

茶花现代家居用品股份有限公司

Chahua Modern Housewares Co., Ltd.

(福州市晋安区鼓山镇蕉坑路 168 号)

首次公开发行股票

招股意向书摘要



保荐机构(主承销商)



(四川省成都市东城根上街 95 号)

发行人声明

本招股意向书摘要的目的仅为向公众提供有关本次发行的简要情况，并不包括招股意向书全文的各部分内容。招股意向书全文同时刊载于 <http://www.cninfo.com.cn>。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读招股意向书全文，并以其作为投资决定的依据。

投资者若对本招股意向书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股意向书及其摘要的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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意向书及其摘要中财务会计资料真实、完整。

保荐人承诺因其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，其将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或者投资者的收益做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。

释 义

在本招股意向书中，除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一、普通术语：		
发行人、本公司、公司、股份公司、茶花股份	指	茶花现代家居用品股份有限公司
茶花有限、有限公司、公司	指	公司前身福建茶花家居塑料用品有限公司（原名“福州远洋塑料用品有限公司”）
连江茶花	指	茶花家居塑料用品（连江）有限公司，本公司全资子公司
太誉兰馨	指	北京太誉兰馨投资中心（有限合伙），本公司股东之一
世纪远洋	指	福州世纪远洋包装材料有限公司
陈氏家族	指	发行人实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生五人
本次发行	指	茶花现代家居用品股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票
本招股意向书	指	《茶花现代家居用品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》
公司章程	指	茶花现代家居用品股份有限公司章程
公司章程（草案）	指	茶花现代家居用品股份有限公司章程（草案，上市后适用）
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》
A股	指	境内上市人民币普通股
元	指	人民币元
报告期	指	2013年度、2014年度、2015年度、2016年1-6月
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
保荐机构、主承销商、国金证券	指	国金证券股份有限公司
发行人律师、至理所	指	福建至理律师事务所
发行人会计师、福建华兴	指	福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）
二、专用术语：		
塑料	指	以高分子量的合成树脂为主要组分，加入适当添加剂经加工成型的塑性（柔韧性）材料，或固化交联形成的刚性材料
PP	指	聚丙烯，是通用塑料中最轻的一种，具有优良的化学稳定性和耐

		热性能，且无毒，对人体不会产生危害
PE	指	聚乙烯，按照聚合结构不同，又可分为三大类：低密度聚乙烯（LDPE）、线型低密度聚乙烯（LLDPE）、高密度聚乙烯（HDPE），其用途十分广泛，是目前合成树脂中产量最大的品种
ABS	指	丙烯腈-丁二烯-苯乙烯，具有优良的力学性能，冲击强度极好，可以在极低的温度下使用
PC	指	聚碳酸酯，具有冲击强度高、尺寸稳定性好、无色透明的特点
PS	指	聚苯乙烯，电绝缘性优良，无色透明，透光率仅次于有机玻璃
Tritan	指	Tritan Copolyester，新一代共聚酯，在聚合生产过程中无BPA(双酚-A)成分，在使用过程中也不会释放BPA
注塑	指	将熔融的塑料利用压力注进塑料制品模具中，冷却成型得到各种成型塑料件
吹塑	指	借助于气体压力使闭合在模具中的热熔型坯吹胀形成中空制品
吹膜	指	将塑料粒子加热融化再吹成薄膜的一种塑料加工工艺
终端	指	产品销售渠道的最末端，是产品到达消费者完成交易的最终端口，是商品与消费者面对面展示和交易的场所
KA	指	在营业面积、客流量等方面满足一定标准的较大规模的终端
QS	指	全国工业产品生产许可证标志的缩写
ISO9001	指	ISO9000族标准所包括的一组质量管理体系核心标准之一，用于证实组织具有提供满足顾客要求和适用法规要求的产品的能力
ISO14001	指	国际标准化组织制定的环境管理体系国际标准
OHSAS18001	指	职业健康安全管理体系，是由英国标准协会、挪威船级社等组织联合推出的国际性标准

本招股意向书摘要中若出现总计数与所列数值总和不符，均为四舍五入所致。

第一节 重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股意向书“风险因素”章节的全部内容全文，并特别注意下列重大事项及公司风险。

一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司股东陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生承诺：自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次发行前已持有的公司股份，也不向公司回售本人持有的上述股份；所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于公司首次公开发行股票时的发行价；在公司股票上市后 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，或者公司股票上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人在公司首次公开发行股票前所持股份的锁定期限自动延长 6 个月。如果因公司派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，上述发行价须按照证券交易所的有关规定作相应调整。

公司股东北京太誉兰馨投资中心(有限合伙)、李小军承诺：在公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其在本次发行前已持有的公司股份，也不向公司回售其持有的上述股份。

公司董事、高级管理人员陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福承诺：除前述锁定期外，在本人担任公司的董事、监事或高级管理人员职务期间，本人每年转让的公司股份数量不超过本人所持有的公司股份总数的 25%；在本人离职后 6 个月内，不转让本人所持有的公司股份。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

二、招股意向书信息披露的相关承诺

1、相关主体承诺

发行人承诺：若本次公开发行股票招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将及时提出股份回购预案，并提交董事会、股东大会讨论和审议，依法回购公司首次公开发行的全部新股（不含原股东公开发售的股份），回购价格按照发行价（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息

事项的，发行价应相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律、法规、公司章程等另有规定的，从其规定。

若因公司本次公开发行股票的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

上述违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

发行人实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生承诺：若本次公开发行股票的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致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，将依法购回首次公开发行时本人已转让的发行人原限售股份（如有），购回价格按照发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规及公司章程等规定的程序实施。在实施上述股份购回时，如法律、法规、公司章程等另有规定的，从其规定。

若因发行人本次公开发行股票的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人董事、监事、高级管理人员承诺：若因本次公开发行股票的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

2、公告程序

若本次公开发行股票的招股意向书被中国证监会、公司上市所在证券交易所或司法机关认定为有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，在公司收到相关认定文件后 2 个交易日内，相关各方应就该等事项进行公告，并在前述事项公告后及时公告相应的回购新股、购回股份、赔偿损失的方案的制定和进展情况。

3、约束措施

（1）若上述回购新股、购回股份、赔偿损失承诺未得到及时履行，公司将

及时进行公告，并将在定期报告中披露公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员关于回购新股、购回股份以及赔偿损失等承诺的履行情况以及未履行承诺时的补救及改正情况。

(2) 发行人实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生以其在前述事实认定当年度或以后年度公司利润分配方案中其享有的现金分红作为履行承诺的担保，若其未履行上述购回股份或赔偿损失的义务，则其所持的公司股份不得转让。

(3) 发行人董事、监事及高级管理人员以其在前述事实认定当年度或以后年度通过其持有公司股份所获得的现金分红作为履行上述承诺的担保。

三、稳定公司股价预案及相关方承诺

经公司第一届董事会第九次会议、2015 年第一次临时股东大会审议通过，公司股票上市后三年内股票价格低于每股净资产（每股净资产=最近一期经审计的净资产÷公司股份总数，下同）时，公司将采取股价稳定预案，具体如下：

1、启动股价稳定预案的条件

自公司股票上市之日起三年内，每年首次出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因公司派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照上海证券交易所的有关规定作相应调整，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产时，公司将启动稳定公司股价的预案。

2、稳定股价预案的具体措施及顺序

当启动稳定股价预案的条件成就时，公司及相关主体将按下列顺序及时采取相应措施稳定股价：

(1) 公司回购股票

公司为稳定股价之目的回购股份，应符合相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

公司董事会对回购股份作出决议，公司董事承诺就该等回购事宜在董事会上投赞成票。

公司股东大会对回购股份作出决议，该决议须经出席股东大会会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生承诺就该等回购事宜在股东大会上投赞成票。

公司为稳定股价进行股份回购时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：①公司回购股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；②单一会计年度用以稳定股价的回购资金累计不低于上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%；③单一会计年度用以稳定股价的回购资金累计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%。

（2）实际控制人增持公司股票

当下列任一条件成就时，公司实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生应在符合相关法律、法规及规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：①公司回购股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日每日公司股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产；②公司回购股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价预案的条件被再次触发。

实际控制人为稳定股价增持股票时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：①实际控制人增持股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；②实际控制人单次用于增持股份的资金金额不低于其上一会计年度自公司所获得税后现金分红金额的 20%；③实际控制人单一会计年度用于增持股份的资金金额不超过其上一会计年度自公司所获得税后现金分红金额的 100%。

实际控制人承诺在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

（3）董事、高级管理人员增持公司股票

当下列任一条件成就时，在公司领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员应在符合法律、法规及规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：①实际控制人增持股份方案实施完毕之次日起的连续 10 个交易日每日公司股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产；②实际控制人增持股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内启动稳定股价预案的条件被再次触发。

有增持公司股票义务的公司董事、高级管理人员为稳定股价增持股票时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：①增持股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；②用于增持股份的资金不少于董事、高级管理人员上年度税后薪酬总和的 20%，但不超过董事、高级管理人员上年度税后薪酬总和的 50%。

有增持公司股票义务的公司董事、高级管理人员承诺，在增持计划完成后的6个月内将不出售所增持的股份。

公司未来若有新选举或聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员且其从公司领取薪酬的，均应当履行公司首次公开发行股票并上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。公司将促使该等新选举或新聘任的董事和高级管理人员根据本预案及相关约束措施出具承诺书。

3、稳定股价措施的启动程序

公司回购股票：（1）公司董事会应在上述公司回购股份启动条件触发之日起的15个交易日内作出回购股份的决议；（2）公司董事会应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）公司应在股东大会做出决议并履行相关法定手续之次日起开始启动回购，并在30个交易日内实施完毕；（4）公司回购方案实施完毕后，应在2个交易日内公告公司股份变动报告，并在10日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

实际控制人及董事、高级管理人员增持股票：（1）公司董事会应在实际控制人及董事、高级管理人员增持公司股票条件触发之日起2个交易日内发布增持公告；（2）实际控制人及董事、高级管理人员应在作出增持公告并履行相关法定手续之次日起开始启动增持，并在15个交易日内实施完毕。

4、稳定股价预案的终止条件

自稳定股价方案公告之日起，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

（1）公司股票连续10个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产。

（2）继续回购或增持公司股份将导致公司不符合上市条件。

（3）继续增持股票将导致实际控制人及/或董事及/或高级管理人员需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

5、约束措施

（1）若公司违反上市后三年内稳定股价的承诺，则公司应：①在股东大会及中国证监会指定媒体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，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；②因未

能履行该项承诺造成投资者损失的，本公司将依法向投资者进行赔偿。

(2) 若实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生违反上市后三年内稳定股价的承诺，则其应：①在股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；②实际控制人所持限售股锁定期自期满后延长六个月，并将其最近一个会计年度从公司分得的税后现金股利返还给公司。如未按期返还，公司可以从之后发放的现金股利中扣发，直至扣减金额累计达到应履行稳定股价义务的最近一个会计年度其从公司已分得的税后现金股利总额。

(3) 若有增持义务的公司董事、高级管理人员违反上市后三年内稳定股价的承诺，则其应：①在股东大会及中国证监会指定媒体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，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；②公司应当自相关当事人未能履行稳定股价承诺当月起，扣减其每月税后薪酬的 20%，直至累计扣减金额达到应履行稳定股价义务的最近一个会计年度其从公司已获得税后薪酬的 20%。

四、主要股东减持意向

1、公司实际控制人减持意向

本次发行前，公司实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生分别持有公司 19.94%、37.69%、17.95%、8.98%和 7.18%的股份，合计持有公司 91.74%的股份，其持股及减持意向如下：

(1) 公司实际控制人力主通过长期持有公司股份以实现和确保其对公司的控制权，进而持续地分享公司的经营成果。因此，公司实际控制人具有长期持有公司股份的意向。

(2) 在公司股票上市后三年内不减持公司股份。

(3) 在公司股票上市三年后的两年内减持公司股份的，减持价格不低于发行价，且每年减持数量不超过届时持股数的 20%。若公司股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价和减持数量相应调整。

(4) 在其实施减持时且其仍为持有公司 5%以上股份的股东时，至少提前五个交易日告知公司，并积极配合公司的公告等信息披露工作。

2、太誉兰馨减持意向

本次发行前，太誉兰馨持有公司 5.26%的股权，其持股及减持意向如下：

(1) 公司股票上市后一年内不减持公司股份。

(2) 在其实施减持时且其仍为持有公司 5%以上股份的股东时，至少提前五个交易日告知公司，并积极配合公司的公告等信息披露工作。

五、公司股东公开发售股份对公司控制权、治理结构及生产经营等产生的影响

本次公开发行股票前，公司实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生分别持有发行人 19.94%、37.69%、17.95%、8.98%和 7.18%的股份，合计持有发行人 91.74%的股份。本次发行完成后，公司公开发行的股份数量不低于公司发行后股份总数的 25%，既包括公开发行的新股，也包括公司原股东公开发售的股份，其中公司股东公开发售股份总数不超过 3,000 万股。预计本次发行后，陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生合计仍将持有公司 51%以上股份，仍为公司实际控制人；同时，本次发行后公司董事会和高级管理人员均不发生重大变化，对公司治理结构及生产经营不产生重大影响。

六、本次发行相关机构的承诺

国金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，本保荐机构将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失。

国金证券股份有限公司承诺：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，将先行赔偿投资者损失。

福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：如果因本事务所的执业行为存在过错，导致本事务所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，本事务所将依照相关法律法规的规定对该等投资者承担相应的民事赔偿责任。

福建至理律师事务所承诺：若因本所的执业行为存在过错，导致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，本所将依法赔偿投资者的损失。

七、本次发行后公司的股利分配政策和发行前滚存利润的分配方案

(一) 本次发行后，公司的股利分配政策如下：

1、公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份数额获得股利和其他形式的利润分配。公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，公司利润分配政策应保持连续性和稳定性。

2、公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配股利。公司可以进行中期现金分红。

3、在保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大投资计划或重大资金支出等事项（募集资金投资项目除外）发生，并且公司年度盈利且在弥补以前年度亏损、提取法定公积金后仍有剩余时，公司应当以现金方式分配股利，公司每年以现金方式累计分配的利润应不少于该年实现的可供分配利润的20%。

在利润分配方式中，相对于股票股利，公司优先采取现金分红的方式。在公司经营状况良好，且董事会认为公司每股收益、股票价格、每股净资产等与公司股本规模、股本结构不匹配时，公司可以在满足上述现金分红比例的前提下，同时采取发放股票股利的方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应当充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

4、在定期报告公布前，公司管理层、董事会应当在充分考虑公司持续经营能力、保证正常生产经营及业务发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配预案。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。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。

公司董事会拟订具体的利润分配预案时，应当遵守我国有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件和公司章程规定的利润分配政策。公司董事会审议通过利润分配预案并在定期报告中公告后，提交股东大会审议。董事会在审议利润分配预案时，需经全体董事过半数同意，且经二分之一以上独立董事同意方为通过。

公司在上一会计年度盈利且在弥补以前年度亏损、提取法定公积金后仍有剩

余，但公司董事会在上一会计年度结束后未提出现金分红方案的，应当征询独立董事的意见，并在定期报告中披露未提出现金分红方案的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事还应当对此发表独立意见并公开披露；公司在召开股东大会时除现场会议外，还应当向股东提供网络形式的投票平台。

5、如果存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

6、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要或因外部经营环境、自身经营状况发生较大变化，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。公司董事会在研究论证调整利润分配政策的过程中，应当充分考虑独立董事和中小股东的意见。有关调整利润分配政策的议案中应详细论证和说明原因。董事会在审议有关调整利润分配政策的议案时，需经全体董事过半数同意，且经二分之一以上独立董事同意方为通过。对公司章程规定的利润分配政策进行调整或变更的，应当经董事会审议通过后方能提交股东大会审议，且公司应当提供网络形式的投票平台为股东参加股东大会提供便利。股东大会在审议利润分配政策的调整或变更事项时，应当经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。

本次发行后，公司将继续实行持续、稳定和积极的利润分配政策，遵循给予投资者合理投资回报并兼顾公司可持续发展的原则，采用现金、股票或者法律允许的其他方式向股东分配利润，并承诺每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。根据公司 2015 年第一次临时股东大会审议通过的《未来三年（2015-2017 年度）股东分红回报规划》，公司计划未来三年每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。

有关公司的股利分配政策和未来分红规划具体情况参见本招股意向书“第十四节 股利分配政策·二、本次发行后股利分配政策”和“第十一节 管理层讨论与分析·五、公司未来的分红回报规划”。

（二）本次发行前滚存利润的分配方案

根据公司 2015 年第一次临时股东大会决议，如本次发行成功，本次发行前滚存的未分配利润，由公司首次公开发行股票后登记在册的所有股东按照发行后持股比例共同享有。截至 2016 年 6 月 30 日，公司经审计的未分配利润为 25,902.00 万元（按母公司财务报表口径）。

八、本次发行摊薄即期回报有关事项

(一) 本次发行对即期回报摊薄的影响

1、主要前提和假设

①假设宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化。

②假设本次发行于 2016 年 11 月 30 日实施完毕。该完成时间仅为估计，最终以实际发行完成时间为准。

③不考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（例如财务费用、投资收益）等的影响。

④本次发行股份数量为上限为 6,000.00 万股，假设本次发行新股 6,000.00 万股且本次发行前的公司股东无公开发售股份（即“老股转让”）的情形，发行完成后公司总股本将增至 24,000.00 万股，该发行股数最终以实际发行的股份数量为准；本次发行募集资金总额上限为 61,800.00 万元，未考虑扣除发行费用的影响，最终以实际发行完成情况为准。

⑤2013 年度、2014 年度和 2015 年度，公司未实施现金分红，假设在 2016 年内公司不实施现金分红、不送股也不实施公积金转增股本。

⑥在预测 2016 年末归属于母公司普通股股东净资产时，仅考虑本次发行募集资金总额、归属于母公司普通股股东的净利润与现金分红情况对净资产的影响。

⑦在预测 2016 年末总股本和计算基本每股收益时，仅考虑本次发行对总股本的影响，不考虑 2016 年度内发生的除权除息及其他可能产生的股份变动事宜。

⑧免责声明：以上假设及关于本次发行前后公司主要财务指标的情况，仅为测算本次发行产生的即期回报摊薄效应，不代表公司对 2016 年度经营情况及趋势的判断，不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、本次发行对公司每股收益和加权平均净资产收益率的影响

基于上述主要前提和假设以及公司的基本情况，公司测算了不同盈利情形下本次发行摊薄股东即期回报对主要财务指标的影响，具体情况如下表所示：

项目	2015 年度/2015 年末	2016 年度/2016 年末	
		发行前	发行后

股本总额(万股)	18,000.00	18,000.00	24,000.00
情形 1: 假设 2016 年净利润与 2015 年持平			
归属于公司普通股股东净利润(万元)	9,014.36	9,014.36	9,014.36
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东净利润(万元)	8,742.51	8,742.51	8,742.51
期末归属于公司普通股股东净资产(万元)	74,439.34	83,453.70	145,253.70
每股净资产(元/股)	4.14	4.64	6.05
基本每股收益(元/股)	0.50	0.50	0.49
扣除非经常性损益后基本每股收益(元/股)	0.49	0.49	0.47
稀释每股收益(元/股)	0.50	0.50	0.49
扣除非经常性损益后稀释每股收益(元/股)	0.49	0.49	0.47
加权平均净资产收益率(%)	12.89%	11.42%	10.72%
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率(%)	12.50%	11.07%	10.40%
情形 2: 假设 2016 年净利润较 2015 年增长 5%			
归属于公司普通股股东净利润(万元)	9,014.36	9,465.08	9,465.08
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东净利润(万元)	8,742.51	9,179.63	9,179.63
期末归属于公司普通股股东净资产(万元)	74,439.34	83,904.42	145,704.42
每股净资产(元/股)	4.14	4.66	6.07
基本每股收益(元/股)	0.50	0.53	0.51
扣除非经常性损益后基本每股收益(元/股)	0.49	0.51	0.50
稀释每股收益(元/股)	0.50	0.53	0.51
扣除非经常性损益后稀释每股收益(元/股)	0.49	0.51	0.50
加权平均净资产收益率(%)	12.89%	11.96%	11.22%
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率(%)	12.50%	11.59%	10.89%
情形 3: 假设 2016 年净利润较 2015 年增长 10%			
归属于公司普通股股东净利润(万元)	9,014.36	9,915.79	9,915.79
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东净利润(万元)	8,742.51	9,616.76	9,616.76
期末归属于公司普通股股东净资产(万元)	74,439.34	84,355.14	146,155.14
每股净资产(元/股)	4.14	4.69	6.09
基本每股收益(元/股)	0.50	0.55	0.54
扣除非经常性损益后基本每股收益(元/股)	0.49	0.53	0.52
稀释每股收益(元/股)	0.50	0.55	0.54
扣除非经常性损益后稀释每股收益(元/股)	0.49	0.53	0.52
加权平均净资产收益率(%)	12.89%	12.49%	11.73%
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率(%)	12.50%	12.11%	11.37%

- 注：1、每股净资产=期末归属于母公司普通股股东的净资产÷总股本；
- 2、本次发行前基本每股收益=当期归属于母公司普通股股东的净利润÷发行前总股本；
- 3、本次发行后基本每股收益=当期归属于母公司普通股股东的净利润÷（发行前总股本+本次新增发行股份数×发行月份次月至年末的月份数÷12）；
- 4、本次发行前加权平均净资产收益率=当期归属于母公司普通股股东的净利润÷（期初归属于母公司普通股股东的净资产+当期归属于母公司普通股股东的净利润÷2-本期现金分红×分红月份次月至年末的月份数÷12）；
- 5、本次发行后加权平均净资产收益率=当期归属于母公司普通股股东的净利润÷（期初归属于母公司普通股股东的净资产+当期归属于母公司普通股股东的净利润÷2-本期现金分红×分红月份次月至年末的月份数÷12+本次发行募集资金总额×发行月份次月至年末的月份数÷12）；
- 6、期末归属于母公司普通股股东的净资产=期初归属于母公司普通股股东的净资产-本期现金分红+本期归属于母公司普通股股东的净利润+本次发行募集资金总额。

（二）本次发行的必要性与合理性

本次发行募集资金拟投资于公司之全资子公司茶花家居塑料用品(连江)有限公司的“家居塑料用品新建项目”、“婴童用品新建项目”和公司的“研发中心建设项目”。募集资金投资项目有助于公司缓解产能瓶颈、巩固和提高市场地位、提高自动化生产水平和设备加工精度、完善产品结构、加大新品研发力度、保证产品品质、缩小与国际知名品牌的差距。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

本次募集资金拟投资项目与公司主营业务关系紧密。家居塑料用品新建项目建成投产后，将扩大公司现有产品产能、缓解产能瓶颈。公司目前婴童产品系列不够丰富、关键单品缺失，婴童用品新建项目能丰富和完善公司的产品结构。公司建设研发中心，有助于强化公司新品研发优势、提高产品品质，提升公司产品的竞争力。

公司专注经营日用塑料制品为主的家居用品多年，积累了较强的研发优势、产品优势、营销优势、品牌优势，在主营业务上有很好的人员、技术、市场等方面的储备。本次募集资金拟投资项目和公司主营业务关系紧密，公司为募集资金投资项目储备充分。

（四）填补即期回报的具体措施

为维护广大投资者的利益，降低即期回报被摊薄的风险，增强对股东利益的回报，公司将采取以下措施填补即期回报。

1、积极推进实施公司发展战略，提高公司核心竞争力

公司以“永恒的品质、永远的创新”为经营理念，发挥公司研发优势、产品优势以及营销渠道优势，制定了“品牌立体化、渠道多元化、产品线多样化”的企业战略，用更好的产品体验，为消费者创造更大价值。

2、加大研发投入，不断推出有竞争力的新品

公司高度重视技术创新与新品研发，这是公司内生增长的重要源动力。未来公司将依托本次募集资金投资建设的研发中心，着力建设工业设计、产品结构设计、模具结构设计、平面设计 4 个技术平台，增强公司自主创新能力。

未来三年，公司将重点开发杯壶类产品、清洁用品和一次性产品、婴童用品、电商专供品等产品，增加公司盈利增长点，提升公司持续盈利能力。

3、围绕营销“专业化、精细化、多元化”，进一步提升公司营销能力

围绕营销队伍专业化，公司通过内部培养、外部引进方式，吸纳优秀的营销人才，为营销渠道各环节提供强大的销售支持和高水平的服务。围绕营销运作精细化，公司在营销网络的广度和深度上进行挖潜，实现营销渠道的逐步下沉，不断提升营销的精细化程度。围绕营销渠道多元化，公司将加大对电子商务、外贸业务和团购业务的开拓力度，培育新的业绩增长点。

4、强化募集资金管理，提高募集资金使用效率

公司已制定《募集资金使用管理办法》，本次发行募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况，确保募集资金的使用合法合规。

公司将通过有效运用本次募集资金，改善融资结构，提升盈利水平，进一步加快既有项目效益的释放，增厚未来收益，增强可持续发展能力，以填补股东即期回报下降的影响。

5、进一步完善利润分配政策，优化投资者回报机制

根据中国证券监督管理委员会发布的《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》等文件的要求，公司在充分考虑对股东的投资回报并兼顾公司的成长与发展的基础上，对本次发行上市后适用的《公司章程(草案)》中有关利润分配政策的条款内容进行了细化。同时公司结合自身实际情况制定了《公司未来三年（2015-2017 年度）股东分红回报规划》，并已经公司 2015 年第一次临时股东大会审议通过。上述制度的制订完善，进一步明确了公司的利润分配政策，明确了公司利润分配的原则、条件、形式、期间间隔等事项，制定了现金分红和发放股

票股利的具体条件、比例以及差异化的现金分红政策，完善了公司利润分配方案的研究论证程序和决策机制，健全了公司利润分配政策的监督约束机制，有效地保障全体股东的合理投资回报。本次发行上市后，公司将严格执行公司的利润分配政策，强化投资者回报机制，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

综上，本次发行完成后，公司将努力提高经营管理水平，采取多种措施持续促进公司发展，规范合理地使用募集资金，提高募集资金使用效率，加紧本次募集资金投资项目建设进度，尽快实现项目预期效益。在符合利润分配条件前提下，公司将积极对股东进行现金分红，保障全体股东合理的投资回报，有效降低股东即期回报被摊薄的风险。

（五）公司董事、高级管理人员对填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证监会公告[2015]31号）等文件的要求，公司的董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。公司全体董事、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事宜作出以下承诺：

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本人承诺对本人的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本人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本人承诺若未来公司实施股权激励计划，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。

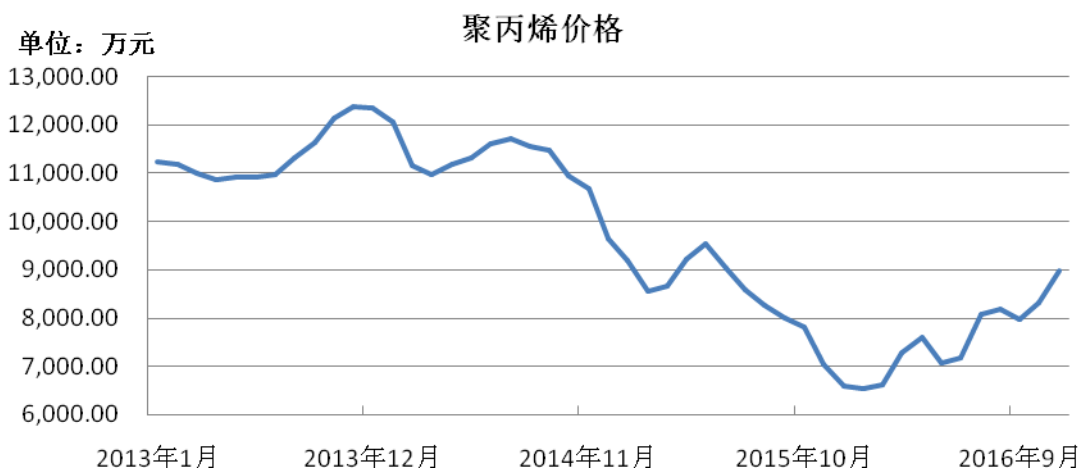
本人作为公司填补即期回报措施相关承诺主体之一，本人保证上述承诺是本人的真实意思表示，本人自愿接受证券监管机构、自律组织及社会公众的监督，若本人违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。

九、本公司特别提请投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）原材料价格波动风险

公司使用的主要原材料为 PP、PE、PC、PS、ABS 等塑胶原料。报告期内，公司生产成本中上述塑胶原料所占比重分别为 53.67%、52.36%、46.70%和 42.47%，其中 PP 是公司最主要的原材料，报告期内 PP 占生产成本的比重分别为 43.58%、42.36%、35.74%和 31.30%，上述主要原材料价格变动特别是 PP 价格的变动是导致公司产品成本变动的主要因素之一。

因 PP、PE、PC、PS、ABS 等原材料主要为石化产品，其价格波动在很大程度上受石油价格波动的影响。报告期内受石油价格波动的影响，上述主要原材料的价格波动幅度较大，公司最主要原材料 PP 的市场价格（含税价格）从 2013 年初的 11,230 元/吨上涨至 2013 年末的 12,350 元/吨，上涨幅度达到 9.97%，2014 年下半年开始一路震荡下行，2015 年 12 月末下跌至 6,900 元/吨，较 2014 年末下跌了 31.46%；2016 年 PP 价格开始触底回升，2016 年 6 月末回升至 7,800 元/吨，较 2015 年 12 月末上涨了 13.04%；2016 年 11 月末 PP 价格继续上涨至 8,900 元/吨，较 2016 年 6 月末上涨了 14.10%。



在原材料价格发生大幅度波动时，若公司误判原材料价格变动的方向而采取了错误的原材料采购策略，将会大幅增加公司原材料的采购成本。

报告期内毛利率对全部直接材料平均采购价格的敏感系数分别为 0.42、0.42、0.39 和 0.35，在其他因素保持不变的情况下，全部直接材料平均采购价格每上涨 10%，报告期内毛利率将分别下降 4.20、4.20、3.90 和 3.50 个百分点。2016 年以来原材料价格出现了较大幅度的上涨，若未来原材料价格持续大幅上

涨，而公司未能通过产品提价或内部消化成本的方式消化原材料成本增加的压力，将存在产品毛利率下滑，从而导致业绩大幅下滑的风险。

（二）业绩波动风险

报告期内公司的净利润分别为 10,105.75 万元、8,844.08 万元、9,014.36 万元和 5,115.95 万元。2014 年受原材料价格波动、用工成本上升、新增固定资产折旧以及销售费用和管理费用快速增长等因素的影响，公司净利润比 2013 年下滑了 12.48%。2015 年随着原材料价格出现较大幅度下降，公司净利润较 2014 年小幅增长 1.93%。公司存在业绩波动的风险。

（三）产品质量风险

公司主要从事以日用塑料制品为主的家居用品的研发、生产和销售。日用塑料制品作为日用消费品，产品质量是消费者在选购产品时的重要考虑因素之一，尤其是对于食品容器类产品，产品质量更受关注。长远来说，产品质量还会直接影响消费者对公司品牌形象的认知。若因公司质量管理疏忽或不可预见原因导致产品质量发生问题，公司将面临大规模召回产品甚至被质量主管部门处罚的风险，公司的品牌形象亦可能因此受损，对公司的经营将产生重大不利影响。

（四）品牌形象受损的风险

作为直接面对广大消费者的日用消费品，品牌形象对公司至关重要。随着公司品牌影响力的不断提升，公司产品在市场上存在被仿制甚至恶意攻击的风险。公司产品被他人仿制、仿冒将影响公司的品牌形象以及公司利益，对公司造成一定负面影响。若公司品牌、注册商标等权益受到侵犯、或声誉遭受恶意诋毁，公司选择通过法律途径进行维权，可能需耗费公司一定的财力、物力和人力，且往往费时较长，从而可能对公司的正常经营产生一定的干扰。

（五）专利诉讼风险

随着专利意识的普遍增强，注册专利并充分利用专利保护自身利益和压制竞争对手已成为一种重要的市场竞争手段，若公司未能及时注册产品的相关专利而被竞争对手抢注或因疏漏在产品开发过程中侵犯了别人的专利，将可能招致专利诉讼的风险并给公司正常生产经营带来不利影响。

（六）实际控制人控制风险

公司的实际控制人为陈氏家族，其合计持有公司 91.74%的股权，以本次公开发行人新股 6,000 万股测算，发行完成后陈氏家族将持有公司 68.81%的股权。

陈氏家族成员中，陈葵生为公司董事长兼总经理，陈冠宇为公司董事，陈明生、林世福为公司董事兼副总经理。如果陈氏家族利用其控制地位对公司重大资本支出、人事任免、发展战略、关联交易等重大事项施加不当影响，可能损害公司和中小股东的利益。

十、请投资者报价申购过程中考虑公司股东公开发售股份的因素

发行人本次拟向社会公众公开发行不超过 6,000 万股人民币普通股（A 股），公司根据拟募集资金总额确定新股发行数量，新股发行数量不足法定上市条件的，由符合条件的股东公开发售部分股份。

根据询价结果，公开发行新股募集资金超过公司拟募集资金总额的，公司将减少新股发行数量，同时调整公司股东公开发售股份的数量，但公司股东公开发售股份的数量总和不超过 3,000 万股；如根据询价结果，本次发行未出现超募情况，则不安排公司股东公开发售股份。股东公开发售股份不会导致公司的股权结构发生重大变化或实际控制人发生变更，股东公开发售股份所得资金不归公司所有。

请投资者在报价申购过程中考虑公司股东公开发售股份的因素。

十一、审计报告截止日后公司经营情况

本公司最近一期审计报告的审计截止日为 2016 年 6 月 30 日，本公司提示投资者关注本招股意向书已披露的财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况。

1、会计师的审阅意见

福建华兴对本公司 2016 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2016 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注进行了审阅，审阅意见如下：根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映贵公司 2016 年 9 月 30 日的合并及母公司财务状况以及 2016 年 1-9 月份的合并及母公司经营成果和现金流量。

2、发行人的专项说明

公司董事、监事、高级管理人员声明：保证茶花现代家居用品股份有限公司 2016 年三季度财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，

并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人声明：保证茶花现代家居用品股份有限公司 2016 年三季度财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

3、主要财务数据

截至 2016 年 9 月 30 日，发行人的资产总额为 89,812.86 万元，负债总额为 7,917.28 万元，归属于母公司的股东权益为 81,895.58 万元。2016 年 1-9 月，发行人实现的营业收入为 48,935.89 万元，同比微降 0.91%，保持平稳；归属于母公司股东的净利润 7,456.24 万元，同比上升 21.41%，主要系上半年原材料价格下降，综合毛利率上升所致；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 7,276.56 万元，同比增长 21.76%。

公司财务报告审计截止日至本招股意向书签署日，经营情况正常。公司生产经营模式未发生重大变化；公司采购模式和销售模式未发生重大变化；公司生产销售情况正常；2016 年初主要原材料价格处在低位，而后逐渐回升，到 2016 年下半年主要原材料价格均出现了较大幅度的上涨，导致公司 2016 年下半年毛利率较上半年有所下降，对公司 2016 年下半年的经营业绩造成一定的不利影响。公司税收政策未发生重大变化；公司亦未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

4、2016 年度预计业绩情况

基于 2016 年 1-9 月已实现的经营业绩、目前已有的订单和生产计划等情况，并考虑宏观经济形势、行业特点以及对公司整体经营情况的分析，预计 2016 年营业收入 67,000 万元，较上年变动-1.47%；归属母公司所有者净利润 9,200 万元，较上年变动 2.06%；扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润 8,900 万元，较上年变动 1.80%。（本次业绩预计数据未经注册会计师审计）

第二节 本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	不超过 6,000 万股，不低于发行后总股本的 25.00%。
每股发行价	【 】元/股（通过向网下投资者询价，由发行人与主承销商协商确定发行价格或采用证券监管部门认可的其他方式）
发行市盈率	【 】倍（按扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	4.42 元（以 2016 年 6 月 30 日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后预计每股净资产	【 】元（按本次发行后净资产除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【 】倍（按照发行后的净资产测算）
发行方式	采用网下向投资者配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式
发行对象	符合资格的境内自然人、法人等投资者（中华人民共和国法律、行政法规、部门规章及政策性文件禁止者除外）或证券监管部门认可的其他投资者
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【 】万元
预计募集资金净额	【 】万元
发行费用概算	
其中：承销费用	3,185 万元
保荐费用	100 万元
审计费用	689 万元
律师费用	379 万元
发行手续费用	35 万元
用于本次发行的信息披露等其他费用	410 万元

第三节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	茶花现代家居用品股份有限公司
英文名称	Chahua Modern Housewares Co., Ltd.
注册资本	18,000 万元
法定代表人	陈葵生
成立日期	1997 年 3 月 3 日
整体变更日期	2013 年 1 月 21 日
住 所	福建省福州市晋安区鼓山镇蕉坑路 168 号
邮政编码	350014
电话	0591-87523670
传真号码	0591-83995659
互联网地址	www.chahua jj.com
电子信箱	weng.linyan@chahua jj.com

二、发行人历史沿革及重组情况

(一) 设立方式

2012 年 12 月 27 日, 福建茶花家居塑料用品有限公司股东会决议将公司整体变更为茶花现代家居用品股份有限公司, 陈冠宇、陈葵生、陈明生、林世福、陈福生、太誉兰馨、李小军作为发起人, 以其拥有的有限公司截至 2012 年 10 月 31 日经审计的净资产 45,307.66 万元, 折合为股份公司股本 18,000 万股, 剩余净资产 27,307.66 万元计入资本公积。整体变更设立股份公司前后, 各发起人持股比例保持不变。

2013 年 1 月 21 日, 公司在福州市工商行政管理局完成了工商变更登记手续, 并领取了注册号为 350100100079987 的《企业法人营业执照》, 注册资本为 18,000 万元, 法定代表人为陈葵生。

(二) 发起人及其投入的资产内容

公司的发起人为陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生、太誉兰馨及李小军。

公司由茶花有限依法整体变更设立，继承了有限公司的全部资产、负债、权益，有限公司所有的资产已全部进入股份公司并按法定程序办理权属变更手续。

三、有关股本的情况

（一）总股本、本次发行的股份、股份流通限制和锁定安排

公司本次发行前的总股本为18,000万元，本次发行不超过6,000万股，不低于发行后总股本的25.00%，包括公司公开发行的新股及公司股东公开发售的股份，具体安排如下：

1、公司公开发行新股的数量根据本次发行的定价结果予以确定，最终确定的公开发行新股的数量=（公司本次募集资金投资项目募集资金需求额+预计本次应由发行人承担的相关发行费用）÷发行价格；

2、公司股东公开发售股份的数量上限为3,000万股且不超过自愿设定12个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量，公司公开发行新股数量与公司股东公开发售股份数量合计不超过公司本次公开发行股票的数量上限，即6,000万股；

3、公司各股东公开发售股份的数量确定原则：

本次发行时，股东陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生按其各自发行前持股比例确定本次发行时各自公开发售股份的数量；股东太誉兰馨和李小军不发售股份。本次发行前，陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生分别持有公司3,589.43万股、6,784.68万股、3,231.08万股、1,615.54万股和1,293.03万股，占公司发行前股本总额的19.94%、37.69%、17.95%、8.98%和7.18%。

若单一股东拟公开发售股份的数量低于其可公开发售股份的数量，差额部分的股份可由其他股东发售，若有两个以上股东愿意增加发售股份，则拟增加发售股份的股东协商确定各自增加发售股份的数量；协商不成的，按照发行前各自的持股数量占比确定各自增加发售股份的数量。

股份流通限制和锁定安排参见本招股意向书摘要“第一节 重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（二）持股数量及比例

1、发起人及前十名股东持股数量及比例

序号	股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例
1	陈冠宇	67,846,789.00	37.69%
2	陈葵生	35,894,312.00	19.94%
3	陈明生	32,310,826.00	17.95%
4	林世福	16,155,413.00	8.98%
5	陈福生	12,930,275.00	7.18%
6	太誉兰馨	9,473,684.00	5.26%
7	李小军	5,388,701.00	3.00%
合 计		180,000,000.00	100.00%

2、前十名自然人股东持股数量及持股比例

序号	股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例
1	陈冠宇	67,846,789.00	37.69%
2	陈葵生	35,894,312.00	19.94%
3	陈明生	32,310,826.00	17.95%
4	林世福	16,155,413.00	8.98%
5	陈福生	12,930,275.00	7.18%
6	李小军	5,388,701.00	3.00%
合 计		170,526,316.00	94.74%

3、国家股、国有法人股股东持股数量及比例

本次发行前公司没有国家股、国有法人股股东。

4、外资股股东持股数量及比例

本次发行前公司没有外资股股东。

（三）发行人的发起人和主要股东之间的关联关系

本公司股东中，陈葵生、陈明生、陈福生系兄弟关系，陈冠宇系上述三人之侄儿，林世福系上述三人姐（妹）之配偶。陈冠宇、陈葵生、陈明生、林世福及陈福生持股比例分别为 37.69%、19.94%、17.95%、8.98%和 7.18%。

除上述情形之外，公司其他股东之间无关联关系。

四、发行人的主营业务情况

（一）发行人的主要业务、主要产品及其用途

公司自成立以来，专注于以日用塑料制品为主的家居用品的研发、生产和销售。公司产品系列齐全，基本涵盖了所有与居家相关的日用塑料产品，主要产品情况如下：

收纳整理类用品			
			
收纳箱	收纳篮	衣架	收纳架
食品容器类用品			
			
运动杯	果盘	保鲜盒	太空杯
清洁类用品			
			
垃圾桶	水桶	脸盆	废纸篓
居家类用品			
			
高凳	儿童凳	纸巾筒	纸巾盒
非塑类制品			



注：上表仅列示了部分代表性产品

（二）产品销售方式和渠道

公司产品销售以经销模式为主，同时辅以商超直营、电商的方式。

（三）主要原材料

公司生产所需采购的材料包括PP、PE、PS、PC、ABS、纸杯纸、布等主要原材料。

（四）行业竞争情况及发行人在行业中的竞争地位

家居塑料用品类别多而细，且主要面向大众家庭，产品定位直接受居民消费水平的影响，而我国国民目前整体消费水平刚越过中等发达国家水平线，二元经济结构明显，大部分仍远未达到平均线，这导致家居塑料用品消费呈现一定的层次结构差异性，家居塑料用品行业竞争大体可分为高端、中端和低端产品三个层次。

高端产品主要面向国内高收入的消费群体，高收入消费群体品牌意识强、对生活品味要求高，对价格敏感性低，因此高端产品价格较高，消费群体比较狭窄，消费量相对较小，目前国内高端产品市场基本被国外品牌“特百惠”和“乐扣乐扣”等所占据。受国外市场消费习惯的影响，同时受制于较高的生产成本和营销费用，国外品牌的产品线一般集中于单价和附加值较高的食品容器类品种（代表性产品如水杯、保鲜盒等）。上述因素使得国外品牌较难延伸其产品线从而与国内品牌企业形成全面竞争关系，也不易在除食品容器类等少数产品以外树立涵盖广泛产品的强势家居塑料用品品牌。

中端产品性价比较高，主要面向庞大的中等收入消费群体，这类消费群体品牌意识较强、对产品的品质要求较高，但与高收入消费群体相比，其对价格相对敏感，品牌黏性还有待提高。目前中端产品市场主要为国内品牌企业所占有，代表性企业有本公司、广州市振兴实业有限公司（以下简称“广州振兴”）、浙江龙士达塑业有限公司（以下简称“浙江龙士达”）、浙江清清美家居用品有限公司

（以下简称“浙江清清美”）、北京禧天龙塑料制品有限公司（以下简称“北京禧天龙”）、四川鸿昌塑胶工业有限公司（以下简称“四川鸿昌”）等。国内品牌企业的产品线普遍较长，而且受益于中等收入人群的数量扩大和消费能力升级，发展空间较大。中端产品的目标消费群体具有一定的价格敏感性，要求生产企业具备较强的成本控制能力；同时对产品品牌、品质已具有较强的辨识度，要求生产企业在生产技术、质量控制、品牌建设等方面进行适当投入；尤其重要的是，由于需要面对国内不同区域以及城乡差异化的复杂的市场环境，营销渠道的规模和效率直接影响市场占有率和消费者认知，决定了各品牌企业的相对优势。

低端产品主要面向低收入消费群体以及农村市场，这部分消费群体通常品牌意识较弱，而对产品的价格敏感性很高。低端产品通常由业内为数众多的小规模企业生产，这类企业受资金、技术和研发设计能力所限，产品品种相对较为单一、品质较低、缺少品牌影响力，产品价格较低，主要通过农贸市场、集市等渠道销售，受制于流通成本，其消费市场通常仅限于生产企业当地的区域市场。低端产品的市场竞争较为激烈，市场竞争手段主要表现为价格竞争。

综上所述，在目前市场竞争格局下，高、中、低端产品的核心竞争因素分别体现在品牌、渠道和价格方面。随着城镇化进程的持续推进、人民生活水平的提高，家居塑料用品将迎来消费量和消费档次的同时升级，低端产品市场将逐步为中高端产品所挤占，行业内的家庭作坊和中小企业将被淘汰或并购，具备较强产品研发能力和品牌影响力的大中型企业将会占据有利的发展先机，不断扩大市场份额，提高行业集中度。公司认为，未来中国家居塑料用品行业必将经历一轮行业的整合和洗牌，国内的领军品牌企业将会从中更多受益，并逐步实现民族品牌对国外品牌的替代，主要原因有：

（1）产品线：高端产品品牌是在发达国家发展起来的，适用于国内消费者的家居塑料用品品种相对较少，而且生产成本和营销费用较高，因此形成了以食品容器类为核心的产品线，与国内品牌从成长初期即着眼于全品类家居用品相比，国外品牌在中国市场的发展受到较大局限；

（2）渠道：国外品牌由于其产品特性，一般在 KA 等大型终端设立专柜或专卖店进行营销，辐射范围较窄，难以有效进行渠道下沉，而国内品牌通过自营和经销以各种形式灵活组合，可以在全国范围内构建面向千家万户的营销网络；

（3）品牌成长空间：国外品牌在食品容器类产品具有较强的优势，但其难

以成长为全品类家居用品的强势品牌，相反，在产业政策的扶植下，优秀的国内品牌有望做强做大，构建覆盖全品类家居用品的品牌系列。

因此，少数优秀国内品牌企业更熟悉国内消费者需求，产品丰富多彩，渠道渗透能力强，随着其研发设计能力的提高，品牌影响力将不断上升，它们不仅能够淘汰落后产能，还有望发挥本土企业的优势和特色，逐步渗透高端产品市场，从而逐渐形成民族品牌对国外品牌的替代。

公司作为行业内最具市场影响力的企业之一，始终注重研发设计和产品品质，历经多年发展，形成了完整而丰富的产品线，在全国建立了辐射广泛、渗透力强的销售渠道，产品深受消费者的喜爱和认可。公司定位于国内全品类家居用品的中高端品牌，并将继续引进国内外优秀的研发设计人员和先进的自动化生产设备，不断提升产品的研发设计能力和生产工艺水平，加大品牌建设的投入力度，持续提升公司品牌形象，从而在巩固现有中端产品市场的基础上，逐步向高端产品市场渗透，在行业整合过程中发展壮大，并逐步建立具有国际影响力的家居用品民族品牌。

五、发行人业务及生产经营有关的资产权属情况

（一）主要固定资产情况

公司主要固定资产为厂房和生产、研发、检测使用的机器设备等。公司目前固定资产中大部分生产设备属国内先进水平，设备运转良好。截至2016年6月30日，公司固定资产净值为36,175.11万元，总体成新率为71.64%，具体情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	期末账面价值	成新率
房屋建筑物	26,280.33	4,256.28	22,024.05	83.80%
自有营业用房装修	3,284.91	425.02	2,859.88	87.06%
机器设备	14,866.41	6,422.98	8,443.44	56.80%
模具设备	4,014.54	1,836.61	2,177.93	54.25%
运输工具	673.12	532.03	141.09	20.96%
电子及办公设备	1,377.60	848.88	528.72	38.38%
合计	50,496.91	14,321.80	36,175.11	71.64%

1、主要生产设备情况

截至2016年6月30日，公司主要生产设备的的具体情况如下：

存放地点	序号	固定资产名称	数量(台)	原值(万元)	净值(万元)	成新率
茶花股份	1	注塑机	90	2,055.20	1,161.37	56.51%
	2	机械手	82	338.28	302.78	89.51%
	3	制袋机	10	147.78	126.97	85.92%
	4	自动装配机	9	54.45	39.36	72.28%
	小计			2,595.71	1,630.48	62.81%
连江茶花	5	注塑机	187	3,749.58	2,981.64	79.52%
	6	吹瓶机	10	468.83	321.16	68.50%
	7	植毛机	7	332.23	109.94	33.09%
	8	机械手	51	261.96	244.14	93.20%
	9	成型机	17	234.98	186.41	79.33%
	10	行车	25	208.03	159.75	76.79%
	11	吹膜机	34	195.43	175.27	89.68%
	12	制袋机	26	189.71	170.48	89.86%
	13	纸杯机	11	188.03	152.96	81.35%
	14	自动包装机	18	123.89	108.16	87.30%
	15	气辅控制器	8	20.58	16.09	78.19%
	小计			5,973.26	4,626.01	77.45%
	合计			8,568.97	6,256.49	73.01%

2、主要经营性房产

截至本招股意向书摘要签署日，公司及子公司拥有房屋产权的具体情况如下：

序号	房屋所有权证编号	房屋坐落	面积(m ²)	所有权人	取得方式
1	榕房权证J字第1300751号	福州市晋安区鼓山镇福兴投资区	13,439.26	茶花股份	购买
2	榕房权证FZ字第14000672号	福州市晋安区蕉坑路168号	25,052.42	茶花股份	自建
3	连房权证L字第20151805号	连江县经济开发区山岗片区	124,921.84	连江茶花	自建
4	连房权证L字第20156302号	连江县经济开发区山岗片区	38,383.36	连江茶花	自建

（二）土地使用权

截至本招股意向书摘要签署日，公司及子公司拥有土地使用权的具体情况如下：

序号	土地证号	土地坐落	面积（㎡）	性质	年限	取得方式
1	榕国用（2013）第34834500141号	福州市晋安区鼓山福兴投资区福兴大道5号	16,458.00	工业	至2047-3-2	出让
2	榕国用（2013）第00513505079号	福州市晋安区鼓山镇蕉坑路168号	18,386.70	工业	至2055-6-13	出让
3	连东单国用（2015）第1dd00072号	福州市连江县经济开发区山岗片区	215,847.00	工业	至2061-4-6	出让

（三）除土地使用权外的其他无形资产情况



除土地使用权外，公司无形资产为外购软件。截至2016年6月30日，公司资产负债表中除土地使用权以外的无形资产账面净值为184.46万元，具体如下：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	净值
软件	286.72	102.26	184.46

（四）商标

截至本招股意向书摘要签署日，公司在中国境内共拥有130件注册商标，在中国境外共拥有32件注册商标。公司目前在用的主要注册商标情况如下：

序号	商标	商标注册号	核定使用商品或服务类别	注册有效期限
1		12264217	第20类：家具；衣服罩（储藏用）；衣架；文件柜；餐具柜；非金属容器（存储和运输用）；塑料包装容器；木制或塑料制箱；非金属挂衣钩；塑料周转箱。	自2014年8月21日至2024年8月20日
2		12264352	第21类：日用玻璃器皿（包括杯、盘、壶、缸）；饮用器皿；食物保温容器；隔热容器；清洁用钢丝绒；扫帚；清洁用布；拖把；抹布；家务手套。	自2014年8月21日至2024年8月20日
3		12214014	第35类：商业管理辅助；特许经营的商业管理；组织商业或广告展览；人事管理咨询；商业企业迁移；计算机文档管理；对购买定单进行行政处理；会计；自动售货机出租。	自2014年8月7日至2024年8月6日
4		12213777	第20类：家具；衣服罩（储藏用）；衣架；文件柜；餐具柜；非金属容器（存储和运输用）；塑料包装容器；木制或塑料制箱；玩具箱；塑料周转箱；非金属箱；木或塑料梯；相框；镜子（玻璃镜）；竹木工艺品；木、蜡、石膏或塑料艺术品；木制或塑料制招牌；展示板；食品用塑料装饰品；非金属挂衣钩；非金属制固定式毛巾分配器；家具用非金属附件；窗用非金属附件；门用非金属附件；非金属桶。	自2014年8月7日至2024年8月6日

5	CHA HUA	12213839	第 21 类：瓷、陶瓷、陶土或玻璃艺术品；梳；牙刷；化妆用具；食物保温容器；隔热容器；清洁用钢丝绒；扫帚；清洁用布；拖把；家具掸；清洁用垫；厨房用擦垫；家用海绵；抹布；家务手套；手动清洁器具；沐浴海绵；门窗玻璃清洁器；刷子；牙签。	自 2015 年 4 月 7 日至 2025 年 4 月 6 日
6		12214011	第 35 类：商业管理辅助；特许经营的商业管理；组织商业或广告展览；人事管理咨询；商业企业迁移；计算机文档管理；对购买定单进行行政处理；会计；自动售货机出租。	自 2014 年 8 月 7 日至 2024 年 8 月 6 日
7		12264245	第 20 类：家具；衣服罩(储藏用)；衣架；文件柜；餐具柜；非金属容器(存储和运输用)；塑料包装容器；木制或塑料制箱；非金属挂衣钩；塑料周转箱。	自 2014 年 8 月 21 日至 2024 年 8 月 20 日
8		12264317	第 21 类：日用玻璃器皿(包括杯、盘、壶、缸)；饮用器皿；食物保温容器；隔热容器；清洁用钢丝绒；扫帚；清洁用布；拖把；抹布；家务手套。	自 2014 年 8 月 21 日至 2024 年 8 月 20 日
9		12214017	第 35 类：广告；商业管理辅助；进出口代理；替他人推销；替他人采购(替其他企业购买商品或服务)；市场营销；人事管理咨询；商业企业迁移；计算机文档管理；会计。	自 2014 年 8 月 7 日至 2024 年 8 月 6 日

(五) 专利

截至本招股意向书摘要签署日，公司拥有的专利情况如下：

序号	专利名称	专利类别	专利号	授权公告日	保护期限
1	一种折叠盖收纳箱	实用新型	ZL201020539590.2	2011 年 4 月 20 日	至 2020 年 9 月 20 日
2	一种双层收纳箱	实用新型	ZL201020539594.0	2011 年 4 月 20 日	至 2020 年 9 月 20 日
3	一种可拆卸层架支撑结构	实用新型	ZL201020549031.X	2011 年 4 月 27 日	至 2020 年 9 月 28 日
4	运动型滤茶杯	实用新型	ZL201020675176.4	2011 年 8 月 24 日	至 2020 年 12 月 20 日
5	一种折叠凳子	实用新型	ZL201220093938.9	2012 年 10 月 24 日	至 2022 年 3 月 13 日
6	带夹子垃圾桶	实用新型	ZL201220093979.8	2012 年 10 月 24 日	至 2022 年 3 月 13 日
7	一种双层饭壶	实用新型	ZL201220390133.0	2013 年 2 月 6 日	至 2022 年 8 月 7 日
8	一种定位销、帽组合	实用新型	ZL201220392404.6	2013 年 2 月 6 日	至 2022 年 8 月 7 日
9	一种塑玻随手杯	实用新型	ZL201220677181.8	2013 年 5 月 22 日	至 2022 年 12 月 6 日
10	一种塑玻杯	实用新型	ZL201220677206.4	2013 年 5 月 22 日	至 2022 年 12 月 6 日
11	一种防滑塑胶盆	实用新型	ZL201220674565.4	2013 年 6 月 5 日	至 2022 年 12 月 6 日
12	一种垃圾桶	实用新型	ZL201320004688.1	2013 年 7 月 31 日	至 2023 年 1 月 5 日
13	带收藏格箱盖的收纳箱	实用新型	ZL201320004756.4	2013 年 7 月 31 日	至 2023 年 1 月 5 日
14	一种带抓手塑胶盆	实用新型	ZL201320004765.3	2013 年 7 月 31 日	至 2023 年 1 月 5 日
15	一种伸缩衣架	实用新型	ZL201320004785.0	2013 年 7 月 31 日	至 2023 年 1 月 5 日
16	一种按键杯	实用新型	ZL201320004879.8	2013 年 7 月 31 日	至 2023 年 1 月 5 日
17	一种抗摔收纳箱	实用新型	ZL201320004880.0	2013 年 7 月 31 日	至 2023 年 1 月 5 日
18	带层盒收纳箱	实用新型	ZL201320004897.6	2013 年 7 月 31 日	至 2023 年 1 月 5 日

19	双头按键杯	实用新型	ZL201320004903.8	2013年7月31日	至2023年1月5日
20	一种滤水茶渣桶	实用新型	ZL201320861056.7	2014年7月2日	至2023年12月24日
21	一种带内胆按键垃圾桶	实用新型	ZL201320859581.5	2014年7月16日	至2023年12月24日
22	一种弹性塑胶凳子	实用新型	ZL201420086945.5	2014年9月10日	至2024年2月26日
23	一种玻璃水壶	实用新型	ZL201420086973.7	2014年9月10日	至2024年2月26日
24	一种带盖水桶	实用新型	ZL201320859583.4	2015年1月21日	至2023年12月24日
25	一种扫把畚斗组合套件	实用新型	ZL201420569021.0	2015年1月21日	至2024年9月28日
26	一种带提手按键杯	实用新型	ZL201420526958.X	2015年1月21日	至2024年9月11日
27	一种带吸管运动杯	实用新型	ZL201420567576.1	2015年3月4日	至2024年9月28日
28	一种注塑成型模具结构	实用新型	ZL201420743511.8	2015年5月20日	至2024年12月2日
29	一种新型注塑装置	实用新型	ZL201420743514.1	2015年5月20日	至2024年12月2日
30	一种可升降的家居用品用注塑机	实用新型	ZL201420743728.9	2015年5月13日	至2024年12月2日
31	一种温度可控的注塑成型模具装置	实用新型	ZL201420743512.2	2015年5月20日	至2024年12月2日
32	一种用于注塑带管状家居用品的注塑模具	实用新型	ZL201420744639.6	2015年5月20日	至2024年12月2日
33	一种家居用品用注塑设备的水循环系统	实用新型	ZL201420743815.4	2015年5月13日	至2024年12月2日
34	一种无极可调式的家居用品用注塑设备	实用新型	ZL201420743814.X	2015年5月13日	至2024年12月2日
35	一种收纳筐	实用新型	ZL201520002481.X	2015年6月3日	至2025年1月4日
36	一种方便使用保鲜膜的结构体	实用新型	ZL201520002732.4	2015年6月3日	至2025年1月4日
37	一种可堆叠硅胶密封罐	实用新型	ZL201520002720.1	2015年6月3日	至2025年1月4日
38	一种伸缩密封罐	实用新型	ZL201520002797.9	2015年6月3日	至2025年1月4日
39	一种新型双层隔热带茶叶槽的茶叶杯	实用新型	ZL 2015 2 0006870.X	2015年7月15日	至2025年1月6日
40	一种多型号注塑模具	实用新型	ZL 2015 2 0002806.4	2015年7月15日	至2025年1月4日
41	一种多模芯注塑模具	实用新型	ZL 2015 2 0009905.5	2015年7月15日	至2025年1月4日
42	一种带有清洗功能的注塑模具	实用新型	ZL 2015 2 0002548.X	2015年7月15日	至2025年1月4日
43	一种家居用品用注塑设备的冷却系统	实用新型	ZL 2014 2 0743729.3	2015年7月15日	至2024年12月2日
44	一种收纳箱	实用新型	ZL 2015 2 0110317.0	2015年8月12日	至2025年2月14日
45	一种密封米桶	实用新型	ZL 2014 2 0867645.0	2015年8月12日	至2024年12月30日
46	一种拧水拖把	实用新型	ZL 2015 2 0121603.7	2015年8月12日	至2025年3月1日
47	一种简易棉布拖把头	实用新型	ZL 2015 2 0121665.8	2015年8月12日	至2025年3月1日

48	一种旋转拖把头	实用新型	ZL 2015 2 0121733.0	2015年8月12日	至2025年3月1日
49	一种斜口储物箱	实用新型	ZL 2015 2 0569780.1	2016年1月13日	至2025年7月30日
50	一种保温瓶	实用新型	ZL 2015 2 0685908.0	2016年1月13日	至2025年9月6日
51	一种吸盘口杯组合	实用新型	ZL 2015 2 0686398.9	2016年1月13日	至2025年9月6日
52	一种平衡自开盖油壶	实用新型	ZL2015 2 0684310.X	2016年1月20日	至2025年9月6日
53	一种可调节出水量的杯盖	实用新型	ZL2015 2 0684388.1	2016年1月20日	至2025年9月6日
54	一种纸巾筒	实用新型	ZL2015 2 0684337.9	2016年1月20日	至2025年9月6日
55	一种用于餐具的防滴漏保护结构	实用新型	ZL2015 2 0684386.2	2016年1月20日	至2025年9月6日
56	一种滤水筛	实用新型	ZL2015 2 0686057.1	2016年2月10日	至2025年9月6日
57	一种组合式菜板	实用新型	ZL2015 2 0569809.6	2016年4月6日	至2025年7月30日
58	一体密封凉水壶	实用新型	ZL2015 2 0781727.8	2016年4月6日	至2025年10月9日
59	一体式香皂盒	实用新型	ZL2015 2 0832488.4	2016年4月6日	至2025年10月25日
60	一种提手	实用新型	ZL 2016 2 0199639.1	2016年8月17日	至2026年3月15日
61	饭盒(双层)	外观设计	ZL200830156607.4	2009年9月16日	至2018年10月29日
62	双格饭盒	外观设计	ZL200830156606.X	2009年9月30日	至2018年10月29日
63	果盘(三角)	外观设计	ZL200930174059.2	2010年6月30日	至2019年12月3日
64	水杯(1)	外观设计	ZL200930174164.6	2010年7月21日	至2019年12月16日
65	水杯(4)	外观设计	ZL200930174167.X	2010年7月21日	至2019年12月16日
66	果盘(年年有余)	外观设计	ZL200930174041.2	2010年8月25日	至2019年12月2日
67	滤茶杯	外观设计	ZL200930174171.6	2010年9月22日	至2019年12月16日
68	塑料凳(方形)	外观设计	ZL201030259595.5	2010年12月29日	至2020年8月3日
69	方凳	外观设计	ZL201030528853.5	2011年2月9日	至2020年9月20日
70	双层收纳箱	外观设计	ZL201030528849.9	2011年3月23日	至2020年9月20日
71	果皮刀	外观设计	ZL201230057840.3	2012年7月4日	至2022年3月13日
72	凳子(卡通)	外观设计	ZL201230057856.4	2012年7月25日	至2022年3月13日
73	饭壶(雅乐)	外观设计	ZL201230370165.X	2013年1月2日	至2022年8月7日
74	饭壶(银彩)	外观设计	ZL201230370174.9	2013年1月2日	至2022年8月7日
75	饭壶(尚彩)	外观设计	ZL201230370175.3	2013年1月2日	至2022年8月7日
76	储物篮	外观设计	ZL201230370377.8	2013年1月2日	至2022年8月7日
77	靠背椅(卡通儿童椅0853)	外观设计	ZL201230658861.0	2013年4月17日	至2022年12月27日
78	水壶(3842)	外观设计	ZL201230658924.2	2013年4月17日	至2022年12月27日
79	太空杯(华哥杯3840)	外观设计	ZL201230659151.X	2013年4月17日	至2022年12月27日

80	收纳箱(2858)	外观设计	ZL201230658691.6	2013年5月8日	至2022年12月27日
81	按键杯(3837)	外观设计	ZL201330002397.4	2013年5月8日	至2023年1月5日
82	伸缩衣架(0798)	外观设计	ZL201330002404.0	2013年5月8日	至2023年1月5日
83	按键杯(3839)	外观设计	ZL201330002446.4	2013年5月8日	至2023年1月5日
84	收纳箱(抗摔)	外观设计	ZL201330002462.3	2013年5月8日	至2023年1月5日
85	收纳箱(2856)	外观设计	ZL201330002569.8	2013年5月8日	至2023年1月5日
86	粘钩(四件套)	外观设计	ZL201230658093.9	2013年5月22日	至2022年12月27日
87	垃圾桶(1238)	外观设计	ZL201330002300.X	2013年5月22日	至2023年1月5日
88	收纳箱(2855)	外观设计	ZL201330002767.4	2013年5月22日	至2023年1月5日
89	提手杯(3835)	外观设计	ZL201230658606.6	2013年7月31日	至2022年12月27日
90	洗涤篮(1157)	外观设计	ZL201230659066.3	2013年7月31日	至2022年12月27日
91	吸管杯(3843)	外观设计	ZL201230659422.1	2013年7月31日	至2022年12月27日
92	卡通凳	外观设计	ZL201230663081.5	2013年7月31日	至2022年12月30日
93	塑胶盆(0343)	外观设计	ZL201330002639.X	2013年7月31日	至2023年1月5日
94	粘钩(十二生肖)	外观设计	ZL201330644540.X	2014年5月28日	至2023年12月24日
95	茶渣桶(1521)	外观设计	ZL201330644612.0	2014年5月28日	至2023年12月24日
96	虫虫排钩(2975)	外观设计	ZL201330644662.9	2014年5月28日	至2023年12月24日
97	垃圾桶(1240)	外观设计	ZL201330644618.8	2014年7月2日	至2023年12月24日
98	水桶(0244)	外观设计	ZL201330644615.4	2014年7月16日	至2023年12月24日
99	盆(0456)	外观设计	ZL201330644616.9	2014年7月16日	至2023年12月24日
100	茶盆(1035)	外观设计	ZL201330644663.3	2014年7月16日	至2023年12月24日
101	包装盒(水漾杯)	外观设计	ZL201430068643.0	2014年9月10日	至2024年3月27日
102	提手杯	外观设计	ZL201430068652.X	2014年9月10日	至2024年3月27日
103	水壶	外观设计	ZL201430068686.9	2014年9月10日	至2024年3月27日
104	办公杯	外观设计	ZL201430068812.0	2014年9月10日	至2024年3月27日
105	高凳(0858)	外观设计	ZL201430036115.7	2014年10月1日	至2024年2月26日
106	按键杯	外观设计	ZL201430337358.4	2015年4月22日	至2024年9月11日
107	运动杯	外观设计	ZL201430366531.3	2015年4月22日	至2024年9月28日
108	扫把畚斗套件(易洁B)	外观设计	ZL201430367035.X	2015年4月15日	至2024年9月28日
109	扫把畚斗套件(易洁A)	外观设计	ZL201430366989.9	2015年4月15日	至2024年9月28日
110	储物箱	外观设计	ZL201430452284.9	2015年4月22日	至2024年11月16日
111	立方米桶	外观设计	ZL201430452364.4	2015年4月22日	至2024年11月16日
112	高凳	外观设计	ZL201430337352.7	2015年6月10日	至2024年9月11日

113	洗米瓢	外观设计	ZL201430451977.6	2015年6月10日	至2024年11月16日
114	胶棉拖把(4711)	外观设计	ZL201530051796.9	2015年6月10日	至2025年3月1日
115	胶棉拖把(4710)	外观设计	ZL 2015 3 0051858.6	2015年8月12日	至2025年3月1日
116	拖把(洁地拖4708)	外观设计	ZL 2015 3 0051815.8	2015年8月12日	至2025年3月1日
117	拖把(洁地拖4709)	外观设计	ZL 2015 3 0051810.5	2015年8月12日	至2025年3月1日
118	拖把(巧手拖4713)	外观设计	ZL 2015 3 0051749.4	2015年8月12日	至2025年3月1日
119	拖把(棉线拖4712)	外观设计	ZL 2015 3 0051750.7	2015年8月12日	至2025年3月1日
120	米桶	外观设计	ZL 2014 3 0564762.5	2015年8月12日	至2024年12月30日
121	旋转拖把套件(4707)	外观设计	ZL 2015 3 0051879.8	2015年8月12日	至2025年3月1日
122	收纳箱	外观设计	ZL 2015 3 0047007.4	2015年8月12日	至2025年2月14日
123	衣架(A50003)	外观设计	ZL 2015 3 0118432.8	2015年9月23日	至2025年4月27日
124	沙拉碗(2789)	外观设计	ZL 2015 3 0283863.X	2015年12月9日	至2025年7月30日
125	软提篮(环形1171)	外观设计	ZL 2015 3 0284119.1	2015年12月2日	至2025年7月30日
126	瓢(巧手1914)	外观设计	ZL 2015 3 0283972.1	2015年12月2日	至2025年7月30日
127	量水杯(A19001)	外观设计	ZL 2015 3 0341567.0	2016年1月13日	至2025年9月6日
128	吸盘口杯(A14003)	外观设计	ZL 2015 3 0341641.9	2016年1月13日	至2025年9月6日
129	垃圾桶(酷立方12431K)	外观设计	ZL 2015 3 0284047.0	2016年1月13日	至2025年7月30日
130	垃圾桶(棱角1524)	外观设计	ZL 2015 3 0284064.4	2016年1月13日	至2025年7月30日
131	组合菜板(A06006)	外观设计	ZL 2015 3 0284046.6	2016年1月13日	至2025年7月30日
132	口杯(1493)	外观设计	ZL 2015 3 0341608.6	2016年1月13日	至2025年9月6日
133	口杯(A14001)	外观设计	ZL 2015 3 0341607.1	2016年1月13日	至2025年9月6日
134	口杯(A14002)	外观设计	ZL 2015 3 0341569.X	2016年1月13日	至2025年9月6日
135	滤水筛(A35002)	外观设计	ZL 2015 3 0341538.4	2016年1月13日	至2025年9月6日
136	塑胶盆(A03001)	外观设计	ZL 2015 3 0341496.4	2016年1月13日	至2025年9月6日
137	塑胶盆(A03003)	外观设计	ZL 2015 3 0341495.X	2016年1月13日	至2025年9月6日
138	垃圾桶(透彩12421K)	外观设计	ZL 2015 3 0283946.9	2016年1月13日	至2025年7月30日
139	保温瓶(A420002)	外观设计	ZL 2015 3 0341349.7	2016年1月13日	至2025年9月6日
140	冰棒模具	外观设计	ZL 2015 3 0341647.6	2016年2月10日	至2025年9月6日
141	凉水壶	外观设计	ZL 2015 3 0391144.X	2016年2月10日	至2025年10月9日
142	香皂盒(2213)	外观设计	ZL 2015 3 0415998.7	2016年4月6日	至2025年10月25日
143	口杯(14011T)	外观设计	ZL 2015 3 0415964.8	2016年4月6日	至2025年10月25日

144	多功能运动水杯	外观设计	ZL 2016 3 0074018.6	2016年8月17日	至2026年3月15日
145	水杯(萌萌杯)	外观设计	ZL 2016 3 0074019.0	2016年8月17日	至2026年3月15日
146	杯(背带 萌萌)	外观设计	ZL 2016 3 0074020.3	2016年8月17日	至2026年3月15日
147	运动水壶(沸点)	外观设计	ZL 2016 3 0074021.8	2016年8月17日	至2026年3月15日
148	水杯(爱巧)	外观设计	ZL 2016 3 0074022.2	2016年8月17日	至2026年3月15日

(六) 专利实施许可

发行人（被许可方）与福建九九国际投资有限公司（许可方）于2015年11月30日签订《专利实施许可合同》，许可方同意将其拥有的8项专利以独占许可的方式许可给发行人实施和使用；对于上述8项专利，每一项专利的实施许可期限均为自本合同签订之日起至该项专利的专利权期限届满之日止，具体如下：

序号	专利权人	专利类型	专利名称	专利号	授权公告日	专利申请日	专利权期限 (自申请日起10年)
1	福建九九国际投资有限公司	实用新型	拖把的脱水装置	ZL 2009 2 0154510.9	2010年3月31日	2009年5月13日	自2009年5月13日至2019年5月12日
2		实用新型	以上下线位移转换成单向驱转脱水的拖把	ZL 2009 2 0160680.8	2010年6月16日	2009年6月26日	自2009年6月26日至2019年6月25日
3		实用新型	拖把的伸缩杆旋转锁定结构	ZL 2009 2 0160683.1	2010年5月19日	2009年6月26日	自2009年6月26日至2019年6月25日
4		实用新型	拖把的伸缩杆扳动锁定结构	ZL 2009 2 0160679.5	2010年5月26日	2009年6月26日	自2009年6月26日至2019年6月25日
5		实用新型	免踩踏脱水桶	ZL 2009 2 0160684.6	2010年4月21日	2009年6月26日	自2009年6月26日至2019年6月25日
6		实用新型	免踩踏脱水桶	ZL 2009 2 0179653.5	2010年9月15日	2009年10月15日	自2009年10月15日至2019年10月14日
7		实用新型	免踩踏脱水桶的沥水篮无轴承旋转定位装置	ZL 2009 2 0352132.5	2010年11月17日	2009年12月30日	自2009年12月30日至2019年12月29日
8		实用新型	伸缩旋转拖把	ZL 2009 2 0352137.8	2010年11月24日	2009年12月30日	自2009年12月30日至2019年12月29日

上表中的8项专利许可系用于生产2015年的新品“飞炫拖”产品，该产品在清洁用品类的拖把系列产品中属于较为畅销的单品，为了完善公司拖把系列产品的品类，加强该系列产品的竞争力，公司购买了上述8项专利的许可权。截至2015年末，“飞炫拖”产品实现销售收入24.41万元，均为2015年12月销售产生的收入；2016年1-6月，“飞炫拖”产品实现销售收入189.70万元。发行人在签订上述专利许可合同后，才开始销售“飞炫拖”产品，不存在未签订专利许可合同即使用相关专利的情形。

六、同业竞争和关联交易情况

（一）同业竞争情况

除本公司外，实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福及陈福生控制的其他企业为福州世纪远洋包装材料有限公司，其经营范围为：包装材料的开发、生产、销售；经营进料加工和“三来一补”业务（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）。报告期内世纪远洋除出租房产外，未实际开展业务，与本公司不存在同业竞争。

为避免今后可能发生的同业竞争，最大限度维护本公司的利益，保证公司正常经营，本公司实际控制人陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福及陈福生出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。

（二）关联交易情况

1、关联方和关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则 36 号—关联方披露》等法律及规范性文件的相关规定，截至本招股意向书摘要签署日，公司的主要关联方包括：

（1）实际控制人

陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生合计直接持有公司股份 16,513.76 万股，占公司发行前总股本的 91.74%，为公司的实际控制人。

（2）其他持有公司 5%以上股份的主要股东

除实际控制人外，持有本公司 5%以上股份的其他股东为北京太誉兰馨投资中心（有限合伙）。太誉兰馨的基本情况如下：

公司名称	北京太誉兰馨投资中心（有限合伙）
成立日期	2012 年 3 月 6 日
认缴出资额	33,635 万元
住所	北京市朝阳区南磨房路 37 号 1701-1703 室华腾北塘集中办公区 1701-1703S
合伙人构成	兰馨成长（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）出资 54.07%，北京股权投资发展中心（有限合伙）出资 44.60%，兰馨成长投资管理（北京）有限公司出资 1.34%
执行事务合伙人	兰馨成长投资管理（北京）有限公司
经营范围	投资管理；项目投资；资产管理（不含金融资产）；投资咨询

截至 2015 年 12 月 31 日，太誉兰馨总资产为 23,693.41 万元，净资产为 19,127.62 万元，2015 年实现净利润 1,992.10 万元；截至 2016 年 6 月 30 日，

太誉兰馨总资产为 12,794.63 万元，净资产为 12,776.68 万元，2016 年 1-6 月实现净利润 43.05 万元。（以上数据未经审计）

（3）全资子公司

本公司的全资子公司连江茶花为本公司的关联方。

连江茶花成立于 2010 年 11 月 25 日，现有注册资本 5,000 万元，实收资本 5,000 万元，发行人持有连江茶花 100% 股权，法定代表人为陈葵生，注册地和主要经营地为连江县山岗工业片区，主营业务为以日用塑料制品为主的家居用品的生产。

截至 2015 年 12 月 31 日，连江茶花总资产为 43,719.51 万元，净资产为 9,066.63 万元，2015 年实现净利润 2,930.30 万元；截至 2016 年 6 月 30 日，连江茶花总资产为 43,513.10 万元，净资产为 10,858.24 万元，2016 年 1-6 月实现净利润 1,791.61 万元。（以上数据已经福建华兴审计）

（4）实际控制人控制或参股的其他企业

①除发行人外，实际控制人控制的企业为福州世纪远洋包装材料有限公司。

世纪远洋成立于 2004 年 10 月 15 日，注册资本为 7,530 万元，法定代表人为董家珠，注册地址为福州市晋安区宦溪镇宦溪村 168 号，经营范围为：包装材料的开发、生产、销售；经营进料加工和“三来一补”业务（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）

世纪远洋的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例
1	陈冠宇	3,437.45	45.65%
2	陈明生	1,637.02	21.74%
3	陈葵生	981.91	13.04%
4	林世福	818.51	10.87%
5	陈福生	655.11	8.70%
合计		7,530.00	100.00%

截至 2015 年 12 月 31 日，世纪远洋总资产为 7,629.57 万元，净资产为 7,520.58 万元，2015 年实现净利润-346.06 万元；截至 2016 年 6 月 30 日，世纪远洋总资产为 7,529.15 万元，净资产为 7,374.23 万元，2016 年 1-6 月实现净利润-139.03 万元。（以上数据未经审计）

②实际控制人之一陈葵生还作为有限合伙人参与投资上海博音投资合伙企业（有限合伙），基本情况如下：

企业名称	上海博音投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2011年5月25日
认缴出资额	6,400万元
住所	上海市杨浦区黄兴路2005弄2号409-13室
合伙人构成	上海博润投资管理有限公司认缴的出资比例为1.56%，陈葵生认缴的出资比例为23.44%，其他5个合伙人认缴的出资比例为75%
执行事务合伙人	上海博润投资管理有限公司
经营范围	实业投资，投资管理及咨询（不得从事经纪）。（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）

除发行人、世纪远洋和上海博音投资合伙企业（有限合伙）外，发行人实际控制人未控制或参股其他企业。

（5）公司的董事、监事、高级管理人员

公司的董事、监事、高级管理人员具体情况参见本招股意向书摘要“本节七、董事、监事、高级管理人员”。

（6）报告期内曾经存在的关联方

①福州印通印刷有限公司

福州印通印刷有限公司（以下简称“福州印通”）原为发行人实际控制人之一陈冠宇的姐夫董栋控制的企业。2013年1月14日，董栋将其持有的福州印通55%的股权转让给其姐姐董敏惠。在上述股权转让满12个月后，福州印通不再为发行人关联方。

福州印通成立于2009年9月17日，注册资本为150万元，法定代表人章劲夫，注册地址为福州市仓山区盖山镇盘屿路869号金山工业集中区福湾片标准厂房21#楼整座。其经营范围为：经营包装装潢印刷品、其他印刷品的印刷（印刷经营许可证有效期至2017年3月）（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）。福州印通成立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	出资额	持股比例
1	董栋	82.50	55.00%
2	龙江	52.50	35.00%
3	章劲夫	15.00	10.00%

合计	150.00	100.00%
-----------	---------------	----------------

2013年1月8日，董栋与其姐姐董敏惠签订股权转让协议，董栋将其所持有的福州印通55%的股权以82.50万元的价格转让给董敏惠。2013年1月14日，福州印通在福州市仓山区工商行政管理局办理了上述股权变更登记手续。此次股权转让后，福州印通的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	出资额	持股比例
1	董敏惠	82.50	55.00%
2	龙江	52.50	35.00%
3	章劲夫	15.00	10.00%
合计		150.00	100.00%

②成都茶花家居用品有限公司

成都茶花家居用品有限公司（以下简称“成都茶花”）系发行人经销商，原为发行人前任董事董家珠之女婿的父母董琰建及陈明宝控制的企业。2012年11月8日，董琰建、陈明宝将其持有的成都茶花的股权转让给非关联方张文宏和冷冷又熙。在上述股权转让满12个月后，成都茶花不再为发行人关联方。董栋、董敏惠、董家珠、董琰建之间的关系如下：董琰建是董栋与董敏惠的父亲，董栋为董敏惠之弟；董家珠是董栋的岳母。

成都茶花成立于2011年3月4日，注册资本为50万元，法定代表人：陈杜杨，注册地址为成都市成华区建设北路三段2号。其经营范围为：销售针纺织品，家居用品、橡胶制品、服装，鞋帽、日用杂品。成都茶花设立时的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	出资额	持股比例
1	董琰建	40.00	80.00%
2	陈明宝	10.00	20.00%
合计		50.00	100.00%

2012年10月26日，董琰建与张文宏签订股权转让协议，约定将其所持有的40万元成都茶花80%的股权以40万元的价格转让给张文宏；陈明宝分别与张文宏和冷冷又熙签订股权转让协议，约定将其所持有的成都茶花19%的股权以9.50万元的价格转让给张文宏，1%的股权以0.50万元的价格转让给冷冷又熙。成都茶花此次股权转让的主要原因系董琰建、陈明宝因年事渐高，精力跟不上市

场发展的要求，因此决定转让股权。

2012年11月8日，成都茶花在成都市成华工商行政管理局办理了上述股权变更登记手续。此次股权转让后，成都茶花的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	出资额	持股比例
1	张文宏	49.50	99.00%
2	冷冷又熙	0.50	1.00%
合计		50.00	100.00%

2013年10月15日，冷冷又熙与陈杜杨签订股权转让协议，约定将其所持有的成都茶花1%的股权以0.50万元的价格转让给陈杜杨；张文宏分别与江云杰和陈杜杨签订股权转让协议，约定将其所持有的成都茶花90%的股权以45万元的价格转让给江云杰，9%的股权以4.50万元的价格转让给陈杜杨。成都茶花此次股权转让的主要原因为：经过一年的经营，成都区域的销售情况并未出现明显起色，而重庆区域的经销商实力相对较强，其希望将销售区域扩展至成都，因成都与重庆的人文地理相似，商超系统等客户相近，在一定程度上可以发挥重庆经销商的客户资源优势 and 地缘优势，基于以上考虑，经协商，张文宏和冷冷又熙将股权转让给江云杰和陈杜杨，其中江云杰为重庆经销商的主要股东，陈杜杨多年从事家居产品销售，具有丰富的市场营销经验，负责协助江云杰从事日常经营管理。

此次股权转让后，成都茶花的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	出资额	持股比例
1	江云杰	45.00	90.00%
2	陈杜杨	5.00	10.00%
合计		50.00	100.00%

(7) 其他关联方

除上述关联方外，公司的关联方还包括与公司的实际控制人、关键管理人员关系密切的家庭成员，以及公司的实际控制人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业，以及公司董事直接或间接控制的，或担任董事、关键管理人员的，除本公司以外的法人或其他组织。

2、关联交易情况

董琰建、陈明宝于 2012 年 11 月将其持有的成都茶花的股权全部转让给非关联方，在上述股权转让满 12 个月后，成都茶花与发行人之间的交易不再构成关联交易；董栋于 2013 年 1 月将其持有的福州印通的股权转让给其姐姐董敏惠，在上述股权转让满 12 个月后，福州印通与发行人之间的交易不再构成关联交易。但为便于比较，以下仍将成都茶花和福州印通在报告期内各年的交易情况予以列示和分析。

（1）经常性关联交易

①经常性关联交易的主要内容

A、销售商品

报告期内，发行人发生的销售商品的关联交易为发行人向成都茶花销售日用塑料制品等产品，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
向成都茶花销售金额	913.30	1,507.77	1,343.34	1,230.87
发行人销售收入	32,689.23	68,002.10	62,224.15	61,288.79
占比	2.78%	2.22%	2.16%	2.01%

B、购买商品

报告期内，发行人发生的购买商品的关联交易为发行人向福州印通采购彩图、条码、纸卡、不干胶等包装印刷品，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
向福州印通采购金额	482.88	886.95	926.59	997.41
发行人营业成本	20,744.71	46,754.88	42,726.41	41,223.04
占比	2.33%	1.90%	2.17%	2.42%

C、租赁

发行人与福州世纪远洋包装材料有限公司签订《房屋租赁合同》，约定世纪远洋将位于福州市晋安区宦溪镇宦溪村 168 号使用面积为 32,500 平方米的房屋出租给发行人作为生产场所使用，租赁期从 2012 年 1 月 1 日至 2013 年 9 月 30 日，租金 520,000 元/月（每平方米 16 元/月）。

②经常性关联交易发生的原因

成都茶花系发行人在成都区域的经销商，负责发行人产品在成都区域的销售。

福州印通一直是发行人的包装印刷品供应商，其生产的包装印刷品质量好、品质稳定、价格公允。发行人与福州印通之间已经合作多年，沟通顺畅，配合良好，形成了稳定的合作关系。报告期内发行人向福州印通的采购额基本保持稳定，占营业成本的比例较小。鉴于包装印刷品采购金额不大，但种类、品种繁多（发行人的同一系列的产品根据大小、颜色、客户的不同，会分成众多不同的具体型号，而其所对应的彩盒、彩图、不干胶和条码的面积、大小、颜色都会有差异，所以发行人所采购的印刷品具体型号繁多），且对供应商的供货及时性、供货质量有较高的要求，若包装印刷品供应商不能与发行人形成密切的配合，会对发行人供货的及时性以及产品形象造成不良影响，因而在报告期内，基于与福州印通多年的良好合作，发行人的包装印刷品主要向福州印通采购。

发行人向世纪远洋租赁厂房主要是因为发行人连江厂区的厂房在 2013 年才陆续建设完成，在此之前原有的厂房已经不能满足生产所需，发行人按市场价格向世纪远洋租赁上述厂房。2013 年公司连江厂区的厂房建设完成后，公司即进行了搬迁，结束了与世纪远洋的租赁关系。

发行人向世纪远洋租赁厂房主要用于塑料饮水杯、塑料饮水壶、塑料菜板、一次性塑料餐饮具及部分非塑类产品的生产。

2013 年搬迁除发生了相关搬迁费用及搬迁期间暂停生产外，对公司的生产经营没有实质性的影响。

2013 年搬迁所产生的搬迁费主要为机器设备转运及拆装费用，金额为 15.61 万元，在费用发生时相应的账务处理为记入“制造费用”。此外，2013 年搬迁过程中还处置了一批固定资产，该部分固定资产原值为 24.33 万元，净值为 9.74 万元，扣除处置固定资产收到的款项 9.41 万元（扣除增值税 0.18 万元后，不含税金额为 9.23 万元）后，所产生的损益及相应的账务处理分别为借记“营业外支出”0.82 万元、贷记“营业外收入”0.31 万元。

③经常性关联交易公允性分析

A、向成都茶花销售产品的价格公允性分析

报告期内，公司向成都茶花的销售价格都是按公司对经销商的统一销售定价体系执行，销售价格公允。报告期内，公司向成都茶花销售的毛利率及其向所有经销商销售的总体毛利率对比情况如下：

项目	销售毛利率
----	-------

	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
成都茶花	30.01%	25.69%	31.10%	31.61%
所有经销商	33.91%	28.27%	27.83%	30.50%

从上表可以看出，公司向成都茶花销售产品的毛利率与向全体经销商销售产品的毛利率不存在显著差异，公司向成都茶花销售产品的价格公允。

B、向福州印通采购产品的价格公允性分析

发行人向福州印通采购的产品主要为彩盒、彩图、不干胶和条码等印刷品。发行人与福州印通签订的采购合同的价格与发行人同无关联第三方签订的采购合同的价格是一致的，在实际执行的采购中两者的价格也是一致的。

因发行人的产品种类、品项、规格繁多，所对应需要采购的彩盒、彩图、不干胶和条码等产品也是品种繁多。例如：发行人的同一系列的产品根据大小、颜色、客户的不同，会分成众多不同的具体型号，而其所对应的彩盒、彩图、不干胶和条码的面积、大小、颜色都会有差异，所以发行人所采购的印刷品具体型号繁多。

发行人向福州印通采购的印刷品与向无关联第三方采购的印刷品按具体型号统计的情况如下：

单位：万元、个

项目		2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
存货料号个数	向福州印通采购存货料号个数	1,135	1,368	1,356	1,217
	向无关联第三方采购存货料号个数	578	969	671	433
	可比个数	413	795	174	131
福州印通可比存货料号占比		36.39%	58.11%	12.83%	10.76%
采购金额	向福州印通采购金额	482.88	886.95	926.59	997.41
	向无关联第三方采购金额	173.00	547.20	466.85	250.28
	向福州印通采购的可比金额	211.45	635.22	256.06	70.46
	向无关联第三方采购的可比金额	122.13	469.72	176.33	85.39
福州印通可比金额占比		43.88%	71.62%	27.64%	7.06%

发行人向福州印通与无关联第三方采购的产品、数量、金额、单价对比情况（前20名的产品）如下：

2016年1-6月前20名产品单价比较

单位：元、个

序号	存货料号	存货名称	福州印通印刷有限公司			无关联关系第三方			单价差异率
			数量	金额	单价	数量	金额	单价	
1	270037011	彩盒 6001	292,880.00	155,643.60	0.5314	221,410.00	117,169.48	0.5292	0.42%
2	272050905	彩图 3215P	1,027,000.00	123,010.55	0.1198	443,000.00	51,872.65	0.1171	2.29%
3	270037050	彩盒 6219	82,465.00	95,968.68	1.1638	27,365.00	30,639.45	1.1197	3.94%
4	270037012	彩盒 6002	182,570.00	89,993.06	0.4929	81,290.00	41,725.90	0.5133	-3.97%
5	270037049	彩盒 6218	59,590.00	80,100.94	1.3442	39,510.00	53,355.38	1.3504	-0.46%
6	272060179	纸卡 2929	469,900.00	67,472.82	0.1436	103,200.00	14,818.46	0.1436	0.00%
7	272060524	纸卡 2920(自动化)	418,200.00	53,615.39	0.1282	120,700.00	15,474.37	0.1282	0.00%
8	272050834	彩图通用盆(LOGO)	1,350,500.00	50,134.52	0.0371	942,000.00	34,856.30	0.037	0.33%
9	270030011	彩盒 6017	29,580.00	47,533.68	1.607	30,860.00	50,148.21	1.625	-1.11%
10	270037020	彩盒 6016	29,720.00	41,372.99	1.3921	20,120.00	25,450.94	1.265	10.05%
11	272060182	纸卡 2930	282,700.00	37,693.34	0.1333	51,700.00	6,893.33	0.1333	0.00%
12	272050911	彩图 3325P	255,500.00	34,962.01	0.1368	271,500.00	35,967.94	0.1325	3.29%
13	208050001	布标抹布系列(茶花)	2,040,000.00	34,871.78	0.0171	1,000,000.00	17,094.02	0.0171	0.00%
14	272060142	纸卡 2910	241,800.00	34,720.01	0.1436	66,700.00	9,577.44	0.1436	0.00%
15	272060169	纸卡 2923	212,000.00	27,179.49	0.1282	152,500.00	19,551.28	0.1282	0.00%
16	272060148	纸卡 2912	237,200.00	25,544.60	0.1077	102,700.00	11,060.00	0.1077	0.00%
17	272050904	彩图 3214P	263,000.00	22,635.98	0.0861	562,500.00	47,115.37	0.0838	2.76%
18	272060386	纸卡 2264	188,600.00	22,567.52	0.1197	41,300.00	4,941.88	0.1197	0.00%
19	272060057	纸卡 0766	90,700.00	22,027.61	0.2429	50,000.00	12,307.69	0.2462	-1.34%
20	272060064	纸卡 0769	71,700.00	20,039.23	0.2795	30,000.00	8,384.61	0.2795	0.00%

注：上表中的单价差异率计算公式为“(向福州印通采购单价/向无关联第三方采购单价-1) × 100%”。

2015年前20名产品单价比较

单位：元、个

序号	存货料号	存货名称	福州印通印刷有限公司			无关联关系第三方			单价差异率
			数量	金额	单价	数量	金额	单价	
1	272010238	条码 1443(QS)	1,854,750	41,216.59	0.0222	222,000	4,933.33	0.0222	0.00%
2	272010237	条码 1442(QS)	1,799,000	39,977.72	0.0222	547,000	12,155.56	0.0222	0.00%
3	272010362	条码 2213	2,417,600	37,193.82	0.0154	779,000	11,984.61	0.0154	0.00%
4	272020161	透明条码 3815P(QS)	657,000	20,215.36	0.0308	120,000	3,692.31	0.0308	0.00%
5	272020095	透明条码 03441K	475,000	12,991.44	0.0274	310,000	8,478.63	0.0274	0.00%
6	272010006	条码 0301	651,200	12,139.48	0.0186	443,200	9,165.12	0.0207	-9.85%
7	272010274	条码 1481(QS)	507,000	11,266.67	0.0222	172,000	3,822.22	0.0222	0.00%
8	272010236	条码 1441(QS)	446,000	9,911.07	0.0222	213,000	4,733.34	0.0222	0.00%
9	272010370	条码 2235	643,000	9,892.31	0.0154	162,000	2,492.31	0.0154	0.00%
10	272027005	透明条码 6001	545,000	9,782.05	0.0179	280,000	5,025.64	0.0179	0.00%
11	272010901	条码 14011T	371,500	8,255.56	0.0222	192,000	4,266.66	0.0222	0.00%
12	272010212	条码 1425(QS)	357,000	7,933.33	0.0222	100,000	2,222.22	0.0222	0.00%
13	272020113	透明条码 03361K	275,000	7,521.35	0.0274	217,500	5,948.72	0.0274	0.00%
14	272010372	条码 2238	485,000	7,461.54	0.0154	200,000	3,076.92	0.0154	0.00%
15	272020118	透明条码 03431K	244,780	6,694.83	0.0274	50,000	1,367.52	0.0274	0.00%
16	272020116	透明条码 03411K	244,000	6,673.49	0.0274	60,000	1,641.02	0.0274	0.00%
17	272020061	透明条码 3078(QS)	206,000	6,338.44	0.0308	35,000	1,076.92	0.0308	0.00%
18	272010525	条码 0505	404,700	6,226.17	0.0154	15,000	230.77	0.0154	0.00%

19	272020114	透明条码 03381K	220,000	6,017.09	0.0274	20,000	547.01	0.0274	0.00%
20	272010018	条码 0410	385,500	5,930.77	0.0154	64,000	984.62	0.0154	0.00%

注：上表中的单价差异率计算公式为“(向福州印通采购单价/向无关联第三方采购单价-1)×100%”。

2014年前20名产品单价比较

单位：元、个

序号	存货料号	存货名称	福州印通印刷有限公司			无关联关系第三方			单价差异率
			数量	金额	单价	数量	金额	单价	
1	272010237	条码 1442(QS)	1,665,200	37,004.29	0.0222	170,000	3,777.78	0.0222	0.00%
2	272020095	透明条码 03441K	535,000	14,632.49	0.0274	42,000	1,148.72	0.0274	0.00%
3	272010212	条码 1425(QS)	579,500	12,877.71	0.0222	2,000	44.44	0.0222	0.00%
4	272020049	透明条码 0838	449,000	12,280.25	0.0274	20,500	560.68	0.0274	0.00%
5	272027005	透明条码 6001	636,000	11,415.51	0.0179	10,800	193.85	0.0179	0.00%
6	272010235	条码 1440(QS)	484,500	10,766.61	0.0222	7,000	155.56	0.0222	0.00%
7	272010370	条码 2235	587,000	7,810.25	0.0133	10,000	119.66	0.0120	11.19%
8	272010280	条码 1493(QS)	333,700	7,415.53	0.0222	5,000	111.11	0.0222	0.00%
9	272010372	条码 2238	515,000	6,682.80	0.0130	61,000	729.91	0.0120	8.45%
10	272020114	透明条码 03381K	224,000	6,126.42	0.0274	30,000	820.51	0.0274	0.00%
11	272010007	条码 0302	341,500	5,581.26	0.0163	56,800	970.94	0.0171	-4.39%
12	272010018	条码 0410	399,700	5,408.45	0.0135	5,400	64.62	0.0120	13.07%
13	272010368	条码 2231	403,400	4,898.81	0.0121	81,800	978.8	0.0120	1.49%
14	272010276	条码 1489(QS)	188,500	4,188.88	0.0222	4,000	88.89	0.0222	0.00%
15	272010117	条码 1010(QS)	188,000	4,177.75	0.0222	14,000	311.11	0.0222	0.00%

16	272010250	条码 1450(QS)	183,000	4,066.66	0.0222	2,200	48.89	0.0222	0.00%
17	272020064	透明条码 2102-A	120,000	3,692.29	0.0308	35,000	1,076.92	0.0308	0.00%
18	272010122	条码 1015(QS)	160,500	3,566.66	0.0222	34,200	760	0.0222	0.00%
19	272020085	透明条码 08491K	106,500	2,912.80	0.0274	11,000	300.85	0.0274	0.00%
20	272010118	条码 1011(QS)	130,000	2,888.88	0.0222	45,700	1,015.56	0.0222	0.00%

注：上表中的单价差异率计算公式为“(向福州印通采购单价/向无关联第三方采购单价-1)×100%”。

2013年前20名产品单价比较

单位：元、个

序号	存货料号	存货名称	福州印通印刷有限公司			无关联关系第三方			单价差异率
			数量	金额	单价	数量	金额	单价	
1	272060029	纸卡 0728	340,300	49,201.36	0.1446	26,600	3,637.60	0.1368	5.73%
2	272050762	彩图 32070T	191,500	15,172.70	0.0792	790,000	62,592.34	0.0792	0.00%
3	272040502	不干胶胶 23021T(QS)	75,860	11,825.24	0.1559	20,000	2,461.54	0.1231	26.65%
4	272050456	彩图 2727	45,000	9,296.16	0.2066	67,050	13,851.29	0.2066	0.00%
5	272040484	不干胶胶 1520	81,000	8,100.00	0.1000	10,000	1,000.00	0.1000	0.00%
6	272050632	彩图 3315	60,000	6,882.05	0.1147	327,200	39,555.82	0.1209	-5.12%
7	272040090	不干胶胶 1817	88,790	6,374.67	0.0718	10,000	717.95	0.0718	0.00%
8	272050834	彩图通用盆(LOGO)	167,000	6,266.08	0.0375	1,920,250	72,050.28	0.0375	0.00%
9	272040070	不干胶胶 1501	103,200	6,081.54	0.0589	26,500	1,585.47	0.0598	-1.50%
10	272050812	彩图 6032	40,000	5,873.50	0.1468	54,750	8,039.36	0.1468	0.00%
11	272050822	彩图 64091K	70,400	5,752.34	0.0817	30,000	2,451.28	0.0817	0.00%
12	272050227	彩图 3303	58,000	5,576.92	0.0962	351,000	36,615.96	0.1043	-7.83%

13	272050241	彩图 3801	70,000	5,558.12	0.0794	217,300	17,253.96	0.0794	0.00%
14	272010412	条码 2765(QS)	296,570	5,323.05	0.0179	4,000	71.79	0.0179	0.01%
15	272050682	彩图 3206	90,000	5,261.62	0.0585	550,000	32,153.92	0.0585	0.00%
16	272050144	彩图 2715	316,500	5,004.49	0.0158	996,000	15,748.73	0.0158	0.00%
17	272050457	彩图 2729	30,000	4,953.85	0.1651	125,100	20,657.51	0.1651	0.00%
18	272010266	条码 1467(QS)	222,600	4,946.65	0.0222	48,000	1,066.67	0.0222	0.00%
19	272050028	彩图 1001-B	84,000	4,731.28	0.0563	274,700	15,472.43	0.0563	0.00%
20	272050680	彩图 3302	60,000	4,558.97	0.0760	318,800	25,631.88	0.0804	-5.50%

注：上表中的单价差异率计算公式为“(向福州印通采购单价/向无关联第三方采购单价-1) × 100%”。

从上表可知，发行人向福州印通购买的印刷品与向无关联第三方购买的相同具体型号印刷品价格相当。少数从福州印通采购的相同型号印刷品价格高于或低于无关联第三方的原因为：首先，公司供应部根据产品的实际生产与销售情况，分批持续采购印刷品，订货数量的差异会影响订货的价格；其次，公司的产品不断推陈出新，对应的同一具体型号印刷品规格及材质也会相应更新换代有所变化，年度中间同一具体型号印刷品规格和材质变化也会导致该印刷品采购均价有所差异。

C、向世纪远洋租赁厂房的价格公允性分析

与世纪远洋厂房同位于晋安区宦溪镇工业集中区的另一处面积为 1,500 平方米的厂房，出租用于工业生产，2013 年其租金价格为每平方米 13 元/月，而发行人向世纪远洋租赁厂房的价格为每平方米 16 元/月，价格差异率为 18.75%，主要原因系世纪远洋厂房为水泥框架结构且配套设施齐全，而上述用于比价参考的另一处厂房为钢结构且为独栋建筑，无相关配套设施，因此发行人向世纪远洋租赁厂房的价格略高。总体而言，考虑建筑结构和配套设施等因素后，发行人向世纪远洋租赁厂房的价格与同类可比厂房的出租价格基本相近，价格公允。

D、经常性关联交易对发行人经营成果和财务状况的影响

报告期内，公司与关联方之间的关联交易遵循市场定价原则，各方均按相关合同约定条件支付款项。

a、报告期内，关联销售对发行人经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
关联交易销售收入	913.30	1,507.77	1,343.34	1,230.87
占公司同期营业收入比例	2.78%	2.22%	2.16%	2.01%
关联交易销售成本	639.19	1,120.37	925.53	841.73
占公司同期营业成本比例	3.08%	2.40%	2.18%	2.04%
关联交易销售毛利	274.12	387.40	417.81	389.14
关联交易应收账款当期计提的坏账准备对利润总额的影响数	-3.95	1.25	-3.30	12.17
关联销售对利润总额影响数（注）	270.17	388.65	414.51	401.31
占公司同期利润总额比例	3.97%	3.21%	3.49%	2.96%

注：本表计算关联交易对公司利润总额影响数时，未考虑相应的少量期间费用。

总体上看，关联销售和关联采购占发行人营业收入和营业成本的比例均较低，关联交易产生的利润占发行人利润总额的比例也较低，关联交易对发行人的

经营成果影响较小。

b、报告期内，公司与关联方之间的关联交易形成的应收账款、应付账款和其他应付款情况如下：

应收账款与应付账款情况

单位：万元

关联方	项目	2016. 6. 30	2015. 12. 31	2014. 12. 31	2013. 12. 31
成都茶花	应收账款	151.81	72.86	97.93	31.96
福州印通	应付账款	19.32	55.39	61.84	80.61

其他应付款情况

单位：万元

其他应付款	2016. 6. 30	2015. 12. 31	2014. 12. 31	2013. 12. 31
世纪远洋	-	-	-	469.80

发行人 2013 年向世纪远洋租赁厂房，上述其他应付款主要系发行人应付世纪远洋的租金。

(2) 偶发性关联交易

①偶发性关联交易的内容

关联方为公司提供担保，报告期内，关联方为公司提供担保情况如下：

单位：万元

序号	债权人	担保业务种类	主债务金额	主债务期限或授信额度期限	关联担保人及担保方式
1	招商银行福州五四支行	授信额度	5,000	2014.07.25 -2015.07.24	陈冠宇、陈葵生提供保证
2	招商银行福州五四支行	授信额度	5,000	2015.10.30 -2016.10.29	陈冠宇、陈葵生提供保证
3	交通银行福建省分行	借款合同	5,000	2015.12.15 -2016.12.14	陈冠宇、陈葵生、陈明生提供保证

②偶发性关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

上述偶发性关联交易系关联方为发行人申请银行授信额度和流动资金借款额度提供担保，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

(三) 关联交易制度的执行情况和独立董事意见

公司独立董事对公司报告期内的关联交易事项进行了核查，认为：在最近三年及一期，公司对关联交易的决策程序符合我国有关法律、法规、规范性文件以及公司章程的规定，在公司董事会、股东大会对关联交易事项进行表决时，关联董事或关联股东已依法回避表决，公司已采取必要措施保护公司及无关联关系股

东的利益；公司与关联方签订的关联交易协议遵循了平等自愿、等价有偿的原则，关联交易价格是公允、合理的，不存在损害公司和股东利益特别是无关联关系股东利益的情形。

七、董事、监事、高级管理人员

姓名	职务	性别	出生	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2015年领薪情况(万元)	持有发行人股数(万股)	与公司的其他利益关系
陈葵生	董事长、总经理	男	1966年	20130112-20160111	曾任福州远洋塑料用品有限公司副总经理、福建茶花家居塑料用品有限公司董事长、总经理，现任公司董事长、总经理。	福州市第十四届人民代表大会代表、连江茶花董事长兼总经理，世纪远洋董事。	36.13	3,589.43	无
陈明生	董事、副总经理	男	1957年	20130112-20160111	曾任福州远洋塑料用品有限公司副总经理、福建茶花家居塑料用品有限公司董事、副总经理。现任公司董事、副总经理。	福州市晋安区第十一届人民代表大会代表、福州市塑料同业协会副会长、连江茶花董事、世纪远洋董事。	20.13	3,231.08	无
林世福	董事、副总经理	男	1961年	20130112-20160111	曾任福州远洋塑料用品有限公司副总经理、福建茶花家居塑料用品有限公司董事、副总经理。现任公司董事、副总经理。	连江茶花董事、世纪远洋董事。	20.49	1,615.54	无
陈冠宇	董事	男	1990年	20130112-20160111	曾任福建茶花家居塑料用品有限公司董事。现任公司董事、销售部职员。	连江茶花董事、世纪远洋董事。	3.43	6,784.68	无
陈友梅	董事、副总经理、财务总监	男	1978年	20130112-20160111	曾任天健华证中洲(北京)会计师事务所有限公司高级项目经理，福建鸿博印刷股份有限公司董事、副总经理；福建茶花家居塑料用品有限公司副总经理、财务总监。现任公司董事、副总经理、财务总监。	无	30.49	-	无
陈达	董事	男	1983年	20130112-20160111	曾任福建茶花家居塑料用品有限公司董事。现任公司董事。	兰馨亚洲投资集团投资总监、重庆特星实业发展有限公司监事、广州薇美姿实业有限公司董事	-	-	无
陈玲	独立董事	女	1963年	20130112-20160111	现任福州大学管理学院财政金融系教授、硕士生导师。现任公司独立董事。	福建省证券经济研究会副秘书长、福建省税务学会常务理事及学术委员会委员、福建省经济学会副秘书长、中华外国经济学说研究会理事、浙江爱仕达电器股份有限公司独立董事、德艺文化创意集团股份	5.00	-	无

姓名	职务	性别	出生	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2015年领薪情况(万元)	持有发行人股数(万股)	与公司的其他利益关系
						有限公司独立董事。			
肖阳	独立董事	男	1963年	20130112-20160111	现任福州大学管理学院工商管理系副教授、硕士生导师。现任公司独立董事。	中国工业经济学会理事、中国管理现代化研究会市场营销专业委员会委员、福建省人民政府发展研究中心特约研究员、福建省发展战略研究会常务理事及常务副秘书长、福建营销协会常务理事及品牌营销专业委员会主任、福建省技术经济与管理现代化研究会理事、海欣食品股份有限公司独立董事。	5.00	-	无
潘越	独立董事	女	1977年	20130112-20160111	现任厦门大学经济学院金融系教授、博士生导师。现任公司独立董事。	华福基金管理有限责任公司独立董事、福建漳州发展股份有限公司独立董事、厦门瑞尔特卫浴科技股份有限公司独立董事。	5.00	-	无
阮建锐	监事会主席	男	1974年	20141016-20160111	曾任华映光电股份有限公司生产经理、福建茶花家居塑料用品有限公司副总经理助理，现任公司监事会主席。	连江茶花副总经理	18.53	-	无
阮丽彬	监事	女	1977年	20130112-20160111	曾任福建天行健医药有限公司人力资源部副经理、福建茶花家居塑料用品有限公司人力资源部经理。现任公司监事。	中国太平洋人寿保险股份有限公司福州中心支公司职员	10.11	-	无
陈奋明	职工代表监事	男	1967年	20130112-20160111	曾任福州远洋塑料用品有限公司销售部副经理、福建茶花家居塑料用品有限公司销售部副经理。现任公司职工代表监事、销售部副经理。	无	5.85	-	无
陈志海	副总经理	男	1967年	20131105-20160111	曾任青岛海冠模具有限公司副总经理、青岛家电工艺装备研究所技术部部长、质量部部长、制造部部长，海尔集团中试事业部部长，青岛华侨实业股份有限公司董事、总经理。现任公司副总经理。	无	30.52	-	无

姓名	职务	性别	出生	任期起止日期	简要经历	兼职情况	2015年领薪情况(万元)	持有发行人股数(万股)	与公司的其他利益关系
翁林彦	副总经理、董事会秘书	男	1968年	20130112-20160111	曾任青岛啤酒(福州)有限公司市场部经理, 厦门小天下酒业营销有限公司高级经理, 福建茶花家居塑料用品有限公司品牌部经理、副总经理。现任公司副总经理、董事会秘书。	无	18.49	-	无
江煌育	副总经理	男	1976年	20130112-20160111	曾任中国移动福建公司培训中心高级督导、香港南益集团人力资源总监、湖北王子商业集团董事长助理、福建天宝矿业集团股份有限公司人力资源总监、福建茶花家居塑料用品有限公司副总经理。现任公司副总经理。	无	18.49	-	无
叶蕻蓓	副总经理	男	1965年	20130112-20160111	曾任福建茶花家居塑料用品有限公司副总经理。现任公司副总经理。	连江茶花监事	18.49	-	无

八、发行人实际控制人的简要情况

陈葵生、陈冠宇、陈明生、林世福、陈福生合计直接持有公司股份 16,513.76 万股，占公司发行前总股本的 91.74%，为公司的实际控制人，其中，陈葵生、陈明生、陈福生系兄弟关系，陈冠宇系陈葵生等三人的侄子，林世福为陈葵生等三人之姐（妹）夫。

九、财务会计信息和管理层讨论与分析

（一）财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产：				
货币资金	176,910,904.82	177,058,680.83	98,111,037.38	104,101,920.62
应收票据	-	-	-	-
应收账款	75,260,851.64	61,557,363.95	66,484,682.83	67,214,938.06
预付款项	892,168.93	1,145,146.37	1,469,290.67	5,664,960.05
其他应收款	1,248,500.59	950,983.92	1,153,714.91	6,942,379.45
存货	143,267,919.05	143,415,173.57	177,906,134.10	134,595,326.50
一年内到期的非流动资产	-	-	34,285.75	-
其他流动资产	1,240,848.43	210,547.37	10,366,527.24	10,196,197.69
流动资产合计	398,821,193.46	384,337,896.01	355,525,672.88	328,715,722.37
非流动资产：				
可供出售金融资产	50,000,000.00	20,000,000.00	-	-
固定资产	361,751,110.59	350,905,428.68	318,668,370.43	237,831,446.82
在建工程	3,482,159.58	10,206,644.48	19,140,575.24	55,451,337.24
固定资产清理	-	10,835.71	141,631.13	246,785.73
无形资产	39,452,529.93	40,042,421.37	40,876,339.66	31,249,302.83
长期待摊费用	-	-	-	116,571.43
递延所得税资产	8,388,227.96	6,967,103.69	6,280,360.12	7,866,483.05
其他非流动资产	10,364,106.41	15,722,708.01	9,487,767.15	9,867,399.59
非流动资产合计	473,438,134.47	443,855,141.94	394,595,043.73	342,629,326.69
资产总计	872,259,327.93	828,193,037.95	750,120,716.61	671,345,049.06

流动负债：				
应付账款	25,286,229.19	33,655,130.65	47,050,226.96	42,342,834.65
预收款项	9,026,285.05	8,689,089.37	7,015,583.43	4,434,314.57
应付职工薪酬	17,403,142.60	19,529,836.62	18,056,545.80	14,778,961.11
应交税费	14,913,371.30	13,986,886.91	17,555,710.05	31,934,845.76
其他应付款	8,920,474.22	7,618,553.12	6,180,342.94	12,045,077.08
流动负债合计	75,549,502.36	83,479,496.67	95,858,409.18	105,536,033.17
非流动负债：				
预计负债	-	27,100.00	-	-
递延所得税负债	1,156,903.51	293,004.18	12,449.94	-
非流动负债合计	1,156,903.51	320,104.18	12,449.94	-
负债合计	76,706,405.87	83,799,600.85	95,870,859.12	105,536,033.17
股东权益：				
股本	180,000,000.00	180,000,000.00	180,000,000.00	180,000,000.00
资本公积	273,076,616.11	273,076,616.11	273,076,616.11	273,076,616.11
盈余公积	25,075,575.54	25,075,575.54	18,955,586.76	11,897,888.66
未分配利润	317,400,730.41	266,241,245.45	182,217,654.62	100,834,511.12
归属于母公司所有者权益合计	795,552,922.06	744,393,437.10	654,249,857.49	565,809,015.89
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	795,552,922.06	744,393,437.10	654,249,857.49	565,809,015.89
负债和股东权益总计	872,259,327.93	828,193,037.95	750,120,716.61	671,345,049.06

2、合并利润表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、营业总收入	326,892,333.94	680,021,045.30	622,241,464.01	612,887,912.10
其中：营业收入	326,892,333.94	680,021,045.30	622,241,464.01	612,887,912.10
二、营业总成本	260,030,466.35	562,598,501.01	509,009,765.12	479,237,859.31
其中：营业成本	207,447,080.85	467,548,812.90	427,264,073.36	412,230,363.21
营业税金及附加	2,783,609.04	4,905,154.16	4,851,479.17	6,141,486.00
销售费用	21,669,846.01	38,050,281.32	33,981,848.87	25,146,087.05
管理费用	21,846,494.42	48,152,119.02	41,123,308.66	34,105,263.29
财务费用	-717,486.66	-2,017,570.07	-830,176.82	-425,711.15

资产减值损失	7,000,922.69	5,959,703.68	2,619,231.88	2,040,370.91
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	1,236,152.19	1,113,651.06	327,458.89	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	68,098,019.78	118,536,195.35	113,559,157.78	133,650,052.79
加：营业外收入	369,110.95	2,914,878.33	5,434,504.11	2,105,459.87
其中：非流动资产处置利得	8,427.45	37,929.79	500,734.56	278,022.02
减：营业外支出	185,948.27	542,856.71	154,774.98	214,805.71
其中：非流动资产处置损失	166,963.54	431,882.64	144,144.31	19,286.71
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	68,281,182.46	120,908,216.97	118,838,886.91	135,540,706.95
减：所得税费用	17,121,697.50	30,764,637.36	30,398,045.31	34,483,161.49
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	51,159,484.96	90,143,579.61	88,440,841.60	101,057,545.46
归属于母公司所有者的净利润	51,159,484.96	90,143,579.61	88,440,841.60	101,057,545.46
少数股东损益	-	-	-	-
六、其他综合收益的税后净利	-	-	-	-
七、综合收益总额	51,159,484.96	90,143,579.61	88,440,841.60	101,057,545.46
归属于母公司所有者的综合收益总额	51,159,484.96	90,143,579.61	88,440,841.60	101,057,545.46
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
八、每股收益				
（一）基本每股收益	0.28	0.50	0.49	0.56
（二）稀释每股收益	0.28	0.50	0.49	0.56

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013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	359,167,206.09	792,824,863.29	716,374,785.32	706,049,516.72
收到的税费返还	-	-	1,165,587.13	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,147,609.20	4,100,168.33	6,371,183.04	3,374,934.17
经营活动现金流入小计	360,314,815.29	796,925,031.62	723,911,555.49	709,424,450.89
购买商品、接受劳务支付的现金	188,038,159.85	380,737,083.42	426,693,160.97	405,789,548.77
支付给职工以及为职工支付的现金	58,681,779.74	118,894,623.55	110,826,477.91	88,824,975.38

支付的各项税费	43,349,233.50	84,593,796.83	98,726,582.77	80,458,276.77
支付其他与经营活动有关的现金	17,396,303.95	29,118,872.10	21,638,358.12	18,182,201.02
经营活动现金流出小计	307,465,477.04	613,344,375.90	657,884,579.77	593,255,001.94
经营活动产生的现金流量净额	52,849,338.25	183,580,655.72	66,026,975.72	116,169,448.95
二. 投资活动产生的现金流量:				
收回投资所收到的现金	71,236,152.19	53,513,651.06	30,327,458.89	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	43,035.62	542,711.14	609,667.96	162,100.00
投资活动现金流入小计	71,279,187.81	54,056,362.20	30,937,126.85	162,100.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	24,231,986.73	86,018,706.20	73,227,072.23	76,560,364.17
投资支付的现金	100,000,000.00	72,400,000.00	30,000,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	18,100,000.00	-
投资活动现金流出小计	124,231,986.73	158,418,706.20	121,327,072.23	76,560,364.17
投资活动产生的现金流量净额	-52,952,798.92	-104,362,344.00	-90,389,945.38	-76,398,264.17
三. 筹资活动产生的现金流量:				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中: 子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-
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	-	-	-	-
其中: 子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	512,681.57	1,399,398.71	-	-
筹资活动现金流出小计	512,681.57	1,399,398.71	-	-
筹资活动产生的现金流量净额	-512,681.57	-1,399,398.71	-	-
四. 汇率变动对现金及现金等价物的影响	289,116.64	609,342.18	-86,559.73	-331,852.74
五. 现金及现金等价物净增加额	-327,025.60	78,428,255.19	-24,449,529.39	39,439,332.04
加: 期初现金及现金等价物余额	157,058,007.87	78,629,752.68	103,079,282.07	63,639,950.03
六. 期末现金及现金等价物余额	156,730,982.27	157,058,007.87	78,629,752.68	103,079,282.07

（二）最近三年非经常性损益的具体内容、金额及扣除非经常性损益后的净利润

单位：元

非经常性损益项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
非流动资产处置损益	-158,536.09	-393,952.85	356,590.25	258,735.31
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）	360,683.50	2,393,670.00	4,915,653.00	1,639,079.67
处置可供出售金融资产取得的投资收益	1,236,152.19	1,113,651.06	327,458.89	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	141,971.56	-	-
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-18,984.73	372,304.47	7,485.88	-7,160.82
小 计	1,419,314.87	3,627,644.24	5,607,188.02	1,890,654.16
非经常性损益对应的所得税影响数	359,068.72	909,158.42	1,404,454.68	517,823.29
扣除所得税影响后非经常性损益合计	1,060,246.15	2,718,485.82	4,202,733.34	1,372,830.87
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	1,060,246.15	2,718,485.82	4,202,733.34	1,372,830.87
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	50,099,238.81	87,425,093.79	84,238,108.26	99,684,714.59
非经常性损益净额对净利润的影响	2.07%	3.02%	4.75%	1.36%

（三）最近三年主要财务指标

财务指标	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动比率	5.28	4.60	3.71	3.11
速动比率	3.38	2.89	1.85	1.84
资产负债率（母公司）	5.76%	6.63%	6.54%	10.59%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.23%	0.27%	0.29%	0.34%
财务指标	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
应收账款周转率（次/年）	8.93	10.04	8.83	9.18
应收账款周转天数（天）	40.89	36.35	41.35	39.76
存货周转率（次/年）	2.74	2.81	2.68	3.08
存货周转天数（天）	133.34	129.82	136.27	118.40
息税折旧摊销前利润（万元）	8,691.65	15,290.13	14,367.61	15,195.96
利息保障倍数	不适用	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.29	1.02	0.37	0.65

每股净现金流量（元/股）	-0.002	0.44	-0.14	0.22
--------------	--------	------	-------	------

（四）发行人盈利预测情况

本公司未编制盈利预测报告。

（五）管理层讨论与分析

（本节“九 财务会计信息和管理层讨论与分析·（五）管理层讨论与分析”内若无特别注明，表格金额货币单位为人民币万元，比例均为%）

1、资产结构及其变化

报告期内各期末，公司资产构成如下表所示：

项目	2016-6-30		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	17,691.09	20.28	17,705.87	21.38	9,811.10	13.08	10,410.19	15.51
应收票据	-	-	-	-	-	-	-	-
应收账款	7,526.09	8.63	6,155.74	7.43	6,648.47	8.86	6,721.49	10.01
预付款项	89.22	0.10	114.51	0.14	146.93	0.20	566.50	0.84
其他应收款	124.85	0.14	95.10	0.11	115.37	0.15	694.24	1.03
存货	14,326.79	16.42	14,341.52	17.32	17,790.61	23.72	13,459.53	20.05
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-	3.43	0.00	-	-
其他流动资产	124.08	0.14	21.05	0.03	1,036.65	1.38	1,019.62	1.52
流动资产合计	39,882.12	45.72	38,433.79	46.41	35,552.57	47.40	32,871.57	48.96
可供出售金融资产	5,000.00	5.73	2,000.00	2.41	-	-	-	-
固定资产	36,175.11	41.47	35,090.54	42.37	31,866.84	42.48	23,783.14	35.43
在建工程	348.22	0.40	1,020.66	1.23	1,914.06	2.55	5,545.13	8.26
固定资产清理	-	-	1.08	0.00	14.16	0.02	24.68	0.04
无形资产	3,945.25	4.52	4,004.24	4.83	4,087.63	5.45	3,124.93	4.65
长期待摊费用	-	-	-	-	-	-	11.66	0.02
递延所得税资产	838.82	0.96	696.71	0.84	628.04	0.84	786.65	1.17
其他非流动资产	1,036.41	1.19	1,572.27	1.90	948.78	1.26	986.74	1.47
非流动资产合计	47,343.81	54.28	44,385.51	53.59	39,459.50	52.60	34,262.93	51.04
资产总计	87,225.93	100.00	82,819.30	100.00	75,012.07	100.00	67,134.50	100.00

报告期内，公司各期末的资产构成及其变化呈现以下特点：

（1）资产总额逐年增长。2013年末、2014年末、2015年末及2016年6月末，公司资产总额分别为67,134.50万元、75,012.07万元、82,819.30万元和

87,225.93 万元，逐年增长。一方面系公司经营规模逐年扩大和经营利润累积，与主营业务密切相关的流动资产相应增长所致，另一方面系连江茶花生产基地建设导致相关固定资产及在建工程增长较多所致。

(2) 流动资产比重略低于非流动资产 2013 年末、2014 年末、2015 年末及 2016 年 6 月末，公司流动资产占总资产的比例分别为 48.96%、47.40%、46.41% 和 45.72%，主要系连江茶花生产基地建设投入较多资金形成固定资产和在建工程所致。预计随着连江茶花生产基地产能的释放，收入规模上升，未来公司流动资产比例将有所提升。

2、负债结构及其变化分析

项 目	2016-6-30		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	7,554.95	98.49	8,347.95	99.62	9,585.84	99.99	10,553.60	100.00
非流动负债	115.69	1.51	32.01	0.38	1.24	0.01	-	-
负债合计	7,670.64	100.00	8,379.96	100.00	9,587.09	100.00	10,553.60	100.00

2013 年末、2014 年末、2015 年末及 2016 年 6 月末，公司负债金额分别为 10,553.60 万元、9,587.09 万元、8,379.96 万元和 7,670.64 万元，主要由流动负债组成。

3、盈利能力分析

(1) 总体盈利能力分析

报告期内，公司业绩情况如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
营业收入	32,689.23	100.00	68,002.10	100.00	62,224.15	100.00	61,288.79	100.00
毛利	11,944.53	36.54	21,247.22	31.24	19,497.74	31.33	20,065.75	32.74
期间费用	4,279.89	13.09	8,418.48	12.38	7,427.50	11.94	5,882.56	9.60
营业利润	6,809.80	20.83	11,853.62	17.43	11,355.92	18.25	13,365.01	21.81
利润总额	6,828.12	20.89	12,090.82	17.78	11,883.89	19.10	13,554.07	22.12
净利润	5,115.95	15.65	9,014.36	13.26	8,844.08	14.21	10,105.75	16.49

①营业收入增长平稳，2014 年销量有所下滑，2015 年销量有所回升。2011 年第四季度以来，零售行业面临消费疲软、电商分流等负面因素冲击，行业增长中枢不断下行。借助与商超密切的长期合作关系，公司加快了生活馆的布局建设，为今后的销售增长做好铺垫。报告期内，公司组建了一支精干的电商团队，大力

发展电商业务，取得良好成效。2013 年公司实现营业收入 61,288.79 万元，同比增长 9.30%；2014 年实现营业收入 62,224.15 万元，同比小幅增长 1.53%，但受零售行业环境进一步恶化的影响，2014 年公司销量有所下滑。2014 年年底开始，受国际原油价格下滑影响，PP 等主要原材料市场价格下降，公司抓住有利时机，对产品销售价格进行结构性调整，加大产品促销力度，2015 年产品销售数量比 2014 年增长 23.21%，主营业务收入同比增长 9.29%。2016 年 1-6 月，PP 等主要原材料市场价格经历了先继续下降再回升的过程，到 6 月份，价格回升到 2015 年 11 月份水平，因此公司未对产品销售价格进行大的调整。2016 年 1-6 月，公司产品销售数量较上年同期增长 2.99%，主营业务收入较上年同期下降 2.34%，略有下降。

②保持较高的毛利率水平。2013 年、2014 年、2015 年及 2016 年 1-6 月，公司综合毛利率分别为 32.74%、31.33%、31.24%和 36.54%。经过多年的发展，公司的生产经营进入较为成熟阶段，公司制定了一套较为完善的价格体系，可以根据市场、主要原材料成本波动以及公司生产经营情况进行销售价格调整，使公司产品毛利率保持在一个合理水平上。但当宏观经济环境出现恶化、需求较为疲软时，由于家居塑料产品属于半耐用品，相对食品等快消品，其需求的价格弹性要大一些，产品提价因素会对销售产生一定的不利影响。受原材料价格下降影响，2016 年 1-6 月，公司综合毛利率显著上升。

③期间费用率上升较快 2013 年、2014 年、2015 年及 2016 年 1-6 月，公司期间费用分别为 5,882.56 万元、7,427.50 万元、8,418.48 万元和 4,279.89 万元，分别占当期营业收入的 9.60%、11.94%、12.38%和 13.09%，占比上升较快，主要原因系：（1）报告期内，公司大力引进了高级管理人才、研发设计人才、电商人才和营销人才，导致管理人员和销售薪酬支出大幅增加；（2）2012 年新开辟的电商销售渠道，与电商相关的销售费用快速增长，同时公司加大奖励经销商建设生活馆的力度，使得销售费用相应增长；（3）子公司连江茶花投产，需要相应增加管理人员，增加新的办公场所，增加了办公费用支出。上述期间费用支出增长主要与公司引进人才、新增销售渠道以及经营规模扩大有关，有助于公司的长远发展，但短期内难以立即产生效益，从而会造成公司盈利能力的暂时性下滑。未来随着零售行业景气度的回升，上述期间费用支出产生的效果将逐步显现，从而推动公司营业收入和利润水平的提升。

④2013年、2014年和2015年，公司营业毛利、净利润增长幅度与营业收入增长幅度匹配，损益结构保持相对稳定。受原材料平均采购价格下降影响，2016年1-6月，公司营业毛利、净利润与营业收入变动趋势不一致，损益结构有所变动。2014年，公司营业收入同比增长1.53%，毛利同比下降2.83%，净利润同比下降12.48%。在收入平稳的情况下，受成本上升以及费用上升因素的影响，2014年净利润与2013年相比有所下滑。2015年，公司营业收入同比增长9.29%，毛利同比增长8.97%，净利润同比增长1.93%，均呈小幅上升趋势。2016年1-6月，公司营业收入较上年同期增长-2.36%，受塑胶原材料价格下降影响，毛利同比增长20.55%，净利润同比增长20.87%，导致营业收入增长幅度与营业毛利、净利润增长幅度不一致，主要原因是受经营环境即塑胶原材料价格变动影响所致，符合公司的实际经营情况。

(2) 营业收入来源分析

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	32,612.58	99.77	67,811.46	99.72	62,049.34	99.72	61,187.09	99.83
其他业务收入	76.65	0.23	190.65	0.28	174.80	0.28	101.70	0.17
合计	32,689.23	100.00	68,002.10	100.00	62,224.15	100.00	61,288.79	100.00

公司主营业务收入为销售塑料类的食品容器、清洁用品、收纳整理、居家用品以及其他非塑料制品等家居用品形成的收入，其他业务收入为销售辅料等的收入。报告期内，公司主营业务收入占比均超过99%，主营业务突出。2013年-2015年，公司营业收入年复合增长率为5.33%，增长保持相对平稳。

(3) 净利润主要来源分析

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
营业利润	6,809.80	99.73	11,853.62	98.04	11,355.92	95.56	13,365.01	98.61
营业外收支净额	18.32	0.27	237.20	1.96	527.97	4.44	189.07	1.39
利润总额	6,828.12	100.00	12,090.82	100.00	11,883.89	100.00	13,554.07	100.00

2013年、2014年、2015年及2016年1-6月，公司营业利润分别占利润总额的98.61%、95.56%、98.04%和99.73%，是公司利润的主要来源，公司正常的业务经营为公司带来绝大部分的净利润，营业利润支持公司持续、稳定和健康地

发展。

4、现金流量分析

项 目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、经营活动现金净流量	5,284.93	18,358.07	6,602.70	11,616.94
经营活动现金流入	36,031.48	79,692.50	72,391.16	70,942.45
经营活动现金流出	30,746.55	61,334.44	65,788.46	59,325.50
二、投资活动现金净流量	-5,295.28	-10,436.23	-9,038.99	-7,639.83
投资活动现金流入	7,127.92	5,405.64	3,093.71	16.21
投资活动现金流出	12,423.20	15,841.87	12,132.71	7,656.04
三、筹资活动现金净流量	-51.27	-139.94	-	-
筹资活动现金流入	-	-	-	-
筹资活动现金流出	51.27	139.94	-	-
四、汇率变动对现金的影响额	28.91	60.93	-8.66	-33.19
五、现金及现金等价物净增加额	-32.70	7,842.83	-2,444.95	3,943.93

(1) 经营活动现金流量分析

项 目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
销售商品、提供劳务收到的现金	35,916.72	79,282.49	71,637.48	70,604.95
营业收入	32,689.23	68,002.10	62,224.15	61,288.79
销售商品、提供劳务收到的现金/ 营业收入	1.10	1.17	1.15	1.15
购买商品、接受劳务支付的现金	18,803.82	38,073.71	42,669.32	40,578.95
营业成本	20,744.71	46,754.88	42,726.41	41,223.04
购买商品、接受劳务支付的现金/ 营业成本	0.91	0.81	1.00	0.98
经营活动现金流量净额	5,284.93	18,358.07	6,602.70	11,616.94
净利润	5,115.95	9,014.36	8,844.08	10,105.75
经营活动现金流量净额/净利润	1.03	2.04	0.75	1.15

2013年、2014年、2015年及2016年1-6月，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的比例分别为1.15、1.15、1.17和1.10，销售回款良好；购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本的比例分别为0.98、1.00、0.81和0.91；经营活动现金流量净额与净利润的比例分别为1.15、0.75、2.04和1.03。受原材料库存和产成品库存增加影响，2014年经营活动现金流量净额与净利润之比有所下降。2015年，公司原材料与产成品库存下降，减少资金占用，经营活动现金流量净额与净利润之比显著上升。

（2）投资活动现金流量分析

2013年、2014年、2015年及2016年1-6月，公司投资活动现金流量净额分别为-7,639.83万元、-9,038.99万元、-10,436.23万元和-5,295.28万元。报告期内，投资活动现金流量大额支出，主要系连江茶花一期车间厂房和宿舍及相应的附属公共配套设施处在建设期，以及新购机器设备、模具设备等，需要不断投入资金的缘故。

（3）筹资活动现金流量分析

2013年和2014年筹资活动产生的现金流量净额均为零，2015年及2016年1-6月，筹资活动产生的现金流量净额为-139.94万元和-51.27万元，为上市申请中相关费用支出。

5、可能影响公司盈利能力持续性和稳定性的主要因素

连江茶花投产将缓解公司产能瓶颈，而募投项目达产则在未来一段时间使得产能不再成为公司发展的掣肘。公司将募集资金建设研发平台，着力建设工业设计、产品结构、模具结构设计、平面设计4个技术平台，增强自主创新能力，重点开发杯壶类产品和保鲜盒等食品容器类产品、清洁类用品和一次性用品等市场容量大、毛利高的产品，提升公司产品的盈利能力。

通过挖掘内销市场的广度和深度、持续推进茶花家居生活馆建设，推动电子商务往纵深发展以及拓展更多的外销渠道，不断扩大和完善公司销售渠道，实现公司销售收入的持续快速发展。影响公司未来盈利趋势的其他主要因素包括：

（1）市场竞争能力

公司虽然在中高端市场取得较好业绩，但是并没有取得绝对领先的市场份额，家居塑料制品行业的“大市场、小企业”的特征并未改变。在许多终端渠道上，公司都会直接面对广州振兴、浙江龙士达、浙江清清美等企业的直接竞争。如果公司产品外观不够吸引人，功能不适用，质量不过关，渠道促销管理不够精细，渠道维护不到位，则会面临被竞争对手赶超的风险，对公司的销售业绩造成不利影响。

如果公司不能根据行业发展趋势和技术进步趋势，适时调整公司自身的经营策略和布局，进行持续的产品研发、工艺改进，以及对销售渠道进行大力拓展、精细管理和有效维护，公司的市场竞争能力将受到不利影响，从而影响公司盈利

能力的持续性和稳定性。

（2）新品研发

家居塑料制品功能与人的基本需求息息相关，产品体验是否舒适、产品外观观感是否良好非常重要。然而人的体验和观感会有疲劳期，因此，如何围绕体验和观感不断进行新品研发、推陈出新，是扩大市场销售规模、提高市场份额的重要因素之一。发行人每年根据销售情况和市场反馈，淘汰部分单品，并且有针对性地研发新品投放市场。若发行人的新品投放出现重大失误，将导致产品市场声誉受到损害，从而对公司盈利能力造成不利影响。

（3）原材料价格波动

家居塑料制品所耗用的原材料主要为 PP 等石化大宗商品，其价格主要受石油价格波动的影响，而国际石油价格波动具有金融属性难以预测。报告期内，原材料价格整体呈下降趋势，尤其是 2015 年原材料价格下降明显，在零售业普遍疲软的大环境下，为公司实现逆势增长创造了良好的条件。未来，如果原材料价格持续走高，虽然公司拥有一定的定价能力，可以通过产品提价将原材料价格风险部分转嫁出去，但是家居塑料制品毕竟属于民生用品，公司可能无法将原材料价格上涨的风险完全通过提价方式转嫁出去。

公司一方面将通过供应链整合与优化，降低生产成本，来消化原材料价格波动可能带来的挑战。通过采购方式的优化，降低采购成本，改进公司生产组织模式，改进工艺，降低生产成本，优化仓储策略，降低仓储成本。另一方面，通过提高产品设计水平，提升产品的体验和外观设计水准，提升产品的附加价值，从而通过提高销售价格来消化原料涨价的风险。

（六）股利分配政策

1、发行人报告期内股利分配政策及实际股利分配情况

（1）报告期内股利分配政策

根据《公司章程》，公司税后利润按下列顺序分配：

①弥补以前年度的亏损。

②提取法定公积金。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。

③经公司股东大会批准后提取任意公积金。

④支付股东股利。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。股东大会违反规定，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。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

⑤公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（2）报告期内实际股利分配情况

2012年3月5日，公司召开股东会，审议并通过了《2010年度利润分配方案》，向全体股东以现金方式分配利润3,500万元（含税）。

2、本次发行后股利分配政策

本次发行上市后适用的《公司章程（草案）》，除保留上述利润分配的相关条款外，还对股利分配政策作了以下规定：

（1）利润分配的原则

公司的利润分配应充分重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，利润分配政策应保持连续性和稳定性，并坚持如下原则：

- ①按照法定顺序分配利润的原则；
- ②同股同权、同股同利的原则；
- ③公司持有的本公司股份不参与分配利润的原则。

（2）利润分配的形式

①公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配股利。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不应损害公司持续经营能力。

②在利润分配方式中，相对于股票股利，公司优先采取现金分红的方式。

③公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。如果公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合

理因素。

（3）利润分配的期间间隔

①在公司当年盈利且累计未分配利润为正数的前提下，公司每年度至少进行一次利润分配。

②公司可以进行中期现金分红。公司董事会可以根据公司当期的盈利规模、现金流状况、公司所处的发展阶段及资金需求状况，提议公司进行中期分红。

（4）利润分配的条件

①现金分红的具体条件

在保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大投资计划或重大资金支出等事项（募集资金投资项目除外）发生，并且公司年度盈利且在弥补以前年度亏损、提取法定公积金后仍有剩余时，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年以现金方式累计分配的利润应不少于当年实现的可供分配利润的 20%，具体每个年度的分红比例由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案。公司在按照前述规定进行现金分红的前提下，可以发放股票股利。

②发放股票股利的具体条件

在公司经营状况良好，且董事会认为公司每股收益、股票价格、每股净资产等与公司股本规模、股本结构不匹配时，公司可以在满足上述现金分红比例的前提下，同时采取发放股票股利的方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应当充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。

③差异化的现金分红政策

公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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：

A、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%；

B、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%；

C、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。

(5) 董事会、股东大会对利润分配方案的研究论证程序和决策机制

①在定期报告公布前，公司管理层、董事会应当在充分考虑公司持续经营能力、保证正常生产经营及业务发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配预案。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。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。

②公司董事会拟订具体的利润分配预案时，应当遵守我国有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件和公司章程规定的利润分配政策。

③公司董事会审议通过利润分配预案并在定期报告中公告后，提交股东大会审议。

④公司在上一会计年度实现盈利且在弥补以前年度亏损、提取法定公积金后仍有剩余，但公司董事会在上一会计年度结束后未提出现金分红方案的，应当征询独立董事的意见，并在定期报告中披露未提出现金分红方案的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事还应当对此发表独立意见并公开披露；公司在召开股东大会时除现场会议外，还应当向股东提供网络形式的投票平台。

⑤在公司董事会对利润分配方案的决策和论证过程中，以及在公司股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司可以通过电话、传真、信函、电子邮件、公司网站上的投资者关系互动平台等方式，与独立董事、中小股东进行沟通和交流，充分听取独立董事和中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

⑥公司召开股东大会时，单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东有权按照《公司法》、《上市公司股东大会规则》和公司章程的相关规定，向股东大会提出关于利润分配方案的临时提案。

(6) 利润分配方案的审议程序

①公司董事会审议通过利润分配预案后，方能提交股东大会审议。董事会审议利润分配预案时，需经全体董事过半数同意，且经二分之一以上独立董事同意方为通过。

②股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东（包括股东代

理人)所持表决权的过半数通过。如股东大会审议发放股票股利或以公积金转增股本的方案,须经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。

(7) 利润分配政策的调整

①公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要或因外部经营环境、自身经营状况发生较大变化,确需调整利润分配政策的,调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

②公司董事会在研究论证调整利润分配政策的过程中,应当充分考虑独立董事和中小股东的意见。有关调整利润分配政策的议案中应详细论证和说明原因。董事会在审议有关调整利润分配政策的议案时,需经全体董事过半数同意,且经二分之一以上独立董事同意方为通过。

③对公司章程规定的利润分配政策进行调整或变更的,应当经董事会审议通过后方能提交股东大会审议,且公司应当提供网络形式的投票平台为股东参加股东大会提供便利。公司应以股东权益保护为出发点,在股东大会提案中详细论证和说明原因。股东大会在审议利润分配政策的调整或变更事项时,应当经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。

(8) 年度报告对利润分配政策执行情况的说明

公司应当严格按照证券监管部门的有关规定,在年度报告中披露利润分配预案和现金分红政策的制定及执行情况,并对下列事项进行专项说明:

①是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求;

②分红标准和比例是否明确和清晰;

③相关的决策程序和机制是否完备;

④独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用;

⑤中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会,中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

公司对现金分红政策进行调整或变更的,还应当对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

(9) 如果公司股东存在违规占用公司资金情况的,公司应当扣减该股东所获分配的现金红利,以偿还其占用的资金。

3、本次发行前滚存利润的分配方案

公司于 2015 年 2 月 10 日召开了 2015 年第一次临时股东大会，审议通过了本次发行前滚存利润的分配方案，具体内容如下：在本次发行完成后，由公司全体新老股东按照本次发行后的股权比例共同享有公司在本次发行当年实现的利润以及以前年度滚存的截至本次发行时的未分配利润。

（七）发行人控股子公司或纳入发行人合并会计报表的其他企业的基本情况

发行人纳入合并报表范围的控股子公司为连江茶花，具体情况参见“本节 六 同业竞争和关联交易情况·（二）关联交易情况·1、关联方和关联关系·（3）全资子公司”。

第四节 募集资金运用

一、本次募集资金具体安排和计划

(一) 本次募集资金投资项目概况

经公司 2015 年第一次临时股东大会审议通过，公司本次发行募集资金到位后，将按照轻重缓急顺序依次投入以下项目：

序号	项目名称	总投资额(万元)	计划用募集资金投入(万元)	项目备案情况
1	家居塑料制品新建项目	41,000.00	31,000.00	闽发改备[2015]A12008
2	婴童用品新建项目	18,600.00	12,222.00	闽发改备[2015]A12007
3	研发中心建设项目	2,200.00	2,200.00	闽发改备[2015]A04005
合计		61,800.00	45,422.00	

上述项目全部使用募集资金投入；若实际募集资金不能满足上述拟投资项目的全部投资需求，不足部分由公司自筹解决。如本次发行募集资金到位时间与项目资金需求的时间要求不一致，本公司可视实际情况用自筹资金先行投入，待募集资金到位后，以募集资金对前期投入部分进行置换。

截至 2016 年 6 月 30 日，公司已经先行投入 1,790.86 万元用于募集资金投资项目的建设。

(二) 募集资金运用计划

公司本次发行募集资金投资项目投入计划如下表：

单位：万元

项目名称	总投资	第一年	第二年
家居塑料制品新建项目	41,000.00	11,176.98	29,823.02
婴童用品新建项目	18,600.00	4,213.72	14,386.28
研发中心建设项目	2,200.00	2,200.00	-
合计	61,800.00	17,590.70	44,209.30

上述项目投资计划是对拟投资项目的大体安排，实施过程中将根据实际情况作适当调整。

二、募集资金投资项目发展前景的分析

（一）家居塑料制品新建项目发展前景

日用塑料制品因其花色种类繁多、轻捷方便、卫生舒适等优点，在家居用品领域越来越多地代替了陶瓷、不锈钢、木、竹等材料。随着国内经济的快速发展，我国居民生活水平不断提高，对家居日用品的需求量日益增加、品质要求也日益提升，在原有满足基本使用功能的基础上更加追求家居用品的美观、舒适度，日用塑料制品凭借其良好的产品性能和性价比成为家居用品中使用最普遍的产品。

近年来，我国国内生产总值保持快速增长势头，城乡居民收入也保持快速增长，经济的持续高速增长及城乡居民收入的稳步提高为我国家居塑料制品消费的增长奠定了坚实的物质基础，2006年至2014年我国日用塑料制品产量以年均13.20%的速度增长。而世界各国的发展经验表明：经济越是发达，塑料制品的消费量越大。据统计，美国的人均塑料年消费量为170公斤，比利时为200公斤，而我国人均消费量仅为46公斤，远低于美国和比利时等发达国家的水平，塑料制品行业在我国仍存在巨大的发展潜力。

同时，随着中国农村城镇化进程的加快，城镇人口所占比重逐年上升，人们的生活水平在不断提升，消费观念也在不断转变，在日用塑料制品消费方面除了实用、美观外，越来越注重消费产品的质量和品牌。根据国家统计局的数据，1990年我国城镇人口所占比重为26.41%，而到2014年，我国城镇人口的比重上升到54.77%。城镇人口的增加和现代生活方式、消费观念的转变，将持续拉动日用塑料制品行业的快速发展。

《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》等国家政策提出的扩大内需的政策推动将成为引领消费时代到来的重要力量，日用塑料制品作为主要的日常消费品之一将迎来一个全新的发展时期。

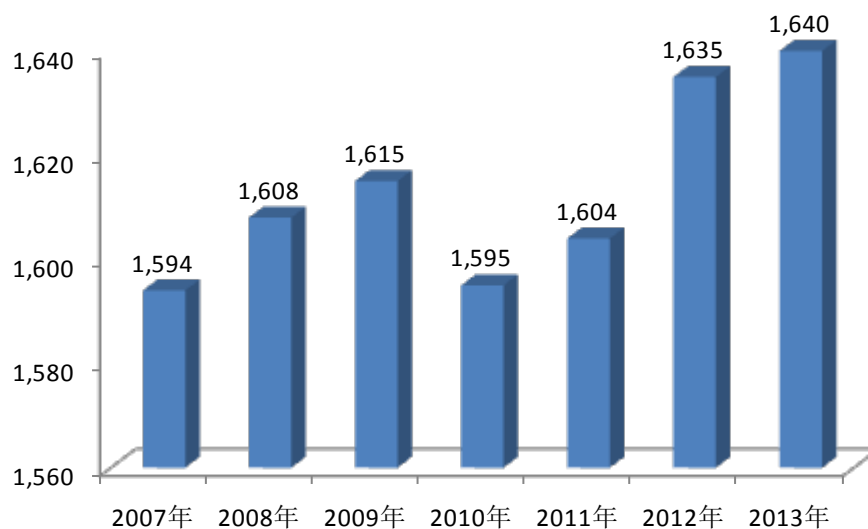
在居民收入和消费稳步增长及国家鼓励消费的宏观背景下，随着消费的换代升级，日用塑料制品具备巨大的市场增长潜力。

（二）婴童用品新建项目发展前景分析

1、庞大的婴童人数奠定了婴童用品产业的发展基础

从近几年我国人口出生情况来看，虽然出生率呈下降趋势，但婴儿出生数量有所上升，2010-2012年，出生人口由1,595万人上升至1,635万人。2013年，

中国人口出生率为 1.21%，出生人口数量为 1,640 万人。



根据联合国测算，2010-2015 年和 2015-2020 年中国人口的出生率分别为 1.34%和 1.22%，出生率保持在较高水平。与此对应，我国儿童人口正迎来黄金增长期，庞大的婴童人数奠定了婴童用品产业坚实的发展基础。

2、“4+2+1”的漏斗效应使得婴童成为消费升级的核心主体

上世纪 80 年代初以来实施的计划生育政策，导致“4+2+1”成为城市家庭主导的家庭结构，一个孩子对应父母 2 人和爷爷奶奶、外公外婆 4 个老人，孩子在家庭和社会中的地位不断提高。“4+2+1”的家庭结构形成了财富漏斗效应，孩子一出生就拥有两代人的财富积累可以支配，财富漏斗放大了婴童的消费能力，成为婴童消费发展的加速器。因此，婴童消费远远超过成人消费市场的增长速度和潜力，婴童消费成为消费升级的核心主体。

3、二胎政策在全国范围内逐步实施将进一步提升婴童产业的潜力

2013 年 11 月 15 日，党的十八届三中全会审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，“单独二胎”政策正式启动。目前全国绝大多数省份已经实施“单独”家庭二胎生育政策，近 20 个省份取消了二胎生育间隔，“单独二胎”政策的实施将进一步提升人口出生率、增加婴童数量，从而有助于拉升婴童用品产业市场规模扩容。

（三）研发中心建设项目实施背景

“十一五”时期，我国日用塑料制品行业虽然发展迅速，但仍未从根本上

摆脱重销售、轻研发的发展模式，研发投入严重不足，产品多停留在模仿抄袭的水平上，产品同质化严重。与国际知名品牌相比，我国大多数企业在研发方面的投入严重落后，产品研发设计能力存在显著差距，产品同质化现象严重、产品附加值低，在高端产品上难与国际知名品牌竞争。

公司作为国内日用塑料制品产销规模最大的企业之一，近年来不断加大技术创新和产品差异化发展，将生产经营重心放在产品开发与创新、设备和工艺创新、改进配方和工艺技术等环节，在市场上树立了良好的品牌形象。但随着公司生产规模的不断扩大，市场要求的不断提高，目前研发瓶颈日益明显，研发技术人才不足、研发设备不足、研发工作场地不足等问题在很大程度上制约了公司新产品的研发和推出速度；另外，随着人们生活水平的提高，社会的进步、技术的发展，产品更新换代越来越快，产品生命周期越来越短，且消费者对产品品质及安全性、可靠性越来越重视，也要求企业加大技术创新的力度，提升新产品研发水平。

因此，公司决定建设研发中心项目，通过引进国际尖端的研发设计人才，采用先进的开发、设计软件和设备，进一步提升公司的研发实力，满足市场竞争的需要。

第五节 风险因素和其他重要事项

一、风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股意向书摘要提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下列风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本节全文。

1、业务经营风险

(1) 产品质量风险

公司主要从事以日用塑料制品为主的家居用品的研发、生产和销售。日用塑料制品作为日用消费品，产品质量是消费者在选购产品时的重要考虑因素之一，尤其是对于食品容器类产品，产品质量更受关注。长远来说，产品质量还会直接影响消费者对公司品牌形象的认知。若因公司质量管理疏忽或不可预见原因导致产品质量发生问题，公司将面临大规模召回产品甚至被质量主管部门处罚的风险，公司的品牌形象亦可能因此受损，对公司的经营将产生重大不利影响。

(2) 市场竞争风险

日用塑料制品行业是一个充分竞争的行业，国内生产厂商众多，行业集中度低，与国外先进企业相比在产品设计和产品品质上还存在较大差距。虽然日用塑料制品的规模化生产要求生产企业具备较高的技术和资金实力，有较高的行业进入门槛，但随着国内外日用塑料制品企业加大在我国国内市场的投入，将使日用塑料制品行业的市场竞争加剧，从而可能导致公司产品市场占有率下降，对公司的盈利能力产生不利影响。

(3) 用工成本上升的风险

2009年以来，“劳动力储备”问题成为困扰我国产业发展的一大主要因素，尤其是沿海的江苏、浙江、福建等地，熟练工存在较大缺口。首先，曾经是产业发展生力军的劳动力已逐渐老化，相当比重的劳动者选择转行或返乡，而80后及90后新进劳动者从业意愿较低；其次，大量农民工受文化教育程度和经历经验所限，流动比较困难；第三，现代企业规范化运作需求使得用工成本进一步提

高。劳动力紧缺和企业承担社会责任导致用工成本不断上升，给日用塑料制品企业带来了较大的成本压力，一定程度上对公司的盈利能力造成了不利影响。

2、技术研发风险

（1）产品研发风险

日用塑料制品作为一种日用消费品，要获得广大消费者的认可，除了需要具备基本的使用功能和质量要求之外，更重要的是在人们生活水平普遍提高的情况下，在时尚性、功能性、健康性、环保性等方面满足消费者日益增加的诉求。因此，研发设计的水平、效率、适销性直接影响公司的经营效率和经营成果。

如果公司未能正确把握消费者需求的变化趋势而导致产品研发策略出现重大失误，未能研发出符合消费者需求的新品，一方面公司将可能面临产品滞销的风险，另一方面将可能面临竞争对手借机抢占公司市场份额的风险，从而对公司的盈利能力产生重大不利影响。

（2）核心技术可能泄密的风险

研发设计、生产工艺、产品配方等核心技术是构建公司核心竞争优势的重要基础，公司能否持续研发出有竞争力的新品并进行量产、能否有效控制生产成本并确保产品品质均有赖于上述核心技术的发挥。若出现公司核心技术人员大量外流或其他原因导致公司核心技术严重泄密，将会使竞争对手快速模仿公司的产品甚至实现赶超，从而对公司创新能力的保持和竞争优势的延续造成重大不利影响。

（3）技术人才流失的风险

公司的核心技术人员、研发设计人员及其他专业技术人员是推动公司创新能力持续发展的关键，是承载公司核心技术的载体。若公司未能进行科学合理的人力资源规划和管理并保持有竞争力的薪酬、福利待遇水平，将可能导致技术人才流失，对公司核心技术的发挥和持续创新能力造成不利影响。

3、安全生产风险

日用塑料制品的主要原材料 PP、PE、PS、PC 等塑胶原料、主要包装材料塑料薄膜包装袋和纸箱、生产过程中的半成品和各类产成品多为易燃物品。由于公司产品种类繁多，生产过程中需要保持大量的原材料、包装材料、半成品和产成

品库存。公司针对主要生产设备、厂房以及原材料、产成品等存货均采取了安全生产措施，并投保了财产险，但若因公司出现重大过失或因保险合同列明的其他除外责任而导致发生火灾或其他灾害，公司将无法获得赔偿，从而可能给公司造成巨大损失，而且若发生重大灾害，亦会使公司的正常生产经营受到严重影响，公司面临一定的安全生产风险。

4、财务风险

(1) 存货风险

公司产品种类繁多，单品数量超过 1,500 种，产品通过经销商销往全国各地的大小商超系统，其对产品供货的及时性有很高的要求。为保证日常正常生产经营需要，降低产品断货的风险，公司一方面需准备满足半个月至一个月生产所需的最低原材料库存，另一方面受单品排产周期及产能的约束，公司需准备约两个月的产成品周转库存，导致公司的存货金额较大。2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，公司存货金额分别为 13,459.53 万元、17,790.61 万元、14,341.52 万元和 14,326.79 万元，占流动资产的比例较高，分别为 40.95%、50.04%、37.31%和 35.94%。公司存货占比较高与公司的经营特点相匹配，但若公司未来不能有效管理存货导致存货增长过快，将过多挤占公司的运营资金，降低公司运营效率，并可能带来大额的存货跌价的风险，从而给公司生产经营带来重大不利影响。

(2) 存货跌价风险

2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，公司存货跌价准备金额分别为 286.99 万元、367.16 万元、758.56 万元和 885.52 万元，逐年上升。2015 年存货跌价准备金额大幅上升，主要系 2015 年公司推出新品力度较大，加速淘汰老品，导致淘汰品存货余额显著增加。同时，公司新开发的非塑产品，产品成熟需要一定过程，导致部分非塑产品滞销。此外，报告期内原材料价格波动较大，入库时间较长的库存商品单位成本相对偏高，而 2015 年公司对产品出厂价格进行不同程度下调，导致正常品预计售价低于账面成本的跌价损失金额有所上升。未来，若发行人新产品开发策略出现重大失误，新产品不能适销对路而老产品过快淘汰或因市场竞争加剧导致产品成本高于存货的可变现净值，将会存在存货跌价准备大幅增加从而导致经营业绩大幅下滑的风险。

(3) 净资产收益率下降风险

报告期内公司的加权平均净资产收益率分别为 19.61%、14.50%、12.89%和 6.63%，呈下降趋势。若本次发行成功，将导致公司净资产大幅增长，由于募集资金所投资的新项目具有一定的建设周期，从项目实施到产生效益需要一段时间，本次发行后，公司在短期内存在净资产收益率进一步下降的风险。

5、募集资金投资项目实施风险

(1) 产能扩大以及新增产品的市场营销风险

本次募集资金拟投资项目建成达产后，公司将新增日用塑料制品产能 3 万吨/年、奶瓶产能 800 万个/年、奶嘴产能 3,200 万个/年以及婴童辅助用品产能 309 万个（套）/年。尽管公司产能扩张以及新增产品是建立在对市场、品牌、技术、公司销售能力等因素进行谨慎分析的基础之上，新增产能对应的产品绝大部分为公司现有主力产品，而新增的奶瓶、奶嘴及婴童辅助用品等亦可实现与现有产品市场、品牌、技术、服务等资源的共享，但若市场需求出现不可预测的变化、市场竞争格局发生重大变化或公司营销策略出现失误，公司将可能面临产能扩张后，新增产品无法顺利实现销售的风险。

(2) 快速扩张引致的管理风险

本次发行完成后，随着募集资金到位、募投项目陆续开展，公司资产规模、人员规模、业务规模将迅速扩张，对高水平研发设计、技术、营销、管理人才的需求将大幅上升。如果公司管理水平不能及时提升，组织模式和管理制度不能随着公司规模的扩大而及时调整、完善，则公司可能存在管理能力发展与经营规模扩大不相匹配的风险。

(3) 固定资产折旧增加导致利润下滑的风险

本次募集资金投资项目新建年产 3 万吨日用塑料制品项目的建设期为 2 年，项目完成后，公司将新增固定资产 34,637 万元，按照公司当前会计政策，每年将新增固定资产折旧 2,915 万元；婴童用品项目建设期为 2 年，项目完成后，公司将新增固定资产 15,631 万元，每年新增固定资产折旧 1,582 万元；研发中心项目建设期为 1 年，项目完成后，公司将新增固定资产和无形资产 1,558 万元，每年新增固定资产折旧和无形资产摊销 155 万元。上述 3 个项目完成后，公司每年合计新增固定资产折旧和无形资产摊销 4,652 万元。如果未来市场环境发生重

大变化，募集资金投资项目的预期收益不能实现，则本公司存在因固定资产折旧的大量增加而导致利润下滑的风险。

二、其他重要事项

（一）重大合同

截至本招股意向书摘要签署日，本公司签署的重大合同合法有效，不存在潜在风险和纠纷，合同履行不存在法律障碍。本公司正在履行的标的金额 500 万元以上的重大合同情况具体如下：

1、授信协议及承兑协议

2015年10月10日，发行人与招商银行股份有限公司福州五四支行（以下简称“招商银行福州五四支行”）签订《授信协议》（编号：2015年信字第40-017号），招商银行福州五四支行向发行人提供5,000万元的授信额度，授信期限为自2015年10月30日至2016年10月29日。在该《授信协议》项下，双方还签订了《银行承兑合作协议》（编号：2015年承合字第40-017号），约定发行人具体申请承兑时无需与招商银行福州五四支行逐笔另签承兑协议，但须逐笔向该银行提出申请并由该银行逐笔审批、办理。上述协议由陈葵生、陈冠宇提供最高额保证担保。

2、借款合同

序号	债权人	金额	授信期限	担保人及担保方式
1	交通银行股份有限公司福建省分行	5,000 万元（尚未发生借款）	2015. 12. 15 -2016. 12. 14	陈冠宇、陈葵生、陈明生提供保证

3、销售合同

（1）商超销售合同

序号	商超名称	合同有效期限
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	2012 年 12 月后持续有效
2	福建闽侯永辉商业有限公司	2014. 1. 1-2014. 12. 30，新合同签订前原合同继续有效
3	永辉超市股份有限公司	2015. 1. 1-2016. 12. 31

（2）经销商销售协议

序号	经销商名称	协议有效期限	主要经销区域
1	南京茶花家居用品有限公司/茶花(苏州)家居用品销售有限公司	2016.1.1-2016.12.31	江苏省(徐州市除外)
2	广州茶花家庭用品有限公司/广州雅庭家庭用品有限公司	2016.1.1-2016.12.31	广东省、海南省
3	青岛茶花家居用品销售有限公司	2016.1.1-2016.12.31	山东省
4	吉林省茶花塑料用品有限公司/沈阳茶花贸易有限公司	2016.1.1-2016.12.31	吉林省、内蒙古和辽宁省部分地区
5	重庆杰盛茶花塑料用品销售有限公司	2016.1.1-2016.12.31	重庆市
6	北京坤朋茶花家居用品有限公司	2016.1.1-2016.12.31	北京市、河北廊坊市
7	上海茶花家居用品有限公司	2016.1.1-2016.12.31	上海市
8	茶花武汉家居用品销售有限公司	2016.1.1-2016.12.31	湖北省
9	西安茶花家居塑料有限公司	2016.1.1-2016.12.31	陕西省
10	天津茶花家居塑料用品有限公司	2016.1.1-2016.12.31	天津、唐山、秦皇岛等六个市
11	河南森弘商贸有限公司/郑州市森大商贸有限公司	2016.1.1-2016.12.31	河南省
12	成都茶花家居用品有限公司	2016.1.1-2016.12.31	四川省
13	合肥市茶花家居塑料用品有限公司/合肥市润琪家居用品有限公司	2016.1.1-2016.12.31	安徽省、徐州市
14	石家庄明创茶花家居用品贸易有限公司	2016.1.1-2016.12.31	石家庄市、衡水市、邢台市、邯郸市
15	贵州三松家居用品有限责任公司	2016.1.1-2016.12.31	贵州省
16	南宁市特丽贸易有限公司	2016.1.1-2016.12.31	广西壮族自治区
17	乌鲁木齐茶花家居用品有限公司	2016.1.1-2016.12.31	新疆维吾尔自治区、青海省、甘肃省
18	长沙茶之花日用品有限公司	2016.1.1-2016.12.31	湖南省
19	瑞安市茶花家居用品销售有限公司	2016.1.1-2016.12.31	温州市
20	黑龙江省茶花家居塑料制品有限公司	2016.1.1-2016.12.31	黑龙江省
21	江西远洋茶花家庭用品有限公司/南昌市明恒实业有限公司	2016.1.1-2016.12.31	江西省
22	三明市顺财贸易有限公司	2016.1.1-2016.12.31	三明市
23	莆田市隆兴贸易有限公司	2016.1.1-2016.12.31	莆田市、福清市及平潭县
24	云南臻晟茶花家居有限公司	2016.1.1-2016.12.31	云南省
25	厦门鑫利乐贸易有限公司	2016.1.1-2016.12.31	厦门
26	福州嘉乐美贸易有限公司	2016.1.1-2016.12.31	福州永泰、闽侯、闽清、连江、罗源、

			长乐
--	--	--	----

(3) 其他销售协议

序号	客户名称	协议有效期限	主要销售渠道
1	上海六齐科贸有限公司/南京六小狐电子商务有限公司	2016. 1. 1-2016. 12. 31	天猫商城、淘宝网、京东商城、苏宁易购平台

4、采购合同

序号	采购方	对方单位名称	合同标的	合同期限
1	公司、连江茶花	晋江辉豪化工有限公司	聚丙烯树脂等树脂材料	2016. 1. 1-2016. 12. 31
2	公司、连江茶花	福州辉豪化工有限公司	聚丙烯树脂等树脂材料	2016. 1. 1-2016. 12. 31
3	公司、连江茶花	汕头市捷耀经贸有限公司	聚丙烯树脂等树脂材料	2016. 1. 1-2016. 12. 31
4	公司、连江茶花	汕头市富荣达贸易有限公司	聚丙烯树脂等树脂材料	2016. 1. 1-2016. 12. 31
5	公司、连江茶花	厦门文骏化工有限公司	聚丙烯树脂等树脂材料	2016. 1. 1-2016. 12. 31
6	公司、连江茶花	福州印通印刷有限公司	纸卡、不干胶、条码、彩盒等产品	2016. 1. 1-2016. 12. 31
7	公司、连江茶花	福州丰达纸品有限公司	纸卡、不干胶、条码、彩盒等产品	2016. 1. 1-2016. 12. 31
8	公司、连江茶花	福州开发区青大纸业有限公司	纸箱、垫片等产品	2016. 1. 1-2016. 12. 31
9	公司、连江茶花	福州浩洋纸品有限公司	纸箱、垫片等产品	2016. 1. 1-2016. 12. 31
10	公司、连江茶花	东联纸业（福州）有限公司	纸箱、垫片等产品	2016. 1. 1-2016. 12. 31
11	连江茶花	福州泉盛纸制品包装有限公司	纸箱、垫片等产品	2016. 1. 1-2016. 12. 31
12	公司	嘉兴捷顺旅游制品有限公司	拖把、擦窗器等	2016. 6. 29-2017. 12. 31

5、保荐协议与主承销协议

2015年2月，本公司与国金证券股份有限公司签订了《关于首次公开发行股票并上市之保荐协议》和《关于茶花现代家居用品股份有限公司向社会首次公开发行面值1.00元之人民币普通股之承销协议》，公司聘请国金证券股份有限公司作为本次股票发行的保荐机构及主承销商。

6、建设工程施工合同

2010年8月16日，连江茶花（发包方）与福建宏盛建设集团有限公司（承包方）签订《建设工程施工合同》，并先后于2010年11月29日、2011年4月11日、2011年11月13日、2012年2月15日签订四份《补充合同》，合同及补充合同约定，承包方负责承建连江茶花的厂房一期工程施工项目；工程总造价约为12,000万元（以最终结算为准），连江茶花应每月支付工程进度款，即按照当月25日已完成合格工程量相应金额的75%支付进度款，预验收后付至90%，竣工验收后付至97%，其余3%在竣工验收后半年付清。

（二）公司对外担保情况

截至本招股意向书摘要签署日，本公司不存在对外担保情况。

（三）诉讼和仲裁事项

1、截至本招股意向书摘要签署日，本公司及其子公司不存在尚未了结的或者可以预见的重大诉讼或仲裁事项。

2、截至本招股意向书摘要签署日，本公司实际控制人、本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员没有尚未了结的作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

3、本公司实际控制人在报告期内不存在重大违法行为。

4、截至本招股意向书摘要签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无涉及刑事诉讼的情形。

第六节 本次发行各方当事人和发行时间安排

一、本次发行各方当事人的情况

名称	住所	联系电话	传真	经办人或联系人
发行人：茶花现代家居用品股份有限公司	福建省福州市晋安区鼓山镇蕉坑路168号	0591-87523670	0591-83995659	翁林彦
保荐人（主承销商）：国金证券股份有限公司	四川省成都市东城根上街95号	0592-5350605	0592-5350511	俞琳、庄海峻、阮任群、王建峰、王学霖、叶翊翔
律师事务所：福建至理律师事务所	福建省福州市湖东路152号中山大厦A座25层	0591-88068018	0591-88068018	蔡钟山、蒋浩
会计师事务所：福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）	福建省福州市湖东路152号中山大厦B座7-9层	0591-87852574	0591-87840354	郑基、张伟
资产评估机构：北京中企华资产评估有限责任公司	北京市东城区青龙胡同35号	010-65881818	010-65882651	余文庆、郑明丰
股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司	上海市浦东新区陆家嘴东路166号	021-58708888	021-58899400	
收款银行：中国建设银行成都市新华支行				
拟上市的证券交易所：上海证券交易所	上海市浦东南路528号上海证券大厦	021-68808888	021-68804868	

二、本次发行上市的重要日期

询价推介时间	2017年1月19日-2017年1月20日
定价公告刊登日期	2017年1月24日
申购日期	2017年1月25日
缴款日期	2017年2月3日
股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快在上海证券交易所挂牌交易

第七节 备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文书，具体如下：

- （一）发行保荐书、发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间、地点

（一）查阅时间

每周一至周五上午 9：30-11：30，下午 1：30-4：30

（二）查阅地点

1、发行人：茶花现代家居用品股份有限公司

联系地址：福州市晋安区鼓山镇蕉坑路 168 号

联系人：翁林彦、林宇

电话：0591-87523670 传真：0591-83995659

2、保荐机构（主承销商）：国金证券股份有限公司

联系地址：上海市浦东新区芳甸路 1088 号紫竹国际大厦 6 楼

联系人：俞琳、庄海峻

电话：0592-5350605 传真：0592-5350511

（此页无正文，为《茶花现代家居用品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要》之签章页）

茶花现代家居用品股份有限公司

2017年1月17日

