

证券简称：宜华木业

证券代码：600978

广东省宜华木业股份有限公司



(注册地址：广东省汕头市澄海区莲下镇槐东工业区)

2015 年度非公开发行股票 募集资金运用可行性分析报告

二零一五年八月

一、本次非公开发行募集资金使用计划

公司本次发行募集资金将投资于下列项目，项目总投资额为 50,021.75 万元。本次发行募集资金总额不超过 50,000.00 万元，扣除发行费用后，募集资金数额不超过项目需要量：

序号	项目名称	项目总投资（万元）	拟投入募集资金（万元）
1	泛家居供应链智能服务平台项目	30,021.75	30,000.00
2	补充流动资金	20,000.00	20,000.00
合计		50,021.75	50,000.00

本次募投项目所需资金超过拟使用募集资金投入金额部分由公司自筹解决。若实际募集资金净额少于拟投入募集资金数量，则不足部分由公司自筹解决。在募集资金到位前，公司可根据公司经营状况和发展规划，以自筹资金择机先行投入募投项目建设，待募集资金到位后按照相关法律法规规定的程序予以置换。

二、本次发行募集资金投资项目的的基本情况

（一）泛家居供应链智能服务平台项目

1、项目概况

公司拟使用本次募集资金中的 30,000 万元投资于泛家居供应链智能服务平台项目。本项目的实施地点为山东省临沂市，临沂市为“中国物流之都”，地处山东和江苏两个经济大省的交界处，毗邻青岛港、日照岚山港和连云港，境内交汇兖石、胶新铁路与京沪、日东、青兰、长深、临枣高速公路等交通运输干道，具备南北交汇的地理优势与海陆兼济的交通条件，是长三角经济圈与环渤海经济圈的重要结合点。本项目依托山东郯城宜华木业城，结合临沂优越的交通运输优势，通过泛家居供应链智能服务平台构建辐射长三角、环渤海经济圈以及国内主要城市的立体营销体系。

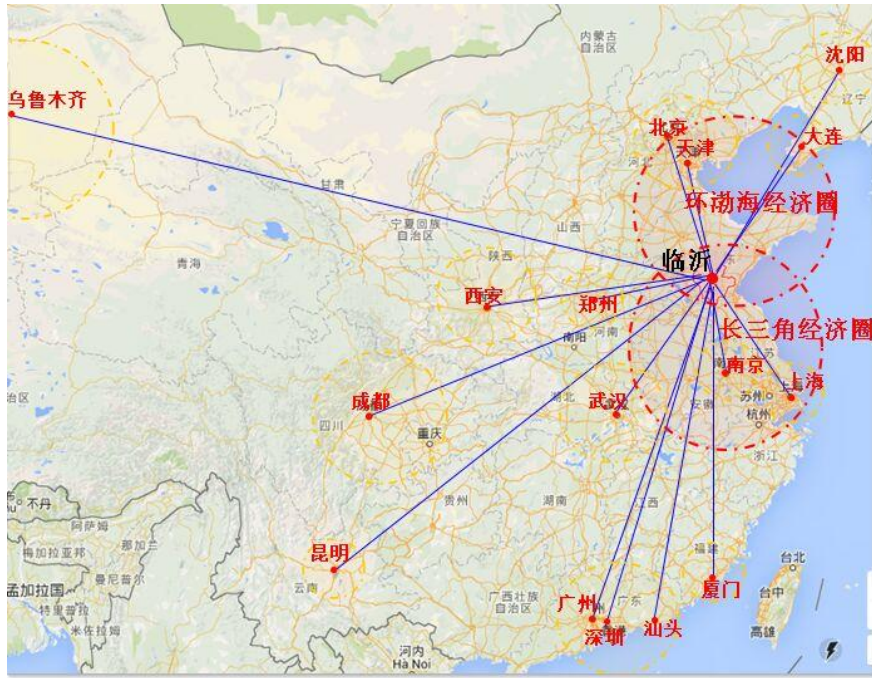


图 1 泛家居供应链智能服务平台辐射范围

本项目旨在通过泛家居供应链智能服务平台的建设,实现泛家居生态圈的体系构建与各要素的有机结合。本项目作为公司供应链服务环节的仓储资源与数据整合中心,一方面实现与公司前端互联网入口的数据交互,汇集线上垂直电商 O2O 平台、家具定制化设计平台、工程装饰设计平台的基础数据,通过大数据分析处理,形成仓储配送信息流的传导与反馈;另一方面充分发挥供应链服务功能,实现库存仓储的优化管理与泛家居产业链的资源整合,提高运营效率,为公司后续战略合作与市场拓展提供服务支持。

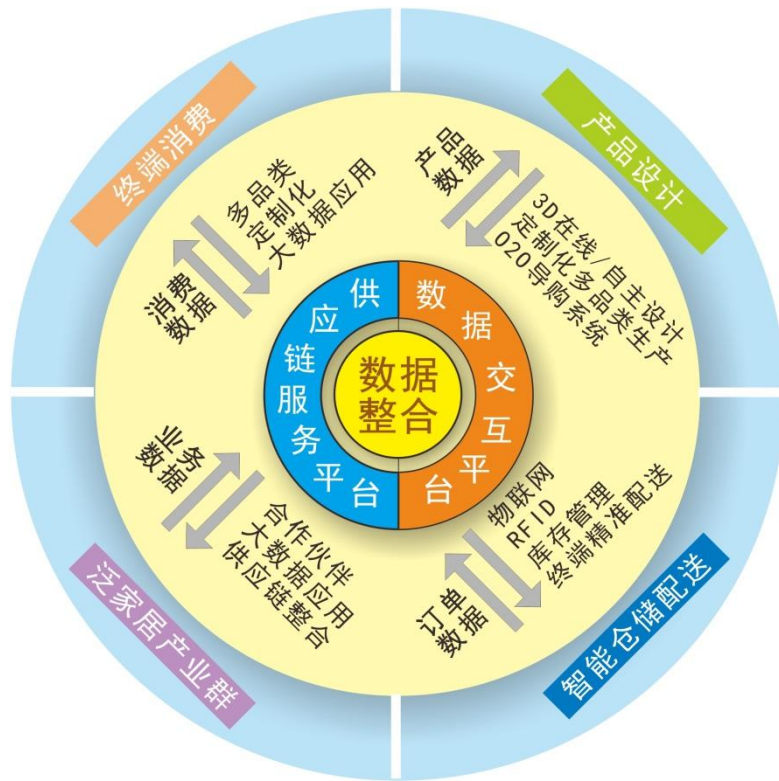


图 2 以供应链服务与数据交互平台为核心的泛家居生态圈

泛家居供应链智能服务平台项目运营模式如下：

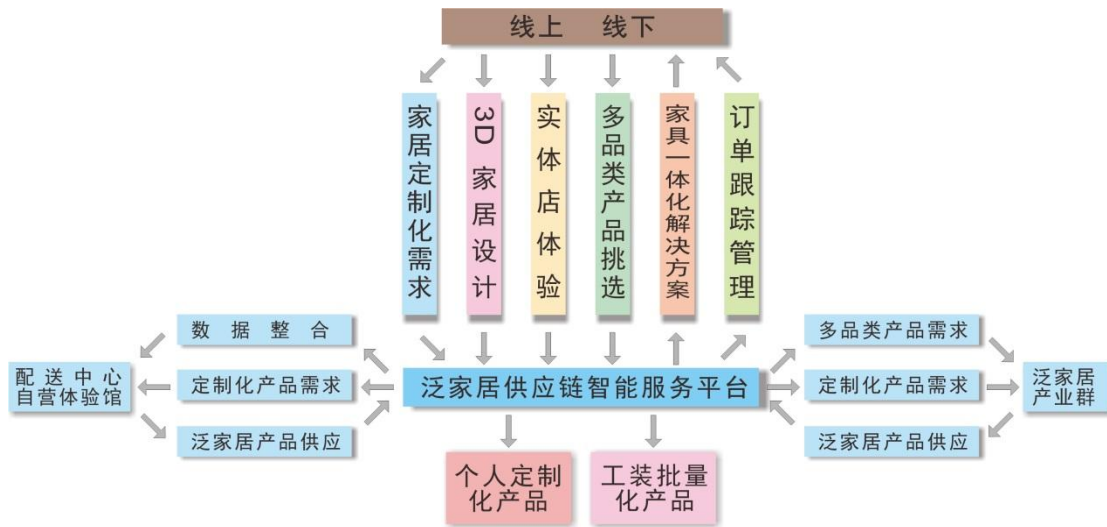


图 3 泛家居供应链智能服务平台项目运营模式

线上、线下用户通过垂直电商 O2O 平台、家具定制化设计平台、工程装饰设计平台、将家居定制化需求、3D 家居设计、多品类配套家居用品需求等信息汇总至泛家居供应链智能服务平台，由平台进行数据整合、分析、加工、处理，并给予用户一体化解决方案、订单跟踪管理等信息反馈，优化前端设计选购与后端销售服务环节的用户体验。泛家居供应链智能服务平台在用户需求信息处理的

基础上，向配送物流中心与各地体验馆提供仓储与调配信息，实现产品的最优库存与精准配送，并根据配送物流中心与体验馆的信息反馈做进一步的仓储调整与采购安排。与此同时，智能服务平台向泛家居生态圈内的产业链上下游企业传导定制化产品、多品类配套产品等需求信息，在整合公司内外资源的基础上，完成个人定制化、工装批量化产品的精准供应。

泛家居供应链智能服务平台的基本架构如下：

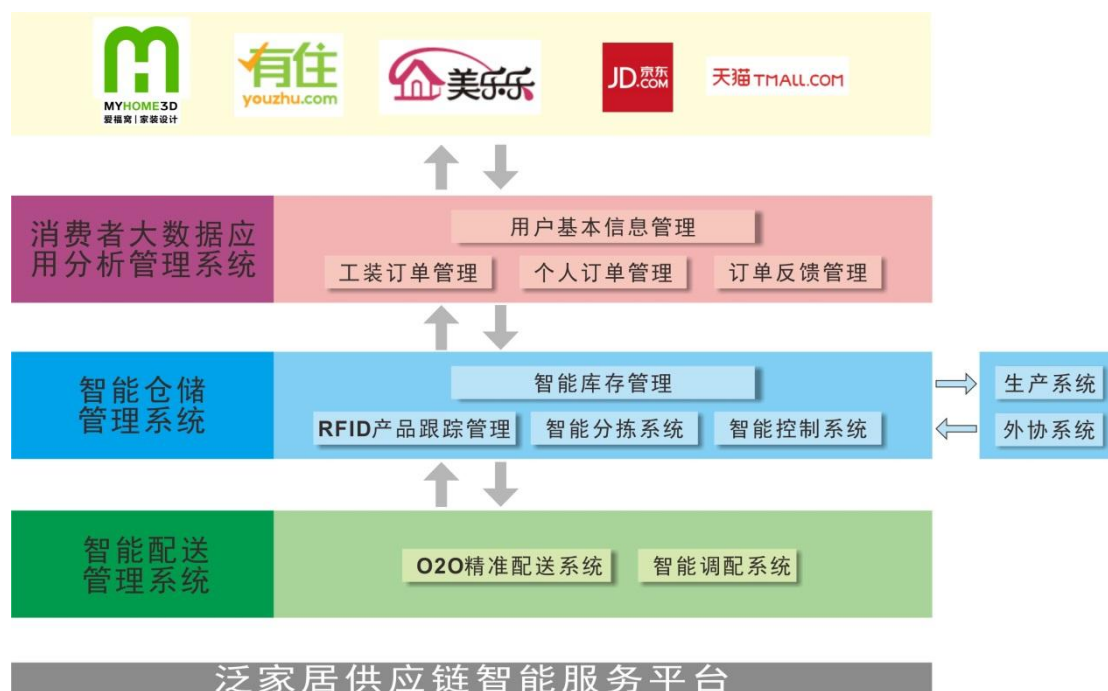


图 4 泛家居供应链智能服务平台基本架构

泛家居供应链智能服务平台主要由消费者大数据应用分析管理系统、智能仓储管理系统、智能配送管理系统三大系统架构组成。消费者大数据应用分析管理系统通过用户基本信息管理、工装订单管理、个人订单管理、订单反馈管理等子系统对美乐乐、爱福窝等互联网平台的用户数据进行汇集，利用大数据分析对用户注册基本信息、浏览商品目录、产品订单进行分析，并向前端的互联网平台与后端的仓储配送系统平台予以信息传递与反馈。智能仓储管理系统利用智能库存管理、RFID产品跟踪管理、智能分拣系统、智能控制系统的管理功能根据用户产品需求的区域分布、产品类型、生产能力、配送中心与体验馆的库存量等信息来分配订单，结合RFID技术完成产品的分拣出库以及全程监控。智能配送管理系统根据智能仓储管理系统的信息传导，完成O2O精准配送与外部供应链的智能调配。

2、项目实施背景

(1) 宏观经济环境分析

①互联网与传统产业结合进一步深化

随着互联网与传统产业结合进程正不断加快，在一些领域如零售、通信、交通、金融等已对原有产业格局产生深远的影响。互联网对传统产业的影响主要集中在两方面：一方面，客户的消费行为越来越多在网上进行和完成，促使传统企业在现有的销售模式和营销策略的基础上加快互联网布局；另一方面，互联网经济所提倡的大胆创新精神、极致的用户体验和个性化自由化解决方案将进一步影响传统企业的经营理念。

在 2015 年政府工作报告中，李克强总理强调贯彻“互联网+”，并提出制定“互联网+”行动计划，意味着国家将加大力度推动互联网对传统产业进行持续升级，其影响面将涵盖更多领域。与此同时，国家也将鼓励发展与互联网相关的信息技术，如云计算、大数据处理等。互联网及其相关技术应用在传统企业的经营管理中将进一步深化。

②智能物联网技术发展提高供应链管理效率

智能物联网技术是工业生产制造智能化（工业 4.0）中的重要组成部分，是基于互联网之上的对传统供应链体系的智能化升级，属国家大力支持发展的新一代工业技术。从行业来看，智能物联网目前主要运用于大型电商或零售企业，如沃尔玛、阿里巴巴、亚马逊等。智能物联网通过各种信息传感设备，如传感器、射频识别（RFID）技术、全球定位系统、红外感应器、激光扫描器、气体感应器等各种装置与技术，实时采集任何需要监控、连接、互动的物体或过程，采集其位置等信息。物联网与互联网结合形成一个巨大网络，智能处理物流业务体系及流程的再造，可极大程度上提高物品和资源的使用效率及物流管理水平。智能物联网在我国发展尚属起步阶段，随着技术的不断成熟，未来将能更好地企业的供应链系统形成对接。

③居民收入水平提升带动家庭消费升级

近年来，随着国民经济的快速发展，人民生活水平不断提高，对家庭消费品

的需求已经从基本的物质型满足向配套提高型发展。国家统计局数据显示，2014年国内城镇居民人均可支配收入 28,844 元，比上年增长 9.0%；2013 年全国农村居民人均可支配收入 10,489 元，比上年增长 11.2%。预计未来全国城镇居民收入仍然保持较快地稳定增长，其中，农村居民收入增长较快。随着我国城镇化工业化进程加快，居民消费类型和行为已经发生了显著的变化，大额耐用消费品如汽车、住房等开始进入普及阶段。城镇居民收入水平的持续增长和居民消费结构的升级，为家庭消费品市场增长奠定了坚实的基础。

(2) 行业发展趋势

① “互联网+” 带动泛家居消费需求改变与产业升级

在互联网信息技术的推动下，居民消费加速由网下向网上转移，据统计国内网上购物的规模已由 2006 年的 263.10 亿元增加至 2014 年的 28,145.10 亿元，复合增长率达到 68.06%。在互联网经济的浪潮下，家具制造业的营销模式也被大大拓宽，销售渠道从传统的单一线下渠道转变为线上线下一体化的 O2O 电子商务模式，其对家居产业的影响主要体现在以下几个方面：

品牌营销方面，我国家居行业目前呈现小而散的格局，客户品牌意识模糊，忠诚度较低。家居企业可借助互联网平台增加与终端消费者的直接互动，如精准广告推送，线上折扣活动等。这将有助于提升制造商在消费者中的品牌知名度和认可度，为企业长远发展打下坚实基础。

产品销售方面，互联网对传统的单一线下销售模式进行了彻底颠覆，具体体现在线下实体店向客户体验馆转型，实际销售下单移至网上电商平台。在互联网消费模式下，消费者偏好可提供一站式多品类消费体验的互联网平台，同时对个性化量身定制设计家具的需求也日益突显。

信息数据方面，互联网平台储存了大量的消费记录，为企业进行大数据分析提供了充足的原始数据来源，使家居企业能够根据客户消费偏好、习惯和特点及时调整自身战略定位。

② 物联网技术提升泛家居产业的经营效率

在家具制造业并入互联网经济的大背景下，新兴电商销售模式也向企业供应链体系提出了新的要求。互联网购物模式下的订单量大、零散、覆盖地域广且需

求高度多样化，所对应的仓储物流体系必须具备一体化智能分仓、拣选、调配、发货的能力，其信息化自动化的程度远远高于传统供应链体系。供应链升级的关键在于搭建智能物联网架构，利用 RFID、条形码等技术将家具和各类家居用品接入网络，由供应链信息控制系统统一协调管理，达到对多品类产品进行精确跟踪、智能调配的目的。

物联网技术目前处于起步阶段，IC Insights 数据显示，2014 年具备连网及感测系统功能的物联网整体产值约 483 亿美元，同比增长 21%，到 2018 年规模可望达到 1,036 亿美元，2013 年至 2018 年复合成长率也将达 21%。随着我国家具行业由粗放型向集约型转变，行业竞争日益激烈，物联网技术在家具行业的应用和普及也将是大势所趋。

③家居定制化、一体化服务的趋势日益明显

随着我国居民收入水平的持续上升，居民消费不仅在量上出现巨大增长，在质上也呈现全面升级的趋势，其在家居市场的体现为定制化家具需求的快速增长。中产阶级生活水平的提升直接带动家具消费从必要性消费转变为改善型消费，消费群体愈发关注家具本身所表达的文化内涵。与此同时，20-30 年龄层人群逐渐成为家具消费的主力，其对家具的创意、时尚及个性化要求越来越高。传统的成品家具很显然已不能满足这一新兴消费主体的个性化需求。在这一消费趋势下，定制家具的市场占有率将逐步提高。

家居消费主体向 20-30 年龄层人群转移也使家居一体化逐渐成为家居行业的主流消费趋势。家居一体化先对不同家居供应商提供的产品进行汇总整合，之后按需向终端消费者提供集室内装修设计、硬件施工、家具产品采购等一体化的综合配套销售，最大程度减少了消费者在设计、施工、装修、家具等家居要素之间的协调和搭配成本。提供家居一体化服务的通常为纯互联网家居销售平台，但近年来一些有实力的大型家具制造商也陆续在这个领域进行布局。家居一体化在保证家居整体风格协调一致的同时，为消费者提供了便捷的一站式服务体验，节省大量成本和时间，对新兴家居消费主体有较大的吸引力。

3、项目投资的必要性分析

(1) 建设泛家居供应链智能服务平台是公司应对行业发展趋势、拓展国内

市场的必然举措

随着国内经济的高速发展和生活水平的稳步提高，消费者对家居产品的空间、功能、风格等方面提出了更多个性化的要求，定制家具逐渐受到越来越多消费者的青睐。与此同时，互联网对传统家具销售模式的影响已经显现，一些家具设计平台、O2O 销售平台发展迅速，互联网越来越成为线下实体交易的前台，成为展示、引流和销售的重要平台，而线下实体店则成为网络销售平台重要的体验中心、区域售后服务平台。

报告期内，公司为了应对行业发展趋势，积极拓展内销渠道，内销收入从 2012 年 3.93 亿元，增长到 2014 年 9.22 亿元，内销收入占比从 11.79% 提升到 20.86%。此外，公司通过股权投资美乐乐等互联网家居平台，在传统营销模式的基础上新增互联网客户流量引导。虽然公司已逐步搭建起“自营体验店+O2O 电子商务平台”的销售架构，但公司的生产基地、体验馆以及互联网家居销售平台还未做到产品流、信息流的共享与联通，公司尚未构建统一的订单、仓储、配送运营平台。另一方面，定制化的家具与工业化批量生产存在一定的矛盾，而智能高效的大数据分析整合系统的构建将通过对订单进行审核、拆单、排产，使一定数量同类板材的订单合并成一个加工批次，并形成加工、分拣、分包、入库等指令，由生产部门按照优化后的批次要求生产，最终实现大规模定制的柔性化生产，从而解决定制家具需求个性化与生产规模化生产的矛盾。因此，泛家居供应链智能服务平台项目的建设是实现大规模定制化家具生产的重要环节，是公司应对国内市场竞争的重要战略举措。

(2) 建设泛家居供应链智能服务平台是公司实现“互联网+泛家居”战略发展所必须的平台支持

在传统的经营模式下，公司按照订单进行批量化生产，其产品或通过国外大型经销商，或通过国内自营店、加盟商、经销商进行销售。随着公司构建泛家居生态链战略的逐步实施，公司通过股权投资美乐乐等家居电商平台，充分整合公司优质线下门店及销售网络与家居电商平台线上流量资源，共同打造 O2O 泛家居线下开放平台店，塑造泛家居电商新业态。与家居电商平台的合作所带来的销售模式的转变必然要求公司供应链管理方式的转变，从以往的大批量商品物流运

输，逐步转变为高效、快速、灵活的精准配送，这对公司现有存货及仓储管理带来较大的挑战。公司必须快速搭建基于仓储管理的大数据分析平台，充分利用家居电商平台的网上流量信息对不同区域、不同时间点的客户需求量及需求类型进行收集、分析和预测，实现库存管理的最优化和物流配送的智能化；同时建立更为现代化的仓储基地，从订单、库存、分仓、配送等方面满足互联网与实体店销售同步运营的供应链管理新模式。因此，泛家居供应链智能服务平台的构建将通过“互联网+”充分发挥公司的产业优势，产生资源整合上的协同效应，实现向泛家居产业链的跨越式发展。

(3) 建设泛家居供应链智能服务平台有利于提高企业对供应商的管理和客户服务的能力

公司现有的信息系统可实现对供应商和总部客户的档案和流程的查询管理，但随着公司生产基地的建成投产、国内销售网络的逐步建立，特别是公司与美乐乐、爱福窝等互联网家居平台的合作，进入以线上线下相融合方式的家具个性化定制业务领域，现有系统无法有效对各个平台进行整合。在供应商管理方面，通过构建泛家居供应链智能服务平台，公司将实现供应商与企业之间信息的无缝链接，加强对采购和生产环节的计划性，提高公司对上游业务环节的控制能力和对供应商产能及进度的管理能力。除对自有供应商进行管理，公司还将为美乐乐等电商平台的供应商提供包括仓储、配送管理在内的供应链服务。鉴于电商平台往往拥有数量众多、不同类别的供应商，采购品类繁多、管理难度较大，公司通过供应链服务平台的智能升级，提供高效快捷的一站式供应链服务，将进一步整合上游资源，加快 O2O 线下开放平台的构建。在客户服务方面，通过泛家居供应链智能服务平台的大数据应用分析，使研发设计人员和市场开拓人员深入了解不同客户对各类家具的个性化需求，及时发现潜在市场，帮助销售终端及时收集客户的市场反馈，加快客户需求信息的响应速度，深层次挖掘客户需求，提高客户对品牌的忠诚度。

(4) 建设泛家居供应链智能服务平台有利于提高企业内部运营管理能力

目前，公司虽然在各大部门均实行了信息系统管理，但由于公司各个系统主要为传统业务模式服务，协同管理的效率不高，随着公司泛家居生态链的构建、

通过互联网以及 O2O 模式的销售规模不断扩大，各个互联网销售平台的需求日趋复杂，公司需要一套先进的集成化供应链系统来优化、完善业务流程，支撑互联网销售平台的管理需求。通过建立全面、完整的集中式供应链智能服务平台，不仅实现订单信息及时汇总，还使销售、生产、仓库、物流的信息能够互联互通，实现销售中各个环节信息流、工作流的融合，确保销售以及营运信息全面快速反馈到管理层，从而加强公司对各个互联网销售平台以及自营体验店的管控力度，有效提升公司内部运营管理能力。

(5) 建设泛家居供应链智能服务平台有利于提高企业决策分析能力

随着公司业务规模的不断扩大，面对的外部市场环境日益复杂，经营风险也有所提高，公司管理层对提高战略分析能力和决策质量的要求越来越强烈。通过建设泛家居供应链智能服务平台，应用大数据分析与处理技术，整合分布于公司研发、生产、销售、仓库等系统的业务数据，在公司建立统一的销售和供应链数据信息平台，利用相关的数据分析挖掘模型，为公司管理层的决策和战略规划提供高质量的全面的精准的定量分析依据，使公司决策层及时了解运营状况、市场营销情况和大众消费趋势，运用信息化手段提高决策分析能力，从而有效提高决策的质量，增强公司的竞争力。

4、项目投资的可行性

(1) 家居产业发展前景良好

随着近年来全球家具需求的增加及全球进口家具市场的开放，全球的家具进出口贸易额保持稳定增长态势。中国作为世界家具产业的出口大国，出口量近年来保持快速增长。2004-2014 年，我国家具及其零件出口金额由 101.67 亿美元增加到 520.22 亿美元，年复合增长率近 20%。与此同时，随着国民经济的持续增长和居民可支配收入的不断提高，国内居民消费升级不断推进，我国家具消费市场处在高速发展阶段。2004 年至 2014 年，我国家具市场销售额由 693.83 亿元增长到 6,462.75 亿元，年复合增长率超过 20%，高于社会消费品零售总额 15% 左右的年复合增长率。公司在良好的产业发展环境下，把握市场契机，通过构建泛家居供应链智能服务平台，支持公司一体化产业链经营体系，全面推进“互联网+泛家居”一体化战略布局。

(2) 公司拥有优质的战略合作平台

截至本预案签署日，公司已与美乐乐家居电商平台形成股权与业务等多方面战略合作关系。美乐乐是国内知名的以 O2O 经营模式运营家具销售和家居服务的电子商务运营商，其运营的“美乐乐家居网”是中国网上家居产品销售领域的领先品牌，是中国家居领域最受消费者欢迎和最具行业影响力的电子商务网站之一，也是中国领先的家居电商 O2O 平台。通过与美乐乐的战略合作，公司将整合电商平台线上引流与线下实体体验馆的优势资源，共同打造 O2O 泛家居线下开放平台店，并吸纳第三方品牌入驻，丰富公司线上与线下的产品品类，从而突破传统家具企业单一品类产品销售的局限，由单纯提供产品向提供家居一体化服务方向转变，进一步满足消费者定制化与一站式采购的需求。与此同时，美乐乐将为公司投资建设的泛家居供应链智能服务平台项目提供平台 IT 技术支持，负责平台技术架构设计及软件开发、测试、运维，提供平台大数据分析技术服务。

(3) 公司具备良好的信息化管理基础

公司自成立以来非常注重信息化系统的建设，2000 年开始使用傲鹏信息管理系统，主要用于木地板的生产管理。2005 年建立公司 ERP 信息商务中心，2007 年针对家具产品的生产开发“工厂综合信息管理系统”，可以对各工序、计件计算工资，实现精细化管理。财务信息化方面，公司于 2002 年引进金蝶 K/3 财务管理软件，并于 2009 年升级到金蝶 K/3 的 11.0 版本。公司通过近 10 年的信息化建设，培养了一批核心的技术骨干，既熟悉公司的业务流程，又深刻了解公司信息化建设的关键点，对公司建设泛家居供应链智能服务平台所需要的信息化技术支持做好了充分准备，为本项目的实施提供了有力的人才保障。

(二) 补充公司营运资金

1、项目投资的必要性分析

(1) 实现“互联网+泛家居”一体化战略布局需要充足的资金保障

在国内消费升级、家居市场快速增长的背景下，公司借助其在领域的品牌知名度和资源优势积极扩大国内市场，在现有业务的基础上积极推进“互联网+泛家居”一体化战略，全力打造“网络家居”平台，引领家居行业服务提升与变革，

不断探索以“互联网+”推动商业模式重构。公司目前已形成以艾梵蒂（Avandeo）定制家居平台、多维尚书多功能家居平台、爱福窝云技术平台为基础的“泛家居”平台体系。未来，公司一方面将通过与美乐乐打造 O2O 泛家居线下开放平台，利用公司实体渠道资源和“美乐乐家居网”的流量资源优势，对线下大型家居体验馆实体店进行互联网化改造，吸纳第三方品牌入驻，塑造泛家居电商新业态；另一方面，公司借助海尔家居“有住网”互联网家装平台，切入家装工程市场，与已构建的前端在线家装设计、家居产品生产制造资源互补，形成“泛家居”生态圈闭环。未来，公司将以 O2O 开放平台与互联网家装作为入口，汇聚庞大的高精度、强黏性的客户群体，在构建“泛家居”产业链的基础上提供大数据、智能家居、互联网金融等增值服务，创造新的利润增长点。通过本次非公开发行募集资金，可以不断扩大公司规模和实力增加公司营运资金，为公司进行“互联网+泛家居”一体化战略布局提供充足的资金保障。

（2）适度补充流动资金有助于公司缓解营运资金压力，保持主营收入增长

公司通过首次公开发行及后续非公开发行股票与向原股东配售股份，迅速增强了公司资金实力。通过募集资金的运用，公司产品结构逐步多样化，高附加值产品的生产规模扩大，国内营销网络布局逐步完善，技术创新能力进一步提升，综合竞争力大大增强，销售收入呈快速增长态势。但是，随着公司营业收入的快速增长，公司营运资金需求增大。未来，随着公司规模产业化发展战略推进，预计主营收入仍将保持较快增长，营运资金需求将进一步扩大。通过本次非公开发行股票募集资金补充流动资金，将有利于促进公司发展目标的实现。

（3）通过募集资金降低财务费用，提高持续盈利能力

报告期各期末，公司对银行的债务总额分别为 170,267.22 万元、176,994.61 万元、273,721.92 万元、334,282.57 万元。具体如下：

单位：万元

项目	2015.06.30	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31
短期借款	316,282.57	254,721.92	157,197.11	170,267.22
一年内到期的非流动负债	1,750.00	2,750.00	1,797.50	-
长期借款	16,250.00	16,250.00	18,000.00	-

合计	334,282.57	273,721.92	176,994.61	170,267.22
----	------------	------------	------------	------------

由上表可以看出，报告期内公司对银行的债务融资规模逐步增长。通过本次非公开发行股票募集资金，公司流动资金压力将得到一定程度缓解，从而满足公司业务快速发展对资金的需求；同时以股权融资的方式替代债务融资，可减少财务费用，进一步提高公司持续盈利能力，降低公司的财务风险。

2、项目投资的可行性

本次非公开发行股票募集资金部分用于补充流动资金符合相关法律法规和政策的规定，在法律上是切实可行的。同时，本次募集资金补充流动资金的规模系根据公司现有的资金情况、实际营运资金需求量，以及公司未来一段时期战略发展、研发投入和日常生产升级改造方面的资金需求，整体规模适当，既满足了公司发展的资金需求，也避免了对股东权益的过分摊薄，在经济上是切实可行的。

三、本次非公开发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响

公司通过本次非公开发行可进一步提高公司的资源整合能力与运营效率，有利于扩大市场份额，发展各项主营业务，增加公司资本实力，为公司持续发展奠定坚实的基础。公司将借助在家居行业的品牌知名度，不断进行产业链的延伸、业务模式的升级，丰富公司产品层次，实现跨越式发展。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行股票募集资金到位后，公司总资产及净资产将相应增加，公司的资金实力、抗风险能力和持续发展能力将得以提升。本次募集资金用于补充流动资金后，公司流动资金压力将得到一定程度缓解，从而满足公司业务快速发展对资金的需求；同时以股权融资的方式替代债务融资，可减少财务费用，公司持续盈利能力进一步提高。

四、本次募集资金投资项目取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序

本次募集资金用于投资建设的泛家居供应链智能服务平台项目正在履行备案、环评等报批事项。本次非公开发行股票的相关议案经公司董事会会议审议通过后，尚需公司股东大会表决通过，并经中国证监会核准后方可实施。在获得中国证监会核准后，公司将向中国证券登记结算有限公司和上海证券交易所申请办理股票发行和上市事宜，完成本次非公开发行股票全部呈报批准程序。

广东省宜华木业股份有限公司董事会

2015年8月26日