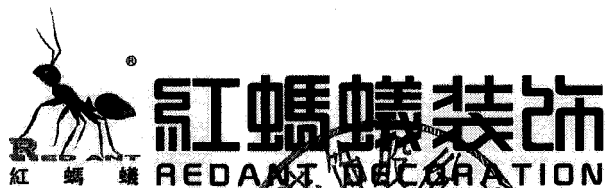


创业板投资风险提示：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。



红蚂蚁装饰股份有限公司

(苏州市姑苏区娄门路246号)

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书（申报稿）

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。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。

保荐人（主承销商）



(苏州工业园区星阳街5号)

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

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

保荐人承诺因其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，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均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者保证。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	本次拟公开发行不超过 3,000 万股，不低于本次公开发行后公司总股本的 25.00%。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
发行后总股本	不超过 12,000 万股
保荐人（主承销商）	东吴证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”部分，并特别注意下列事项。

一、股份锁定承诺

（一）公司控股股东红蚂蚁投资的承诺

“1、自公司股票上市之日起 36 个月内，本公司不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的公司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、本公司所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，本公司减持价格不低于发行价（发行价如遇除权、除息事项，应作相应调整）；

3、公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月；

4、本公司若未履行上述承诺，由此产生的收益将归公司所有，并且将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉；若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领取股东分红（如有）。”

（二）公司股东、董事长、实际控制人之一李荣的承诺

“1、自公司股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司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、上述锁定期届满后，本人在担任董事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，离职后半年内不转让所持有的公司股份；

3、本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（发行价如遇除权、除息事项，应作相应调整）；

4、公司股票上市后6个月内如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期限自动延长6个月；

5、本人若未履行上述承诺，由此产生的收益将归公司所有，并且将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉；若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领取薪酬或股东分红（如有）。”

（三）公司实际控制人之一蔡丹丹的承诺

“1、自公司股票上市之日起36个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司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、本人若未履行上述承诺，由此产生的收益将归公司所有，并且将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉；若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领取薪酬或股东分红（如有）。”

（四）公司合伙企业股东苏恒创投承诺

“1、自公司股票上市之日起36个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接持有的公司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、本企业若未履行上述承诺，由此产生的收益将归公司所有，并且将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉；若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领

取股东分红（如有）。”

（五）公司合伙企业股东瑞苏创投承诺

“1、自公司股票上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接持有的公司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、本企业若未履行上述承诺，由此产生的收益将归公司所有，并且将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉；若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领取股东分红（如有）。”

（六）除李荣、独立董事外的其他董事、高级管理人员的承诺

公司董事、高级管理人员钱士亮、姜寿祥、徐峰、周明星、徐刚承诺：

“1、自公司股票上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司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、上述锁定期届满后，本人在任职期间，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，离职后半年内不转让所持有的公司股份；

3、本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（发行价如遇除权、除息事项，应作相应调整）；

4、公司股票上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的锁定期自动延长 6 个月；

5、本人若未履行上述承诺，由此产生的收益将归公司所有，并且将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉；若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领取

薪酬或股东分红（如有）。”

（七）公司监事承诺

公司监事蔡月华、秦巧云、王丽萍承诺：

“1、自公司股票上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司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、上述锁定期届满后，本人在任职期间，每年转让的股份不超过本人持有公司股份总数的 25%，离职后半年内不转让所持有的公司股份；

3、本人若未履行上述承诺，由此产生的收益将归公司所有，并且将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉；若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领取薪酬或股东分红（如有）。”

二、持有公司 5%以上股份的股东的持股意向及减持意向

公司全体股东承诺不参与原股东公开发售股份。本次发行前持有公司 5%以上股份的股东红蚂蚁投资、李荣、苏恒创投承诺如下：

（一）公司控股股东红蚂蚁投资

“1、本公司在持有的公司股份锁定期满后两年内减持的，每年减持股份数量不超过本公司持有公司股份总数的 25%，减持价格不低于发行价（如遇除权除息事项，上述减持数量和减持价格做相应调整），减持方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等，本公司将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向，本公司持有的公司股份低于 5%时除外；

2、本公司将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》，《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》关于减持的相关规定，并及时、准确地履行信息披露义务；

3、本公司如违反关于持股、减持意向的承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上进行公开道歉。同时在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 30 个交易日内购回该违规卖出的股票，在认定未履行上述承诺的事实发生之日起停止本公司在公司的分红，直至原违规卖出的股票已购回完毕。”

（二）公司实际控制人李荣、蔡丹丹

“1、本人在持有的公司股份锁定期满后两年内减持的，每年减持股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%，减持价格不低于发行价（如遇除权除息事项，上述减持数量和减持价格做相应调整），减持方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等，本人将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向，本人持有的公司股份低于 5%时除外；

2、本人将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》，《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》关于减持的相关规定，并及时、准确地履行信息披露义务；

3、本人如违反关于持股、减持意向的承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上进行公开道歉。同时在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 30 个交易日内购回该违规卖出的股票，在认定未履行上述承诺的事实发生之日起停止本人在公司的分红，直至原违规卖出的股票已购回完毕。”

（三）公司合伙企业股东苏恒创投

“1、本企业在持有的公司股份锁定期满后两年内减持的，每年减持股份数量不超过本企业持有公司股份总数的 25%，减持价格不低于发行价（如遇除权除息事项，上述减持数量和减持价格做相应调整），减持方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等，本企业将在减持前三个交易日通过发行人公告减持意向，本企业持有的公司股份低于 5%时除外；

2、本企业将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》，《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》关于减持的相关规定，并及时、准

确地履行信息披露义务；

3、本企业如违反关于持股、减持意向的承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊上进行公开道歉。同时在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 30 个交易日内购回该违规卖出的股票，在认定未履行上述承诺的事实发生之日起停止本企业在公司的分红，直至原违规卖出的股票已购回完毕。”

三、公司股票上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价的预案及承诺

（一）股价稳定方案启动条件

股价稳定方案启动条件：在公司股票上市之日起三年内，如果公司股票价格连续 20 个交易日的收盘价均低于公司上一个会计年度经审计的除权后每股净资产时，公司将启动稳定股价的方案。

（二）稳定股价措施的具体内容

1、公司回购股份

公司为稳定股价回购股份除应符合相关法律法规的要求外，还应符合下列各项条件：

（1）公司单次用于回购股份的资金不得低于 1,000 万元；

（2）公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%，当本项与第（1）项冲突时，以本项为准；

（3）公司用于回购股份的资金总额累积不超过公司首次公开发行股票所募集资金的总额。

公司回购股份的程序为：

（1）公司董事会应在公司回购股份启动条件触发之日起 10 个交易日内作出回购股份的决议，全体董事在上述董事会上应对公司回购股份的相关议案投赞成票。

（2）公司董事会应当在作出回购股份决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知。

（3）公司股东大会对回购股份方案作出决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过，公司股东红蚂蚁投资、李荣、苏恒创投、瑞苏创投承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（4）公司回购股份应在股东大会决议作出日下一交易日启动，并应在履行相关法定手续后的 3 个月内实施完毕。

（5）公司回购股份方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，在 10 日内依法注销所回购的股份，并办理工商变更登记手续。

公司回购股份的终止条件：

公司董事会公告回购股份方案后，若公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于公司上一个会计年度经审计的除权后每股净资产，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜，且未来 3 个月内不再启动回购股份事宜。

2、控股股东增持股份

公司控股股东在下列条件满足时应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，对公司股票进行增持：

（1）公司回购股份方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日公司股票收盘价格均低于公司上一个会计年度经审计的除权后每股净资产值；

（2）公司回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次触发。

控股股东承诺单次增持总金额不少于 500 万元，但单次增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。

公司控股股东增持股份的程序为：

（1）公司董事会应在控股股东增持启动条件触发之日起 2 个交易日内作出控股股东增持公告；

（2）控股股东应在增持公告日起下一交易日启动增持，并应在履行相关法

定手续后的 3 个月内实施完毕。

公司控股股东增持股份终止条件：

公司控股股东公告增持计划后，若公司股票连续 5 个交易日收盘价均高于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产，控股股东将终止增持股份事宜。

3、董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持股份

在公司任职并领取薪酬的董事（不包括独立董事）、高级管理人员在下列条件满足时应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，对公司股票进行增持：

控股股东增持方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日公司股票收盘价格均低于公司上一个会计年度经审计的除权后每股净资产值。

有义务增持的公司董事、高级管理人员用于增持公司股份的资金不少于其上一年度领取的现金分红和薪酬总和的 30%，但不超过其上一年度领取的现金分红和薪酬总和的 80%。

触发前述启动条件时，有义务增持的董事、高级管理人员不因职务变更、离职等情形而拒绝实施增持义务。公司新聘任董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行股票时董事、高级管理人员已作出的稳定股价的相关承诺。

董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持股份的程序：

（1）公司董事会应在有义务增持的董事、高级管理人员增持启动条件触发之日起 2 个交易日内作出增持公告；

（2）有义务增持的董事、高级管理人员应在增持公告日下一交易日启动增持，并应在履行相关法定手续后的 3 个月内实施完毕。

董事（不包括独立董事）、高级管理人员终止增持股份的条件：

公司董事会作出董事、高级管理人员增持股份的公告后，若公司股票连续 5 个交易日的收盘价均高于公司上一个会计年度经审计的除权后每股净资产，公司

董事、高级管理人员将终止增持股份事宜。

在公司有义务增持的董事、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续 20 个交易日的每日收盘价均低于公司上一个会计年度经审计的除权后每股净资产时，则公司应依照上述方案的规定，依次开展公司回购，控股股东及董事、高级管理人员增持工作。

（三）约束性措施

1、公司承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未按照上述方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报刊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；如果公司董事会未在回购条件满足后 10 个交易日内作出回购股份相关决议的，公司将延期向董事发放 50%的薪酬（津贴），董事同时担任公司其他职务的，公司延期向其发放除基本工资外的其他奖金或津贴，直至董事会审议通过稳定股价预案之日止。公司董事、高级管理人员在公司回购股份决议生效后未按该方案执行的，公司将自稳定股价方案期限届满之日起延期 12 个月发放未按该方案执行的董事、高级管理人员 50%的董事薪酬（津贴）、以及除基本工资外的其他奖金或津贴。

2、公司控股股东承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如其未按照上述方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报刊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；同意公司延期向其支付现金分红，直至其按上述方案的规定采取相应的稳定股价措施实施完毕。

3、董事及高级管理人员承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如其未按照上述方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报刊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；同意公司延期向其支付现金分红、以及除基本工资外的薪酬（津贴），直至其按上述方案的规定采取相应的稳定股价措施实施完毕。

四、关于申报文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏影响发行条件回购新股、购回股份、赔偿投资者损失的承诺

（一）发行人的承诺

“1、本次发行上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对招股说明书的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

2、如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后三十个交易日内，在符合法律、法规、其他规范性文件及公司章程相关规定的前提下，回购首次公开发行的全部新股，回购价格为发行价格加上同期银行存款利息（上述发行价如遇除权、除息事项，应作相应调整）。

3、如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生并能举证证实的损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准。

4、本公司如违反上述承诺，除严格履行最终确定的赔偿方案外，还将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

（二）发行人控股股东红蚂蚁投资的承诺

“1、本次发行上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本公司对招股说明书的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

2、如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后三十个交易日内，在符合法律、法规、其他

规范性文件及公司章程相关规定的前提下，督促发行人回购首次公开发行的全部新股。

3、如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生并能举证证实的损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准。

4、本公司如违反上述承诺，除严格履行最终确定的赔偿方案外，还将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领取股东分红（如有）。”

（三）发行人实际控制人李荣、蔡丹丹的承诺

“1、发行人本次发行上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对招股说明书真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

2、如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后三十个交易日内，在符合法律、法规、其他规范性文件及公司章程相关规定的前提下，督促发行人回购首次公开发行的全部新股。

3、如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生并能举证证实的损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准。

4、本人若违反上述承诺，除严格履行最终确定的赔偿方案外，还将在中国

证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领取薪酬/股东分红（如有）。”

（四）发行人董事、监事、高级管理人员的承诺

“1、发行人本次发行上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对招股说明书的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任；

2、如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生并能举证证实的损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准；

3、本人若违反上述承诺，除严格履行最终确定的赔偿方案外，还将在中国证监会指定报刊上公告相关情况，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并向投资者道歉，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。若未按照司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额依法赔偿的，自赔偿责任成立之日起至赔偿承诺履行完毕不得在公司处领取薪酬或股东分红（如有）。”

五、中介机构出具的相关承诺

保荐机构（主承销商）东吴证券股份有限公司承诺：

“若因本保荐机构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，将依法先行赔偿投资者损失。

如因本保荐机构未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本保荐机构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，给投资者造成实际损失的，本保荐机构将依法赔偿投资者损失。”

审计机构容诚会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

“本所为发行人首次公开发行制作、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。”

发行人律师北京市中伦律师事务所出具承诺：

“本所为发行人本次发行上市制作、出具的上述法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。”

作为中国境内专业法律服务机构及执业律师，本所及本所律师与发行人的关系受《中华人民共和国律师法》的规定及本所与发行人签署的律师聘用协议所约束。本承诺函所述本所承担连带赔偿责任的证据审查、过错认定、因果关系及相关程序等均适用本承诺函出具之日有效的相关法律及最高人民法院相关司法解释的规定。如果投资者依据本承诺函起诉本所，赔偿责任及赔偿金额由被告所在地或发行人本次公开发行股票上市交易地有管辖权的法院确定。”

六、关于失信补救措施的承诺

（一）发行人出具的关于失信补救措施的承诺

“1、如果本公司未履行相关承诺事项，本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿损失。”

（二）发行人控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员出具的关于失信补救措施的承诺

“1、如果本公司/本人未履行相关承诺事项，本公司/本人将在发行人的股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的其他股东和社会公众投资者道歉。

2、如果本公司/本人因未履行上述承诺事项而获得收益的，所得的收益归发行人所有，并将在获得收益的5日内将前述收益支付给发行人指定账户。

3、如果因本公司/本人未履行相关承诺事项，致使发行人或者投资者遭受损失的，本公司/本人将向发行人或者投资者依法承担赔偿责任。”

七、本次发行前滚存利润的分配及发行后的利润分配政策

（一）发行前滚存利润的分配方案

根据2018年度股东大会决议，公司本次公开发行股票前形成的滚存利润由本次公开发行股票后的新老股东按持股比例共同享有。截至2018年12月31日，公司经审计的未分配利润为6,930.74万元。

（二）发行后利润分配政策和现金分红比例

1、《公司章程（草案）》规定的利润分配政策

公司重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展，实行持续、稳定的利润分配政策。根据上市后适用的《公司章程（草案）》，本次发行上市后，公司的股利分配政策如下：

（1）利润分配基本原则

①公司利润分配注重对股东合理的投资回报，每年按当年实现的可分配利润规定比例向股东分配股利；

②公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；

③公司每年将根据当期的经营情况和项目投资的资金需求计划，在充分考虑

股东利益的基础上正确处理公司的短期利益及长远发展的关系，确定合理的股利分配方案；

④存在股东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，以偿还其占用的资金；

⑤公司制定利润分配政策时，应当履行公司章程规定的决策程序。董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，制定明确、清晰的股东回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况；

⑥公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。

（2）利润分配形式：公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利；利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司的持续经营能力；

（3）利润分配的时间间隔：在当年归属于母公司股东的净利润为正且具备分配条件的前提下，公司每年度至少进行一次利润分配，董事会可以结合公司的盈利及资金需求状况提议公司进行中期利润分配；

（4）利润分配的顺序：具备现金分红条件的，公司优先采用现金分红的利润分配方式；

（5）现金分红的条件和比例：除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年公司可供分配利润的 20%。

特殊情况是指：

①遇到战争、自然灾害等不可抗力对公司生产经营造成重大不利影响；

②因国际、国内宏观经济影响引起行业盈利大幅下滑，致使公司净利润比上年同期下降 50%以上；

③公司当年年末资产负债率超过 70%时，公司当年可不进行现金分红；

公司有重大投资计划或重大现金支出（募集资金项目除外）时，公司当年可不进行现金分红。重大投资计划或重大现金支出是指公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产、购买设备、建筑物的累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

④公司累计可供分配利润为负值。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

公司目前发展阶段属于成长期且未来有重大资金投入支出安排，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%。随着公司的不断发展，公司董事会认为公司的发展阶段属于成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的利润分配政策调整的程序提请股东大会决议提高现金分红在本次利润分配中的最低比例。若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

（6）股票股利分配条件：公司经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

2、上市后三年内股东分红回报规划

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《公司章程（草案）》中关于股利分配的政策，增加股利分配决策的透明度，保护投资者利益，公司 2018 年度股东大会审议通过了《首次公开发行股票并在创业板上市后未来三年内分红回报规划》，对未来公司的股利分配作出了细化安排：

（1）公司现金分红的具体条件和比例为，除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年公司可供分配利润的 20%；

公司目前发展阶段属于成长期且未来有重大资金投入支出安排，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%。随着公司的不断发展，公司董事会认为公司的发展阶段属于成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的利润分配政策调整的程序提请股东大会决议提高现金分红在本次利润分配中的最低比例。若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

（2）股票股利分配条件：

公司经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

八、摊薄即期回报采取填补措施的承诺

公司董事、高级管理人员为保证公司填补措施能够得到切实履行作出如下承诺：

“1、本人承诺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、本人承诺对职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺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、若公司后续推出公司股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、自本承诺出具日至公司首次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意接受中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

九、保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见

发行人属于建筑装饰和其他建筑业行业，细分行业为家庭住宅装修装饰行业。未来对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素主要包括房地产调控政策的风险、住宅全装修政策的风险、核心市场相对集中的风险、业务季节性波动的风险等，公司已在本招股书“第四节 风险因素”中进行了分析并完整披露。

通过查阅发行人所处行业政策情况，了解发行人业务开拓情况、研发和人才储备情况、财务状况和募集资金投资项目情况等内容，保荐机构经核查后认为：发行人的经营模式、产品或服务的品种结构未发生重大变化；发行人的行业地位或所处行业的经营环境未发生重大变化；发行人在用的土地使用权等重要资产或技术的取得及使用未发生重大不利变化；发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或有重大不确定性的客户未发生重大依赖；发行人最近一年的净利润未来自合并财务报表范围以外的投资收益；发行人报告期内财务状况良好、盈利能力较强，未来随着募投项目的顺利实施，发行人抵御经营风险的能力将有所增强。根据行业目前政策、行业现状及发行人当前的经营业绩判断，发行人具有良好的发展前景和持续盈利能力。

十、风险因素特别提示

请投资者认真阅读本招股书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别关注其中的以下风险因素：

（一）房地产调控政策的风险

公司所属行业为家庭住宅装修装饰行业，与住宅房地产行业具有一定的相关性。受宏观经济形势、产业政策调控等因素影响，住宅房地产行业具有较强的周期性。近年来为控制住宅房地产的非居住性需求，遏制房价过快上涨，我国陆续出台了一系列房地产调控政策，可能致使房地产市场短期内发展放缓，进而导致家装行业发展面临增速降低的风险。

虽然在城镇化率提高、居民收入水平上升、消费结构升级以及单位家庭人口增长等因素的推动下，近年来家装市场总产值保持了持续提升趋势。但是，如果宏观经济形势发生重大不利变化或政府对住宅房地产调控力度进一步加大，可能对家装行业以及公司的生产经营产生不利影响。

（二）住宅全装修政策的风险

2017年4月住建部发布《建筑业发展“十三五”规划》，提出建筑节能及绿色建筑发展目标，到2020年新开工全装修成品住宅面积达到30%。此后，各地方政府陆续出台了相应的“全装修”地方政策，提高全装修渗透率，未来全装修住宅的供给量将不断增加，新建住宅整体家装的市场需求可能存在下降风险。

新建住宅整体家装服务是公司营业收入的主要来源之一，若公司未来无法进一步扩大在新建住宅家装业务中的市场份额，或针对住宅全装修政策推出的应对措施无法达到预期，公司经营业绩可能将受到不利影响。

（三）劳务用工风险

家装行业项目施工现场的劳务用工人员涉及工种较多且人员流动性较大，公司目前主要采取劳务分包的方式解决劳务用工需求。虽然公司与劳务公司签订的劳务分包合同会明确规定双方的权利与义务，公司也已经建立了严格的现场施工管理制度和操作规范。但如果劳务人员在施工过程中发生安全事故或劳资纠纷

等，公司可能支付经济赔偿甚至被提起诉讼，面临经济损失、品牌和声誉受损的风险。此外，如果未来国家关于劳务分包用工管理的政策发生变化，将对公司业务带来较大影响。

（四）工程质量风险

家装项目设计水平、施工质量与家庭生活品质紧密相关，公司在长三角地区中高端家装市场具备较强品牌知名度，所服务客户群体对设计水平、工程施工质量要求较高。若为客户提供的家装服务出现质量问题，将会对公司的信誉与品牌产生不利影响，进而对公司业绩产生不利影响。

本次募投项目实施后，公司新增旗舰店和城市门店较多。随着公司规模的不间断扩大和业务量的持续增加，如果因为管理不善等原因导致出现重大工程质量问题，将对公司的品牌和后续业绩带来负面影响。

（五）品牌运营风险

凭借 20 年的实体经营经验积累，公司已成为国内家装行业的知名企业，树立了良好的业界口碑。“红蚂蚁”商标于 2015 年被国家工商总局认定为“中国驰名商标”，2016 年“米克罗”商标被认定为“苏州市知名商标”。随着品牌知名度的不断提升，公司面临的商标侵权和不正当竞争行为有所增加。公司通过诉讼等手段积极维护品牌形象，但仍面临不正当竞争方通过冒用商标、字号提供低品质家装服务损害公司品牌和声誉的风险。

（六）税收优惠政策发生变化的风险

公司于 2014 年被认定为高新技术企业，并于 2017 年通过高新技术企业复审。根据《中华人民共和国企业所得税法》、《中华人民共和国企业所得税法实施条例》以及《高新技术企业认定管理办法》等相关规定，报告期内适用 15% 的企业所得税优惠税率。根据《高新技术企业认定管理办法》的相关规定：“高新技术企业资格自颁发证书之日起有效期为三年。企业应在期满前三个月内提出复审申请，不提出复审申请或复审不合格的，其高新技术企业资格到期自动失效”。

如果未来税收优惠政策发生变化，或未能通过高新技术企业资格复审，则公司适用的所得税税率将由 15% 上升至 25%，盈利能力及财务状况将受到一定不

利影响。

（七）成长性风险

报告期内公司收入规模持续增长，保荐机构出具的《发行人成长性专项意见》系基于对公司生产经营的内部环境和外部环境审慎核查后，通过分析公司的历史成长性和现有发展状况作出的判断。公司未来的成长受宏观经济、行业政策、细分领域市场前景、行业技术水平、竞争格局、上下游行业以及公司服务质量、经营管理及内部控制水平等综合因素的影响。如果上述因素出现不利变化，将可能导致公司盈利能力出现波动，从而无法顺利实现预期的成长性，投资者应当关注公司的成长性风险。

目 录

发行人声明	1
本次发行概况	2
重大事项提示	3
一、股份锁定承诺	3
二、持有公司 5%以上股份的股东的持股意向及减持意向	6
三、公司股票上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价的预案及承诺	8
四、关于申报文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏影响发行条件回购新股、购回股份、赔偿投资者损失的承诺	12
五、中介机构出具的相关承诺	14
六、关于失信补救措施的承诺	15
七、本次发行前滚存利润的分配及发行后的利润分配政策	16
八、摊薄即期回报采取填补措施的承诺	19
九、保荐机构对发行人持续盈利能力的核查意见	20
十、风险因素特别提示	21
目 录	24
第一节 释义	29
一、普通术语	29
二、专业术语	30
第二节 概览	32
一、公司概况	32
二、控股股东及实际控制人介绍	33
三、主要财务数据	34
四、募集资金运用	36
第三节 本次发行概况	37
一、本次发行的基本情况	37
二、本次发行的有关当事人	38
三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系	40
四、有关本次发行的重要时间安排	40

第四节 风险因素	41
一、房地产调控政策的风险	41
二、住宅全装修政策的风险	41
三、核心市场相对集中的风险	41
四、业务季节性波动的风险	42
五、市场竞争的风险	42
六、劳务用工风险	42
七、工程质量风险	43
八、品牌运营风险	43
九、税收优惠政策发生变化的风险	43
十、人力资源风险	44
十一、租赁物业风险	44
十二、大股东和实际控制人控制的风险	44
十三、募集资金投资项目实施风险	45
十四、净资产收益率下降的风险	45
十五、前瞻性陈述可能不准确的风险	45
十六、成长性风险	45
第五节 发行人基本情况	47
一、发行人基本情况	47
二、发行人改制重组及设立情况	47
三、发行人股权与组织结构	53
四、发行人控股子公司、参股公司和分公司简要情况	57
五、发起人、实际控制人及持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况 ...	60
六、发行人股本情况	63
七、公司发行内部职工股及工会持股、信托持股、委托持股情况	65
八、员工及其社会保障情况	65
九、控股股东及实际控制人、持有发行人 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况	67
第六节 业务和技术	69

一、公司主营业务概览.....	69
二、发行人所处行业的基本情况.....	81
三、公司的市场竞争地位.....	97
四、公司销售及主要客户的情况.....	109
五、公司采购及主要供应商情况.....	110
六、公司主要固定资产和无形资产情况.....	112
七、公司主要经营资质及特许经营权情况.....	124
八、公司技术和研发情况.....	124
九、公司产品质量控制情况.....	128
十、在境外经营及境外资产状况.....	132
十一、业务发展规划.....	132
第七节 同业竞争与关联交易	136
一、公司独立性情况.....	136
二、同业竞争.....	137
三、关联交易.....	138
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	148
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介.....	148
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有本公司股份情况.....	152
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况.....	154
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年的薪酬情况.....	154
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况.....	155
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系.....	156
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议及履行情况.....	156
八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺及履行情况.....	156
九、董事、监事、高级管理人员任职资格.....	156
十、董事、监事、高级管理人员近两年变动情况.....	156

十一、公司治理的建立健全及运行情况	157
十二、发行人最近三年违法违规情况	165
十三、公司对外投资及资金管理政策	166
十四、资金占用和对外担保情况	169
十五、公司内部控制情况	169
十六、对投资者权益保护情况的制度安排	170
第九节 财务会计信息与管理层分析	173
一、发行人财务报表	173
二、注册会计师意见、财务报表编制的基础、合并报表范围及变化情况	181
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素及相关财务或非财务指标分析	184
四、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况	185
五、重要会计政策和会计估计	185
六、主要税收政策、缴纳的主要税种、执行的税率及税收优惠情况	223
七、分部信息	225
八、非经常性损益明细表	225
九、报告期内主要财务指标	226
十、发行人盈利预测报告披露情况	228
十一、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	228
十二、盈利能力分析	229
十三、财务状况分析	244
十四、现金流量分析	261
十五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺	264
十六、股利分配及发行前滚存利润安排	268
第十节 募集资金运用	273
一、募集资金运用概况	273
二、募集资金投资项目的的基本情况	276
三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响	295
第十一节 其他重要事项	297

一、信息披露及为投资人关系管理.....	297
二、重大合同.....	298
三、公司对外担保情况.....	299
四、重大诉讼或仲裁事项.....	299
五、刑事诉讼.....	300
第十二节 有关声明	301
一、全体董事、监事、高级管理人员声明.....	301
二、保荐人（主承销商）声明.....	302
三、发行人律师声明.....	304
四、审计机构声明.....	305
五、资产评估机构声明.....	306
六、验资机构声明.....	308
七、验资复核机构声明.....	309
第十三节 附件	311
一、附件.....	311
二、查阅地点及时间.....	311

第一节 释义

在本招股书中，除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、普通术语

本公司、公司、发行人、红蚂蚁、股份公司	指	红蚂蚁装饰股份有限公司
红蚂蚁有限、有限公司	指	江苏红蚂蚁装饰设计工程有限公司
红蚂蚁投资	指	红蚂蚁（苏州）投资有限公司
苏恒创投	指	苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）
瑞苏创投	指	苏州瑞苏创业投资管理合伙企业（有限合伙）
文化传媒	指	苏州红蚂蚁文化传媒有限公司
米克罗	指	米克罗装饰（苏州）有限公司
苏州兆丰	指	苏州兆丰电器有限公司
智造家科技	指	苏州智造家住宅科技有限公司
股东大会	指	红蚂蚁装饰股份有限公司股东大会
董事会	指	红蚂蚁装饰股份有限公司董事会
监事会	指	红蚂蚁装饰股份有限公司监事会
高级管理人员	指	总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书
建设部、住建部	指	中华人民共和国住房和城乡建设部。2008年3月15日，根据十一届全国人大一次会议通过的国务院机构改革方案，“建设部”改为“住房和城乡建设部”
设博会	指	中国建筑装饰设计艺术博览会
本次发行	指	本次向社会公众首次公开发行 A 股的行为
保荐机构、东吴证券	指	东吴证券股份有限公司
申报会计师、审计机构、容诚会计师	指	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
华普天健	指	华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）系容诚会计师事务所（特殊普通合伙）更名前的名称
发行人律师、中伦律所	指	北京市中伦律师事务所
评估机构、中水致远	指	中水致远资产评估有限公司
《公司章程》	指	红蚂蚁装饰股份有限公司现行公司章程
《公司章程（草案）》	指	红蚂蚁装饰股份有限公司上市后公司章程
报告期、最近三年	指	2016年、2017年和2018年
《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》

中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
元、万元	指	人民币元、万元

二、专业术语

家装、住宅装饰	指	家庭住宅装修装饰的简称
整体家装	指	以家为单位，以风格、色彩、产品材质、家居布局为主线，以室内整体设计方案贯穿，包含厨房、卫浴、室内门、地板主材等产品，加以装修基础施工（含装修辅材）在内的系统性、个性化定制的整体家居解决方案
住宅全装修	指	基础的设施装修，具体指房屋交付前，所有功能空间的固定面全部铺装或粉刷完成，厨房和卫生间的基本设备全部安装完成
住宅精装修	指	在全装修基础上的进一步提升，具有一定的设计风格，装修档次较全装修更高
公共建筑	指	供人们进行各种公共活动的建筑。一般包括办公建筑、商业建筑、旅游建筑、科教文卫建筑、通信建筑、交通运输类建筑等
公共建筑装饰、公装	指	公共建筑装修装饰的简称
无界家装生态体系	指	品牌理念无界、服务形式无界、项目管理无界、产业链无界的家装新模式
线下体验式服务	指	在热点城市的核心商圈设立门店，并通过在门店内搭建样板间进行装修风格、施工工艺和配套建材的展示
全案设计	指	包含结构设计、水电设计、硬装设计、软装设计、暖通设计、智能设计、景观设计等家装全过程的设计服务
八大风格	指	简欧风格、新古典风格、地中海风格、法式风格、英式风格、美式风格、现代风格、中式风格
量房	指	对业主的房型进行具体的测量、记录
交底	指	就设计、施工要求等信息与业主进行交流、沟通，并明确装修方案
辅材	指	与基础施工密不可分的基础装饰材料，如：板材、油漆、电线、水泥、砂浆等
主材	指	对装饰效果影响较大的、多用于装饰表面的材料，如：地板、墙地砖、洁具、家具等
木作、木作产品	指	家装工程中涉及的内门、壁柜、厨柜、浴室柜、衣帽间、护墙板等木制产品的总称
隐蔽工程	指	在装修中被隐蔽起来，表面上无法看到的施工项目。家庭装修的隐蔽工程主要包括六个方面：给排水工程、电气管线工程、地板基层、护墙板基层、门窗套板基层、吊顶基层

硬装	指	除了必须满足的基础设施以外，为了满足房屋的结构、布局、功能、美观需要，添加在建筑物表面或者内部的固定且无法移动的装饰物
软装	指	装修完毕之后，利用易更换、易变动位置的饰物如家具、饰品、灯饰、布艺、地毯等，对室内的陈设与布置
“红蚂蚁”、“红蚂蚁装饰”	指	公司1999年推出的主要为中高端客户提供全方位住宅装修装饰服务的品牌
“米克罗”、“米克罗别墅装饰”	指	公司2010年推出的针对别墅、大宅装修装饰领域的高端业务品牌
“智造家”、“智造家智能整装”	指	公司2017年推出的定位中小户型公寓的智能整装新品牌
ERP	指	Enterprise Resource Planning（企业资源计划）的简称，整合了企业管理理念、业务流程、基础数据、人力物力、计算机软硬件和软件于一体的企业资源管理系统
CRM	指	Customer Relationship Management（客户关系管理系统）的简称。是以客户数据的管理为核心，利用信息科学技术，实现市场营销、销售、服务等活动自动化，并建立一个客户信息的收集、管理、分析、利用的系统，帮助企业实现以客户为中心的管理模式
SRM	指	Supplier Relationship Management（供应商关系管理系统）的简称。是一种致力于实现与供应商建立和维持长久、紧密伙伴关系的管理思想和软件技术的解决方案
SCM	指	Supply Chain Management（供应链管理系统）的简称。执行供应链中从供应商到最终用户的物流的计划、控制等职能
OA	指	Office Automation（智慧协同办公平台）的简称。是将现代化办公和计算机技术结合起来的一种新型的办公方式

注：本招股书数值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

发行人声明：本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、公司概况

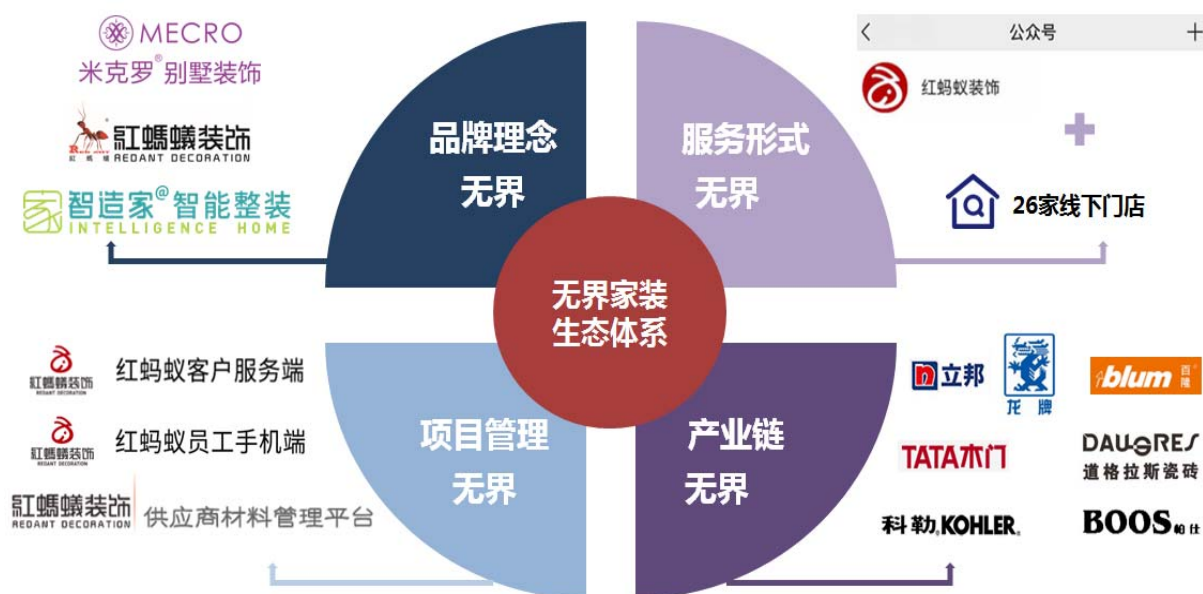
（一）基本情况

公司名称：	红蚂蚁装饰股份有限公司
公司住所：	苏州市姑苏区娄门路 246 号
法定代表人：	李荣
注册资本：	9,000 万元
公司类型：	股份有限公司
有限公司成立日期：	1999 年 3 月 30 日
股份公司成立日期：	2017 年 10 月 19 日
经营范围：	室内外装饰装璜；环境景观艺术、房屋建筑、建筑玻璃幕墙、壁画及雕塑设计、施工；下设家具制造分公司。（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）

（二）公司简介

公司专注于家庭住宅装修装饰领域，专业为客户提供别墅、大宅、公寓从设计到全屋装修的家装服务，具体包括毛坯房、存量房整体家装服务以及精装房软装综合服务。

公司秉承精益求精的苏式工匠精神，以原创时尚的设计理念、低碳环保的施工工艺、一体化的综合配套为基础，坚持持续、渐进式的研发创新及服务提升，凭借 20 年的实体经营经验积累，同时整合智能、便捷、科学的云系统，将线下传统家装与线上智能运营有机结合，构建并持续完善“无界家装生态体系”，打造品牌理念无界、服务形式无界、项目管理无界、产业链无界的家装新模式，在长三角地区中高端家装市场形成了较强品牌优势与市场竞争力。



二、控股股东及实际控制人介绍

（一）控股股东

红蚂蚁投资持有公司 72.00%的股份，为公司控股股东。红蚂蚁投资成立于 2015 年 4 月 13 日，注册资本 3,000 万元，法定代表人为李荣，住所为苏州市人民路 1718 号，经营范围为实业投资、教育产业投资；投资管理、资产管理；企业管理咨询服务。

（二）实际控制人

截至本招股书签署日，红蚂蚁实际控制人为李荣先生和蔡丹丹女士，两人系夫妻关系。李荣先生持有红蚂蚁投资 70.00%的股权，蔡丹丹女士持有红蚂蚁投资 30.00%的股权，两人通过红蚂蚁投资持有公司 72.00%的股份；李荣先生持有苏恒创投 31.59%的出资份额，并担任执行事务合伙人，通过苏恒创投控制公司 7.05%的股份；李荣先生同时直接持有公司 18.00%的股份。李荣先生和蔡丹丹女士直接和间接方式合计控制公司 97.05%的股份。

李荣先生，公司董事长，1973 年 12 月出生，中欧商学院 EMBA，高级经济师，中国国籍，拥有美国永久居留权，为中国建筑装饰协会住宅装饰装修和部品产业分会会长、江苏省装饰装修行业协会副会长兼住宅装饰分会会长、苏州市家庭装饰业商会会长、苏州市装修装饰行业协会副会长、苏州市工商联执委、苏州

市姑苏区工商联副主席；蔡丹丹女士，1978年10月出生，中国国籍，拥有美国永久居留权。

三、主要财务数据

以下财务数据摘自华普天健出具的“会审字[2019]0161号”审计报告，财务指标根据前述审计报告财务数据计算得来。

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动资产总额	37,720.19	45,908.20	37,012.62
非流动资产总额	28,127.45	11,450.80	10,618.59
资产总额	65,847.65	57,359.00	47,631.21
流动负债总额	45,328.60	41,170.86	39,168.35
非流动负债总额	-	-	18.51
负债总额	45,328.60	41,170.86	39,186.86
归属于母公司所有者权益	20,519.04	16,188.14	8,444.35
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	20,519.04	16,188.14	8,444.35

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入	90,947.25	85,513.49	73,775.53
营业利润	7,557.01	5,381.91	5,390.81
利润总额	7,721.75	5,352.12	6,115.76
净利润	6,580.90	4,369.46	5,229.37
归属于母公司所有者的净利润	6,580.90	4,369.46	5,222.64
归属于母公司所有者扣除非经常性损益后的净利润	5,918.92	4,197.16	3,986.21

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	11,892.12	5,326.96	19,339.11
投资活动产生的现金流量净额	-17,572.99	24,296.38	-12,011.32
筹资活动产生的现金流量净额	-2,250.00	2,200.00	-1,435.14
现金及现金等价物净增加额	-7,930.87	31,823.33	5,892.66

(二) 主要财务指标

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	0.83	1.12	0.94
速动比率（倍）	0.80	1.07	0.93
资产负债率（母公司）	67.84%	70.98%	81.25%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产比例	1.01%	1.14%	0.99%
归属于母公司所有者的每股净资产（元/股）	2.28	1.80	6.98
项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次）	47.32	46.03	36.46
存货周转率（次）	36.23	46.40	83.67
息税折旧摊销前利润（万元）	9,250.22	6,254.01	7,719.36
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	1.32	0.59	15.98
每股净现金流量（元/股）	-0.88	3.54	4.87
归属于母公司所有者的净利润（万元）	6,580.90	4,369.46	5,222.64
归属于母公司所有者扣除非经常性损益后的净利润（万元）	5,918.92	4,197.16	3,986.21

四、募集资金运用

本次股票发行的募集资金将用于以下项目的投资建设：

单位：万元

序号	项目名称	总投资	拟使用募集资金
1	营销网络建设项目	31,479.84	31,189.62
2	整体软装展示体验中心建设项目	3,191.20	3,191.20
3	智能仓储物流建设项目	3,022.80	3,022.80
4	研发中心和信息化建设项目	3,168.00	3,168.00
合计		40,861.84	40,571.62

若本次发行实际募集资金净额小于上述投资项目的资金需求总额，资金缺口将通过公司自筹资金予以解决。本次公开发行新股募集资金到位前，根据项目进度情况，公司可以自筹资金进行先期投入，待募集资金到位后再以募集资金置换先期投入的自筹资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A股）
- 2、每股面值：人民币 1.00 元
- 3、发行股数：3,000 万股，占发行后总股本的 25.00%
- 4、每股发行价格：【 】元
- 5、发行市盈率：【 】倍（按照每股发行价格和发行后每股收益计算）
- 6、发行前每股净资产：【 】元/股（按照本公司截至【】年【】月【】日经审计的净资产和发行前总股本计算）
- 7、发行后每股净资产：【 】元（按照本公司截至【】年【】月【】日经审计的净资产及本次募集资金净额和发行后总股本计算）
- 8、发行市净率：【 】倍（按照每股发行价格和发行后每股净资产计算）
- 9、发行方式：采用网下向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，或采用中国证监会认可的其他方式。
- 10、发行对象：符合条件的网下投资者和在深圳证券交易所创业板开户的持有数量非限售股份的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）。
- 11、承销方式：余额包销
- 12、预计募集资金总额：【 】万元
- 13、预计募集资金净额：【 】万元
- 14、发行费用概算：

序号	项目	金额（万元）
1	承销及保荐费用	【 】
2	审计、评估及验资费用	【 】

序号	项目	金额（万元）
3	律师费用	【 】
4	发行手续及信息披露等费用	【 】

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：红蚂蚁装饰股份有限公司

法定代表人：李荣

住所：苏州市姑苏区娄门路 246 号

电话：0512-67720787

传真：0512-67720897

联系人：姜寿祥

（二）保荐人（主承销商）：东吴证券股份有限公司

法定代表人：范力

住所：苏州工业园区星阳街 5 号

电话：0512-62938567

传真：0512-62938500

保荐代表人：王新、陈磊

项目协办人：崔鹏飞

项目组其他成员：李强、冯颂、李航

（三）发行人律师：北京市中伦律师事务所

负责人：张学兵

住所：北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 33、36、37 层

电话：010-59572288

传真：010-65681022/1838

经办律师：顾峰、项瑾

（四）会计师事务所：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：肖厚发

住所：北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26

电话：010-66001391

传真：010-66001392

签字注册会计师：宋文、俞国徽

（五）资产评估机构：中水致远资产评估有限公司

法定代表人：肖力

住所：北京市海淀区上园村 3 号知行大厦七层 737 室

电话：010-62169669

传真：010-62196466

签字资产评估师：周炯、徐向阳

（六）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

住所：深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

（七）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

住所：深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-82083333

传真：0755-82083164

（八）收款银行：中国建设银行苏州分行营业部

户名：东吴证券股份有限公司

账号：32201988236052500135

三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、有关本次发行的重要时间安排

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

第四节 风险因素

一、房地产调控政策的风险

公司所属行业为家庭住宅装修装饰行业，与住宅房地产行业具有一定的相关性。受宏观经济形势、产业政策调控等因素影响，住宅房地产行业具有较强的周期性。近年来为控制住宅房地产的非居住性需求，遏制房价过快上涨，我国陆续出台了一系列房地产调控政策，可能致使房地产市场短期内发展放缓，进而导致家装行业发展面临增速降低的风险。

虽然在城镇化率提高、居民收入水平上升、消费结构升级以及单位家庭人口增长等因素的推动下，近年来家装市场总产值保持了持续提升趋势。但是，如果宏观经济形势发生重大不利变化或政府对住宅房地产调控力度进一步加大，可能对家装行业以及公司的生产经营产生不利影响。

二、住宅全装修政策的风险

2017年4月住建部发布《建筑业发展“十三五”规划》，提出建筑节能及绿色建筑发展目标，到2020年新开工全装修成品住宅面积达到30%。此后，各地方政府陆续出台了相应的“全装修”地方政策，提高全装修渗透率，未来全装修住宅的供给量将不断增加，新建住宅整体家装的市场需求可能存在下降风险。

新建住宅整体家装服务是公司营业收入的主要来源之一，若公司未来无法进一步扩大在新建住宅家装业务中的市场份额，或针对住宅全装修政策推出的应对措施无法达到预期，公司经营业绩可能将受到不利影响。

三、核心市场相对集中的风险

由于我国区域经济、城市规模和发展程度不均衡，不同区域的家装行业市场需求存在一定差异，呈现一定的区域性特征。行业内大型家装企业，大多依托区域内的核心城市，凭借优良的工程品质、严谨的内部管理、并与知名建材供应商构建稳定的合作关系，逐步赢得客户口碑、占领市场。从全国区域布局来看，具有较高知名度的大型家装企业主要分布在长三角经济区、环渤海经济圈、珠三角

地区，业务区域相对集中。

报告期内，公司业务集中在长三角地区，收入来源以苏州为主，在苏州地区的主营业务收入分别为 62,980.53 万元、73,239.92 万元和 77,249.62 万元，占主营业务收入的比重分别为 85.81%、85.90%和 85.38%，核心市场相对集中。若长三角地区市场规模或行业政策发生较大不利变化，将对公司的经营业绩产生负面影响。未来如果长三角地区外市场拓展不达预期，短期内公司收入核心市场相对集中的特征将难以消除。

四、业务季节性波动的风险

公司主要面向家庭客户提供家装服务，春节等重要传统节日对客户的装修计划、工地现场施工会产生一定影响，大部分客户会要求在春节前完成施工或者推迟施工计划；另外，长江中下游地区的梅雨气候对木工、油漆等工程施工存在一定影响，五、六月工程施工量会相对较低。因此，家装公司不同季度的经营业绩表现并不均匀，行业呈现明显的季节性特征。

公司经营业绩季节性特征较为明显，可能出现单季度的利润较少甚至可能发生亏损的情况。鉴于公司生产经营的季节性特点，发行人提醒投资者不能简单地以公司某季度或中期的财务数据来推算全年的经营成果及财务状况。

五、市场竞争的风险

我国家装市场空间广阔，家装企业数量众多，市场集中度较低，竞争充分。与此同时，在万亿级市场规模吸引下，众多互联网企业、家居建材连锁企业等跨行业公司纷纷进入，对传统专业家装公司形成了一定的竞争压力。虽然公司构建并持续完善“无界家装生态体系”，将线下传统家装与线上智能运营有机结合，在品牌形象、服务模式、运营管理和服务布局形成了一定的核心竞争优势。但是随着家装市场的竞争日益加剧，若公司未来不能准确把握市场和行业发展机遇，持续推进技术和商业模式创新，可能将面临持续盈利能力下降的风险。

六、劳务用工风险

家装行业项目施工现场的劳务用工人员涉及工种较多且人员流动性较大，公

司目前主要采取劳务分包的方式解决劳务用工需求。虽然公司与劳务公司签订的劳务分包合同会明确规定双方的权利与义务，公司也已经建立了严格的现场施工管理制度和操作规程。但如果劳务人员在施工过程中发生安全事故或劳资纠纷等，公司可能支付经济赔偿甚至被提起诉讼，面临经济损失、品牌和声誉受损的风险。此外，如果未来国家关于劳务分包用工管理的政策发生变化，将对公司业务带来较大影响。

七、工程质量风险

家装项目设计水平、施工质量与家庭生活品质紧密相关，公司在长三角地区中高端家装市场具备较高品牌知名度，所服务客户群体对设计水平、工程施工质量要求较高。若为客户提供的家装服务出现质量问题，将会对公司的信誉与品牌产生不利影响，进而对公司业绩产生不利影响。

本次募投项目实施后，公司新增旗舰店和城市门店较多。随着公司规模的不间断扩大和业务量的持续增加，如果因为管理不善等原因导致出现重大工程质量问题，将对公司的品牌和后续业绩带来负面影响。

八、品牌运营风险

凭借 20 年的实体经营经验积累，公司已成为国内家装行业的知名企业，树立了良好的业界口碑。“红蚂蚁”商标于 2015 年被国家工商总局认定为“中国驰名商标”，2016 年“米克罗”商标被认定为“苏州市知名商标”。随着品牌知名度的不断提升，公司面临的商标侵权和不正当竞争行为有所增加。公司通过诉讼等手段积极维护品牌形象，但仍面临不正当竞争方通过冒用商标、字号提供低品质家装服务损害公司品牌和声誉的风险。

九、税收优惠政策发生变化的风险

公司于 2014 年被认定为高新技术企业，并于 2017 年通过高新技术企业复审。根据《中华人民共和国企业所得税法》、《中华人民共和国企业所得税法实施条例》以及《高新技术企业认定管理办法》等相关规定，报告期内适用 15% 的企业所得税优惠税率。根据《高新技术企业认定管理办法》的相关规定：“高新技术企业

资格自颁发证书之日起有效期为三年。企业应在期满前三个月内提出复审申请，不提出复审申请或复审不合格的，其高新技术企业资格到期自动失效”。

如果未来税收优惠政策发生变化，或未能通过高新技术企业资格复审，则公司适用的所得税税率将由 15%上升至 25%，盈利能力及财务状况将受到一定不利影响。

十、人力资源风险

公司历来重视人力资源储备，经过多年积累，在设计研发、工程施工管理等重要岗位上已培育出一批业务能力和管理能力突出的骨干人才，并形成了一定的人力资源竞争优势。然而，随着行业竞争加剧，业内企业之间对优秀人才的激烈争夺使公司面临人才流失的风险，进而对公司的人力资源竞争优势造成不利影响。如果公司的人才培养措施和相应的激励机制不能满足公司快速发展需求和人才自身发展诉求，公司的后续发展将受到不利影响。

公司从事家装业务，现场施工人员使用量较大且需要具有专业劳动技能，具备一定的劳动密集型特点。在我国老龄化加速的背景下，企业用人需求增长与市场供应短缺的矛盾将越来越突出，未来劳动力成本上涨压力较大。若未来出现劳动力供应不足以及劳动力成本不断上涨较快的情形，将对公司的生产经营造成一定压力。

十一、租赁物业风险

截至本招股书签署日，公司大部分门店主要采用租赁的方式取得，虽然其可替代性较强，但租赁期内如果出现出租方无法将房产继续租赁给本公司或该等物业遭到拆除等情形，而公司未能及时重新租赁场所，则可能对公司的经营活动产生一定的不利影响。

十二、大股东和实际控制人控制的风险

本次发行完成前，公司总股本为 9,000 万股，李荣、蔡丹丹夫妇直接和间接控制公司 97.05%的表决权，系公司的实际控制人。本次发行完成后，李荣、蔡丹丹夫妇仍将处于绝对控股地位。公司建立了较为完善的治理结构及内部控制制

度，但仍不能排除实际控制人可能利用其控制地位，通过行使表决权对公司发展战略、生产经营决策、人事安排和利润分配等重大事宜实施影响，存在损害公司及其他股东利益的风险。

十三、募集资金投资项目实施风险

本次募集资金投资项目是公司基于当前经济形势、产业政策、行业发展趋势、公司所处发展阶段和经营状况审慎决策的，进行了充分的可行性论证，预期能产生良好的经济效益。但在项目具体实施过程中，可能受到市场环境变化、产业政策变化以及工程进度、门店盈利状况等变化因素的影响，导致项目实施进度和效果不理想，使公司面临募投项目效益不达预期的风险。

十四、净资产收益率下降的风险

完成本次公开发行后，公司净资产规模将有较大幅度的增加。由于募集资金投资项目有一定的实施周期，且达到预期效益需一定时间；另外，募集资金的投入将产生一定的固定资产折旧、无形资产及装修费用摊销，因此本次发行后，公司净资产收益率可能会面临在短期内下降的风险。

十五、前瞻性陈述可能不准确的风险

本招股书中的前瞻性陈述涉及公司未来发展规划、业务发展目标、技术开发、盈利能力等方面的预期或相关讨论，尽管公司相信该等预期或讨论所依据的假设是审慎、合理的，但仍提醒投资者注意这些预期或讨论涉及的风险和不确定性，本招股书中的任何前瞻性陈述，不应视为公司的承诺或声明。

十六、成长性风险

报告期内公司收入规模持续增长，保荐机构出具的《发行人成长性专项意见》系基于对公司生产经营的内部环境和外部环境审慎核查后，通过分析公司的历史成长性和现有发展状况作出的判断。公司未来的成长受宏观经济、产业政策、细分领域市场前景、行业技术水平、竞争格局、上下游行业以及公司服务质量、经营管理及内部控制水平等综合因素的影响。如果上述因素出现不利变化，将可能

导致公司盈利能力出现波动，从而无法顺利实现预期的成长性，投资者应当关注公司的成长性风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：红蚂蚁装饰股份有限公司

英文名称：Redant Decoration Co., Ltd.

法定代表人：李荣

有限公司成立日期：1999年3月30日

股份公司成立日期：2017年10月19日

公司住所：苏州市姑苏区娄门路246号

注册资本：9,000万元

邮政编码：215006

联系电话：0512-67720787

传真：0512-67720897

互联网网址：www.hmyzs.com

电子信箱：hmyzq@hmyzs.com

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：姜寿祥

信息披露和投资者关系负责人联系电话：0512-67720787

二、发行人改制重组及设立情况

（一）有限公司设立情况

有限公司成立于1999年3月30日，设立时注册资本50万元，李荣认缴30万元，苏立树认缴20万元。1999年3月24日，经嘉泰联合会计师事务所“嘉会内验字(1999)第029号”《验资报告》审验，有限公司设立时注册资本为50万

元，股东全部以现金出资。1999年3月30日，有限公司完成工商登记，取得苏州市工商行政管理局核发的3205002191535号《企业法人营业执照》。

（二）股份公司设立情况

股份公司系江苏红蚂蚁装饰设计工程有限公司整体变更设立。2017年9月25日，红蚂蚁有限股东会审议通过，以截至2017年5月31日经审计的账面净资产15,077.52万元为基础，按1:0.5969的比例折成股本9,000万股，余额计入资本公积，将红蚂蚁有限整体变更设立为股份有限公司。

2017年10月10日，公司召开创立大会，审议通过有限公司整体变更为股份公司的折股方案，同日，经华普天健出具的“会验字[2017]4473号”《验资报告》审验，各股东以净资产出资9,000万元。2017年10月19日，红蚂蚁有限完成整体变更为股份公司的工商变更登记。

整体变更完成后，公司的股本结构如下：

单位：万股，%

股东名称	股份数	持股比例
红蚂蚁投资	6,480.00	72.00
李荣	1,620.00	18.00
苏恒创投	634.50	7.05
瑞苏创投	265.50	2.95
合计	9,000.00	100.00

公司对2017年度及以前年度部分完工项目截至资产负债表日的项目状态未及时更新、成本暂估差异等情形进行了检查，对收入、成本等事项进行了追溯调整，相应调整了整体变更为股份公司基准日相关资产和负债的账面价值，截止2017年5月31日（股改基准日）上述调整前的净资产为15,077.52万元，调整后净资产为12,837.49万元（不包括其他综合收益）。

2018年6月8日，华普天健出具的《关于红蚂蚁装饰股份有限公司前期会计差错更正对股改基准日净资产影响的说明》载明：截至股改基准日2017年5月31日，“调整后公司的净资产为12,837.49万元（不包括其他综合收益），折合股份总额9,000万股，每股面值1元，共计股本人民币9,000.00万元，净资产大

于折股部分 3,837.49 万元计入资本公积。本次审计调整不改变本所出具的会验字 [2017]4473 号验资报告中确认的注册资本和实收资本金额即 9,000 万元，每股面值 1 元，但股东以净资产折股后计入资本公积的金额减少 2,240.03 万元，其中 2,101.44 万元系追溯调整所致，138.59 万元系本次以净资产折股未纳入其他综合收益，最终折股后资本公积变更为 3,837.49 万元。”

2018 年 6 月 30 日，公司召开 2017 年度股东大会审议通过《关于调整股改净资产的议案》，对上述调整事项进行确认。独立董事发表独立意见，认为上述调整不影响发行人股本总额，未损害公司和中小股东利益。同日，全体发起人重新签署修订后的《发起人协议》，对上述调整进行确认。

公司股改基准日净资产调整不影响股改后的股本总额，对发行人整体改制未产生实质影响，不影响发行人股改设立的有效性，未损害公司、股东和债权人利益。

（三）发起人

公司由红蚂蚁有限以整体变更方式设立，原红蚂蚁有限的全体股东即为公司的发起人，整体变更时发起人及股本结构如下：

单位：万股，%

序号	股东姓名/名称	股份数	持股比例
1	红蚂蚁投资	6,480.00	72.00
2	李荣	1,620.00	18.00
3	苏恒创投	634.50	7.05
4	瑞苏创投	265.50	2.95
合计		9,000.00	100.00

（四）资产重组情况

公司设立以来共发生三次资产重组，均未构成重大资产重组，基本情况如下：

1、受让文化传媒 100%股权

（1）文化传媒基本情况

文化传媒注册资本为 10 万元，住所为苏州市干将东路 177 号，经营范围为

承接国内展会、展览策划、设计、制作、发布；广告策划、设计、制作、代理及发布（户外）业务；庆典及活动策划。受让前文化传媒股权结构如下：

单位：万元，%

股东名称	出资额	出资比例
蔡丹凤	10.00	100.00
合计	10.00	100.00

（2）受让文化传媒 100%股权情况

①受让文化传媒股权履行的程序

2014年10月31日，文化传媒股东蔡丹凤作出决定同意出让其持有的文化传媒的全部股权。2014年11月11日，红蚂蚁有限与蔡丹凤签订《股权转让协议》，按照1元/注册资本的价格受让文化传媒全部股权。2014年11月12日，文化传媒完成了本次股权转让的工商变更登记，成为红蚂蚁有限全资子公司。

②受让股权原因

公司受让文化传媒股权主要是为了增强公司活动及宣传的策划能力，推动装修业务的品牌建设和项目承接。

2、受让智造家科技 100%股权

（1）智造家科技基本情况

智造家科技注册资本为500万元，住所为苏州高新区木桥街27号，经营范围为（住宅家居智能、新型材料、施工工艺）技术研发，技术服务，技术咨询，技术转让；建材批发、零售。受让前股权结构如下：

单位：万元，%

股东名称	出资额	出资比例
红蚂蚁投资	500.00	100.00
合计	500.00	100.00

（2）受让智造家科技 100%股权情况

①受让智造家科技股权履行的程序

2016年6月9日，红蚂蚁有限股东会通过决议同意受让智造家科技100%股权。2016年6月10日，智造家科技股东红蚂蚁投资作出决定，同意出让其持有的智造家科技的全部股权，同日，红蚂蚁有限与红蚂蚁投资签订了《股权转让协议》，按照1元/注册资本的价格受让智造家科技全部股权，股权转让价格参考智造家科技截至2016年5月31日的每股净资产确定。2016年8月5日，智造家科技完成本次股权转让的工商变更登记。

②受让股权原因

公司受让智造家科技全部股权，主要是为了解决公司与控股股东红蚂蚁投资之间可能存在的同业竞争。

3、增资及受让苏州兆丰股权

（1）苏州兆丰基本情况

苏州兆丰注册资本为1,700万元，住所为苏州高新区木桥街27号，经营范围为生产销售：电器开关、电子元件、灯具、家具、家居用品（以上生产项目不含橡胶、塑料及危化品）；装饰装潢工程施工；自有厂房出租；物业管理。

（2）增资及受让苏州兆丰股权情况

①红蚂蚁有限第一次增资

红蚂蚁有限第一次增资前，苏州兆丰注册资本为258万元，股权结构如下：

单位：万元，%

股东名称	出资额	出资比例
蔡惠伦	158.00	61.24
李荣	100.00	38.76
合计	258.00	100.00

2007年11月6日，经苏州兆丰股东会审议通过，注册资本由258万元增至700万元，新股东红蚂蚁有限认缴新增注册资本442万元。2007年11月9日，

经苏州明诚会计师事务所有限公司“苏州明诚验字[2007]276号”《验资报告》审验，苏州兆丰本次新增注册资本为442万元，苏州兆丰已收到股东缴纳的新增注册资本。2007年12月12日，苏州兆丰完成了本次增资的工商变更登记。

本次增资完成后，苏州兆丰的股权结构如下：

单位：万元，%

股东名称	出资额	出资比例
红蚂蚁有限	442.00	63.14
蔡惠伦	158.00	22.57
李荣	100.00	14.29
合计	700.00	100.00

②红蚂蚁有限第二次增资

2015年7月22日，经苏州兆丰股东会审议通过，注册资本由700万元增至1,700万元，股东红蚂蚁有限、蔡惠伦、李荣分别认缴新增注册资本631.38万元、225.69万元、142.93万元。2015年8月7日，苏州兆丰完成了本次增资的工商变更登记。

本次增资完成后，苏州兆丰的股权结构如下：

单位：万元，%

股东名称	出资额	出资比例
红蚂蚁有限	1,073.38	63.14
蔡惠伦	383.69	22.57
李荣	242.93	14.29
合计	1,700.00	100.00

③红蚂蚁有限受让苏州兆丰少数股权

2016年6月8日，中水致远出具了《江苏红蚂蚁装饰设计工程有限公司拟收购苏州兆丰电器有限公司36.86%股权项目资产评估报告》（中水致远评报字[2016]第2419号），为红蚂蚁有限受让蔡惠伦、李荣持有的苏州兆丰股权提供价值参考。经评估，苏州兆丰截至评估基准日2016年5月31日的净资产总额为2,537.00万元。

2016年6月9日，红蚂蚁有限股东会通过决议同意受让苏州兆丰36.86%股权。2016年6月10日，苏州兆丰股东会通过决议，同意红蚂蚁有限分别按照572.60万元、362.54万元受让蔡惠伦、李荣持有的苏州兆丰22.57%股权、14.29%股权。同日，红蚂蚁有限与蔡惠伦、李荣分别签订了《股权转让协议》。

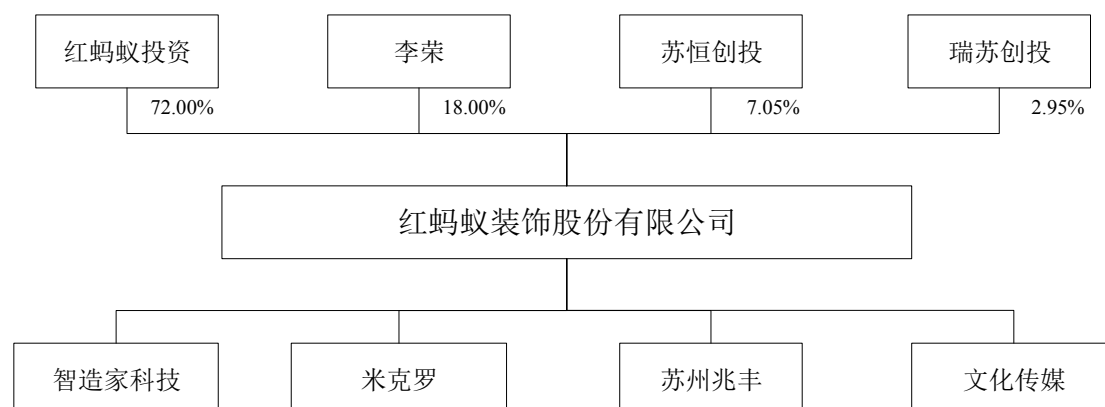
④取得苏州兆丰100%股权原因

红蚂蚁有限增资苏州兆丰及受让苏州兆丰少数股权后，苏州兆丰成为公司全资子公司，作为公司的木制品加工基地，使公司产业链更加完整。

三、发行人股权与组织结构

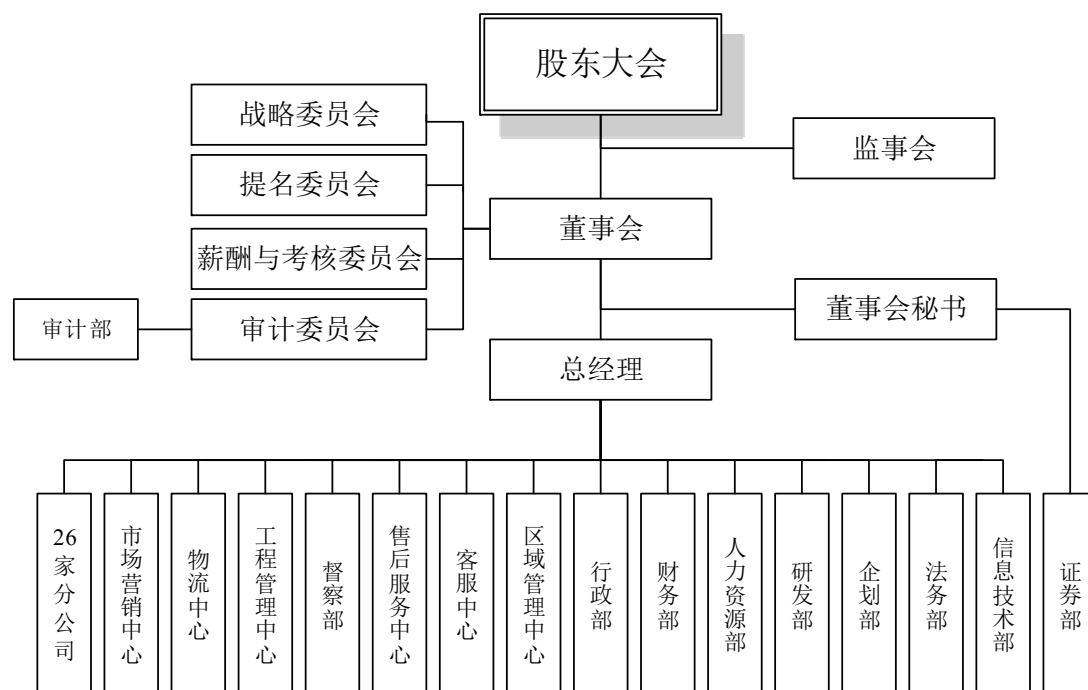
（一）发行人股权结构图

截至本招股书签署日，公司股权结构图如下：



（二）发行人组织结构图

截至本招股书签署日，公司组织结构图如下：



（三）发行人各职能部门的主要职责

1、市场营销中心

市场营销中心负责公司业务规划，建立与维护客户开发渠道；负责市场调研和开拓，开发方案的制定、安排和实施；负责建立与维护业务部门的管理条例并监督执行。

2、物流中心

公司物流中心下设采供部，该部门负责甄选推荐合格的供应商、下达采购订单、执行采购业务；下设仓储部，负责存货的日常管理及原料验收入库等；下设质检部，负责原料入库检验、完工产品入库检验、产品销售出库检验等。

3、工程管理中心

工程管理中心主要负责安排与监督项目报价、评审、签约和交底工作；分配施工任务，组建项目团队；对在建项目进行检查、监督和指导；负责竣工前的内

部检查验收、竣工资料的核查；组织对项目人员的绩效进行考评；编写、制作“施工工艺规范”和“安全生产规范”等系列企业标准，并组织推广、执行等。

4、督察部

督察部持续对设计合同执行、工程施工质量、采购配套效率、售后服务情况等进行巡回抽样督察。根据督察结果，对业务执行不到位情形进行通报并要求执行部门限期整改，持续提升业务质量，提高客户满意度。

5、售后服务中心

售后服务中心主要负责建立、推行与维护公司售后服务体系和内部管理制度；负责售后客户关系管理及服务质量控制；负责售后服务中心人员培训与绩效考核等工作。

6、客服中心

客服中心主要负责建立、推行与维护公司客户服务体系和内部管理制度；负责客户信息管理、更新与维护；负责客户关系管理及服务质量控制，受理客户投诉；负责分公司客服人员培训与绩效考核等工作。

7、区域管理中心

区域管理中心主要负责对所辖区域的分公司进行日常事务管理和协调，执行公司下达的相关制度、文件，促进辖区分公司的业绩增长及良好运作。为公司政策及制度的拟定，提供参考建议。

8、行政部

行政部主要负责公司内部的行政管理工作，具体包括企业各类证书管理，安保、消防管理工作；物业管理；无形资产申报及管理；公司档案管理；人员从业资格及职称管理。

9、财务部

财务部主要负责建立和完善公司的财务核算体系和财务管理制度；成本控制、监督；编制各类财务报表；提供融资方案，筹措公司生产经营资金；资金的

安排及调度；纳税事务；编制财务预算，并监督预算执行。

10、人力资源部

人力资源部主要负责人力资源规划、人员录用等手续的办理；薪酬福利体系的设计、员工培训计划的制定与实施；绩效考核；劳动合同等档案管理。

11、研发部

研发部下设工艺提升部、设计研发部、产品研发部、实验检测部、成果转化部、专家委员会，负责施工工艺、设计风格、木作产品的研发及技术创新的实施。

12、企划部

企划部负责管理创新的研究与实施；品牌定位、价值诉求提炼；企业文化工作；公共关系建设与公关危机应对。

13、法务部

法务部主要负责提供法律咨询、处理诉讼问题；合约条款合规性审核；对外投资、担保、企业并购法律风险评估。

14、信息技术部

信息技术部主要负责协助信息化建设的总体规划及信息化系统选型工作，负责信息化项目实施工作的日常管理，负责调研各部门的信息化需求并汇总各种报表，配合执行公司内控流程标准化、信息化，负责公司网络及信息日常管理及培训。

15、证券部

证券部主要负责准确及时地向监管机构报告公司的生产经营情况、重大事项以及其他相关信息；按规范要求披露公司信息。与证券登记结算中心保持联络和沟通，及时了解不断变化的股东信息；根据公司章程的有关规定，组织召开公司董事会和股东大会，妥善保管各项会议文件和会议记录。

16、审计部

审计部主要负责制定公司的内部审计制度并组织实施；负责内部审计与外部

审计之间的沟通；监督公司的财务信息及其披露；负责对公司及下属各公司的财务收支及其有关的经济活动进行审计；对公司及下属公司内部控制制度的健全性和有效性进行评审等工作。

四、发行人控股子公司、参股公司和分公司简要情况

截至本招股书签署日，公司拥有苏州智造家住宅科技有限公司、米克罗装饰（苏州）有限公司、苏州兆丰电器有限公司和苏州红蚂蚁文化传媒有限公司 4 家全资子公司、26 家分公司。此外，公司无其他控股、参股公司。

（一）控股子公司

1、苏州智造家住宅科技有限公司

苏州智造家住宅科技有限公司基本情况如下：

成立时间	2015 年 5 月 28 日	注册资本（万元）	500	
住所	苏州高新区木桥街 27 号			
经营范围	（住宅家居智能、新型材料、施工工艺）技术研发，技术服务，技术咨询，技术转让；建材批发、零售。（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）			
股东名称		持股比例		
红蚂蚁装饰股份有限公司		100.00%		
主要财务数据（万元）	总资产	净资产	营业收入	净利润
2018 年 12 月 31 日/ 2018 年度	1,123.58	519.65	-	-41.12

2、米克罗装饰（苏州）有限公司

米克罗装饰（苏州）有限公司基本情况如下：

成立时间	2017 年 3 月 16 日	注册资本（万元）	1,000	
住所	苏州工业园区四季路 1 号李公堤三期 28 幢			
经营范围	室内外装饰装修工程、环境工程、景观工程、房屋建筑工程、幕墙工程、雕塑工程的设计与施工。（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）			
股东名称		持股比例		
红蚂蚁装饰股份有限公司		100.00%		
主要财务数据（万元）	总资产	净资产	营业收入	净利润

2018年12月31日/ 2018年度	-	-	-	-
------------------------	---	---	---	---

3、苏州兆丰电器有限公司

苏州兆丰电器有限公司基本情况如下：

成立时间	2002年8月21日	注册资本（万元）	1,700	
住所	苏州高新区木桥街27号			
经营范围	生产销售：电器开关、电子元件、灯具、家具、家居用品（以上生产项目不含橡胶、塑料及危化品）；装饰装修工程施工；自有厂房出租；物业管理。（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）			
股东名称		持股比例		
红蚂蚁装饰股份有限公司		100.00%		
主要财务数据（万元）	总资产	净资产	营业收入	净利润
2018年12月31日/ 2018年度	1,319.12	1,255.12	220.26	-19.29

4、苏州红蚂蚁文化传媒有限公司

苏州红蚂蚁文化传媒有限公司基本情况如下：

成立时间	2006年11月3日	注册资本（万元）	10	
住所	苏州市干将东路177号			
经营范围	承接国内展会、展览策划、设计、制作、发布；广告策划、设计、制作、代理及发布（户外）业务；庆典及活动策划（涉及行政许可的凭许可证经营）			
股东名称		持股比例		
红蚂蚁装饰股份有限公司		100.00%		
主要财务数据（万元）	总资产	净资产	营业收入	净利润
2018年12月31日/ 2018年度	62.86	62.54	22.11	5.46

（二）分公司

截至本招股书签署日，发行人分公司的基本情况如下：

序号	分公司名称	成立日期	注册地址
1	干将东路分公司	2002.04.19	苏州市平江区干将东路177号
2	住宅装饰设计院	2002.08.29	苏州市干将东路177号

序号	分公司名称	成立日期	注册地址
3	养育巷分公司	2003.03.07	苏州市养育巷 90 号
4	昆山分公司	2004.04.19	昆山市玉山镇环城北路 114 号
5	无锡分公司	2006.12.04	无锡市梁清路 555 号
6	南京分公司	2007.02.01	南京市建邺区水西门大街 295 号
7	无锡滨湖分公司	2007.09.12	无锡市梁清路 555-401
8	吴江分公司	2007.10.12	吴江市松陵镇仲英大道 349 号
9	常熟分公司	2007.11.05	常熟市李闸路 65 号
10	干将西路分公司	2008.06.06	苏州市干将西路 1359 号 1-7 号
11	米克罗分公司	2010.08.25	苏州工业园区四季路 1 号李公堤三期 28 幢
12	家居文化创意产业中心	2010.08.30	苏州市高新区木桥街 27 号
13	智造家分公司	2010.08.31	苏州市姑苏区宝带西路 1177 号 世茂生活广场 2 号楼 1 层 104 商铺
14	建筑装饰分公司	2010.10.28	苏州市娄门路 246 号
15	张家港分公司	2011.02.18	张家港市杨舍镇万红三村 20 幢 101-201 室
16	无锡蠡湖分公司	2012.09.29	无锡市滨湖区天鹅湖花园 C 区 1-6-7-8
17	太仓分公司	2013.03.29	太仓市郑和中路 376 号 塞纳丽舍 20 幢 3 号商铺
18	宜兴分公司	2014.09.05	宜兴市宜城街道枫隐路 103 号、105 号
19	江阴分公司	2014.09.16	江阴市延陵路 578-3, 578-4 号
20	扬州分公司	2014.11.10	扬州市邗江北路 83 号香水湾 2 幢 107
21	泰州分公司	2015.01.08	泰州市永兴路 33 号荣御蓝湾 48-101
22	南通分公司	2015.02.02	南通市崇川区北濠桥路 99 号棉麻仓库 1 号
23	江宁分公司	2017.09.20	南京市江宁区天元东路 228 号莱茵量子国际 项目商铺 110、111、112 室（高新园）
24	科技家居文创园	2018.04.25	苏州市娄门路 246 号
25	常州分公司	2018.10.31	常州市天宁区和平中路 388 号 1-2 幢 1403 室
26	盐城分公司	2018.12.27	盐城市城南新区黄海街道东进路 文化休闲一条街 18 幢 101 室（CNH）

五、发起人、实际控制人及持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况

（一）发起人基本情况

1、自然人股东

单位：万元，%

股东	国籍	出资额	持股比例	身份证号码	住所
李荣	中国	1,620.00	18.00	320902197312XXXXXX	江苏省苏州市工业园区湖左岸花园 XX 幢 XX 室

2、非自然人股东

（1）红蚂蚁（苏州）投资有限公司

成立日期：2015 年 4 月 13 日

注册资本：3,000 万元

法定代表人：李荣

注册地址：苏州市人民路 1718 号

经营范围：实业投资、教育产业投资；投资管理、资产管理；企业管理咨询服务。（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）。

红蚂蚁投资持有公司 72.00% 的股份，为公司控股股东，股权结构如下：

单位：万元，%

序号	股东姓名	出资额	持股比例
1	李荣	2,100.00	70.00
2	蔡丹丹	900.00	30.00
合计		3,000.00	100.00

经华普天健审计，截至 2018 年 12 月 31 日，红蚂蚁投资总资产为 4,394.73 万元，净资产为 4,390.80 万元，2018 年度实现净利润 1,404.63 万元。

(2) 苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）¹

成立日期：2017年4月25日

执行事务合伙人：李荣

主要经营场所：苏州市东中市27号（1号楼206室）

经营范围：创业投资管理。（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）

截至本招股书签署日，苏恒创投的合伙人出资情况如下：

单位：万元，%

序号	合伙人	出资方式	认缴出资额	认缴比例	公司任职情况
1	李荣	货币	489.64	31.59	董事长
2	钱士亮	货币	160.00	10.32	董事兼总经理
3	周明星	货币	130.00	8.39	副总经理
4	徐峰	货币	100.00	6.45	副总经理
5	蔡月华	货币	100.00	6.45	监事会主席
6	姜寿祥	货币	100.00	6.45	董事、董事会秘书兼财务总监
7	陈胜	货币	73.50	4.74	工程管理中心总监
8	袁海燕	货币	72.66	4.69	分公司经理
9	徐刚	货币	72.24	4.66	副总经理
10	李健	货币	60.00	3.87	大区总经理
11	刘峰	货币	53.00	3.42	分公司总经理
12	蔡丹凤	货币	52.16	3.36	子公司总经理
13	张吉红	货币	47.00	3.03	业务总监
14	胡定华	货币	40.00	2.58	设计总监兼设计研究院院长
合计		—	1,550.20	100.00	—

截至2018年12月31日，苏恒创投总资产为1,582.16万元，净资产为1,550.37万元，2018年度实现净利润158.67万元（以上数据未经审计）。

¹企业设立时名称为林周苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙），于2019年3月4日更名为苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）。

(3) 苏州瑞苏创业投资管理合伙企业（有限合伙）²

成立日期：2017年4月25日

执行事务合伙人：秦巧云

主要经营场所：苏州市东中市27号（1号楼205室）

经营范围：创业投资管理。（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）

截至本招股书签署日，瑞苏创投的合伙人出资情况如下：

单位：万元，%

序号	合伙人	出资方式	认缴出资额	认缴比例	公司任职情况
1	秦巧云	货币	23.58	3.63	监事、产业配套中心经理
2	蔡惠伦	货币	239.70	36.89	产业配套中心总经理
3	刘道松	货币	53.74	8.27	分公司经理
4	王丽萍	货币	43.60	6.71	监事、工会副主席
5	吴珊	货币	35.86	5.52	分公司经理
6	范伟	货币	33.62	5.17	大区总经理
7	纪木仙	货币	33.62	5.17	人力资源部经理
8	严书琴	货币	31.10	4.79	分公司总经理
9	彭承香	货币	21.06	3.24	分公司工程总经理
10	栾杨	货币	20.00	3.08	分公司经理
11	张春国	货币	20.00	3.08	财务经理
12	秦丽亚	货币	20.00	3.08	分公司经理
13	毛宇戟	货币	18.10	2.79	分公司营销总监
14	蔡玉荣	货币	17.04	2.62	分公司经理
15	陈贻鑫	货币	14.00	2.15	分公司经理
16	韩璐如	货币	12.78	1.97	分公司经理
17	周毅	货币	12.00	1.85	区域工程总经理
合计		—	649.80	100.00	—

截至2018年12月31日，瑞苏创投总资产为663.08万元，净资产为649.86

² 企业成立时名称为林周瑞苏创业投资管理合伙企业（有限合伙），于2019年3月4日更名为苏州瑞苏创业投资管理合伙企业（有限合伙）。

万元，2018 年度实现净利润 66.39 万元（以上数据未经审计）。

（二）控股股东及实际控制人情况

红蚂蚁投资直接持有公司 72.00% 的股份，为公司控股股东。

李荣先生、蔡丹丹女士为公司实际控制人，详见本招股书“第二节 概览”之“二、控股股东及实际控制人介绍”。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股书签署日，公司控股股东除控制公司及其子公司外，不存在控制其他企业的情形。实际控制人除控制公司及其子公司、红蚂蚁投资、苏恒创投外，不存在控制其他企业的情形。

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股书签署日，公司控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

六、发行人股本情况

（一）本次发行前的总股本、本次发行的股份，以及本次发行的股份占发行后总股本的比例

本次发行前，公司总股本为 9,000 万股。公司本次拟公开发行 3,000 万股新股，本次发行前后公司股本情况如下：

单位：万股，%

股东名称	发行前		发行后	
	股数	比例	股数	比例
红蚂蚁投资	6,480.00	72.00	6,480.00	54.00
李荣	1,620.00	18.00	1,620.00	13.50
苏恒创投	634.50	7.05	634.50	5.29
瑞苏创投	265.50	2.95	265.50	2.21
社会公众股	-	-	3,000.00	25.00
合计	9,000.00	100.00	12,000.00	100.00

（二）前十名股东情况

截至本招股书签署日，公司前十名股东持股情况如下：

单位：万股，%

序号	股东名称	股份数	持股比例
1	红蚂蚁投资	6,480.00	72.00
2	李荣	1,620.00	18.00
3	苏恒创投	634.50	7.05
4	瑞苏创投	265.50	2.95
合计		9,000.00	100.00

（三）前十名自然人股东及在公司担任职务情况

截至本招股书签署日，公司前十名自然人股东及在公司担任职务情况如下：

单位：万股，%

序号	股东	国籍	股份数	持股比例	在公司担任职务
1	李荣	中国	1,620.00	18.00	董事长

（四）国有股份或外资股份情况

截至本招股书签署日，公司股份中无国有股份或外资股份。

（五）股东中的战略投资者持股及其简况

截至本招股书签署日，公司无战略投资者。

（六）发行前股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

李荣直接持有公司 18.00% 的股份，同时持有红蚂蚁投资 70.00% 的股权。此外，李荣持有苏恒创投 31.59% 的出资份额，并作为苏恒创投的执行事务合伙人。

除此之外，公司发行前各股东之间不存在关联关系。

（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

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书之“重大事项提示”之“一、股份锁定承诺”。

七、公司发行内部职工股及工会持股、信托持股、委托持股情况

发行人成立至今未发行过内部职工股，不存在工会、职工持股会、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

公司全体股东已出具《股东声明与承诺书》，承诺：“本人/本公司/本企业所持公司股份均是本人/本公司/本企业真实出资形成，不存在委托持股、信托持股及其他利益安排的情形；所持公司股份不存权属争议，不存在被质押、冻结或其他权利行使受到限制的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。”

八、员工及其社会保障情况

（一）人员情况

1、员工人数及变化情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司员工人数为 1,289 人。报告期各期末公司员工人数的变化情况如下：

单位：人

日期	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
人数	1,289	1,120	854

2、员工专业结构情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司员工的专业结构情况如下：

单位：人，%

岗位类别	员工人数	占比
行政管理人员	100	7.76
设计研发人员	436	33.82
工程管理及生产人员	316	24.52
营销服务人员	437	33.90
合计	1,289	100.00

（二）发行人执行社会保障制度情况

公司实行劳动合同制，截至本招股书签署日，公司已按照《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律、法规的规定，与全部员工签订劳动合同。公司劳务用

工符合行业惯例。

1、公司社保、公积金缴纳情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司社会保险和住房公积金缴纳情况如下：

单位：人

项目	员工人数	缴纳人数	未缴纳人数	未缴纳原因			
				退休返聘	实习人员	其他单位缴纳	离职
社会保险	1,289	1,249	40	16	17	4	3
住房公积金		1,249	40	16	17	2	5

2、主管部门出具的证明

苏州市姑苏区人力资源和社会保障局出具《证明》载明，该局 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日未接到红蚂蚁、智造家科技、文化传媒劳动举报投诉及劳动争议仲裁案件且公司参保缴费正常。

苏州市高新区（虎丘区）人力资源和社会保障局出具《证明》载明，苏州兆丰自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日在高新区（虎丘区）劳动监察管理机构无因违反国家劳动保障法律法规而受到行政处罚的记录，在劳动仲裁部门无任何败诉仲裁案件。

苏州市住房公积金管理中心出具《证明》载明，发行人及其子公司在住房公积金方面未受到任何行政处罚和行政处理。

3、实际控制人承诺

公司实际控制人李荣、蔡丹丹出具承诺：同意在公司被相关管理部门责令补缴社会保险金或住房公积金或因历史上欠缴社会保险金和住房公积金而受到任何处罚时，自愿代为补缴该等费用，代为缴纳公司因此受到的罚款并承担其他相关经济损失。

（三）劳务用工

公司主要采用劳务分包的业务模式，但报告期内曾存在通过劳务派遣方式解决部分用工的情况。截至 2016 年 12 月末，发行人劳务派遣人员数量为 917 人，主要为项目现场施工人员和木制品加工厂部分岗位人员。劳务派遣人数超过公司

用工总数的 10%。

为进一步明晰项目现场用工人员管理责任，便于公司择优选择劳务合作方，确保施工质量，公司 2017 年度项目施工逐步调整为全部采用劳务分包的模式，将承接的装饰装修工程的劳务作业分包给有资质的劳务分包公司负责，不再使用劳务派遣的用工模式；木制品加工厂的劳务派遣人员通过转为公司正式员工等方式解决。发行人 2017 年末、2018 年末不存在劳务派遣用工情形。

公司控股股东红蚂蚁投资、实际控制人李荣、蔡丹丹承诺，若公司及其子公司因劳务派遣用工违反国家法律法规和规范性文件的规定而受到监管部门任何处罚，并因此产生任何损失，或因公司及其子公司与被派遣劳动者就用工、工资、社会保险、住房公积金的缴纳等事项发生任何法律纠纷，并因该等纠纷而承担任何费用、支出或遭受任何其他经济损失的，控股股东及实际控制人将向公司及其子公司进行全额补偿，确保公司及其子公司不因此遭受任何损失。

九、控股股东及实际控制人、持有发行人 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）关于避免同业竞争的承诺

为了避免损害股份公司及其他股东利益，公司控股股东及实际控制人出具了《避免同业竞争承诺函》，具体内容详见本招股书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、（二）关于避免同业竞争的承诺”。

（二）关于规范关联交易的承诺

为了尽量减少和规范关联交易，保护公司与其他股东权益，公司控股股东、实际控制人分别出具了《关于规范和减少关联交易承诺函》，具体内容详见本招股书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、（五）公司规范和减少关联交易的措施”。

（三）其他重要承诺

发行人、控股股东及实际控制人、其他主要股东、董事、监事、高级管理人员、中介机构等相关各方作出了其他重要承诺，包括：关于股份锁定的承诺，稳定股价预案及相关承诺，关于申报文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺，持股 5%以上股份的股东持股意向及减持意向的承诺，填补被摊薄的即期回报的承诺等，具体内容详见本招股书扉页及“重大事项提示”。

截至本招股书签署日，公司控股股东及实际控制人、持有发行人 5%以上股份的主要股东以及公司董事、监事、高级管理人员均严格遵守并履行了上述承诺。

第六节 业务和技术

一、公司主营业务概览

（一）公司主营业务及产品介绍

1、主营业务情况

公司专注于家庭住宅装修装饰领域，专业为客户提供别墅、大宅、公寓从设计到全屋装修的家装服务，具体包括毛坯房、存量房整体家装服务以及精装房软装综合服务。

公司秉承精益求精的苏式工匠精神，以原创时尚的设计理念、低碳环保的施工工艺、一体化的综合配套为基础，坚持持续、渐进式的研发创新及服务提升，凭借 20 年的实体经营经验积累，同时整合智能、便捷、科学的云系统，将线下传统家装与线上智能运营有机结合，构建并持续完善“无界家装生态体系”，打造品牌理念无界、服务形式无界、项目管理无界、产业链无界的家装新模式，在长三角地区中高端家装市场形成了较强品牌优势与市场竞争力。

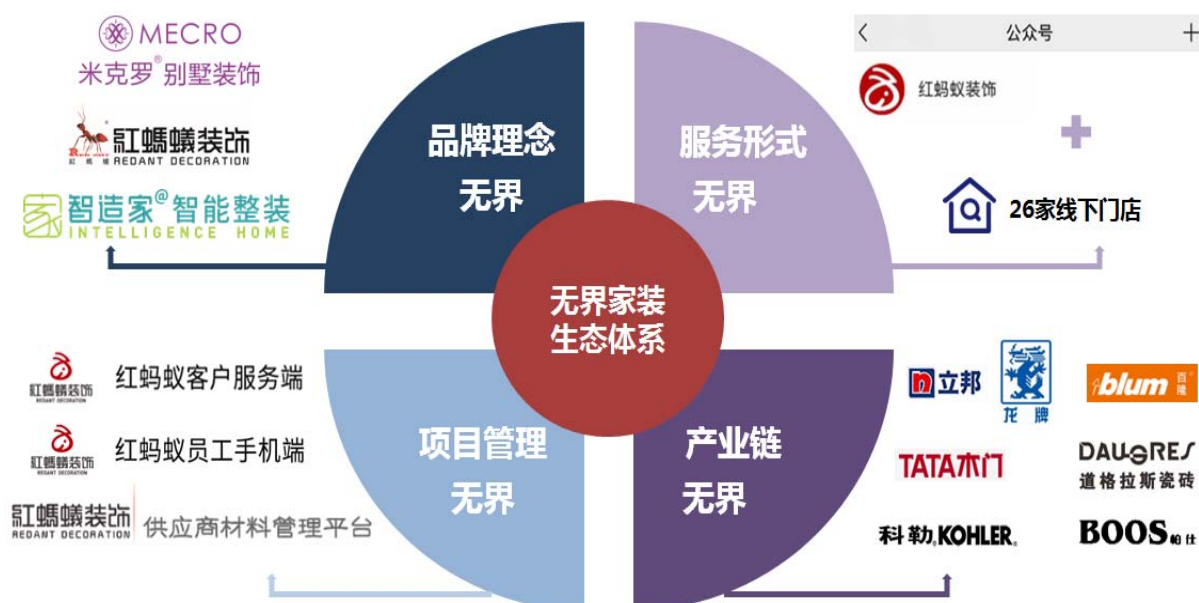
经过 20 年的沉淀与积累，公司已成为国内家装行业的知名企业，树立了良好的业界口碑。“红蚂蚁”商标于 2015 年被国家工商总局认定为“中国驰名商标”。公司先后荣获“中国家居业十大家装品牌”、“中国高品质家装最佳典范企业”、“全国住宅装饰装修行业质量、服务、诚信五星级企业”、“全国建筑装饰装修行业信息化建设先进单位”等荣誉。公司所承接项目获得包括全国住宅装饰装修示范工程奖、全国绿色设计低碳家装示范工程奖、国际环艺创新设计作品大赛华鼎奖在内的国家、省、市级奖项百余项。

公司以“核心区域密集布局、全国市场稳健扩张”为市场策略，深耕江苏市场。作为全国经济最发达的省份之一，江苏省家装市场具有广阔的市场空间和发展前景，为品牌知名度较高的优质企业提供了良好的发展契机。公司全面布局江苏市场，目前已在省内设立 26 家分公司，形成了覆盖江苏省重点市场的营销服务网络。未来公司将立足传统优势区域，逐步推进全国重点城市营销网络的建设，实现全国业务布局。

2、“无界家装生态体系”的核心价值

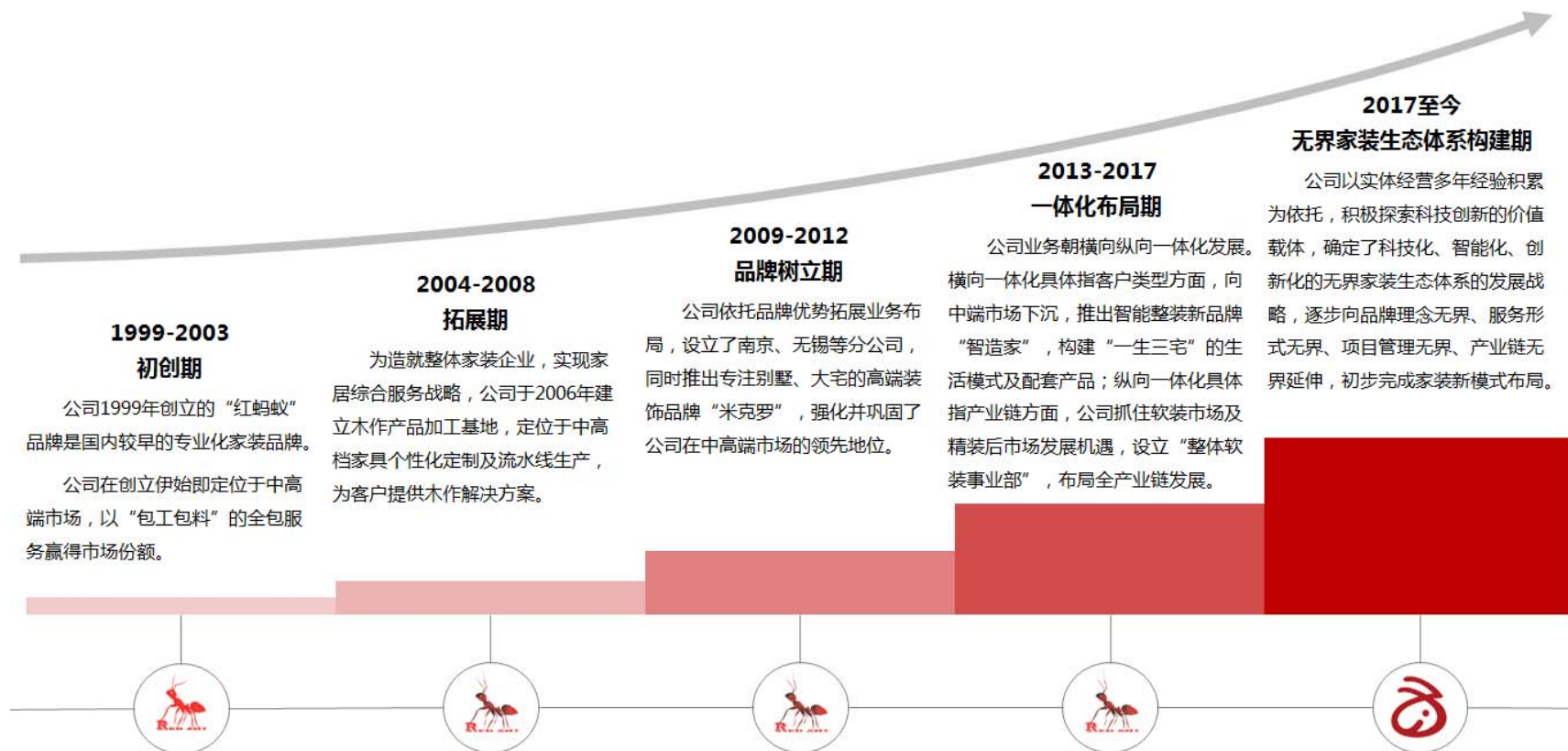
公司是江苏省装修装饰行业科技创新先进企业。公司的“无界家装生态体系”突破了家装行业传统的商业运作模式，拓展了现有家装概念的深度和广度，凭借科技实现对传统模式的改造，为公司业务体系构建了完整的生态闭环，促进深层次的服务效率提升，有力助推业务发展。

“品牌理念无界”指公司采取多品牌市场战略，陆续推出“红蚂蚁”、“米克罗”、“智造家”三大品牌，为大宅、别墅、公寓提供整体家装服务，满足不同层次消费客户对住宅装修装饰的差异化需求，打造“一生三宅”的生活模式；“服务形式无界”指消除服务边界，将线下体验式服务与云设计、云报价、云物流、云保障、云服务融合，提升客户体验；“项目管理无界”指搭建贯穿项目关键节点的智能管理系统，客户、供应商、施工及管理人员登录系统即可实时监控，项目管理无所不连；“产业链无界”指服务内容由设计、施工向主辅材定制与配送、软装搭配及精装房软装综合服务拓展延伸，产业链持续升级。



3、公司业务发展演变情况

公司自成立以来专注于家庭住宅装修装饰领域，主营业务未发生重大变化。公司不断丰富服务类型，拓展服务领域，业务发展历程可分为五个阶段：



4、公司主要产品及服务

公司主要为客户提供别墅、大宅、公寓从设计到全屋装修的家装服务，具体包括毛坯房、存量房整体家装服务以及精装房软装综合服务

（1）毛坯房、存量房的家装服务

公司推行差异化、多品牌经营策略，打造“红蚂蚁”、“米克罗”、“智造家”三个细分品牌，满足不同客户对住宅装修装饰的差异化需求。

①红蚂蚁装饰业务

“红蚂蚁”品牌创立于 1999 年，主要为中高端客户提供全方位的住宅装修装饰服务方案，具体包括家装设计、专业施工、主辅材定制与配送、软装搭配等。

经过 20 年的精心运营，“红蚂蚁”服务的客户已广泛分布于苏州、南京、无锡、常州、南通、扬州、泰州等多个江苏省重点城市，2016 年、2017 年及 2018 年，分别实现业务收入 60,814.68 万元、70,017.39 万元及 70,864.30 万元，成为长三角区域内实力强、知名度高的家装品牌。

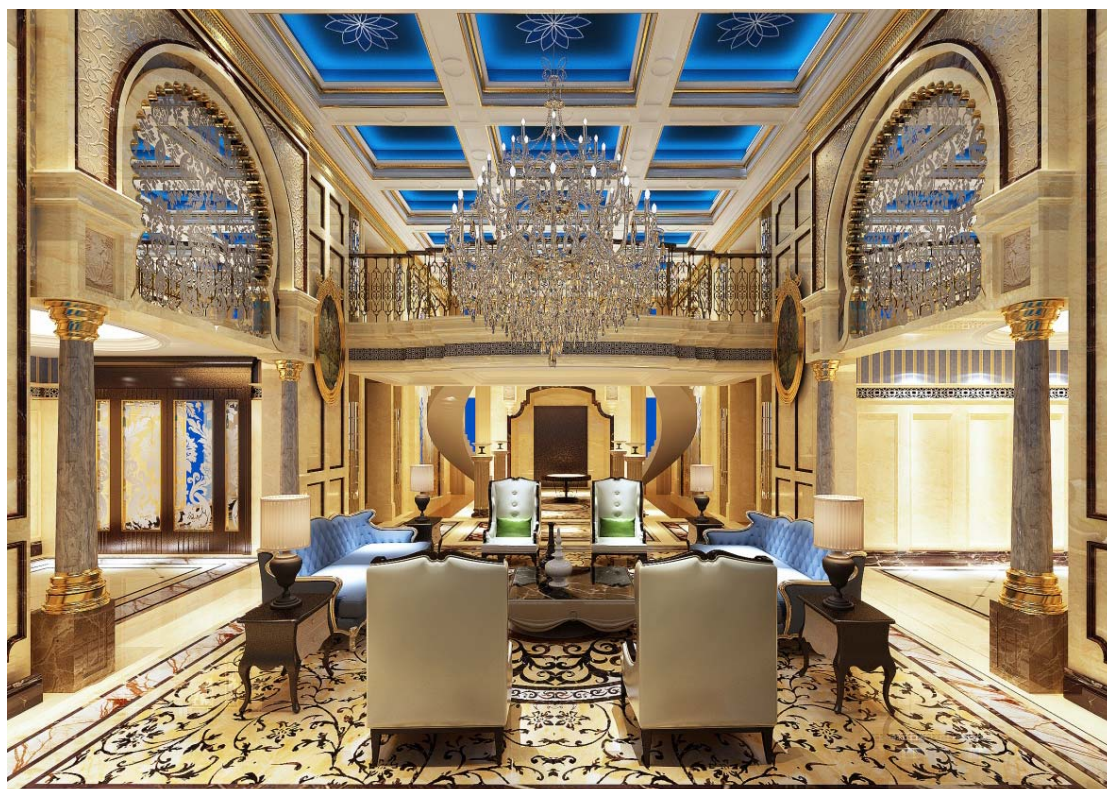


②米克罗别墅装饰业务

“米克罗”为公司针对别墅、大宅装修装饰领域推出的高端业务品牌。

相比于普通公寓，别墅、大宅具有空间交错复杂的特点，需要设计师对空间格局、整体风格、灯光布置、空气交换、园林配套进行专业把控，并且一般需要具备别墅装修经验的专业设计师团队协作完成。此外，别墅、大宅消费者对居住环境个性化、舒适性及功能性需求复杂、要求更高，需要设计师团队对不同风格的设计理念、设计元素具备更深刻的理解。在此基础上，家装公司依托完善的项目管理体系、先进的施工工艺，并结合施工人员高质量的施工水平，才能精准实现设计效果。目前行业内仅有少数家装公司具备在别墅、大宅装饰领域稳健发展的能力。

“米克罗”以全案设计为专业支撑，以高品质施工工艺以及全球优质建材为配套，为客户提供家装全程定制化服务。“米克罗”打造了金鸡湖一号、湖滨四季、绿城苏州桃花源、仁恒棠北、晋园等多个高端别墅的精品家装项目，具有较强的竞争实力及品牌优势。



③智造家智能整装业务

“智造家”是公司根据细分市场需求推出的新品牌，为中小户型提供“智能整装”服务，通过提供三大系列、九大品类的装修套餐，满足客户“更省、更快、

更时尚、更智能”的装修需求。

依托公司多年积累的供应链管理经验和“智造家”在保证客户享有高品质产品的同时，发挥规模效益，通过模块、套餐化选择，使客户可以享受集约成本、较高性价比的服务。同时，“智造家”通过简约化设计、标准化施工，有效缩短项目交付周期，并通过 9C 等信息化系统进行全流程控制，保证服务质量。

“智造家”作为近年来重点培育的新品牌，提高了公司在中小户型家装市场的渗透率，是公司实现“品牌理念无界”发展战略的重要举措。



（2）精装房软装综合服务

随着消费升级带来的理念转变，传统的“功能性装修”已无法满足人们对个性化生活的追求，消费者更加关注居家的生活艺术，在居家环境中融入更多的自主创意与特色，对软装饰品的需求呈现上升趋势。此外，随着国内大量全装修住宅的出现，越来越多的新建住宅呈现标准化、房与房之间无差别、装饰风格单一的特点，软装因兼顾空间功能规划与装饰美观的效果，又能充分展现消费者对个性、时尚、舒适的追求。近年来，软装行业开始步入快速成长的发展阶段。

为满足新的市场需求，公司于 2016 年成立“整体软装事业部”，目前主要面向精装后市场，提供包括空间布局、色彩搭配、灯光效果、饰品陈列、局部改

造等服务。经过多年的发展，公司积累了丰富的软装运营经验，软装业务已涵盖家具、窗帘、壁纸、木作产品、配饰、灯具、地毯、装饰品等，合作商家近百家，并储备了众多产品、色彩、搭配方面的软装人才，软装设计师 30 余名，为适应“轻装修，重装饰”的行业发展趋势提供技术和人才保障。



5、主营业务收入的主要构成

2016 年、2017 年和 2018 年，公司主营业务收入分别为 73,399.38 万元、85,259.50 万元和 90,478.79 万元，呈稳健增长态势，按品牌构成分类如下：

单位：万元，%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
“红蚂蚁”	70,864.30	78.32	70,017.39	82.12	60,814.68	82.85
“米克罗”	17,461.07	19.30	14,351.01	16.83	11,916.58	16.24
“智造家”	1,279.53	1.41	-	-	-	-
整体软装	873.90	0.97	891.10	1.05	668.13	0.91
合计	90,478.79	100.00	85,259.50	100.00	73,399.38	100.00

（二）发行人的主要经营模式

公司秉承精益求精的苏式工匠精神，以原创时尚的设计理念、低碳环保的施工工艺、一体化的综合配套为基础，坚持持续、渐进式的研发创新及服务提升，凭借 20 年的实体经营经验积累，同时整合智能、便捷、科学的云系统，将线下

传统家装与线上智能运营有机结合，构建并持续完善“无界家装生态体系”，打造品牌理念无界、服务形式无界、项目管理无界、产业链无界的家装新模式，在长三角地区中高端家装市场形成了较强品牌优势与市场竞争力。

1、营销模式

公司构建“线下体验式营销+线上多渠道推广”的营销模式，践行“服务形式无界”。

（1）线下体验式营销

线下体验式营销通过在热点城市的核心商圈设立分公司，并在门店内搭建融合设计风格及建材家具的“大型家装体验中心”实现。公司以科技家居文创园为试点，构建“文化艺术馆”、“生态工艺解析馆”、“实景体验馆”、“整体家居生活馆”、“软装配饰馆”等五大家居体验馆及“建材展销中心”，对家居文化、风格搭配、施工工艺及建材配套进行充分展示及推广，在方案设计阶段即可向客户呈现家装整体效果，减少设计方案与装修效果的差异，实现“所见即所得”。2012年4月，公司被中国建筑装饰协会住宅装饰委员会评选为全国住宅装饰装修行业实景体验示范基地。

（2）线上多渠道推广

为适应当前消费者上网搜索信息的习惯，公司在线下体验式营销的基础上，突破时间和空间的限制，积极拓展线上营销渠道，陆续推出官网、微信公众号、微信小程序和微商城等多个线上推广平台，全方位地向消费者清晰地展示家装设计风格、预算报价、施工流程。线上多渠道推广的营销模式既能引导消费者进入线下实体店，又能提高与消费者在施工过程中的沟通效率，是公司服务展示、引流和销售的重要平台。同时，客户通过移动智能终端设备登录系统，即可通过VR、3D技术进行预装修体验，实现公司营销体系的科技化、互联网化。

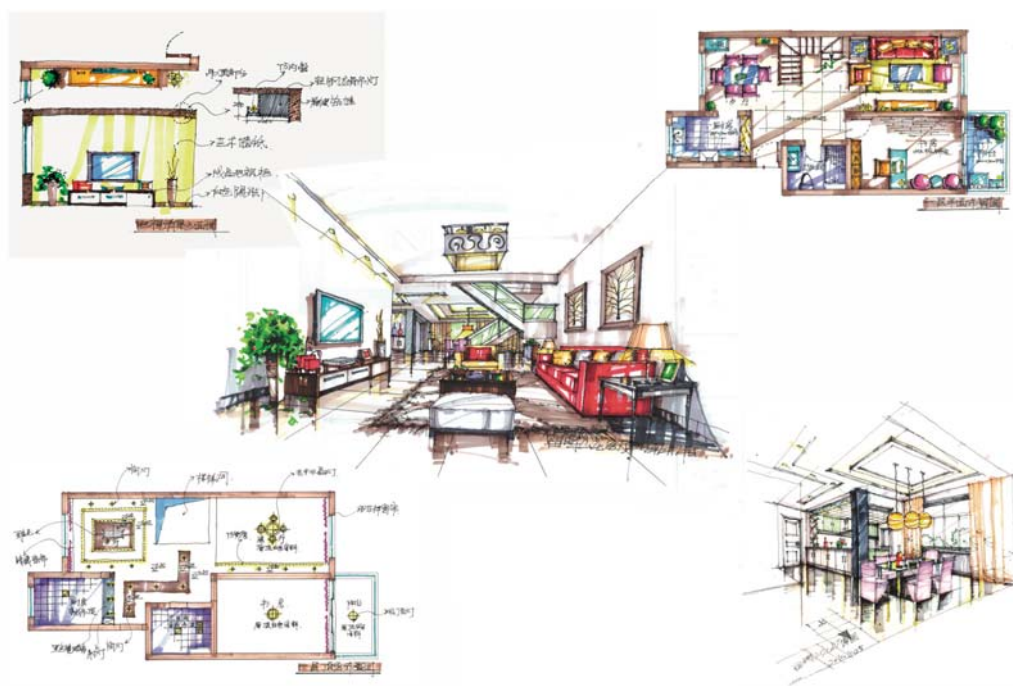
2、设计模式

设计是家装项目的灵魂，设计师基于深度解读、挖掘客户需求后确定创意主题、风格特点，并形成设计方案。设计方案获得客户认同是成功获取项目的决定性因素。设计方案的质量主要取决于设计师的沟通能力、表现方式及设计水平。

（1）手绘图沟通，设计师与客户交流无界

手绘是应用于各个行业手工绘制图案的技术手法。在与客户交流设计方案时，设计师利用手绘图呈现其创意灵感，并实现对客户需求及时响应。手绘图是设计师与客户最直接的交流方式，如何通过手绘图表达创意、记录灵感，并与客户形成良性互动，是设计方案能否得到客户认可的重要环节。

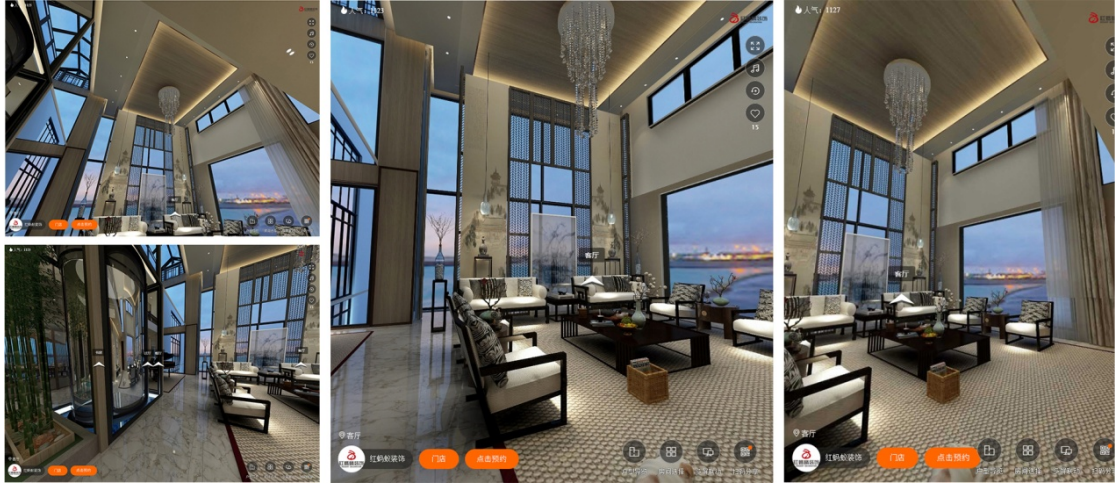
公司十分重视对设计师手绘能力的培养。公司定期邀请同行业优秀设计师及专业培训机构进行手绘讲座，增强设计师手绘意识，提高其专业技能与水平；定期对设计师进行手绘能力考核，由设计研究院院长打分评价，并及时反馈至设计师，实行优奖劣罚；定期举办手绘大赛，提供手绘艺术交流平台，发掘优秀设计人才。丰富的专业培训和严格的考核制度有利于提高设计师专业能力，使公司在设计方面更具竞争力。



（2）信息化展示，客户体验无界

公司自主研发“红蚂蚁八大风格测定系统软件”，实现简欧风格、新古典风格、地中海风格、法式风格、英式风格、美式风格、现代风格、中式风格等八种设计风格的智能化展示。通过该软件的运用，设计师可有效测定客户偏好，提高沟通效率，形成更具针对性的个性化设计方案。

此外，公司构建“蚂蚁云智能 9C 运营系统”，通过 3D 场景设计软件，运用虚拟现实技术，整合海量户型库及样板间图库，可向客户提供与室内设计有关的创意并实现 720° 3D 全景展示。客户通过该系统即可完成户型搜索、风格选定、装修预算、在线交流，实现客户体验无界。



（3）完善的专业培训和交流机制，设计师学习无界

公司注重对设计师的专业培训，通过举办对材料、设计理念、新工艺的内部讲座及设计师沙龙，增进设计师之间的交流，并且不定期邀请行业知名设计专家及外部讲师分享设计心得，解读设计潮流，进一步提高专业水平。此外，公司注重与国际接轨，组织优秀设计师前往意大利、荷兰、法国等众多设计之都培训、参展，学习国际先进的设计理念和装饰设计潮流的新风尚。

公司在吸收国内外先进理念的基础上进行设计创作，坚持原创设计为本。公司及设计师多次获得包括“筑巢奖”、“华鼎奖”、“年度十佳精品案例”、“中国室内设计 50 强资深专家设计师”等荣誉，体现了公司优秀的设计水平和人才优势。

3、采购模式

①采购内容

公司采购的原材料主要包括瓷砖、地板、房门套装、洁具、石材等装饰主材，基本辅料、水电材料等装饰辅材，以及木作制品生产所需板材等材料；公司项目现场用工采用劳务分包模式。

②采购职责分工

公司物流中心下设采供部，该部门负责甄选推荐合格的供应商、下达采购订单、执行采购业务；下设仓储部，负责存货的日常管理及原料验收入库等；下设质检部，负责原料入库检验、完工产品入库检验、产品销售出库检验等。各部门精细分工，协同合作，并经工程管理中心、财务部等相关部门的审核管理，形成层层督导、健全完善的采购管理体系。

③主材采购流程

A、请购：装饰主材采购由项目经理根据各个项目的施工计划及项目施工进度制定请购计划；

B、审批、下单：根据公司审批权限的相关要求，由采供部专员、采供部负责人进行审批并在 ERP 系统下单；

C、发货：下单后由项目经理在 ERP 系统发出送货通知，通知供应商将主材送至项目现场；

D、验收：待用料送达现场或安装完成后，项目经理组织对主材数量、质量、品名进行验收，验收合格后录入 ERP 系统。

④辅材及木作制品生产所需材料采购流程

A、请购：装饰辅材由仓储部根据仓库材料安全库存数量并结合供应商生产周期制定请购计划；生产木作制品所需材料由生产部根据订单数量向仓储部申请，再由仓储部制定请购计划。

请购计划经请购部门负责人审批后，向采供部提出采购申请；

B、审批：根据公司审批权限的相关要求，由职能部门负责人进行审批；

C、采购：审批后由采供部根据采购类目对相应的供应商下单，并进行采购；

D、验收：待用料送达仓库后，仓管人员及质检人员对数量、质量、品名进行检验，并填写进料物品检验记录；

E、入库：经验收合格的材料由仓储部办理入库手续，同时录入 ERP 系统。

4、施工模式

报告期内，公司家装业务的工程施工主要采用劳务分包模式。

公司与具备《建筑业企业资质证书》和《安全生产许可证》的劳务分包公司签订《施工劳务分包合同》。公司作为劳务作业发包人将所承接的家装业务中的部分劳务作业发包给劳务分包公司，由劳务分包公司按约定完成劳务作业内容。上述劳务分包公司具备相关资质，能够独立组织施工团队，按照施工图纸及公司制定的施工和验收标准完成相关的分包工作。公司指派专职人员监督工程进度及施工质量。

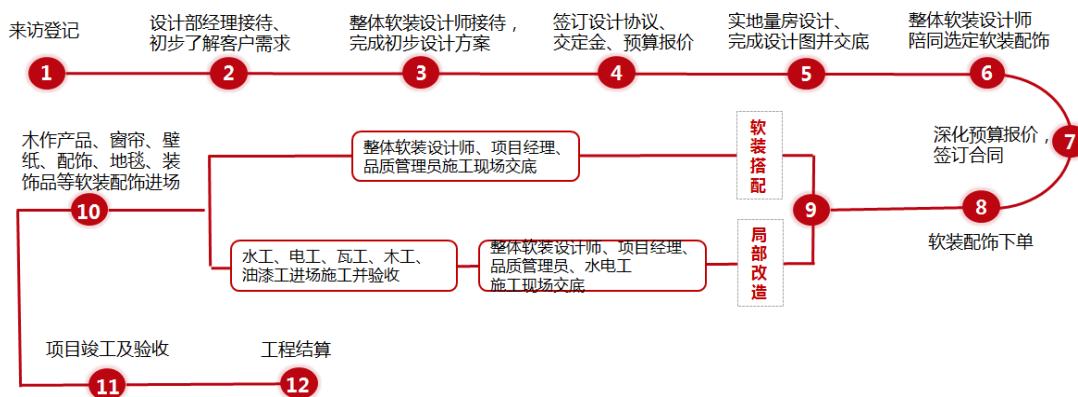
为提高项目施工质量，公司协助劳务分包公司对项目现场施工人员进行上岗前的培训，培训内容主要为施工规范、影响施工质量的情形及应对措施，使施工人员具备相应的职业素养确保施工质量；劳务分包公司对劳务作业人员进行管理和持续培训，就公司检查过程中发现的或客户投诉存在施工质量问题的项目进行专项培训，提高施工质量。如仍未达到施工质量标准要求的项目，公司将要求劳务分包公司更换现场施工人员。

（三）主要产品或服务流程图

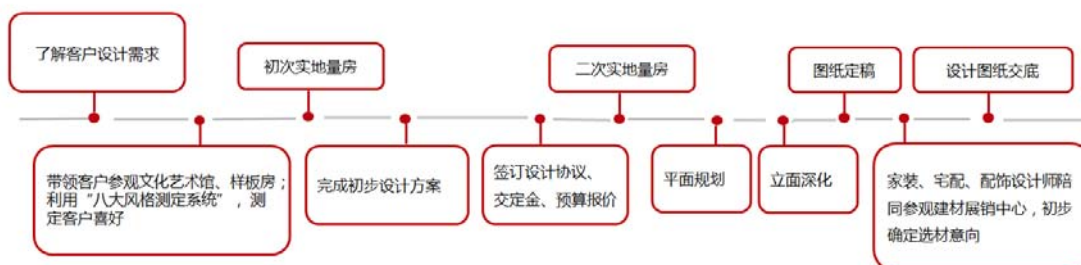
1、家装业务整体流程图



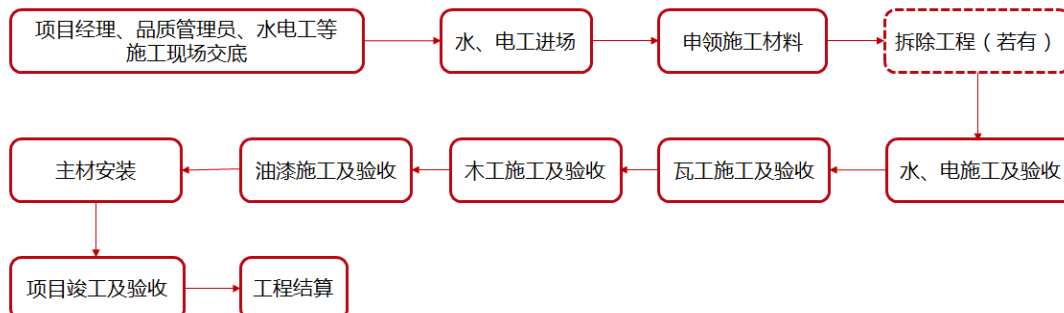
2、整体软装业务流程图



3、设计业务流程图



4、施工业务流程图



二、发行人所处行业的基本情况

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为“E 建筑业”中的“E50 建筑装饰和其他建筑业”，细分行业为家庭住宅装修装饰行业；根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），公司所属行业为“E 建筑业”中的“E5010 建筑装饰业”，细分行业为家庭住宅装修装饰行业。

（一）行业主管部门、监管体制及行业主要法律法规及政策

1、行业主管部门

家庭住宅装饰装修行业主管部门为住房和城乡建设部以及各地建设行政主管部门，中国建筑装饰协会和中国室内装饰协会作为行业自律性组织对行业进行自律管理。

2、行业主要法律法规及政策

（1）行业管理规定

公司所处家装行业准入、监管方面的法律法规如下：

序号	名称	施行日期	发布形式/文件编号
1	《家庭居室装饰装修管理试行办法》	1997.04.10	建设部[1997]9 号文
2	《建设工程安全生产管理条例》	2004.02.01	中华人民共和国国务院令 第 393 号
3	《建筑施工企业安全生产许可证管理规定》	2004.07.05	建设部令第 128 号
4	《民用建筑节能条例》	2008.10.01	中华人民共和国国务院令 第 530 号
5	《中华人民共和国消防法》	2009.05.01	中华人民共和国主席令 第 6 号
6	《住宅室内装饰装修管理办法》	2011.01.26	住建部令第 9 号
7	《中华人民共和国建筑法》	2011.07.01	中华人民共和国主席令 第 46 号
8	《民用建筑工程室内环境污染控制规范》 (GB 50325—2010)	2013.06.24	住建部公告第 756 号
9	《建筑业企业资质标准》	2016.11.01	建市[2016]226 号
10	《中华人民共和国建设工程质量管理条例》	2017.10.07	中华人民共和国国务院令 第 687 号
11	《中华人民共和国建筑装饰装修工程质量验收标准》	2018.09.01	住建部公告第 1834 号
12	《建筑业企业资质管理规定》	2018.12.22	建设部令第 45 号
13	《住宅建筑室内装修污染控制技术标准》	2019.01.01	住建部公告 2018 年 第 188 号

（2）国家产业政策

为引导行业快速、健康发展，我国相继出台一系列产业发展政策，主要如下：

序号	名称	施行日期	颁布机构
1	《关于建筑装饰行业科技进步的若干意见》	2003.09.21	中国建筑装饰协会
2	《建筑装饰行业实现资源节约型和环境友好型工程建设指南》（试行）	2006.06.15	中国建筑装饰协会
3	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	2016.03.16	第十二届全国人民代表大会第四次会议批准
4	《江苏省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	2016.03.18	江苏省人民政府
5	《中国建筑装饰行业“十三五”发展规划纲要》	2016.07.05	中国建筑装饰协会
6	《建筑业发展“十三五”规划》	2017.04.26	住建部

3、行业资质管理

为加强对建筑装饰装修活动的监督管理，维护公共利益和市场秩序，保证建设工程质量安全，国家对装饰行业实施行业准入资质制度。

根据住建部发布的《家庭居室装饰装修管理试行办法》第六条规定：凡承接家庭居室装饰装修工程的单位，应当持有建设行政主管部门颁发的具有建筑装饰装修工程承包范围的《建筑业企业资质证书》。

目前，住建部已相继出台《建筑装修装饰工程专业承包企业资质等级标准》、《建筑装饰工程设计专项资质标准》、《建筑装饰装修工程设计与施工资质标准》等专业资质标准，对行业内企业的业务承接范围做了明确的界定，具体如下：

资质类别	标准文件	具体内容
建筑装修装饰工程专业承包企业资质	《建筑装修装饰工程专业承包企业资质等级标准》	建筑装饰施工企业资质分为一、二级、三级。其中，一级企业可承担各类建筑室内、室外装修装饰工程的施工；二级企业可承担单位工程造价 1,200 万元及以下建筑室内、室外装修装饰工程的施工；三级企业可承担单位工程造价 60 万元及以下建筑室内、室外装修装饰工程的施工。（以上工程范围均不包括建筑幕墙工程）
建筑装饰工程设计专项资质	《建筑装饰工程设计专项资质标准》	建筑装饰工程设计专项资质分为甲、乙、丙级。其中，甲级可承担建筑工程项目的装饰装修设计，其规模不受限制；乙级可承担单项合同额 1,200 万元以下的建筑工程项目的装饰装修设计；丙级可承担单项合同额 300

资质类别	标准文件	具体内容
		万元以下的建筑工程项目的装饰装修设计。
建筑装饰装修设计与施工资质	《建筑装饰装修设计与施工资质标准》	建筑装饰设计与施工一体化企业分为一级、二级、三级。其中，取得一级资质的企业可承担各类建筑装饰装修工程的规模不受限制；取得二级资质的企业可承担单项合同额不高于1,200万元的建筑装饰装修工程；取得三级资质的企业可承担单项合同额不高于300万元的建筑装饰装修工程。（以上工程范围均不包括建筑幕墙工程）

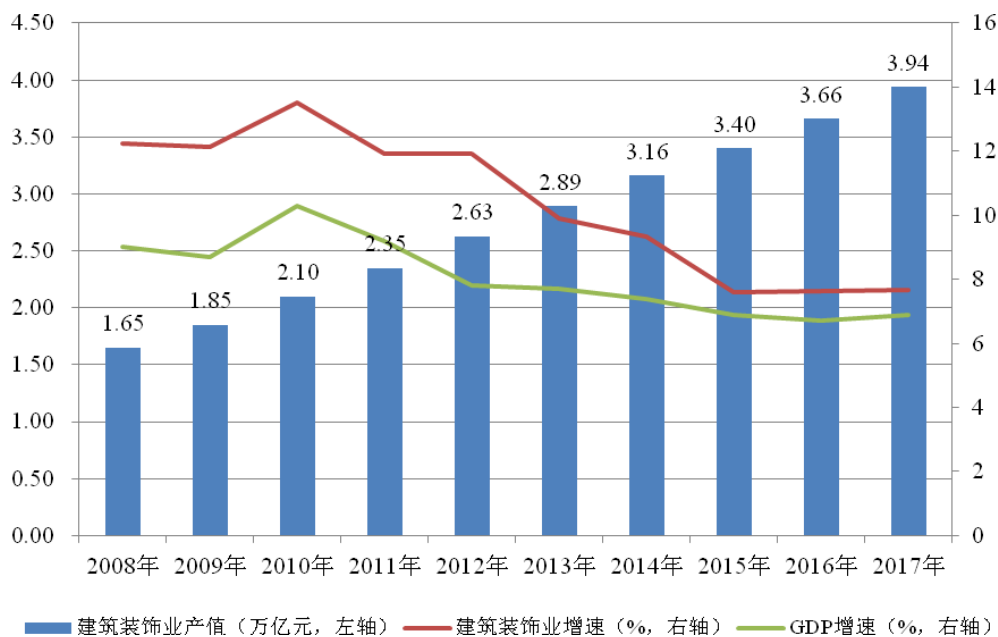
截至本招股书签署日，公司已取得“建筑装饰装修工程专业承包壹级”和“建筑装饰工程设计专项乙级”资质。

（二）公司所处行业发展概况

1、建筑装饰行业发展现状

根据我国《国民经济行业分类与代码》，建筑装饰行业与土木建筑业、设备安装业并列为建筑业的三大组成部分。建筑装饰行业位于建筑业整体链条的末端，起着进一步完善和美化建筑物以及提高其质量和功能的作用，与国民生活息息相关。根据中国建筑装饰协会数据，2017年全国建筑装饰行业总产值达3.94万亿元，比2016年增加了2,800亿元，增长率达到7.60%，比全国GDP增长速度高出0.70个百分点，行业整体呈现快速发展的态势。

2008年至2017年全国建筑装饰行业总产值及变动趋势



数据来源：中国建筑装饰协会、国家统计局

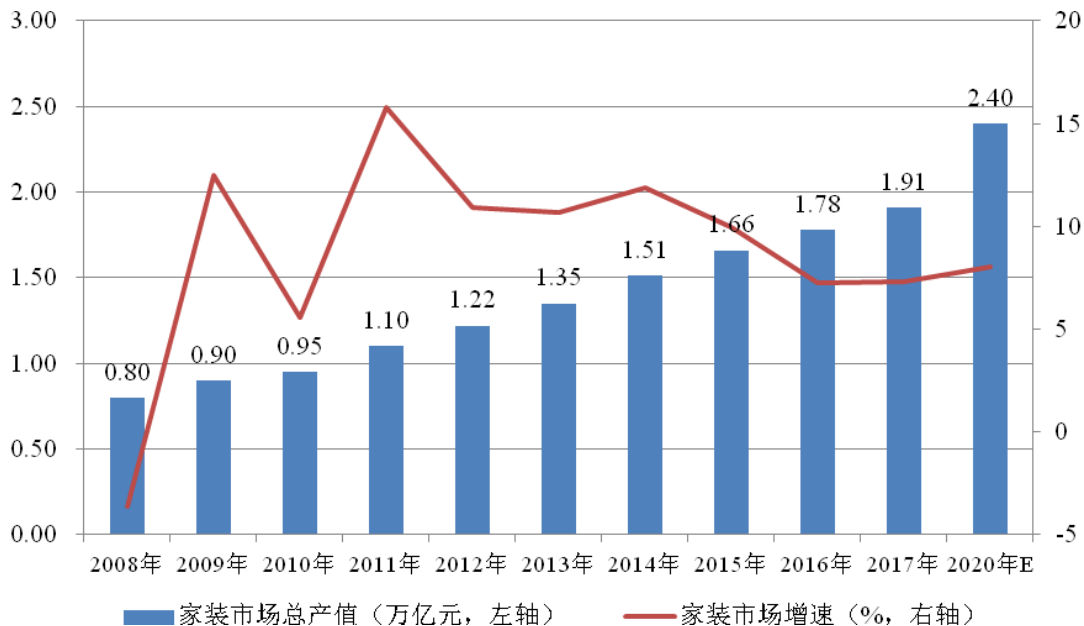
2、家装行业发展现状

（1）我国家装行业处于快速发展阶段

根据建筑物使用性质和最终客户的不同，建筑装饰工程主要包括公装工程和家装工程。其中，家装与国民生活息息相关，是满足人类四大刚需“衣、食、住、行”中居住需求的基本条件，具有不可替代的特点。随着现代社会的发展，人们与生俱来的对美的不懈追求决定了住宅装饰必须不断更新换代，家装行业具有持续稳定的市场需求。

根据中国建筑装饰协会的调查统计，2017 年我国家装市场总产值达到 1.91 万亿元，比 2016 年增加了 1,300 亿元，同比增长 7.30%，较全国 GDP 增长速度高出 0.40 个百分点。受益于城镇化进程的不断推进、消费结构的持续升级和二次装修需求的逐步释放，家装行业市场需求仍将保持持续增长，预计到 2020 年行业市场规模将达到 2.40 万亿元³。

2008 年至 2020 年我国家装市场总产值及变动趋势



数据来源：中国建筑装饰协会、国家统计局

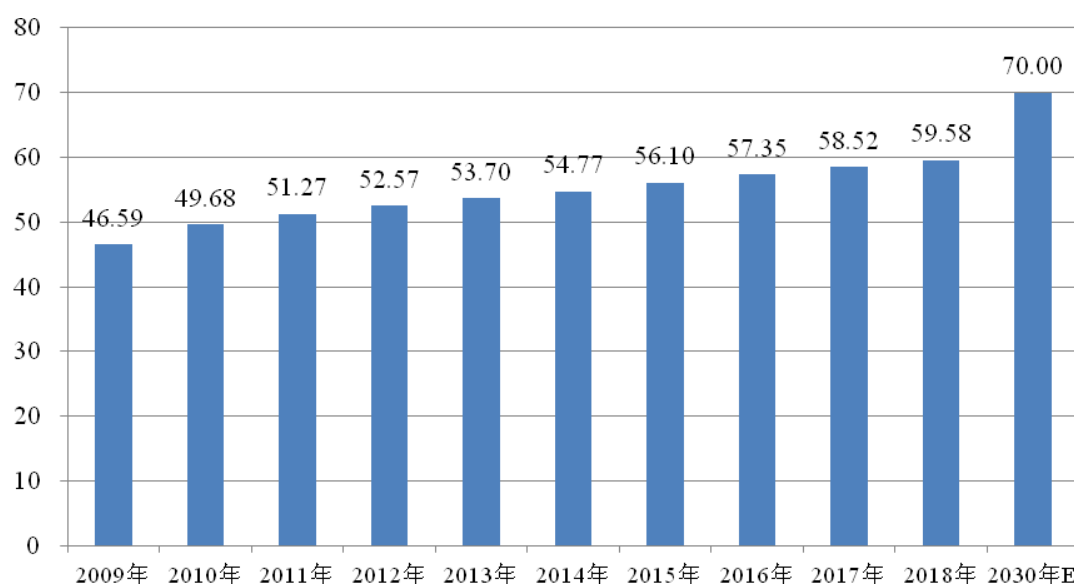
³ 《中国建筑装饰行业“十三五”发展规划纲要》

行业市场需求主要驱动因素分析如下：

①城镇化进程不断加快为行业带来持续新增住宅需求

根据国家统计局数据，我国常住人口城镇化率由 2009 年的 46.59% 上升至 2018 年的 59.58%，预计 2030 年将达到 70%⁴。随着城镇化进程的进一步推进，我国城镇人口数量持续快速增长，按照 2018 年至 2030 年城镇化率 1.35% 的复合增长率、2018 年全国城镇常住人口 83,137 万人计算，截至 2030 年，每年将新增城镇人口 1,122 万人。按照 2016 年城镇居民人均住房建筑面积 36.60 平方米⁵ 计算，每年将带来 4.11 亿平方米的新增住房需求，为产业链后端的住宅装饰提供持续需求。

2009 年至 2030 年我国城镇化率



数据来源：国家统计局

②房地产行业发展、住宅商品房总量增长推动行业发展

根据国家统计局数据，我国房地产住宅投资额逐年上涨，由 2009 年的 25,613 亿元增长至 2018 年的 85,192 亿元，复合增长 14.29%。在房地产住宅投资上涨的推动下，我国住宅商品房销售总量稳步增长，销售面积由 2009 年的 86,184 万平方米上升到 2018 年的 147,929 万平方米，销售额由 2009 年的 38,432 亿元上升到 2018 年的 126,393 亿元，年复合增长率达到 14.14%。房地产住宅投资额和住宅商品房总

⁴ 国务院《国家人口发展规划（2016-2030 年）》

⁵ 国家统计局《2016 年全国居民收入稳步增长，居民消费进一步改善》

量的快速提升，为产业链后端的家装行业的发展提供持续稳定的市场需求。

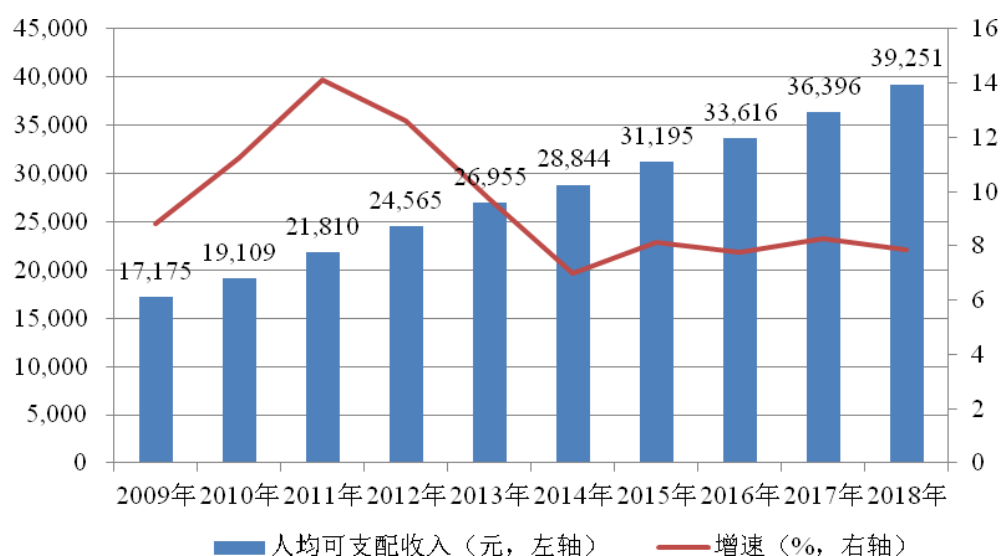
此外，“住房不炒”的产业政策从中长期来看将带动家装行业的进一步发展。《2018 年国务院政府工作报告》再次强调“房子是用来住的，不是用来炒的”的总基调，加快建立多主体供给、多渠道保障、租购并举的住房制度，让全体人民有所居。“住房不炒”政策确定了房屋的居住属性，未来大量的投资、投机性存量房或空置房将转化为居住性住房，居住或出租功能愈加凸显，为家装市场增加存量空间，成为行业需求的新来源。

③居民收入持续增长及消费结构升级为行业发展提供了物质基础

随着社会的稳步发展，我国居民收入持续增长。根据国家统计局数据，自 2009 年至 2018 年我国城镇居民人均可支配收入以每年 9.62% 的速度增长，预计未来仍将保持稳定增长。财富积累效应推动居民消费结构升级，其中，作为基本生存需求的食物烟酒、衣着类消费占总消费支出的比重趋于稳定，而居住、生活用品及服务支出所占比重则逐渐提高，人们更加注重居住环境的舒适、美观，对美好生活的需求日益增长。

受此影响，居民家装消费的重点由满足基本生活需求向追求品牌、质量、体验、服务以及环保等舒适性和个性化的需求转变。城镇居民收入水平的持续增长和居民消费结构的升级，为家装行业发展提供了坚实的物质基础。

2009 年-2018 年我国城镇居民人均可支配收入



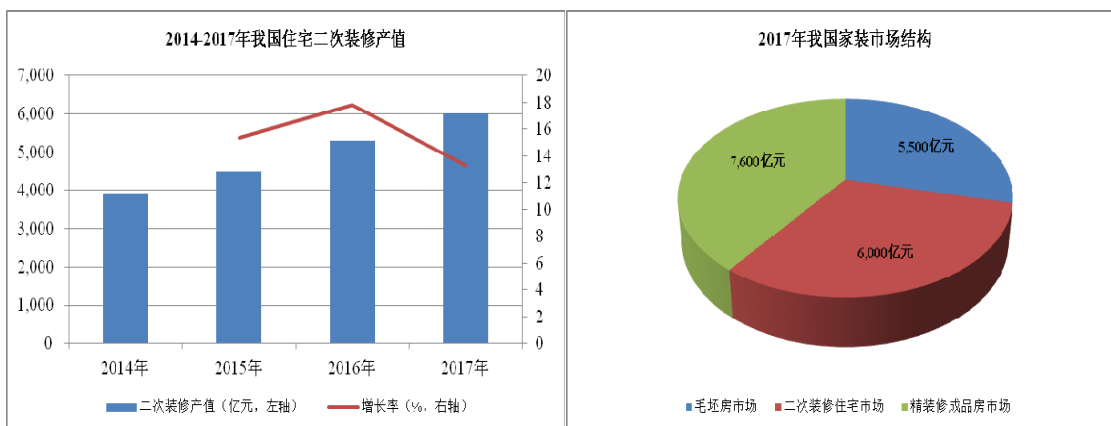
数据来源：国家统计局

根据相关统计数据，2016 年我国人均装饰消费支出为 133 美元，与发达国家人均装饰消费水平具有较大差距，其中美国人均支出为 928 美元，日本人均支出为 522 美元⁶。中国人均装饰消费支出与经济发达国家存在的差距，预示着我国家装行业未来具有较强的增长潜力。

④二次装修成新热点，存量红利进一步释放

1998 年我国实行住房分配货币化改革后，新增建筑面积呈爆发式增长，1999 年至 2015 年累计完工的住宅超过 1.2 亿套，其中商品住宅累计达到 8,185 万套，保障性住房累计超过 4,000 万套。此外，老公房、福利房等很多目前尚在使用的住宅尚未统计在内。中国的存量住宅数量已为全球最大，而商品住宅每年还在以 700 万套左右的速度增长⁷。

存量住宅已成为家装市场需求的重要增长点。一般来讲，住宅装修周期较短，8-12 年即需要重新装修⁸，随着存量住宅装修耐用期限的到来，二次装修市场进入快速释放阶段；同时，居民消费观念和审美情趣持续提升，消费者对生活品质和居住环境提出了更高要求，住宅装饰的主动更新更趋积极；此外，随着家庭人口的增长，改善性住房需求逐渐增加，由此带来换房引发的二次装修需求。在上述多重因素的影响下，2017 年我国住房二次装修产值达到 6,000 亿元，较 2014 年 3,900 亿元产值增长 53.85%，复合增幅达 15.44%。



数据来源：中国建筑装饰协会、国家统计局

⁶ Euromonitor, METI, NBS, Goldman Sachs Global investment Research.

⁷ 国家统计局

⁸ 《建筑装饰蓝皮书-中国建筑装饰行业发展报告（2018）》

（2）中高端消费者推动家装行业创新

随着经济发展以及居民收入水平提高，我国中产阶级规模迅速扩大，中高端消费市场容量随之增长。中高端消费者更加追求生活品质的提升，对居住环境舒适性、个性化的要求更强。为满足中高端消费者更高品质的家装需求，家装企业不断加强设计风格的创新、施工工艺的研发、产业链条的拓展与服务形式的创新，提升专业服务能力，以获得良好的品牌信任度和市场反馈，由此占领更高的市场份额。

3、家装行业发展趋势

（1）家装行业迎来品牌消费时代

我国家装企业数量众多，具有“大市场、小企业”的特点，行业内大部分中小家装企业服务同质化严重，差异化程度低，以价格战形式竞争。随着生活水平的提高，人们对家装企业综合服务能力和质量提出更高要求，这些集中体现在家装企业的品牌影响力和市场认可度中。品牌影响力将是家装企业吸引消费者的关键因素之一，品牌在经过时间的积淀后，逐步被消费者接受和推崇。家装市场逐步向具有品牌影响力的企业集中，品牌经营已经成为家装企业经营的核心和重点。加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，提高服务的品牌附加值获取竞争优势，成为未来家装行业发展的重要趋势，家装行业将迎来品牌消费时代。

（2）“线下+线上”的服务形式成为行业发展新特点

近年来，随着互联网的快速发展，消费者的购物习惯也在发生改变。为适应当前消费者上网信息搜索的习惯，家装企业在提供实体体验、实地上门规划、定制及安装、售后保障服务等线下服务的基础上，通过拓展线上服务平台，突破时间和空间的限制，全方位地向消费者清晰地展示家装设计风格、预算报价、施工流程，既能引导消费者进入线下实体店，又能提高消费者在施工过程中的沟通效率。线上服务平台已成为家装企业服务展示、引流和销售的重要平台。线上与线下相结合服务模式，有效提升了企业与客户的沟通效率，扩大了企业的销售覆盖面，提高了企业销售转化率，成为行业发展的新特点。

（3）全产业链的服务内容成为市场竞争的重要因素

随着时代进步，家装进入家居文化时代，家装由满足基本居住需求逐渐成为展现生活方式、体现个人品味的重要载体，各个装修环节的风格匹配变得至关重要。同时，生活节奏的加快促使消费者对装修的便捷性和高效性的要求提高，自主选材、搭配分散式装修模式将由于学习成本高、参与主体多、周期漫长，无法满足消费者高效、便捷的装修需求。为满足消费者多样性需求，家装企业的服务内容逐渐向全产业链拓展，提供集家装设计、施工、主辅材定制与配送、软装搭配及精装后的家居产品等相融合的家居购物体验。全产业链服务能力的强弱，成为市场竞争的重要因素之一。

（4）家装与智能家居融合成为家装行业的新热点

智能家居是以住宅为平台，利用综合布线技术、网络通信技术、安全防范技术、自动控制技术、音视频技术将家居生活有关的设施集成，构建高效的家装设施与家庭日程事务的管理系统，提升家居安全性、便利性、舒适性、艺术性，并实现环保节能的居住环境。2016年政府工作报告明确指出，要增强消费拉动经济增长的基础作用，将壮大网络信息、智能家居、个性时尚等新兴消费作为政府工作重点，家居智能化成为必然发展趋势。根据《中国建筑装饰行业发展报告》预测，我国智能家居潜在市场规模约为5.80万亿元，发展空间巨大。

高价值的智能家居属于组合型科技产品，对销售时的展示能力、设计时的协调能力、安装时的专业布局能力等具有较高要求，设计和施工均具有一定的复杂性，掌握智能家居施工技术逐渐成为家装公司提升自身竞争力的重要方式之一。

（5）全装修政策带动软装业务发展

住宅全装修业务是近年来出现的新业务类型，房地产开发商将住宅交付最终用户前，达到消费者可入住的状态。我国住宅全装修业务起步较晚，发展历程尚短，随着国家住宅产业化政策的不断推进，全装修房占比将会逐渐提高。

随着大量全装修住宅的出现，越来越多的新建住宅将呈现标准化、装饰风格单一的特点。而消费者对居住环境个性化的追求，需要在全装修基础上通过软装陈设、局部改造得以实现。全装修住宅的出现为软装市场带来了较大的市场空间。

从软装市场成交总额来看，2016 年成交总额达到 9,338.72 亿元，较 2008 年 4,376.14 亿元增长 113.40%，我国软装市场实现了快速增长⁹。未来随着精装房后期装饰与二手房改造需求的大量涌现，软装市场将迎来新的发展契机。

（三）家装行业进入壁垒

1、品牌壁垒

家装项目设计水平、施工质量与家庭生活品质紧密相关，因此客户在选择家装企业时较为谨慎。家装企业的品牌、设计创意、施工品质、配套服务、售后维保等，都是客户重点关注和考察的因素。先进入家装行业的企业，在不断积累精品项目经验的基础上，形成了一定的品牌竞争优势，而后进入的企业由于缺少经典项目成功经验的支撑，短时间内无法形成品牌影响力，其谋求发展的空间会受到限制。因此，企业品牌影响力在一定程度上构成了其他企业进入家装行业的壁垒。

2、设计人才壁垒

家装项目的多样性和复杂性，对家装设计提出了更高的要求。优秀的家装设计是设计师专业技术和经验累积的体现。培养家装设计人才需要时间、知识和项目经验的不断磨合，同时优秀家装设计人才需依托家装公司平台，服务更多优质客户，积累专业技术及项目经验。复合型专业设计人才的储备，成为进入家装行业的重要壁垒。

3、工程质量壁垒

家装项目与家庭生活紧密相关，用户体验要求高，对家装企业的工程施工质量要求较高，先进的施工工艺与完善的质量控制体系是保证家装质量的重要因素。由于施工工艺的改进和质量体系的完善需要一定的时间积累，新进企业无法在短期内形成较为成熟的施工工艺和质量体系，难以保证较高的施工质量，因此家装行业具备一定的工程质量壁垒。

⁹ 《建筑装饰蓝皮书-中国建筑装饰行业发展报告（2018）》

4、供应链管理壁垒

在一个快速变化的消费环境下，企业需要具备综合的供应链管理能力和对消费者的个性化需求做出及时响应。家装企业需要与主要供应商经过长期的业务合作，才能互相信任并达成稳定的合作关系，形成较强的供应链管理能力和行业新进入者则需要经过长期的努力才能掌握低成本的稳定供应渠道。

5、规模化经营壁垒

经营规模较大的家装企业拥有相对广泛的客户服务渠道网络，与供应商议价能力较强，能获得较低的采购成本、优先保证的交货速度以及较为宽松的信用政策；经营规模较大的家装企业可提供相对丰富的实景家居体验，对消费者具有较强的吸引力，具备较强的获客能力，容易形成良性的经营循环。因此经营规模较大的家装企业规模效益明显，呈现强者愈强的局面。对于行业新进入者，如果短期内达不到一定的经营规模，将在市场竞争中面临较大的淘汰风险。

（四）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）城镇化进程、消费升级和二次装修需求为行业提供市场空间

2017年我国家装市场规模达到1.91万亿元，市场空间巨大。受益于城镇化进程的不断推进、消费结构的持续升级和二次装修需求的逐步释放，预计到2020年行业市场规模将达到2.40万亿元，家装行业市场需求仍将保持持续增长。

（2）产业政策引导推动品牌家装企业发展

近年来，国家及主管部门相继出台多项鼓励性的规章制度，支持和推动家装行业发展。根据《建筑业发展“十三五”规划》，到“十三五”期末，以完成全社会固定资产投资任务为基础，全国建筑业总产值年均增长7%，建筑业增加值年均增长5.5%，进一步巩固建筑业在国民经济中的支柱地位。根据《中国建筑装饰行业“十三五”发展规划纲要》，要深化体制机制改革，大力推动创新发展，调整优化产业结构，加强建筑装饰行业人才队伍建设。引导性政策发布有利于推动家装行业健康、有序的发展，为行业内企业做大做强提供良好的行业政

策环境。

（3）供给侧结构性改革倒逼行业创新发展

供给侧结构性改革是“十三五”建设时期的发展主线，重点是解放和发展生产力，用改革的办法推进结构调整，减少无效和低端供给，扩大有效和中高端供给，满足人们日益增长、不断升级和个性化的物质文化和生态环境需要。

房地产市场的刚性需求持续刺激家装行业繁荣发展，但行业内大部分中小家装企业服务同质化严重，差异化程度低，以价格战形式竞争。家装行业正处在供给侧结构性改革的重要时机，为适应经济发展新常态和市场竞争新形势，家装行业内企业需转变发展方式，重视研发创新，依靠科技进步、管理创新、产品开发等推动产业结构调整 and 转型升级，实现有效供给。新形势下家装行业格局深度分化，具备一定品牌影响力的家装企业将更具竞争优势，行业集中度将进一步提高。

2、不利因素

（1）受房地产调控政策影响

房地产行业在经历长达十余年的高速发展后，近年来，中央与地方政府连续出台打压住宅类房地产投机的政策与措施，全国多个城市密集出台了限购限贷政策，房地产市场短期内发展可能存在放缓。住宅房地产市场提供的装修需求是家装行业需求的源头之一，家装行业受国家房地产宏观调控的影响，可能面临一定的压力。

（2）行业集中度偏低，竞争秩序有待规范

目前，我国家装行业参与竞争企业数量众多，但大多数企业规模较小，行业集中度偏低，行业内的企业发展水平差异较大，能够提供高品质整体家装的大型企业数量相对较少。行业内还存在大量企业经营方式粗放、装修档次较低、装修质量参差不齐，通过价格战来争夺市场份额，为整个家装行业的声誉及可持续发展造成不良影响。

（3）行业的创新能力不强

整体而言，我国家装行业自主创新能力不够，技术开发投入不足，研究开发

力量薄弱。多数家装企业的原创设计较少、技术及施工工艺较为落后，主要依靠跟风模仿市场流行的设计作品或跟踪仿制大型企业的关键技术为主，未能形成具有自主知识产权的技术成果，导致行业缺乏自主创新能力和可持续发展的后劲。

（五）家装行业技术水平

1、设计技术

设计是家装项目的灵魂，设计方案能够获得客户认同是家装企业成功取得项目的决定性因素。由于我国家装行业起步较晚，行业内相关企业的设计水平参差不齐。部分规模较小的装修队、小型家装企业的设计水平有限，行业内仅有部分规模较大、设计水平较强、设计师分工精细的企业可以充分发掘、引导消费者的潜在需求，并根据客户的个性化要求和其住房空间结构提供具有针对性的包含设计、施工、主辅材及软装选配方案的全屋定制服务，为消费者提供更舒适的家居环境。

2、施工技术

家装项目施工技术主要体现在现场手工作业能力与工程施工组织管理能力。家装项目施工需要根据工程本身的特点，将传统的木、油、瓦、电、水等建筑业工种的施工现场手工作业与资金、材料、机械和施工方法进行科学合理的安排，积极为施工创造必要条件，选择最优施工方案、保证工程质量，缩短工程周期，安全生产，降低物耗。

3、材料技术

家装建材与消费者的日常生活息息相关。近年来随着消费者对环保日益重视，家装企业在建材采购等方面越来越关注环保性能，这促使上游建筑材料商需要不断加大对建筑材料在节能、环保等方面的研发投入，研发新的环保材料从而适应日益提高的环保要求。

4、科学管理技术

经过多年发展，家装服务从简单的设计、施工逐步向全产业链的服务内容拓展，家装企业逐步成为承接上游建材供应商与下游消费者的核心环节，管理难度

不断加大。为缓解管理压力，行业内的大型家装企业陆续引入科学管理系统。科学管理系统实现家装项目各个环节之间的数据有效链接，与客户和供应商数据共享，在提高工作效率的同时，更加合理地配置企业资源，优化业务流程，缩短项目周期，降低企业成本。随着行业的进一步发展，尤其是头部企业的进一步扩张，科学管理程度将在很大程度上决定了公司的发展速度。

（六）家装行业经营模式及特征

1、行业经营模式

目前，我国家装企业主要以装修队、传统家装企业、互联网家装企业、无界家装服务商的形式存在，行业内不同的经营类型特点分析如下：

特点/模式	装修队	传统家装企业	互联网家装企业	整体家装服务商
服务内容	提供基础施工	提供简单设计、基础施工，主材定制及软装搭配较少	主要解决客户、装修公司及建材商的信息撮合问题	提供方案设计、专业施工、材料定制、软装搭配及精装后家居选购的无界服务方案
服务布局	无固定店面	门店数量有限、规模较小	主要依托互联网进行线上布局，部分开设线下店面	以线下精选店面体验式服务为基础，以线上多渠道推广为辅助的创新服务布局；线下店面设置样板间和建材馆，对设计风格、配套建材进行展示，并配备专业导购；线上平台借助智能化、便捷化、科学化的云系统，提供高效、便捷服务
项目管理	现场施工缺乏系统性监管	以施工现场管理为主，信息化管理能力有限	主要依靠合作的装修公司进行管理	搭建贯穿项目关键节点的智能管理系统，客户、供应商、施工及管理人员登录系统即可实时监控
售后服务	通常无法提供售后服务	企业规模较小，可能存在售后拖沓的情形	多数企业没有专门的家装业务售后服务团队，主要依靠合作的装修公司进行售后维修	提供售前、售中、售后的无界服务，客户报修便捷，响应及时
潜在风险	客源不稳定	以基础装修工程为主，附加值较低，缺乏全产业链盈利的能力	广告投入较大，客户转化率较低；口碑依赖于合作的装修公司和建材商的服务能力	对综合配套能力、研发创新能力要求较高，边际扩张的资本投入需求大

2、行业特征

（1）区域性

由于我国区域经济、城市规模和发展程度不均衡，家装行业在不同区域的市场需求存在一定差异，呈现一定的区域性特征。具体来说，在经济发达、城市规模较大的区域，客户消费能力较强、居住条件升级改善需求较为旺盛，为区域内的家装企业提供了广阔的市场容量；此外，该区域内客户对家装品牌和品质的要求普遍较高，有利于行业内企业更专注的进行设计风格的创新、施工工艺的研发、产业链条的拓展与服务形式的完善，从而满足消费者对家装不断升级的需求，获得良好的品牌信任度和市场反馈，由此逐步占领更高的市场份额。

从全国市场来看，具有较高知名度的大型家装企业主要分布在长三角地区、环渤海经济圈以及珠三角地区。区域内企业充分利用区域经济发达带来的发展契机，通过提高在核心区域的市场竞争力赢得客户口碑，并以此为依托，逐步向周边辐射，进而实现市场拓展。

（2）周期性

家装行业与房地产行业具有一定的相关性，住宅房地产行业受宏观经济形势、产业政策调控影响较为明显，家装行业呈现一定周期性特点。但考虑到在“衣、食、住、行”中，家装与“住”密不可分，是满足人们生活需求的基本条件，加之人们与生俱来的对美的不懈追求决定了家装必须不断更新换代，因此，家装行业具有长期市场需求，形成了相对持续平稳发展的市场态势。

（3）季节性

家装行业具有季节性特征，通常每年上半年为淡季，下半年为旺季。因第一季度有春节等重要传统节日，绝大部分客户要求春节前完工或者推迟施工计划，第一季度家装业务量较小；另外，长江中下游地区的梅雨气候对木工、油漆等工程施工存在一定影响，五、六月工程施工量会相对较低。因此，家装公司不同季度的经营业绩表现并不均匀，行业呈现明显的季节性特征。

（七）家装行业与上下游行业的关系

1、上游行业发展状况对本行业的影响

家装行业上游行业为建筑装饰材料行业，竞争较为充分，不存在被单一厂商所垄断的情形，市场供应充足。受宏观经济的影响，建筑装饰材料价格存在一定的波动，会对家装企业的采购成本造成一定的影响，但规模较大的家装企业采购需求较稳定，对上游建筑材料供应商具有较强的议价能力，在一定程度上能够消化原材料价格波动带来的不利影响。

2、下游行业发展状况对本行业的影响

家装行业下游是以家庭客户为主的终端消费者。下游客户对家装的需求主要源于居民生活的需要、消费者经济水平的提高和生活方式的变化。未来，随着我国经济稳定增长，城镇化进程快速推进，大量的新房装饰需求涌现；同时，随着装修耐用期限的到来与居民消费结构的升级，改善性家装需求进一步释放，对家装行业形成长期利好。

三、公司的市场竞争地位

（一）行业竞争格局和市场化程度

我国家装市场空间广阔，企业数量众多，2017年我国家装行业市场规模1.91万亿元，而同期建筑装饰行业的企业数量达13万家，行业集中度低，市场竞争充分。此外，在万亿级市场规模吸引下，众多互联网企业、家居建材连锁企业等跨行业公司纷纷进入，投入大量的品牌宣传，家装行业的竞争愈加激烈。

在“供给侧改革”战略的推动下，行业面临产业创新升级和淘汰落后产能的结构性调整。未来，家装行业将呈现集中度提高、竞争日益规范的新态势。

（二）行业内主要竞争企业

目前，国内大型家装企业主要依托区域内经济发达的城市，通过开设分公司的方式来抢占核心市场，并逐步向周边辐射，实现营销网络的拓展。

公司主要的竞争对手包括目前已实现全国布局的大型家装企业，以及各区域

内的知名家装企业，各企业相关情况如下：

1、全国性大型家装企业

（1）东易日盛家居装饰集团股份有限公司：成立于1996年，总部设在北京，作为专业的整体家装解决方案供应商，主要从事居室装饰设计、工程施工、配套木作产品研发、生产及全国性家装品牌特许经营。

（2）苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司：成立于1993年，总部设在苏州，是一家以内装饰为主体，融幕墙、家具、景观、艺术品、机电设备安装、智能、广告等为一体的专业化装饰集团。近年来，金螳螂围绕主业，在家装领域推出“金螳螂·家”，旨在打造以家为核心的深度垂直、服务闭环的一站式家居服务平台。

2、长三角区域知名家装企业

（1）江苏锦华建筑装饰设计工程股份有限公司：成立于2009年，总部设在南京，以住宅产业为目标整合房地产、装饰、建材、家具、配饰等资源构建产业链，为百姓提供个性的、优秀的、规范的、放心的完整家居解决方案。

（2）上海聚通装饰集团有限公司：成立于1995年，总部设在上海，为客户提供专业服务的一站式家装体验中心。

3、其他区域知名家装企业

（1）深圳市名雕装饰股份有限公司：成立于1999年，总部设在深圳，为客户提供集原创设计、工程施工、辅材配送、木制品定制、主材及配饰选购、售后服务为一体的家居综合服务。

（2）业之峰诺华家居装饰集团股份有限公司：成立于2008年，总部设在北京，为客户提供高性价比的一站式家装服务。

（3）武汉嘉禾装饰集团有限公司：成立于1998年，总部设在武汉，是一家集设计、施工、家装工厂化、主材供应、室内装饰为一体的、提供硬装和软装一体化家居服务的装饰企业。

公司目前业务内容集中在长三角地区，尚未进入其他区域。

（三）竞争地位

经过 20 年的沉淀与积累，公司已成为国内家装行业的知名企业，树立了良好的业界口碑。“红蚂蚁”商标于 2015 年被国家工商总局认定为“中国驰名商标”，公司是华东区域率先荣获该项认定的家装企业。此外，公司先后荣获“中国家居业十大家装品牌”、“中国高品质家装最佳典范企业”、“全国住宅装饰装修行业质量、服务、诚信五星级企业”、“全国建筑装饰装修行业信息化建设先进单位”等荣誉，标志着公司在全国家装行业的重要地位。

公司秉承精益求精的苏式工匠精神，以原创时尚的设计理念、低碳环保的施工工艺、一体化的综合配套为基础，坚持持续、渐进式的研发创新及服务提升，构建并持续完善“无界家装生态体系”，在长三角地区中高端家装市场形成了较强品牌优势与市场竞争力。公司全面布局江苏省市场，目前在省内设立了 26 个分公司，形成了覆盖江苏省重点市场的营销服务网络，成为江苏省家装行业知名品牌。未来公司将立足传统优势区域，逐步推进全国重点城市营销网络的建设，实现全国业务布局。

（四）主要竞争优势

1、品牌优势

蚂蚁在自然界中素来有“建筑大师”的美誉，公司自成立伊始即以此为目标，凭借精准定位的服务、丰富的精品项目经验及多年的优质口碑传播，已成为长三角地区实力较强、知名度较高的家装企业。

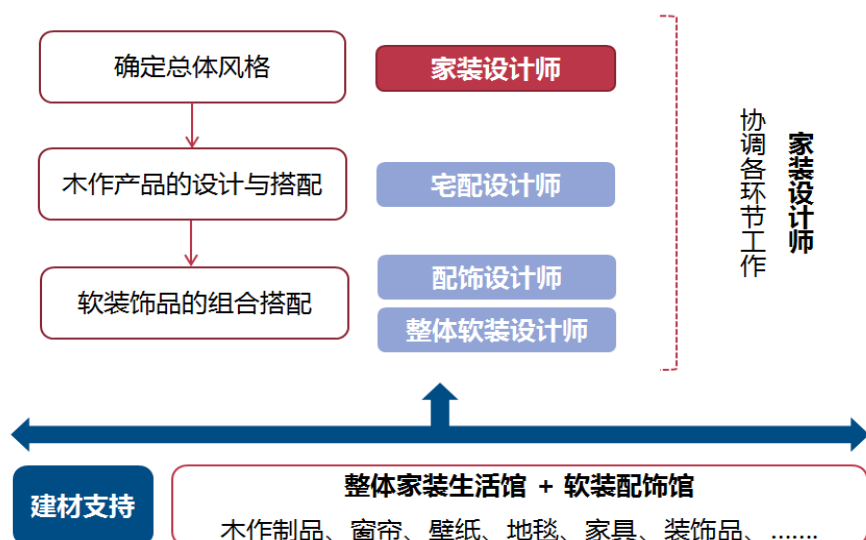
公司推行多品牌、差异化经营策略，打造“红蚂蚁”、“米克罗”、“智造家”三个细分品牌，满足不同客户对住宅装修装饰的差异化需求，其中“红蚂蚁”、“米克罗”为公司“亿元级”装饰品牌。“红蚂蚁”主要为中高端客户提供全方位的住宅装修装饰服务方案，2015 年被认定为“中国驰名商标”；“米克罗”为公司 2010 年推出的针对别墅、大宅装修装饰领域的高端业务品牌，2016 年被认定为“苏州市知名商标”；“智造家”为公司 2017 年推出的定位中小户型公寓的智能整装新品牌，与“红蚂蚁”、“米克罗”形成良好的互补，有效提升公司品牌覆盖广度。

公司秉承精益求精的苏式工匠精神，凭借优质的项目质量打造品牌形象。公司成立至今获得多个奖项，拥有良好的市场美誉度，承接项目共获得全国住宅装饰装修示范工程奖 13 项，国际环艺创新设计作品大赛华鼎奖 30 项，全国绿色设计低碳家装示范工程奖 1 项，江苏省家庭装饰优质工程奖 20 项，苏州市家庭装饰示范工程奖 34 项，苏州市“天堂杯”住宅装饰优质工程奖 9 项，苏州市“零投诉”企业 8 次，苏州市“天堂杯”建筑装饰优质工程奖 2 项，苏州市家庭装饰优秀工程奖 2 项，形成较强的品牌影响力。

2、设计优势

设计是家装项目的灵魂，设计水平是家装企业的核心竞争力之一。公司经历 20 年的发展与积累，目前拥有设计师 400 余名，同时公司自主开发“红蚂蚁八大风格测定系统软件”，并构建“蚂蚁云智能 9C 运营系统”，将虚拟现实技术等电子信息技术与传统手绘方式充分融合，有效提高了设计师与客户沟通效率，进一步提升客户体验。优秀的设计人才队伍与先进的设计技术保证了公司设计水平处于领先地位。

公司设计师团队实行“精细化”分工，形成了家装设计师全程负责、各板块设计师协作配合的设计模式。其中，家装设计师负责对项目总体风格进行把控，并对施工、选材、软装等各个环节的工作进行协调；宅配设计师负责橱柜、壁柜、移门等定制木产品的设计与搭配；配饰设计师负责壁纸、窗帘等软装饰品的组合搭配；整体软装设计师负责精装后的改造及家居产品的搭配。家装设计师和各板块设计师各有侧重、相辅相成，同时依托公司住宅设计研究院技术支持，形成覆盖家装各环节的设计系统。



成立至今，公司及设计师多次荣获包括“华鼎奖”、“年度十佳精品案例”、“中国室内设计 50 强资深专家设计师”等设计荣誉。报告期内，公司及设计师荣获的设计方面主要奖项如下：

获奖单位/个人	获奖名称	颁奖单位
发行人	设计影响中国 2017-2018 年度中国室内设计十佳品牌设计机构	中国建筑装饰协会、清华大学美术学院、设博会
发行人	设计影响中国 2017-2018 年度中国室内设计十佳精品案例	中国建筑装饰协会、清华大学美术学院、设博会
发行人	中国国际建筑装饰及设计艺术博览会（2016-2017 年度十佳品牌设计机构）	中国建筑装饰协会、清华大学美术学院、设博会
发行人	中国国际建筑装饰及设计艺术博览会（2016-2017 年度十佳精品案例）	中国建筑装饰协会、清华大学美术学院、设博会
发行人	设计影响中国~2015-2016 年度十佳精品案例机构	中国建筑装饰协会
发行人	设计影响中国~2015-2016 年度十佳品牌设计机构	中国建筑装饰协会
王新	2017-2018 年度中国室内设计 50 强资深专家设计师	中国建筑装饰协会、清华大学美术学院、设博会
肖陈超	2016-2017 年度国际环艺创新设计作品大赛华鼎奖-别墅豪宅空间类金奖	中国建筑装饰协会、清华大学美术学院、设博会
朱静雅	2016-2017 年度国际环艺创新设计作品大赛华鼎奖-别墅豪宅空间方案类银奖	中国建筑装饰协会、清华大学美术学院、设博会

获奖单位/个人	获奖名称	颁奖单位
胡彦、王新、胡开菊、王振、孙参平、费基国	2017 年度精英设计师	中国建筑装饰协会
周帅、罗霄、李彬、许震、刘文奇	2017 年度新锐设计师	中国建筑装饰协会
纪卜文、张芥之	2015-2016 年度国际环艺创新设计作品大赛（华鼎奖）	中国建筑装饰协会
杨玉文	2015-2016 年度十大最具原创设计师	中国建筑装饰协会
蒋云坤	设计影响中国~2015-2016 年度十佳精品案例	中国建筑装饰协会
李卫锋、蒋云坤	2015-2016 年度中国室内设计 50 强资深专家设计师	中国建筑装饰协会
刘雪莲、李晓虎、石磊	2015-2016 年度中国室内设计 50 强杰出青年设计师	中国建筑装饰协会

3、研发创新优势

公司为高新技术企业，自成立以来始终专注于为客户提供高品质家装服务，凭借综合性研发平台，通过持续性、渐进式的研发创新，在施工工艺、低碳环保等方面形成了较强的技术优势，是行业内研发能力较强、拥有较多科技成果转化的企业。

公司拥有较深厚的技术积累，并多次参与行业标准制定，在业内树立了领先优势。公司拥有发明专利 1 项、实用新型专利 30 项、软件著作权 8 项。公司及公司核心技术人员参与起草了国家行业标准《羊毛吸声绝热制品》（GB/T34562-2017）、江苏省工程建设标准《民用建筑室内装修工程环境质量验收规程》（DGJ32/J140-2012），参与审查了江苏省工程建设标准《住宅装饰装修服务标准》（DGJ32/TJ221-2017）。

公司重视低碳环保研发创新，设有“全国住宅装饰装修行业产业化低碳节能环保示范基地”、“苏州市低碳装修设计工程技术研究中心”等低碳环保研发平台。公司自主研发多项节能低碳装饰施工技术，其中“节能防渗漏卫浴装修系统技术”等十一项科技创新技术成果被中国建筑装饰协会住宅装饰装修委员会推广应用，“一种用于线管穿线的辅助装置技术”等十五项科技创新技术成果被江苏省装饰装修行业协会推广应用。

序号	创新技术成果名称	技术方式
中国建筑装饰协会住宅装饰装修委员会推广应用的 公司低碳创新技术成果列表		
1	节能防渗漏装修系统技术	自主研发
2	大型环保吊顶设计及其防开裂装饰结构的技术	自主研发
3	低碳节能风格设计及其施工技术的技术	自主研发
4	计算机辅助设计系统的技术	自主研发
5	计算机辅助高效管理系统的技术	自主研发
6	铺贴装饰低碳设计施工及其水泥砂浆填补设备的技术	自主研发
7	木材石材节约加工技术及其设备的技术	自主研发
8	便携式装修设备及其施工工艺的技术	自主研发
9	单元式墙顶面精确装配施工技术的技术	自主研发
10	大面积地面石材瓷砖铺设施工技术的技术	自主研发
11	地面铺线铺管装饰及施工技术设备的技术	自主研发
江苏省装饰装修行业协会推广应用的 公司低碳创新技术成果列表		
1	一种用于线管穿线的辅助装置技术	自主研发
2	一种石膏板裁切倒边用装置技术	自主研发
3	一种美纹纸粘贴用辅助工具及其使用方法	自主研发
4	一种打斜孔辅助装置技术	自主研发
5	一种建筑装修用电工放线车技术	自主研发
6	一种空鼓检查装置技术	自主研发
7	一种轻钢龙骨调节用的辅助工具技术	自主研发
8	一种贴瓷砖用的辅助装置技术	自主研发
9	一种用于轻钢龙骨吊顶灯带的安装结构技术	自主研发
10	一种用于阴阳角龙骨的连接结构技术	自主研发
11	一种用于电线绞合器的连接机构技术	自主研发
12	一种浴缸龙头出水口的安装结构技术	自主研发
13	一种热熔器技术	自主研发
14	一种线管折弯器技术	自主研发
15	一种装饰砖倒角台技术	自主研发

4、综合配套优势

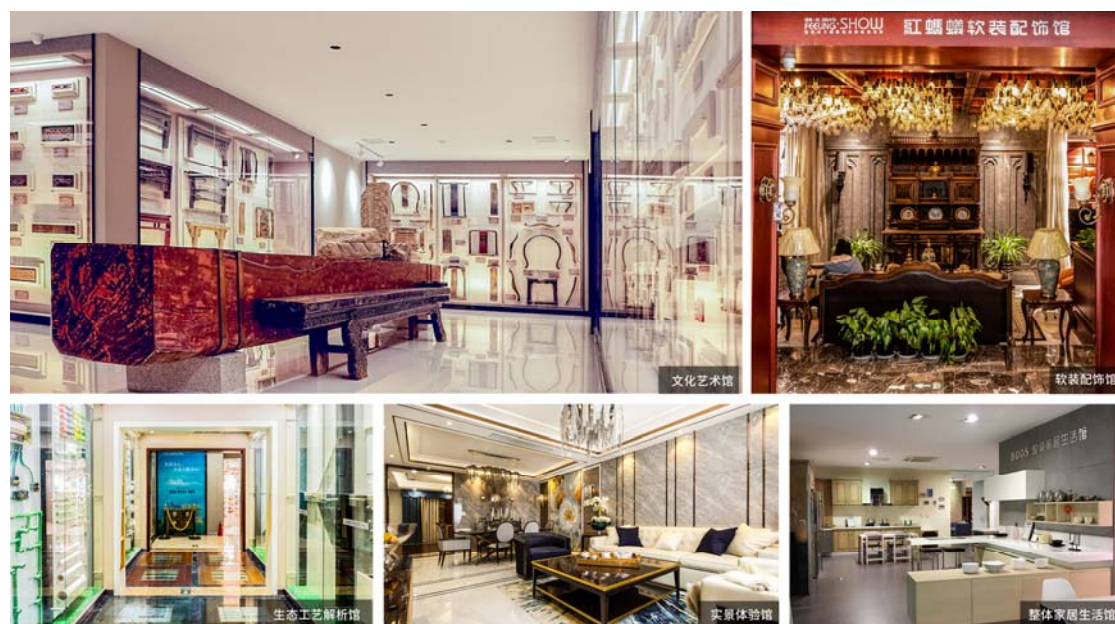
公司深耕家装行业 20 年，陆续推出“红蚂蚁”、“米克罗”、“智造家”三大

品牌，满足不同层次消费客户对住宅装修装饰的差异化需求，为客户提供包括设计、施工、主辅材定制与配送、软装搭配、精装房软装综合服务一体化整体家装服务，形成了较为完善的横向纵向产业链配套。

（1）大型家装体验中心

公司推行体验式营销，以科技家居文创园为试点，构建“文化艺术馆”、“生态工艺解析馆”、“实景体验馆”、“整体家居生活馆”、“软装配饰馆”等五大家居体验馆，对家居文化、风格搭配、施工工艺进行充分展示及推广。公司通过体验式营销的方式，在方案设计阶段即可向客户呈现家装整体效果，减少方案设计与装修结果的差异，实现“所见即所得”。公司所提供的体验式营销服务不仅赢得客户的认可，也使公司在市场竞争中获得了独特的竞争优势。

2012年4月，公司被中国建筑装饰协会住宅装饰委员会评选为“全国住宅装饰装修行业实景体验示范基地”，体现行业对体验式营销具有较高的认可度。



（2）建材展销中心

公司推行“包工包料”的全包家装服务，在线下门店设有建材展销中心，展销涵盖瓷砖类、木制品类、软装家居类、洁具类、辅材及设备电器类等家装所需的主要材料，品牌包括科勒洁具、必美地板、TATA木门、道格拉斯瓷砖、立邦涂料、上上电缆、慕思凯奇等国内外知名品牌，力求为客户提供高品质、高性价

比、绿色环保的建材产品。



公司通过建材展销中心延伸服务链条，满足客户对家装便利性的需求，构建供应商建材展销平台，增强客户、供应商粘性。建材展销中心为客户避免了多场地挑选主材的繁琐工序，而且设计师全流程陪同采购，在方案设计阶段即可向客户呈现家装整体效果，减少设计方案与装修效果的差异，实现“所见即所得”；同时，展销中心所售建材与公司售后服务体系全面对接，简化了客户入住之后的售后流程，解决了因建材叠加导致的责任方难以确认等问题，提高了客户售后服务满意度。另外，建材展销中心作为供应商重要的销售渠道，规模效应明显，有利于降低商品流通的交易成本，已成为家装建材、服务展示和交易的信息撮合平台。

（3）木作产品定制服务

公司于 2006 年建立了木作产品加工基地，拥有“BOOS”自主品牌，专业为客户提供定制化橱柜、衣柜、卫柜、移门、房门、护墙板等高品质木作产品。专业的定制家居解决方案，通过设计师全流程的参与，在风格定制、颜色定制、空间定制、功能定制等方面，实现对全屋装修效果的把控，项目工期、售后服务、整屋环保达标等方面更好的满足客户需求，促进公司综合配套服务能力进一步提升。

（4）软装实力雄厚

为适应“轻装修，重装饰”的行业发展趋势，公司于2016年成立“整体软装事业部”，目前主要面向精装后市场，提供包括空间布局、色彩搭配、灯光效果、饰品陈列、局部改造等服务。经过多年运营，公司积累了丰富的软装运营经验，软装业务已涵盖家具、窗帘、壁纸、木作产品、配饰、灯具、地毯、装饰品等，合作商家近百家，并储备了众多产品、色彩、搭配方面的软装人才，软装设计师30余名，可以较大程度满足客户需求，具备较强的行业竞争实力。

5、管理优势

家装企业面临外部竞争激烈、内部工序繁杂带来的较大管理压力，完善的管理体系对家装企业持续健康发展至关重要。历经多年发展，公司积极适应市场环境及客户需求的变化，形成了一套具有自身特色的高效管理体系。公司拥有稳定成熟的管理团队，将电子信息技术与传统业务模式进行深度融合，构建运行高效的设计体系、施工体系、服务体系及研发体系，为公司打造“无界家装生态体系”，积累了较强的竞争优势。

（1）管理团队

公司管理团队对公司发展及行业前景有着共同愿景，形成了稳健、高效、务实的经营管理理念。公司核心管理团队从业经验丰富，具备良好的市场前瞻能力，能够准确把握市场发展趋势。以公司创始人李荣先生为代表的核心管理团队稳定，形成了稳健的家装企业内部管理体系。此外，公司实施股权激励，核心管理人员、技术骨干持有公司股份，进一步增强核心人员凝聚力和稳定性。

（2）智能、便捷、科学的云系统

随着互联网技术的快速发展，传统业务模式与新技术深度整合成为行业发展趋势。公司自主研发的“蚂蚁云智能9C运营系统”，项目管理实现智能化、标准化、规范化、系统化和无界化运行。



作为公司实现并持续完善“无界家装生态体系”的重要前提，“蚂蚁云智能9C运营系统”具有智能化、便捷化、科技化的特点，优化了服务流程和现场管理，减少了人力、时间、场地等要素消耗，有效实现降本增效。云系统为客户、供应商及相关设计、施工、管理人员分别搭建智能平台，相关人员通过手机端或PC端获取最新最快的家装资讯；同时可提供贯穿家装服务重点环节的线上服务，包括云体验、云设计、云报价、云选购、云物流、云管理、云保障、云生态八大部分，未来向云金融延伸，实现家装流程前、中、后段的无缝对接。

6、地域优势

江苏省综合经济实力在国内居前，GDP连续多年稳居全国第二名，近年来保持了快速稳定发展的势头，雄厚的区域经济基础是家装市场繁荣的前提。2009年至2018年，江苏省全年完成房地产开发投资由3,339亿元¹⁰增长至10,987亿元¹¹，复合增长14.15%，为家装市场带来了广阔的市场空间和发展前景，为品牌知名度较高的优质企业提供了良好的发展契机。

公司总部所在的苏州市是江苏省经济最发达城市之一。2009年至2018年，苏州市全年完成房地产开发投资由724亿元¹²增长至2,558亿元¹³，复合增长

¹⁰ 江苏省统计局《江苏省2009年国民经济和社会发展统计公报》

¹¹ 江苏省统计局《2018年江苏省国民经济和社会发展统计公报》

¹² 苏州市统计局《2009年苏州经济和社会发展概况》

15.06%，呈快速增长态势。其中，2016年至2018年苏州市全年完成房地产开发投资由2,163亿元¹⁴增长至2,558亿元，复合增长8.75%，苏州市房地产市场在调整中保持平稳发展。

公司牢牢把握区域经济发展及产业基础坚实带来的契机，以“核心区域密集布局、全国市场稳健扩张”为市场策略，目前在苏州、南京、无锡、常州、南通、泰州、扬州等地共设立20余家分公司，形成了一个覆盖全省重点市场的业务布局。在深耕江苏市场的基础上，未来公司将在拓宽市场渠道、拓展产业链条、提高经营管理等方面不断强化自身优势，巩固核心竞争力，逐步拓展域外，构建新的利润增长点。

（五）维持竞争地位的不利因素

1、业务布局相对集中

目前公司营销网络主要集中在江苏省内，在省外地区尚未设立网点。江苏省为全国经济大省，2018年江苏省年度GDP为9.26万亿元，位列全国第二位。公司作为江苏省住宅装修装饰行业龙头企业，在本区域内已形成较强的品牌影响力。尽管依托江苏省雄厚的经济基础和国内领先的城市化发展水平，报告期内公司经营业绩持续增长，但住宅装修装饰市场具有一定区域性特征，目前公司业务主要集中在江苏省，存在业务布局相对集中的情形。因此，公司本次募集资金将部分用于江苏省外营销网络拓展，实现异地业务的扩张。

2、融资渠道相对单一

作为大型家装企业，公司在营销网络拓展、管理系统升级、施工研发创新等方面都迫切需要资金支持。目前公司主要依靠自我积累的方式发展，尚未进入资本市场，融资渠道单一，在一定程度上制约了公司拓展业务的步伐。

¹³ 苏州市统计局《2018年苏州经济和社会发展概况》

¹⁴ 苏州市统计局《2016年苏州经济和社会发展概况》

四、公司销售及主要客户的情况

（一）公司主营业务的收入情况

公司专注于家庭住宅装修装饰领域，专业为客户提供别墅、大宅、公寓从设计到全屋装修的家装服务。

报告期内，公司主营业务收入按业务类别构成、品牌构成分类情况见本节“一、公司主营业务概览”之“（一）公司主营业务及产品介绍”之“5、主营业务收入的主要构成”。

（二）报告期内主要客户情况

报告期内，公司前五大客户的收入及其占营业收入的比重如下：

单位：万元，%

排名	客户名称	收入金额	占营业收入比例
2018 年度			
1	苏州园区九龙仓国宾一号**幢业主	277.70	0.31
2	苏州吴中区独墅岛**幢业主	272.32	0.30
3	苏州吴中区独墅岛**幢业主	266.02	0.29
4	苏州园区融创桃花源**幢业主	237.12	0.26
5	江阴五矿黄山湖壹号**幢业主	226.64	0.25
合计		1,279.80	1.41
2017 年度			
1	苏州园区九龙仓**幢业主	344.40	0.40
2	常熟美墅馆**幢业主	342.02	0.40
3	苏州园区桃花源**幢业主	323.45	0.38
4	苏州园区湖滨四季**幢业主	302.36	0.36
5	苏州园区九龙仓国宾一号**幢业主	275.70	0.32
合计		1,587.94	1.86
2016 年度			
1	苏州市相城大道**号业主	435.71	0.59
2	无锡吴月雅境**幢业主	366.24	0.50
3	常熟美墅馆**幢业主	296.51	0.40
4	苏州相城区康桥丽都**幢业主	284.86	0.38

排名	客户名称	收入金额	占营业收入比例
5	苏州相城区康桥丽都**幢业主	247.95	0.34
合计		1,631.27	2.21

报告期内公司向单个客户的销售比例未超过销售总额的 50%，不存在过度依赖于单一客户的情形。

五、公司采购及主要供应商情况

（一）报告期内主要产品的原材料和能源及其供应情况

1、劳务采购情况

报告期内，公司主要采用劳务分包的业务模式，将承接的装饰装修工程的劳务作业分包给有资质的劳务分包公司负责。

2、主要原材料采购情况

报告期内，公司采购的原材料主要包括家具板材、瓷砖、地板、房门套装、洁具、石材等装饰主材，基本辅料、水电材料等装饰辅材。

报告期内，公司主要原材料采购金额及占采购总额的比例如下：

单位：万元，%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占采购总额比例	金额	占采购总额比例	金额	占采购总额比例
家具板材类	6,071.66	10.10	4,682.02	7.77	3,559.24	7.06
瓷砖	4,874.97	8.11	5,145.22	8.54	4,604.38	9.14
地板	4,349.54	7.24	4,356.33	7.23	4,322.01	8.58
房门套装	4,134.85	6.88	3,625.16	6.02	2,422.67	4.81
洁具	3,421.13	5.69	3,558.82	5.91	2,498.30	4.96
石材	3,347.29	5.57	3,520.20	5.84	2,894.70	5.74
基础辅料	3,310.27	5.51	2,952.90	4.90	2,893.89	5.74
水电材料	1,723.80	2.87	2,614.38	4.34	2,298.59	4.56
合计	31,233.52	51.96	30,455.03	50.55	25,493.78	50.59

3、主要能源采购情况

公司主要为客户提供家装服务，服务所用能源主要为从事木作产品生产制造的电力消耗，以及公司日常办公的电力消耗。报告期内，公司能源消耗成本占营业成本的比例较小，电力价格的波动对公司生产经营影响较小。

（二）报告期内主要供应商情况

报告期内，公司向前五名供应商采购的情况如下：

单位：万元，%

序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
2018 年度			
1	苏州友邦人力资源职介有限公司	12,451.59	20.71
2	杭州赢天下建筑有限公司	4,359.70	7.25
3	苏州新圣宏劳务服务有限公司	4,219.76	7.02
4	苏州杰诚建筑有限公司	2,418.46	4.02
5	江苏凯德亚建材科技有限公司	1,906.74	3.17
合计		25,356.25	42.18
2017 年度			
1	苏州友邦人力资源职介有限公司	7,644.63	12.69
2	苏州新圣宏劳务服务有限公司	4,213.40	6.99
3	江苏宏顺建筑安装劳务服务有限公司	3,783.22	6.28
4	杭州赢天下建筑有限公司	2,900.36	4.81
5	苏州杰诚建筑有限公司	2,766.85	4.59
合计		21,308.46	35.36
2016 年度			
1	苏州高新狮邦人力资源有限公司	5,530.66	10.97
2	江苏宏顺建筑安装劳务服务有限公司	4,665.85	9.26
3	苏州德鲁克人力资源劳务派遣有限公司	4,258.46	8.45
4	苏州杰诚建筑有限公司	1,661.00	3.30
5	苏州郭木材木业有限公司	1,492.32	2.96
合计		17,608.29	34.94

公司向单个供应商的采购比例未超过采购总额的 50%，不存在过度依赖于单一供应商的情形。

六、公司主要固定资产和无形资产情况

（一）主要固定资产情况

1、固定资产类别

截至 2018 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元，%

类别	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	19,130.00	1,539.10	-	17,590.90	91.95
机器设备	815.96	308.13	-	507.83	62.24
运输设备	439.07	300.68	-	138.40	31.52
电子及其他设备	1,387.65	1,061.18	-	326.47	23.53
合计	21,772.68	3,209.08	-	18,563.60	85.26

2、房屋建筑物

（1）公司自有房产及建筑物

截至本招股书签署日，公司及子公司苏州兆丰共拥有 9 处房产，具体情况如下：

单位：平方米

序号	房产证编号	所有权人	座落	建筑面积	是否抵押
1	苏（2019）苏州市不动产权第 8017422 号	发行人	苏州娄门路 246 号	8,558.95	未抵押
2	苏（2019）苏州市不动产权第 8017314 号	发行人	苏州干将东路 177 号	480.72	未抵押
3	苏（2018）苏州工业园区不动产权第 0060692 号	发行人	苏州工业园区李公堤路 1 号 28 幢	1,845.79	未抵押
4	苏（2018）苏州市不动产权第 8016704 号	发行人	苏州娄门路 266 号	7,871.66	未抵押
5	苏（2019）张家港市不动产权第 8222288 号	发行人	张家港杨舍镇万红三村 20 幢 301 室	215.06	未抵押
6	苏（2019）张家港市不动产权第 8222286 号	发行人	张家港杨舍镇万红三村 20 幢 4-14 室	726.06	未抵押
7	苏（2019）张家港市不动产权第 8222292 号	发行人	张家港杨舍镇万红三村 20 幢汽车库	83.70	未抵押
8	苏房权证新区字第 00043595 号	苏州兆丰	苏州高新区木桥街 27 号	2,693.35	未抵押

序号	房产证编号	所有权人	座落	建筑面积	是否抵押
9	苏房权证新区字第 00155671 号	苏州兆丰	苏州高新区木桥街 27 号 3 幢	10,850.42	未抵押

（2）租赁房产

截至本招股书签署日，公司及子公司共承租 32 处房产，具体情况如下：

单位：平方米

序号	承租方	出租方	租赁期限	房产坐落	租赁面积
1	发行人	朱文华、徐祥芬	2014.09.06-2019.09.05	江阴市延陵路 578-3, 578-4 号	267.00
2	发行人	陈佩华	2014.11.19-2019.11.19	江阴市延陵路 580, 580-2 号	256.97
3	发行人	张春元	2014.12.01-2019.11.30	扬州市邗江北路 83 号香水湾 2 幢 107 室	355.44
4	常熟分公司	金文瑛	2016.12.01-2019.12.01	常熟市李闸路 65-5-6-7 号的 1 至 3 层	450.00
5	常熟分公司	吕松	2016.12.01-2019.12.01	常熟市李闸路 65-4 的 1 至 3 层	150.00
6	南京分公司	赵军	2016.12.01-2022.11.30	南京市建邺区水西门大街 295 号	780.27
7	宜兴分公司	周辰	2017.01.01-2021.12.31	宜兴市宜城街道枫隐路 105 号一层局部、103 号二层、105 号二层	717.51
8	发行人	苏州万鸿房地产开发有限公司	2017.03.01-2027.02.28	太仓市城厢镇郑和中路 376 号 20 幢 2、3 号商铺	1,021.16
9	发行人	南京方山森林公园投资管理有限公司	2017.07.18-2022.07.17	江宁区淳化街道天元东路 228 号财富广场二期 8 幢 110、111、112 室	706.00
10	发行人	苏州远飞车业有限公司	2017.09.01-2020.08.31	苏州新区朝红路 505 号 3 号厂房车间 1 层部分、办公楼部分	1,086.00
11	发行人	南京方山森林公园投资管理有限公司	2017.10.08-2022.10.07	江宁区淳化街道天元东路 228 号财富广场二期 8 幢 108、109 室	422.00
12	发行人	朱爱军	2017.12.01-2027.11.30	泰州市荣御蓝湾 48 幢 101 室	1,482.00
13	发行人	苏州市住房租赁有限公司	2018.02.06-2021.02.05	苏州市干将西路 1359 号 一层部分房屋	226.00

序号	承租方	出租方	租赁期限	房产坐落	租赁面积
14	发行人	储炜	2018.03.26-2021.03.25	苏州市养育巷90号一至二楼门面房	120.00
15	发行人	吴建平	2018.03.26-2021.03.25	苏州市养育巷92号一至二楼门面房	160.00
16	发行人	吴慧珍	2018.05.01-2022.01.31	无锡市梁清路555-401	1,838.99
17	发行人	李琳	2018.06.01-2026.07.01	无锡市天鹅湖花园C区1-8	63.12
18	无锡分公司	徐奔峰	2018.07.01-2026.07.01	无锡市天鹅湖花园C区1-6, 1-7	215.00
19	发行人	常兰、陈飞	2018.07.01-2028.09.30	常州市和平中路388号万都商业广场B座14楼1401、1402	759.55
20	发行人	徐汝英	2018.07.01-2028.09.30	常州市和平中路388号1-2幢1403室	358.00
21	发行人	蒋文艳、顾宇轩	2018.07.01-2028.09.30	常州市和平中路388号万都商业广场B幢1404室	286.53
22	发行人	中创科技创业孵化管理有限公司	2018.08.01-2019.07.31	苏州娄门路266号12-201	400.00
23	发行人	张弘	2018.09.01-2021.08.31	苏州市养育巷98号一至二楼门面房	153.03
24	发行人	庞成伟	2018.09.01-2021.08.31	苏州市养育巷102号一至二楼门面房	151.20
25	发行人	南通博智创新创业管理服务服务有限公司	2018.09.01-2026.08.31	崇川区北濠桥路99号棉麻仓库1号	1,515.00
26	发行人	卜仙英	2018.10.01-2021.09.30	苏州市吴江区松陵镇仲英大道317号	164.80
27	发行人	罗雪芬	2018.10.10-2021.10.09	苏州市吴江区松陵镇仲英大道349号	206.85
28	发行人	陈广成	2018.11.01-2021.10.31	盐城市区东进路文化休闲一条街第18幢101室	1,170.67
29	发行人	盐城苏安建设工程有限公司	2018.11.16-2021.02.28	盐城市城南新区兴业路35号	190.00
30	发行人	陈秀莲	2019.06.01-2022.05.31	昆山市玉山镇环城北路114号1至2层	334.35
31	发行人	苏州世茂投资发展有限公司第一分公司	2019.05.01-2029.10.31	苏州市宝带西路1177号世茂生活广场2号楼第1层104号商铺及第2层、第3层	4,867.83

序号	承租方	出租方	租赁期限	房产坐落	租赁面积
32	智造家科技	苏州世茂投资发展有限公司第一分公司	2019.05.01-2029.10.31	苏州市宝带西路 1177 号世茂生活广场 2 号楼第 4 层	1,932.17

注：公司租赁的上述第 17、19、21、25、31、32 项房产出租方尚未取得房屋产权证书。

（二）无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股书签署日，公司及子公司苏州兆丰共拥有 4 宗土地使用权，具体情况如下：

单位：平方米

序号	土地使用权证编号	权利人	座落	用途	面积	是否抵押
1	苏（2019）苏州市不动产权第 8017422 号	发行人	苏州娄门路 246 号	工业用地	4,383.58	未抵押
2	苏（2018）苏州工业园区不动产权第 0060692 号	发行人	苏州工业园区李公堤路 1 号 28 幢	其他商服用地	1,349.00	未抵押
3	苏（2018）苏州市不动产权第 8016704 号	发行人	苏州娄门路 266 号	工业用地	13,437.50	未抵押
4	苏新国用（2004）第 5442 号	苏州兆丰	苏州高新区木桥街 27 号	工业用地	8,101.40	未抵押

2、商标

截至本招股书签署日，公司拥有注册商标 120 项，具体情况如下：

序号	权利人	注册商标	注册号	服务类别	注册有效期
1	发行人		6178441	第 10 类	2010.01.07-2020.01.06
2	发行人		6178440	第 15 类	2010.01.14-2020.01.13
3	发行人		6178439	第 13 类	2010.02.14-2020.02.13
4	发行人		6178445	第 4 类	2010.02.21-2020.02.20

序号	权利人	注册商标	注册号	服务类别	注册有效期
5	发行人		6178457	第 17 类	2010.02.21-2020.02.20
6	发行人		6178451	第 40 类	2010.03.21-2020.03.20
7	发行人		6178438	第 45 类	2010.03.28-2020.03.27
8	发行人		6178448	第 1 类	2010.03.28-2020.03.27
9	发行人		6178442	第 12 类	2010.04.21-2020.04.20
10	发行人		6178446	第 5 类	2010.04.21-2020.04.20
11	发行人		6178450	第 36 类	2010.05.28-2020.05.27
12	发行人		6178443	第 7 类	2010.06.07-2020.06.06
13	发行人		5397250	第 42 类	2010.06.21-2020.06.20
14	发行人		6178444	第 9 类	2010.06.21-2020.06.20
15	发行人		6178452	第 27 类	2010.07.07-2020.07.06
16	发行人		6178454	第 22 类	2010.07.07-2020.07.06
17	发行人		6178449	第 44 类	2010.07.14-2020.07.13
18	发行人	米克罗	8748402	第 42 类	2011.10.28-2021.10.27
19	发行人	米克罗	8748403	第 37 类	2012.01.07-2022.01.06

序号	权利人	注册商标	注册号	服务类别	注册有效期
20	发行人		8748399	第 37 类	2012.09.07-2022.09.06
21	发行人	紅螞蟻装饰	8748136	第 37 类	2013.09.07-2023.09.06
22	发行人		8748406	第 37 类	2013.10.07-2023.10.06
23	发行人		3145605	第 42 类	2013.10.28-2023.10.27
24	发行人	智造家	8748404	第 37 类	2014.01.14-2024.01.13
25	发行人		6178458	第 20 类	2014.02.07-2024.02.06
26	发行人	紅螞蟻之家	8748405	第 37 类	2015.08.28-2025.08.27
27	发行人		15879093	第 42 类	2016.02.07-2026.02.06
28	发行人	HMY	15879096	第 42 类	2016.02.07-2026.02.06
29	发行人	hong ma yi	15879097	第 42 类	2016.02.07-2026.02.06
30	发行人		15879098	第 42 类	2016.02.07-2026.02.06
31	发行人	红蚁	15879099	第 42 类	2016.02.07-2026.02.06
32	发行人	紅螞蟻	15879100	第 42 类	2016.02.07-2026.02.06
33	发行人		15879101	第 42 类	2016.02.07-2026.02.06
34	发行人		15645692	第 36 类	2016.03.21-2026.03.20
35	发行人	ANT	15879094A	第 42 类	2016.03.21-2026.03.20
36	发行人	蚂蚁	15879095A	第 42 类	2016.03.21-2026.03.20
37	发行人	紅螞蟻	16034118	第 37 类	2017.11.14-2027.11.13
38	发行人		16034117	第 37 类	2017.12.14-2027.12.13
39	发行人	米克罗	22113181	第 35 类	2018.01.21-2028.01.20

序号	权利人	注册商标	注册号	服务类别	注册有效期
40	发行人		4048666	第 37 类	2018.02.07-2028.02.06
41	发行人		22747842	第 37 类	2018.02.21-2028.02.20
42	发行人		22113176	第 42 类	2018.03.07-2028.03.06
43	发行人	米克罗	24118992	第 2 类	2018.05.14-2028.05.13
44	发行人	米克罗	24118994	第 7 类	2018.07.28-2028.07.27
45	发行人	米克罗	24118996	第 19 类	2018.05.07-2028.05.06
46	发行人	米克罗	24118998	第 21 类	2018.05.07-2028.05.06
47	发行人	米克罗	24118999	第 27 类	2018.05.07-2028.05.06
48	发行人	米克罗	24119000	第 38 类	2018.05.07-2028.05.06
49	发行人	米克罗	24118995	第 9 类	2018.07.28-2028.07.27
50	发行人	米克罗	24118997	第 20 类	2018.07.28-2028.07.27
51	发行人	米克罗	24118993	第 6 类	2018.08.21-2028.08.20
52	发行人		26309140	第 42 类	2018.09.21-2028.09.20
53	发行人		26309051	第 35 类	2018.09.21-2028.09.20
54	发行人	米克罗别墅装饰 MECRO VILLA DECORATION	22113179	第 37 类	2018.10.07-2028.10.06
55	发行人		22113175	第 37 类	2018.10.14-2028.10.13
56	发行人	 MECRO 米克罗	22113177	第 37 类	2018.10.14-2028.10.13
57	发行人	 MECRO 米克罗	22113178	第 42 类	2018.10.14-2028.10.13
58	发行人	米克罗别墅装饰 MECRO VILLA DECORATION	22113180	第 42 类	2018.10.14-2028.10.13
59	发行人	红蚂蚁云家	26304094	第 37 类	2018.10.14-2028.10.13

序号	权利人	注册商标	注册号	服务类别	注册有效期
60	发行人	红蚂蚁云设计	26304486	第 37 类	2018.10.14-2028.10.13
61	发行人	红蚂蚁云	26319601	第 37 类	2018.10.14-2028.10.13
62	发行人	红蚂蚁云家装	26319604	第 37 类	2018.10.14-2028.10.13
63	发行人	红蚂蚁云装	26307152	第 37 类	2018.10.21-2028.10.20
64	发行人	红蚂蚁·云家装	26307133	第 37 类	2018.10.21-2028.10.20
65	发行人		26317310	第 37 类	2018.10.28-2028.10.27
66	发行人	紅螞蟻 RED ANT	22113182	第 6 类	2018.10.28-2028.10.27
67	发行人	紅螞蟻	22747843	第 37 类	2018.11.07-2028.11.06
68	发行人	智造家	29347233	第 22 类	2018.12.28-2028.12.27
69	发行人	智造家	29351685	第 27 类	2018.12.28-2028.12.27
70	发行人	红蚂蚁·云家装	26309032	第 35 类	2019.01.07-2029.01.06
71	发行人	红蚂蚁云家装	26317245	第 35 类	2019.01.07-2029.01.06
72	发行人	米克罗	29337597	第 17 类	2019.01.07-2029.01.06
73	发行人	米克罗	29338411	第 44 类	2019.01.07-2029.01.06
74	发行人	米克罗	29338874	第 1 类	2019.01.07-2029.01.06
75	发行人	米克罗国际设计	29342254	第 37 类	2019.01.07-2029.01.06
76	发行人	米克罗国际设计	29344768	第 42 类	2019.01.07-2029.01.06
77	发行人	米克罗	29345103	第 36 类	2019.01.07-2029.01.06
78	发行人	红蚂蚁云设计	26302960	第 35 类	2019.01.21-2029.01.20
79	发行人	红蚂蚁·智造家	26303005	第 42 类	2019.01.21-2029.01.20
80	发行人	红蚂蚁股份	29369230	第 31 类	2019.01.21-2029.01.20

序号	权利人	注册商标	注册号	服务类别	注册有效期
81	发行人	红蚂蚁股份	29373175	第 44 类	2019.01.28-2029.01.27
82	发行人	紅 螞 蟻 RED ANT	22113183	第 11 类	2019.02.28-2029.02.27
83	发行人	紅螞蟻之家	22747840	第 35 类	2019.03.07-2029.03.06
84	发行人	智造家	29347219	第 10 类	2019.03.07-2029.03.06
85	发行人	智造家	29349574	第 5 类	2019.03.07-2029.03.06
86	发行人	智造家	29354020	第 29 类	2019.03.07-2029.03.06
87	发行人	智造家	29356134	第 4 类	2019.03.07-2029.03.06
88	发行人	智造家	29358639	第 1 类	2019.03.07-2029.03.06
89	发行人	红蚂蚁股份	29367725	第 20 类	2019.03.07-2029.03.06
90	发行人	红蚂蚁股份	29375309	第 17 类	2019.03.07-2029.03.06
91	发行人	红蚂蚁股份	29376765	第 37 类	2019.03.07-2029.03.06
92	发行人	红蚂蚁之家	29377222	第 2 类	2019.03.07-2029.03.06
93	发行人	智造家	29354025	第 31 类	2019.03.14-2029.03.13
94	发行人		29204012	第 1 类	2019.03.28-2029.03.27
95	发行人		29205695	第 8 类	2019.03.28-2029.03.27
96	发行人		29208221	第 5 类	2019.03.28-2029.03.27
97	发行人		29208256	第 7 类	2019.03.28-2029.03.27
98	发行人		29231410	第 32 类	2019.03.28-2029.03.27
99	发行人		29239477	第 41 类	2019.03.28-2029.03.27
100	发行人		29243857	第 26 类	2019.03.28-2029.03.27
101	发行人		29252097	第 28 类	2019.03.28-2029.03.27

序号	权利人	注册商标	注册号	服务类别	注册有效期
102	发行人		29252142	第 31 类	2019.03.28-2029.03.27
103	发行人		29202679	第 13 类	2019.04.07-2029.04.06
104	发行人	米克罗	32731538	第 20 类	2019.04.14-2029.04.13
105	发行人		29228878	第 16 类	2019.04.21-2029.04.20
106	发行人		29241027	第 45 类	2019.04.21-2029.04.20
107	发行人		29242754	第 43 类	2019.04.21-2029.04.20
108	发行人	紅螞蟻装饰	29337183	第 37 类	2019.04.28-2029.04.27
109	发行人	紅螞蟻	29343069	第 37 类	2019.04.28-2029.04.27
110	发行人		29224287	第 9 类	2019.05.07-2029.05.06
111	发行人		29228999	第 25 类	2019.05.07-2029.05.06
112	发行人		22939996	第 35 类	2019.05.14-2029.05.13
113	发行人		29228985	第 24 类	2019.05.14-2029.05.13
114	发行人		29238360	第 30 类	2019.05.14-2029.05.13
115	发行人		29251771	第 40 类	2019.05.14-2029.05.13
116	发行人	红蚂蚁股份	29373120	第 27 类	2019.05.14-2029.05.13
117	发行人		6178456	第 29 类	2019.09.07-2029.09.06
118	发行人		6178453	第 31 类	2019.09.28-2029.09.27
119	发行人	BOOS 柏仕	5328745	第 37 类	2019.10.14-2029.10.13
120	发行人	智·造·家 WIF - CONSTITUTION - HOME	5397251	第 37 类	2019.10.28-2029.10.27

3、专利

截至本招股书签署日，公司拥有 31 项专利，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	注册号	申请时间	类别	取得方式
1	发行人	一种高柔韧性的废弃羊毛基生物塑料及其制备方法	ZL201611149948.9	2016.12.14	发明专利	继受取得
2	发行人	防返水三通	ZL201020295657.2	2010.08.18	实用新型	原始取得
3	发行人	一种工艺缝打磨器	ZL201320255258.7	2013.05.10	实用新型	原始取得
4	发行人	一种石膏板吊顶结构	ZL201320242958.2	2013.05.08	实用新型	原始取得
5	发行人	一种水泥砂浆填补枪	ZL201320253987.9	2013.05.10	实用新型	原始取得
6	发行人	木工装修用操作台	ZL201320204422.1	2013.04.22	实用新型	原始取得
7	发行人	一种手提式电动切割机	ZL201320255086.3	2013.05.10	实用新型	原始取得
8	发行人	一种地面找平装置	ZL201320319622.1	2013.06.04	实用新型	原始取得
9	发行人	一种浴缸的安装结构	ZL201320255147.6	2013.05.10	实用新型	原始取得
10	发行人	一种带有装饰灯条的吊顶结构	ZL201320317023.6	2013.06.04	实用新型	原始取得
11	发行人	一种线管折弯器	ZL201320243405.9	2013.05.08	实用新型	原始取得
12	发行人	一种热熔器	ZL201320295333.2	2013.05.27	实用新型	原始取得
13	发行人	一种装饰砖倒角台	ZL201320272158.5	2013.05.17	实用新型	原始取得
14	发行人	一种浴缸龙头出水口的安装结构	ZL201420716847.5	2014.11.25	实用新型	原始取得
15	发行人	一种用于轻钢龙骨吊顶灯带的安装结构	ZL201520449292.7	2015.06.29	实用新型	原始取得
16	发行人	一种空鼓检查装置	ZL201520411125.3	2015.06.15	实用新型	原始取得
17	发行人	一种打斜孔辅助装置	ZL201520348428.5	2015.05.27	实用新型	原始取得
18	发行人	一种用于阴阳角龙骨的连接结构	ZL201520480279.8	2015.07.06	实用新型	原始取得

序号	专利权人	专利名称	注册号	申请时间	类别	取得方式
19	发行人	一种轻钢龙骨调节用的辅助工具	ZL201620006089.7	2016.01.05	实用新型	原始取得
20	发行人	一种贴瓷砖用的辅助装置	ZL201620006133.4	2016.01.05	实用新型	原始取得
21	发行人	一种建筑装修用电工放线车	ZL201620386679.7	2016.05.03	实用新型	原始取得
22	发行人	一种用于线管穿线的辅助装置	ZL201620755148.0	2016.07.18	实用新型	原始取得
23	发行人	一种石膏板裁切倒边用装置	ZL201621077064.2	2016.09.26	实用新型	原始取得
24	发行人	一种美纹纸粘贴用辅助工具	ZL201621225990.X	2016.11.15	实用新型	原始取得
25	发行人	一种用于电线绞合器的连接机构	ZL201621461662.X	2016.12.29	实用新型	原始取得
26	发行人	一种卫生间门套防潮结构	ZL201721079344.1	2017.08.25	实用新型	原始取得
27	发行人	一种烟道壁瓷砖贴饰结构	ZL201721078866.X	2017.08.25	实用新型	原始取得
28	发行人	一种防尘定位接线盒装置	ZL201721152424.5	2017.09.08	实用新型	原始取得
29	发行人	一种下水管道移位封堵配件	ZL201721152330.8	2017.09.08	实用新型	原始取得
30	发行人	一种防尘集尘装置	ZL201721597484.8	2017.11.24	实用新型	原始取得
31	发行人	一种出水口配件	ZL201820179835.1	2018.02.01	实用新型	原始取得

4、软件著作权

截至本招股书签署日，公司拥有 8 项软件著作权，具体情况如下：

序号	著作权人	软件名称	登记号	开发完成日	首次发表日	取得方式
1	发行人	红蚂蚁装饰企业 ERP 管理系统软件 [简称：ERP 管理系统] V1.0	2013SR102146	2010.05.06	2010.05.28	原始取得
2	发行人	红蚂蚁八大风格测定系统软件 [简称：八大风格测定系统] V1.0	2013SR102139	2011.12.02	2011.12.29	原始取得
3	发行人	红蚂蚁家装移动材料选购	2013SR102392	2011.09.02	2011.09.28	原始

序号	著作权人	软件名称	登记号	开发完成日	首次发表日	取得方式
		系统软件 [简称：材料选购系统] V1.0				取得
4	发行人	红蚂蚁品质管理系统软件 [简称：品管 APP] V1.0	2015SR168027	2015.03.22	2015.04.01	原始取得
5	发行人	红蚂蚁协同管理系统软件 V1.0	2017SR466817	2016.03.31	2016.05.01	原始取得
6	发行人	企业资源管理系统软件 V1.0	2017SR468169	2016.12.21	2017.01.03	原始取得
7	发行人	宅配管理系统软件	2017SR468174	2016.11.04	2016.12.20	原始取得
8	发行人	红蚂蚁装饰微信活动报名系统 [简称：微信活动页] V1.0	2018SR1082116	2017.07.10	2017.07.10	原始取得

七、公司主要经营资质及特许经营权情况

（一）经营资质

截至本招股书签署日，公司取得的资质情况如下：

序号	持证人	资质类型	证书编号	发证单位	有效期
1	发行人	建筑装修装饰工程专业承包壹级	D232011855	江苏省住房和城乡建设厅	至 2020.11.20
2	发行人	建筑装饰工程设计专项乙级	A232018577	江苏省住房和城乡建设厅	至 2020.02.11
3	发行人	安全生产许可证	（苏）JZ 安许证字（2005）051112	江苏省住房和城乡建设厅	至 2020.07.01

（二）特许经营权

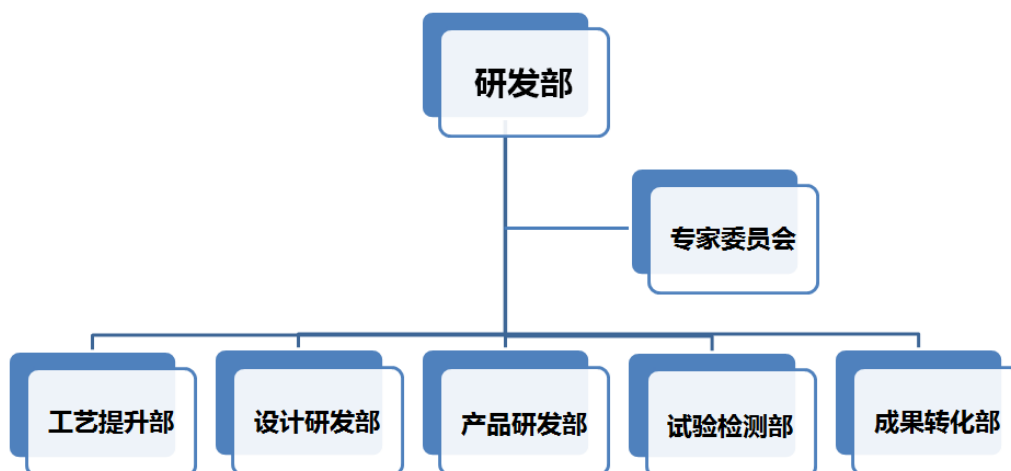
截至本招股书签署日，公司不存在特许经营权。

八、公司技术和研发情况

（一）研发机构设置

公司为高新技术企业，健全的研发体系是公司不断强化研发实力的保障。公司研发职能由研发部牵头，相关部门积极配合完成，截至 2018 年末设计和研发

人员 436 人。公司研发部组织结构图如下：



各科室职能划分如下：

科室名称	主要职能
工艺提升部	主要负责产品加工工艺、施工工艺、安装工艺的技术提升；对施工流程进行改善；制定工艺标准等，以提升产品品质、施工质量、提高生产和施工效率
设计研发部	主要负责设计风格的研究、设计成本的控制；组织设计师培训等，以提升公司整体设计水平
产品研发部	主要负责橱柜、衣柜、移门等木作产品的风格创新及工艺改进
试验检测部	主要负责对产品的物理性能及质量进行测试
成果转化部	主要负责组织成果产品的鉴定、评审；进行科研成果和实际使用的转化；对工艺革新进行验证；申报专利；对新产品、新工艺进行推广等
专家委员会	主要对各部门研发过程中遇到的重难点问题进行技术指导

（二）公司研发创新和技术情况

公司自成立以来，始终专注于为客户提供高品质家装服务，通过自主研发、产学研合作等途径，已成长为一家拥有较强研发实力的高新技术企业。公司使用的主要技术包括自有专利技术和非专利技术，专利技术参见本节“六、公司主要固定资产和无形资产情况”之“（二）3、专利”，非专利技术主要用于施工工艺及设计信息化领域。

1、施工工艺领域

公司服务中使用的主要非专利工艺情况如下：

序号	项目名称	项目描述
1	五步放线法	有效降低设计施工图尺寸与现场实际尺寸差距，提前预控由现场收口问题、尺寸问题所带来的后期质量问题
2	墙面砖薄贴法工艺	2008年开始推行此工艺，经过不断改良优化，降低了空鼓率，提高了墙砖平整度
3	地砖拐角施工工艺	降低由于切割对地砖拐角处的影响，改善由此导致的拐角处地砖开裂现象
4	卫生间/露台地面砖湿贴工艺	有效提高地面防水性能，降低对周边墙体渗漏的隐患
5	下沉式卫生间下水管防臭/防堵工艺	有效解决下水管易堵、难疏通、返臭、沉箱渗漏的问题
6	下沉式卫生间处理工艺	通过减少填充材料重量，降低楼面承载，调节垫层潮湿度
7	浴缸等电位箱接地保护工艺	有效避免雷电及卫生间的静电、漏电对人身造成的伤害
8	石膏板十字弹线施工	有效控制固定间距，保证结构的牢固性
9	轻钢龙骨吊顶拐角处理	保证拐角稳定，防止后期拐角开裂
10	分水器地台施工工艺	便于分水器处防水施工，消除渗水隐患点
11	石膏板拼缝工艺	便于后期油漆工施工嵌缝膏嵌入，避免后期接缝开裂
12	水管顶部排管工艺	便于发现漏水点，方便维修

2、设计及信息化领域

在家装项目中，设计是客户需求最直接的体现，是项目的灵魂所在，设计指导施工是行业内优秀企业的普遍特征。公司从成立初期一直致力于培养优秀设计师团队，并以软件开发作为辅助支撑，为从承揽业务到高品质完成项目的整个项目周期提供全程的技术支持。

公司通过自主研发取得“红蚂蚁八大风格测定系统软件”软件著作权，实现八大设计风格的智能化选择。通过该软件的运用，可以有效地测定客户偏好，提高设计师与客户的沟通效率，形成更有针对性的设计方案。

（三）研发投入情况

公司重视研发创新，紧跟行业发展趋势，围绕家装设计、施工过程中的关键技术和难点问题，开展针对性的基础和应用的研发工作。报告期内，公司发行人

的研发投入持续增长，研发投入主要包括研发人员薪酬、研发材料投入等费用。

报告期内，公司的研发费用与营业收入之间的比例如下：

单位：万元，%

年份	2018 年度	2017 年度	2016 年度
研发费用	3,036.82	2,834.54	2,479.42
营业收入	90,947.25	85,513.49	73,775.53
研发费用占营业收入比例	3.34	3.31	3.36

（四）技术创新机制

公司深刻理解和把握行业最新动态、未来发展趋势，确保家装设计与施工技术的先进性、前瞻性。公司促进技术创新制度安排如下：

1、科学的管理机制及运行机制

研发管理领导小组主导整体研发计划和研发管理工作，负责协调处理研发计划执行过程中出现的问题，对计划执行情况进行监督和考核；研发专家小组指导研发项目管理中有关技术应用及技术推广工作，评审讨论研发成果的应用前景和推广成本等；研发小组，负责制定产品、专利的设计实施方案，推进研发项目进度。公司目前已制定《研发中心管理章程》、《项目立项管理制度》、《技术研发人员培训管理制度》、《优秀人才引进管理办法》、《科技成果转化组织实施与奖励制度》等多项制度性文件，有效保证研发活动有序开展。

2、完善的绩效管理制度

为充分调动研发人员的积极性、主动性，保障公司战略目标的实现，公司制定了《研发人员绩效考核奖励制度》，通过客观评价研发人员的工作业绩和综合表现，为员工奖惩、调薪、培训、职业发展提供依据，形成优胜劣汰的良性循环。人力资源部对考核过程和结果进行监督，保证项目研发绩效考核的真实性和有效性。

3、产学研合作制度

公司与苏州大学艺术学院、苏州市职业大学等建立了产学研合作关系，主要进行低碳装修设计方向的技术研究，包括室内低碳环保空气净化系统设计及施工

组装技术、太阳能集热功能结合地源热泵系统运用设计技术、雨水使用循环系统技术咨询服务等；同时，公司积极与苏州大学艺术学院、苏州市职业大学、苏州农业职业技术学院、苏州工艺美术职业技术学院等多所院校进行合作，设立多个教学实习基地，充分利用各合作单位的信息、资源、硬件、技术、人才等方面的优势，实现优势互补、合作共赢。

九、公司产品质量控制情况

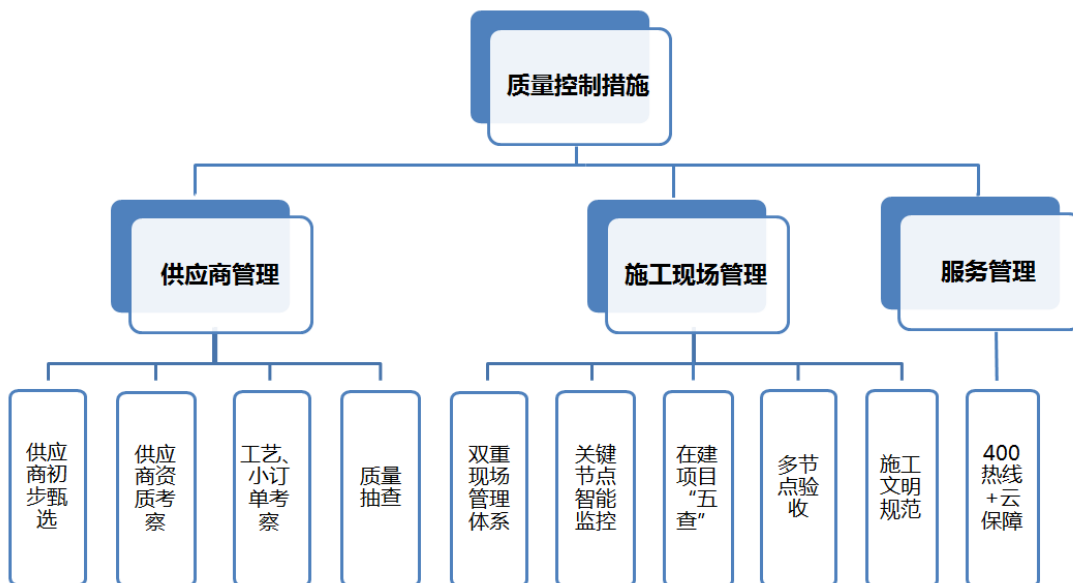
（一）质量控制标准

公司严格执行家庭住宅装修装饰行业涉及的主要质量控制标准，包括《建设工程质量管理条例》、《建筑装饰装修工程质量验收规范》、《室内装饰工程质量规范》、《住宅室内装饰装修管理办法》等。

公司制定了《住宅装饰装修服务标准》、《施工规范》、《安全生产文明施工管理办法》、《品质管理员学习手册》、《客户验收标准服务手册》等企业内部标准，对工程质量进行严格控制。

公司通过了 ISO9001:2015 质量管理体系认证，按照 ISO9001 的标准建立了从原材料采购到售后服务全过程的质量控制措施。

（二）质量控制措施



1、严格的供应商管理

公司建立了较为完善的供应商管理体系，包括初步甄选、资质考察、工艺及小订单考察、质量抽查等流程。

（1）供应商初步甄选

公司采供部组成供应商评估小组，根据公司实际需求寻找合适的供应商，负责供应商开发工作。评估小组成员真实、准确的统计各潜在供应商的基本资料，重点关注其产品质量、服务质保、交货期及报价范围，继而初步确定供应商名单，并交采供部负责人审核。

（2）供应商资质考察

采供部负责人审核通过后，需首先获取并审核有合作意向的供应商的营业执照、安全生产许可证、商品执行标准、商品批次检验报告、产品环保认证证书等相关资质，并组织供应商评估小组及相关部门人员对备选供应商进行初步审核，审核指标包括企业规模、品质管理、生产能力及工艺设备、工艺技术、交货能力、售后服务等。

（3）工艺、小订单考察

初步审核通过的供应商，采供部会继续对其进行工艺考核，持续关注其生产工艺是否符合相关行业标准。通过工艺考核的供应商，公司将与之签订小批量订单，并通过小批量订单进一步考察供应商的供货质量、供货能力等。

采供部将符合要求的供应商名单交公司相关部门负责人审批，录入合格供应商名录，同时动态维护供应商档案，并由采供部负责人不定期审核供应商档案的完整性、准确性。

（4）质量抽查

公司与苏州市产品质量监督检验院合作，对生产木作产品所用板材进行质量抽检，从来料源头进行严格把控，确保工程项目中使用的木作产品健康环保。

2、精细的施工现场管理

（1）双重现场管理体系

公司构建了以家装设计师全程跟踪、品质管理员现场监督的双重现场管理体系，通过相关人员明确分工、协同合作，实现设计与施工的和谐统一。

（2）关键节点智能监控

针对项目过程中的关键节点，品质管理员进行实时监控及现场拍照存档，并借助“蚂蚁云智能 9C 运营系统”的智能化管控系统传至云端，客户、供应商、施工人员及管理人员通过手机端或 PC 端即可对工程进度、现场情况、责任主体等全面掌握。

（3）在建项目“五查”

公司实行在建项目“五查”制度，在施工过程中落实项目经理自查，品质管理员必查，工程管理中心负责人和品质管理主管抽查，督察部和管理层不定期抽查，不同区域互查，全方位、全流程保证施工质量。

（4）多节点验收

从相关施工人员进场到项目竣工结算，公司实行近 30 个主要节点验收，验收项目覆盖拆除、水电、吊顶、防水、卫生间地面湿铺、墙地面镶贴、涂料、开关及插座面板、马桶及地漏、完工清场等所有关键施工环节，参与人员包括工程管理中心质量验收小组、品质管理员、家装设计师、项目经理、业主等，通过多节点验收并让客户参与其中，确保了每一环节的工程质量。

（5）现场施工管控

公司要求劳务分包商应当执行公司的施工规范，严格按照设计图纸、施工验收规范、有关技术要求精心组织施工；公司品质管理员对现场作业进度和作业质量进行指导、监督和验收，劳务分包商积极配合。

（6）施工文明规范

公司执行《文明施工规范手册》，从施工人员个人卫生、行为规范到施工现

场成品保护、垃圾处理都有明确严格的要求，保证施工各环节规范文明。

3、贴心的服务管理

客户签订合同后，公司为项目建立 ERP 系统档案，实行项目流程责任制，各阶段安排专人对接，为客户提供精细化服务。公司构建了多层次售后维修、回访体系，由公司售后服务中心统一执行，维护售后客户关系并对服务质量进行把控。公司具体服务政策主要包括：

（1）提供全国 400 热线报修服务；

（2）对接“蚂蚁云智能 9C 运营系统”，提供投诉、报修及咨询服务。针对客户报修，及时响应，最大程度提高消费者的满意度；

（3）组织在工地回访，具体包括开工回访、隐蔽工程回访、中期回访、完工回访等；

（4）对完工 4 个月、11 个月、23 个月的客户进行回访，确认装修质量，了解客户对施工质量的评价。

（三）产品质量情况

公司具有较为完善的质量管理体系，对于经营中的每一过程都严格按标准实施，注重售后客户关系的维护，建立了客户回访制度。通过优质施工和良好的售后服务取得客户的信任。

苏州市市场监督管理局于 2019 年 2 月 28 日出具书面证明：“红蚂蚁装饰股份有限公司自 2016 年 1 月 1 日至今，没有因违反有关工商行政管理法律法规和产品质量监督管理法律法规而受到处罚的记录。”

苏州市姑苏区市场监督管理局于 2019 年 2 月 19 日出具书面证明：“苏州红蚂蚁文化传媒有限公司在江苏省工商系统市场主体信用数据库中 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日没有违法、违规及不良行为投诉举报记录。”

苏州市虎丘区市场监督管理局于 2019 年 2 月 21 日出具书面证明：“苏州兆丰电器有限公司自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，未发现因违反我局职责相关法律法规而被我局处以行政处罚的情形。”

苏州工业园区市场监督管理局于 2019 年 2 月 26 日出具书面证明：“经审查，米克罗装饰（苏州）有限公司自 2017 年 3 月 16 日至 2018 年 12 月 31 日在我辖区内未被发现违反我局职责的相关法律、法规等规范性文件规定，未被查处过。”

苏州市虎丘区市场监督管理局于 2019 年 3 月 4 日出具书面证明：“苏州智造家住宅科技有限公司自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，未发现因违反我局指责相关法律法规而被我局处以行政处罚的情形。”

十、在境外经营及境外资产状况

截至本招股书签署日，公司未在境外从事生产经营活动，无境外资产。

十一、业务发展规划

（一）公司整体发展战略与目标

公司将以“中高端家装服务为核心，精装后综合配套为补充”作为整体发展战略，通过“以线下体验式服务为基础，以线上智能运营为核心”的无界家装生态体系服务于细分市场客户，在秉承精益求精的苏式工匠精神的基础上，逐步将现有成功商业模式复制到全国范围，提升公司在全国家装市场的市场份额，并进入精装修市场，扩大业务规模，巩固并提高公司在行业中的地位。

（二）未来三年的发展规划

1、市场扩张计划

未来三年，公司将继续强化营销网络建设，以“由近及远、由南向北、立足江苏、稳健扩张”为扩张路线，利用本次募集资金，在华东区域重点城市增设分公司，增加营销网络覆盖面，通过信息化、标准化、统一化管理，提升服务质量和营销网络管理质量，从而进一步扩大市场占有率，提升售后服务的响应速度和服务质量，增强公司品牌的影响力与渗透力，强化竞争优势。

2、拓展整体软装业务计划

公司计划利用本次募集资金新建一个集软装展示、体验、搭配、智能家居、售后服务为一体的大型展示体验中心，丰富公司在软装领域的服务内容，进一步

提升公司在软装领域的核心竞争力，在产业链拓展方面落实公司“无界家装生态体系”的发展战略。

3、仓储物流条件升级计划

根据公司仓储物流条件的现状，结合公司长期发展战略对仓储物流的需求，公司将利用募集资金投入，在重点区域新建仓库。通过信息化、智能化管理体系，改善公司仓储物流条件，形成与公司家装业务发展相匹配的建材仓储物流能力、产品周转效率以及整体管理能力，以提高对客户配送需求的快速响应能力，在客户体验、材料管理方面落实公司“无界家装生态体系”的发展战略。

4、智能家居发展计划

住房是智能家居的落地载体，而装修是住房投入使用的必要过程，因此家装公司是智能家居系统落地的最好平台之一。目前，公司已与多家智能家居公司合作，可为客户提供包括空气质量、安全用水、家庭健康、安防监控在内的服务，未来公司将进一步拓展在智能家居领域的布局，将家装服务与物业管理、家政服务、生活物资供应相结合，完善并强化公司在智能家居服务方面的实力。

5、精装修业务计划

为响应国家对住宅全装修政策的推行，公司将积极探索针对地产公司的住宅批量精装修业务（B2B）以及针对精装房购买者的定制化精装修业务（B2B2C），未来计划设立“精装事业部”，以无界家装生态体系优势、品牌优势、设计优势、工程品质优势、综合配套优势及研发创新优势为依托，加强与知名地产商的合作，逐步进入精装修领域，为公司的持续发展创造更广阔的市场空间。

6、开发和创新计划

公司充分认识到技术开发和创新是现代企业核心竞争力的表现。公司拟利用本次募集资金扩建研发中心，通过充实研究团队力量，健全研究开发体系，就提高工程质量、建材品类、施工效率等方面进行研发创新，建设一个技术优势突出、专业特色明显的研发中心。

7、信息系统提升计划

随着业务的增长和营销网络的扩张，公司对信息化系统升级建设的需求十分迫切。为进一步提高公司信息化水平、提高办公效率，公司计划利用募集资金加强信息基础建设投入，升级软件系统与硬件设备，打造自有大数据系统，进一步强化公司“无界家装生态体系”的智能化优势。

8、人员发展计划

公司将进一步加强人力资源管理，通过建立科学完善的考评与激励机制吸引设计人才、研发人才和管理人才的加入；通过制定高效、灵活、完善的人才培养制度，为员工提供良好的职业发展空间；通过培养一批高素质、强技能的员工团队，为公司持续、稳定、健康发展提供强有力的人力资源保障。

（三）拟定上述计划所依据的假设条件

- 1、公司所在地区的宏观经济、政治、社会环境未发生重大变化；
- 2、公司所遵循的法律、法规、政策及发展导向无重大改变；
- 3、公司所在行业及上、下游行业发展正常，均未出现重大不利变化；
- 4、本次发行能顺利完成，募集资金按时到位，且募集资金投资项目能按时实施完成；
- 5、无其他不可抗拒或不可预见因素对公司造成重大的不利影响。

（四）实施上述计划的困难

1、资金方面

目前公司融资渠道相对单一，而公司实施上述发展战略和各项具体计划都需要大量的资金支持，因此，资金短缺将是上述计划实施的主要困难，公司迫切需要拓宽融资渠道，解决制约公司发展的资金瓶颈。

2、人员方面

随着上述计划的实施，一方面，公司的营销网络、业务规模都将快速扩张，组织结构也趋于更加复杂，对复合型管理人才的需求会大大增加；另一方面，信

息系统的升级和研发中心的落成也会对技术人才提出更高要求。因此，公司在实施计划过程中面临着较大的人力资源需求以及持续提升员工综合素质的压力。

3、管理方面

随着上述计划的实施，公司整体经营规模将进一步提升，从而在资源整合、市场开拓、制度建设、运营管理、财务管理、内部控制等各方面给公司的经营管理提出了更高的要求。因此，公司将面临着业务规模扩张所带来的组织结构和管理制度深度调整，以及提升管理人员管理水平和应变能力的挑战。

（五）实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

1、若本次公司股票公开发行并上市，将为上述业务发展计划提供资金支持。公司将严格实施募集资金投资项目，促进公司生产规模的扩大和技术服务水平的提升，进一步提升公司的市场竞争地位。

2、公司将严格按照上市公司的要求规范运作，完善法人治理结构和各项内部控制制度，强化各项决策的合规性和透明性，促进公司管理水平的提升。

3、以本次公开发行上市为契机，公司将加快对高质量研发人才、管理人才和市场营销人才的引进，助力公司经营目标的实现。

4、公司将加大市场开拓力度，进一步加强营销渠道和品牌建设，不断开拓新客户，提升市场份额。

（六）发行人关于未来发展规划的声明

本次公开发行并上市后，公司将根据法律、法规及中国证监会相关规范性文件的要求，通过定期报告公告上述发展规划的实施情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、公司独立性情况

公司在资产、人员、财务、机构、业务方面均具有独立性，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整情况

公司系由红蚂蚁有限整体变更设立的股份公司，承继了红蚂蚁有限的所有资产及负债。资产不存在被发起人占用的情况，主要资产的产权关系明确。公司具备与生产经营有关的业务体系和相关资产，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利的所有权或使用权。

公司资产权属清晰、完整，不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的依赖情形，亦不存在资金或其他资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害公司利益的情形。

（二）人员独立情况

公司的总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员的产生符合法律、法规、规范性文件以及《公司章程》的有关规定，上述人员未在控股股东、实际控制人控制的其他企业担任除董事、监事以外的任何职务，未在控股股东、实际控制人控制的其他企业领薪。公司财务人员也未在控股股东、实际控制人控制的其他企业兼职。

（三）财务独立情况

公司建立了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及对子公司的财务管理制度。本公司设有独立的财务部门，配备了专职的财务人员，建立了独立的财务核算体系和财务管理制度，独立进行财务决策。公司在银行单独开设账户，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）机构独立情况

公司根据《公司法》等法律法规及《公司章程》的要求，设置股东大会作为最高权力机构、设置董事会为决策机构、设置监事会为监督机构，并设置了战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会等董事会下属委员会。公司内部经营管理机构健全，独立行使经营管理职权，各职能部门分工协作，形成有机的独立运营主体，与控股股东在机构设置、人员及办公场所等方面完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形。

（五）业务独立情况

公司设立以来，一直专注于家庭住宅装修装饰领域，专业为客户提供别墅、大宅、公寓从设计到全屋装修的家装服务。公司拥有独立的销售、采购、工程施工、质量管理、售后服务体系，独立开展生产经营活动，具备独立面向市场的能力，不存在依赖股东及其他关联方的情形。

经核查，保荐机构认为，公司真实、准确、完整地披露了资产完整性，人员、财务、机构及业务等方面独立性的相关信息，具备面向市场独立经营、独立承担责任和风险的能力，符合发行监管对公司独立性的基本要求。

二、同业竞争

（一）与控股股东、实际控制人的同业竞争情况

1、与控股股东的同业竞争情况

公司控股股东红蚂蚁投资的主营业务为实业投资，与公司不存在同业竞争。红蚂蚁投资除持有公司 72.00%股份外，未投资或持有其他企业的股份或权益。

2、与实际控制人控制的其他企业的同业竞争情况

公司实际控制人为李荣先生和蔡丹丹女士。

截至本招股书签署日，李荣先生控制的其他企业情况如下：

公司名称	持股比例	主营业务	是否与公司存在同业竞争
红蚂蚁（苏州）投资有限公司	70.00%	实业投资	否

公司名称	持股比例	主营业务	是否与公司存在同业竞争
苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	31.59%	创业投资管理	否

截至本招股书签署日，蔡丹丹女士持有红蚂蚁投资 30.00%股权，无控制的其他企业。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为避免与公司出现同业竞争情况，公司控股股东红蚂蚁投资、实际控制人李荣、蔡丹丹出具了《红蚂蚁装饰股份有限公司实际控制人及控股股东关于避免同业竞争的承诺》，承诺如下：

“在本承诺出具之日，本人/本公司及其拥有权益的企业均未直接或间接经营任何与公司及其控股子公司构成竞争或可能构成竞争的业务，也未投资于任何与公司及其控股子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

自本承诺函出具之日起，本人/本公司将不直接或间接经营任何与公司及其控股子公司构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与公司及其控股子公司生产的产品或经营的业务构成同业竞争或可能构成同业竞争的其他企业。

自本承诺函出具之日起，如公司及其控股子公司进一步拓展其业务范围，本人/本公司及其拥有权益的企业将不与公司及其控股子公司拓展后业务相竞争；若与公司及其控股子公司拓展后的业务产生竞争的，本人/本公司及其拥有权益的企业将以停止经营相竞争的业务的方式，或者将相竞争的业务纳入到公司及其控股子公司经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三人的方式避免同业竞争。

在本人/本公司持有公司股票期间，本承诺均为有效。如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守，本人/本公司将向公司赔偿一切直接或间接的损失，并承担相应的法律责任。”

三、关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和《深圳证券交

易所创业板股票上市规则》等相关规定，公司主要的关联方及关联关系如下：

1、公司控股股东、实际控制人

关联方名称	关联关系
红蚂蚁（苏州）投资有限公司	控股股东
李荣	股东、实际控制人
蔡丹丹	实际控制人

红蚂蚁投资、李荣、蔡丹丹的具体情况详见本招股书“第二节 概览”之“二、控股股东及实际控制人介绍”；实际控制人关系密切的家庭成员亦为公司的关联自然人。

2、持有公司 5%以上股份的其他股东

截至本招股书签署日，苏恒创投直接持有公司 7.05%的股份，为公司关联方，详见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“五、发起人、实际控制人及持有公司 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

3、控股股东、实际控制人控制或实施重大影响的其他企业

截至本招股书签署日，公司控股股东红蚂蚁投资除持有本公司 72.00%的股份外，未有其他对外投资。

截至本招股书签署日，公司实际控制人李荣除直接持有本公司 18.00%的股份外，实际控制或实施重大影响的其他企业情况如下：

关联方名称	关联关系
红蚂蚁（苏州）投资有限公司	实际控制人李荣、蔡丹丹控制的其他企业
苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	实际控制人李荣控制的其他企业

4、公司的控股子公司、参股公司

关联方名称	关联关系
苏州兆丰电器有限公司	全资子公司
苏州红蚂蚁文化传媒有限公司	全资子公司
米克罗装饰（苏州）有限公司	全资子公司
苏州智造家住宅科技有限公司	全资子公司

公司的控股子公司、参股公司的具体情况详见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司和分公司简要情况”。

5、公司董事、监事与高级管理人员及其关系密切的近亲属

公司董事、监事与高级管理人员及其关系密切的家庭成员（包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）为公司的关联自然人。

公司董事、监事与高级管理人员的具体情况详见本招股书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”。

6、其他关联方

（1）实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业

关联方名称	关联关系
苏州远飞车业有限公司	实际控制人李荣之兄李冠军配偶控制的企业
嘉兴天揽建材有限公司	实际控制人李荣之兄李冠军实际控制的企业
上海佐贝国际贸易有限公司	

（2）公司董事、监事与高级管理人员直接或者间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的企业

公司董事、监事与高级管理人员直接或者间接控制的企业具体情况详见本招股书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况”；公司董事、监事与高级管理人员担任董事、高级管理人员的企业具体情况详见本招股书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况”。

7、报告期内曾与公司存在关联关系的企业

报告期内，曾与公司存在关联关系的企业如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系	经营状态
1	苏州巴缇亚居饰设计有限公司	实际控制人李荣控制的企业	已注销

序号	关联方名称	关联关系	经营状态
2	苏州爱意特贸易有限公司	实际控制人李荣之兄李冠军实际控制的企业	已注销
3	苏州爱必信建材有限公司		
4	苏州信联企业管理有限公司	董事姜寿祥配偶控制的企业	已注销

（二）关联交易情况

1、经常性关联交易

（1）关联采购

报告期内，公司与关联方发生的日常关联采购情况如下表所示：

单位：万元，%

关联方	采购内容	2018年		2017年		2016年度	
		金额	占采购总额比重	金额	占采购总额比重	金额	占采购总额比重
嘉兴天揽建材有限公司	集成吊顶	-	-	737.49	1.22	1,029.33	2.04
苏州爱必信建材有限公司	建筑涂料	-	-	1,265.35	2.10	1,260.66	2.50
上海佐贝国际贸易有限公司	水管	-	-	1,420.32	2.36	1,262.76	2.51
合计		-	-	3,423.16	5.68	3,552.75	7.05

公司2016年度、2017年度经常性关联采购交易规模分别为3,552.75万元、3,423.16万元，占当期原材料采购规模的比例分别为7.05%、5.68%，公司发生的经常性关联采购交易内容主要为家装业务中所需的集成吊顶、建筑涂料、水管等主辅材，上述关联交易已于2017年9月停止，后续未再发生。

2016年、2017年1-9月，公司主要向嘉兴天揽建材有限公司采购“宝兰”集成吊顶及其相关配件。在家装业务中，公司需要根据客户的定制需求采购不同花色、不同型号的集成吊顶及其配件，并安排人员提供安装服务，且其存储需要占用较大的仓储空间。嘉兴天揽建材有限公司为“宝兰”集成吊顶的代理商，公司根据其仓储、配送及安装等综合服务能力，选择嘉兴天揽建材有限公司作为“宝兰”集成吊顶及其配件的供应商。

2016年、2017年1-9月，公司主要向苏州爱必信建材有限公司采购腻子粉、墙面涂料、防水涂料等建筑涂料。因腻子粉、墙面涂料、防水涂料配送、搬运工

作量较大，苏州爱必信建材有限公司能够提供良好的配货响应，能够满足公司的采购需求，故公司向其采购建筑涂料。

2016年、2017年1-9月，公司主要通过上海佐贝国际贸易有限公司向苏州爱意特贸易有限公司采购“爱拓尼克”水管。“爱拓尼克”水管为意大利水管品牌，苏州爱意特贸易有限公司是“爱拓尼克”水管的中国区代理商，具有采购水管所需的进出口许可资质和卫生许可资质，苏州爱意特贸易有限公司与上海佐贝国际贸易有限公司均为李冠军控制的企业。

上述关联采购按合同约定的价格结算，合同定价按照市场化原则协商确定，定价公允。2017年10月股份公司设立后，公司建立健全了关联交易决策等内控制度，积极规范关联交易，已不再向关联方采购原材料。

（2）关联租赁

①集成吊顶仓库租赁

公司与苏州远飞车业有限公司签订房屋租赁合同，双方约定公司租赁苏州远飞车业有限公司位于苏州新区朝红路的一处厂房，租赁面积1,086平方米，作为公司集成吊顶的存储仓库，租赁期限为2017年9月1日至2020年8月31日，租期3年，其中前两年租金为每平米24元/月，第三年递增5%为每平米25.20元/月。2017年度、2018年度的租金费用分别为10.60万元、32.71万元。

②科技家居文创园展位管理费

根据双方签署的协议，公司将红蚂蚁科技家居文创园的展位提供给嘉兴天揽建材有限公司用于材料展示，收取展位综合管理费，标准为每平米106元/月，使用期限为2016年6月30日至2017年12月31日，2016年度、2017年度综合管理费为6.56万元、13.11万元。

2、偶发性关联交易情况

（1）受让智造家科技100%股权

2016年6月10日，公司与红蚂蚁投资签订《股权转让协议》，按照1元/注册资本的价格受让其持有的智造家科技500万元出资额，对应的持股比例为

100%。本次交易的具体情况详见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“二、（四）2、受让智造家科技 100%股权”。上述股权转让于 2016 年 8 月 5 日完成工商变更，股权转让完成后，公司对智造家科技的出资额为 500 万元，持股比例为 100%。

（2）受让苏州兆丰 36.86%股权

2016 年 6 月 10 日，公司与蔡惠伦、李荣分别签订《股权转让协议》，受让蔡惠伦对苏州兆丰 383.69 万元出资额和李荣对苏州兆丰 242.93 万元出资额，对应的持股比例分别为 22.57%和 14.29%。本次交易的具体情况详见“第五节 发行人基本情况”之“二、（四）3、增资及受让苏州兆丰股权”。上述股权转让于 2016 年 8 月 10 日完成工商变更，股权转让完成后，公司对苏州兆丰的出资额为 1,700 万元，持股比例为 100%。

3、关联方应收应付款项

报告期各期末，公司与关联方经营往来款项如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
应付账款	嘉兴天揽建材有限公司	-	-	239.01
应付账款	苏州爱必信建材有限公司	-	-	282.48
应付账款	上海佐贝国际贸易有限公司	-	-	282.28
预付款项	苏州远飞车业有限公司	19.77	20.68	
	合计	19.77	20.68	803.77

（三）关联交易决策权限及程序的安排

公司在《公司章程》中对关联交易决策权限与程序、关联股东或利益冲突董事在关联交易表决中的回避制度做出了规定。同时，《独立董事议事规则》、《关联交易决策制度》等公司治理文件中已明确了关联交易决策的程序。

1、《公司章程》中关于关联交易决策权限及程序的规定

第七十五条 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；股东大会决议应当充

分披露非关联股东的表决情况。

第一百〇六条 董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

.....公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司对外担保除外），公司与关联法人发生的交易金额在 100 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司对外担保除外），应提交董事会审议；但公司与关联人发生的交易金额在 1,000 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，应提交股东大会审议。

.....公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

2、《独立董事议事规则》中关于关联交易的决策权限及程序的规定

第十三条 独立董事除应当具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：

（一）上市公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元人民币或高于公司最近经审计净资产的 5%的关联交易，应当由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事在做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告.....

独立董事行使前条规定职权时应当取得全体独立董事的 1/2 以上同意。如上述提议未被采纳或上述职权不能正常行使，公司应将有关情况予以披露。

第十五条 独立董事除履行前条所述职权外，还对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

.....（六）需要披露的关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等重大事项.....

3、《关联交易决策制度》中关于关联交易的决策权限及程序的规定

第十一条 公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易

（公司对外担保除外），公司与关联法人发生的交易金额在 100 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司对外担保除外），应提交董事会审议；但公司与关联人发生的交易金额在 1,000 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，应提交股东大会审议。

公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数不足 3 人的，公司应当将交易提交股东大会审议……

第十三条 公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。

第十四条 公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过提交股东大会审议。

公司为持有公司 5%以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

（四）关联交易决策程序及独立董事意见

在关联董事及关联股东回避表决的情况下，公司第一届董事会第七次会议及 2018 年度股东大会对公司报告期内的关联交易进行了确认，认为公司报告期内关联交易定价合理、公允，遵循公开、公平、公正的原则，不存在损害公司和其他股东合法权益的情况。

2019 年 3 月 18 日，公司独立董事发表《红蚂蚁装饰股份有限公司独立董事对公司第一届董事会第七次会议相关事项之独立意见》，其中对《关于确认公司 2016 年至 2018 年关联交易的议案》发表了独立意见，认为：公司 2016-2018 年发生的关联交易是公司生产经营过程中与关联方发生的正常业务往来，有利于保证公司的正常生产经营，且遵循了公开、公平、公正的原则，价格公允，该等关联交易对公司独立性总体没有影响，对公司当期业绩不构成重大不利影响，公司主要业务不会因此类交易而对关联方形成依赖或者被其控制，不存在通过关联交易操纵利润的情形。公司董事会在表决通过确认关联交易的议案时，关联董事依

照有关规定，回避了表决，公司董事会在审议通过此议案时，表决程序合法、合规，未有违规情形，未有损害股东和公司权益情形，且符合监管部门及有关法律、法规及《公司章程》的规定。

（五）公司规范和减少关联交易的措施

公司依照《公司法》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事议事规则》、《关联交易决策制度》等规章制度，对关联交易的决策权限、决策程序、决策原则、信息披露与监督分别做出了详细规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正。

公司建立了健全规范的独立董事工作细则，有利于公司董事会的独立性和公司治理机制的完善，公司的独立董事将在避免同业竞争、规范和减少关联交易等方面发挥重要作用，积极保护公司和中小投资者的利益。

为尽量减少、避免与公司之间发生关联交易，公司控股股东红蚂蚁投资、实际控制人李荣、蔡丹丹出具了《关于规范和减少关联交易承诺函》，承诺如下：

“1、本公司、本人和本人的关联人（包括但不限于本人直接或间接控制的法人及其他组织，本人关系密切的家庭成员，本人担任董事、高级管理人员的除公司及其控股子公司以外的法人及其他组织等）将尽量减少和规范与公司及其控股子公司之间发生关联交易；

2、不以向公司拆借、占用公司资金或采取由公司代垫款项、代偿债务等任何方式侵占公司资金或挪用、侵占公司资产或其他资源；

3、不要求公司及其控股子公司违法违规提供担保；

4、对于能够通过市场方式与独立第三方之间进行的交易，将由公司及其控股子公司与独立第三方进行；

5、对于与公司及其控股子公司之间确有必要进行的关联交易，均将严格遵守公平公允、等价有偿的原则，公平合理地进行；关联交易均以签订书面合同或协议形式明确约定，并严格遵守有关法律、法规、规范性文件以及公司章程、股东

大会议事规则、关联交易决策制度等相关规定，履行各项审批程序和信息披露义务，切实保护公司和公司其他股东利益；

6、不通过关联交易损害公司以及公司其他股东的合法权益，如因违反上述承诺而损害公司及公司其他股东合法权益的，本人及本人的关联人自愿赔偿由此对公司造成的一切损失；

7、本公司、本人将促使并保证本人的关联人遵守上述承诺，如有违反，本人自愿承担由此对公司造成的一切损失。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

（一）董事会成员简介

截至本招股书签署日，公司共有 5 名董事，其中独立董事 2 名，具体情况如下：

序号	姓名	职务	任职期限
1	李荣	董事长	2017 年 10 月-2020 年 10 月
2	钱士亮	董事、总经理	2017 年 10 月-2020 年 10 月
3	姜寿祥	董事、董事会秘书、财务总监	2017 年 10 月-2020 年 10 月
4	黄鹏	独立董事	2017 年 10 月-2020 年 10 月
5	徐文华	独立董事	2017 年 10 月-2020 年 10 月

李荣先生，1973 年 12 月出生，EMBA，高级经济师，中国国籍，拥有美国永久居留权。1995 年 6 月至 1997 年 3 月，任无锡市江南装饰设计院设计师；1997 年 4 月至 1998 年 1 月，任桂林市金达装饰工程有限公司设计师；1998 年 2 月至 1999 年 2 月，于北京中央工艺美术学院培训学习；1999 年 3 月至今任职于本公司，历任总经理、执行董事，现任公司董事长。李荣先生同时为中国建筑装饰协会住宅装饰装修和部品产业分会会长、江苏省装饰装修行业协会副会长兼住宅装饰分会会长、苏州市家庭装饰业商会会长、苏州市装修装饰行业协会副会长、苏州市工商联执委、苏州市姑苏区工商联副主席。

钱士亮先生，1976 年 9 月出生，本科学历，高级工程师，中国国籍，无境外永久居留权。2000 年 7 月至今任职于本公司，历任设计师、分公司总经理、副总经理、执行总经理等职；现任公司董事兼总经理。钱士亮先生同时任苏州市姑苏区消费者权益保护委员会委员。

姜寿祥先生，1970 年 11 月出生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1993 年 8 月至 1997 年 7 月，任江苏森威集团有限责任公司会计；1997 年 7 月至 1999 年 8 月，任大丰市河浪纺织品有限责任公司财务部经理；1999 年 9 月至 2003 年 7 月，任大丰市小当家电器经销有限公司副总经理；2003 年 8 月至 2005 年 4

月，任苏州浦生实业发展有限公司财务经理；2005年5月至2010年5月，任职于江苏旭日装饰工程有限公司；2010年6月至今任职于本公司，现任公司董事、董事会秘书兼财务总监。

黄鹏先生，1949年7月出生，博士学历，中国国籍，无境外永久居留权。1969年3月至1972年4月，任江苏生产建设兵团二师八团会计；1975年8月至1988年8月，历任扬州大学讲师、系副主任；1988年9月至2015年3月，历任苏州大学会计学副教授、教授、系主任；2015年3月于苏州大学退休；2017年10月至今，任红蚂蚁装饰股份有限公司独立董事。同时任南通联邦商品混凝土有限公司监事、苏州罗普斯金铝业股份有限公司独立董事、苏州胜利精密制造科技股份有限公司独立董事。

徐文华先生，1954年10月出生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1973年2月至1978年2月，任江阴长泾中学教师；1978年3月至1982年1月，于江苏师范学院政教系求学；1982年2月至1985年6月，任苏州大学政治系教师；1985年7月至2015年3月，任苏州大学财经学院（东吴商学院）教师、副院长；2015年4月于苏州大学退休；2017年10月至今，任红蚂蚁装饰股份有限公司独立董事。

（二）监事会成员简介

截至本招股书签署日，公司共有3名监事，具体情况如下：

序号	姓名	职务	任职期限
1	蔡月华	监事会主席	2017年10月-2020年10月
2	秦巧云	监事	2017年10月-2020年10月
3	王丽萍	监事	2017年10月-2020年10月

蔡月华女士，1963年11月出生，EMBA，高级经济师，中国国籍，无境外永久居留权。1984年7月至1987年12月，任苏州职业大学教师；1988年1月至1996年1月，任苏州雅都大酒店人事部人事主任；1996年1月至1998年11月，任维德木业（苏州）有限公司人事行政部人事主管、培训主管；1998年12月至2002年6月，任江苏天木消防器材木业有限公司人事行政部经理；2002年7月至2004年7月，任苏州红蚂蚁装饰设计工程有限公司人事行政部经理；2004

年 8 月至 2005 年 5 月，任苏州三毕医科生物教学模型有限公司人事部经理；2005 年 6 月至 2006 年 8 月，任苏州市同济钢管有限公司人事行政部经理；2006 年 9 月至 2007 年 3 月，任职于江苏旭日装饰工程有限公司；2007 年 4 月至今任职于本公司，历任副总经理、监事会主席；现任公司监事会主席。

秦巧云女士，1973 年 7 月出生，EMBA，中国国籍，无境外永久居留权。1993 年 7 月至 2002 年 6 月，任盐城飞亚厨具有限公司质检员；2002 年 7 月至 2006 年 7 月，从事自由职业；2006 年 8 月至今任职于本公司，历任客户经理、宅配中心经理、产业配套中心经理；现任公司监事、产业配套中心经理。

王丽萍女士，1967 年 12 月出生，EMBA，中国国籍，无境外永久居留权。1990 年 7 月至 1993 年 12 月，任职于太原铜业公司；1994 年 1 月至 2002 年 6 月，任山西东风汽车销售技术服务联合公司会计；2002 年 7 月至今任职于本公司，历任财务经理、高级经理等职；现任公司监事、工会副主席。

（三）高级管理人员简介

截至本招股书签署日，公司共有 5 名高级管理人员，具体情况如下：

序号	姓名	职务	任职期限
1	钱士亮	董事、总经理	2017 年 10 月-2020 年 10 月
2	姜寿祥	董事、董事会秘书、财务总监	2017 年 10 月-2020 年 10 月
3	徐峰	副总经理	2017 年 10 月-2020 年 10 月
4	周明星	副总经理	2017 年 10 月-2020 年 10 月
5	徐刚	副总经理	2017 年 10 月-2020 年 10 月

钱士亮先生，总经理，简介详见本节“（一）董事会成员简介”。

姜寿祥先生，董事会秘书、财务总监，简介详见本节“（一）董事会成员简介”。

徐峰先生，1982 年 10 月出生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。2001 年 2 月至 2003 年 5 月，任苏州工业园区苏美尔企业设计有限公司设计师；2003 年 5 月至今任职于本公司，历任设计师、门店经理、副总经理等职；现任公司副总经理。

周明星先生，1962年8月出生，EMBA，中国国籍，无境外永久居留权。1979年6月至1987年7月，任职于盐城新光集团南庄煤矿；1987年7月至1999年6月，任职于地方国营益林造纸厂；1999年7月至今任职于本公司，历任采供部经理、工程管理中心总监、副总经理等职；现任公司副总经理。

徐刚先生，1978年6月出生，EMBA，中国国籍，无境外永久居留权。1999年9月至2001年4月，任南京铁合金厂基建处科员；2001年5月至今任职于本公司，历任门店经理、产业配套中心经理、副总经理等职；现任公司副总经理。

（四）核心技术人员

李荣先生，简介详见本节“（一）董事会成员简介”。

钱士亮先生，简介详见本节“（一）董事会成员简介”。

胡定华先生，1963年4月出生，大专学历，中国国籍，无境外永久居留权。1982年7月至1992年3月任苏州扇厂有限公司设计部主任；1992年4月至1996年8月任苏州建鑫建筑安装工程有限公司设计部负责人；1996年9月至2004年2月任苏州市贝特装饰设计工程有限公司副总经理、设计部主任。2004年3月至今任职于本公司，现任设计总监，设计院院长。

陈胜先生，1967年10月出生，大专学历，中国国籍，无境外永久居留权。1988年10月至2000年3月，任职于新光集团有限公司；2000年4月至今任职于本公司，历任采供部总监、工程管理中心总监等职；现任公司工程管理中心总监。其参与研发的技术项目已取得“一种轻钢龙骨吊顶灯带的安装结构”、“一种防尘定位接线盒”等专利；参与起草了江苏省工程建设标准《民用建筑室内装修工程环境质量验收规程》（DGJ32/J140-2012）；参与审查了江苏省工程建设标准《住宅装饰装修服务标准》（DGJ32/TJ221-2017）。

（五）公司董事、监事的提名和选聘情况

1、董事的提名和选聘情况

2017年10月10日，股份公司召开2017年第一次股东大会，选举李荣、钱士亮、姜寿祥、黄鹏、徐文华为第一届董事会董事，其中黄鹏、徐文华为独立董

事，任期三年。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举李荣为第一届董事会董事长。

2、监事的提名与选聘情况

2017年10月9日，公司职工代表大会选举王丽萍为第一届监事会职工代表监事，任期三年；2017年10月10日，股份公司召开2017年第一次股东大会，选举蔡月华、秦巧云为第一届监事会股东代表监事，任期三年。2017年10月10日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举蔡月华为第一届监事会主席。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有本公司股份情况

（一）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员持有股份情况

1、直接持有发行人股份情况

截至本招股书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有发行人股份情况如下：

单位：万股，%

姓名	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	持股数	比例	持股数	比例	持股数	比例
李荣	1,620.00	18.00	1,620.00	18.00	140.50	11.61

2、间接持有发行人股份情况

（1）通过红蚂蚁投资间接持有公司股份

截至本招股书签署日，李荣、蔡丹丹分别持有红蚂蚁投资70.00%和30.00%的股权，并通过红蚂蚁投资控制公司72.00%的股份，李荣、蔡丹丹系夫妻关系。报告期内红蚂蚁投资持有公司股份的比例如下表所示：

单位：万股，%

名称	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	持股数	比例	持股数	比例	持股数	比例
红蚂蚁投资	6,480.00	72.00	6,480.00	72.00	968.00	80.00

（2）通过苏恒创投间接持有发行人股份

李荣、钱士亮等董事、监事、高级管理人员、核心技术人员通过苏恒创投间接持有公司股份。自 2017 年 5 月至今，苏恒创投一直持有公司 7.05% 的股份，未发生变动。公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员持有苏恒创投出资额的情况如下：

单位：万元，%

序号	合伙人	出资方式	出资额	出资比例	职务
1	李荣	货币	489.64	31.59	董事长
2	钱士亮	货币	160.00	10.32	董事、总经理
3	周明星	货币	130.00	8.39	副总经理
4	姜寿祥	货币	100.00	6.45	董事、董事会秘书、财务总监
5	蔡月华	货币	100.00	6.45	监事会主席
6	徐峰	货币	100.00	6.45	副总经理
7	陈胜	货币	73.50	4.74	工程管理中心总监、核心技术人员
8	徐刚	货币	72.24	4.66	副总经理
9	胡定华	货币	40.00	2.58	设计总监兼设计研究院院长、核心技术人员

（3）通过瑞苏创投间接持有发行人股份

公司监事王丽萍、秦巧云通过瑞苏创投间接持有公司股份。自 2017 年 5 月至今，瑞苏创投一直持有公司 2.95% 的股份，未发生变动。公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员持有瑞苏创投出资额的情况如下：

单位：万元，%

序号	合伙人	出资方式	出资额	出资比例	职务
1	王丽萍	货币	43.60	6.71	监事、工会副主席
2	秦巧云	货币	23.58	3.63	监事、产业配套中心经理

（二）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员近亲属持有股份情况

蔡惠伦系董事长李荣的岳父，持有瑞苏创投 36.89% 的出资份额，通过瑞苏创投间接持有公司股份。

蔡丹凤系董事长李荣配偶的妹妹，持有苏恒创投 3.36% 的出资份额；周明星

系董事长李荣姐姐的配偶，持有苏恒创投 8.39% 的出资份额。两人通过苏恒创投间接持有发行人股份。

（三）报告期内所持股份的质押或冻结情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股份不存在质押或冻结情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况如下：

姓名	持股企业名称	持股比例
李荣	红蚂蚁（苏州）投资有限公司	70.00%
	苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	31.59%
钱士亮	苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	10.32%
姜寿祥	苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	6.45%
黄鹏	南通联邦商品混凝土有限公司	10.00%
	江苏君和博瑞税务师事务所有限公司	7.00%
蔡月华	苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	6.45%
徐峰	苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	6.45%
周明星	苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	8.39%
徐刚	苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	4.66%
秦巧云	苏州瑞苏创业投资管理合伙企业（有限合伙）	3.63%
王丽萍	苏州瑞苏创业投资管理合伙企业（有限合伙）	6.71%

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的上述对外投资与公司不存在利益冲突，除上述情况外，不存在其它对外投资情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年的薪酬情况

单位：万元

序号	姓名	任职情况	2018 年度薪酬
1	李荣	董事长	59.25
2	钱士亮	董事、总经理	44.54

序号	姓名	任职情况	2018 年度薪酬
3	姜寿祥	董事、董事会秘书、财务总监	37.54
4	黄鹏	独立董事	5.15
5	徐文华	独立董事	5.15
6	蔡月华	监事会主席	37.51
7	秦巧云	监事	18.63
8	王丽萍	监事	20.14
9	徐峰	副总经理	37.18
10	周明星	副总经理	37.56
11	徐刚	副总经理	37.42
12	陈胜	工程管理中心总监、 核心技术人员	32.73
13	胡定华	设计总监兼设计研究院院长、 核心技术人员	30.23

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

姓名	兼职单位	所任职务	兼职单位与发行人的关联关系
李荣	红蚂蚁（苏州）投资有限公司	执行董事兼总经理	控股股东
	苏州苏恒创业投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	主要股东
	苏州智造家住宅科技有限公司	总经理	子公司
	米克罗装饰（苏州）有限公司	执行董事	子公司
	苏州红蚂蚁文化传媒有限公司	执行董事兼总经理	子公司
	苏州兆丰电器有限公司	监事	子公司
黄鹏	苏州胜利精密制造科技股份有限公司	独立董事	无
	苏州罗普斯金铝业股份有限公司	独立董事	无
	南通联邦商品混凝土有限公司	监事	无
秦巧云	苏州瑞苏创业投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	股东
王丽萍	米克罗装饰（苏州）有限公司	监事	子公司
徐刚	苏州兆丰电器有限公司	执行董事	子公司

除上述兼职情况外，本公司的其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系

公司副总经理周明星系董事长李荣姐姐的配偶，除上述亲属关系外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议及履行情况

截至本招股书签署日，除董事黄鹏、徐文华外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均与公司签署了劳动合同及保密协议。截至本招股书签署日，上述合同履行正常。

八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺及履行情况

董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的承诺及履行情况详见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“九、控股股东及实际控制人、持有发行人5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”。

九、董事、监事、高级管理人员任职资格

截至本招股书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

十、董事、监事、高级管理人员近两年变动情况

（一）董事最近两年变动情况及原因

2017年1月1日至2017年10月9日，红蚂蚁有限未设立董事会，由李荣担任执行董事。

2017年10月10日，股份公司召开2017年第一次股东大会，选举李荣、钱

士亮、姜寿祥、黄鹏、徐文华为董事；同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举李荣为董事长。

（二）监事最近两年变动情况及原因

2017年1月1日至2017年10月9日，红蚂蚁有限未设立监事会，由蔡丹丹担任监事。

2017年10月9日，红蚂蚁有限召开职工代表大会，选举王丽萍担任红蚂蚁装饰股份有限公司第一届监事会中由职工代表出任的监事，任期三年。

2017年10月10日，股份公司召开2017年第一次股东大会，选举蔡月华、秦巧云担任红蚂蚁装饰股份有限公司第一届监事会中由股东代表出任的监事，任期三年。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举蔡月华为监事会主席。

（三）高级管理人员最近两年变动情况及原因

2017年1月1日至2017年10月9日，李荣任红蚂蚁有限总经理，钱士亮担任执行总经理，姜寿祥任财务负责人，蔡月华、徐峰、周明星和徐刚任副总经理。

2017年10月10日，公司第一届董事会第一次会议聘任钱士亮担任公司总经理；聘任姜寿祥担任公司董事会秘书、财务总监；聘任徐峰、周明星、徐刚为公司副总经理。截至目前，公司高级管理人员未发生变动。

近三年内，公司董事、监事和高级管理人员未发生重大变化。

十一、公司治理的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》，其中《公司章程》中规定了股东大会的职责、权限及股东大会会议的基本制度，《股东大会议事规则》针对股东大会的提案、通知、召开、决议等程序制定了详细规则。

1、股东的权利与义务

按照《公司章程》的规定，公司股东享有下列权利：（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（二）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（四）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（六）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（八）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

按照《公司章程》的规定，公司股东承担如下义务：（一）遵守法律、行政法规和本章程；（二）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；（三）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（四）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；（五）法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会职权

股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：（一）决定公司的经营方针和投资计划；（二）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（三）审议批准董事会的报告；（四）审议批准监事会报告；（五）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（七）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（八）对发行公司债券作出决议；（九）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（十）修改本章程；（十一）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（十二）审议批准第三十八条规定的担保事项；（十三）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；（十四）审议批准变更募集资金用途事项；（十五）审议股权激励计划；（十六）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会运行情况

自股份公司设立以来，历次股东大会的召开程序、决议内容符合《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》的有关规定，签署的决议与会议记录真实、有效。股东大会依法忠实的履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务。截至本招股书签署日，公司历次股东大会的召开情况如下表所示：

序号	会议名称	召开时间	参会股东数量
1	创立大会暨2017年第一次股东大会	2017年10月10日	4
2	2017年第二次股东大会	2017年12月15日	4
3	2018年第一次股东大会	2018年1月12日	4
4	2017年度股东大会	2018年6月30日	4
5	2018年度股东大会	2019年4月9日	4

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司制定了《公司章程》、《董事会议事规则》，其中《公司章程》中规定了董事会的职责、权限及董事会会议的基本制度，《董事会议事规则》针对董事会的召开、决议等程序制定了详细规则。

1、董事会构成

公司董事会由5名董事组成，其中独立董事2名。董事会设董事长1人。董事会设董事会秘书1人，由董事长提名，经董事会聘任或者解聘。

2、董事会的职权

根据《公司章程》的规定，公司董事会行使下列职权：（一）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（二）执行股东大会的决议；（三）决定公司的经营计划和投资方案；（四）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（六）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（七）拟订公司重大收购、收购公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（八）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（九）决定公司内部管理机构的设置；（十）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理

人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（十一）制订公司的基本管理制度；（十二）制订本章程的修改方案；（十三）管理公司信息披露事项；（十四）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（十五）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（十六）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

3、董事会运行情况

自股份公司设立以来，历次董事会的召开与程序符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》的有关规定，决议内容及签署真实、有效。截至本招股书签署日，公司历次董事会的召开情况如下表所示：

序号	会议名称	召开时间	参会董事人数
1	第一届董事会第一次会议	2017年10月10日	5
2	第一届董事会第二次会议	2017年11月30日	5
3	第一届董事会第三次会议	2017年12月15日	5
4	第一届董事会第四次会议	2017年12月28日	5
5	第一届董事会第五次会议	2018年5月5日	5
6	第一届董事会第六次会议	2018年6月8日	5
7	第一届董事会第七次会议	2019年3月18日	5
8	第一届董事会第八次会议	2019年4月23日	5

4、董事会专业委员会的设置情况

2017年10月10日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了关于设立战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会及审计委员会的议案，同时选举了各专业委员会委员。

（1）董事会战略委员会

公司董事会战略委员会由3名董事组成，具体成员为：李荣先生、钱士亮先生、姜寿祥先生。

董事会战略委员会的主要职责权限如下：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会或股东大会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会或股东大会批准的重大

资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；董事会授权的其他事项。

（2）董事会提名委员会

公司董事会提名委员会由 3 名董事组成，其中 2 名独立董事，具体成员为：徐文华先生、黄鹏先生、钱士亮先生。

董事会提名委员会的主要职责权限如下：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事和高级管理人员的选择标准和程序并提出建议；广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议；提名董事会下设各专门委员会召集人和委员人选；董事会授权的其他事宜。

（3）薪酬与考核委员会

公司薪酬与考核委员会由 3 名董事组成，其中 2 名独立董事，具体成员为：黄鹏先生、徐文华先生、姜寿祥先生。

薪酬与考核委员会的主要职责权限如下：根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事项。

（4）审计委员会

公司审计委员会由 3 名董事组成，其中 2 名独立董事，具体成员为：黄鹏先生、钱士亮先生、徐文华先生。

审计委员会的主要职责权限如下：监督及评估外部审计机构工作；指导内部审计工作；审阅公司的财务报告并对其发表意见；评估内部控制的有效性；协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司制定了《公司章程》、《监事会议事规则》，其中《公司章程》中规定了监事会的职责、权限及监事会会议的基本制度，《监事会议事规则》针对监事会的召开、决议等程序制定了详细规则。

1、监事会构成

公司监事会由3名监事组成，设主席1人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会包括股东代表和适当比例的职工代表，其中职工代表的比例不低于三分之一。监事会中的职工代表由公司职工民主选举产生。

2、监事会的职权

根据《公司章程》的规定，公司监事会履行下列职权：应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；检查公司财务；对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；向股东大会提出提案；依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会的运行情况

自公司设立以来，历次监事会的召开与程序严格遵守《公司法》、《公司章程》以及《监事会议事规则》的规定，决议内容及签署真实有效。截至本招股书签署日，公司历次监事会的召开情况如下表所示：

序号	会议名称	召开时间	参会监事人数
1	第一届监事会第一次会议	2017年10月10日	3
2	第一届监事会第二次会议	2017年11月30日	3
3	第一届监事会第三次会议	2017年12月15日	3
4	第一届监事会第四次会议	2018年5月5日	3

序号	会议名称	召开时间	参会监事人数
5	第一届监事会第五次会议	2018年6月8日	3
6	第一届监事会第六次会议	2018年12月1日	3
7	第一届监事会第七次会议	2019年3月18日	3

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事情况

2017年10月10日，公司创立大会暨第一次股东大会选举黄鹏先生、徐文华先生为董事会独立董事。

公司所聘任的独立董事具有独立性，也具有五年以上法律、经济、财务或者其他履行独立董事职责所必需的专业能力和工作经验，对进一步完善公司治理结构、促进公司规范运作发挥了积极的作用。

2、独立董事职权

独立董事除应当具有《公司法》和其他相关法律、法规、规范性文件以及《公司章程》赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：独立董事除应当具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：（一）上市公司拟与关联人达成的总额高于300万元人民币或高于公司最近经审计净资产的5%的关联交易，应当由独立董事认可后，提交董事会讨论。独立董事在做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告；（二）向董事会提请聘用或解聘会计师事务所；（三）向董事会提请召开临时股东大会；（四）提议召开董事会；（五）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（六）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下重大事项发表独立意见：（一）提名、任免董事；（二）聘任、解聘高级管理人员；（三）董事、高级管理人员的薪酬；（四）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产值的5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；（五）公司当年盈利但年度董事会未提出包含现金分红的利润分配预案；（六）需要披露的关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金

用途、股票及其衍生品种投资等重大事项；（七）重大资产重组方案、股权激励计划；（八）独立董事认为有可能损害中小股东合法权益的事项；（九）有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件及公司章程规定的其他事项。

3、独立董事的运作情况

股份公司设立以来，公司共召开 8 次董事会会议，5 次股东大会，独立董事均参加了上述会议。

公司独立董事对于公司董事、高级管理人员薪酬、聘任审计机构、2016 年至 2018 年关联交易事项等事项均发表了独立意见。

独立董事在董事会专门委员会中发挥了重要作用，提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会召集人均由独立董事担任，且独立董事在上述委员会中占有 2/3 的席位，独立董事为董事会的科学决策提供了专业知识支撑，促进了公司治理的进一步完善。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2017 年 10 月 10 日，公司第一届董事会第一次会议聘任姜寿祥为公司董事会秘书兼财务总监，并由第一届董事会第一次会议通过了《董事会秘书工作细则》。

董事会秘书是公司的高级管理人员，承担有关法律、行政法规及《公司章程》所要求的义务，享有相应的工作职权，并获取相应的报酬。董事会秘书对董事会负责。

《董事会秘书工作细则》规定，董事会秘书的工作职责为：（一）负责公司信息披露管理事务；（二）协助公司董事会加强公司治理机制建设；（三）负责公司投资者关系管理事务，完善公司投资者的沟通、接待和服务工作机制；（四）负责公司股权管理事务；（五）协助公司董事会制定公司资本市场发展战略，协助筹划或者实施公司资本市场再融资或者并购重组事务；（六）负责公司规范运作培训事务，组织公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员接受相关法律法规和其他规范性文件的培训；（七）提示公司董事、监事、高级管理人员履行忠实、勤勉义务；（八）公司召开总经理办公会以及其他涉及公司重大事项的会

议，应及时告知董事会秘书列席，并提供会议资料。

报告期内，董事会秘书按照《公司章程》、《董事会秘书工作细则》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》、《董事会秘书工作细则》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了相关职责。

十二、发行人最近三年违法违规情况

苏州市虎丘区市场监督管理局于 2019 年 3 月 29 日下发《行政处罚决定书》（苏虎市监案字（2019）Z02003 号），因公司使用一台未经检验、未办理注册登记的内燃平衡重式叉车，未能提供该叉车有效的检验合格证明，违反了《特种设备安全法》第三十二条第一款的规定，该局依据《特种设备安全法》第八十四条第一款对公司处以罚款人民币 3.00 万元的行政处罚。公司已及时缴纳罚款并立即停止了违规使用叉车的行为，未造成严重后果。

《特种设备安全法》第八十四条第一款为“违反本法规定，特种设备使用单位有下列行为之一的，责令停止使用有关特种设备，处三万元以上三十万元以下罚款：（一）使用未取得许可生产，未经检验或者检验不合格的特种设备，或者国家明令淘汰、已经报废的特种设备的……”，公司被处以 3.00 万元罚款系依据处罚幅度的最下限作出。苏州市虎丘区市场监督管理局于 2019 年 5 月 30 日就公司上述行政处罚所涉违法行为不属于重大违法行为进行了书面确认。

经核查，保荐机构认为，发行人所受罚款系依据处罚幅度的最下限作出，罚款金额较小，发行人已积极缴纳相关罚款，并纠正违规行为，未造成严重后果，且处罚单位已就行政处罚所涉违法行为不属于重大违法行为进行了确认，因此，发行人上述行政处罚不构成本次发行的实质性障碍。

发行人律师认为：发行人的上述行为被处以的是最低档的罚款，罚款数额较低，情节轻微，未造成如严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣等严重后果，发行人已及时缴纳罚款并停止使用该违规叉车，对相关问题进行了整改。处罚单位苏州市虎丘区市场监督管理局于 2019 年 5 月 30 日就发行人上述行政处罚

所涉行为不属于重大违法行为进行了书面确认。发行人上述行为不属于重大违法违规行为，上述处罚不属于情节严重的行政处罚。

十三、公司对外投资及资金管理政策

公司按照《公司法》、《上市公司治理准则》、《关于规范上市公司对外担保行为的通知》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规的规定制订了《对外投资管理制度》、《对外担保决策制度》。

（一）公司对外投资政策及执行情况

公司制定了《对外投资管理制度》，根据对外投资管理制度的内容，对外投资是指公司为了通过分配来增加财富，或谋求其他利益，将公司拥有的资产让渡给其他单位而获得另一项资产的活动。

对于公司发生的对外投资、收购出售资产、委托理财等交易（公司获赠现金资产除外），董事会的审批权限为：

1、交易涉及的资产总额（同时存在账面值和评估值的，以高者为准）占公司最近一期经审计总资产的 10%以上；

2、交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 10%以上，且绝对金额超过 500 万元人民币；

3、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10%以上，且绝对金额超过 500 万元人民币；

4、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上，且绝对金额超过 100 万元人民币；

5、交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上，且绝对金额超过 100 万元人民币。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

公司发生的对外投资、收购出售资产、委托理财等交易（公司获赠现金资产除外）达到下列标准之一的，应当提交股东大会审议：

1、交易涉及的资产总额（同时存在账面值和评估值的，以高者为准）占公司最近一期经审计总资产的 50%以上；

2、交易的成交金额（包括承担的债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

3、交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元；

4、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

5、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元。

上述指标涉及的数据如为负值，取绝对值计算。

公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司对外担保除外），公司与关联法人发生的交易金额在 100 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（公司对外担保除外），应提交董事会审议；但公司与关联人发生的交易金额在 1,000 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，应提交股东大会审议。

除公司章程第三十八规定的应由股东大会审议通过的对外担保，其余对外担保事项应由董事会审议批准。董事会审议或审批的对外担保，须经出席董事会的三分之二以上董事同意。

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

公司不得直接或者通过子公司向董事、监事和高级管理人员提供借款。

报告期内，公司的对外投资符合投资审批权限。

（二）公司对外担保事项的政策及执行情况

公司制定了《对外担保决策制度》，对公司对外担保进行了规定。根据对外

担保决策制度的内容，对外担保是指公司以自有资产或信誉为任何其他单位或个人提供的保证、资产抵押、质押以及其他担保事宜。具体种类包括借款担保、银行开立信用证和银行兑汇票担保、开具保函的担保等。

对外担保事项经公司主管财务工作的负责人审核后由公司财务部递交董事会以提醒董事会审议决定。财务部应当向董事会提交被担保人资信状况的调查报告，包括被担保人提供的资料以及公司其他承办担保事项部门的核查结果。董事会应当结合公司上述调查报告与核查结果对被担保人的财务状况、发展前景、经营状况及资信状况进一步审查，对该担保事项的利益和风险进行充分分析。

公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

- 1、单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；
- 2、公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；
- 3、为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；
- 4、连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30%的担保；
- 5、连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 3,000 万元以上；
- 6、对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；
- 7、《公司章程》规定的其他担保。

除上述规定须经股东大会审议通过的事项以外，公司所有其他对外担保事项均须经董事会审议通过，董事会审议担保事项时，必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意。股东大会审议前述第（四）项担保，应当经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

股东大会或者董事会对担保事项做出决议，与该担保事项有利害关系的股东或者董事应当回避表决。

截至本招股书签署日，公司不存在为控股股东及其控制的其他企业以及其他企业进行担保的情形。

（三）公司资金管理政策及执行情况

公司建立了相关资金管理制度，主要包括《资金营运业务管理制度》、《筹资业务管理制度》、《重大授权手册》等，对分级审批权限、资金预算、库存现金、银行存款和筹资管理等方面予以明确规定，用于规范现金、银行存款和其他货币资金的收支和使用，进一步细化了资金申请、审批、执行的工作流程，有利于提高公司资金管理效率，防止资金的违规使用、被盗、挪用等行为的发生。

报告期内，公司资金管理政策的执行情况良好。

十四、资金占用和对外担保情况

发行人最近三年不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

十五、公司内部控制情况

（一）管理层对公司内部控制的自我评估意见

公司管理层对公司的内部控制制度进行自查和评估后认为：

“（一）本公司已按照既定内部控制检查监督的计划完成工作，内部控制检查监督的工作计划涵盖了内部控制的主要方面和全部过程，为内部控制制度执行、反馈、完善提供了合理的保证。

（二）本公司按照逐步完善和满足公司持续发展需要的要求判断公司的内部控制制度的设计是否完整和合理，内部控制的执行是否有效。判断分别按照内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等要素进行。

（三）本公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业特点和公司多年的管理经验，保证了内部控制符合公司生产经营需要，对经营风险起到了有效控制作

用；公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效执行，对公司加强管理、规范动作、提高经济效益以及公司长远发展起到了积极有效的作用。

（四）公司董事会认为公司已按《企业内部控制基本规范》的要求在所有重大方面有效保持了与财务报告相关的内部控制。”

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

华普天健对公司管理层《关于内部控制有效性的自我评价报告》涉及的与2018年12月31日财务报表相关的内部控制有效性的认定进行了鉴证，并出具华普天健（会专字[2019]1200号）《内部控制鉴证报告》，认为：“红蚂蚁装饰根据财政部颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规范建立的与财务报告相关的内部控制于2018年12月31日在所有重大方面是有效的。”

十六、对投资者权益保护情况的制度安排

为加强公司与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，增进投资者对公司的了解，切实保护投资者的合法权益，促进公司与投资者之间建立长期、稳定的良性关系，实现公司诚信自律、规范运作，提升公司的内在价值，公司董事会制定并通过了《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等相关公司治理文件，有力的保障了投资者的信息获取、收益享有、参与公司重大决策和选择管理者的权利，相关政策安排如下：

（一）《信息披露管理制度》

1、公司信息披露的一般规定：信息披露是公司的持续责任，公司应当严格按照法律、法规、部门规章、规范性文件、《创业板股票上市规则》以及深圳证券交易所发布的细则、指引和通知等相关规定，及时、公平地披露信息，并保证所披露的信息真实、准确、完整，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

公司、公司的董事、监事、高级管理人员应当忠实、勤勉地履行职责，保证披露信息的真实、准确、完整、及时、公平。不能保证披露的信息内容真实、准确、完整的，应当在公告中作出相应声明并说明理由。

公司除应当按照强制信息披露要求披露信息外，有义务及时披露所有可能对

股东和其他利益相关者决策产生实质性影响的信息，并保证披露信息的时间、方式能使所有股东有平等的机会获得信息，体现公司信息披露公开、公平、公正的原则。

2、公司信息披露的内容：信息披露文件主要包括招股书、募集说明书、上市公告书、定期报告和临时报告等。

3、公司信息披露的媒体：公司依法披露信息，应当将公告文稿和相关备查文件于第一时间报送深交所，并在中国证监会指定的媒体发布。公司指定（媒体名称，由公司在证监会指定媒体范围内自行决定）为信息披露指定报纸，公司公开披露的信息同时在深交所指定网站披露。公司应当将信息披露公告文稿和相关备查文件报送中国证监会江苏证监局，并置备于公司住所供社会公众查阅。

4、公司信息披露的保密措施：公司董事、监事、高级管理人员及其他因工作关系接触到应披露信息的工作人员，负有保密义务。在有关信息正式披露之前，应将知悉该信息的人员控制在最小范围并严格保密。公司及其董事、监事、高级管理人员等不得泄漏内部信息，不得进行内幕交易或配合他人操纵证券交易价格。

（二）《投资者关系管理制度》

1、投资者关系管理的基本原则：（1）充分保障投资者知情权及其合法权益的原则；（2）及时披露信息的原则；（3）主动与投资者沟通的原则；（4）平等对待所有投资者的原则；（5）高效率、低成本的原则。

2、投资者关系管理工作中与投资者沟通的内容主要包括：公司的发展战略、经营状况、行业动态和相关法规；公司经营状况、经营计划、经营环境、战略规划及发展前景等；法定的信息披露，包括定期报告和临时公告；非法定的信息披露：包括自愿性公告、公司董事、监事、高级管理人员参加的新闻发布会和研讨会、接待来访、电话采访及咨询等。

3、公司与投资者沟通的方式包括但不限于：定期报告与临时公告、新闻发布会、研讨会、接待来访、分析师会议、业绩说明会和路演、公司网站、一对一沟通、邮寄资料、电话咨询、现场参观等。

报告期内，公司严格按照各项管理制度规范运作，使股东利益得到良好保障并获得了较为理想的投资回报。未来，公司将进一步加强投资者权益管理，依据《公司法》、《证券法》及证监会、深圳证券交易所的相关规定继续完善各项管理制度。

（三）股东投票机制

1、累积投票制

根据《公司章程（草案）》的相关规定，股东大会就选举董事、监事进行表决时，可以实行累积投票制。

前述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。董事会应当向股东告知候选董事、监事的简历和基本情况。

2、网络投票方式

根据《公司章程（草案）》的相关规定，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司可以采用网络或其他安全、经济、便捷的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。通过网络或其他方式投票的股东或其代理人，有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。股东大会现场结束时间不得早于网络或其他方式，会议主持人应当宣布每一提案的表决情况和结果，并根据表决结果宣布提案是否通过。在正式公布表决结果前，股东大会现场及其他表决方式中所涉及的公司、计票人、监票人、主要股东、网络服务方等相关各方对表决情况均负有保密义务。

未来公司将根据相关法律、法规、规范性文件的规定和要求，结合公司实际，进一步完善保护投资者权益的措施。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节财务会计数据以及有关分析说明反映了公司近三年经审计的财务状况、经营成果、股东权益变动和现金流量情况。本节的财务会计数据，均引自经华普天健审计的财务报告，非经特别说明，按合并报表口径披露。投资者欲对本公司的财务状况、经营成果、现金流量和会计政策进行详细的了解，应认真阅读本招股书所附录的经审计的财务报表及附注。

一、发行人财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动资产：			
货币资金	326,367,708.15	405,676,403.81	87,443,058.54
应收票据及应收账款	20,586,085.07	20,695,081.73	21,157,158.67
预付款项	11,685,220.62	10,225,697.12	5,930,286.14
其他应收款	4,071,442.15	1,423,615.97	1,373,832.31
存货	14,488,012.56	19,746,419.59	6,201,548.68
其他流动资产	3,446.82	1,314,780.69	248,020,352.20
流动资产合计	377,201,915.37	459,081,998.91	370,126,236.54
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	23,233,815.68
投资性房地产	78,020,454.56	420,224.62	451,231.48
固定资产	185,635,991.50	36,681,197.37	39,576,974.86
在建工程	-	-	-
无形资产	2,927,920.21	2,727,072.13	1,747,530.35
商誉	-	-	-
长期待摊费用	13,514,998.87	4,281,593.45	4,835,478.50
递延所得税资产	479,071.76	486,824.88	390,867.19
其他非流动资产	696,100.00	69,911,070.00	35,950,000.00
非流动资产合计	281,274,536.90	114,507,982.45	106,185,898.06

资产	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
资产总计	658,476,452.27	573,589,981.36	476,312,134.60

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动负债：			
短期借款	-	-	-
应付票据及应付账款	127,406,047.56	108,400,866.91	105,385,612.42
预收款项	276,036,142.26	257,735,816.60	253,225,872.60
应付职工薪酬	25,949,767.23	25,050,367.84	12,115,928.48
应交税费	17,602,332.49	19,490,102.45	20,226,065.75
其他应付款	6,291,752.06	1,031,401.86	730,049.15
流动负债合计	453,286,041.60	411,708,555.66	391,683,528.40
非流动负债：			
预计负债			
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	185,072.35
非流动负债合计	-	-	185,072.35
负债合计	453,286,041.60	411,708,555.66	391,868,600.75
所有者权益：			
股本	90,000,000.00	90,000,000.00	12,100,000.00
资本公积	38,374,869.18	38,374,869.18	-
其他综合收益	-	-	1,048,743.33
盈余公积	7,508,132.14	872,296.10	2,947,500.34
未分配利润	69,307,409.35	32,634,260.42	68,347,290.18
归属于母公司所有者权益合计	205,190,410.67	161,881,425.70	84,443,533.85
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	205,190,410.67	161,881,425.70	84,443,533.85
负债和所有者权益总计	658,476,452.27	573,589,981.36	476,312,134.60

2、合并利润表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业总收入	909,472,457.63	855,134,942.81	737,755,284.92
其中：营业收入	909,472,457.63	855,134,942.81	737,755,284.92
二、营业总成本	840,047,035.63	818,708,124.58	691,915,807.86
其中：营业成本	620,218,570.86	601,943,987.46	515,382,238.03
税金及附加	3,101,579.93	3,000,349.65	10,605,502.60
销售费用	150,914,243.21	135,859,540.66	107,471,046.59
管理费用	39,784,471.82	47,649,401.52	33,018,398.96
研发费用	30,368,202.58	28,345,381.53	24,794,224.35
财务费用	-4,288,354.79	216,278.76	491,492.82
其中：利息费用	-	-	-
利息收入	4,788,559.80	292,242.66	309,107.70
资产减值损失	-51,677.98	1,693,185.00	152,904.51
加：其他收益	2,263,540.76	2,442,728.42	-
投资收益	3,966,585.72	14,880,929.05	8,168,006.11
资产处置收益	-85,414.20	68,588.72	-99,409.64
三、营业利润	75,570,134.28	53,819,064.42	53,908,073.53
加：营业外收入	1,780,720.29	370,157.86	8,592,797.44
减：营业外支出	133,307.00	668,033.46	1,343,271.18
四、利润总额	77,217,547.57	53,521,188.82	61,157,599.79
减：所得税费用	11,408,562.60	9,826,541.15	8,863,924.02
五、净利润	65,808,984.97	43,694,647.67	52,293,675.77
归属于母公司所有者的净利润	65,808,984.97	43,694,647.67	52,226,380.14
少数股东损益	-	-	67,295.63
六、其他综合收益的税后净额	-	-	847,470.69
七、综合收益总额	65,808,984.97	43,694,647.67	53,141,146.46
归属于母公司所有者的综合收益总额	65,808,984.97	43,694,647.67	53,073,850.83
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	67,295.63
八、每股收益			

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
（一）基本每股收益	0.73	0.51	0.64
（二）稀释每股收益	0.73	0.51	0.64

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 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	919,576,646.12	864,919,295.18	874,764,089.90
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	9,941,881.25	2,872,131.99	10,032,546.75
经营活动现金流入小计	929,518,527.37	867,791,427.17	884,796,636.65
购买商品、接受劳务支付的现金	558,976,381.36	579,850,230.04	480,784,837.42
支付给职工以及为职工支付的现金	139,944,908.12	109,820,435.00	86,253,226.08
支付的各项税费	21,601,067.99	33,821,247.53	44,769,970.67
支付其他与经营活动有关的现金	90,074,977.85	91,029,964.22	79,597,458.93
经营活动现金流出小计	810,597,335.32	814,521,876.79	691,405,493.10
经营活动产生的现金流量净额	118,921,192.05	53,269,550.38	193,391,143.55
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	632,000,000.00	933,800,000.00	168,800,000.00
取得投资收益收到的现金	3,966,585.72	14,880,929.05	8,269,711.61
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	18,498.74	101,910.34	8,653.85
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	2,229,615.37	292,242.66	309,107.70
投资活动现金流入小计	638,214,699.83	949,075,082.05	177,387,473.16
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	181,944,587.54	40,611,287.16	40,200,661.77
投资支付的现金	632,000,000.00	665,500,000.00	257,300,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	813,944,587.54	706,111,287.16	297,500,661.77
投资活动产生的现金流量净额	-175,729,887.71	242,963,794.89	-120,113,188.61
三、筹资活动产生的现金流量：			

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
吸收投资收到的现金	-	22,000,000.00	-
取得借款收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	22,000,000.00	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	22,500,000.00	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	14,351,382.00
筹资活动现金流出小计	22,500,000.00	-	14,351,382.00
筹资活动产生的现金流量净额	-22,500,000.00	22,000,000.00	-14,351,382.00
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	-79,308,695.66	318,233,345.27	58,926,572.94
加：期初现金及现金等价物余额	405,676,403.81	87,443,058.54	28,516,485.60
六、期末现金及现金等价物余额	326,367,708.15	405,676,403.81	87,443,058.54

（二）母公司财务报表

1、资产负债表

单位：元

资产	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	314,265,968.99	398,721,381.44	80,335,399.45
应收票据及应收账款	20,586,085.07	20,695,081.73	21,157,158.67
预付款项	11,685,220.62	11,370,497.12	5,930,286.14
其他应收款	4,339,072.15	1,423,045.97	3,076,717.87
存货	14,488,012.56	19,746,419.59	6,201,548.68
其他流动资产	-	1,314,780.63	248,015,533.90
流动资产合计	365,364,359.39	453,271,206.48	364,716,644.71
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	23,233,815.68
长期股权投资	25,163,918.10	25,163,918.10	25,163,918.10
投资性房地产	78,020,454.56	-	-
固定资产	173,959,134.62	24,456,997.91	26,416,214.94

资产	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
在建工程	-	-	-
无形资产	2,065,587.14	1,839,683.42	835,086.00
长期待摊费用	13,514,998.87	4,281,593.45	4,835,478.50
递延所得税资产	479,071.76	486,818.33	390,866.19
其他非流动资产	584,000.00	69,911,070.00	35,950,000.00
非流动资产合计	293,787,165.05	126,140,081.21	116,825,379.41
资产总计	659,151,524.44	579,411,287.69	481,542,024.12

母公司资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动负债：			
短期借款	-	-	-
应付票据及应付账款	127,705,199.56	108,400,866.91	105,302,058.94
预收款项	276,036,142.26	257,735,816.60	253,211,754.24
应付职工薪酬	25,026,295.23	24,912,637.84	11,967,682.48
应交税费	17,498,102.25	19,413,737.77	20,057,048.48
其他应付款	904,598.06	825,401.86	529,986.15
流动负债合计	447,170,337.36	411,288,460.98	391,068,530.29
非流动负债：			
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	185,072.35
非流动负债合计	-	-	185,072.35
负债合计	447,170,337.36	411,288,460.98	391,253,602.64
所有者权益：			
股本	90,000,000.00	90,000,000.00	12,100,000.00
资本公积	38,374,869.18	38,374,869.18	-
其他综合收益	-	-	1,048,743.33
盈余公积	10,610,631.80	3,974,795.76	6,050,000.00
未分配利润	72,995,686.10	35,773,161.77	71,089,678.15
所有者权益合计	211,981,187.08	168,122,826.71	90,288,421.48
负债和所有者权益总计	659,151,524.44	579,411,287.69	481,542,024.12

2、利润表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业收入	909,251,335.30	854,768,821.86	736,037,237.80
减：营业成本	619,973,186.75	601,825,745.16	515,372,059.12
税金及附加	2,824,911.84	2,735,143.70	10,188,830.30
销售费用	151,566,211.39	136,342,273.48	107,408,041.78
管理费用	38,849,507.58	46,671,488.45	32,160,623.86
研发费用	30,368,202.58	28,345,381.53	24,794,224.35
财务费用	-4,286,424.47	221,948.92	503,383.71
其中：利息费用	-	-	-
利息收入	4,772,366.96	282,630.50	291,883.31
资产减值损失	-51,643.77	1,693,154.79	152,900.51
加：其他收益	2,262,644.15	2,437,246.33	-
投资收益	3,940,935.03	14,734,918.08	8,128,225.29
资产处置收益	-85,414.20	68,588.72	-99,409.64
二、营业利润	76,125,548.38	54,174,438.96	53,485,989.82
加：营业外收入	1,772,463.82	370,157.86	8,591,491.24
减：营业外支出	133,307.00	668,033.46	1,332,366.18
三、利润总额	77,764,705.20	53,876,563.36	60,745,114.88
减：所得税费用	11,406,344.83	9,785,402.31	8,759,910.14
四、净利润	66,358,360.37	44,091,161.05	51,985,204.74
五、其他综合收益的税后净额	-	-	847,470.69
六、综合收益总额	66,358,360.37	44,091,161.05	52,832,675.43

3、现金流量表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 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	920,020,869.87	864,416,636.26	868,415,561.49
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关	4,035,107.97	4,313,634.73	11,314,849.55

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
的现金			
经营活动现金流入小计	924,055,977.84	868,730,270.99	879,730,411.04
购买商品、接受劳务支付的现金	558,959,806.76	580,966,477.72	483,339,327.39
支付给职工以及为职工支付的现金	139,042,806.33	109,386,272.06	85,862,435.41
支付的各项税费	21,253,826.58	33,377,383.20	40,445,629.99
支付其他与经营活动有关的现金	91,095,319.38	91,422,327.78	79,914,225.43
经营活动现金流出小计	810,351,759.05	815,152,460.76	689,561,618.22
经营活动产生的现金流量净额	113,704,218.79	53,577,810.23	190,168,792.82
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	632,000,000.00	923,300,000.00	165,800,000.00
取得投资收益收到的现金	3,940,935.03	14,734,918.08	8,229,930.79
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	18,498.74	101,910.34	8,653.85
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	2,213,422.53	282,630.50	291,883.31
投资活动现金流入小计	638,172,856.30	938,419,458.92	174,330,467.95
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	181,832,487.54	40,611,287.16	40,200,661.77
投资支付的现金	632,000,000.00	655,000,000.00	268,651,382.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	813,832,487.54	695,611,287.16	308,852,043.77
投资活动产生的现金流量净额	-175,659,631.24	242,808,171.76	-134,521,575.82
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	22,000,000.00	-
取得借款收到的现金	-	-	-

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	22,000,000.00	-
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	22,500,000.00	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	22,500,000.00	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	-22,500,000.00	22,000,000.00	-
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	-84,455,412.45	318,385,981.99	55,647,217.00
加：期初现金及现金等价物余额	398,721,381.44	80,335,399.45	24,688,182.45
六、期末现金及现金等价物余额	314,265,968.99	398,721,381.44	80,335,399.45

二、注册会计师意见、财务报表编制的基础、合并报表范围及变化情况

（一）注册会计师意见

华普天健审计了公司财务报表，包括 2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2018 年度、2017 年度、2016 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注，并出具“会审字[2019]0161 号”标准无保留意见的审计报告。

华普天健认为：公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2018 年度、2017 年度、2016 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

根据财政部关于印发《中国注册会计师审计准则第 1504 号——在审计报告中沟通关键审计事项》等 12 项准则的通知（财会〔2016〕24 号）的相关要求，华普天健在其出具的《审计报告》中，就本次关键审计事项说明如下：

“关键审计事项是我们根据职业判断，认为对报告期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，我们不对这些事项单独发表意见。

（一）建筑装饰劳务收入确认

1、事项描述

如财务报表“附注五、23”所述和“附注三、25”所述，红蚂蚁装饰营业收入主要来自于采用完工百分比法确认的建筑装饰劳务合同。完工百分比法涉及管理层的重大判断和估计，包括对完工的进度、交付的范围以及所需的服务、合同总成本、尚未完工成本、合同总收入和合同风险的估计。因此，我们将提供建筑装饰劳务收入确认作为关键审计事项。

2、审计应对

我们对建筑装饰劳务收入确认实施的相关程序包括：

（1）了解和评价与合同相关内部控制的设计并实施穿行测试检查与收入及成本确认相关内控制度是否得到有效执行；

（2）选取合同样本，检查管理层预计总收入和预计总成本所依据的合同等相关资料，评估管理层所作估计是否合理、依据是否充分；

（3）选取合同样本，检查实际发生工程成本的合同、发票、材料收发单、成本结算单等支持性文件，以评估实际成本的认定；

（4）选取合同样本，重新计算合同完工百分比，复核收入计算表，评估公司收入及成本的确认；

（5）选取部分建筑装饰项目，对合同金额、工程状况及收款情况向业主执

行函证程序。

基于上述工作结果，我们认为管理层在建筑装饰劳务收入确认方面所做的判断是恰当的。”

（三）财务报表的编制基础

1、编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

2、持续经营

公司对自报告期末起 12 个月的持续经营能力进行了评估，未发现影响公司持续经营能力的事项，公司以持续经营为基础编制财务报表是合理的。

（四）合并报表范围及变化情况

报告期内，公司合并财务报表编报范围包括公司及子公司苏州兆丰、文化传媒、智造家科技和米克罗。报告期内公司合并范围内子公司情况如下：

单位：万元，%

公司名称	注册资本	持股比例	公司类型
苏州兆丰	1,700.00	100.00	有限责任公司
文化传媒	10.00	100.00	有限责任公司
智造家科技	500.00	100.00	有限责任公司
米克罗	1,000.00	100.00	有限责任公司

报告期内公司新增子公司情况如下：

序号	子公司名称	纳入合并范围期间	纳入合并范围原因
1	智造家科技	2016 年	同一控制下企业合并
2	米克罗	2017 年	新设

三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素及相关财务或非财务指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司专注于家庭住宅装修装饰领域，专业为客户提供别墅、大宅、公寓从设计到全屋装修的家装服务，营业收入主要受城镇化进程的推进情况、房地产及建筑装饰行业的发展情况、公司的市场开拓力度及服务客户能力等多种内外部因素影响。受城镇化进程的持续推进、居民收入持续增长及消费结构升级等多种因素的影响，家装市场总产值保持了持续增长。

经过多年发展，公司积累了诸如品牌优势、设计人才优势、低碳环保及研发创新优势、综合配套优势、云系统优势、管理优势、地域优势等竞争优势，在市场上形成了较强的品牌影响力，为消费者提供了高品质的家装体验，具备了优秀的市场开拓能力和服务客户能力。报告期内，公司销售收入分别为 73,775.53 万元、85,513.49 万元、90,947.25 万元，实现了业务规模持续增长。

2、影响成本的主要因素

报告期内，公司材料成本、人工成本占主营业务成本比例较高，材料价格、人工成本的波动是影响成本的主要因素。

3、影响费用的主要因素

公司的费用主要包括销售费用、管理费用和研发费用，其中员工薪酬、业务推广费占期间费用的比重较高。随着公司经营规模的不断扩大，营销网点的拓展、人员的增加、广告宣传和营销活动推广力度的进一步增大，是影响费用的主要因素。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

公司管理层认为，下列指标对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有

较强的预示作用：

单位：万元，%

项目	2018年	2017年	2016年
预收账款	27,603.61	25,773.58	25,322.59
主营业务收入	90,478.79	85,259.50	73,399.38
主营业务收入增长率	6.12	16.16	—
主营业务毛利率	31.64	29.44	29.92
期间费用率	23.83	24.80	22.48

报告期内影响公司盈利能力的主要指标分析请参见本节“十二、盈利能力分析”及“十四、现金流量分析”。

四、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况

发行人财务报告审计截止日至本招股书签署日，公司的业务整体保持稳定发展态势，经营情况正常，未发生重大变化或导致公司业绩异常波动的重大不利因素。发行人经营模式、采购模式、主要产品的生产、销售规模及销售价格、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变化。

五、重要会计政策和会计估计

（一）主要会计政策及会计估计

1、收入确认方法

（1）销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

（2）提供劳务收入

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已经发生的成本占估计总成本

的比例确定。提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入企业；C、交易的完工程度能够可靠地确定；D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

公司按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

①已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；

②已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（3）让渡资产使用权收入

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

①利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定；

②使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（4）建造合同收入

在建造合同的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日根据完工百分比法确认合同收入和合同费用。完工百分比法根据合同完工进度确认收入与费用。合同完工进度按累计实际发生的合同成本占合同预计总成本的比例确定。

如果建造合同的结果不能可靠地估计，但预计合同成本能够收回时，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用；预计合同成本不可能收回时，在发生时立即确认为合同费用，不确认合同

收入。

如果预计合同总成本超过合同总收入的，则将预计损失确认为当期费用。

（5）公司具体的收入确认方法

对于装饰施工业务，提供劳务的交易结果能够可靠计量，因此，公司采用完工百分比法确认收入，具体确认方法为：公司每期末按累计已发生成本占预计总成本的比例确定完工进度。预计总成本则根据劳务总收入乘以一定比例来确定，该比例是公司依据历史同类已完工合同实际成本率确定的收入成本比。劳务总收入以签订的合同价款确定。累计收入以劳务总收入乘以上述完工进度确定。累计收入减去以前会计期间累计确认的收入为本期收入。

对于设计业务：因家装设计的时间较短，公司的设计业务在提供劳务交易完成时确认收入，确认的金额为从接受劳务方已收或应收的合同或协议价款。

2、应收款项的减值测试方法及减值准备计提方法

应收款项包括：应收账款、其他应收款等。

（1）单项金额重大并单项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：公司将 100 万元以上应收账款，50 万元以上其他应收款确定为单项金额重大。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小的，在确定相关减值损失时，不对其预计未来现金流量进行折现。

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据：对单项金额重大单独测试未发生减值的应收款项汇同单项金额不重大的应收款项，公司以账龄或款项性质作为信用风险特征组合。

①以账龄为信用风险组合计提坏账准备的计提方法：账龄分析法

根据以前年度按账龄划分的各段应收款项实际损失率作为基础，结合现时情况确定本年各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例，据此计算本年应计提的坏账准备。

各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例具体如下：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内	5	5
1-2年	10	10
2-3年	30	30
3年以上	100	100

②以款项性质为信用风险组合计提坏账准备的计提方法

单独进行减值测试。公司对合并范围内主体之间的应收款项不计提坏账准备。

（3）单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

对单项金额不重大但已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，本公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

3、金融工具

（1）金融资产的分类

①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和直接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，前者主要是指公司为了近期内出售而持有的股票、债券、基金以及不作为有效套期工具的衍生工具投资。这类资产在初始计量时按照取得时的公允价值作为初始确认金额，相关的交易费用在发生时计入当期损益。支付的价款中包含已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息但尚未领取的债券利息，单独确认为应收项目。在持有期间取得利息或现金股利，确认为投资收益。资产负债表日，本公司将这类金融资产以公允价值计量且其变动计入当期损益。这类金融资产在

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

②持有至到期投资

主要是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且公司具有明确意图和能力持有至到期的国债、公司债券等。这类金融资产按照取得时的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付价款中包含的已到付息期但尚未发放的债券利息，单独确认为应收项目。持有至到期投资在持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。处置持有至到期投资时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

③应收款项

应收款项主要包括应收账款和其他应收款等。应收账款是本公司销售商品或提供劳务形成的应收款项。应收账款按从购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额。

④可供出售金融资产

主要是指公司没有划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项的金融资产。可供出售金融资产按照取得该金融资产的公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。支付的价款中包含的已到付息期但尚未领取的债券利息或已宣告但尚未发放的现金股利，单独确认为应收项目。可供出售金融资产持有期间取得的利息或现金股利计入投资收益。

可供出售金融资产是外币货币性金融资产的，其形成的汇兑损益应当计入当期损益。采用实际利率法计算的可供出售债务工具投资的利息，计入当期损益；可供出售权益工具投资的现金股利，在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。资产负债表日，可供出售金融资产以公允价值计量，且其变动计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间差额计入投资收益；同时，将原计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资收益。

（2）金融负债的分类

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；这类金融负债初始确认时以公允价值计量，相关交易费用直接计入当期损益，资产负债表日将公允价值变动计入当期损益。

②其他金融负债，是指以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的金融负债。

（3）金融资产的重分类

因持有意图或能力发生改变，使某项投资不再适合划分为持有至到期投资的，公司将其重分类为可供出售金融资产，并以公允价值进行后续计量。持有至到期投资部分出售或重分类的金额较大，且不属于《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十六条所指的例外情况，使该投资的剩余部分不再适合划分为持有至到期投资的，公司应当将该投资的剩余部分重分类为可供出售金融资产，并以公允价值进行后续计量，但在本会计年度及以后两个完整的会计年度内不再将该金融资产划分为持有至到期投资。

重分类日，该投资的账面价值与公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。

（4）金融负债与权益工具的区分

除特殊情况外，金融负债与权益工具按照下列原则进行区分：

①如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。

②如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果

是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或合同义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除公司自身权益工具的市场价格以外变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

（5）金融资产转移

金融资产转移是指下列两种情形：

A.将收取金融资产现金流量的合同权利转移给另一方；

B.将金融资产整体或部分转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的合同权利，并承担将收取的现金流量支付给一个或多个收款方的合同义务。

①终止确认所转移的金融资产

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的，或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的，但放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产。

在判断是否已放弃对所转移金融资产的控制时，注重转入方出售该金融资产的实际能力。转入方能够单独将转入的金融资产整体出售给与其不存在关联方关系的第三方，且没有额外条件对此项出售加以限制的，表明企业已放弃对该金融资产的控制。

公司在判断金融资产转移是否满足金融资产终止确认条件时，注重金融资产转移的实质。

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：

A.所转移金融资产的账面价值；

B.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可供出售金融资产的情形）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（在此种情况下，所保留的服务资产视同未终止确认金融资产的一部分）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：

A.终止确认部分的账面价值；

B.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可供出售金融资产的情形）之和。

②继续涉入所转移的金融资产

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的，且未放弃对该金融资产控制的，应当按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

③继续确认所转移的金融资产

仍保留与所转移金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认所转移金融资产整体，并将收到的对价确认为一项金融负债。

该金融资产与确认的相关金融负债不得相互抵销。在随后的会计期间，企业应当继续确认该金融资产产生的收入和该金融负债产生的费用。所转移的金融资产以摊余成本计量的，确认的相关负债不得指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

（6）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，终止确认该金融负债或其一部分。

将用于偿付金融负债的资产转入某个机构或设立信托，偿付债务的现时义务仍存在的，不终止确认该金融负债，也不终止确认转出的资产。

与债权人之间签订协议，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，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的合同条款作出实质性修改的，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的，将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。

（7）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

- 公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；
- 公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，转出方不得将已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

（8）金融资产减值测试方法及减值准备计提方法

①金融资产发生减值的客观证据：

- A.发行方或债务人发生严重财务困难；
- B.债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
- C.债权人出于经济或法律等方面的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- D.债务人可能倒闭或进行其他财务重组；
- E.因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- F.无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现

金流量确已减少且可计量；

G. 债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

H. 权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；

I. 其他表明金融资产发生减值的客观证据。

②金融资产的减值测试（不包括应收款项）

A. 持有至到期投资减值测试

持有至到期投资发生减值时，将该持有至到期投资的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。

预计未来现金流量现值，按照该持有至到期投资的原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（取得和出售该担保物发生的费用予以扣除）。原实际利率是初始确认该持有至到期投资时计算确定的实际利率。对于浮动利率的持有至到期投资，在计算未来现金流量现值时可采用合同规定的现行实际利率作为折现率。

即使合同条款因债务方或金融资产发行方发生财务困难而重新商定或修改，在确认减值损失时，仍用条款修改前所计算的该金融资产的原实际利率计算。

对持有至到期投资确认减值损失后，如有客观证据表明该持有至到期投资价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关（如债务人的信用评级已提高等），原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

持有至到期投资发生减值后，利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

B. 可供出售金融资产减值测试

在资产负债表日本公司对可供出售金融资产的减值情况进行分析，判断该项金融资产公允价值是否持续下降。通常情况下，如果可供出售金融资产的期末公

允价值相对于成本的下跌幅度已达到或超过 50%，或者持续下跌时间已达到或超过 12 个月，在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，可以认定该可供出售金融资产已发生减值，确认减值损失。可供出售金融资产发生减值的，在确认减值损失时，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，计入资产减值损失。

可供出售债务工具金融资产是否发生减值，可参照上述可供出售权益工具投资进行分析判断。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。

可供出售债务工具金融资产发生减值后，利息收入按照确定减值损失时对未来现金流量进行折现采用的折现率作为利率计算确认。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

（9）金融资产和金融负债公允价值的确定方法

公司以主要市场的价格计量相关资产或负债的公允价值，不存在主要市场的，公司以最有利市场的价格计量相关资产或负债的公允价值。

主要市场，是指相关资产或负债交易量最大和交易活跃程度最高的市场；最有利市场，是指在考虑交易费用和运输费用后，能够以最高金额出售相关资产或者以最低金额转移相关负债的市场。公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

①估值技术

公司采用在当期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，使用的估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。公司使用与其中一种或多种估值技术相一致的方法计量公允价值，使用多种估值技术计量公允价值的，考虑各估值结果的合理性，选取在当期情况下最能代表公允价值的金额作为公允价值。

公司在估值技术的应用中，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。可观察输入值，是指能够从市场数据中取得的输入值。该输入值反映了市场参与者在对相关资产或负债定价时所使用的假设。不可观察输入值，是指不能从市场数据中取得的输入值。该输入值根据可获得的的市场参与者在对相关资产或负债定价时所使用假设的最佳信息取得。

②公允价值层次

公司将公允价值计量所使用的输入值划分为三个层次，并首先使用第一层次输入值，其次使用第二层次输入值，最后使用第三层次输入值。第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价。第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值。第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。

4、存货

（1）存货分类

存货是指公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等，包括原材料、在产品、库存商品、委托加工物资、周转材料、工程施工等。

（2）存货取得和发出的计价方法

公司存货在取得时按实际成本计价，实际成本包括采购成本、加工成本和其他成本。存货领用和发出时采用加权平均法计价。

（3）存货的盘存制度

公司存货采用永续盘存制，每年至少盘点一次，盘盈及盘亏金额计入当年度损益。

（4）存货跌价准备的计提方法

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

②需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

③对工程施工则按照《企业会计准则-建造合同》的规定，将合同预计总成本超过合同预计总收入的预计损失确认为货跌价准备。

④存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

⑤资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

（5）周转材料的摊销方法

低值易耗品和包装物摊销方法：在领用时采用一次转销法。

5、长期股权投资

长期股权投资包括对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对合营企业的权益性投资。公司能够对被投资单位施加重大影响的，为公司的联营企业。

（1）确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

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。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政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。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响。

（2）初始投资成本确定

①企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

A.同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照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的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

B.同一控制下的企业合并，合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照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。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

C.非同一控制下的企业合并，以购买日为取得对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确定为合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

②除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

A.以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出；

B.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；

C.通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量，则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本，换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益；若非货币资产交换不同时具备上述两个条件，则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本；

D.通过债务重组取得的长期股权投资，按取得的股权的公允价值作为初始投资成本，初始投资成本与债权账面价值之间的差额计入当期损益。

(3) 后续计量及损益确认方法

公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。

①成本法

采用成本法核算的长期股权投资，追加或收回投资时调整长期股权投资的成

本；被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

②权益法

按照权益法核算的长期股权投资，一般会计处理为：

公司长期股权投资的投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；公司按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与公司不一致的，应按照公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失属于资产减值损失的，应全额确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按公允价值计量，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。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。

6、固定资产

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用寿命超过一年的单位价值较高的有形资产。

（1）固定资产确认条件

固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

- 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。

固定资产发生的后续支出，符合固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

（2）各类固定资产的折旧方法

公司从固定资产达到预定可使用状态的次月起按年限平均法计提折旧，按固定资产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值率分别确定折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	年折旧率（%）	残值率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20-30	4.75-3.17	5
机器设备	年限平均法	10	9.50	5
运输设备	年限平均法	5-10	19.00-9.50	5
电子设备及其他	年限平均法	3-5	31.67-19.00	5

对于已经计提减值准备的固定资产，在计提折旧时扣除已计提的固定资产减值准备。

每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命。

（3）固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法，详见本节“10、长期资产减值”。

（4）融资租入固定资产的认定依据及计价方法

公司在租入的固定资产实质上转移了与资产有关的全部风险和报酬时确认该项固定资产的租赁为融资租赁。融资租赁取得的固定资产的成本，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者确定。融资租入的固定资产采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

7、无形资产

（1）无形资产的计价方法

公司无形资产按取得时的实际成本入账。

（2）无形资产使用寿命及摊销

①使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

类别	预计使用寿命	依据
土地使用权	—	法定使用年限
软件	5年	参考能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命

每年年度终了，公司对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。经复核，本期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

②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。对于使用寿命不确定的无形资产，公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，于在资产负债表日进行减值测试。

③无形资产的摊销

对于使用寿命有限的无形资产，公司在取得时判定其使用寿命，在使用寿命内采用直线法系统合理摊销，摊销金额按受益项目计入当期损益。具体应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额，残值为零。但下列情况除外：有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产或可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

对使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命并在预计使用年限内系统合理摊销。

（3）划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

①公司将为进一步开发活动进行的资料及相关方面的准备活动作为研究阶段，无形资产研究阶段的支出在发生时计入当期损益。

②在公司已完成研究阶段的工作后再进行的开发活动作为开发阶段。

（4）开发阶段支出资本化的具体条件

开发阶段的支出同时满足下列条件时，才能确认为无形资产：

①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“10、长期资产减值”。

8、投资性房地产

（1）投资性房地产的分类

投资性房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。主要包括：

- ①已出租的土地使用权。
- ②持有并准备增值后转让的土地使用权。
- ③已出租的建筑物。

（2）投资性房地产的计量模式

公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量。

公司对投资性房地产成本减累计减值及净残值后按直线法计算折旧或摊销，投资性房地产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值率分别确定折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋、建筑物	20-30	5	4.75-3.17
土地使用权	法定使用年限	—	—

9、长期待摊费用

长期待摊费用按照实际发生额入账，采用直线法在受益期或规定的摊销年限内摊销。

长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

10、长期资产减值

（1）长期股权投资减值测试方法及会计处理方法

公司在资产负债表日对长期股权投资进行逐项检查，根据被投资单位经营政策、法律环境、市场需求、行业及盈利能力等的各种变化判断长期股权投资是否存在减值迹象。当长期股权投资可收回金额低于账面价值时，将可收回金额低于

长期股权投资账面价值的差额作为长期股权投资减值准备予以计提。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（2）投资性房地产减值测试方法及会计处理方法

资产负债表日按投资性房产的成本与可收回金额孰低计价，可收回金额低于成本的，按两者的差额计提减值准备。如果已经计提减值准备的投资性房地产的价值又得以恢复，前期已计提的减值准备不得转回。

（3）固定资产的减值测试方法及会计处理方法

公司在资产负债表日对各项固定资产进行判断，当存在减值迹象，估计可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。当存在下列迹象的，按固定资产单项项目全额计提减值准备：

- ①长期闲置不用，在可预见的未来不会再使用，且已无转让价值的固定资产；
- ②由于技术进步等原因，已不可使用的固定资产；
- ③虽然固定资产尚可使用，但使用后产生大量不合格品的固定资产；
- ④已遭毁损，以至于不再具有使用价值和转让价值的固定资产；
- ⑤其他实质上已经不能再给公司带来经济利益的固定资产。

（4）在建工程减值测试方法及会计处理

公司于资产负债表日对在建工程进行全面检查，如果有证据表明在建工程已经发生了减值，估计可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或若干项情况的，对在建工程进行减值测试：

- ①长期停建并且预计在未来 3 年内不会重新开工的在建工程；
- ②所建项目无论在性能上，还是在技术上已经落后，并且给企业带来的经济

利益具有很大的不确定性；

③其他足以证明在建工程已经发生减值的情形。

（5）无形资产减值测试方法及会计处理方法

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或多项以下情况的，对无形资产进行减值测试：

①该无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；

②该无形资产的市价在当期大幅下跌，并在剩余年限内可能不会回升；

③其他足以表明该无形资产的账面价值已超过可收回金额的情况。

（6）商誉减值测试

企业合并形成的商誉，至少在每年年度终了进行减值测试。公司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，按以下步骤处理：

首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，并与相关资产账面价值比较，确认相应的减值损失；然后再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，就其差额确认减值损失。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。

11、政府补助

（1）政府补助的确认

政府补助同时满足下列条件的，才能予以确认：

- ①公司能够满足政府补助所附条件；
- ②公司能够收到政府补助。

（2）政府补助的计量

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

（3）政府补助的会计处理

①与资产相关的政府补助

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划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助确认为递延收益，在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

②与收益相关的政府补助

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，分情况按照以下规定进行会计处理：

用于补偿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；用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

与公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

③政策性优惠贷款贴息

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公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

财政将贴息资金直接拨付给本公司，公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

④政府补助退回

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；属于其他情况的，直接计入当期损益。

12、递延所得税资产/递延所得税负债

公司通常根据资产与负债在资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法将应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异对所得税的影响额确认和计量递延所得税负债或递延所得税资产。公司不对递延所得税资产和递延所得税负债进行折现。

（1）递延所得税资产的确认

对于可抵扣暂时性差异，其对所得税的影响额按预计转回期间的所得税税率计算，并将该影响额确认为递延所得税资产，但是以公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限。

同时具有下列特征的交易或事项中因资产或负债的初始确认所产生的可抵扣暂时性差异对所得税的影响额不确认为递延所得税资产：

- ①该项交易不是企业合并；
- ②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列两项条件的，其对所得税的影响额（才能）确认为递延所得税资产：

- ③暂时性差异在可预见的未来很可能转回；

④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；

资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前期间未确认的递延所得税资产。

在资产负债表日，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，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。

（2）递延所得税负债的确认

公司所有应纳税暂时性差异均按预计转回期间的所得税税率计量对所得税的影响，并将该影响额确认为递延所得税负债，但下列情况的除外：

①因下列交易或事项中产生的应纳税暂时性差异对所得税的影响不确认为递延所得税负债：

A、商誉的初始确认；

B、具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

②公司对与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，其对所得税的影响额一般确认为递延所得税负债，但同时满足以下两项条件的除外：

A、公司能够控制暂时性差异转回的时间；

B、该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

（3）特定交易或事项所涉及的递延所得税负债或资产的确认

①与企业合并相关的递延所得税负债或资产

非同一控制下企业合并产生的应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异，在确认递延所得税负债或递延所得税资产的同时，相关的递延所得税费用（或收益），通常调整企业合并中所确认的商誉。

②直接计入所有者权益的项目

与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的当期所得税和递延所得税，计入所有者权益。暂时性差异对所得税的影响计入所有者权益的交易或事项包括：可供出售金融资产公允价值变动等形成的其他综合收益、会计政策变更采用追溯调整法或对前期（重要）会计差错更正差异追溯重述法调整期初留存收益、同时包含负债成份及权益成份的混合金融工具在初始确认时计入所有者权益等。

③可弥补亏损和税款抵减

A、公司自身经营产生的可弥补亏损以及税款抵减

可抵扣亏损是指按照税法规定计算确定的准予用以后年度的应纳税所得额弥补的亏损。对于按照税法规定可以结转以后年度的未弥补亏损（可抵扣亏损）和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理。在预计可利用可弥补亏损或税款抵减的未来期间内很可能取得足够的应纳税所得额时，以很可能取得的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产，同时减少当期利润表中的所得税费用。

B、因企业合并而形成的可弥补的被合并企业的未弥补亏损

在企业合并中，公司取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

④合并抵销形成的暂时性差异

公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

⑤以权益结算的股份支付

如果税法规定与股份支付相关的支出允许税前扣除，在按照会计准则规定确认成本费用的期间内，本公司根据会计期末取得信息估计可税前扣除的金额计算确定其计税基础及由此产生的暂时性差异，符合确认条件的情况下确认相关的递延所得税。其中预计未来期间可税前扣除的金额超过按照会计准则规定确认的与股份支付相关的成本费用，超过部分的所得税影响应直接计入所有者权益。

13、职工薪酬

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

（1）短期薪酬的会计处理方法

①职工基本薪酬（工资、奖金、津贴、补贴）

公司在职工为其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，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。

②职工福利费

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。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

③医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及工会经费和职工教育经费

公司为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等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，在职工为其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，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

④短期带薪缺勤

公司在职工提供服务从而增加了其未来享有的带薪缺勤权利时，确认与累积带薪缺勤相关的职工薪酬，并以累积未行使权利而增加的预期支付金额计量。公司在职工实际发生缺勤的会计期间确认与非累积带薪缺勤相关的职工薪酬。

⑤短期利润分享计划

利润分享计划同时满足下列条件的，公司确认相关的应付职工薪酬：

- A、企业因过去事项导致现在具有支付职工薪酬的法定义务或推定义务；
- B、因利润分享计划所产生的应付职工薪酬义务金额能够可靠估计。

(2) 离职后福利的会计处理方法

①设定提存计划

公司在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

根据设定提存计划，预期不会在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内支付全部应缴存金额的，公司参照相应的折现率（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确定），将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

②设定受益计划

A、确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本

根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等做出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的归属期间。本公司按照相应的折现率（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确定）将设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本。

B、确认设定受益计划净负债或净资产

设定受益计划存在资产的，本公司将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。

C、确定应计入资产成本或当期损益的金额

服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，除了其他会计准则要求或允许计入资产成本的当期服务成本之外，其他服务成本均计入当期损益。

设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息，均计入当期损益。

D、确定应计入其他综合收益的金额

重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动，包括：

(a) 精算利得或损失，即由于精算假设和经验调整导致之前所计量的设定受益计划义务现值的增加或减少；

(b) 计划资产回报，扣除包括在设定受益计划净负债或净资产的利息净额中的金额；

(c) 资产上限影响的变动，扣除包括在设定受益计划净负债或净资产的利息净额中的金额。

上述重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动直接计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但公司可以在权益范围内转移这些在其他综合收益中确认的金额。

(3) 辞退福利的会计处理方法

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：

①企业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；

②企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月内不能完全支付的，参照相应的折现率（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确定）将辞退福利金额予以折现，以折现后的金额计量应付职工薪酬。

（4）其他长期职工福利的会计处理方法

①符合设定提存计划条件的

公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

②符合设定受益计划条件的

在报告期末，公司将其他长期职工福利产生的职工薪酬成本确认为下列组成部分：

A、服务成本；

B、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额；

C、重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动。

为简化相关会计处理，上述项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

14、股份支付

（1）股份支付的种类

公司股份支付包括以现金结算的股份支付和以权益结算的股份支付。

（2）权益工具公允价值的确定方法

①对于授予职工的股份，其公允价值按公司股份的市场价格计量，同时考虑授予股份所依据的条款和条件（不包括市场条件之外的可行权条件）进行调整。

②对于授予职工的股票期权，在许多情况下难以获得其市场价格。如果不存在条款和条件相似的交易期权，公司选择适用的期权定价模型估计所授予的期权的公允价值。

(3) 确认可行权权益工具最佳估计的依据

在等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量，以作出可行权权益工具的最佳估计。

(4) 股份支付计划实施的会计处理

①授予后立即可行权的以现金结算的股份支付，在授予日以本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。并在结算前的每个资产负债表日和结算日对负债的公允价值重新计量，将其变动计入损益。

②完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。

③授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日以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。

④完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入成本或费用和资本公积。

(5) 股份支付计划修改的会计处理

公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；若修改增加了所授予权益工具的数量，则将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之

间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式修改股份支付计划的条款和条件，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非本公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

（6）股份支付计划终止的会计处理

如果在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），公司：

①将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本应在剩余等待期内确认的金额；

②在取消或结算时支付给职工的所有款项均作为权益的回购处理，回购支付的金额高于该权益工具在回购日公允价值的部分，计入当期费用。

公司如果回购其职工已可行权的权益工具，冲减企业的所有者权益；回购支付的款项高于该权益工具在回购日公允价值的部分，计入当期损益。

15、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

（1）同一控制下的企业合并

公司在企业合并中取得的资产和负债，在合并日按取得被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。其中，对于被合并方与本公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照本公司的会计政策对被合并方资产、负债的账面价值进行调整。本公司在企业合并中取得的净资产账面价值与所支付对价的账面价值之间存在差额的，首先调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积（资本溢价或股本溢价）的余额不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润。

（2）非同一控制下的企业合并

公司在企业合并中取得的被购买方各项可辨认资产和负债，在购买日按其公允价值计量。其中，对于被购买方与公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照公司的会计政策对被购买方资产、负债的账面价值进行调整。公司在购买日的合并成本大于企业合并中取得的被购买方可

辨认资产、负债公允价值的差额，确认为商誉；如果合并成本小于企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的差额，首先对合并成本以及在企业合并中取得的被购买方可辨认资产、负债的公允价值进行复核，经复核后合并成本仍小于取得的被购买方可辨认资产、负债公允价值的，其差额确认为合并当期损益。

16、合并财务报表的编制方法

（1）合并范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似表决权）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。

控制是指公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。子公司是指被公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及企业所控制的结构化主体等），结构化主体是指在确定其控制方时没有将表决权或类似权利作为决定性因素而设计的主体。

（2）合并财务报表的编制方法

公司以自身和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。

公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

①合并母公司与子公司的资产、负债、所有者权益、收入、费用和现金流等项目。

②抵销母公司对子公司的长期股权投资与母公司在子公司所有者权益中所享有的份额。

③抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响。内部交易

表明相关资产发生减值损失的，应当全额确认该部分损失。

④站在企业集团角度对特殊交易事项予以调整。

（3）报告期内增减子公司的处理

①增加子公司或业务

A、同一控制下企业合并增加的子公司或业务

（a）编制合并资产负债表时，调整合并资产负债表的期初数，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

（b）编制合并利润表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

（c）编制合并现金流量表时，将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

B、非同一控制下企业合并增加的子公司或业务

（a）编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。

（b）编制合并利润表时，将该子公司以及业务购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表。

（c）编制合并现金流量表时，将该子公司购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

②处置子公司或业务

A、编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的期初数。

B、编制合并利润表时，将该子公司以及业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表。

C、编制合并现金流量表时将该子公司以及业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

（4）合并抵销中的特殊考虑

①子公司持有公司的长期股权投资，应当视为公司的库存股，作为所有者权益的减项，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“减：库存股”项目列示。

子公司相互之间持有的长期股权投资，比照公司对子公司的股权投资的抵销方法，将长期股权投资与其对应的子公司所有者权益中所享有的份额相互抵销。

②“专项储备”和“一般风险准备”项目由于既不属于实收资本（或股本）、资本公积，也与留存收益、未分配利润不同，在长期股权投资与子公司所有者权益相互抵销后，按归属于母公司所有者的份额予以恢复。

③因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

④公司向子公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当全额抵销“归属于母公司所有者的净利润”。子公司向公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当按照本公司对该子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，应当按照本公司对出售方子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。

⑤子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额的，其余额仍应当冲减少数股东权益。

（5）特殊交易的会计处理

①购买少数股东股权

公司购买子公司少数股东拥有的子公司股权，在个别财务报表中，购买少数股权新取得的长期股权投资的投资成本按照所支付对价的公允价值计量。在合并

财务报表中，因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，应当调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润。

②通过多次交易分步取得子公司控制权的

属于“一揽子交易”的，公司将各项交易作为一项取得子公司控制权的交易进行处理。在个别财务报表中，在合并日之前的每次交易中，股权投资均确认为长期股权投资且其初始投资成本按照所支付对价的公允价值确定。在后续计量时，长期股权投资按照成本法核算，但不涉及合并财务报表编制问题。在合并日，在个别财务报表中，按照原持有的长期股权投资的账面价值加上新增投资成本（进一步取得股份所支付对价的公允价值）之和，作为合并日长期股权投资的初始投资成本。在合并财务报表中，初始投资成本与对子公司可辨认净资产公允价值所享有的份额进行抵销，差额确认为商誉或计入合并当期损益。

不属于“一揽子交易”的，在合并日之前的每次交易中，投资方所发生的每次交易按照所支付对价的公允价值确认为金融资产（以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或可供出售金融资产）或按照权益法核算的长期股权投资。在合并日，在个别财务报表中，按照原持有的股权投资（金融资产或按照权益法核算的长期股权投资）的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算长期股权投资的初始成本。在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益，但由于被合并方重新计量设定受益计划净资产或净负债变动而产生的其他综合收益除外。本公司在附注中披露其在购买日之前持有的被购买方的股权在购买日的公允价值、按照公允价值重新计量产生的相关利得或损失的金额。

③公司处置对子公司长期股权投资但未丧失控制权

母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日

开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

④公司处置对子公司长期股权投资且丧失控制权

A.一次交易处置

公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉（注：如果原企业合并为非同一控制下的且存在商誉的）。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

此外，与原子公司的股权投资相关的其他综合收益、其他所有者权益变动，在丧失控制权时转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

B.多次交易分步处置

在合并财务报表中，应首先判断分步交易是否属于“一揽子交易”。

如果分步交易不属于“一揽子交易”的，则在丧失对子公司控制权之前的各项交易，应按照“母公司处置对子公司长期股权投资但未丧失控制权”的有关规定处理。

如果分步交易属于“一揽子交易”的，应当将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；其中，对于丧失控制权之前每一次交易，处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中应当确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

⑤因子公司的少数股东增资而稀释母公司拥有的股权比例

子公司的其他股东（少数股东）对子公司进行增资，由此稀释了母公司对子公司的股权比例。在合并财务报表中，按照增资前的母公司股权比例计算其在增

资前子公司账面净资产中的份额，该份额与增资后按照母公司持股比例计算的在增资后子公司账面净资产份额之间的差额调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积（资本溢价或股本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

（二）重要会计政策、会计估计的变更以及前期差错更正的说明

1、会计政策变更

2017年4月28日财政部印发了《企业会计准则第42号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，该准则自2017年5月28日起施行。对于该准则施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，采用未来适用法处理。

2017年5月10日，财政部发布了《企业会计准则第16号——政府补助》（修订），该准则自2017年6月12日起施行。公司对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，对2017年1月1日至本准则施行日之间新增的政府补助根据本准则进行调整。

财政部根据上述2项会计准则的相关规定，对一般企业财务报表格式进行了修订，并于2017年12月25日发布了《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》；资产负债表新增“持有待售资产”行项目、“持有待售负债”行项目，利润表新增“资产处置收益”行项目、“其他收益”行项目、净利润项新增“（一）持续经营净利润”和“（二）终止经营净利润”行项目。2018年1月12日，财政部发布了《关于一般企业财务报表格式有关问题的解读》，根据解读的相关规定：对于利润表新增的“资产处置收益”行项目，公司按照《企业会计准则第30号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据按照《通知》进行调整；对于利润表新增的“其他收益”行项目，公司按照《企业会计准则第16号——政府补助》的相关规定，对2017年1月1日存在的政府补助采用未来适用法处理，无需对可比期间的比较数据进行调整。

2017年6月财政部发布了《企业会计准则解释第9号——关于权益法下投资净损失的会计处理》、《企业会计准则解释第10号——关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》、《企业会计准则解释第11号——关于以使用无形资

产产生的收入为基础的摊销方法》及《企业会计准则解释第 12 号—关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》等四项解释，公司于 2018 年 1 月 1 日起执行上述解释。

根据财政部 2018 年 6 月 15 日发布的《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）要求，对尚未执行新金融准则和新收入准则的企业应按如下规定编制财务报表：

资产负债表中将“应收票据”和“应收账款”归并至新增的“应收票据及应收账款”项目；将“应收股利”和“应收利息”归并至“其他应收款”项目；将“固定资产清理”归并至“固定资产”项目；将“工程物资”归并至“在建工程”项目；将“应付票据”和“应付账款”归并至新增的“应付票据及应付账款”项目；将“应付股利”和“应付利息”归并至“其他应付款”项目；将“专项应付款”归并至“长期应付款”项目。

利润表中从“管理费用”项目中分拆出“研发费用”项目，在财务费用项目下分拆“利息费用”和“利息收入”明细项目。

公司根据财会【2018】15 号规定的财务报表格式编制比较报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。

2、会计估计变更

报告期内公司主要会计估计未发生变更。

六、主要税收政策、缴纳的主要税种、执行的税率及税收优惠情况

（一）执行的主要税种及税率

税种	计税依据	具体税率	备注
企业所得税	应纳税所得额	15%、20%、25%	
增值税	建筑装饰收入、现代服务收入、设计收入、货物销售收入	3%、5%、6%、16%、17%	注 1
营业税	应税营业额	3%、5%	
城市维护建设税	应缴流转税额	7%	
教育费附加	应缴流转税额	3%	

税种	计税依据	具体税率	备注
地方教育费附加	应缴流转税额	2%	

注 1：公司为增值税一般纳税人，设计收入执行 6% 的增值税税率。子公司苏州兆丰为增值税小规模纳税人，提供加工、修理修配劳务收入执行 3% 的增值税税率。子公司文化传媒为增值税小规模纳税人，广告服务收入执行 3% 的增值税税率。子公司智造家科技为增值税一般纳税人，货物销售收入在 2018 年 5 月 1 日之前执行 17% 的增值税税率，根据财政部、国家税务总局财税[2018]32 号《关于调整增值税税率的通知》，自 2018 年 5 月 1 日起货物销售收入执行 16% 的增值税税率。

根据财政部、国家税务总局《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36 号），自 2016 年 5 月 1 日起，在全国范围内全面推开营业税改征增值税试点，建筑业、房地产业、金融业、生活服务业等全部营业税纳税人，纳入试点范围，由缴纳营业税改为缴纳增值税。公司建筑装饰收入自 2016 年 5 月 1 日起由缴纳营业税改为缴纳增值税，税率为 3%。子公司苏州兆丰租赁服务收入自 2016 年 5 月 1 日起由缴纳营业税改为缴纳增值税，税率为 5%。

（二）企业所得税税率

公司及子公司执行的企业所得税税率情况如下：

纳税主体名称	所得税税率
红蚂蚁	15%
苏州兆丰	20%
文化传媒	20%
智造家科技	20%、25%
米克罗	25%

（三）税收优惠政策

2014 年 10 月 31 日，公司被江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地方税务局认定为高新技术企业，并取得了高新技术企业证书（证书编号：GR201432001918），自 2014 年起连续三年享受国家关于高新技术企业的相关优惠政策，按 15% 的税率征收企业所得税。

2017 年 12 月 7 日，公司通过高新技术企业复审，并取得了高新技术企业资格证书（证书编号：GR201732002420），自 2017 年起连续三年享受国家关于高新技术企业的相关优惠政策，按 15% 的税率征收企业所得税。

苏州兆丰和文化传媒 2016 至 2018 年、智造家科技 2017 至 2018 年符合享受小型微利企业的优惠政策条件，其所得减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的

税率缴纳企业所得税。

七、分部信息

报告期内公司不存在分部信息。

八、非经常性损益明细表

根据中国证券监督管理委员会颁布的《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（2008）》的规定，发行人以合并财务报表数据为基础，编制了最近三年非经常性损益明细表，并由华普天健出具了《非经常性损益鉴证报告》（会专字[2019]1201号）。公司最近三年非经常性损益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
非流动性资产处置损益	-8.54	-3.05	-10.53
委托他人投资或管理资产的损益	396.66	1,488.09	816.80
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-65.70
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）	284.77	244.27	831.22
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	106.32	-19.87	-105.68
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-1,279.20	-
合计	779.21	430.24	1,466.11
减：所得税费用	117.23	257.93	229.68
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	661.98	172.31	1,236.43
归属于母公司所有者的净利润	6,580.90	4,369.46	5,222.64
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润	5,918.92	4,197.16	3,986.21

报告期内，公司非经常性损益主要由投资收益、政府补助、股份支付费用构成，非经常性损益净额占归属于母公司所有者的净利润的比例分别为 23.67%、3.94%和 10.06%。

九、报告期内主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动比率（倍）	0.83	1.12	0.94
速动比率（倍）	0.80	1.07	0.93
资产负债率（合并）	68.84%	71.78%	82.27%
资产负债率（母公司）	67.84%	70.98%	81.25%
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例	1.01%	1.14%	0.99%
归属于母公司所有者的每股净资产（元/股）	2.28	1.80	6.98
财务指标	2018年度	2017年度	2016年度
应收账款周转率（次）	47.32	46.03	36.46
存货周转率（次）	36.23	46.40	83.67
息税折旧摊销前利润（万元）	9,250.22	6,254.01	7,719.36
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	1.32	0.59	15.98
每股净现金流量（元/股）	-0.88	3.54	4.87
归属于母公司所有者的净利润（万元）	6,580.90	4,369.46	5,222.64
归属于母公司所有者扣除非经常性损益后的净利润（万元）	5,918.92	4,197.16	3,986.21

注：上述财务指标的计算方法及说明：

- （1）流动比率=流动资产÷流动负债
- （2）速动比率=（流动资产-存货）÷流动负债
- （3）资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100%
- （4）无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例=扣除土地使用权后的无形资产÷净资产
- （5）归属于母公司所有者的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益÷期末普通股股份总数
- （6）应收账款周转率=营业收入÷平均应收账款账面价值
- （7）存货周转率=营业成本÷平均存货账面价值
- （8）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧费用+摊销费用
- （9）利息保障倍数=（利润总额+利息支出）÷利息支出
- （10）每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生现金流量净额÷期末普通股股份总数

(11) 每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末普通股股份总数

(12) 归属于母公司所有者的净利润=净利润-少数股东损益

(13) 归属于母公司所有者扣除非经常性损益后的净利润=净利润-少数股东损益-税后非经常性损益

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的规定，本公司加权平均净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

报告期利润	2018年度		
	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	35.86	0.73	0.73
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	32.25	0.66	0.66
报告期利润	2017年度		
	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	34.66	0.51	0.51
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	33.29	0.49	0.49
报告期利润	2016年度		
	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	83.97	0.64	0.64
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	64.09	0.49	0.49

注：上述财务指标的计算方法及说明：

（1）加权平均净资产收益率可参照如下公式计算：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：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；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）基本每股收益可参照如下公式计算：

基本每股收益= $P0 \div S$

$S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$

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 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，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 P1 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。

公司无稀释性潜在普通股。

十、发行人盈利预测报告披露情况

发行人未编制盈利预测报告。

十一、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

2019年3月18日召开的公司第一届董事会第七次会议批准的2018年度利润分配预案：以2018年末公司总股本9,000.00万股为基数，向全体股东每10股派发现金股利3.5元（含税），共计派发现金3,150.00万元。

除上述事项外，截至2019年3月18日，本公司无需要披露的其他资产负债表日后事项。

（二）或有事项

公司不存在需披露的或有事项。

（三）其他重要事项

公司不存在需披露的其他重要事项。

十二、盈利能力分析

（一）经营成果总体分析

报告期内，公司经营成果总体变化情况如下：

单位：万元，%

项目	2018年		2017年		2016年
	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	90,947.25	6.35	85,513.49	15.91	73,775.53
营业毛利	28,925.39	14.24	25,319.10	13.86	22,237.30
营业利润	7,557.01	40.42	5,381.91	-0.17	5,390.81
归属于母公司所有者的净利润	6,580.90	50.61	4,369.46	-16.34	5,222.64
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	5,918.92	41.02	4,197.16	5.29	3,986.21

报告期内，公司发展势头良好，营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润持续增长，盈利能力逐步增强。

（二）营业收入分析

1、营业收入构成分析

报告期内，公司营业收入具体构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	90,478.79	99.48	85,259.50	99.70	73,399.38	99.49
其他业务收入	468.46	0.52	253.99	0.30	376.15	0.51
合计	90,947.25	100.00	85,513.49	100.00	73,775.53	100.00

报告期内，公司营业收入主要来源于主营业务，主要包括装饰工程收入、设计收入，主营业务收入占营业收入比重保持在99%以上，主营业务突出。其他业务收入主要为综合管理服务收入、租金收入等，各期金额相对较小，占比较低。

（1）主营业务收入按产品类别构成情况

报告期内，公司主营业务收入的产品类别构成情况如下表所示：

单位：万元，%

产品类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
装饰工程收入	87,453.79	96.66	82,176.38	96.38	70,685.85	96.30
设计收入	3,025.00	3.34	3,083.12	3.62	2,713.54	3.70
合计	90,478.79	100.00	85,259.50	100.00	73,399.38	100.00

公司专注于家庭住宅装修装饰领域，专业为客户提供别墅、大宅、公寓从设计到全屋装修的家装服务。报告期内，装饰工程业务收入是公司营业收入的主要来源，其在主营业务收入中的占比分别为 96.30%、96.38%、96.66%，占比保持稳定。公司凭借多年积累的品牌优势、持续完善的“无界家装生态体系”，通过不断拓宽服务渠道、产业链条，深入挖掘不同区域市场的客户需求，实现了主营业务收入持续稳定增长。

（2）主营业务收入按地域构成分析

报告期内，公司主营业务收入的地域构成情况如下表所示：

单位：万元，%

区域	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	金额	金额	比例
苏州地区	77,249.62	85.38	73,239.92	85.90	62,980.53	85.81
其他地区	13,229.17	14.62	12,019.58	14.10	10,418.85	14.19
合计	90,478.79	100.00	85,259.50	100.00	73,399.38	100.00

苏州地区是公司总部所在地，是全国经济较为发达的城市之一，苏州地区家装市场空间广阔，集中度较低，为品牌知名度较高的优质企业提供了发展契机。苏州市房地产市场在调整中保持了平稳发展，且景气度超过了全国平均水平。2018 年苏州市完成房地产开发投资 2,558 亿元，比上年增长 10.90%，全市房屋新开工面积 2,801 万平方米，比上年增长 9.2%。

报告期内，公司牢牢把握区域经济发达及产业基础坚实带来的契机，来自苏

州地区的收入分别为 62,980.53 万元、73,239.92 万元和 77,249.62 万元，业务规模实现快速增长。

同时，公司以“核心区域密集布局、全国市场稳健扩张”为市场策略，目前在苏州、南京、无锡、常州、南通、泰州、扬州等地共设立 20 余家分公司，形成了一个覆盖江苏省重点市场的业务布局。2016 年、2017 年和 2018 年，公司苏州地区以外市场拓展呈稳定增长趋势，销售收入分别达到 10,418.85 万元、12,019.58 万元和 13,229.17 万元。未来，随着公司募投项目的实施以及营销网络进一步扩大，公司的服务将逐渐覆盖更广泛的区域，各区域销售比重将更趋均衡。

2、主营业务收入增长分析

报告期内，2017 年、2018 年公司主营业务收入较上年分别增长 16.16%、6.12%，复合增长率为 11.03%。公司主营业务增长的主要原因如下：

（1）城镇化进程的不断推进、消费结构的持续升级、二次装修需求的逐步释放为行业发展提供了广阔的市场空间

城镇化进程的不断推进，带动了住宅商品房需求的持续稳定增长，为家装行业带来了广阔的市场空间。根据国务院发布的《国家人口发展规划（2016-2030 年）》的相关数据测算，2018 年至 2030 年每年将新增城镇人口 1,122 万人，以 2016 年城镇居民人均住房建筑面积 36.60 平方米¹⁵计算，每年将带来 4.11 亿平方米的新增住房需求，为产业链后端的住宅装饰行业提供持续需求。

此外，随着居民收入水平的持续增长，居民的消费观念和审美情趣不断提升，消费者对居住环境提出了更高要求，二次装修需求、高品质及个性化住宅装饰消费需求逐步扩大，为住宅装饰市场提供新的增长空间。

城镇化进程的不断推进、消费结构的持续升级和二次装修需求的逐步释放，为公司成长提供了良好的发展机遇，是公司销售收入持续增长的重要原因。

¹⁵ 国家统计局《2016 年全国居民收入稳步增长，居民消费进一步改善》

（2）公司构建及持续完善无界家装生态体系，为把握市场机遇、持续稳定发展打下良好的基础

①品牌知名度日益提升

2017年我国家装市场总产值达到1.91万亿元，市场空间广阔，行业集中度低，市场竞争激烈。随着生活水平的提高，人们对家装企业综合服务能力和质量提出更高要求，这些集中体现在家装企业的品牌影响力和市场认可度中。

公司自成立以来十分注重品牌建设，秉承精益求精的苏式工匠精神，凭借精准定位的服务、丰富的精品项目经验及多年的优质口碑传播，目前已成为江苏地区家装行业领军企业，并在长三角区域享有较高知名度。日益提升的市场美誉度和品牌知名度，使得公司在激烈的市场竞争中脱颖而出。此外，公司推行差异化多品牌策略，在“红蚂蚁”品牌的基础上，逐步推出高端品牌“米克罗”和智能整装品牌“智造家”，以满足不同目标群体对家装的差异化需求，有效地提升了公司品牌覆盖广度。经过多年的精心运营，“红蚂蚁”商标被认定为“中国驰名商标”，“米克罗”商标被认定为“苏州市知名商标”，公司差异化的品牌效应逐步凸显。

良好的品牌知名度和差异化的品牌策略，使得公司在竞争激烈的家装行业中依然保持较强的市场竞争力，业务规模稳步增长。

②综合配套优势逐步凸显

公司深耕家装领域20年，致力于为客户提供包括设计、施工、主辅材定制与配送、软装搭配、精装房软装综合服务等于一体的整体家装服务，形成了较为完善的产业链配套。

公司推行体验式营销，通过科技家居文创园，在方案设计阶段即向客户呈现家居文化、风格搭配、施工工艺及建材配套等立体化的实体场景，实现“所见即所得”；并设有建材展销中心，涵盖家装项目所需的瓷砖类、木制品类、软装家居类、洁具类、辅材及设备电器等各类材料，为客户提供便捷的建材选购服务，得到客户和市场的广泛认可。

体验式营销和建材选购的综合配套服务，满足了中高端客户对家装便利性的

需求，使公司服务有效覆盖目标客户，增强客户黏性，为公司获取订单提供了强有力的支撑。同时，综合配套服务使公司与国内外知名家装材料供应商建立了长期战略合作关系，规模效应逐步凸显。

③核心区域布局，市场份额得以提升

公司以“核心区域密集布局、全国市场稳健扩张”为市场策略，深耕江苏市场。作为全国经济最发达的省份之一，江苏省家装市场具有广阔的市场空间和发展前景，为品牌知名度较高的优质企业提供了良好的发展契机。2008年至2017年，江苏省住宅销售数量由476,870套增长至1,077,200套，年均增长9.48%。公司牢牢把握区域经济发达及产业基础坚实带来的契机，目前已在江苏省内设立26家分公司，形成了覆盖江苏省重点市场的营销服务网络，将现有的商业模式复制到省内重点区域市场中，提升了公司在江苏省家装市场的市场份额，实现了业务规模的稳步增长。

在深耕江苏市场的基础上，未来公司将在拓宽市场渠道、拓展产业链条、提高经营管理等方面不断强化自身优势，巩固核心竞争力，逐步拓展域外，构建新的利润增长点。

（三）营业成本分析

报告期内，公司营业成本的构成情况如下表所示：

单位：万元，%

项目	2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	61,847.06	99.72	60,159.25	99.94	51,436.39	99.80
其中：装饰工程业务	60,116.76	96.93	58,406.80	97.03	49,872.19	96.77
设计业务	1,730.30	2.79	1,752.45	2.91	1,564.21	3.04
其他业务成本	174.80	0.28	35.15	0.06	101.83	0.20
合计	62,021.86	100.00	60,194.40	100.00	51,538.22	100.00

报告期内，公司营业成本分别为51,538.22万元、60,194.40万元和62,021.86万元，2017年、2018年分别较上年增长16.80%、3.04%，与营业收入增长幅度基本一致。从构成上来看，各期主营业务成本占比均超过99%，系营业成本的主

要构成部分。其中，主营业务成本主要包括材料成本、人工成本和制造费用，材料成本占比较高，各期均保持在 60%以上。

（四）毛利率变动分析

报告期内，公司营业毛利和综合毛利率情况如下：

单位：万元，%

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	90,947.25	85,513.49	73,775.53
其中：主营业务收入	90,478.79	85,259.50	73,399.38
营业毛利	28,925.39	25,319.10	22,237.30
其中：主营业务毛利	28,631.73	25,100.25	21,962.99
综合毛利率	31.80	29.61	30.14
主营业务毛利率	31.64	29.44	29.92

报告期内，公司紧抓市场增长的机遇，不断加大市场开拓力度，营业收入保持稳定增长，营业毛利随营业收入的上升持续增长，2016 年至 2018 年复合增长率达到 14.05%。公司主营业务收入占营业收入的 99%以上，主营业务的毛利率水平决定了公司综合毛利率状况。

1、主营业务毛利率变动分析

报告期内，公司各产品的收入占比和毛利率明细如下：

单位：万元，%

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
装饰工程业务	87,453.79	96.66	31.26	82,176.38	96.38	28.93	70,685.85	96.30	29.45
设计业务	3,025.00	3.34	42.80	3,083.12	3.62	43.16	2,713.54	3.70	42.36
合计	90,478.79	100.00	31.64	85,259.50	100.00	29.44	73,399.38	100.00	29.92

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 29.92%、29.44%和 31.64%，装饰工程业务占主营业务收入比重较高，主营业务毛利率变动主要受其毛利率变动影响。报告期内，受材料采购成本、营改增的税收政策等多项因素影响，装饰工程

业务毛利率略有波动，分别为 29.45%、28.93%和 31.26%。报告期内，设计业务毛利率基本保持稳定，分别为 42.36%、43.16%和 42.80%。

（1）2018 年装饰工程业务毛利率变动分析

2018 年公司装饰工程业务毛利率较 2017 年增长 2.33 个百分点，主要原因为：

①随着公司“无界家装生态体系”的深入推行，综合配套优势愈加凸显，主材采购量逐步增加，公司对供应商的议价能力随之增强。同时，在 2018 年制造业增值税税率由 17%降至 16%的背景下，公司与部分主材供应商商定了更加优惠的结算价格，瓷砖、地板、洁具等部分主材的采购成本降低，装饰工程项目的毛利率增长。

②2018 年毛利率较高的基础工程部分占比增加，装饰工程业务整体毛利率有所提高。

装饰施工合同包括基础工程和主材两部分，其中，基础工程毛利率显著高于主材部分。基础工程能够充分体现公司施工质量、施工工艺等工程施工水平，施工环节附加值较高；而主材部分，公司主要提供主材设计、选购咨询、施工现场协调管理服务，主材测量、安装大部分由供应商负责，公司在主材部分参与度低于基础工程部分。

为提高客户对公司服务的满意度，2017 年 12 月公司推行主材限价政策，在建材展销中心对不同价位的材料进行分类标识，引导消费者合理选购材料，并要求设计师在后续主材选购的项目中，按照不同价位配比的方案帮助客户选购主材。该方案推行后导致 2018 年施工项目中主材报价下降，从而导致完工项目中主材部分占比下降，使得 2018 年完工项目毛利率高于以前年度。

（2）2017 年装饰工程业务毛利率变动分析

2017 年公司装饰工程业务毛利率较 2016 年下降 0.52 个百分点，主要系“营改增”政策的影响。2016 年 5 月 1 日“营改增”政策全面推行，试点范围扩大到建筑业，公司开始缴纳增值税。因增值税为价外税，在含税价格不变的情况下，价税分离后，确认的收入金额降低，在成本不变的情况下，毛利率相应降低。

2、同行业毛利率比较

报告期内，公司与同行业上市公司主营业务毛利率对比情况如下：

单位：%

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
东易日盛	35.83	35.15	36.28
名雕股份	38.26	35.79	35.60
金螳螂	29.74	30.55	-
行业均值	34.61	33.83	35.94
红蚂蚁	31.64	29.44	29.92

数据来源：同行业数据来自各公司公开披露的信息文件，东易日盛、名雕股份分别选取家装业务、住宅装饰设计及施工业务毛利率进行比较，金螳螂以公装业务为主，此处选取其互联网家装业务毛利率进行比较。

报告期内，公司主营业务毛利率与金螳螂基本相当。公司主营业务毛利率略低于东易日盛、名雕股份，主要系公司装饰工程项目中，毛利率较低的主材部分形成的收入占比相对较高。从变动趋势来看，公司主营业务毛利率的变动趋势与同行业上市公司基本一致。

（五）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	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
销售费用	15,091.42	16.59	13,585.95	15.89	10,747.10	14.57
管理费用	3,978.45	4.37	4,764.94	5.57	3,301.84	4.48
研发费用	3,036.82	3.34	2,834.54	3.31	2,479.42	3.36
财务费用	-428.84	-0.47	21.63	0.03	49.15	0.07
合计	21,677.86	23.83	21,207.06	24.80	16,577.51	22.48

随着公司经营规模的扩大，期间费用总体呈上升趋势。报告期内，各期期间费用占当期营业收入比例分别为 22.48%、24.80%和 23.83%，占比基本保持稳定。

1、销售费用

报告期内，公司的销售费用主要为职工薪酬、宣传推广费、办公及房租费、折旧摊销费，具体构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	7,378.16	48.89	6,036.31	44.43	3,704.94	34.47
宣传推广费	4,391.50	29.10	5,122.14	37.70	4,591.31	42.72
办公及房租费	1,984.33	13.15	1,423.33	10.48	861.24	8.01
折旧摊销费	901.44	5.97	606.20	4.46	1,215.09	11.31
交通差旅费	232.73	1.54	201.09	1.48	171.32	1.59
业务招待费	41.56	0.28	42.79	0.31	49.11	0.46
其他	161.71	1.07	154.08	1.13	154.10	1.43
合计	15,091.42	100.00	13,585.95	100.00	10,747.10	100.00

报告期内，公司销售费用分别为 10,747.10 万元、13,585.95 万元和 15,091.42 万元，占营业收入的比例分别为 14.57%、15.89%和 16.59%。随着业务规模增长，公司市场开拓力度不断加大，销售费用快速增长，具体分析如下：

(1) 报告期内，公司职工薪酬分别为 3,704.94 万元、6,036.31 万元和 7,378.16 万元，快速增长的主要原因为：①为拓展业务辐射区域、加大市场开拓力度，公司增设分公司并升级原有分公司，扩大销售人员队伍，职工薪酬总额增加；②为提高销售人员拓展及服务客户的积极性，公司对销售人员的激励机制进行调整，绩效提成比例增加，销售人员绩效工资有所增长。

(2) 为提高品牌知名度、扩大市场影响力，公司通过媒体广告、活动宣传、网络营销、施工现场宣传推广等活动进行宣传推广，投入力度较大，费用相对较高。报告期内，公司宣传推广费分别为 4,591.31 万元、5,122.14 万元和 4,391.50 万元，2018 年较 2017 年减少了 730.64 万元，主要系公司减少了部分施工场所的宣传。

(3) 报告期内，公司办公及房租费、折旧摊销费主要为营业网点发生的办公费、房租费和装修费摊销。报告期内，公司增设分公司并升级原有分公司，扩

大销售人员队伍，导致办公及房租费由 2016 年的 861.24 万元增至 2018 年的 1,984.33 万元，增幅较大。2017 年折旧摊销费较 2016 年减少 608.89 万元，主要系 2017 年因前期开设的营销网点装修费已基本摊销完毕。

报告期内，公司的销售费用率与同行业上市公司基本一致，对比情况如下：

单位：%

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
东易日盛	16.87	16.12	17.11
名雕股份	15.00	14.30	13.47
平均值	15.94	15.21	15.29
本公司	16.59	15.89	14.57

数据来源：同行业数据来自 Wind 和各公司公开披露的信息文件。

2、管理费用

报告期内，公司的管理费用主要为职工薪酬、办公及房租费、折旧摊销费、中介服务等，具体构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,982.42	49.83	1,858.09	39.00	1,780.42	53.92
办公及房租费	793.26	19.94	719.73	15.10	662.52	20.07
中介服务费	399.62	10.04	393.58	8.26	163.42	4.95
折旧摊销费	411.71	10.35	227.08	4.77	346.07	10.48
交通差旅费	141.56	3.56	112.88	2.37	101.34	3.07
业务招待费	103.00	2.59	91.43	1.92	159.94	4.84
股份支付	-	-	1,279.20	26.85	-	-
其他	146.88	3.69	82.94	1.74	88.13	2.67
合计	3,978.45	100.00	4,764.94	100.00	3,301.84	100.00

报告期内，随着经营规模的扩大，公司职工薪酬、办公及房租费等费用逐年增长。2017 年管理费用较高，主要系当期公司对核心人员实施股权激励，确认股份支付费用 1,279.20 万元。

3、研发费用

报告期内，公司的研发费用构成如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
职工薪酬	2,488.82	2,201.31	1,712.43
材料费	546.44	631.92	754.71
其他	1.56	1.30	12.28
合计	3,036.82	2,834.54	2,479.42

公司始终坚持以市场需求为导向进行产品研发，专注于家装领域的技术、服务创新，不断加强在施工工艺、风格设计及其与信息化融合等方面的研发投入，报告期内研发费用支出分别为 2,479.42 万元、2,834.54 万元、3,036.82 万元。截至本招股书签署日，公司已获得 1 项发明专利、30 项实用新型专利、8 项软件著作权，此外 11 项技术成果被中国建筑装饰协会住宅装饰装修委员会推广应用、15 项技术成果被江苏省装饰装修行业协会推广应用，具备了较强的研发创新能力和科技成果转化能力。

4、财务费用

报告期内，公司的财务费用构成如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利息支出	-	-	-
减：利息收入	478.86	29.22	30.91
手续费支出等	50.02	50.85	80.06
合计	-428.84	21.63	49.15

报告期内，公司财务费用分别为 49.15 万元、21.63 万元和-428.84 万元，占营业收入的比例较小。2018 年公司利息收入金额较大，主要系当期定期存款较多，产生了一定的利息收入。

（六）资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失分别为 15.29 万元、169.32 万元和-5.17 万元，

系应收账款和其他应收款计提的坏账准备。

（七）投资收益

报告期内，公司在不影响主营业务开展的情况下，将暂时闲置的资金进行了现金管理，购买了安全性高、流动性好的理财产品。2016年、2017年和2018年，公司购买理财产品获取的投资收益分别为816.80万元、1,488.09万元和396.66万元。

（八）营业外收支及其他收益分析

1、营业外收入、其他收益

报告期内，公司营业外收入、其他收益的明细情况如下：

单位：万元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
其他收益	226.35	244.27	-
营业外收入	178.07	37.02	859.28
其中：政府补助	69.04	-	831.22
诉讼赔偿	94.67	30.49	6.94
其他	14.36	6.53	21.12

报告期内，公司取得的政府补助均为与收益相关，具体情况如下：

单位：万元

序号	补助项目	2018年度	2017年度	2016年度
1	产业/政策扶持资金	200.00	230.00	773.00
2	稳岗补贴	15.73	13.64	17.17
3	上市补助	30.00	-	-
4	2016-2017年度经济表彰企业奖励	20.00	-	-
5	2017-2018年度区级知识产权资助资金	19.04	-	-
6	政府补助品牌示范单位			20.00
7	质量强区政府奖励	-	-	10.00
8	姑苏区领军企业奖励资金	-	-	5.00
9	姑苏区重点服务人才工作先进单位资金	-	-	3.00
10	姑苏区第一批知识产权政策扶持资金			2.05
11	姑苏区科技创新资质奖励			1.00

序号	补助项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
12	其他补助	-	0.63	-
	合计	284.77	244.27	831.22

2、营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
捐赠支出	12.10	26.26	35.36
赔偿款	-	30.54	91.81
非流动资产毁损报废损失	-	9.91	0.59
其他	1.23	0.09	6.57
合计	13.33	66.80	134.33

2016 年、2017 年和 2018 年，公司营业外支出分别为 134.33 万元、66.80 万元和 13.33 万元，金额较小，对公司生产经营影响较小。

（九）非经常性损益对公司经营成果的影响

报告期内，公司非经常性损益占归属于母公司所有者的净利润的比重如下：

单位：万元，%

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
归属于母公司所有者的净利润	6,580.90	4,369.46	5,222.64
非经常性损益总额	779.21	430.24	1,466.11
其中：投资收益	396.66	1,488.09	816.80
政府补助	284.77	244.27	831.22
股份支付	-	-1,279.20	-
其他非经常性损益	97.78	-22.92	-181.91
非经常性损益净额	661.98	172.31	1,236.43
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后净利润	5,918.92	4,197.16	3,986.21
非经常性损益净额占归属于母公司所有者净利润的比例	10.06	3.94	23.67

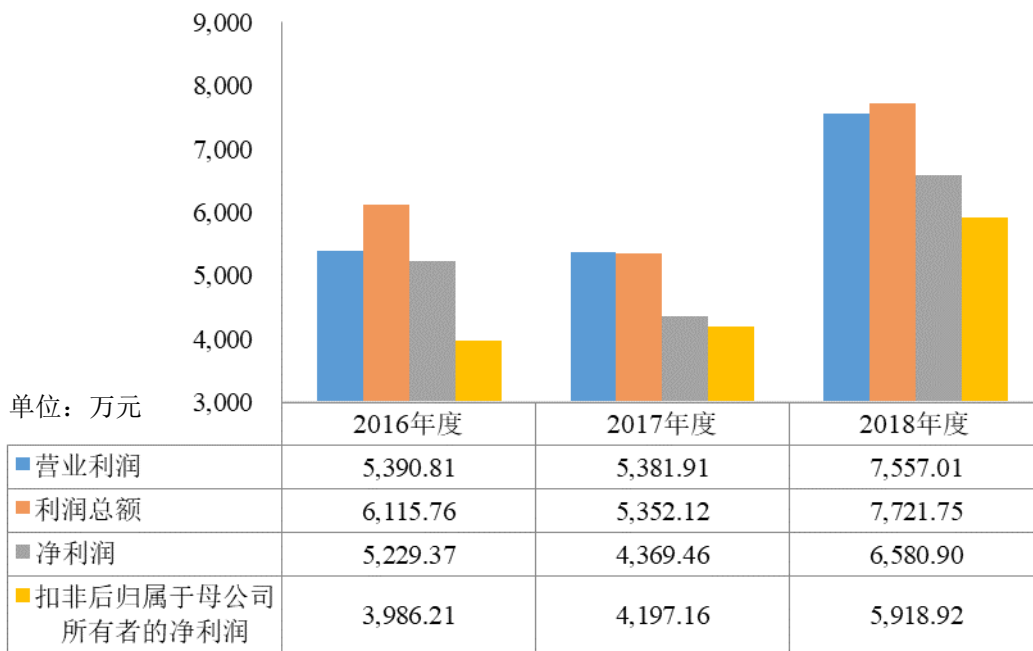
报告期内，非经常性损益净额占归属于母公司所有者净利润的比例分别为 23.67%、3.94%和 10.06%。

2016 年非经常性损益净额占归属于母公司所有者净利润的比例相对较高，主要为理财产品投资收益 816.80 万元，以及政府补助 831.22 万元。

2017 年非经常性损益净额占归属于母公司所有者净利润的比例为 3.94%，相对较低，主要原因为当期除因购买理财产品产生投资收益 1,488.09 万元外，公司确认了 1,279.20 万元股份支付费用，导致非经常性损益净额较低。

（十）利润主要来源分析

报告期内，公司利润构成情况如下表：



报告期内，公司营业利润占利润总额的比重分别为 88.15%、100.56%、97.87%，营业外收支净额占利润总额的比重较小。

报告期内，公司的净利润情况如下：

单位：万元，%

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
净利润	5,918.92	4,197.16	3,986.21
净利润同比增长	41.02	5.29	-
营业收入	90,947.25	85,513.49	73,775.53
营业收入同比增长	6.35	15.91	-

注：净利润为扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润。

2018 年公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 5,918.92 万元，同比增长 41.02%，增幅较大，主要原因是营业收入增加、毛利率提升带来的营业毛利增长，同时财务费用有所下降。

2017 年公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 4,197.16 万元，同比增长 5.29%，低于收入增幅，主要系期间费用增长较快。

（十一）影响公司持续盈利能力的因素

公司管理层对可能影响公司持续盈利能力的各要素进行审慎评估，并认为从目前的业务发展状况和市场环境方面看，在可预见的未来，公司能够保持良好的持续盈利能力。可能对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素主要包括宏观经济环境、房地产调控政策、产业政策等因素。公司已在本招股书“第四节 风险因素”之“一、房地产调控政策的风险”、“二、住宅全装修政策的风险”中进行了披露。

（十二）主要缴纳税项分析

1、最近三年公司缴纳的税额

报告期内，公司主要税种缴纳情况如下：

单位：万元

项目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
增值税	期初余额	1,654.05	1,687.86	159.95
	本期应交	652.22	2,058.52	3,000.73
	本期已交	1,541.31	2,092.32	1,472.82
	期末余额	764.96	1,654.05	1,687.86
营业税	期初余额	-	-	520.42
	本期应交	-	-	216.47
	本期已交	-	-	736.89
	期末余额	-	-	-
所得税	期初余额	-130.44	-166.92	579.13
	本期应交	1,140.08	992.25	888.69
	本期已交	346.44	955.77	1,634.74

项目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
	期末余额	663.21	-130.44	-166.92
合计	期初余额	1,523.61	1,520.94	1,259.50
	本期应交	1,792.31	3,050.77	4,105.89
	本期已交	1,887.75	3,048.09	3,844.45
	期末余额	1,428.17	1,523.61	1,520.94

2、所得税费用与利润总额的关系

报告期内，公司根据有关国家政策享受了企业所得税优惠税率，相关内容详见本节“六、主要税收政策、缴纳的主要税种、执行的税率及税收优惠情况”之“（三）税收优惠政策”。

报告期内，公司所得税费用与利润总额的关系如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
当期所得税费用	1,140.08	992.25	888.69
递延所得税费用	0.78	-9.60	-2.29
所得税费用合计	1,140.86	982.65	886.39
利润总额	7,721.75	5,352.12	6,115.76
所得税费用占利润总额的比例	14.77%	18.36%	14.49%

十三、财务状况分析

（一）资产分析

1、资产结构分析

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司资产构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	37,720.19	57.28	45,908.20	80.04	37,012.62	77.71
非流动资产	28,127.45	42.72	11,450.80	19.96	10,618.59	22.29
资产总额	65,847.65	100.00	57,359.00	100.00	47,631.21	100.00

报告期内，依托在长三角地区较强的品牌优势与市场竞争力，公司把握家庭建筑装饰行业快速发展的机遇，业务规模不断扩大，盈利能力稳步提升，资产规模实现持续稳步增长，各期末资产总额分别为 47,631.21 万元、57,359.00 万元、65,847.65 万元，年均复合增长率为 17.58%。

从资产构成方面来看，报告期内公司资产以流动资产为主，各期末流动资产占比分别为 77.71%、80.04%和 57.28%。为了向客户提供更好的家居购物体验，同时保证公司办公及主要经营用房的稳定性，满足未来业务发展需要，公司于 2018 年购入部分房产，使得 2018 年末非流动资产规模较 2017 年末大幅增加。

2、流动资产构成分析

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、应收票据及应收账款、存货构成，各期末三项资产合计占流动资产的比例分别为 31.03%、97.18%和 95.81%。其中 2016 年占比较低，主要系公司将暂时闲置资金购买了理财产品，期末在其他流动资产列示金额为 2.46 亿元，占流动资产比例为 66.54%。公司流动资产的结构相对稳定，并以经营性流动资产为主。

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司流动资产具体构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	32,636.77	86.52	40,567.64	88.37	8,744.31	23.63
应收票据及应收账款	2,058.61	5.45	2,069.51	4.51	2,115.72	5.72
预付款项	1,168.52	3.10	1,022.57	2.23	593.03	1.60
其他应收款	151.25	0.40	142.36	0.31	137.38	0.37
应收利息	255.89	0.68	-	-	-	-
存货	1,448.80	3.84	1,974.64	4.30	620.15	1.68
其他流动资产	0.35	0.01	131.48	0.29	24,802.04	67.01
流动资产合计	37,720.19	100.00	45,908.20	100.00	37,012.62	100.00

（1）货币资金

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司货币资金具体构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
现金	7.08	0.02	12.20	0.03	2.82	0.03
银行存款	32,468.95	99.49	40,398.71	99.58	8,708.54	99.59
其他货币资金	160.74	0.49	156.72	0.39	32.95	0.38
合计	32,636.77	100.00	40,567.64	100.00	8,744.31	100.00

公司货币资金由现金、银行存款和其他货币资金构成，其中其他货币资金为支付宝账户余额。报告期各期末，公司货币资金金额占流动资产的比例分别为23.63%、88.37%和86.52%，占比较高，符合家装行业的特点。因公司从事的家装业务普遍采用“先收款，后施工”的结算方式，工程款结算一般先于施工进度，经营活动现金流量相对较好，使得期末货币资金规模相对较大。

报告期各期末，公司货币资金分别为8,744.31万元、40,567.64万元和32,636.77万元，规模存在一定波动，主要原因为：

①2016年货币资金规模较小，主要系在不影响日常经营资金需求的前提下，公司将暂时闲置资金购买了安全性高、流动性强的理财产品，截至2016年末，理财产品金额为26,953.38万元。

②2018年末公司货币资金较2017年末减少7,930.87万元，主要系当期现金分红、购置用房等现金流出所致。

（2）应收票据及应收账款

2016年末、2017年末和2018年末，公司应收票据及应收账款分别为2,115.72万元、2,069.51万元和2,058.61万元，占流动资产的比例分别为5.72%、4.51%和5.45%。

①应收票据

2016年末、2017年末和2018年末，公司应收票据分别为296.30万元、173.28万元和110.95万元，均为银行承兑汇票，各期末余额占流动资产的比例分别为0.80%、0.38%和0.29%，占比很低。

②应收账款

2016年末、2017年末和2018年末，公司应收账款账面价值分别为1,819.42万元、1,896.23万元和1,947.66万元，占流动资产的比例分别为4.92%、4.13%和5.16%，占比较低，与公司的经营模式相一致。

I.应收账款规模及变动分析

报告期各期末，公司应收账款余额与营业收入的比较情况如下：

单位：万元，%

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
应收账款余额	2,208.78	2,143.89	2,047.39
坏账准备	261.12	247.65	227.97
应收账款账面价值	1,947.66	1,896.23	1,819.42
应收账款余额占当期营业收入的比例	2.43	2.51	2.78

公司与客户一般采用“先收款，后施工”的结算方式，但在实际业务开展过程中，仍存在少量项目的收款进度慢于实际工程进度的情形。报告期各期末，公司应收账款余额占营业收入的比例分别为2.78%、2.51%和2.43%，占比较低。

II.应收账款风险分析

2016年末、2017年末和2018年末，公司应收账款的账龄情况如下表所示：

单位：万元，%

账龄	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1年以内	1,718.99	77.83	1,460.86	68.14	1,525.44	74.51
1-2年	309.98	14.03	407.78	19.02	275.91	13.48
2-3年	50.91	2.31	202.03	9.42	174.18	8.51
3年以上	128.90	5.84	73.23	3.42	71.85	3.51
合计	2,208.78	100.00	2,143.89	100.00	2,047.39	100.00

报告期内，公司应收账款账龄主要为一年以内，质量良好，且应收单个客户的款项金额较小，对生产经营影响较小。

截至2018年12月31日，公司应收账款余额前五名客户的情况如下：

单位：万元，%

项目	账面余额	账龄	占应收账款 账面余额比例
苏州园区湖滨四季**幢业主	130.36	1年以内、1-2年	5.90
苏州新区冠城大通珑湾**幢业主	64.23	1年以内	2.91
苏州吴中区海伯公爵**幢业主	54.42	1年以内	2.47
苏州相城区金辉九纬**幢业主	49.11	1-2年	2.22
苏州新区桃花源**幢业主	42.84	2-3年、3年以上	1.94
合计	340.97	—	15.44

（3）预付款项

公司与主要供应商建立了长期稳定的合作关系，需预付材料采购款的情形较少，少量材料款主要为公司采购进口材料预付的款项。报告期各期末，公司预付款项分别为 593.03 万元、1,022.57 万元和 1,168.52 万元，占流动资产比例分别为 1.60%、2.23%和 3.10%，占比较低，与公司采购结算模式相符。

报告期各期末，公司预付款项具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
房租费	584.45	642.43	493.99
材料款	244.12	238.15	77.92
广告推广费	107.86	83.59	-
其他	232.09	58.40	21.12
合计	1,168.52	1,022.57	593.03

报告期内，公司预付款项主要为房租款、材料款以及广告推广费。随着经营规模的扩大，公司预付房租款及相关费用随之增加。

（4）其他应收款

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司其他应收款分别为 137.38 万元、142.36 万元和 407.14 万元，占流动资产的比例分别为 0.37%、0.31%和 1.08%。

① 应收利息

2018 年末公司应收利息余额为 255.89 万元，为定期存款利息收入。

②其他应收款

2016年末、2017年末和2018年末，公司其他应收款账面价值分别为137.38万元、142.36万元和151.25万元，占各期流动资产的比例分别为0.37%、0.31%和0.40%，占比较小。公司其他应收款主要为房租押金等。

2016年末、2017年末和2018年末，其他应收款计提坏账准备的具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
采用账龄分析法计提坏账的组合						
1年以内	59.56	28.43	107.43	49.00	54.93	32.31
1至2年	92.55	44.17	41.42	18.89	34.39	20.23
2至3年	16.25	7.76	4.32	1.97	77.50	45.59
3年以上	41.15	19.64	66.09	30.14	3.17	1.87
小计	209.51	100.00	219.26	100.00	169.99	100.00
采用不计提坏账准备的组合	-	-	-	-	-	-
其他应收款余额	209.51	-	219.26	-	169.99	-
坏账准备	58.26	—	76.89	—	32.61	—
其他应收款净额	151.25	—	142.36	—	137.38	—

截至2018年12月31日，公司其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元，%

项目	金额	占比	账龄	款项性质
苏州世茂商业物业管理有限公司	68.75	32.81	1-2年	房租押金
苏州创元资产开发经营有限公司	22.56	10.77	3年以上	房租押金
吴慧珍	20.00	9.55	1年以内	房租押金
南京方山森林公园投资管理有限公司	12.00	5.73	1-2年	房租押金
苏州万鸿房地产开发有限公司	10.00	4.77	2年以上	房租押金
合计	133.31	63.63	-	-

（5）存货

2016年末、2017年末和2018年末，公司存货分别为620.15万元、1,974.64万元和1,448.80万元，构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
原材料	1,291.22	89.12	1,761.94	89.23	552.31	89.06
在产品	155.31	10.72	145.85	7.39	67.84	10.94
委托加工物资	2.27	0.16	66.85	3.39	-	-
合计	1,448.80	100.00	1,974.64	100.00	620.15	100.00

报告期各期末，公司存货主要为原材料，主要是基础工程施工所需的辅材以及木制品定制生产所需的板材。2017年末、2018年末原材料总体较2016年末大幅增加，主要由于2017年公司完善辅材采购体系、终止关联采购，对主要辅材实施统一采购和统一配送，为了保证施工现场的材料及时供应，公司储备了一定安全库存的辅材。此外2017年末原材料金额较大，主要系公司终止关联采购，为保证施工现场材料的连续供应，收购了部分关联方的库存。

报告期各期末，在产品分别为67.84万元、145.85万元和155.31万元，主要是公司在制的木作产品，包括橱柜、衣柜、移门等。

2017年末、2018年末，公司委托加工物资分别为66.85万元、2.27万元，主要为公司委托供应商贴面加工的禾香板，金额较小。

报告期各期末，公司存货未发生减值情形，故未计提存货跌价准备。

（6）其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产主要为购买的理财产品和预缴的企业所得税，具体构成如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
理财产品	-	-	24,630.00
预缴企业所得税	0.32	131.48	172.02

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
待抵扣进项税	0.03	-	-
其他	-	-	0.02
合计	0.34	131.48	24,802.04

3、非流动资产构成分析

2016年末、2017年末和2018年末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	-	-	-	-	2,323.38	21.88
投资性房地产	7,802.05	27.74	42.02	0.37	45.12	0.42
固定资产	18,563.60	66.00	3,668.12	32.03	3,957.70	37.27
无形资产	292.79	1.04	272.71	2.38	174.75	1.65
长期待摊费用	1,351.50	4.80	428.16	3.74	483.55	4.55
递延所得税资产	47.91	0.17	48.68	0.43	39.09	0.37
其他非流动资产	69.61	0.25	6,991.11	61.05	3,595.00	33.86
合计	28,127.45	100.00	11,450.80	100.00	10,618.59	100.00

公司非流动资产主要是固定资产及投资性房地产，截至2018年12月31日，上述两项资产合计占非流动资产的比例为93.74%。

（1）可供出售金融资产

2016年末，公司持有可供出售金融资产2,323.38万元，是购买的理财产品。

（2）投资性房地产

2016年末、2017年末和2018年末，公司投资性房地产情况如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
账面原值	7,959.58	65.28	65.28
累计折旧和摊销	157.53	23.26	20.15
减值准备	-	-	-
账面价值	7,802.05	42.02	45.12

2016年、2017年，公司将位于苏州市高新区木桥街的部分厂房对外出租，将该处房产作为以成本模式计量的投资性房地产进行核算。2018年，公司已收回上述出租房产转为自用。

2018年公司新增的投资性房地产主要为新购入的娄门路266号房产，该房产在购入前尚处于出租状态，因租赁期限尚未结束，公司购入后作为以成本模式计量的投资性房地产进行核算。

（3）固定资产

公司固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备、运输工具、电子设备及其他。报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
房屋及建筑物	19,130.00	3,817.06	3,817.06
机器设备	815.96	740.38	719.38
运输工具	439.07	408.62	387.04
电子设备及其他	1,387.65	1,191.22	1,084.99
固定资产原值合计	21,772.68	6,157.28	6,008.47
累计折旧	3,209.08	2,489.16	2,050.77
固定资产净值	18,563.60	3,668.12	3,957.70

2018年末固定资产原值较2017年末增加15,615.40万元，主要系为了向客户提供更好的家居购物体验，同时保证公司办公及主要经营用房的稳定性，满足未来业务发展需要，公司新购置两处房产，房屋及建筑物较2017年末大幅增长。2016年末、2017年末固定资产规模基本持平。

截至2018年12月31日，公司各项资产使用状态良好，不存在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。

（4）无形资产

公司无形资产主要为土地使用权、软件使用权。报告期各期末，公司无形资产的具体情况如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
土地使用权	121.52	121.52	121.52
软件使用权	432.91	324.11	182.61
无形资产原值合计	554.43	445.63	304.13
累计摊销	261.64	172.92	129.37
无形资产账面价值	292.79	272.71	174.75

报告期内，公司加大信息化系统的投入，外购软件增加，无形资产规模持续增长。

（5）长期待摊费用

2016年末、2017年末和2018年末，公司长期待摊费用余额分别为483.55万元、428.16万元和1,351.50万元，主要为各营业网点的办公区、工艺展示厅、样板间等的装修费用。

2018年末长期待摊费用较2017年末增加923.34万元，主要系公司当期新增常州分公司、智造家分公司等营业网点的装修费用。

（6）递延所得税资产

2016年末、2017年末和2018年末，递延所得税资产分别为39.09万元、48.68万元和47.91万元，主要系应收款项坏账准备所形成的可抵扣暂时性差异。

（7）其他非流动资产

公司其他非流动资产主要为预付的房屋购置款和机器设备购置款，报告期各期末构成情况如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
预付购房款	-	6,991.11	3,595.00
预付设备购置款	69.61	-	-
合计	69.61	6,991.11	3,595.00

（8）资产减值准备计提情况

2016年末、2017年末和2018年末，公司资产减值准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
坏账准备	319.38	324.55	260.58
其中：应收账款	261.12	247.65	227.97
其他应收款	58.26	76.89	32.61
存货跌价准备	-	-	-
合计	319.38	324.55	260.58

报告期内，公司资产减值准备均为应收款项坏账准备；其他资产质量良好，未发现可能发生减值的迹象，未计提减值准备。

（二）负债分析

1、负债构成情况

2016年末、2017年末和2018年末，公司负债构成情况如下：

单位：万元，%

负债	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	45,328.60	100.00	41,170.86	100.00	39,168.35	99.95
非流动负债	-	-	-	-	18.51	0.05
负债合计	45,328.60	100.00	41,170.86	100.00	39,186.86	100.00

报告期各期末，公司的负债主要为流动负债，占比保持在99%以上，主要包括应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费等。

2016年末、2017年末和2018年末，公司的负债余额分别为39,186.86万元、41,170.86万元和45,328.60万元，逐年增长，主要是因为随着业务规模的扩大，经营性负债随之增加。

2、流动负债构成分析

2016年末、2017年末和2018年末，公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据及应付账款	12,740.60	28.11	10,840.09	26.33	10,538.56	26.91

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预收款项	27,603.61	60.90	25,773.58	62.60	25,322.59	64.65
应付职工薪酬	2,594.98	5.72	2,505.04	6.08	1,211.59	3.09
应交税费	1,760.23	3.88	1,949.01	4.73	2,022.61	5.16
其他应付款	629.18	1.39	103.14	0.25	73.00	0.19
流动负债合计	45,328.60	100.00	41,170.86	100.00	39,168.35	100.00

（1）应付账款

2016年末、2017年末和2018年末，公司应付账款按款项性质划分情况如下：

单位：万元，%

账龄	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付材料款	7,246.04	56.87	4,764.09	43.95	5,329.36	50.57
应付劳务款	4,568.52	35.86	5,037.03	46.47	4,627.42	43.91
质保金及其他	807.28	6.34	796.95	7.35	556.42	5.28
应付房租费	118.76	0.93	242.02	2.23	25.46	0.24
合计	12,740.60	100.00	10,840.09	100.00	10,538.56	100.00

截至2018年末，公司应付账款余额中无应付持有公司5%以上表决权股份的股东单位款项、无应付公司关联单位的款项。

公司应付账款主要为应付材料款、劳务款，报告期各期末分别为10,538.56万元、10,840.09万元和12,740.60万元，随着公司业务规模的不断扩大，应付账款总体呈上升趋势。2018年末应付材料款较2017年末增加2,481.95万元，主要系公司议价能力的增强，大理石、木门等部分材料供应商给予的结算期有所延长，期末部分款项尚未结算完毕。

（2）预收款项

2016年末、2017年末和2018年末，公司预收款项具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
预收款项	27,603.61	25,773.58	25,322.59

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
增长率	7.10	1.78	-
预收款项占当期营业收入比重	30.35	30.14	34.32

公司预收款项主要来源于向客户预收的装饰工程款和设计费，公司一般采用“先收款，后施工”的结算方式，预收款项规模较大。公司与客户签订的“住宅装饰工程合同”，通常约定的结算阶段如下：

阶段	预计时间	预收款项
第一阶段	开工前三天	合同总价的 30%
第二阶段	水电隐蔽工程完工并验收	合同总价的 30%
第三阶段	木工、瓦工完工，油漆工进场前	合同总价的 35%及其他增减项款
第四阶段	验收合格，完成结算	合同总价的 5%，实际按照结算单收取尾款

报告期各期末，公司预收款项分别为 25,322.59 万元、25,773.58 万元和 27,603.61 万元，占各期营业收入比例基本稳定。2018 年末公司预收款项较 2017 年末增加 1,830.03 万元，主要原因系当期公司签单规模增长，预收装饰工程款随之增加。

（3）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,211.59 万元、2,505.04 万元和 2,594.98 万元，主要为已计提尚未支付的工资、津贴、奖金等。

2017 年末应付职工薪酬余额较 2016 年末增加 1,293.45 万元，主要原因为①公司业务规模扩大，人员数量相应增加，2017 年末较 2016 年末增加 266 人，期末应付职工薪酬随之增加；②销售人员激励机制的调整以及签单量的增长，使得公司销售人员绩效工资增长较快。

（4）应交税费

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司应交税费构成情况如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
增值税	764.99	1,654.05	1,687.86

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
企业所得税	663.52	1.04	5.10
城市维护建设税	149.14	142.81	144.70
教育费附加	63.04	60.29	60.80
地方教育费附加	42.08	40.25	40.59
个人所得税	18.78	43.09	77.03
房产税	51.00	6.65	5.55
土地使用税	4.62	0.82	0.82
印花税	3.06	-	0.17
合计	1,760.23	1,949.01	2,022.61

2018年末，公司应交税费较2017年末减少188.78万元，主要系当期购置房产的进项税期末尚未抵扣完毕，应交增值税期末余额减少。

（5）其他应付款

2016年末、2017年末、2018年末，公司其他应付款余额分别为73.00万元、103.14万元、629.18万元，主要为公司收取的代收货款、保证金及应付的理赔款、报销款等。2018年末其他应付款较2017年末增加了526.04万元，主要系当期公司收到的客户委托采购的材料款。

（三）偿债能力分析

1、公司主要偿债能力指标

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动比率（倍）	0.83	1.12	0.94
速动比率（倍）	0.80	1.07	0.93
资产负债率（母公司）（%）	67.84	70.98	81.25
资产负债率（合并）（%）	68.84	71.78	82.27
财务指标	2018年	2017年	2016年
息税折旧摊销前利润（万元）	9,250.22	6,254.01	7,719.36
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用

报告期内，公司未进行金融债务融资，负债中以预收款项为主，各期预收款

项占负债总额的比例在 60%以上，偿债风险相对较小。总体来看，公司各项偿债能力指标良好，负债结构合理。

报告期内，因公司资产结构的变化，各期末流动比率、速动比率有所波动，具体原因为：

①2017 年末公司流动比率和速动比率分别较 2016 年末增长 0.18、0.14，主要系 2017 年经营活动现金流较好、股东投入，流动资产的增幅大于流动负债。

②2018 年末公司流动比率和速动比率分别较 2017 年末下降 0.29、0.27，主要系 2018 年实施现金分红、购置房产，货币资金较 2017 年末减少 7,930.87 万元，流动资产规模下降，而经营性负债随着业务增长而增加。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 7,719.36 万元、6,254.01 万元和 9,250.22 万元，总体呈增长态势。2017 年息税折旧摊销前利润较低，主要系当期确认了股份支付费用 1,279.20 万元。

2、与同行业公司偿债能力的比较分析

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司与同行业上市公司偿债能力比较分析如下：

单位：倍，%

项目		2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动比率	东易日盛	0.89	1.00	1.03
	名雕股份	1.74	1.79	2.03
	平均	1.32	1.40	1.53
	本公司	0.83	1.12	0.94
速动比率	东易日盛	0.81	0.92	0.92
	名雕股份	1.67	1.73	1.97
	平均	1.24	1.33	1.45
	本公司	0.80	1.07	0.93
资产负债率 (合并)	东易日盛	60.55	59.29	57.83
	名雕股份	46.02	44.55	39.21
	平均	53.29	51.92	48.52
	本公司	68.84	71.78	82.27

注：同行业数据来自 Wind 和各公司公开披露的信息文件。

与同行业上市公司相比，公司缺少权益性融资手段，主要依赖自身经营积累发展，因此报告期内公司流动比率、速动比率低于同行业上市公司平均水平，资产负债率高于同行业上市公司平均水平。如本次股票发行成功，公司将发挥资本市场的融资功能，改善现有财务结构，进一步提升偿债能力。

（四）资产周转能力分析

1、公司的资产周转能力指标

报告期内，公司主要的资产周转能力指标如下：

单位：次

财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率	47.32	46.03	36.46
存货周转率	36.23	46.40	83.67

报告期内，公司的应收账款周转率、存货周转率均处于合理水平，资产周转能力较强。

2、与同行业上市公司应收账款周转能力的比较分析

报告期内，公司的应收账款周转率分别为 36.46、46.03、47.32，应收账款周转率逐年提升，处于行业合理区间。公司与同行业上市公司的应收账款周转率对比如下：

单位：次

公司简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
东易日盛	12.51	14.52	16.41
名雕股份	185.91	198.40	223.94
平均	99.21	106.46	120.18
红蚂蚁	47.32	46.03	36.46

注：同行业数据来自 Wind 和各公司公开披露的信息文件。

3、与同行业上市公司存货周转能力的比较分析

报告期内，公司注重存货管理，提高资产使用效率，存货周转率高于行业平均水平。公司与同行业上市公司的存货周转率对比如下：

单位：次

公司简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
东易日盛	16.19	12.86	10.92
名雕股份	15.61	19.17	18.88
平均	15.90	16.02	14.90
红蚂蚁	36.23	46.40	83.67

注：同行业数据来自 Wind 和各公司公开披露的信息文件。

（五）所有者权益分析

报告期各期末，公司所有者权益构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
股本	9,000.00	43.86	9,000.00	55.60	1,210.00	14.33
资本公积	3,837.49	18.70	3,837.49	23.71	-	-
其他综合收益	-	-	-	-	104.87	1.24
盈余公积	750.81	3.66	87.23	0.54	294.75	3.49
未分配利润	6,930.74	33.78	3,263.43	20.16	6,834.73	80.94
归属于母公司所有者权益合计	20,519.04	100.00	16,188.14	100.00	8,444.35	100.00
少数股东权益	-	-	-	-	-	-
所有者权益合计	20,519.04	100.00	16,188.14	100.00	8,444.35	100.00

1、股本变动情况

报告期各期末，公司股本分别为 1,210.00 万元、9,000.00 万元和 9,000.00 万元。2017 年末公司股本较 2016 年末增加 7,790.00 万元，系公司于 2017 年 5 月新股东增资 134.44 万元，2017 年 10 月整体改制，全体股东以公司净资产折股 9,000.00 万股，净资产大于折股部分的余额 3,837.49 万元计入资本公积。

2、资本公积变动情况

报告期各期末，公司资本公积分别为 0 万元、3,837.49 万元和 3,837.49 万元。2017 年，员工持股平台苏恒创投、瑞苏创投增资 2,200 万元，其中 134.44 万元计入实收资本，2,065.56 万元计入资本公积。公司以 2017 年 5 月 31 日为基准日整体改制，由红蚂蚁有限截至 2017 年 5 月 31 日经审计的所有者权益（净资产）

12,837.49 元，折合股份总额 9,000 万股，每股面值 1 元，大于股本部分 3,837.49 元计入资本公积。

3、盈余公积变动情况

报告期各期末，公司的盈余公积分别为 294.75 万元、87.23 万元和 750.81 万元。公司以 2017 年 5 月 31 日为基准日整体改制，用于折股的法定盈余公积金额为 648.43 万元。此外，公司 2016 年收购苏州兆丰 36.86% 股权，取得因购买少数股权新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司的净资产份额之间的差额 312.38 万元，对合并报表中盈余公积进行调整。改制后，公司以母公司净利润按 10% 提取法定盈余公积，2018 年 12 月 31 日形成盈余公积 750.81 万元。

十四、现金流量分析

报告期内，公司现金流量基本情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	11,892.12	5,326.96	19,339.11
投资活动产生的现金流量净额	-17,572.99	24,296.38	-12,011.32
筹资活动产生的现金流量净额	-2,250.00	2,200.00	-1,435.14
现金及现金等价物净增加额	-7,930.87	31,823.33	5,892.66

（一）经营活动现金流量分析

1、主营业务获取现金的能力较强

公司“销售商品、提供劳务收到的现金”占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售商品、提供劳务收到的现金①	91,957.66	86,491.93	87,476.41
营业收入②	90,947.25	85,513.49	73,775.53
占比①/②	101.11%	101.14%	118.57%

报告期内，公司“销售商品、提供劳务收到的现金”占营业收入的比例分别为 118.57%、101.14%、101.11%，公司收款水平较好。

2、经营活动现金流量净额

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	91,957.66	86,491.93	87,476.41
收到其他与经营活动有关的现金	994.19	287.21	1,003.25
经营活动现金流入小计	92,951.85	86,779.14	88,479.66
购买商品、接受劳务支付的现金	55,897.64	57,985.02	48,078.48
支付给职工以及为职工支付的现金	13,994.49	10,982.04	8,625.32
支付的各项税费	2,160.11	3,382.12	4,477.00
支付其他与经营活动有关的现金	9,007.50	9,103.00	7,959.75
经营活动现金流出小计	81,059.73	81,452.19	69,140.55
经营活动产生的现金流量净额	11,892.12	5,326.96	19,339.11
净利润	6,580.90	4,369.46	5,229.37

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 19,339.11 万元、5,326.96 万元及 11,892.12 万元。公司一般采取预收工程款的结算方式，经营活动现金流量良好，显著高于当期净利润。

2017 年经营活动产生的现金流量净额较 2016 年减少 14,012.15 万元，主要原因为：①随着业务规模扩大，公司材料、劳务采购规模随之增加，采购总金额较 2016 年增幅较大，购买商品、接受劳务支付的现金随之大幅增长；②员工规模的扩大和激励机制的调整，使得当期支付给职工以及为职工支付的现金增加。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
收回投资收到的现金	63,200.00	93,380.00	16,880.00
取得投资收益收到的现金	396.66	1,488.09	826.97
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.85	10.19	0.87
收到其他与投资活动有关的现金	222.96	29.22	30.91

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
投资活动现金流入小计	63,821.47	94,907.51	17,738.75
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	18,194.46	4,061.13	4,020.07
投资支付的现金	63,200.00	66,550.00	25,730.00
投资活动现金流出小计	81,394.46	70,611.13	29,750.07
投资活动产生的现金流量净额	-17,572.99	24,296.38	-12,011.32

2016 年、2017 年和 2018 年，公司投资活动现金流量净额分别为-12,011.32 万元、24,296.38 万元和-17,572.99 万元。报告期内，公司投资活动现金流入主要为赎回理财产品、取得理财收益和利息收入；投资活动现金流出主要为购买理财产品、购置房产及设备、支付门店装修费用等。

（三）筹资活动产生的现金流量

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
吸收投资收到的现金	-	2,200.00	-
筹资活动现金流入小计	-	2,200.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,250.00	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	1,435.14
筹资活动现金流出小计	2,250.00	-	1,435.14
筹资活动产生的现金流量净额	-2,250.00	2,200.00	-1,435.14

2016 年筹资活动现金流出 1,435.14 万元，系公司收购智造家科技、苏州兆丰支付的款项；2017 年度筹资活动现金流入 2,200.00 万元，为收到的股东增资款；2018 年度筹资活动现金流出 2,250.00 万元，为公司分配的股利。

（四）未来可预见的重大资本性支出计划

1、除本次发行募集资金投资项目涉及的资本性支出外，公司无其他可预见重大资本性支出计划。本次募集资金投资项目涉及的资本性支出情况详见本招股书“第十节 募集资金运用”。

2、截至本招股书签署日，公司无跨行业投资的资本性支出计划。

十五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）本次发行摊薄即期回报对公司每股收益的影响

1、本次募集资金到位前公司每股收益

单位：元/股

财务指标	2018年	2017年	2016年
扣除非经常性损益后的基本每股收益	0.66	0.49	0.49
扣除非经常性损益后的稀释每股收益	0.66	0.49	0.49

2、本次募集资金到位后公司每股收益

由于募集资金投资项目的建设和实施需要一定的时间，募集资金投资项目短期内难以完全实现预期效益，加之募集资金到位后公司的股本和净资产增加，短期内可能会导致公司每股收益被摊薄。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

1、本次募集资金投向符合公司业务发展目标

本次募集资金投资项目建设与公司实现“无界家装生态体系”的战略发展目标匹配，同时，有助于公司未来三年“市场扩张计划”、“整体软装业务拓展计划”、“仓储物流条件升级计划”、“智能家居发展计划”、“开发和创新计划”等计划的推动实施。

2、本次募集资金投向有助于提升公司财务状况

本次发行募集资金到位后，公司净资产及每股净资产均将大幅提高，这将进一步壮大公司整体实力，提高竞争力，增强抗风险能力。

本次发行募集资金到位后，公司的资产负债率水平将大幅降低，有利于提高公司的间接融资能力，降低财务风险；同时本次股票溢价发行将大幅增加公司资本公积，使公司资本结构更加稳健，公司的股本扩张能力进一步增强。

3、本次募集资金投向有助于提升公司经营状况

本次发行募集资金投资项目紧紧围绕公司现有的主营业务，将有利于提高公

司市场占有率和盈利能力，进一步巩固公司优质服务优势，保障公司的后续经营发展，进一步突出和提高公司的综合竞争力，有助于实现公司的发展目标。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系以及公司在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系详见本招股书“第十节 募集资金运用”之“一、（五）募集资金投资项目与公司主营业务的相关性”。

2、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

（1）人员储备情况

经过 20 年发展，公司已拥有丰富的专业人才储备，其中设计研发人员 400 余名、工程管理人员 300 余名、营销人员 400 余名，在家装设计、工程施工、营销服务、研发创新等方面积累了丰富的实践经验。与此同时，公司通过完善薪酬考核机制、提升员工福利待遇、加强员工职业技能培训等多种举措，增加对高素质人才的吸引力和凝聚力，不断巩固公司的人才优势和竞争实力。

（2）技术储备情况

公司自成立以来，始终专注于为客户提供高品质家装服务，通过自主研发、产学研合作等途径，凭借综合性的研发平台优势，在研发创新、低碳环保等方面形成了较强的技术优势。公司为高新技术企业，目前已获得 1 项发明专利、30 项实用新型专利和 8 项软件著作权，并参与起草《羊毛吸声绝热制品》等建筑材料相关国家标准及《民用建筑室内装修工程环境质量验收规程》等江苏省工程建设标准。公司具有较强的研发创新能力，技术储备充足，为本次募集资金投资项目顺利实施提供了技术保障。

（3）市场储备情况

随着国民可支配收入的增加和生活方式的变化，我国家装消费市场容量不断扩大。2017 年我国家装市场总产值达到 1.91 万亿元，比 2016 年增加了 1,300 亿元，同比增长 7.30%，较全国 GDP 增长速度高出 0.40 个百分点。受益于城镇化

进程的不断推进、消费结构的持续升级和二次装修需求的逐步释放，家装行业市场需求仍将保持持续增长，预计到 2020 年行业市场规模将达到 2.40 万亿元。

公司秉承精益求精的苏式工匠精神，以原创时尚的设计理念、低碳环保的施工工艺、一体化的综合配套为基础，坚持持续、渐进式的研发创新及服务提升，构建并持续完善“无界家装生态体系”，在长三角地区中高端家装市场形成了较强品牌优势与市场竞争力。公司全面布局江苏省市场，目前在省内设立了 26 个分公司，形成了覆盖江苏省重点市场的营销服务网络，成为江苏省家装行业知名品牌。未来公司将立足传统优势区域，逐步推进全国重点城市营销网络的建设，实现全国业务布局。

（四）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的填补措施

1、持续提升公司整体实力，扩大公司业务规模

公司首次公开发行股票并在创业板上市完成后，总资产将得到进一步提升，抗风险能力和综合实力明显增强。公司将借助资本市场和良好的发展机遇，不断拓展公司主营业务规模，充分发挥公司在家装业务市场的优势地位，推动公司持续、健康、稳定的发展。

2、持续完善“无界家装生态体系”，巩固并提高行业地位

公司坚持推行“无界家装生态体系”，未来将从服务、管理、产业链方面不断完善创新，通过扩大营销网络辐射半径、完善仓储物流配送体系、提高研发创新和信息化水平，巩固并强化公司竞争优势，提升品牌知名度及行业影响力。

3、保证募集资金有效使用，积极稳妥地实施募集资金投资项目

本次募投项目均围绕公司主营业务展开，其实施有利于提升公司综合竞争力和盈利能力。本次募集资金到位后，公司将积极稳妥的推进募投项目实施，并加大市场开拓力度，使募集资金投资项目尽快实施并产生效益。同时，公司将根据相关法律法规的要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期效益。

4、优化投资者回报机制，实施积极的利润分配政策

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据相关法律法规的规定，制定了上市后适用的《公司章程（草案）》和《未来三年股东分红回报计划》，就股利分配政策事宜进行了详细规定，充分维护公司股东依法享有的资产收益。未来，公司将严格执行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，努力提升对股东的回报。

（五）公司董事、高级管理人员对公司本次发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺

公司董事、高级管理人员为保证公司填补措施能够得到切实履行作出如下承诺：

“1、本人承诺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、本人承诺对职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺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、若公司后续推出公司股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、自本承诺出具日至公司首次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

十六、股利分配及发行前滚存利润安排

（一）发行人报告期内股利分配政策

根据《公司法》及《公司章程》，公司报告期内的股利配政策如下：

“公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的公司股份不参与分配利润。”

（二）最近三年股利分配情况

2018 年 6 月 30 日，公司 2017 年度股东大会作出决议，对公司未分配利润进行分配，全体股东每 10 股派发现金股利 2.5 元（含税），共计支付现金股利 2,250 万元，上述股利已经支付完毕。

2019 年 4 月 9 日，公司 2018 年度股东大会作出决议，对公司未分配利润进行分配，全体股东每 10 股派发现金股利 3.5 元（含税），共计支付现金股利 3,150 万元，上述股利已经支付完毕。

（三）本次发行完成前滚存利润的分配政策

根据公司 2019 年 4 月 9 日召开的 2018 年度股东大会会议决议，为兼顾新老股东的利益，公司首次公开发行股票前滚存利润由公司本次发行完成后的新老股东共同享有。

（四）本次发行上市后的股利分配政策

1、利润分配政策的基本原则为：

（1）公司利润分配注重对股东合理的投资回报，每年按当年实现的可分配利润规定比例向股东分配股利；

（2）公司的利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展；

（3）公司每年将根据当期的经营情况和项目投资的资金需求计划，在充分考虑股东的利益的基础上正确处理公司的短期利益及长远发展的关系，确定合理的股利分配方案；

（4）存在股东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，以偿还其占用的资金；

（5）公司制定利润分配政策时，应当履行公司章程规定的决策程序。董事会应当就股东回报事宜进行专项研究论证，制定明确、清晰的股东回报规划，并详细说明规划安排的理由等情况；

（6）公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。

2、公司利润分配形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利；利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司的持续经营能力。

3、公司利润分配间隔

在当年归属于母公司股东的净利润为正且具备分配条件的前提下，公司每年度至少进行一次利润分配，董事会可以结合公司的盈利及资金需求状况提议公司进行中期利润分配。

4、公司利润分配的顺序

具备现金分红条件的，公司优先采用现金分红的利润分配方式。

5、利润分配的条件

（1）现金分红的比例和具体条件：

公司现金分红的具体条件和比例为，除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年公司可供分配利润的 20%。

特殊情况是指：

①遇到战争、自然灾害等不可抗力对公司生产经营造成重大不利影响；

②因国际、国内宏观经济影响引起行业盈利大幅下滑，致使公司净利润比上年同期下降 50%以上；

③公司当年年末资产负债率超过 70%时，公司当年可不进行现金分红；

公司有重大投资计划或重大现金支出（募集资金项目除外）时，公司当年可不进行现金分红。重大投资计划或重大现金支出是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产、购买设备、建筑物的累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

④公司累计可供分配利润为负值。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

公司目前发展阶段属于成长期且未来有重大资金投入支出安排，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%。随着公司的不断发展，公司董事会认为公司的发展阶段属于成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的利润分配政策调整的程序提请股东大会决议提高现金分红在本次利润分配中的最低比例。若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

（2）公司发放股票股利的具体条件为：

公司经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

6、分配利润应履行的审议程序

（1）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

（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）股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

7、公司利润分配政策的政策调整：

（1）如遇到战争、自然灾害等不可抗力或者公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整；

（2）确有必要对公司章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股

东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过；

（3）公司调整利润分配政策应由董事会做出专题论述，详细论证调整理由，形成书面论证报告并经独立董事审议后提交股东大会特别决议通过。审议利润分配政策变更事项时，公司为股东提供网络投票方式。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用概况

（一）募集资金规模及投资项目概述

经2019年3月18日第一届董事会第七次会议及2019年4月9日召开的2018年度股东大会审议通过，公司拟公开发行人民币普通股不超过3,000万股，实际募集资金扣除发行费用后的净额将全部用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资	拟使用募集资金
1	营销网络建设项目	31,479.84	31,189.62
2	整体软装展示体验中心建设项目	3,191.20	3,191.20
3	智能仓储物流建设项目	3,022.80	3,022.80
4	研发中心和信息化建设项目	3,168.00	3,168.00
合计		40,861.84	40,571.62

上述项目将主要使用募集资金投入，实施主体均为红蚂蚁。

（二）募集资金项目履行的审批、核准或备案情况

序号	项目名称	项目备案情况	环境影响登记表
1	营销网络建设项目	姑苏发改备[2019]35号	201932050300000159
2	整体软装展示体验中心建设项目	姑苏发改备[2019]28号	201932050300000161
3	智能仓储物流建设项目	姑苏发改备[2019]23号	201932050300000157
4	研发中心和信息化建设项目	姑苏发改备[2019]24号	201932050300000158

（三）募集资金专户存储安排

公司本次募集资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理，并与保荐机构及存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。公司将严格按照《募集资金使用管理办法》对募集资金进行管理，保证高效使用募集资金以及有效控制募集资金的安全。

（四）实际募集资金量与投资项目出现差异时的安排

若本次发行实际募集资金净额小于上述投资项目的资金需求总额，资金缺口

将通过公司自筹资金予以解决。

本次公开发行新股募集资金到位前，根据项目进度情况，公司可以自筹资金进行先期投入，待募集资金到位后再以募集资金置换先期投入的自筹资金。

（五）募集资金投资项目与公司主营业务的相关性

本次发行募集资金拟投入的“营销网络建设项目”、“整体软装展示体验中心建设项目”、“智能仓储物流建设项目”和“研发中心和信息化建设项目”均围绕公司主营业务进行，符合公司的发展战略。

“营销网络建设项目”拟对“红蚂蚁”品牌和“米克罗”品牌现有营销网络优化升级和扩张。通过本项目的建设，公司将在华东区域重点城市升级和新建 29 家分公司，进一步扩大公司营销网络的辐射半径，提升公司产品的市场占有率和品牌知名度及影响力。

“整体软装展示体验中心建设项目”拟新建集软装展示、体验、搭配、智能家居、售后服务为一体的大型展示体验中心。通过本项目的建设，进一步丰富公司软装业务的服务内容，在产业链延展方面落实公司“无界家装生态体系”的发展战略。

“智能仓储物流建设项目”拟新建智能仓储物流中心，依托信息化、智能化管理体系，改善公司仓储物流条件，提高对客户配送需求的响应速度，在客户体验、材料管理方面落实公司“无界家装生态体系”的发展战略。

“研发中心和信息化建设项目”拟对现有研发中心和信息化系统优化升级，为公司未来发展提供必要的技术和信息化支持。通过本项目的建设，进一步提升公司在施工工艺、环保家居及设计风格等方面的研发能力；升级软件系统与硬件设备，打造更完善的智能运营体系。

（六）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司于 2019 年 3 月 18 日召开第一届董事会第七次会议，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票募集资金投资项目及可行性的议案》，董事会对募集资金投资项目的可行性进行了充分的研究，认为本次募集资

金投资项目具有可行性。

1、与公司经营规模相适应

公司专注于家庭住宅装修装饰领域，专业为客户提供别墅、大宅、公寓从设计到全屋装修的家装服务。公司凭借自身竞争优势，报告期内业务规模持续稳定增长，分别实现营业收入 73,775.53 万元、85,513.49 万元和 90,947.25 万元。公司本次募投项目是在现有主营业务的基础上，结合未来发展需求进行的业务升级和延伸，与公司经营规模相适应。本次募投项目建成后，公司营销网络辐射范围将进一步拓展，家装业务系统运营管理能力将有效提升，有力助推公司业务发展。

2、与公司财务状况相适应

公司资产质量良好，经营性现金流正常，资产负债率及其他经营指标总体稳健，募集资金到位后，能够充分保障募投项目的实施及后续运营。同时本次募集资金到位后，公司资本实力将进一步增强，资产结构进一步优化，盈利能力与抵抗风险能力也将随之提升。

3、与公司技术水平相适应

公司为高新技术企业，始终专注于为客户提供高品质家装服务，凭借综合性研发平台，通过持续、渐进式的研发创新，在施工工艺、低碳环保等方面形成了较强的技术优势。公司拥有较深厚的技术积累，多次参与行业标准制定，已取得多项与家装业务相关的专利及软件著作权，目前的技术储备为本次募投项目的实施奠定坚实的技术基础。

4、与公司管理能力相适应

高效的管理能力是企业经营发展的基石和保证。公司核心管理团队均拥有多年家装行业从业经历，具有丰富的行业运营和企业管理经验，并形成了稳健、高效、务实的家装企业内部管理体系，有力支撑公司运营。

随着业务规模扩大，公司逐步建立了一套较为完善的内部控制制度。本次发行完成后，公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会、监事会和独立董事等治理机构在重大决策、经营管

理和监督方面的作用。本次募集资金数额和投资项目与公司管理能力相适应。

综上所述，公司董事会经过分析后认为，本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，投资项目具有良好的市场前景和盈利能力，公司能够有效防范和控制投资风险，提高募集资金使用效益。

二、募集资金投资项目的的基本情况

（一）营销网络建设项目

1、项目概况

本项目将对“红蚂蚁”品牌和“米克罗”品牌现有营销网络进行优化升级和扩张。为展现“无界家装生态体系”的服务内容和竞争优势，公司拟在华东区域重点城市选择合适场所，升级和新建线下实体店，形成以家居旗舰店为核心，以城市店和城市分店为网格，覆盖整个区域重点城市的营销服务网络，增强辐射半径，进一步提升市场占有率和品牌影响力。

2、项目选址及建设规划

旗舰店拟在一线城市和具有市场增长潜力的二、三线城市的核心商圈，升级旗舰店 2 家、新建旗舰店 13 家，通过搭建大型家居体验中心，对家居文化、风格搭配、施工工艺及建材配套进行充分展示及推广，有效吸引具备品质追求和购买能力的消费者，提升公司品牌对周边潜在客户的覆盖。

城市店、城市分店拟围绕旗舰店和公司现有网点建设，向周边区域辐射，其中城市店 2 家、城市分店 12 家，与旗舰店和现有网点协调配合，形成覆盖整个区域重点城市的营销服务网络，使公司更加有效的获得客户资源，拉近公司与客户的距离，提升客户服务响应效率。

（1）旗舰店建设

① “红蚂蚁”旗舰店升级计划

苏州科技家居文创园、张家港分公司为公司核心门店，开设时间较早，地理

地理位置优越，销售业绩良好，未来增长空间较大。旗舰店升级计划拟对其进行店面优化，通过增设智能家居体验中心、三维立体展示中心、调整店铺格局、改造店面形象等多种方式进行升级，打造公司体验式服务的标杆，进一步提高客户家装消费体验，促进单店绩效快速提升。

② “红蚂蚁”旗舰店和“米克罗”旗舰店开设计划

旗舰店是公司完善“无界家装生态体系”、推行体验式营销的载体，通过设置家居体验馆、建材展销馆等功能区，为消费者提供更直观、立体的实景家装购物体验。

“红蚂蚁”品牌是公司传统和中坚业务品牌，本次拟在上海、合肥、青岛、济南、南通、扬州、镇江、徐州、淮安、湖州、盐城 11 大城市分别新建旗舰店；

“米克罗”品牌是公司针对别墅、大宅装修装饰领域推出的高端业务品牌，本次拟在上海、南京分别新建旗舰店。

本次旗舰店开设计划“由近及远、由南向北”分三年分别投入完成，具体投资计划如下：

单位：平方米

序号	所在城市	预计启动年份	位置	场地获取方式	面积
“红蚂蚁”旗舰店升级					
1	苏州	T+1	娄门路 246 号	自有	8,558.95
2	张家港	T+1	沙洲西路 6 号	自有	1,024.82
“红蚂蚁”旗舰店开设					
1	南通	T+1	崇川区	租赁	1,515.00
2	扬州	T+1	邗江区	租赁	1,500.00
3	镇江	T+1	京口区	租赁	1,500.00
4	合肥	T+2	蜀山区	租赁	2,000.00
5	徐州	T+2	泉山区	租赁	1,500.00
6	淮安	T+2	经济技术开发区	租赁	1,500.00
7	湖州	T+2	西南新城	租赁	1,500.00
8	上海	T+3	浦东新区	租赁	2,000.00
9	青岛	T+3	崂山区	租赁	2,000.00
10	济南	T+3	历下区	租赁	1,500.00

序号	所在城市	预计启动年份	位置	场地获取方式	面积
11	盐城	T+3	亭湖区	租赁	1,500.00
“米克罗”旗舰店开设					
1	南京	T+2	鼓楼区	租赁	2,000.00
2	上海	T+3	浦东新区	租赁	2,000.00

（2）城市店与城市分店建设

城市店和城市分店拟围绕旗舰店和公司现有网点建设，新建城市店 2 家，分别位于马鞍山和芜湖；城市分店 12 家，分别位于上海（3 家）、南京、苏州（2 家）、无锡（2 家）、泰兴、姜堰、海门、高邮共 8 座城市。

城市店及城市分店具体投资计划如下：

单位：平方米

序号	所在城市	预计启动年份	位置	场地获取方式	面积
城市店开设					
1	马鞍山	T+2	花山区	租赁	800.00
2	芜湖	T+3	弋江区	租赁	800.00
城市分店开设					
1	苏州	T+1	尹山湖地区	租赁	500.00
2	苏州	T+1	科技城地区	租赁	500.00
3	无锡	T+1	滨湖区	租赁	500.00
4	无锡	T+1	新吴区	租赁	500.00
5	上海	T+3	虹桥区	租赁	400.00
6	上海	T+3	普陀区	租赁	400.00
7	上海	T+3	徐家汇	租赁	400.00
8	南京	T+3	浦口区	租赁	400.00
9	泰兴	T+3	市区	租赁	400.00
10	姜堰	T+3	市区	租赁	400.00
11	海门	T+3	市区	租赁	400.00
12	高邮	T+3	市区	租赁	400.00

3、项目的必要性分析

（1）家装行业发展迅速，实体店是家装服务的基础

家装行业已进入品牌竞争和体验式营销的发展阶段，线下实体店是公司品牌形象与综合实力的集中体现。实体店能够为消费者提供家装实体体验、实地上门规划、定制及安装、售后保障服务等线下服务；能够对家居文化、风格搭配、施工工艺进行充分展示及推广，并提供良性互动与优质服务，向客户呈现家装整体效果，塑造用户真实触感，提升客户家装消费的安全感。

在城镇化率提高、居民收入水平提升、消费结构升级以及单位家庭人口增长等因素的推动下，家装市场总产值将持续增长，线下实体店作为家装服务的基础，通过充分的展示和推广，提升售后服务的响应速度和服务质量，增强公司品牌的影响力与渗透力，为公司扩大服务规模、提高市场占有率、增强盈利能力提供有效保障。

（2）提高市场占有率、增强盈利能力需要强大的营销网络支撑

公司以“核心区域密集布局、全国市场稳健扩张”为市场策略，全面布局江苏市场，目前在省内设立了 26 家分公司，已初步形成覆盖全省重点市场的业务布局，将现有的商业模式复制到江苏省内的重点区域市场中，提升了公司在江苏省家装市场的份额。

营销网络建设项目契合公司目前业务规模持续增长和覆盖区域不断扩张的客观需求。家装市场广阔，但行业集中度较低，行业竞争压力持续存在，公司需要通过拓展销售渠道、加强品牌宣传力度等方式进一步巩固和提升市场竞争力。本次募集资金到位后，公司将继续强化营销网络建设，“由近及远、由南向北、立足江苏、稳健扩张”，在华东区域目标城市增设分公司，有重点、分步骤的扩大公司营销网络的辐射半径，形成省内外市场联动发展的长效机制，提高公司在目标区域的家装市场占有率。通过信息化、标准化、统一化的运营管理，公司将进一步完善家居服务营销网络，提升服务质量和营销网络管理质量，强化公司品牌的影响力与渗透力，增强盈利能力。

（3）线下实体店是公司提升品牌形象的有效手段

公司“无界家装生态体系”拓展了现有家装概念的深度和广度，为公司业务体系构建了完整的生态闭环，促进深层次的服务效率提升。公司在重点城市设立“红蚂蚁”、“米克罗”品牌线下实体店，通过优良的形象设计、直观的实景家装体验、专业的互动服务，对整体形象和综合实力进行充分展示和推广，对塑造良好品牌形象具有较强的推动作用。线下实体店通过设置家居体验馆、建材展销馆等功能区，以及智能家居体验中心、三维立体展示中心等展示区，向客户呈现立体化的家装整体风格、细节化的施工工艺与多品牌的建材配套，提高客户对“红蚂蚁”、“米克罗”品牌的认可度。

本项目实施后，“红蚂蚁”和“米克罗”品牌线下实体店布局将进一步优化，为潜在客户提供更便捷的家装体验机会，提升公司品牌对周边潜在客户的覆盖，是扩大“红蚂蚁”、“米克罗”两大品牌影响力与知名度的有效手段。

4、项目的可行性分析

（1）家装行业市场前景广阔

2017年我国家装市场规模达到1.91万亿元，市场空间巨大。受益于城镇化进程的不断推进、消费结构的持续升级和二次装修需求的逐步释放，预计到2020年行业市场规模将达到2.40万亿元，家装行业市场需求仍将保持持续增长。

公司有重点、分步骤的推进营销网络建设，新增实体店主要位于华东地区。华东地区综合经济实力在国内居前，近年来保持了快速稳定发展的势头，雄厚的区域经济基础是家装市场繁荣的前提。2009年至2018年，华东地区¹⁶全年完成房地产住宅投资由9,212.31亿元增长至33,076.98亿元¹⁷，复合增长15.26%，广阔的市场前景将为本项目的实施提供强有力的需求支持。

（2）品牌知名度为本项目建设提供良好的市场基础

公司以体验式营销为切入点，以实体店互联形成的营销网络为载体，通过构建“无界家装生态体系”，为客户提供高品质家装服务。凭借20年的实体经营经验积累，秉承精益求精的苏式工匠精神，凭借精准定位的服务、丰富的精品项目

¹⁶ 华东地区包括：上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省

¹⁷ 国家统计局

经验及多年的优质口碑传播，公司已成为国内家装行业的知名企业，树立了良好的业界口碑。“红蚂蚁”商标于 2015 年被国家工商总局认定为“中国驰名商标”，是华东区域率先荣获该项认定的家装企业，2016 年“米克罗”商标被认定为“苏州市知名商标”。日益提升的市场美誉度和品牌知名度，使公司在激烈的市场竞争中脱颖而出，为项目顺利实施提供良好的市场基础。

（3）项目运营经验为项目实施提供人才和技术支撑

经过多年发展，公司已设立 26 家分公司，积累了丰富的营销网络拓展经验，形成了较为完备的拓展流程，并不断完善与项目管理、质量控制等方面的规章制度，保证不同区域项目管理和质量控制的规范化、统一化。公司已培养和储备了一批具有门店拓展和运营经验的管理团队，并建立较为健全的人才激励机制和竞争机制，为公司营销网络拓展提供充足的人才支撑。

公司借助现代化的信息平台，搭建 ERP 信息化管理系统、采购系统、财务系统、客户关系管理系统（CRM）、供应商关系管理系统（SRM）、供应链管理系统（SCM）和“蚂蚁云智能 9C 运营系统”，实现了从设计、施工到产品生产和物流配送的全产业链的信息化管理，为项目实施提供技术支持。

5、项目投资概算

本项目计划投资总额为 31,479.84 万元，主要用于升级 2 家旗舰店，并新建 13 家旗舰店、2 家城市店、12 家城市分店。投资计划如下：

单位：万元，%

序号	费用名称	金额	所占比例
一	工程费用	19,668.28	62.48
1	建筑工程费	15,826.85	50.28
2	设备购置费	1,883.78	5.98
3	安装工程费	1,957.65	6.22
二	工程建设其他费用	6,806.10	21.62
三	基本预备费	1,323.72	4.20
四	铺底流动资金	3,681.74	11.70
	项目总投资	31,479.84	100.00

6、项目周期和进度安排

本项目计划在 3 年内逐批启动建设，自 T+1 年开始，至 T+3 年结束，T 为资金投入的年份。实际建设进度跟据公司资源调配情况统筹安排，主要建设内容包括：店面装修、展厅搭建、办公设备购置、人员培训等工作。

项目	计划数量	T+1	T+2	T+3
旗舰店	15	5	5	5
城市店	2	0	1	1
城市分店	12	4	0	8

7、环境保护

2019 年 3 月 21 日，红蚂蚁装饰股份有限公司营销网络建设项目完成建设项目环境影响登记表备案，备案号为 201932050300000159。

8、项目的经济效益评价

本项目财务指标良好，各项经济效益指标如下：

序号	指标	税后	税前
1	内部收益率（IRR）（%）	21.57	23.90
2	净现值（NPV）（万元）	15,604.57	15,304.01
3	投资回收期 （静态，含建设期 3 年）（年）	6.04	5.90

（二）整体软装展示体验中心建设项目

1、项目概况

本项目拟新建集软装展示、体验、搭配、智能家居、售后服务为一体的大型展示体验中心，丰富公司软装业务服务内容，在产业链拓展方面落实公司“无界家装生态体系”的发展战略。

2、项目的必要性分析

（1）应对未来竞争加剧的必然选择

我国家装市场空间广阔，企业数量众多，2017 年我国家装行业市场规模 1.91 万亿元，而同期建筑装饰行业的企业数量达 13 万家，行业集中度低，市场竞争

充分。此外，在万亿级市场规模吸引下，众多互联网企业、家居建材连锁企业等跨行业公司纷纷进入，投入了大量的品牌宣传，使家装行业的竞争愈加激烈。

同时，生活节奏的加快促使消费者对装修的便捷性和高效性的要求提高，自主选材、搭配的分散式装修模式将由于学习成本高、参与主体多、周期漫长，无法满足消费者高效、便捷的装修需求。为满足消费者多样性需求，家装企业的服务内容逐渐向全产业链拓展，提供集家装设计、施工、主辅材定制与配送、软装搭配及精装后的家居产品等相融合的家居购物体验。全产业链服务能力的强弱，成为市场竞争的重要因素之一。

因此，建设整体软装展示体验中心，进一步丰富和完善服务内容、延伸产业链、提供更加便捷的服务，成为公司应对未来竞争加剧的必然选择。

（2）适应家装与智能家居融合发展的趋势

随着消费需求升级以及互联网技术发展，智能家居逐步融入人们的生活居住环境，成为家居产品新兴消费热点。根据《中国建筑装饰行业发展报告》数据，我国智能家居潜在市场规模约为 5.80 万亿元，发展空间巨大。高价值的智能家居属于组合型科技产品，对销售时的展示能力、设计时的协调能力、安装时的专业布局能力等具有较高要求，设计和施工均具有一定的复杂性，掌握智能家居施工技术逐渐成为家装公司提升自身竞争力的重要方式之一。

目前，公司已与多家智能家居公司合作，可为客户提供包括空气质量、安全用水、家庭健康、安防监控在内的服务，在服务种类和智能化程度上尚需进一步完善。公司拟通过该项目建设，进一步拓展在智能家居领域的布局，将家装服务与物业运营服务、家政与管家服务、生活物资供应相结合，完善并强化公司在智能家居服务方面的实力。

3、项目的可行性分析

（1）软装市场行业发展前景广阔

随着消费升级带来的理念转变，传统的“功能性装修”已无法满足人们对个性化生活的追求，消费者更加关注居家的生活艺术，在居家环境中融入更多的自主创意与特色，对软装饰品的需求呈现上升趋势。此外，随着国内大量全装修住

宅的出现，越来越多的新建住宅呈现标准化、房与房之间无差别、装饰风格单一的特点，软装因兼顾空间功能规划与装饰美观的效果，又能充分展现消费者对个性、时尚、舒适的追求。近年来，软装行业开始步入快速成长的发展阶段。

根据《建筑装饰蓝皮书-中国建筑装饰行业发展报告（2018）》统计显示，2016年软装成交总额达到 9,338.72 亿元，较 2008 年增长 113.40%，我国软装市场实现快速增长。未来随着精装房后期装饰与二手房改造需求的大量涌现，软装市场将迎来新的发展契机。

（2）成功的软装运营经验，为项目实施奠定基础

软装业务是公司“无界家装生态体系”产业链的重要组成部分。公司构建“整体家居生活馆”及“软装配饰馆”，实现设计、施工、材料、软装四位一体的无缝链接。公司自 2015 年起即携手国内外知名家居品牌，主办“软装联盟惠”的营销活动，以软装实景体验、风格搭配讲座等形式为客户提供高性价比的专业软装服务。通过“软装联盟惠”活动，公司与知名家居品牌建立和维护了良好合作关系。

为适应“轻装修，重装饰”的行业发展趋势，公司于 2016 年成立“整体软装事业部”，目前主要面向精装后市场，提供包括空间布局、色彩搭配、灯光效果、饰品陈列、局部改造等服务。经过多年运营，公司积累了丰富的软装运营经验，软装业务已涵盖家具、窗帘、壁纸、木作产品、配饰、灯具、地毯、装饰品等，合作商家近百家，并储备了众多产品、色彩、搭配方面的软装人才，软装设计师 30 余名，可以较大程度满足客户需求，为本次项目的实施积累了市场基础和运营经验。

4、项目投资概算

本项目计划投资总额为 3,191.20 万元，主要用于新建集软装展示、体验、搭配、销售、售后服务为一体的大型展示体验中心，投资计划如下：

单位：万元，%

序号	费用名称	金额	所占比例
一	工程费用	2,412.99	75.61
1	建筑工程费	2,100.00	65.81

序号	费用名称	金额	所占比例
2	设备购置费	137.99	4.32
3	安装工程费	175.00	5.48
二	工程建设其他费用	229.85	7.20
三	基本预备费	132.14	4.14
四	铺底流动资金	416.22	13.04
项目总投资		3,191.20	100.00

5、项目周期和进度安排

预计项目建设期为6个月，自T+1月开始，至T+6月结束，T为资金投入的月份。计划分五个阶段实施完成，包括：初步设计、场地装修、设备采购、设备安装调试、人员培训等工作。

序号	时间 工作内容	建设期（月）					
		1	2	3	4	5	6
1	初步设计						
2	场地装修						
3	设备采购						
4	设备安装调试						
5	人员培训						

6、环境保护

2019年3月21日，红蚂蚁装饰股份有限公司整体软装展示体验中心建设项目完成建设项目环境影响登记表备案，备案号为201932050300000161。

7、项目选址

本项目建设地点位于苏州市姑苏区娄门路266号，公司已取得了相应的房地产权证（苏（2018）苏州市不动产权第8016704号）。

8、项目的经济效益评价

本项目财务指标良好，各项经济效益指标如下：

序号	指标	税后	税前
1	内部收益率（IRR）（%）	21.86	24.31

序号	指标	税后	税前
2	净现值（NPV）（万元）	4,503.88	4,333.88
3	投资回收期 （静态，含建设期 0.5 年）（年）	5.36	5.04

（三）智能仓储物流建设项目

1、项目概况

本项目拟新建智能仓储物流中心，通过增加仓储面积、购置智能化仓储设备和配送车辆，提升仓储和配送能力，提高对区域市场的服务能力，实现对客户配送需求的快速响应，同时有效节约运营成本。

2、项目的必要性分析

（1）有助于提升物流配送能力，助力业务规模扩张

经过多年发展，公司已建立三处仓储基地，构建了初步的物流存储体系。公司现有仓储面积偏小、自动化程度偏低，随着业务规模增长和产品类别增加，仓储环境复杂性提高，服务半径持续拓展，仓储配送能力不足、服务范围受限等问题日益凸显。随着“营销网络建设项目”的实施，公司业务规模将进一步扩大，业务布局逐步向省外扩张，现有的仓储能力难以满足物流配送需求。本项目实施后，公司依托信息化、智能化仓储管理体系，改善公司仓储物流条件，实现对南通、扬州、镇江、上海、合肥、湖州等区域的物流配送保障，形成与家装业务发展相匹配的建材仓储物流能力和系统管理能力，提高对客户配送需求的快速响应能力和配送效率，助力业务规模扩张。

（2）有助于提高配送服务质量，增强客户满意度

家装行业下游是以家庭客户为主的终端消费者。随着消费升级带来的理念转变，消费者对居住环境舒适性、个性化的要求逐步增强。家装企业需不断改善仓储物流配送能力，提升客户家装个性化需求的响应速度，以获得良好的品牌信任度和市场反馈。

本项目将以智能仓储物流为目标，搭建专业管理系统，配置自动化设备设施，建立仓储物流基地。通过智能化管理系统，公司可对仓储进行动态化管理，根据

产品库存情况确定补货计划和生产计划，为产品需求预测提供信息支持；通过现代化物流设施提高发货速度，增强市场快速反应能力。本项目实施后，智能仓储物流系统可有效的统筹匹配供给和需求信息，提高物流配送的准确度，降低因信息及配送不准确带来的效率低下，提升配送服务质量，增强客户满意度。

（3）有助于降低仓储物流成本，提高市场竞争力

家装材料种类多，客户选择差异性较大，基础工程所用辅材一般单位价值较小、品类繁杂，仓储管理具有数据操作频繁、数据量大和信息内容复杂等特点。本项目实施后，公司可通过智能化仓储管理系统实现对库存材料有效控制和管理，加强存货控制与监管，提高空间、人员和设备的使用率，缩短入库、出库流程和查货时间等，进一步打造公司无界家装的生态系统，将供应商、制造商、消费者有机联系在一起，全面降低运营成本，提升公司核心竞争力，提高盈利能力。

3、项目的可行性分析

（1）长期的合作伙伴和标准化的流程管理，保障项目的建设和实施

公司推行“包工包料”的全包家装服务，经过多年运营，与知名建材供应商建立了良好的合作关系，形成了较为成熟的材料采购体系，为公司建立智能仓储物流体系积累了丰富的资源基础。

公司在材料采购和仓储管理方面建立了标准化制度，形成了较为成熟的业务流程，配备专人分别负责存货采购、入库检验、日常管理、出库检验、物流配送等，已初步构建科学合理的仓储物流体系，为项目实施积累了丰富的运营经验。

长期的合作伙伴和标准化的流程管理，为本项目仓储物流中心的建设和之后的日常管理提供有效保障。

（2）现有的物流信息化基础，为项目实施提供技术保障

经过多年发展，公司构建了较完善的信息化系统，对建材配送实行 ERP 统一管理，客户、供应商以及施工人员、管理人员均可通过系统对家装关键物流环节进行监控，涵盖下单、发货、收货、现场安装等节点，初步实现信息化物流配送，对提高材料配送效率、控制施工工期起到至关重要的作用。先进的物流系统

为本项目实施提供信息化技术保障。

4、项目投资概算

(1) 总投资

本项目总投资 3,022.80 万元，其中：建设投资 2,822.80 万元，流动资金 200 万元。项目建设期为 12 个月，主要对厂房进行改造、装修，购置各类设备。

单位：万元，%

序号	费用名称	金额	所占比例
一	工程费用	2,238.80	74.06
1	建筑工程费	90.00	2.98
2	设备购置费	2,148.80	71.09
二	工程建设其他费用	449.58	14.87
三	基本预备费	134.42	4.45
四	铺底流动资金	200.00	6.62
	项目总投资	3,022.80	100.00

(2) 主要设备

单位：万元

序号	名称	数量	单价	金额
一	运输设备	-	-	150.00
1	货车	10	15.00	150.00
二	机器设备	-	-	1,867.50
1	四轮平衡电动叉车	5	15.00	75.00
2	手动叉车	5	0.50	2.50
3	普通货架	500	3.50	1,750.00
4	机械臂	20	2.00	40.00
三	办公设备	-	-	131.30
1	电脑（含正版软件）	20	0.60	12.00
2	打印复印一体机	3	1.00	3.00
3	打印机	2	0.40	0.80
4	空调	15	0.50	7.50
5	办公软件	20	0.40	8.00
6	系统开发费用	1	100.00	100.00

序号	名称	数量	单价	金额
	合计	601	-	2,148.80

5、项目实施的进度安排

预计项目建设期为 12 个月，自 T+1 月开始，至 T+12 月结束，T 为资金投入的月份。计划分五个阶段实施完成，包括：初步设计、厂房改造与装修、设备采购、设备安装调试、人员培训等。

序号	时间 工作内容	建设期（月）											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	初步设计												
2	厂房改造与装修												
3	设备采购												
4	设备安装调试												
5	人员培训												

6、环境保护

2019 年 3 月 21 日，红蚂蚁装饰股份有限公司智能仓储物流建设项目完成建设项目环境影响登记表备案，备案号为 201932050300000157。

7、项目选址

本项目拟通过租赁苏州市金筑街 588 号传化物流基地仓库实施。该仓库位于苏州市姑苏区，交通便利、基础设施完善，能够对现有及新增营销网络进行完全覆盖。

8、项目的经济效益分析

项目建成后，可实现对江苏省内以及上海、合肥、湖州等区域的物流配送保障，增强仓储和物流配送能力，提高公司仓储空间和材料存取、供应效率，保障工程质量，增强客户服务能力，为公司营销网络优化和产业链拓展提供支持。本项目不单独量化核算项目效益。

（四）研发中心和信息化建设项目

1、项目概况

公司拟使用本次募集资金中的 3,168.00 万元对研发中心和信息化系统进行升级建设，建设期 1 年。

（1）研发中心建设

公司拟增加投入对现有研发中心优化升级，将购置相应的研发设备和软件，分阶段引入专业技术人才，扩充研发团队规模，进一步加大对施工工艺、木作产品加工工艺、风格设计及其与信息化融合等方面的研发投入，提升公司整体研发实力，为公司的持续发展提供强有力的技术支持。

（2）信息化升级建设

公司拟引进先进信息系统并升级原有系统，通过搭建私有云平台、配置软件系统，打造自有大数据网络，进一步强化公司“无界家装生态体系”的智能化优势。本项目实施后，将建立一个覆盖全公司并涵盖客户、供应商的高性能网络信息化系统，总体架构如下所示：



①信息化基础建设

私有云建设：现有“客户机—服务器”信息交流模式已无法满足公司庞大的业务数据交互需求，公司拟搭建云计算平台支撑系统运作。本项目实施后，公司

将在主要业务城市建立通信机房，根据分公司数量和业务量配置存储服务器，利用云技术组建企业云计算平台，满足公司全国扩张的业务数据交互和信息化管理需求。

②软件系统建设

软件系统建设包括战略与决策支持平台建设、财务管理系统升级、设计系统升级、供应链管理系统升级改造、智慧协同办公平台升级改造等相关项目内容。

战略与决策支持平台建设：为管理人员提供客户消费数据分析、销售预测分析、售前售后服务质量、企业经营财务状况等数据报表，从而协助公司及时调整服务、品牌及销售等策略，有利于资源合理分配，提升公司整体效益。

财务管理系统升级：通过对财务管理系统进行升级，增强财务数据统计的及时性与数据分析的准确性，提高内部管理效率，降低管理成本。

设计系统升级：该系统通过对设计软件模块功能进行升级开发，深化图纸效果，提升出图速度，为提升设计质量提供保障，增强客户满意度。

供应链管理系统升级改造：该系统通过改善上、下游供应链关系，整合和优化供应链中的信息流、物流、资金流，通过各个部门的实时数据获得有关需求、供给和财务的整体视图，能够提高预测准确率，提高物流计划和调度能力，提高采购流程的标准化和自动化水平，以确保供应链各环节顺畅连接，提高供应效率，降低采购成本。

智慧协同办公平台升级改造：实现移动协同办公，并集成人力资源管理、合同管理、费用报销管理、全面预算、知识管理、培训考试系统、流程审批等各个模块。有利于节约成本、提升管理效率，提高公司信息化水平。

2、项目的必要性分析

（1）家装供给侧改革推动研发创新

研发创新是家装行业“供给侧”改革的必然要求。房地产市场的刚性需求持续刺激家装行业繁荣发展，但行业内大部分中小家装企业服务同质化严重，差异化程度低，以价格战形式竞争。家装行业正处在供给侧结构性改革的重要时机。

为适应经济发展新常态和市场竞争新形势，家装企业需转变发展方式，构建和提高自身的核心竞争力，形成具有自己特色的研究创新团队，并积极推进产学研合作、持续加强创新能力建设，推动业务转型升级，实现有效供给。

（2）施工质量和新技术带动研发创新

随着市场竞争的加剧，如何提高施工质量、提高施工效率、降低出错率，已成为家装企业迫切需要解决的问题之一。公司逐步完善研发体系，通过积极的技术研发活动，不断推出新工艺、新技术，以技术创新带动施工质量及效率的提高。此外，家装建材与消费者的日常生活息息相关，随着消费者对环保日益重视，家装企业需通过研发创新推出节能环保施工技术，进一步提升建材选购过程中材料环保检测水平，保证施工质量和材料品质。研发创新是家装项目提升施工质量、顺应节能环保趋势的重要保障。

（3）管理效率提升依赖信息化管理系统

经过多年发展，家装服务从简单的设计、施工逐步向全产业链的服务内容拓展，家装企业逐步成为承接上游建材供应商与下游消费者的核心环节，管理难度不断加大。为缓解管理压力，行业内的大型家装企业陆续引入科学管理系统。科学管理系统实现家装项目各个环节之间的数据有效链接，与客户和供应商数据共享，在提高工作效率的同时，更加合理地配置企业资源，优化业务流程，缩短项目周期，降低企业成本。随着行业的进一步发展，尤其是头部企业的进一步扩张，科学管理程度将在很大程度上决定了公司的发展速度。

随着业务规模持续增长和业务形态日趋复杂，公司管理层迫切需要加强对不同层面信息的及时收集和梳理，实时了解公司运营情况，对市场变化做出快速分析和反馈。因此，公司必须尽快建立高效而科学的信息化管理系统，利用云数据、云办公等新技术、新手段优化管理系统，提升信息化和智能化水平，提高管理决策效率，使公司的各种资源达到合理有效的配置。

3、项目的可行性分析

（1）技术积累为项目实施提供良好基础

公司为高新技术企业，始终专注于为客户提供高品质家装服务。凭借综合性

研发平台，通过持续性、渐进式的研发创新，公司在施工工艺、低碳环保等方面形成了较强的技术优势，是行业内研发能力较强、拥有较多科技成果转化的企业。目前已获得发明专利 1 项、实用新型专利 30 项、软件著作权 8 项，其中，11 项技术成果被中国建筑装饰协会住宅装饰装修委员会推广应用、15 项技术成果江苏省装饰装修行业协会推广应用。公司及公司核心技术人员参与起草了国家行业标准《羊毛吸声绝热制品》（GB/T34562-2017）、江苏省工程建设标准《民用建筑室内装修工程环境质量验收规程》（DGJ32/J140-2012），参与审查了江苏省工程建设标准《住宅装饰装修服务标准》（DGJ32/TJ221-2017），形成了深厚的技术积累，为公司后续的技术研究提供基础。

（2）信息化建设经验和人才储备为项目实施提供有力支持

经过多年发展，公司构建了较完善的信息化系统，有效保证业务和职能部门的高效运转，目前已建立 ERP 信息化管理系统、采购系统、财务系统、客户关系管理系统（CRM）、供应商关系管理系统（SRM）、供应链管理系统（SCM）等内外部信息化管理系统，并在后续发展中进行多次升级改造。公司在信息化建设实施、运营管理方面积累了丰富的经验，并培养了一批信息化人才，将为本项目实施提供有力支持。

4、项目投资概算

（1）总投资

单位：万元，%

序号	费用名称	金额	所占比例
一	工程费用	2,658.50	83.92
1	建筑工程费	300.00	9.47
2	设备购置费	2,183.50	68.92
3	安装工程费	175.00	5.52
二	工程建设其他费用	168.17	5.31
三	预备费	141.33	4.46
四	流动资金	200.00	6.31
	项目总投资	3,168.00	100.00

(2) 主要设备

单位：万元

序号	名称	单位	数量	单价	合价
一、研发中心					
1	异形砂光机	台	1	13.00	13.00
2	三维贴面压机	台	1	95.00	95.00
3	数控雕刻机	台	1	21.00	21.00
4	自动直线封边机	台	1	38.80	38.80
5	全自动数控板材开料锯	台	1	38.00	38.00
6	数控点对点钻孔加工中心	台	1	56.00	56.00
7	除尘设备	台	1	15.80	15.80
8	数控雕刻机	台	1	16.40	16.40
二、信息中心					
1	普通办公桌面服务器	台	13	12.50	162.50
2	CPU 办公虚拟化服务器	台	20	35.00	700.00
3	万兆交换机	台	15	7.00	105.00
4	服务器	台	8	6.75	54.00
5	VMware horizon View	套	200	1.70	340.00
6	决策支持系统	套	1	100.00	100.00
7	财务管理系统	套	1	100.00	100.00
8	设计系统	套	1	130.00	130.00
9	营销管理系统	套	1	50.00	50.00
10	协同办公系统	套	1	80.00	80.00
11	原厂技术培训	套	4	2.00	8.00
12	原厂规划设计与实施服务	套	40	1.50	60.00
合计		-	313	-	2,183.50

5、项目实施的进度安排

公司设计研发中心建设期为 12 个月，自 T+1 月开始，至 T+12 月结束，T 为资金投入的月份。计划分六个阶段实施完成，包括：可行性研究、场地装修、设备采购、设备安装调试、人员培训、试运转。

序号	时间 工作内容	建设期（月）											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	可行性研究												
2	场地装修												
3	设备采购												
4	设备安装调试												
5	人员培训												
6	试运转												

6、环境保护

2019年3月21日，红蚂蚁装饰股份有限公司研发中心和信息化建设项目完成建设项目环境影响登记表备案，备案号为201932050300000158。

7、项目选址

本项目建设地点位于苏州市姑苏区娄门路266号，公司已取得了相应的房地产权证（苏（2018）苏州市不动产权第8016704号）。

8、项目的经济效益分析

研发中心及信息化建设项目主要用于增强公司在设计、工艺、材料方面的研发实力，同时对公司信息化系统全面升级改造，不直接产生效益。项目建成后，将有助于满足设计、现场施工管理、物流配送管理、行政办公等各业务的深层次需求，提高公司内部运营和控制的效率，增强公司竞争力。本项目不单独量化核算项目效益。

三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

（一）新增折旧摊销对未来经营成果的影响

本次募集资金投资项目每年新增折旧与摊销费用具体如下：

单位：万元

序号	项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
1	营销网络建设项目	1,103.81	3,091.01	5,280.08	6,505.78	5,602.03
2	整体软装展示体验中心建设项目	428.68	762.37	762.37	762.37	477.99

序号	项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
3	智能仓储物流建设项目	-	598.83	598.83	448.83	448.83
4	研发中心和信息化建设项目	-	351.90	351.90	351.90	351.90
折旧及摊销合计		1,532.49	4,804.11	6,993.18	8,068.88	6,880.75

募集资金投资项目实施后的未来五年，项目新增折旧摊销额分别为 1,532.49 万元、4,804.11 万元、6,993.18 万元、8,068.88 万元和 6,880.75 万元，其中，第四年折旧摊销金额最高。以 2018 年公司营业收入 90,947.25 万元、毛利率 31.80% 为基础，假设其他经营条件不变，只需要公司未来营业收入年复合增长率超过 6.34%（假设 2019 年为实施首年），就可确保该年度公司营业利润不会因此而下降。预计募投项目实施后将为公司带来将为可观的营业收入贡献，因此公司营业利润将不会因新增折旧而下降。营销网络建设项目和整体软装展示体验中心建设项目均自第 1 年起即逐步产生经济效益，项目产生的净利润完全可以消化新增折旧摊销的费用。

因此，新增固定资产折旧、无形资产摊销对公司未来经营成果不会产生重大不利影响。

（二）净资产收益率短期内有所下降，长期财务状况得到改善

募集资金到位后，公司净资产及每股净资产均将大幅提高，这将进一步壮大公司整体实力，提高竞争力，增强抗风险能力。

公司资产负债率将比发行前有较大降低，长、短期偿债能力和抗风险能力都将大幅提高。由于发行后公司净资产将大幅增加，而投资项目建设期内不能立即产生效益，因此公司净资产收益率在短期内将会下降。但从中长期来看，本次募集资金项目总体上具有较高的投资回报率，募集资金到位后，公司将加大市场开拓力度，使募集资金投资项目尽快实施并产生效益。随着投资项目陆续产生效益，公司的营业收入与利润水平将快速增长，未来盈利能力将显著提高。

（三）对资本和负债结构的影响

募集资金到位后，公司的资产负债率水平将大幅降低，有利于提高公司的间接融资能力，降低财务风险；同时本次股票溢价发行将大幅增加公司资本公积，使公司资本结构更加稳健，公司的股本扩张能力进一步增强。

第十一节 其他重要事项

一、信息披露及为投资人关系管理

（一）公开信息披露的组织安排

公司董事会授权董事会秘书负责信息披露事务，包括与中国证监会、证券交易所、有关证券经营机构、媒体等联系，并回答社会公众提出的问题。

公司董事会秘书：姜寿祥

对外咨询电话：0512-67720787

传真：0512-67720897

互联网地址：www.hmyzs.com

电子信箱：hmyzq@hmyzs.com

（二）为投资人服务计划

公司将通过中国证监会指定的报刊和网站披露信息，公司可以根据需要选择在其他媒体上披露信息，但必须确保指定报刊不晚于非指定报刊或媒体披露信息；且在不同报刊、媒体披露同一信息的内容完全一致。

公司严格遵守证监会和证券交易所信息披露的有关规定，并设置为投资者服务的机构和电话外，为投资人服务计划还包括：

1、对投资者普遍关心的问题，公司将书面给予及时解答并在有关指定报刊上公布。

2、公司将在适当时机，如年度报告公布时，安排有关人员回答投资者咨询。

3、在发行上市、重大投资、重大重组等事件发生时，除履行法定的信息披露义务外，公司将可选择路演、新闻发布会等形式为投资者服务。

4、公司将按规定在交易所、公司、保荐人（主承销商）办公场所置备有关发行的所有文件供投资者查阅。

二、重大合同

（一）商务合同

1、施工合同

截至本招股书签署日，公司正在履行或将要执行的对生产经营有重要影响的施工合同如下：

单位：万元

序号	合同编号	项目名称	金额
1	1216005	苏州湖滨四季**	1,162.89
2	1607798	苏州湖滨四季**	1,087.88
3	1608042	合肥柏悦府**	723.41
4	1607806	无锡五矿黄山湖壹号**幢	622.09
5	1606258	江阴敌山领秀**栋	506.87
6	1606919	常熟中南世纪城**	504.14
7	1607325	苏州国瑞熙墅**	502.19
8	1604390	张家港暨阳湖一号**	489.55
9	1604618	苏州国宾一号**	456.87
10	1604611	苏州独墅岛**	430.23
11	1606735	苏州独墅西岸**	427.40
12	1607794	苏州独墅岛**	399.80
13	1606725	常熟名流御园**幢	391.69
14	1603927	泰州中建锦绣珑湾**	383.71
15	1607465	苏州桃花源**	369.04
16	1606778	苏州独墅岛**幢	362.71
17	1607810	苏州姑苏区承天寺前**号	362.60
18	1607482	常州美林湖**	362.53
19	1603897	太仓荣御蓝湾**	348.27
20	1607302	常熟江南府邸**	343.36
21	1607106	苏州中海名门**	339.97
22	1604765	昆山观林一品**	337.11
23	1606734	苏州东山会**	319.30
24	1605890	苏州中海世家**	314.81
25	1604875	昆山昆玉九里**	311.82

2、采购合同

截至本招股书签署日，公司正在履行的对生产经营有重要影响的采购合同如下：

序号	供应商名称	采购标的	合同期限
1	苏州友邦人力资源职介有限公司	劳务	2017.05.13-2020.05.12
2	苏州新圣宏劳务服务有限公司	劳务	2017.07.01-2020.06.30
3	杭州赢天下建筑有限公司	劳务	2019.05.13-2021.05.12
4	苏州杰诚建筑有限公司	大理石	2019.01.01-2019.12.31
5	江苏凯德亚建材科技有限公司	水泥砂浆	2019.01.01-2019.12.31
6	苏州郭木材木业有限公司	地板、木门、楼梯	2019.01.01-2019.12.31
7	泉州市梅盛建材有限公司	瓷砖	2019.01.01-2019.12.31
8	苏州玛斯兰德家居有限公司	护墙板	2019.01.01-2019.12.31
9	苏州市天元装饰材料有限公司	水管及配件	2019.01.01-2019.12.31
10	苏州万亨茂家具股份有限公司	门板、橱柜	2019.01.01-2019.12.31
11	苏州阔阔建材有限公司	木门	2019.01.01-2019.12.31
12	苏州江花门业有限公司	橱柜、木门	2019.01.01-2019.12.31
13	苏州市金屋贸易发展有限公司	洁具、浴具	2019.01.01-2019.12.31

（二）借款合同

截至本招股书签署日，公司无正在执行的借款合同。

三、公司对外担保情况

截至本招股书签署日，公司不存在对外担保事项。

四、重大诉讼或仲裁事项

（一）公司诉讼及仲裁事项

公司自 1999 年起将“红蚂蚁”及蚂蚁图形作为公司商标使用并进行注册，“红蚂蚁”商标于 2015 年被国家工商总局认定为“中国驰名商标”。上海红蚂蚁装潢设计有限公司（以下简称“上海红蚂蚁”）与公司同为装饰、装潢设计和施工企业，同处于长三角地区，双方服务的市场存在交叉和重叠。上海红蚂蚁在上海、江苏、浙江等地设立多家分公司，使用“红蚂蚁”为字号，并在实际经营过程中突出使用“红蚂蚁”进行文字宣传，在法院多次判决上海红蚂蚁承担商标侵

权责任的情况下，其未彻底停止侵权行为。

2018年11月28日，公司向江苏省苏州市中级人民法院提起民事诉讼，请求判令上海红蚂蚁、上海红蚂蚁昆山分公司停止商标侵权行为和不正当竞争行为、公开声明消除影响；赔偿经济损失500万元及公司为制止侵权行为的合理支出20万元，并承担诉讼费用，其实际控制人王大信承担连带赔偿责任。2019年2月2日，江苏省苏州市中级人民法院受理了该案。

截至本招股书签署日，该案尚在审理过程中。除上述诉讼外，公司不存在尚未了结的重大诉讼或仲裁事项。

（二）控股股东和董事、监事、高级管理人员的重大诉讼

截至本招股书签署日，公司的控股股东及实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在尚未了结的重大诉讼或仲裁事项。

五、刑事诉讼


截至本招股书签署日，公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十二节 有关声明

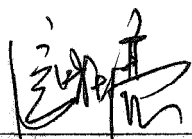
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

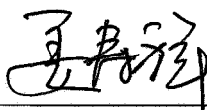
全体董事签名：



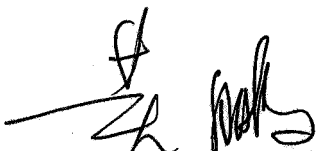
李 荣



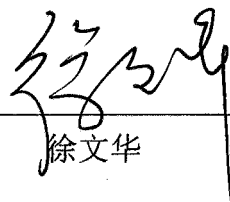
钱士亮



姜寿祥



黄 鹏




徐文华

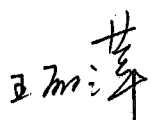
全体监事签名：



蔡月华

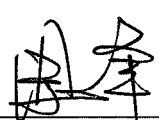


秦巧云

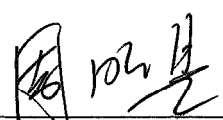


王丽萍

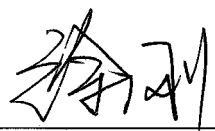
其他高级管理人员签名：



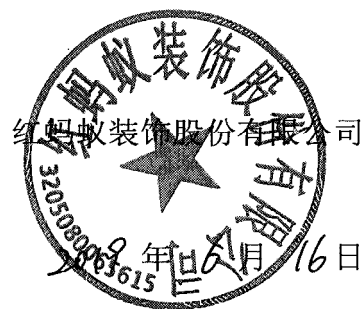
徐 峰



周明星



徐 刚



二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

项目协办人： 崔鹏飞

崔鹏飞

保荐代表人： 王新

王新

 陈磊

陈磊

保荐机构法定代表人、董事长、总经理： 范力

范力



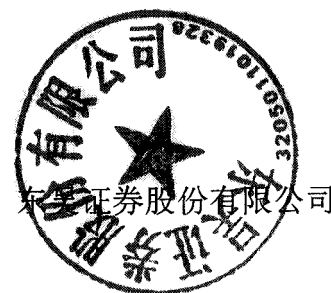
保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读红蚂蚁装饰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、完整性和及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长、总经理：



范 力




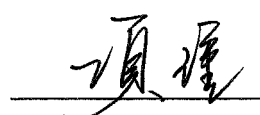
2019年6月16日

三、发行人律师声明

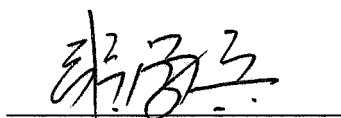
本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对公司在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师：


顾峰


项瑾

律师事务所负责人：


张学兵

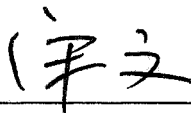


2019年6月16日

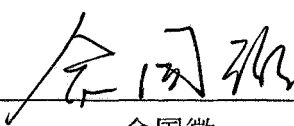
四、审计机构声明

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、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表无矛盾之处。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、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，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，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

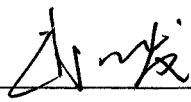

宋文

中国注册会计师
宋文
340100030027


俞国徽

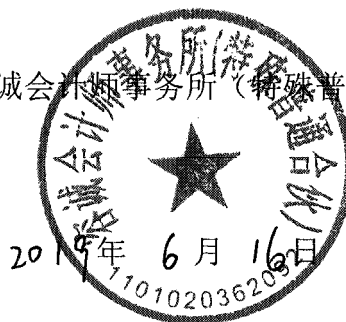
中国注册会计师
俞国徽
110100320103

会计师事务所负责人：


肖厚发

肖厚发印

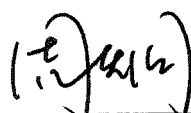
容诚会计师事务所（特殊普通合伙）




五、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、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字资产评估师：



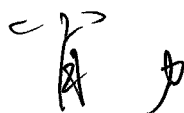
周 炯



徐向阳



资产评估机构负责人：



肖力



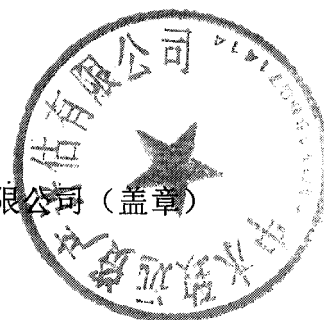
中水致远资产评估有限公司

关于更换法定代表人的说明

中水致远资产评估有限公司（以下简称“公司”）为红蚂蚁装饰股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市项目的资产评估机构。公司法定代表人原为蒋建英，现已变更为肖力。公司法定代表人的变更不影响已生效合同的继续履行。

特此说明。

中水致远资产评估有限公司（盖章）

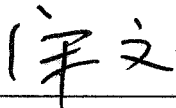



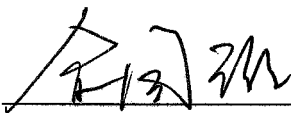

2019年6月16日

六、验资机构声明

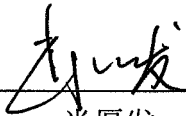

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

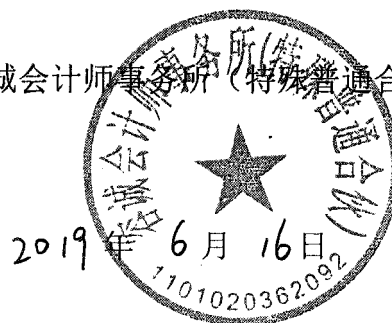

宋文



俞国徽


验资机构负责人：


肖厚发


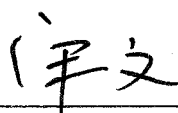
容诚会计师事务所（特殊普通合伙）



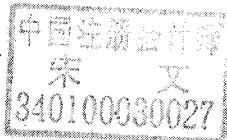
七、验资复核机构声明

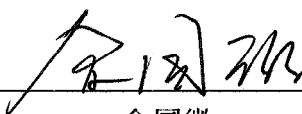
本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：




宋文

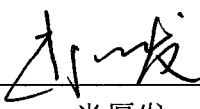

中国注册会计师
宋文
340100030027




俞国徽


中国注册会计师
俞国徽
110100320103

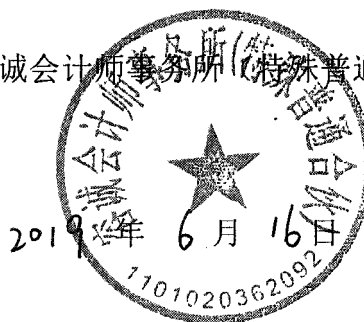
验资复核机构负责人：



肖厚发


肖厚发

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

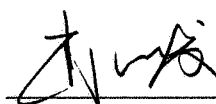


会计师事务所更名的说明

2019年5月30日经北京市工商行政管理局西城分局核准，华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）名称变更为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）。华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）相关责任和义务由变更后的容诚会计师事务所（特殊普通合伙）承继。本次更名不涉及主体资格变更，不属于更换或者重新聘任会计师事务所的情形。

特此说明！

会计师事务所负责人签字：



肖厚发

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）



2019年6月16日

第十三节 附件

一、附件

（一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；

（二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；

（三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

（四）财务报表及审计报告；

（五）内部控制鉴证报告；

（六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（七）法律意见书及律师工作报告；

（八）公司章程（草案）；

（九）中国证监会核准本次发行的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点及时间

查阅时间：工作日上午 9：00～11：30；下午 14：00～17：00。

文件查阅地点：

1、公司：红蚂蚁装饰股份有限公司

办公地址：苏州市姑苏区娄门路 246 号

电话：0512-67720787

传真：0512-67720897

联系人：姜寿祥

2、保荐人（主承销商）：东吴证券股份有限公司

办公地址：苏州工业园区星阳街 5 号

电话：0512-62938567

传真：0512-62938500

联系人：黄焯秋

3、招股说明书及附件查阅网址

投资者可以登录中国证监会指定信息披露网站——巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）查阅招股说明书及附件。