,加强成本管理和强化预算执行监督,全面有效地控制公司经营和管控风险。

3. 提升核心管理能力和企业文化,快速拓展市场
本次发行后将有助于公司品牌和资金实力的提升。公司将把握这一机遇,提升核心管理能力和企业文化,重点对具有产业互补特征的公司或将具一定市场规模和较强盈利能力的企业实施并购,提升公司核心竞争力和盈利能力。

4. 在符合利润分配条件的情况下,强化投资者回报机制
为了明确公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报,增加股利分配决策透明度和可操作性,公司制订了《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》,对未发生分红的具体回报规划、分红的政策和分红计划作了进一步安排,建立健全有效的股东回报机制。本次公开发行完成后,公司将按照相关法律法规、公司章程(草案)、《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》的规定,在符合利润分配条件的情况下,重视和积极推动对股东的利润分配,特别是现金分红,有效维护增加对股东的回报。

(二) 公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员填补摊薄回报措施能够得到切实履行的承诺

1. 公司控股股东及实际控制人承诺如下:
(1) 不越权干预公司经营管理活动,不侵占公司利益。
(2) 本公司/本人若违反或未履行上述承诺,愿意根据中国证监会和上海证券交易所等相关监管机构的有关规定承担相应的责任。

2. 公司全体董事、高级管理人员承诺如下:
(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) 全力支持及配合公司对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束;

(3) 严格遵守相关法律法规、中国证监会和上海证券交易所等监管机构规定和规则,以及公司制度规章关于董事、高级管理人员行为规范的要求,坚决不用公司资产从事与本人履行职务无关的投资、消费活动;
(4) 由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩;
(5) 如公司未来实施股权激励计划,将全力支持公司将该股权激励的行政条件等安排与公司填补回报措施的执行情况相挂钩;

(6) 本人若违反或未履行上述承诺,愿意根据中国证监会和上海证券交易所等相关监管机构的有关规定承担相应的责任。
3. 未能履行承诺时的约束补救措施
发行人、发行人全体股东以及发行人全体董事、监事和高级管理人员对未能履行承诺时的约束补救措施承诺如下:
(一) 发行人承诺
如在实际控制人过程中,相关责任主体违反发行人首次公开发行股票上市时已作出的公开承诺,则采取或接受以下措施:

1、在有关监管机构要求的期限内予以纠正;
2、给投资者造成直接损失的,依法赔偿损失;
3、有违法所得的,按相关法律法规处理;
4、如违反的承诺属于可以继续履行的,将继续履行该承诺;
5、其他根据届时规定可以采取的其他措施。

(二) 发行人全体股东承诺
如在实际控制人过程中,相关责任主体违反发行人首次公开发行股票上市时已作出的公开承诺,则采取或接受以下措施:
1、在有关监管机构要求的期限内予以纠正;
2、给投资者造成直接损失的,依法赔偿损失;
3、有违法所得的,按相关法律法规处理;
4、如违反的承诺属于可以继续履行的,将继续履行该承诺;

5、在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉,并在违反承诺发生之日起个工作日内,停止在公司外处领取股东分红,同时本企业直接或间接持有的公司股份不得转让,直至承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机构作出相应处罚,决定,本企业将严格执行该等处罚、决定;

6、其他根据届时规定可以采取的其他措施。
(三) 发行人董事、监事、高级管理人员承诺
如在实际控制人过程中,相关责任主体违反发行人首次公开发行股票上市时已作出的公开承诺,则采取或接受以下措施:

1、在有关监管机构要求的期限内予以纠正;
2、给投资者造成直接损失的,依法赔偿损失;
3、有违法所得的,按相关法律法规处理;
4、如违反的承诺属于可以继续履行的,将继续履行该承诺;
5、在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉,并在违反承诺发生之日起个工作日内,停止在公司外处领取股东分红,同时本企业直接或间接持有的公司股份不得转让,直至承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机构作出相应处罚,决定,本企业将严格执行该等处罚、决定;

6、其他根据届时规定可以采取的其他措施。
(四) 发行人控股股东、实际控制人承诺
如在实际控制人过程中,相关责任主体违反发行人首次公开发行股票上市时已作出的公开承诺,则采取或接受以下措施:

1、在有关监管机构要求的期限内予以纠正;
2、给投资者造成直接损失的,依法赔偿损失;
3、有违法所得的,按相关法律法规处理;
4、如违反的承诺属于可以继续履行的,将继续履行该承诺;
5、在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉,并在违反承诺发生之日起个工作日内,停止在公司外处领取股东分红,同时本企业直接或间接持有的公司股份不得转让,直至承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机构作出相应处罚,决定,本企业将严格执行该等处罚、决定;

6、其他根据届时规定可以采取的其他措施。
(五) 有关公司利润分配的安排
7. 有关公司利润分配的安排
根据公司第一届董事会第二次会议及2017年第二次临时股东大会审议通过的决定,截至本次发行完成前两次会议的未分配利润,由发行完成后的新老股东按持股比例享有。

(二) 本次发行上市后的利润分配政策
公司重视对投资者的合理回报,着眼于公司的长远和可持续发展,2017年10月9日,公司于2017年第二次临时股东大会审议通过了《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》,公司发行上市后的利润分配政策主要内容如下:

1. 现金分红政策
公司在弥补亏损(如有)、提取法定公积金、提取任意公积金(如需)后,除特殊情况外,在当年盈利且累计未分配利润为正值的情况下,公司每年至少进行一次利润分配,采取现金分红方式,公司每年现金分红占当期归属于母公司所有者的净利润不少于当年实现的可供分配利润的15%。

前款“特殊情况”是指下列情形之一:
(1) 公司未来12个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的20%,且超过5,000万元(募集资金投资项目除外);
(2) 审计机构对公司当年度财务报告出具非标准无保留意见的审计报告;
(3) 分红年度经营现金流量为负数,或实施现金分红会影响公司持续经营;

(4) 公司股东大会审议通过确认的其他特殊情形。
公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素,区分下列情形,提出具体现金分红政策:

(1) 当公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的,进行利润分配时,现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%;
(2) 当公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的,进行利润分配时,现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%;
(3) 当公司发展阶段属成长期且无重大资金支出安排的,进行利润分配时,现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%;
(4) 公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的,可以按照前项规定处理。

前款“重大资金支出安排”是指公司在一年内购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产10%以上(包括10%)的事项。
2. 其他利润分配方式
公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况,在保证最低现金分红比例和

公司股本规模及股权结构合理的前提下,注重股本扩张与业绩增长保持同步。在确保足额现金股利分配的前提下,公司可以另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

3. 利润分配的时间间隔
在符合现金分红条件情况下,公司原则上每年进行一次现金分红,公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。
关于公司发行上市后的利润分配政策,上市后前三年具体利润分配计划和长期回报规划的具体内容,请详见招股意向书“第十四节 股利分配政策”。

八、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险
(一) 房地产政策调控及市场波动风险
家居行业与房地产市场有一定的相关性,房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求。近年来,我国房地产市场发展较快,尤其是一二线城市房价均有较大涨幅,为抑制投机性房地产需求,国家陆续出台了一系列房地产市场调控政策,以促进该行业的平稳、健康发展,一定程度上减缓了我国房地产业的发展速度。家居行业的需求量一方面源自新建住宅的装修;另一方面源自存量住宅的装修,其中包括存量毛坯房及初始装修,消费者在对住房翻新精装修及二手房翻新影响较大。我国房地产市场调控政策对于新建住宅装修需求及二手房翻新需求影响较大,对于存量毛坯房装修及存量住宅在住房翻新精装修需求影响较为有限。

报告期内,公司通过产品多元化分散行业风险,同时,公司具备良好的品牌形象,高效的营销渠道和成熟的管理模式,经营业绩保持了稳定的增长态势,具备一定的抵御宏观调控风险的能力。但是,如果国家宏观调控政策导致房地产市场长期低迷,消费者购房及装修需求增长趋缓甚至出现负增长,仍将会对家居行业的销售造成不利影响。因此,房地产市场调控可能对公司产品业绩产生不利影响。

(二) 市场竞争风险
1. 市场竞争加剧的风险
浴霸产品经过多年发展已成为大部分消费者家居装修必备品之一,行业内企业数量较多,除公司产品为代表的专业浴霸制造型企业外,集成吊顶生产企业、综合家电制造业等亦从事浴霸产品生产,市场竞争激烈。集成吊顶产品具有能够更好的满足消费者个性化需求、空间利用效率较高等优点,也受到消费者青睐,与传统吊顶相比优势较多,在竞争中市场份额不断放大,集成吊顶行业广阔的市场空间吸引了众多企业的加入,市场竞争将进一步加剧。

未来市场竞争将是产品性能、产品质量以及品牌、渠道、服务能力等方面的综合竞争。虽然公司在行业内领先企业,但随着市场竞争进一步加剧,经营业绩仍可能受到一定不利影响。

2. 精装修普及及提升所带来的风险
近年来,随着精装修房的逐步普及,大宗客户渠道已成为家居企业产品销售以及品牌宣传的重要渠道之一。报告期内,公司通过与房地产开发商等大客户合作实现的销售额分别为14,896.19万元、16,182.56万元、14,673.09万元、9,467.61万元,分别占公司主营业务收入12.02%、10.27%、8.79%和11.52%。

若公司未来无法继续保持或扩大与大宗客户的合作关系,则公司可能面临产品在精装修市场占率有降低的风险。
(三) 市场拓展风险
经过多年经营,得益于公司良好的品牌形象以及产品品质,公司已建立了较为广泛的多层次销售渠道,且从产品角度而言,报告期内,公司除继续深耕浴霸、集成吊顶系列等产品外,不断拓展电吹风、照明及初始架等产品。销售渠道的逐步完善以及销售渠道的适度拓展有利于公司持续盈利能力的不断提升。

虽然公司前期布局为后续市场拓展创造了有利条件,但由于未来市场竞争加剧,消费偏好等不确定性因素充满,以及若未来公司产品或市场推广力不达预期或公司推广措施无法充分满足市场需求,则可能对公司业务拓展造成负面影响。

(四) 经销商商业模式风险
报告期内,公司的销售模式以经销模式为主,且公司在经销与管理与培训,在店面形象设计、产品定价、客户服务等方面对经销商进行了统一管理,并不断通过增加培训加强经销商业务能力,增强经销商与公司之间相互促进、共同成长的战略合作关系。报告期内,公司通过经销模式实现的收入分别为102,417.31万元、135,134.45万元、126,046.66万元和161,690.20万元,占公司主营业务收入的比例分别为82.64%、85.80%、75.48%和75.06%。

截至2019年6月30日,发行人拥有经销商962家,经销商合计拥有专卖店1,638家,专营店3,159家,未来随着发行人业务的进一步拓展,经销商以及店铺数量均有望继续增加,从而有可能增加对经销商的管理和培训难度。后续若经销商不遵守公司的管理制度或者无法完成约定的业绩目标等,则可能会对公司的品牌美誉度或经营业绩造成不利影响。报告期内,公司与主要经销商建立了较为稳定的合作关系,但是出于自身发展战略、销售业绩等因素的考虑,存在公司主动与经销商终止合作或者经销商主动选择退出经销商,并由公司在相应区域中择优其他符合条件的经销商进行替代,发行人经销渠道变动且在短期内无法找到符合条件的经销商替代,则将对公司经营业绩以及品牌美誉度等产生一定不利影响。此外,公司的经销商多为独立经营企业,依法独立承担法律责任,但若其在销售公司产品过程中发生违法、违规等行为,也可能对公司的品牌、市场形象及经营造成负面影响。

(五) 研发设计风险
产品的研发设计是家居企业业务环节的核心,消费者的品味多元且偏好日常化,因此家居企业需要准确把握流行趋势,不断推出品质优异、性能卓越、功能齐全、符合市场潮流且有一定个性的产品,从而提升品牌形象、提升品牌内涵。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,注重设计人才的培养和引进,但若未来公司不能及时把握消费者的需求变化趋势,新品研发和设计能力不能够满足消费者的需求,则存在公司竞争力下降的风险。

(六) 原材料价格波动风险
公司主要原材料包括电器类配件(电机、箱体)、塑料制品配件、铝材、钣金件、五金件等,原材料采购价格为塑料、铜、铝等主要原材料价格在有一定相关性。公司报告期内直接材料占主营业务成本分别为95.36%、93.72%、92.14%和92.02%。原材料的采购价格占公司主营业务成本有较大影响。若未来原材料采购价格发生大幅波动,将不利于公司的成本控制,进而影响公司经营业绩。

(七) 人才流失风险
我国家居行业正处于快速增长期,人才需求量大,企业长期以来一直重视员工的培训及员工能力的培养,通过多年积淀,已培育出一批管理能力强、业务能力强的人才。但随着行业间竞争加剧,企业之间的人才争夺日益激烈,对公司的人才优势构成一定威胁。如果未来公司在人力资源管理、业务培训、人才梯队建设等方面不能适应公司快速发展的需要,公司的经营发展将受到不利影响。

(八) 部分房产未取得不动产权证的风险
截至本招股意向书签署之日,公司存在部分自有房产未办理不动产权证的情形,总建筑面积约96,077.03平方米,占公司已建房屋总建筑面积比例约45.9%。上述存在产权瑕疵的房产面积较小,目前未开展实际生产经营活动,

产权瑕疵对公司正常经营不构成重大不利影响。
根据相关主管部门出具的证明,不会就该等房产未取得不动产权证的问题要求发行人拆除或搬迁,亦不会对发行人进行任何处罚。同时,公司控股股东Tricosco和实际控制人Fang James、方胜康出具承诺,对公司因前述自有房产未取得房产证“产权证书”可能实际承担的法律责任和费用等,承担全部连带赔偿责任。

尽管如此,上述房产仍可能存在被有关部门行政处罚或强制拆除的风险,从而对公司生产、经营产生不利影响。
(九) 募集资金投资相关风险
1. 募集资金投资项目新增产能不能及时消化风险
本次募集资金中34,061.27万元拟用于“奥普(嘉兴)生产基地建设项目”。该募投项目投产后,公司集成吊顶及厨卫电器产能将有较大幅度提升,需要进一步加大市场开拓能力从而消化新增产能。虽然公司近几年一直保持较高的销售增长速度,2017年、2018年销售收入同比增长率分别为26.76%和16.33%,且本次募集资金投资项目前期已经销售收入充分调研及论证,但如果未来公司的市场开拓不能满足产能扩张速度,则公司面临产能利用率下降的风险,使得募投项目新增产能无法及时消化,对公司盈利能力和经营业绩产生不利影响。

2. 募集资金投资项目无法达到预期收益风险
本次募集资金投资项目无法达到预期收益,结合自身发展需要和实际经营状况,宏观经济运行情况的可能性论证及审慎测算后做出的投资决策。但若未来我国宏观经济运行出现较大波动,或是家居行业市场环境发生重大不利变化,将会对公司募投项目的投资回报和预期收益等产生一定影响。

三、新增固定资产折旧风险
虽然公司本次募集资金投资项目已经过较为充分的论证,且根据可研报告测算项目完全达产后可新增收入约10.88亿元,新增净利润约16,136.90万元。但因本次募集资金投资项目完全达产达效后,公司将新增约4.2亿元的固定资产投资,0.5,001.50万元无形资产,使得每年新增约2,659.65万元的折旧和摊销费用。故若未来募集资金投资项目达产后市场环境发生重大不利变化,或公司市场开拓不利,则公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用,并导致公司业绩下滑的风险。

4. 股东回报被摊薄风险
本次发行募集资金到位后,公司的净资产将大幅增加。但由于募集资金投资项目从开始建设到产生效益需要一定时间,公司的净利润短期内可能无法与净资产实现同步增长,导致公司每股收益、净资产收益率短期内下降,公司存在股东回报被摊薄的风险。
(十) 品牌形象受损和知识产权被侵权风险
家居产品是直接面向广大消费者的产品,品牌形象代表产品质量和消费者认可度,知识产权作为公司无形资产,对公司至关重要。经过多年积淀,“奥普”品牌形象和知识产权优势较为明显,视为公司产品赋予了较高的附加值,有利于公司的可持续发展。公司历来重视品牌形象和知识产权的保护,设立了专门的团队负责维护知识产权工作。

然而,一方面维护知识产权工作往往耗时较长,且通常将占用公司一定财力、物力和人力;另一方面,已经发生的侵权行为仍不可避免地对公司产品品牌形象和行业声誉造成损害。因此,若未来公司的产品、商标、商号等知识产权被他人仿冒、冒用、滥用等,仍有可能对公司品牌形象、公司声誉等造成不利影响,进而对公司经营业绩产生不利影响。
(十一) 争议商标被裁定无效的风险
浙江知识产权服务有限公司向商标局提出请求无效宣告发行人注册号为8183677“奥普”商标一案,商标评审委员会于2018年11月22日作出商评字[2018]第0000217529号《关于第8183677号“奥普”商标无效宣告请求裁定书》,裁定该商标属于在金属家具部件、金属管道、金属插销商品上予以维持,在其余商品上予以无效宣告。

发行人向商评委的该等裁定表示异议,并已向北京知识产权法院起诉。2019年1月14日,北京知识产权法院立案受理该等行政纠纷。截至本招股意向书签署之日止,该等行政纠纷尚在审理过程中。
发行人上述争议商标8183677号“奥普”注册商标类别为第6类,主要包括金属天花板等商品类别,注册商标专用权期限为2013年9月28日至2023年9月27日,主要用于公司集采品牌厨柜产品。

尽管该争议商标非发行人依赖单一商标,发行人目前持有第14158774号商标和第5244452号商标等其他商标进行替代,但如法院最终判决宣告裁定生效,仍将对发行人生产及销售产生一定的不利影响。
九、发行人财务报告审计截止日后的主要财务信息
发行人财务报告审计截止日后的主要财务信息
1. 营业收入
2019年1-9月,发行人营业收入为118,731.73万元,同比减少4.20%;归属于母公司股东的净利润为22,981.31万元,同比减少30.44%;扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为20,424.98万元,同比减少6.47%。

2019年1-12月,发行人预计营业收入区间为151,680.75万元至168,187.93万元,预计同比变动区间为-9.95%至-0.15%;预计归属于母公司所有者的净利润25,724.13万元至28,714.96万元,预计同比变动区间为-14.85%至-4.95%;预计扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为23,633.14万元至26,389.27万元,预计同比变动区间为-15.11%至-5.21%。
2. 净利润
发行人所处的家居行业与房地产行业有一定的相关性,房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求,同时会对发行人业务收入直接影响。根据国家统计局数据,2018年、2019年1-6月住宅竣工面积分别同比下降8.1%、11.7%,住宅销售面积分别为同比上升2.2%和下降1.0%。下游市场需求有所下降,将对发行人产品销售收入产生一定不利影响。因此,公司2019年预计营业收入、净利润较2018年小幅下降。

虽然房地产市场景气度下行对发行人业绩产生了一定不利影响,但长期来看家居行业的产品容量仍将保持在较高水平,发行人已制定了清晰的发展计划,通过产品多元化分散行业风险;同时,凭借规模领先的市場优势、良好的品牌形象、高效的营销渠道和成熟的管理模式,经营业绩整体保持稳定,具备一定的抵御宏观经济环境变化的能力。房地产行业近期景气度不会对发行人的持续盈利能力产生重大不利影响。
(下转A12版)

(上接A10版)

制、共同控制或施加重大影响的,以及该公司控股股东、控股子公司和控股股东控制的其他子公司;
② 直接或间接持股比例5%以上的股东,主承销商的董事、监事、高级管理人员和其他员工;
③ 主承销商及其持股比例5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员能够直接或间接支配、共同控制或施加重大影响的公司,以及该公司控股股东、控股子公司和控股股东控制的其他子公司;
④ 承销商及其控股股东、董事、监事、高级管理人员和其他员工;
⑤ 第①、②、③项所述人员的关系密切的家庭成员,包括配偶、子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟及兄弟姐妹等;配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母;
⑥ 过去6个月内与主承销商存在保荐、承销业务关系的公司及其持股比例5%以上的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员;或已与主承销商签署保荐、承销业务合同或达成相关意向的公司及其持股5%以上的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员;

⑦ 通过配售可能导致不当行为或不正当利益的其他自然人、法人和组织。
⑧ 按照《业务规则》、《投资者管理细则》,中国证监会公布的黑名单所列示的投资者。
⑨ ②、③项规定的禁止配售对象管理的公募基金不受前款规定的限制,但应符合中国证监会的有关规定。
10. 配售对象应严格遵守行业监管要求,申购金额不得超过相应的资产规模或规模上限。
11. 初步询价开始日前一交易日2019年12月25日(T-5日)中午12:00前向主承销商提交网下申购承诺函等材料,并经过保荐机构(主承销商)核实认证。

符合以上条件且在2019年12月25日(T-5日)12:00前在中国证券业协会完成注册且已开通中国证券网下投资者和股票配售对象方能参与本次发行的初步询价。
保荐机构(主承销商)将在初步询价和配售前对投资者是否存在上述禁止性情进行核查,投资者应授权保荐机构(主承销商)的要求进行核查的配合(包括但不限于提供公司章程等工商登记资料、安排实际控制人访谈、如提供相关资料不限于主要社会关系名单、配合其关联方关系调查等),如拒绝配合核查或其提供的材料不足以排除其存在上述禁止性情形的,或经核查不符合配售资格的,保荐机构(主承销商)将拒绝接受其初步询价或者向其进行配售。
(二) 承诺函及资质证明文件的提交方式
所有符合与本次初步询价的网下投资者须符合上述投资者条件,并按要求在在规定时间内(2019年12月25日(T-5日)12:00前)通过招商证券IPO项目网下投资者服务系统录入信息并提交相关核查材料。

系统登录方式如下:
登录IPO项目网下投资者服务系统https://ipo.newone.com.cn,或登录招商证券官方网站www.cmschina.com,点击“IPO项目网下投资者服务系统”。具体步骤如下:
第一步:登录系统(新用户请注册后登录),点击“信息维护”按照填写注意事项的要求填写“投资者基本信息”及“投资者关联关系”信息。
第二步:点击“IPO项目备案申请”,在“当前可申报IPO项目列表”栏目下,选择“奥普家居”项目并点击“申报”,在同意“承诺函”后进入“基本信息及关联关系核查”的报备页面,按照页面填写注意事项的要求真实完整地填写相关信息。请投资者在确认所填写的信息完整无误后点击“提交”。

配售对象为基金公司或其资产管理子公司专户理财产品、证券公司定向资产管理计划、证券公司集合资产管理计划、期货公司或其资产管理子公司定向资产管理计划等;配售对象属于《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》以及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法(试行)》所规定的私募基金基金,则该等私募基金须提供按照上述法规规定完成私募基金管理人登记和私募基金的备案证明的相关文件(包括但不限于登记备案函、登记备案系统编号等)。

除公募基金、养老金、社保基金、企业年金基金、保险资金、OFII投资理财产品外,机构自营投资账户、个人自有资金投资账户外的其他配售对象需提供《出资方基本情况表》(包括“附件1-1”出资方基本信息表、“附件1-2”产品备案及私募基金管理人注册文件核对表)。投资者需提供多个产品需提供出资方基本情况表的,需按照下载的出资方信息模板EXCEL文件,每个产品填报一张EXCEL表格中(见附件1-1示例),EXCEL文件大小不超过20M。

所有产品备案及私募基金管理人登记证明文件均合并在一个PDF中上传,PDF文件大小不超过20M。
第三步:前往“主页”查询我的备案申请”下载所有已提交的电子文件,并在规定的时间内签章后扫描上传至系统。全部信息录入及材料上传后,报备状态显示“报备已完成”,系统报备工作完成。

在2019年12月25日(T-5日)12:00之前,投资者可在“已提交的IPO项目申请”中修改已提交的IPO项目的申请信息;在2019年12月25日(T-5日)12:00之后,该项目将转移至“已截止资料报备的IPO项目申请”,投资者将无法对已提交的信息进行修改。
敬请投资者注意:
1. 所有的电子文件提交后还需下载打印,并在规定的时间内签章后扫描上传方能完成本次备案。需下载签章后上传的文件包括:(1)投资者承诺函;(2)《网下投资者关联关系核查表》;《出资方基本情况表》;(4)投资者

2. 投资者须对其填写的信息的准确性、真实性负责,提交资料的准确性、完整性负责。

投资者未按要求在2019年12月25日(T-5日)12:00之前完成备案,或虽完成备案但存在不真实、不准确、不完整情形的,将无法参加询价配售或者初步询价被界定为无效申报。
3. 请投资者认真阅读本报报页面中的填写注意事项。保荐机构(主承销商)将安排工作人员在2019年12月24日(T-6日)至2019年12月25日(T-5日)12:00期间(9:00-12:00、13:00-17:00)接听咨询电话,号码为0755-23189773/0755-23189776/0755-23189781。

三、初步询价

1. 本次初步询价通过上交所申购平台进行。符合《管理办法》及《投资者管理细则》要求的投资者请于2019年12月25日(T-5日)12:00前在中国证券业协会完成网下投资者注册并办理上交所网下申购账户数字证书,成为申购平台的用户后方可参与初步询价。
2. 本次初步询价时间为2019年12月26日(T-4日)9:30-15:00。在上述时间内,投资者可通过上交所申购平台填写、提交申购价格拟申购数量。
3. 网下投资者及其管理的配售对象报价应包含每股价格和该价格对应的拟申购股数,且只能有一个报价,其中非个人投资者应当以单位为报价进行报价。网下投资者可以为其管理的每一配售对象填报一个拟申购价格,该拟申购价格对应一个拟申购数量。网下投资者可以多次提交全部报价记录,但以最后一次提交的报价记录为准。每个配售对象每次只能提交一笔报价。

综合考虑本次初步询价阶段网下初始发行数量及发行人的估值情况,保荐机构(主承销商)将网下投资者指定的配售对象最低申购数量设定为130万股,拟申购数量最小变动单位设定为10万股,即网下投资者指定的配售对象的拟申购数量超过130万股的部分必须是10万股的整数倍,每个配售对象的申购数量不得超过370万股。配售对象报价的最低单位为90.01元。
4. 网下投资者申报的以下情形将被视为无效:
(1) 网下投资者未在T-5日12:00前在证券业协会完成网下投资者注册的;

(2) 配售对象名称、证券账户、银行收款账户/账号等申报信息与注册信息不一致的;该信息不一致的配售对象的报价部分为无效报价;
(3) 配售对象的拟申购数量超过370万股以上的部分为无效申报;
(4) 配售对象拟申购数量不符合130万股的最低数量要求,或者拟申购数量不符合10万股的整数倍,则该配售对象的申报为无效;
(5) 经申报不符合本公告“二、(一)参与网下询价的投资者标准”所列网下投资者条件的;

(6) 主承销商发现投资者不遵守行业监管要求,超过相应资产规模或资金规模申购的,则该配售对象的申购无效;
(7) 被证券业协会列入黑名单的网下投资者。
四、确定有效报价投资者和发行价格
发行人和保荐机构(主承销商)根据初步询价结果,对所有参与初步询价的配售对象的报价按照申购价格由高到低、同一申购价格按照配售对象的申购数量由少至多、同一申购价格同一申购数量按照申购时间由晚到早的顺序排序,剔除报价最高部分配售对象的报价,剔除申购数量不得高于申购总量的10%,然后根据剩余报价及拟申购数量协商确定发行价格。当最高申购价格与确定的发行价格相同时,对该价格的申购不再剔除,剔除比例可低于10%。剔除部分不得参与网下申购。

在剔除最高部分报价后,发行人和保荐机构(主承销商)测算剩余报价及拟申购数量、所处行业、市场情况、同行业上市公司估值水平、募集资金需求及承销风险等因素,协商确定发行价格,最终发行数量,有效报价投资者及有效拟申购数量。有效报价投资者(指机构法人或个人)的数量不少于10家。有效报价投资者的认定按以下方案确定:
(1) 当报价不低于发行价格的网下投资者少于10家时,中止发行;
(2) 当报价不低于发行价格的网下投资者少于10家时,剔除最高报价部分后申购价格不低于发行价格的网下投资者即为有效报价投资者。有效报价投资者申购价格不低于发行价格的拟申购数量为有效拟申购数量。

五、老股转让安排

本次公开发行股份不超过4,001万股,全部为公开发行新股,公司控股股东不进行公开发售股份。发行后的无限售条件的流通股占公司股份总数的比例不低于10%。
六、网上网申购
1. 网上申购
本次网下申购的时间为2020年1月2日(T日)9:30-15:00。《发行公告》中公布的全部有效报价配售对象必须参与网下申购。在参与网下申购时,网下投资者必须在申购平台为其管理的有效报价配售对象录入申购记录,申购记录中申购价格为确定的发行价格,申购数量须不超过《发行公告》中规定的申购阶段网下初始发行数量。即申购数量须为:

(1) 当一个配售对象的有效拟申购数量小于或等于申购阶段网下初始发行数量时,其申购数量为投资者有效拟申购数量;
(2) 当一个配售对象的有效拟申购数量大于申购阶段网下初始发行数量时,其中申购数量为申购阶段网下初始发行数量。
网下投资者为其管理的参与申购的全部有效报价配售对象录入申购记录后,应当一次性全部提交。网下申购期间,网下投资者可以多次提交申购记录,但以最后一次提交的全部申购记录为准。

在网下申购阶段,网下投资者无需缴付申购资金,获配后在T+2证券缴认认购款。
2. 网上申购

本次网上发行通过上交所交易系统进行。投资者持有1万元以上(含1万元)上交所非限售A股股份和非限售存托凭证市值的,可在2020年1月2日(T日)参与本次发行的网上申购。每10,000元市值申购一个申购单位,不足10,000元的部分不计入申购额度。每一个申购单位为1,000股,申购数量应当为1,000股或其整数倍,但最高不得超过本次网下初始发行股份数的千分之一,具体网上发行数量将在《发行公告》中披露。投资者持有的市值按其2019年12月30日(含T日)前20个交易日日均持有市值计算,可同时用于2020年1月2日(T日)申购多只新股。投资者持有的市值应符合《上海证券交易所首次公开发行股票网上发行实施细则》的相关规定。
网上投资者应当自主表达申购意向,不得全权委托证券公司代其进行新股申购。

网上投资者申购日(T日)申购无需缴纳申购款,T+2日根据中签结果缴纳认购款。
参与本次网下申购的配售对象不得再参与网上发行,若配售对象同时参与网下和网上申购的,网上申购部分为无效申购。
七、本次发行回拨机制
本次发行网上网下申购于2020年1月2日(T日)15:00同时截止。申购结束后,发行人和保荐机构(主承销商)将根据网上申购情况于2020年1月2日(T日)决定是否启动回拨机制,对网下网上发行的规模进行调节。回拨机制的启动将根据网上申购投资者初步有效申购数量确定:
网上投资者初步有效申购倍数=网上有效申购数量/回拨前网上发行数量。

有关回拨机制的具体安排如下:
1. 网下发行获得足额申购的情况下,若网上投资者初步有效申购倍数在50倍以下但高于100倍(含)的,应从网上申购网上回拨,回拨比例为本次公开发行股票数量的20%;网上投资者初步有效申购倍数在100倍以上的,回拨比例为本次公开发行股票数量的40%;网上投资者初步有效申购倍数超过150倍的,回拨后网下发行数量不超过本次网上发行股票数量的10%;
2. 若网上申购不足,可以回拨给网下投资者,向网下回拨后,有效报价投资者仍未能足额申购的情况下,则中止发行;
3. 在网下发行未获得足额申购的情况下,不足部分不再向网上回拨,中止发行。

4. 网上、网下均获得足额申购的情况下,网上投资者初步有效申购倍数未超过50倍的,将不启动回拨机制。
在发生回拨的情形下,发行人和保荐机构(主承销商)将及时启动回拨机制,并于2020年1月3日(T+1日)在《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票网上发行申购情况及中签率公告》中披露。
八、网下配售原则
发行人和保荐机构(主承销商)在完成双向回拨机制后,将根据以下原则对网下投资者进行配售:
1. 保荐机构(主承销商)及发行人将对有效报价的网下投资者是否符合同一配售对象(主承销商)