

A12 信息披露 Disclosure

(上接A11版)

前述2019年1-12月经营业绩预计是发行人于2019年12月31日之前作出的,主要经营数据为初步测算结果,预计数不代表发行人最终可实现的经营收入、净利润,扣除非经常性损益后的净利润,亦不构成发行人所做的盈利预测或承诺。

保荐机构认为,发行人预计2019年经营业绩较2018年同期下滑,不会对发行人持续盈利能力造成重大不利影响。发行人经营环境正常,未发生重大不利变化,亦不存在影响经营业绩的重大不利因素,发行人的财务状况稳健,主要科目无异常变化,报告期内盈利状况良好,主营业务开展情况正常,具有持续盈利能力。发行人预计2019年经营业绩较2018年同期有所下降,与经济增速放缓、房地产市场景气度下行的市场环境,以及发行人实际经营情况相关;发行人的经营状况和财务状况不存在重大异常,上述预计的经营业绩数据与发行人业务信息一致,不存在其他影响发行人上市和投资者判断的重大事项。

第二节 本次发行概况

项目	主要内容
发行股票类型	A股(人民币普通股)
每股面值	人民币1.00元
发行股数	4,001万股,均为新股发行,无发行前老股的摊薄
每股发行价格	8.00元
发行市盈率	【每股收益】=【每股收益】/【每股收益】的扣除非经常性损益且剔除母公司老股的净利润(扣除非经常性损益且剔除母公司老股的净利润)】
发行前每股净资产	2.9840元/股(截至2019年6月30日经审计并归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算)
发行后每股净资产	【每股净资产】=【净资产】/【总股本】(经审计并归属于母公司股东的净资产除以本次发行后总股本计算)
发行方式	采用下列符合条件的投资者的配售比例上限由申购申购方式向社会公众投资者定价发行相结合的方式,或采用中国证监会认可的其他方式发行
发行对象	符合中国证监会规定条件的境内机构投资者和符合中国证监会规定条件的境内自然人、证券投资基金管理公司、证券公司、信托公司、合格境外机构投资者等(国家法律、法规和规范性文件另有规定的除外)
承销方式	余额包销
承销机构	本次发行计划募集资金总额【1】元,扣除发行费用后,募集资金净额【1】万元
募集资金用途	本次发行计划募集资金总额(不含发行费用)为人民币6,812,937.75元,主要用于:1、补充流动资金,2,000,000.00元;2、偿还银行贷款,2,000,000.00元;3、支付中介机构费用,1,812,937.75元;4、支付本次发行相关费用,499,937.75元;5、支付发行费用,119,937.75元

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称: 奥普家居股份有限公司
英文名称: Aupu Home Style Corporation Limited
注册资本: 36,000万元
法定代表人: Fang James
成立日期: 2004年9月9日(2017年6月22日整体变更为股份公司)
住所: 杭州湾技术开发区21号大厦210号
邮编: 311000
电话: 0571-8917 7926
传真: 0571-8917 2888/1213
互联网网址: www.aupu.net
电子邮箱: aupu@apu.com.cn

二、发行人改制重组情况

(一) 设立方式

公司系由奥普卫浴厂截至2017年5月31日的经审计的净资产折股整体变更设立的股份有限公司。

(二) 发起人及其持有的资产情况

公司变更设立时,奥普卫浴厂的全体股东即为发起人,各发起人的持股情况参见本节之“三、股本情况”之“(二)发起人、前十名股东和前十名自然人股东持股情况”之“1.发起人股东”。

各发起人以其持有的奥普卫浴净资产对公司出资。

三、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36,000万元,本次拟向公众公开发行4,001万股人民币普通股,本次发行后股份发行后总股本的10%。在本次发行均为新股且发行4,001万股的情况下,发行前后股本结构情况如下:

序号	股东名称	股份(万股)	持股比例	股份(万股)	持股比例
1	Tricosco	24,858.96	69.06%	24,858.96	62.15%
2	文欣控股	1,768.42	4.91%	1,768.42	4.42%
3	PMAT	1,634.21	4.54%	1,634.21	4.09%
4	ZLHL	1,634.21	4.54%	1,634.21	4.09%
5	HSCA	1,526.28	4.24%	1,526.28	3.81%
6	香越红置	1,526.28	4.24%	1,526.28	3.81%
7	明辉投资	1,279.29	3.55%	1,279.29	3.04%
8	SKY	626.38	1.74%	626.38	1.58%
9	聚源投资	550.49	1.53%	550.49	1.37%
10	曼恩永涛	271.58	0.75%	271.58	0.68%
11	宁波海拓	164.21	0.46%	164.21	0.41%
12	爱迪股份	101.06	0.28%	101.06	0.26%
13	爱迪投资	94.74	0.26%	94.74	0.24%
14	社会公众股	-	-	4,001.00	10.00%
	合计	36,000.00	100.00%	40,001.00	100.00%

(二) 发起人情况

股份公司设立时,各发起人的持股数量及持股比例如下:

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)
1	Tricosco	248,589,449	69.06%
2	文欣控股	16,342,103	4.54%
3	PMAT	16,342,103	4.54%
4	ZLHL	16,342,103	4.54%
5	HSCA	15,262,628	4.24%
6	香越红置	15,262,628	4.24%
7	明辉投资	12,792,290	3.55%
8	SKY	6,263,838	1.74%
9	聚源投资	5,504,522	1.53%
10	曼恩永涛	2,715,798	0.75%
11	爱迪股份	1,010,527	0.28%
12	爱迪投资	947,270	0.26%
	合计	360,000,000	100.00%

(三) 前十名股东信息

截至本招股意向书摘要签署日,公司共有13名股东,公司股东中无自然人持股情况。公司前十名股东持股情况如下:

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	取得方式
1	Tricosco	248,589,449	69.06%	非限售
2	文欣控股	17,684,212	4.91%	非限售
3	PMAT	16,342,103	4.54%	非限售
4	ZLHL	16,342,103	4.54%	非限售
5	HSCA	15,262,628	4.24%	非限售
6	香越红置	15,262,628	4.24%	非限售
7	明辉投资	12,779,290	3.55%	非限售
8	SKY	6,263,838	1.74%	非限售
9	聚源投资	5,504,522	1.53%	非限售
10	曼恩永涛	2,715,798	0.75%	非限售
	合计	360,000,000	100.00%	-

(四) 国有股份及不存在国有股份

本次发行前,公司不存在国有股份。

本次发行前,公司股东中的外资投资情况如下:

序号	外商名称	持股数量(股)	持股比例(%)	注册地
1	Tricosco	248,589,449	69.06%	香港
2	PMAT	16,342,103	4.54%	美国佛罗里达州
3	ZLHL	16,342,103	4.54%	香港
4	HSCA	15,262,628	4.24%	开曼群岛
5	香越红置	15,262,628	4.24%	香港
6	SKY	6,263,838	1.72%	香港
	合计	318,315,221	88.42%	-

(五) 发行人的发起人、控股股东和主要股东之间的关联关系

本次发行前各股东之间的主要关联关系及各自持股比例情况如下:

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	关联关系
1	Tricosco	248,589,449	69.06%	(1) 为奥普卫浴厂实际控制人,持有奥普卫浴92.61%的股份;(2) 为奥普卫浴厂实际控制人,持有奥普卫浴92.61%的股份,并通过Sino Virtue间接持有Tricosco的44.01%股权;
2	文欣控股	17,684,212	4.91%	(4) 为奥普卫浴厂实际控制人持有文欣控股10%的股份,并通过Sino Virtue间接持有Tricosco的10%的股份;
3	明辉投资	12,779,290	3.55%	(5) 为奥普卫浴厂实际控制人持有明辉投资10%的股份,并持有奥普卫浴1.74%的股份;
4	曼恩永涛	2,715,798	0.75%	(6) 为奥普卫浴厂实际控制人持有曼恩永涛10%的股份;
5	爱迪股份	1,010,527	0.28%	(7) 为奥普卫浴厂实际控制人持有爱迪股份10%的股份;
6	爱迪投资	947,270	0.26%	(8) 为奥普卫浴厂实际控制人持有爱迪投资10%的股份;

四、发行人的业务情况

(一) 发行人的主营业务和主要产品

公司主要从事浴霸、集成吊顶等家居产品的研发、生产、销售及相关服务的提供。

公司秉承“为爱健康”的品牌理念,一直致力于为消费者提供舒适、安全、温暖的卫浴体验以及健康、纯净的家居环境。经过多年的发展,公司产品系列不断丰富,集成吊顶逐步扩展至厨电产品、照明产品和晾衣架等,全方位管理家庭生活空间,着力为消费者打造“温度”+“舒适度”+“纯净度”+“新鲜度”+“氛围度”的“五度”健康家居环境,逐步实现全屋空气管理。奥普产品卓越的性能与不断升级的产品功效推动公司产品知名度不断提升,目前“奥普”已成为国内家居行业领军品牌之一,奥普产品已进入众多高档次的家居中,成为万千家庭的优秀空气管家。

报告期内,公司主要产品为浴霸、集成吊顶两大类,公司报告期内主营业务收入的产品构成如下:

项目	2019年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	2016年度
浴霸	40,398,877	40,723	43,786	160,189	14,721
集成吊顶	30,720,665	37,381	43,945,314	48,247,918	30,411
其他	1,720,201	2,019	3,209,159	3,142,920	200
合计	82,839,743	100,000	166,946,737	197,480,166	123,928,211

(二) 发行人产品销售方式和渠道

公司目前的产品销售渠道主要有经销商渠道、大宗客户渠道、KA渠道、直营渠道和电商渠道。

经销商渠道是发行人主要销售渠道,报告期内各年占发行人主营业务收入的比例均在75%以上;大宗客户渠道是发行人重要销售渠道之一,该渠道下发行人客户主要为房地产、开发商以及家装公司等,与该企业合作有利于提升发行人行业品牌知名度;KA渠道亦为发行人重要销售渠道之一,该渠道下发行人客户主要为大型知名卖场,如苏宁、国美等,直营渠道分为线上直营渠道与线下直营渠道,其客户主要为终端消费者,直营渠道是发行人2017年开拓的重要销售渠道,外销渠道是发行人辅助销售渠道,主要是为国外知名电器品牌代工以及少量自有品牌外销。

报告期内,各销售渠道的主营业务收入构成情况如下:

项目	2019年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度	2016年度
经销商渠道	61,400.20	75.06%	129,046.66	75.49%	138,134.40
大宗客户渠道	9,467.61	11.52%	14,672.09	8.79%	16,125.56
外销渠道	1,262.43	1.52%	2,776.19	1.66%	2,096.88
KA渠道	6,993.29	8.43%	11,974.24	7.46%	2,426.61
直营渠道其他	0.75	0.00%	11,524.54	7.00%	22,396.48
合计	82,132.23	100.00%	166,946.73	100.00%	123,928.21

公司拥有覆盖广泛的多层级、多渠道的销售网络,并通过品牌宣传、明星活动、口碑传播、O2O等多种方式引流,报告期内,公司主要销售渠道有经销商渠道、大宗客户渠道、外销渠道、KA渠道及直营渠道。

报告期内,发行人销售渠道的优化、丰富和调整等主要系发行人根据市场需求以及发展阶段需要,不断完善、扩充销售渠道的结果,其主要销售模式仍以经销商渠道为主,销售模式不存在重大变化。

(三) 发行人主要原材料

报告期内,公司主要生产材料采购品为电器及配件、塑料类配件、铝材、钣金件、包装材料等,发行人原材料中所使用的能源主要为电力。

(四) 行业竞争情况及发行人在行业中的竞争地位

1、行业竞争状况分析

(1) 浴霸竞争格局

浴霸行业正处于快速发展阶段,行业内企业众多,且行业集中度仍然较低,市场化程度较高,竞争依然较为激烈。

浴霸市场竞争格局主要由专业浴霸制造企业、照明企业、综合家电制造企业以及众多小众品牌企业构成。专业浴霸制造企业如奥普家居专注于浴霸领域,在产品制造、技术开发、品牌认可度方面具有优势,照明企业如欧普照明等,主要从事家居照明灯具、商业照明灯具、光源综合等产品的生产及销售,但近年来产品线开始向浴霸扩充;综合家电制造企业如美的集团、博世(西门子)、松下电器等,主要涉及白色电器、厨房电器等家用电器领域,对浴霸关注度相对较低,以自产结合OEM贴牌为主要生产模式;小众品牌企业数量多,规模小,研发设计能力弱,品牌知名度较低,缺乏稳定的销售渠道,主要以低价产品在低端市场竞争。

(2) 集成吊顶竞争格局

集成吊顶竞争格局与分为与传统吊顶的竞争以及集成吊顶行业内部之间的竞争。

集成吊顶行业作为新兴行业,消费者的认知度仍有待提高,尽管集成吊顶产品在厨卫装修市场占有率较大,但相对整体的住宅装修市场而言占比仍然较小,主要市场份额仍为传统吊顶所占据。

从集成吊顶行业内部来看,目前行业内从事集成吊顶生产的企业较多,行业集中度较低,不同企业之间的竞争力差距较大。以奥普家居、友邦吊顶、浙江华圣等为代表的少数几家企业具备较强的自主研发能力和产品设计能力,拥有较好的品牌形象和全国性的销售网络,市场竞争力较强。行业内大部分企业普遍规模较小,甚至存在“前店后厂”的作坊式企业,这些企业在设计能力较弱,通常只能生产集成吊顶中的扣板、辅件等,不具备生产集成吊顶中承担功能模块的主机设备的能力,且该类企业缺乏品牌知名度和稳定的销售渠道,产品质量不高,竞争力不强。

2、发行人在行业中的竞争地位

公司作为行业内较早从事浴霸及集成吊顶产品研发、生产和销售的企业,始终注重产品功能研发、设计和安全性等方面的投入,引领行业内产品质量标准,并多年在行业内保持领先地位。公司是全国工商联家居装饰行业协会专委会副会长单位,中国建筑装饰装修公司协会天花吊顶材料分会常务副会长,中国建筑装饰协会住宅部品产业分会副会长以及中国家用电器协会会员,公司参与拟定了行业多个国家标准;公司作为起草工作组组长,于2008年组织拟定浴霸国家标准——《浴霸电加热器具》(GB/T22769-2008),于2010年组织制定集成吊顶国家标准——《家用和类似用途多功能吊顶装置》(GB/T26183-2010)。

公司成立以来荣获了多项荣誉,近年来获得的荣誉主要有:2017年公司荣获中国建筑装饰协会颁发的“2016年度中国建材家居影响力民族品牌”、“2016中国建材家居十大品牌奖”,获得中国建筑装饰协会、清华大学颁发的“2016-2017年度中国十佳家居建材品牌”等荣誉。公司集齐吊顶十大品牌2017年荣获中装协天花吊顶分会颁发的“集成吊顶行业十大品牌”,荣获中国建筑装饰协会颁发的“2016年度中国家居装饰建材行业百强企业(吊顶)”。公司浴霸产品2017年获得中国家用电器研究院颁发的“好产品”奖等。

五、资产权属情况

(一) 固定资产

1、固定资产整体情况

截至2019年6月30日,公司固定资产情况如下:

项目	账面原值	累计折旧	账面净值	净值率(%)
房屋建筑物	18,576.85	6,940.92	11,635.93	62.69%
通用设备	3,263.73	1,079.36	1,274.37	38.11%
专用设备	5,108.88	1,276.28	3,832.60	75.02%
运输工具	1,116.43	762.13	354.30	31.73%
其他设备	293.14	189.18	103.96	35.48%
合计	28,343.00	11,137.76	17,205.24	60.73%

发行人及其子公司所拥有的房屋所有权情况参见招股意向书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产和无形资产”之“(一) 固定资产”之“3、房屋所有权”。

发行人子公司成都博朗尼坐落于崇州市崇阳镇晨露路地块东南角的五号车间,由于部分超出规划红线,无法办理不动产权证,存在一定瑕疵。该厂房建筑面积为6,077.03平方米,占发行人已建成房屋总面积的比例为4.59%;该房产账面原值为853.64万元,占发行人房屋及建筑物账面原值的比例为4.60%;账面价值为639.16万元,占发行人房屋及建筑物账面价值的5.50%。该处房产目前未开展实际生产经营活动。

虽然发行人该处房产存在一定瑕疵,但其并非发行人生产经营活动的必要场所,且发行人已于2017年10月取得崇州市城乡规划管理局出具的《证明》,以及崇州市住房和城乡建设局的《证明》,确认崇州市城乡规划管理局及崇州市住房和城乡建设局不会就上述瑕疵房屋的问题对公司拆除或搬迁,亦不会对公司在任何地方,公司的该情况不属于重大违法违规。根据发行人律师出具的《法律意见书》,该瑕疵不会对发行人生产经营活动造成重大影响。

同时,发行人控股股东Tricosco、实际控制人Fang James与方胜康亦出具承诺:如果上述瑕疵房屋被行政主管部门处以行政处罚等,由此给发行人或其下属企业造成任何损失、索赔、成本和费用(包括但不限于拆除、处罚的直接损失,或因拆迁可能产生的搬迁费用、固定配套设施损失、停工损失、被有权部门罚款或者被有关当事人追索而支付的赔偿等),其就将发行人及其下属企业实际遭受的任何损失、索赔、成本和费用,向发行人及其下属企业承担全额连带赔偿责任。

2、房屋租赁情况

截至2019年6月30日,公司租赁房产70处,其中59处租赁房产产权证清晰,合法有效。

发行人租赁浙江上物金属有限公司的厂房因出租方存在与嘉兴市王店镇人民政府办理产权证变更手续,暂无法就该厂房与发行人签署书面租赁合同。2018年6月1日,王店镇人民政府出具书面确认同意发行人继续使用该等物业。

除此之外,8处租赁房产出租方已提供房屋买卖合同或拆迁补偿安置协议;2处租赁房产由房屋所有权人或主管部门出具产权证明或说明;1处租赁房产无房屋所有权证,存在瑕疵,但租赁物业系作为发行人仓库,非重要经营场所,且周围存在可替代房屋,该等房屋租赁存在的瑕疵对公司及其子公司的持续经营不会造成重大影响。

截至2019年6月30日,发行人不存在房屋对外出租的情形。

(二) 无形资产

截至2019年6月30日,发行人无形资产情况如下:

项目	账面原值	累计摊销	账面净值	净值率(%)
土地使用权	7,798.69	682.54	7,116.15	91.14%
软件	2,142.74	1,100.77	1,041.97	48.63%
商标使用权	4,962.83	1,279.48	3,673.35	74.17%
专利权	765.50	160.42	565.08	73.79%
合计	16,669.77	3,223.01	13,386.76	79.28%

公司所拥有的无形资产主要包括土地使用权、商标、专利等。截至本招股意向书摘要签署日,公司及控股子公司已取得11项土地使用权,299项已注册商标,531项专利权,具体情况参见招股意向书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产和无形资产”之“(二) 无形资产”。

(三) 他人许可发行人使用其资产情况

1、商标许可使用

2012年1月,奥普电器与发行人签订商标使用许可合同,允许发行人无偿使用“奥普”及“AUPU”相关商标,许可期限自2012年1月1日至2021年12月31日。2016年12月,发行人已向奥普电器取得上述商标。

2、专利许可使用

截至2019年6月30日,发行人共有4项他人许可专利使用权,具体情况如下:

序号	专利所有人	专利名称	专利号	专利有效期	专利许可期间	许可费用
1	魏建军	一种多功能浴室取暖器	99129567	2019.12.30	2017.01.01-2019.12.30	-
2	魏建军	一种浴室安全浴霸	2006.6.11	2026.6.11	2017.01.01-2019.12.31	125.7元
3	魏建军	一种分体式浴霸	2006.6.11	2026.6.11	2017.01.01-2019.12.31	-
4	浙江友邦集成吊顶有限公司	多能源吊顶集成方法及其装置	2006.6.11	2026.04.20	2017.02.27-2026.04.20	100.0元

六、同业竞争和关联交易情况

(一) 同业竞争

截至本招股意向书摘要签署之日,公司控股股东及实际控制人Fang James和方胜康控制的其他企业,其主营业务与奥普家居的业务区别明显,不存在办理注销手续或尚未开展实际业务,均未从事与浴霸、集成吊顶、厨电等与发行人相同或类似业务,与发行人之间不存在同业竞争。

(二) 关联交易

1、经常性关联交易

(1) 销售商品、提供劳务

报告期内,公司向关联方销售产品与提供劳务的情况如下所示:

关联方名称	交易类型	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
杭州普丽思	采购商品	-	-	75.56	396.16