

# A4 信息披露 Disclosure

(上接A1版)

十一、发行人财务报告审计截止日后主要经营状况  
(一)2020年1-6月公司主要经营状况及财务数据  
本公司提醒投资者认真阅读招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“八、财务报告审计截止日后的主要经营状况”的全部内容,审慎进行投资决策。  
公司财务报告审计截止日为2019年12月31日,财务报告审计截止日至本招股说明书摘要签署日,公司的主营业务、经营模式、主要产品生产和销售、主要客户和供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大不利变化。  
天健会计师事务所对2020年1月1日至2020年6月30日期间的财务报表进行了审阅,并出具《审阅报告》(天健审(2020)8898号)。公司2020年1-6月主要财务数据如下:

项目	2020年1-6月 金额	2020年1-6月 同比	变动幅度
营业收入	27,059,711	17,397,631	54.94%
净利润	5,633,027	9,379,288	39.62%
归属于母公司所有者的净利润	5,382,276	9,091,721	39.62%

截至本招股说明书摘要签署日,公司主要经营状况正常,具体情况参见招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“八、财务报告审计截止日后的主要经营状况”。

(二)2020年1-9月业绩预告信息  
单位:万元

项目	2020年1-9月 金额	2020年1-9月 同比	变动幅度
营业收入	83,661,791	49,610,791	68.62%
净利润	12,890,225	39,000,000	30.00%
归属于母公司所有者的净利润	12,890,225	39,000,000	30.00%

鉴于2020年1-6月经营情况未发生重大不利变化,经营业绩较去年同期实现一定程度增长,综合考虑截至2020年6月30日在手订单情况,公司预计2020年1-9月营业收入、扣除非经常性损益后净利润同比将实现一定程度的增长。  
上述2020年1-9月业绩情况系公司初步统计数据,不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

**第二节 本次发行概况**  
股票种类:人民币普通股(A股)  
每股面值:人民币1.00元  
发行股数及比例:不超过1,834万股(无老股转让),占发行后总股本的比例不超过25.01%

每股发行价:38.67元  
发行市盈率:21.93倍(每股盈利按照2019年度经审计的、扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算)

发行前每股净资产:7.60元(按2019年12月31日经审计的归属于母公司股东权益加本次发行募集资金净额除以本次发行后总股本计算)

发行市盈率:2.75倍(按发行费用不计入计算)

发行对象:网上向社会公众投资者定向发行的方式

发行对象:在深交所开设股票交易账户的符合条件的投资者(中华人民共和国法律、法规和规范性文件禁止购买者除外)或者证券监管部门认可的其他投资者

承销方式:余额包销方式

预计募集资金总额:70,320.78万元

预计募集资金净额:61,445.54万元

发行费用概算:本次发行费用总额为9,475.24万元,其中:

承销、保荐费用6,867.00万元

审计、验资费用1,350.00万元

律师费用658.87万元

用于本次发行的信息披露费用和发行手续费699.37万元

**第三节 发行人基本情况**

一、公司基本情况

中文名称:浙江海象新材料股份有限公司

英文名称:ZHEJIANG WALRUS NEW MATERIAL CO.,LTD.

注册资本:5,500万元

法定代表人:王周林

成立日期:2013年12月9日

住所:浙江省宁波市海曙街道海丰路380号3幢

邮政编码:315440

公司电话:0573-80776966

电子邮箱:0573-87279999

互联网网址:www.haixiang.com.cn

电子邮箱:walrus@walrusfloors.com

二、公司改制重组情况

(一)设立方式

公司系由晶美有限以截至2017年10月31日经审计的账面净资产4,480.07万元折合股

份4,555万股折合股份10,000万股,嘉兴市场监督管理局向公司核发了统一社会信用代码为913304810862709304的营业执照。

(二)发起人

公司的发起人为王周林、鲁国强、陈建良、沈财兴、潘建明、冯月华、朱冰琦、夏长坤、吴建群、戴建明、褚瑞南、金俊、李超进、沈治生、周南明、张久爱、肖自生、傅兴、盛国兴、蒋凤斌、吴全林、阮文松、李红红、沈洪祥、朱浩飞、张建明、袁良平、吴俊波、吴马江、王云松、孙金林、朱文发、褚文平、陈金惠等36名自然人和晶美投资。

(三)公司整体变更前,主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司主要发起人王周林、鲁国强、陈建良及晶美投资。

整体变更前,王周林拥有的主要资产为晶美有限43.61%的股权、晶美投资41.07%的股权和海橡集团33.78%的股权;鲁国强拥有的主要资产为晶美有限7.67%的股权和海橡集团13.70%的股权;陈建良拥有的主要资产为晶美有限75.2%的股权和海橡集团13.43%的股权;晶美投资拥有的主要资产为晶美有限18.11%的股权,实际从事的主要业务为股权投资。整体变更后,主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化。

(四)公司整体变更后拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司整体变更后,公司承继了晶美有限的整体资产及业务。

公司从事的主要业务为PVC地板的研发、生产和销售,整体变更前,公司主要资产和业务未发生重大变化。

(五)公司改制前后的业务流及其联系

整体变更前,公司的业务流程未发生变化,具体业务流程详见招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务经营情况”之“(二)主要产品的工艺流程”。

(六)公司成立以后,在生产经营方面与主要发起人、实际控制人及关联方关系

陈建良及晶美投资与公司在生产经营方面无关联方关系。

(七)发起人投资资产的所有权是否清晰

公司系由晶美有限整体变更而来,公司承继了晶美有限的全部资产、负债,并依法办理了相关资产权属登记手续。

(八)股本发行前

公司本次发行前,公司的股本结构如下:

公司本次发行前的股本为5,500万元,本次拟向社会公众公开发行不超过1,834万股人民币普通股,发行后的总股本不超过7,334万元,本次发行的股份占发行后总股本的比例不超过25.01%。

假定本次发行新股1,834万股,发行前后,公司股本结构如下:

类别	股东姓名/名称	持股数量(万股)	持股比例(%)	持股数量(万股)	持股比例(%)
1	王周林	1,096,200	36.12	1,096,200	27.98
2	鲁国强	625,000	19.26	625,000	15.26
3	陈建良	344,400	10.63	344,400	8.76
4	沈财兴	342,800	10.61	342,800	8.67
5	潘建明	250,000	7.64	250,000	6.31
6	冯月华	219,600	6.73	219,600	5.56
7	朱冰琦	130,000	4.07	130,000	3.26
8	夏长坤	96,200	2.97	96,200	2.41
9	吴建群	90,000	2.80	90,000	2.23
10	褚瑞南	80,000	2.40	80,000	2.00
11	金俊	1,000,000	31.25	1,000,000	25.01
12	李超进	5,500,000	100.00	7,334,000	100.00

(九)前十名股东

本次发行前,公司前十名股东为王周林、晶美投资、鲁国强、陈建良、弄翔儿投资、沈财兴、左建明、潘建明、冯月华、叶叶金、马文兴(与叶叶金为父子关系)。

(三)前十名自然人股东及其在公司担任职务情况

公司前十名自然人股东在公司任职情况如下:

序号	姓名	持股数量(万股)	持股比例(%)	担任职务
1	王周林	1,096,200	36.12	公司董事长、总经理、海象集团执行董事、晶美集团执行董事、King Power B.V.总经理
2	鲁国强	625,000	19.26	公司董事
3	陈建良	344,400	10.63	公司董事
4	沈财兴	342,800	10.61	公司董事
5	潘建明	250,000	7.64	公司董事
6	冯月华	219,600	6.73	公司董事
7	朱冰琦	130,000	4.07	公司董事
8	夏长坤	96,200	2.97	公司董事
9	吴建群	90,000	2.80	公司董事
10	褚瑞南	80,000	2.40	公司董事
11	金俊	1,000,000	31.25	公司董事
12	李超进	5,500,000	100.00	公司董事

(四)股东中战略投资者、国有股东和外资股东持股情况

公司股东中无战略投资者、国有股东和外资股东。

(五)公司股东中私募股权基金及登记备案情况

截至本招股说明书摘要签署日,公司股东包括自然人股东49名和合伙企业股东2名。合伙企业股东中,晶美投资系员工持股平台,不是私募股权投资基金,无需履行私募基金备案程序;弄翔儿投资系私募股权投资基金,其已完备登记备案(私募基金备案号为SCK836),其管理人为海宁睿投资管理咨询有限公司(管理人备案号为P1064498)。

(六)发行前各股东间的关联关系

本次发行前,各股东间存在如下关联关系:王周林是晶美投资的普通合伙人及执行事务合伙人,持有晶美投资82.02%的股权;王周林是陈建平父子配偶的父亲,傅兴是李仙红儿子。除此之外,各股东之间不存在其他关联关系。

(七)发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

关于发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺详见本招股说明书摘要“第一节 重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

四、公司主营业务及所处行业情况

(一)公司主营业务和主要产品

公司是目前国内领先的PVC地板生产及出口商之一,主要从事PVC地板的研发、生产和销售。公司产品主要用于建筑业的室内地面铺装,产品功能与传统木地板、瓷质等地面装饰材料相比,PVC地板具有高分子材料聚合之属(PVC)加工制成,与传统木地板、瓷质等地面装饰材料相比,PVC地板具有环保、可回收利用、安装简便、耐潮、防腐、防滑和防火阻燃等优点,深受欧美市场欢迎,广泛应用于商场、酒店、写字楼、医院、学校、体育场馆等公共建筑及住宅。

公司具有较快的自主研发能力和较高的技术水平,截至本招股说明书签署日,公司拥有专利17项,其中多项为发明专利。凭借多年的技术研发积累,可靠的产品质量以及多年的市场推广,公司已具有较高的知名度,产品已在全球主要市场建立了良好的口碑,2017年公司被中国建筑装饰行业协会评为“中国地板行业十大家装品牌”(弹性地板类),2018年度中国建筑装饰装修材料协会评为“中国弹性地板行业十大品牌”(片材类),2019年度中国建筑装饰装修材料协会评为“中国弹性地板行业十大品牌”,被浙江省市场监督管理局评为“2019年度浙江省市长质量奖”,市场遍布亚洲、欧洲、澳洲等发达国家及地区。

根据产品的结构,公司产品分为LVT地板、WPC地板和SPC地板三大类,具体介绍如下:

产品	特点	应用
LVT地板	轻薄、柔软、易安装	家庭、酒店、办公室
WPC地板	环保、耐用、防滑	家庭、酒店、办公室
SPC地板	坚硬、耐磨、防火	家庭、酒店、办公室

产品	特点	应用
LVT地板	轻薄、柔软、易安装	家庭、酒店、办公室
WPC地板	环保、耐用、防滑	家庭、酒店、办公室
SPC地板	坚硬、耐磨、防火	家庭、酒店、办公室

公司产品主要应用场所如下:



公司自成立以来,始终专注于PVC地板行业的经营,主营业务及主要产品未发生重大变化。

(二)发行人的主要经营模式

1、采购模式

公司生产所需原材料主要为PVC树脂粉、印花面料、耐磨层等,能源动力主要为电力。

公司设有计划部和采购部,计划部负责制定采购计划,采购部负责实施采购计划以及供应商的评定组织计划,建立并保持良好的供应目录和档案;技术部负责实施采购技术标准制定;品控部负责供应商产品的质量控制。

公司选择供应商时,综合考虑供应商的生产能力、产品质量水平及稳定性、价格合理性、交付及时性以及供应商的生产状况和履约能力等多种因素,建立并保持良好的供应目录和档案,做好记录,公司销售、生产、技术部门对供应商定期进行评估,公司重要原材料采购必须从合格供应商处采购,为确保供应渠道的畅通,防止意外情况的发生,同一种原材料一般采用两家或两家以上供应商作为后备供应商。报告期内,公司的供应商变化不大,供应相对稳定。

具体原材料采购时,公司采用“以产定购+合理库存”的模式进行采购,计划部根据生产计划,结合安全库存、采购周期等情况编制采购计划,采购部向合格供应商进行询价、比价后择优选择,并由采购人员负责具体执行。采购人员须按制定与供应商签订书面供货合同,物资采购合同上约定质量、数量、交货期等要求等协议条款,以降低公司采购风险。公司一般收到货后进行质量验收,验收合格后才能入库。

公司采用电汇的方式支付采购货款,不同原材料的付款方式有所不同,其中最主要的是原材料PVC树脂粉付款周期很短,大部分PVC树脂粉供应商在收到公司支付的全部货款后发货,其他部分原材料采用月结的方式,公司在每月25日左右支付上月货款,部分原材料在到货验收入库后25至60天内付款。

2、生产模式

公司主要为国际PVC地板品牌商、贸易商以及建材零售商提供ODM产品,公司主要采用按订单生产的生产模式,按订单生产有利于降低公司产品库存和滞销风险,减少资金占用。

公司在获取客户订单后,由计划部综合评估生产所需的生产、人员和设备,制定相应的生产计划,并安排各个生产车间实施生产;公司对于生产环节制定了专门的管理制度,整个生产流程受到质量管理体系的控制。公司品控部人员负责对产品全生产过程进行监控并对产品的质量进行抽检,产品生产完成后进入仓库质量检测,检验合格后产品进行成品入库,并按照销售订单向客户发货。

公司在生产过程中,除了自身生产产品外,受公司产能限制,会出现仅靠自身生产无法满足订单的时间要求,在这种情况下,公司将部分生产工序交由外协厂商生产,外协厂商必须按照公司制定的质量标准进行生产加工,加工后经验收合格后交给公司。

3、销售模式

(1)销售分布

公司营销中心负责产品销售与市场推广,公司的产品绝大部分销售到美国、欧盟、加拿大、澳洲等国家和地区,少部分在境内销售。报告期内,公司来自境外和境内的主营业务收入分布如下:

项目	2019年度	2018年度	2017年度
金额	金额	金额	金额
境内销售	64,526.19	57,476.46	50,896.91
境外销售	19,135.60	27,738.02	38,466.42
合计	83,661.79	85,214.47	89,363.33

在境外市场,公司产品销售主要采用ODM模式,极少部分采用自有品牌销售。公司与KINGFISHER、BEAULIEU CANADA、ENGINEERED FLOORS和HORNBAACH等国际知名地板品牌商、建材零售商建立了良好的合作关系。公司根据客户的具体需求负责自行开发和设计,并生产开发完成客户确认后按订单生产,由客户自行其品牌在终端市场进行销售。

在境内市场,公司采用ODM模式和以自有品牌销售相结合的方式。

在ODM销售模式下,公司销售按客户的性质可以分为两类:一类是公司向地板品牌商、建材零售商直接销售,公司主要通过参加国内外展会、广上拜访、客户来访、电话和邮件往来以及委托第三方等方式开拓客户,成功后期与客户签署销售合同,为其提供ODM产品;另一类是向贸易商销售,利用贸易商的市场资源,扩大市场份额,公司不直接与地板品牌商、建材零售商签署销售合同,而是与贸易商签署销售合同,贸易商在获取地板品牌商、建材零售商需求后,与公司进行沟通后向公司下达采购订单,公司根据贸易商的要求,生产完成并销售产品时其提供商标自销售,在以自有品牌销售的模式下,公司主要采取直接销售的模式,极少部分采用经销的模式。

报告期内,公司向所有客户的销售均为买断式销售,在产品所有权风险转移给客户时,实现对客户的销售。截至报告期末,最终销售的实现情况,具体如下:

销售模式	销售实现情况	销售实现情况
境内、直接销售	全部实现	全部实现
境内、贸易商销售	全部实现	绝大部分实现
境外、直接销售	全部实现	全部实现
境外、贸易商销售	全部实现	绝大部分实现

对于ODM/OEM销售模式下的直接销售,及自有品牌模式下的直接销售,由于公司直接销售给客户,因此收入确认时已实现最终销售;对于ODM/OEM销售模式下的通过贸易商销售,及自有品牌销售,由于通过经销商销售,存在少量产品在途,贸易商客户/经销商客户还未完成对其客户的产品交付,因此公司未全部实现最终销售。

报告期内,不同的销售模式对应的主营业务收入如下表所示:

销售模式	2019年度	2018年度	2017年度
金额	金额	金额	金额
ODM/OEM模式	69,095.44	69,201.76	69,201.76
自有品牌模式	14,566.35	16,012.71	20,161.57
境内、直接销售	27,212.26	24,111.18	20,363.32
境内、贸易商销售	37,883.18	45,100.28	40,533.59
境外、直接销售	6,917.19	6,941.53	6,941.53
境外、贸易商销售	9,918.41	9,071.18	13,219.94
合计	83,661.79	85,214.47	89,363.33

报告期内,不同的销售模式对应的期末应收账款如下表所示:

销售模式	2019年度	2018年度	2017年度
金额	金额	金额	金额
ODM/OEM模式	18,095.44	17,738.02	18,738.02
自有品牌模式	21,212.26	24,111.18	20,363.32
境内、直接销售	12,473.38	11,111.18	11,111.18
境内、贸易商销售	6,412.80	6,941.53	6,941.53
境外、直接销售	6,917.19	6,941.53	6,941.53
境外、贸易商销售	6,918.41	9,071.18	13,219.94
合计	67,222.26	72,822.26	77,488.88

报告期内,公司应收账款主要采用ODM/OEM模式销售生产,随着公司经营规模的不断扩大,营业收入逐年增加,公司应收账款账面余额也逐年增长。公司主要客户为国外知名的地板品牌商、贸易商或建材零售商,信誉良好,且公司已经与中国出口信用保险公司签订了应收账款的保险合同,进一步降低了应收账款的回收风险。

(2)实物物流和资金流的具体流转情况

1)实物物流

报告期内,公司境内、外市场销售的实物流转存在差异,具体如下:

境外市场:FOB模式,由负责产品生产、安排运输公司将产品运至装运港,产品在装运港装运后,风险转移给客户,公司完成实物交付并确认收入。DDP模式下,除前述FOB模式下的义务外,公司还负责产品运抵目的港后的清关、提货,并安排运输公司运至客户指定地点,完成实物交付并确认收入。

境内市场:公司负责产品生产,根据合同约定,安排运输公司将产品运至合同指定地点,完成实物交付,经客户验收通过后确认收入。

2)资金流

报告期内,公司所有境内、外销售均为买断式销售,由客户根据合同订单约定的付款时间向公司支付货款。

报告期内,绝大部分销售回款由客户直接支付给公司,存在较小比例的销售回款由第三方支付公司,具体详见招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“(一)营业收入分析”。

(3)定价政策

公司主要采用成本加成与随行就市相结合的成本定价,不同产品之间的定价政策无重大差异。制定价格时,一般由财务部根据产品的成本以及利润需求给出定价的参考区间,再由营销中心根据客户的年度订单价以及价格承受能力、结合市场行情,给出初步定价,最后由销售负责人审核并确定最终价格。

(4)客户模式

1)公司主要客户模式

公司成立于2013年12月,成立初期,产销规模相对较小,知名度也较低。2015年度,结合自身实际情况,公司采取与贸易商合作及自身拓展客户双轮驱动的发展策略。经过2016至2019年度几年的发展,公司已具备较大的产销规模,在行业内排名靠前;同时,公司产品性能稳定、质量优良,也得到了各客户认可。因此,目前公司以中大型客户作为目标客户群进行拓展和维护。

截至2019年末,与公司有交易记录的客户累计达100家,其中与公司有活跃往来且金额较大的客户有20余家,其中不乏世界五百强企业KINGFISHER、欧洲地区领先的建材商HORNBAACH等大型客户。

2)报告期内公司主要选择单一大客户模式的原因

目前公司已有若干大客户,未来也将继续以中大型客户作为目标客户群进行拓展和维护。报告期内,同行业可比公司爱丽家居、美洁国际对单一大客户销售占比较高,而公司销售集中度较低,在单一客户销售占比较小。公司未选择单一大客户模式,主要原因是一单一大客户模式的优势并存,存在一定风险,具体如下:

一方面,在单一大客户模式下,因大客户采购总量较大,供应商具备维护双方之间的稳定合作关系并实现较大规模的销售,营销压力较小;其次,单个大客户产品的采购量也较大,使供应商相对容易获得产销各方面的规模效应;此外,大客户自身抗风险能力较强,商业信用较好,供应商的信用风险相对较低。

另一方面,单一客户意味着供应商对客户依赖较大,一旦因贸易政策变化、其他供应生产商等原因导致合作关系中断,供应商短期内找到其他客户难度较大,对持续盈利能力造成不利影响;其次,若供应商在单一大客户采购量的占比较小,通常意味着供应商难以有议价权,若大客户自身业绩承压要求供应商降低销售价格,供应商保持稳定持续的盈利存在不确定性;此外,大客户往往要求供应商对其优先供货,对供应商拓展其他客户也有不利影响。

从公司自身情况看,公司营销能力较强,报告期内陆续新增中大型客户,且公司产品性能稳定、质量优良,得到各客户的认可,与现有客户的价格合作较稳定。报告期内,公司产能总体较为紧张,若采用单一大客户模式,因交易周期等原因势必影响公司与其他现有客户的稳定合作。

综合考虑前述单一大客户模式的优势,以及公司自身情况,公司选择“将鸡蛋放在不同的篮子里”,以稳固与现有中大型客户的关系,积极拓展其他中大型客户作为公司的客户模式,未采用单一大客户模式。

3)产品竞争力情况

报告期内,公司主要产品,包括LVT地板、WPC地板和SPC地板产能性能稳定、质量优良,未因产品质量问题与客户产生重大纠纷。

从产品价格方面看,报告期各期,公司主要产品均价总体略高于爱丽家居,具体如下:

项目	2019年度	2018年度	2017年度
金额	金额	金额	金额
海象新材	61.67	62.74	63.63
爱丽家居	55.23	56.69	57.5