

创业板投资风险提示

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

MCLON

曼卡龙珠宝首饰股份有限公司

MCLON JEWELLERY CO., LTD.

(浙江省杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-473 室)

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

(申报稿)

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



浙商证券股份有限公司
ZHESHANG SECURITIES CO., LTD.

(浙江省杭州市江干区五星路 201 号)

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	不超过 5,100 万股，全部为新股发行；本次发行股份全部为公开发 行新股，不涉及公司股东公开发售股份
每股面值	1.00 元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所（创业板）
发行后总股本	不超过 20,400 万股
保荐人（主承销商）	浙商证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

发行人声明

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

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

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

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

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

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必认真阅读本招股说明书的全部内容，并特别关注以下重要事项。

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

（一）控股股东、实际控制人的承诺

1、控股股东曼卡龙投资承诺

（1）自曼卡龙股票上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。

（2）本公司所持曼卡龙股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；如果曼卡龙股票自上市交易之日起六个月内连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市交易后六个月期末收盘价低于发行价，则本公司持有曼卡龙之股份的限售期限在原有的限售期基础上自动延长六个月。

曼卡龙在该期限内存在派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项的，收盘价进行相应调整。

（3）本公司将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定。

2、实际控制人孙松鹤承诺

（1）自曼卡龙股票上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。

（2）本人离职后六个月内，不转让其直接或间接持有的曼卡龙股份。

除前述锁定期外，在任职期间，每年转让的股份数量不超过其直接或间接持

有的曼卡龙股份总数的百分之二十五。

(3) 本人所持曼卡龙股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；如果曼卡龙股票自上市交易之日起六个月内连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市交易后六个月期末收盘价低于发行价，则本人持有曼卡龙之股份的限售期限在原有的限售期基础上自动延长六个月。

曼卡龙在该期限内存在派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项的，收盘价进行相应调整。

(4) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定。

(二) 持有公司股份的董事、监事、高级管理人员承诺

1、持有公司股份的董事、高级管理人员曹斌、瞿吾珍、吴长峰承诺

(1) 自曼卡龙股票上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。

(2) 本人离职后六个月内，不转让本人直接或间接持有的曼卡龙股份。

除前述锁定期外，在任职期间，每年转让的股份数量不超过本人直接或间接持有的曼卡龙股份总数的百分之二十五。

(3) 本人所持曼卡龙股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；如果曼卡龙股票自上市交易之日起六个月内连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市交易后六个月期末收盘价低于发行价，则本人持有曼卡龙之股份的限售期限在原有的限售期基础上自动延长六个月。

曼卡龙在该期限内存在派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项的，收盘价进行相应调整。

(4) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定。

2、持有公司股份的监事周斌承诺

(1) 自曼卡龙股票上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理

本人直接或间接持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。

(2) 本人离职后六个月内，不转让本人直接或间接持有的曼卡龙股份。

除前述锁定期外，在任职期间，每年转让的股份数量不超过本人直接或间接持有的曼卡龙股份总数的百分之二十五。

(3) 本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的相关规定。

(三) 其他股东

自曼卡龙股票上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的曼卡龙首次公开发行股票前已发行股份，也不由曼卡龙回购该部分股份。

二、持股 5%以上股东关于持股意向及减持意向的承诺

截至本招股说明书签署日，持有公司股份 5%以上的股东为曼卡龙投资、孙松鹤、曹斌，持股意向及减持意向如下：

(1) 本公司/本人未来持续看好曼卡龙及其所处行业的发展前景，拟长期持有曼卡龙股票；

(2) 对于本公司/本人持有的曼卡龙首次公开发行前的股份，将严格遵守已作出的限售和锁定承诺。本公司/本人减持曼卡龙股票应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

(3) 如果在限售期满后两年内，本公司/本人拟减持曼卡龙股票的，减持价格不低于首次公开发行时的发行价（如有除权、除息，将相应调整发行价）；

(4) 本公司/本人保证减持曼卡龙股份的行为将严格遵守中国证监会、证券交易所相关法律、法规的规定，并及时履行公告义务；

(5) 如果本公司/本人未履行上述承诺，则相关减持股票收益归曼卡龙所有。

三、首次公开发行后填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司将采取以下措施降低本次发行摊薄即期回报的影响：（1）积极推进实施公司发展战略，提升公司核心竞争力；（2）强化募集资金管理，提高募集资金使用效率；（3）强化内部控制和加大人才引进，为企业发展提供制度保障和人才保障；（4）提升产品设计开发能力，不断推出具有竞争力的新产品；（5）加大市场拓展力度，深化区域营销网络建设；（6）保持和优化利润分配制度，强化投资回报机制。同时，公司提示投资者制定填补被摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。

公司董事及高级管理人员将忠实、勤勉的履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺，具体如下：

“（1）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）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）承诺积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合摊薄即期填补回报的要求；支持公司董事会或薪酬委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）承诺在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。”

公司控股股东曼卡龙投资承诺：“（1）本公司不得滥用控股股东地位，不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；（2）承诺不得无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益”。

公司实际控制人孙松鹤承诺：“不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益”。

四、发行人、控股股东、董事、高级管理人员关于稳定股价的预案及承诺

（一）稳定公司股价预案

公司制定了上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的预案，具体情况如下：

1、启动股价稳定措施的具体情形

公司上市后三年内，存在以下情形之一的，即达到启动股价稳定措施的条件：

(1) 公司股票自上市之日起三年内，非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素导致连续二十个交易日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产时，则启动稳定股价措施。因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等除息、除权行为导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整。

(2) 其他公司董事会认为必要的情形。

2、稳定股价的具体措施

在达到启动股价稳定措施的条件后，公司可以采取包括但不限于如下措施稳定股价：

- (1) 公司控股股东增持本公司股票；
- (2) 公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持本公司股票；
- (3) 公司回购股份；
- (4) 公司董事会认为其他必要的合理措施。

以上措施的实施须符合相关法律法规的规定及监管部门的要求，在不会导致公司股权结构不符合上市公司条件的基础上，可综合考虑实施上述措施中的一项或数项，以维护公司股价的稳定。公司应该在达到上述启动股价稳定措施条件后的三个工作日内召开董事会，公告拟采取稳定股价的具体实施方案，公司及相关各方应在具体实施方案公告后，根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规的规定启动股价稳定措施。

3、公司控股股东增持公司股票的具体方案

在达到启动股价稳定措施的条件后，控股股东可以通过深圳证券交易所证券交易系统在二级市场以买入的方式，增持公司股份，资金来源为自筹取得。控股股东在六个月内增持的公司股份不超过公司已发行股份的 2%。

控股股东在增持前应向公司董事会报告具体实施方案，公司将按相关规定予以公告。

4、公司董事、高级管理人员增持本公司股票的具体方案

在达到启动股价稳定措施的条件后，公司董事（独立董事除外）、高级管理

人员通过深圳证券交易所证券交易系统在二级市场以买入的方式，增持公司股份，资金来源为自筹取得。公司董事（独立董事除外）、高级管理人员连续十二个月内用于增持公司股份的资金总额不低于其上年度从公司取得薪酬的 30%。

公司董事、高级管理人员在启动股价稳定措施时应提前向公司董事会报告具体实施方案，公司将按相关规定予以公告。未来新选举或聘任的公司董事、高级管理人员须承诺遵守以上规定。

5、公司回购股份的具体方案

在达到启动股价稳定措施的条件后，公司可以启动回购股份，以稳定公司股价，提高投资者信心。公司应在符合《公司法》、《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》、《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》等法律法规和规范性文件的条件且不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股份进行回购。

公司为维护公司价值及股东权益所必须收购本公司股份的，可依照公司章程的规定或者股东大会的授权，经三分之二以上董事出席的董事会会议决议。公司董事会应当及时公告回购股份的提议、回购股份方案和相关决议等文件，并报相关监管部门审批或备案（如需要）以后实施。

公司用于股份回购的资金来源应符合《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》等相关法律法规和规范性文件的要求，以不超过上年度归属于上市公司股东的净利润的 30% 为限，由公司董事会结合公司当时的财务和经营状况，确定回购股份的资金总额上下限。公司合计持有的本公司股份数不得超过本公司已发行股份总额的 10%，并应当在三年内转让或者注销。

6、公司董事会认为其他必要的合理措施

在达到启动股价稳定措施的条件后，公司董事会可以根据实际情况采取其他必要的合理措施以维护公司股价的稳定。

7、稳定股价方案的终止情形

自稳定股价方案公告之日起九十个自然日内，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）公司股票连续十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。因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等除息、除权行为导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整；

(2) 继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件；

(3) 公司及相关主体用于回购或增持公司股份的资金达到本预案规定上限。

公司控股股东、董事、高级管理人员应出具承诺函，承诺其遵守并执行董事会根据本预案作出的稳定股价具体实施方案，具体实施方案涉及股东大会表决的，应在股东大会表决时投赞成票。公司董事、高级管理人员在公司上市后三年内发生变化的，新任董事、高级管理人员应出具承诺函同意上述承诺。

(二) 相关方承诺

1、发行人的承诺

在公司上市后三年内，若股价达到《曼卡龙珠宝股份有限公司关于股票上市后稳定公司股价的预案》规定的启动股价稳定措施的具体条件，公司将遵守公司董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于回购公司股票或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施。自公司股票首次公开发行并上市之日起三年内，若公司新聘任董事、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

2、公司控股股东曼卡龙投资的承诺

如曼卡龙上市后三年内股价达到《曼卡龙珠宝股份有限公司关于股票上市后稳定公司股价的预案》启动股价稳定措施的具体条件，曼卡龙投资将遵守曼卡龙董事会作出的稳定股价的具体实施方案，并根据该具体实施方案采取包括但不限于增持曼卡龙股票或董事会作出的其他稳定股价的具体实施措施，该具体实施方案涉及曼卡龙股东大会表决的，在股东大会表决时投赞成票。

3、公司董事、高级管理人员的承诺

本人将严格按照《曼卡龙珠宝股份有限公司关于股票上市后稳定公司股价的预案》的规定，全面且有效地履行本人的各项义务和责任。同时，本人将敦促发行人及其他相关方严格按照《曼卡龙珠宝股份有限公司关于股票上市后稳定公司股价的预案》的规定，全面且有效地履行各项义务和责任。

如本人未履行上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并将同时停止自公司领取薪酬及股东分红（如有），同时停止转让本人持有的公司股份（如有），

直至本人前述承诺义务履行完毕为止。

五、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

（一）发行人承诺

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对公司首次公开发行股票并上市构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股（如公司上市后发生除权事项的，上述回购数量相应调整）。公司将在有权部门出具有关违法事实的认定结果后及时进行公告，并根据相关法律法规及《公司章程》的规定及时召开董事会审议股份回购具体方案，并提交股东大会。公司将根据股东大会决议及有权部门的审批启动股份回购措施，回购价格为发行价格加上首次公开发行完成日至股票回购公告日的同期银行活期存款利息。若公司股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括原限售股份及其派生股份，回购价格将相应进行调整。

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。公司将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

（二）控股股东曼卡龙投资承诺

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对公司首次公开发行股票并上市构成重大、实质影响的，曼卡龙投资将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股，同时购回上市后曼卡龙投资减持的原限售股份。

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，曼卡龙投资将依法赔偿投资者损失。曼卡龙投资将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

如违反上述承诺，曼卡龙投资将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起停止在公司领取股东分红和停止转让持有的公司股份，直至按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

（三）实际控制人孙松鹤承诺

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对公司首次公开发行股票并上市构成重大、实质影响的，本人将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股。

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

如违反上述承诺，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起督促控股股东停止在公司领取股东分红和停止转让其持有的公司股份，并同时停止在公司领取薪酬及股东分红、停止转让本人所持公司股份，直至按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

（四）董事、监事、高级管理人员承诺

如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

如违反上述承诺，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并同时停止在公司领取薪酬及股东分红（如有）、停止转让所持公司股份（如有），直至按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

承诺人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

六、相关责任主体未履行公开承诺事项的约束措施

（一）发行人未履行公开承诺约束措施

公司已就股价稳定、信息披露违规等作出了公开承诺，现就约束措施作如下承诺：

如果公司未履行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

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

公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施，直至相关承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

公司将对未履行承诺事项或未承担相关赔偿责任的股东采取包括但不限于截留其从本公司获得的现金分红等措施，用于承担前述赔偿责任。

（二）控股股东曼卡龙投资未履行公开承诺约束措施

作为公司控股股东，已就股份锁定、持股意向、减持意向及减持承诺、股价稳定、信息披露违规等作出了公开承诺，现就此等承诺作如下约束措施：

如曼卡龙投资在公司股票锁定期满后的两年内以低于发行价转让公司股票的，所得收入归公司所有，并将在获得收入的五日内将前述收入支付至公司指定账户。如果因未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如曼卡龙投资未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果曼卡龙投资未履行上述承诺的，将在前述事项发生之日起停止在公司领取股东分红，

同时停止转让曼卡龙投资持有的公司股份，直至按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

因首次公开发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，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，及/或致使投资者在证券交易中遭受损失的，若曼卡龙投资未履行股份购回或赔偿投资者损失承诺，曼卡龙投资将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起停止在公司领取股东分红，同时持有的公司股份将不得转让，直至按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

如违反上述承诺或违反曼卡龙投资在公司首次公开发行股票时所作出的其他公开承诺，造成公司、投资者损失的，曼卡龙投资将依法赔偿。

如曼卡龙投资未能履行公开承诺事项，曼卡龙投资应当向公司说明原因，并由公司将曼卡龙投资未能履行公开承诺事项的原因、具体情况和相关约束性措施予以及时披露，同时，提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公众投资者的权益。

（三）实际控制人孙松鹤未履行公开承诺约束措施

如果本人未履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

如果本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所得收益归公司所有，并将在获得收益的五日内将前述收益支付至公司的指定账户。

如果因本人未履行相关承诺事项，致使公司或投资者遭受损失的，本人将依法向公司或者投资者赔偿相关损失。

（四）董事、监事、高级管理人员未履行公开承诺约束措施

因公司首次公开发行并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，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，及/或致使投资者在证券交易中遭受损失的，若本人未履行赔偿投资者损失承诺，本人将

在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并同时停止在公司领取薪酬、股东分红（如有），停止转让所持公司股份（如有），直至按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

如本人违反上述承诺或违反本人在公司首次公开发行股票时所作出的其他公开承诺，造成公司、投资者损失的，本人将依法赔偿。

如本人未能履行公开承诺事项，本人应当向公司说明原因，并由公司将本人未能履行公开承诺事项的原因、具体情况和相关约束性措施予以及时披露，同时，提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公众投资者的权益。

七、本次发行相关中介机构的承诺

（一）发行人保荐机构浙商证券承诺

如因浙商证券为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

（二）发行人律师国浩所承诺

若因本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者损失，如能证明没有过错的除外。

（三）发行人会计师天健所承诺

因本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。

八、本次发行前滚存未分配利润的安排

根据公司 2019 年第一次临时股东大会决议，公司首次公开发行股票前形成的滚存未分配利润由公司公开发行股票并上市后的新老股东按持股比例共享。

九、公司发行上市后的利润分配政策及现金分红比例

（一）公司发行上市后的股利分配政策

根据公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过的上市后适用的《曼卡龙珠宝股份有限公司章程（草案）》和《公司上市后未来三年分红回报规划》，公司上市后利润分配政策及分红回报规划如下：

1、利润分配的基本原则

公司的利润分配应重视对投资者的合理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，并符合法律法规和规范性文件的相关规定。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，并坚持如下原则：公司对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见；优先采用现金分红的原则；按法定顺序分配的原则；存在未弥补亏损不得分配的原则；同股同权、同权同利的原则。

2、利润分配形式及时间间隔

公司可以采取现金、股票或二者相结合的方式分配利润。公司应当优先采用现金分红进行利润分配，采用股票方式进行利润分配的，利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在满足现金分红条件、保证公司正常经营的前提下，公司原则上每年进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求进行中期现金分红。

3、现金分红的具体条件

（1）公司该年度或半年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）公司累计可供分配利润为正值；

（3）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告（半年度利润分配按有关规定执行）；

（4）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或

者超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

4、现金分红的比例

在满足现金分红条件时，公司采取固定比例政策进行现金分红，即任意三个连续会计年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十。如存在以前年度未弥补亏损的，以弥补后的金额为基数计算当年现金分红。

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

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

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

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

(4) 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、发放股票股利的具体条件

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

6、利润分配的决策程序和机制

(1) 利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方可提交股东大会审议。

(2) 董事会在审议利润分配尤其是现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司利润分配尤其是现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，独立董事应发表明确的书面独立意见。董事会制订的利润分配方案需经董事会过半数以上表决通过后，提交股东大会审议。独立董事应当对利润分配方案发表明确意见。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。

(3) 股东大会对利润分配具体方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题；股东大会对利润分配方案进行审议时，除设置现场会议投票外，公司应为股东提供网络投票方式以方便中小股东参与表决。

7、利润分配方案的实施

公司董事会需在股东大会审议通过利润分配具体方案后的 2 个月内完成利润分配。公司监事会应当对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

8、利润分配政策的调整

(1) 调整利润分配政策的具体条件

如因外部经营环境或自身经营状况发生重大变化对公司生产经营造成重大影响，或公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，公司可对利润分配政策和股东回报规划进行调整。

“外部经营环境或自身经营状况发生重大变化”指经济环境的重大变化、不可抗力事件导致公司经营亏损；主营业务发生重大变化；重大资产重组等。

(2) 调整利润分配政策的决策程序和机制

公司调整利润分配方案，必须由董事会作出专题讨论，详细论证说明理由，并将书面论证报告经独立董事和监事会审议通过后方能提交股东大会审议，股东大会在审议利润分配政策调整时，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。为充分考虑公众投资者的意见，股东大会审议利润分配政策调整事项时，必须提供网络投票方式。

9、利润分配信息披露机制

公司应严格按照有关规定在年度报告、半年度报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策执行情况，说明是否符合本章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用，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充分维护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，需详细说明调整或变更的条件和程序是否合法、合规和透明等。

（二）公司发行上市后三年股东分红回报规划

公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年向股东现金分配股利，确保任意三个连续会计年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并提交股东大会通过网络投票的形式进行表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。公司分红应当遵循以下原则：

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

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

（3）公司发展阶段属发展期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在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。

十、特别风险提示

请投资者对下列风险予以特别关注，并仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”全文。

（一）主要原材料价格波动风险

公司主要原材料为黄金、铂金、钻石等。近年来，受国际、国内经济形势变动影响，金交所黄金挂牌价格波幅较大，铂金市场价格与黄金市场价格总体正相关。钻石市场价格从长期来看处于温和上涨趋势，对公司业绩影响较小。

2016 年~2018 年，上海黄金交易所金价波动情况如下图所示：



数据来源：东方财富 Choice 数据。

公司素金饰品中计克类产品零售价格与金交所黄金、铂金挂牌价格联动。若在公司存货周转期内黄金、铂金、钻石等原材料市场价格出现大幅度下降，一方面公司存在因产品售价下降带来的产品毛利率下降的风险；另一方面公司也将面临因计提存货跌价准备导致经营业绩下降的风险。

（二）市场竞争加剧的风险

近年来中国珠宝首饰市场持续发展，目前珠宝首饰的消费需求已朝着个性化、多样化方向发展。当前中国珠宝首饰行业已经呈现出差异化竞争局面，行业内优秀企业通过深度挖掘特定群体的消费偏好，在某一细分领域形成竞争优势。市场竞争逐步从价格竞争转为品牌、商业模式、营销渠道、产品设计和质量的综合竞争，竞争趋于激烈。在未来发展中，若公司不能持续发挥自身优势，将存在因行业竞争加剧造成盈利能力下降的风险。

（三）市场需求下降风险

珠宝首饰作为可选择性消费，其对市场需求、经济前景展望和消费者偏好尤其敏感。根据中国珠宝玉石首饰行业协会统计，我国珠宝玉石首饰行业规模从2009年的2,200亿元增长到2018年的接近7,000亿元，成为全球珠宝玉石首饰行业增长最为明显的国家之一。但由于近几年我国整体经济增速下滑，珠宝玉石

首饰消费增长亦有所放缓，若未来经济增速持续下滑，市场消费需求可能相应萎缩，从而将对公司经营状况带来不利影响。

（四）存货余额较大及跌价的风险

由于珠宝首饰行业自身经营的特点，各珠宝首饰企业在经营过程中均要保持相当数量的原材料和库存商品。公司 2016 年、2017 年和 2018 年末存货账面价值分别为 30,199.96 万元、33,121.37 万元和 35,154.04 万元，占资产总额比例分别为 69.05%、66.59%和 66.73%，公司存货规模较大，占资产总额比重较大。未来，若钻石、黄金等主要原料价格大幅波动，公司将面临因计提存货跌价准备风险。

（五）街边直营店业务收入下滑风险

公司直营店按所在位置分为商场直营店和街边直营店。受消费人流向购物中心及商场逐步转移以及租金等因素的影响，街边直营店的收入逐年下滑，2016 年、2017 年和 2018 年，公司街边直营店收入分别为 28,032.44 万元、20,090.72 万元和 16,995.73 万元。公司积极调整营销网点布局，裁撤业绩较差的街边直营店，报告期内，公司逐步关闭了绍兴店、杭州解放店等街边直营店，并增设了较多商场直营店。截至 2018 年末，公司仍有 8 家街边直营店，若未来街边直营店持续减少，会导致街边直营店业务收入进一步下滑。

十一、保荐人对公司持续盈利能力的核查结论意见

经核查，保荐机构认为，公司主营业务突出，财务状况良好，报告期内收入保持稳定增长，根据行业未来发展趋势及公司当前经营情况，公司具备良好的持续盈利能力。

十二、期后主要财务信息和经营状况

2019年1月以来，公司经营状况良好，采购、生产和销售等业务运转正常，经营模式和整体经营环境未发生重大不利变化，2019年1-5月收入 and 利润较去年同期有所增长。

目 录

本次发行概况	2
发行人声明	3
重大事项提示	4
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	4
二、持股 5%以上股东关于持股意向及减持意向的承诺	6
三、首次公开发行后填补被摊薄即期回报的措施及承诺	7
四、发行人、控股股东、董事、高级管理人员关于稳定股价的预案及承诺	7
五、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺	11
六、相关责任主体未履行公开承诺事项的约束措施	13
七、本次发行相关中介机构的承诺	15
八、本次发行前滚存未分配利润的安排	16
九、公司发行上市后的利润分配政策及现金分红比例	16
十、特别风险提示	19
十一、保荐人对公司持续盈利能力的核查结论意见	21
十二、期后主要财务信息和经营状况	21
目 录	22
第一节 释义	26
第二节 概览	29
一、发行人基本情况	29
二、发行人的控股股东及实际控制人的基本情况	31
三、发行人主要财务数据	33
四、募集资金用途	35
第三节 本次发行概况	37
一、本次发行的基本情况	37
二、本次发行有关当事人	38
三、发行人与有关中介机构的关系	40

四、本次发行的重要日期	40
第四节 风险因素	41
一、经营和管理风险	41
二、财务风险	46
第五节 发行人基本情况	48
一、基本情况	48
二、发行人设立情况	48
三、发行人设立以来的资产重组情况	49
四、发行人股权结构及组织结构	52
五、发行人控股、参股公司及分公司情况	55
六、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	61
七、发行人的股本情况	62
八、公司股权激励及其他制度安排和执行情况	67
九、发行人员工情况	68
十、发行人、主要股东、实际控制人及董事、监事、高级管理人员及本次发行相关服务机构作出的重要承诺及其履行情况	70
第六节 业务和技术	72
一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况	72
二、发行人所处行业基本情况	80
三、行业竞争格局和发行人的竞争地位	94
四、发行人主营业务情况	101
五、发行人主要固定资产和无形资产	105
六、发行人特许经营权情况	126
七、技术和研究开发情况	126
八、发行人境外经营情况	133
九、发行人质量控制、安全生产及环境保护情况	133
十、公司发展规划	135
第七节 同业竞争与关联交易	140
一、公司独立性情况	140
二、同业竞争	141

三、关联交易	142
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	152
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介	152
二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人及其业务相关的对外投资情况 ..	158
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况	158
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在发行人及关联企业取得收入的情况	159
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议及作出的重要承诺 ..	161
六、报告期内董事、监事、高级管理人员变动情况	161
七、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况	163
八、发行人内部控制制度情况	166
九、发行人报告期内违法违规行情况	167
十、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况	167
十一、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策、制度安排及最近三年的执行情况 ..	168
十二、投资者权益保护情况	170
第九节 财务会计信息与管理层分析	172
一、注册会计师的审计意见及财务报表	172
二、影响发行人业绩的主要因素分析	179
三、期后财务信息	180
四、财务报表编制的基础、合并报表范围及变化情况	180
五、最近三年采用的主要会计政策和会计估计	181
六、税项	199
七、分部信息	201
八、非经常性损益	202
九、主要财务指标	202
十、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	204
十一、盈利能力分析	205
十二、财务状况分析	237
十三、现金流量分析	257
十四、首次公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响及公司采取的措施	260

十五、报告期实际股利分配情况及发行后的股利分配政策.....	262
十六、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....	262
第十节 募集资金运用	263
一、募集资金运用	263
二、项目实施的必要性和可行性	265
三、项目具体情况简介	270
四、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响.....	282
五、公司董事会的分析意见	284
第十一节 其他重要事项	285
一、重要合同	285
二、发行人的对外担保情况	288
三、重大诉讼或仲裁事项	288
第十二节 有关声明	289
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	289
二、保荐机构（主承销商）声明	290
三、发行人律师声明	292
四、审计机构声明	293
五、验资机构声明	294
第十三节 备查文件	295
一、备查文件	295
二、查阅时间和地址	295

第一节 释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语或词组具有下述涵义：

公司、本公司、曼卡龙、发行人	指	曼卡龙珠宝股份有限公司
曼卡龙投资	指	浙江万隆曼卡龙投资有限公司，发行人控股股东，持有发行人 64.89% 股权，曾用名“杭州曼卡龙投资有限公司”
迈卡咨询	指	杭州迈卡企业管理咨询有限公司，发行人股东，持有发行人 1.74% 股权
信海创业	指	浙江信海创业投资合伙企业（有限合伙），发行人股东，持有发行人 2.22% 股权
浙商利海	指	浙江浙商利海创业投资合伙企业（有限合伙），发行人股东，持有发行人 2.22% 股权
天津天图	指	天津天图兴华股权投资合伙企业（有限合伙），发行人前股东
深圳天图	指	深圳天图股权投资基金管理企业（有限合伙），发行人前股东
宁波曼卡龙	指	宁波曼卡龙珠宝有限公司，发行人全资子公司
上海曼卡龙	指	上海曼卡龙珠宝有限公司，发行人全资子公司
江苏曼卡龙	指	江苏曼卡龙珠宝有限公司，发行人全资子公司
湖北曼卡龙	指	湖北曼卡龙珠宝有限公司，发行人全资子公司
西藏曼卡龙	指	西藏曼卡龙珠宝有限公司，发行人全资子公司
戴曼克森	指	上海戴曼克森钻石贸易有限公司，发行人全资子公司
浙江玖瑞玖	指	浙江玖瑞玖商贸有限公司，发行人全资子公司
宁波玖瑞玖	指	宁波玖瑞玖商贸有限公司，浙江玖瑞玖全资子公司
万隆曼卡龙珠宝	指	浙江万隆曼卡龙珠宝有限公司，发行人主要股东孙松鹤、曹斌曾经经营的公司
钻交所	指	上海钻石交易所
金交所	指	上海黄金交易所
珠宝首饰	指	使用贵金属材料、天然玉石珠宝以及人工玉石珠宝加工而成的，有一定价值并以装饰为主要目的的首饰和工艺品
足金	指	含金量不低于 990% 的黄金制品

K 金	指	含金量低于 990‰的黄金制品
素金饰品	指	以黄金、铂金等贵金属为材质，不含珠宝玉石的首饰及工艺品，主要包括黄金饰品、铂金饰品、K 金饰品等
镶嵌饰品	指	以珠宝玉石为主要材质制成的首饰及工艺品，通常配以少量贵金属作支撑或烘托，主要包括钻石饰品、天然及人工玉石珠宝饰品等
爱尚金	指	素金饰品之一，由黄金或加其他材质，通过现代技术加工的时尚黄金，按件定价
爱尚彩	指	镶嵌饰品之一，由 K 金加宝石制作而成的多彩组合饰品，按件定价
爱尚炫	指	镶嵌饰品之一，由 K 金加小粒群钻组成的饰品，按件定价
自营、自营模式	指	公司自行管理经营，享有店面全部货品的所有权，员工人事关系隶属于公司的业务，包括直营店和专柜两种模式，所有货品的所有权归属于公司，工作人员隶属于公司
直营店	指	由公司出资，与出租方签署租赁协议，由公司自行管理经营的零售网点，按直营店所在位置分为街边直营店和商场直营店
街边直营店	指	与街边商铺出租方签署租赁协议，由公司自行管理经营的零售网点
商场直营店	指	与商场签署租赁协议，由公司自行管理经营的零售网点
专柜	指	公司与商场运营方签署联营协议，开设于商场中，由公司自行管理经营的零售网点
加盟店	指	由加盟商跟公司签署特许经营合同后开设的零售网点，所有货品的所有权归属于加盟商，工作人员隶属于加盟商
本次发行	指	本公司本次向社会公众公开发行不超过 5,100 万股人民币普通股的行为
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所、证券交易所	指	深圳证券交易所
保荐人、保荐机构、主承销商	指	浙商证券股份有限公司
国浩所、发行人律师	指	国浩律师（杭州）事务所
天健所、发行人会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
《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》
《创业板首发管理办法》	指	《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》
《公司章程》	指	《曼卡龙珠宝股份有限公司章程》
报告期	指	2016 年、2017 年及 2018 年

元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
---------	---	------------

本招股说明书除特别说明外所有数值均保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

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

一、发行人基本情况

（一）公司简介

中文名称：曼卡龙珠宝股份有限公司

英文名称：MCLON JEWELLERY CO.,LTD.

注册资本：15,300 万元

法定代表人：孙松鹤

成立日期：2009 年 12 月 3 日

住 所：浙江省杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号
A-B102-473 室

统一社会信用代码：9133000069826762XG

邮政编码：311215

联系电话：0571-89803195

传真号码：0571-82823955

董事会秘书：许恬

互联网网址：[http:// www.mclon.com](http://www.mclon.com)

电子邮箱：xt@mclon.com

经营范围：珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售，经营进出口业务，企业管理咨询。

（二）公司主要业务概况

曼卡龙是一家集珠宝首饰创意、销售、品牌管理为一体的珠宝首饰零售连

锁企业，主营业务是珠宝首饰零售连锁销售业务。公司专注于珠宝品牌建设，聚焦年轻消费群体。公司拥有“MCLON 曼卡龙”、“今古传奇”等珠宝首饰品牌，主营业务收入主要来源于素金饰品及镶嵌饰品，主要产品为“三爱一钻”即“爱尚金”、“爱尚炫”、“爱尚彩”以及钻石饰品。

凭借稳健的发展、日臻成熟的品牌形象，公司及其产品先后荣获“中国珠宝首饰业驰名品牌”、“珠宝行业优秀企业”、“浙江省品牌产品”“2016 年中国珠宝玉石首饰行业制度创新奖”等奖项。

公司秉持“诚信、踏实、简单、创新”的经营理念，将曼卡龙珠宝品牌定位于“每一天的珠宝”，打造都市时尚女性成为人群中的“每天·亮点”。公司将“年轻、轻奢、色彩、情感”的珠宝理念融入到产品创意中，聚焦于年轻消费群体，为顾客提供可以轻松拥有、具备轻奢时尚内涵的珠宝首饰。

（三）股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	曼卡龙投资	99,280,000	64.89
2	孙松鹤	18,421,263	12.04
3	曹 斌	10,261,336	6.71
4	信海创业	3,400,000	2.22
5	浙商利海	3,400,000	2.22
6	迈卡咨询	2,665,600	1.74
7	楼红豆	2,197,969	1.44
8	钱淼根	1,445,000	0.94
9	周 斌	1,413,060	0.92
10	瞿吾珍	1,107,366	0.72
11	姚来春	940,076	0.61
12	朱 晔	878,220	0.57
13	沈金星	850,000	0.56
14	翁晶晶	794,841	0.52

序号	股东名称/姓名	持股数（股）	持股比例（%）
15	程加一	726,838	0.48
16	徐建龙	656,676	0.43
17	赵维江	563,450	0.37
18	泮亚飞	527,085	0.34
19	吴长峰	495,980	0.32
20	刘春燕	340,000	0.22
21	吴昊	340,000	0.22
22	胡晓群	340,000	0.22
23	倪建伟	340,000	0.22
24	车慧珠	302,724	0.20
25	徐晓庆	240,000	0.16
26	高波	232,038	0.15
27	宣璐	224,528	0.15
28	吕利根	175,950	0.12
29	周军	170,000	0.11
30	余汝辉	170,000	0.11
31	季方卿	100,000	0.07
合计		153,000,000	100.00

二、发行人的控股股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东基本情况

本公司控股股东为曼卡龙投资，目前持有公司 9,928 万股股份，占比 64.89%。

曼卡龙投资基本情况如下：

公司名称	浙江万隆曼卡龙投资有限公司
成立日期	2009 年 10 月 29 日
法定代表人	孙松鹤

注册资本	6,000 万元	
实收资本	6,000 万元	
住所	萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-474 室	
主营业务	实业投资	
主营业务与发行人主营业务的关系	除持有发行人股权外，未开展其他经营业务。	
主要财务数据	项目	2018 年 12 月 31 日/2018 年度[注]
	总资产（万元）	9,063.71
	净资产（万元）	9,044.30
	净利润（万元）	2,693.80

注：财务数据已经杭州钱塘会计师事务所审计。

截至本招股说明书签署日，曼卡龙投资股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	孙松鹤	4,500.00	75.00
2	曹 斌	660.00	11.00
3	周 斌	420.00	7.00
4	楼红豆	90.00	1.50
5	潘捷红	60.00	1.00
6	赵维江	60.00	1.00
7	沈冰冰	60.00	1.00
8	高 波	30.00	0.50
9	刘春燕	30.00	0.50
10	瞿吾珍	30.00	0.50
11	姚来春	30.00	0.50
12	李 忠	24.00	0.40
13	车慧珠	6.00	0.10
合 计		6,000.00	100.00

曼卡龙投资目前除持有发行人股权外，无其他对外股权投资。

（二）实际控制人基本情况

本公司实际控制人为孙松鹤先生。孙松鹤先生直接持有公司 12.04% 的股份，通过曼卡龙投资持有公司 64.89% 的股份，合计控制公司 76.93% 的股份。

孙松鹤先生，发行人董事长、总经理、核心技术人员，男，1963 年生，中国国籍，身份证号 33012119631012****，亦同时持有香港居民身份证，无永久境外居留权，大专学历。曾就职于萧山区商业局百货公司、萧山区司法局；曾创立和经营萧山市万隆珠宝商城、杭州万隆黄金珠宝有限公司、浙江万隆珠宝有限公司、万隆曼卡龙珠宝；2009 年至今任发行人董事长、总经理。2009 年被品牌中国评为年度“新锐人物”，2010 年被萧山区人民政府评为在“十二五期间”杰出贡献的企业家，中国宝石协会常务理事。

三、发行人主要财务数据

公司最近三年的财务报告已经天健所审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审[2019]6408 号）。公司报告期的简要财务数据如下：

（一）简要合并资产负债表

单位：万元

项 目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产合计	48,466.12	45,926.62	40,080.74
非流动资产合计	4,215.85	3,810.81	3,656.66
资产总计	52,681.98	49,737.43	43,737.40
流动负债合计	11,642.83	10,042.26	8,319.23
非流动负债合计	5.42	34.36	139.19
负债合计	11,648.25	10,076.62	8,458.43
归属于母公司所有者权益合计	41,033.72	39,660.81	35,278.97
所有者权益合计	41,033.72	39,660.81	35,278.97

（二）简要合并利润表

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	91,967.21	83,740.62	74,975.95
营业成本	69,374.72	64,585.67	55,014.11
营业利润	7,490.77	5,832.59	5,916.02
利润总额	7,499.04	5,804.82	7,552.01
净利润	5,503.91	4,381.84	5,578.34
归属于母公司所有者的净利润	5,503.91	4,381.84	5,578.34
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,136.25	4,030.18	4,830.02

（三）简要合并现金流量表

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	7,663.01	2,497.68	3,296.33
投资活动产生的现金流量净额	-969.15	-184.55	-249.23
筹资活动产生的现金流量净额	-3,917.03	-38.84	-5,685.30
汇率变动对现金及现金等价物的影响	37.37	31.19	-98.08
现金及现金等价物净增加额	2,814.21	2,305.48	-2,736.29

（四）主要财务指标

财务指标	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度	2017 年 12 月 31 日 /2017 年度	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度
流动比率（倍）	4.16	4.57	4.82
速动比率（倍）	1.14	1.28	1.19
资产负债率（母公司）	51.20%	36.70%	43.08%
资产负债率（合并）	22.11%	20.26%	19.34%
应收账款周转率（次）	18.90	16.44	17.09
存货周转率（次）	2.03	2.04	1.89
息税折旧摊销前利润（万元）	7,964.73	6,112.04	7,975.95
归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,503.91	4,381.84	5,578.34

财务指标	2018年12月31日 /2018年度	2017年12月31日 /2017年度	2016年12月31日 /2016年度
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,136.25	4,030.18	4,830.02
利息保障倍数（倍）	-	481.04	118.95
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.50	0.16	0.22
每股净现金流量（元）	0.18	0.15	-0.18
基本每股收益（元）	0.36	0.29	0.36
稀释每股收益（元）	0.36	0.29	0.36
归属于母公司所有者的每股净资产（元）	2.68	2.59	2.31
净资产收益率	12.98%	11.69%	17.17%
无形资产占净资产的比例（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）	0.94%	-	0.03%

四、募集资金用途

经公司2019年第一次临时股东大会、2019年第二次临时股东大会审议通过，本次公司计划发行人民币普通股（A股）不超过5,100万股，实际募集资金扣除发行费用后的净额，将投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投资额	核准备案文件
1	营销网络扩建项目	27,585.00	27,585.00	萧开经发[2019]1号
2	设计展示中心升级建设项目	6,154.36	6,154.36	萧开经发[2019]3号
3	智慧零售信息化升级建设项目	2,046.00	2,046.00	萧开经发[2019]2号
合计		35,785.36	35,785.36	

若本次发行募集资金少于上述投资项目的资金需求，资金缺口由公司自筹方式解决；如果募集资金有剩余，将用于补充公司的流动资金。本次发行的募集资金到位后，将按项目的实施进度及轻重缓急安排使用；如本次发行的募集资金到位时间与项目进度要求不一致，则根据实际情况需要以其他资金先行

投入，募集资金到位后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

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 5,100 万股
公开发行的新股的数量	不超过 5,100 万股
公司股东公开发售股份的数量	无公司股东公开发售股份
发行比例	本次发行股数占发行后总股本比例不低于 25%
每股发行价格	【】元/股
发行后每股收益	【】元（按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后的总股本计算）
发行市盈率	【】倍（按照发行后每股收益为基础计算）
发行前每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按本次发行后净资产除以本次发行后总股本计算，其中，本次发行后的净资产为【】年【】月【】日经审计的净资产和本次发行募集资金净额之和）
发行后市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向符合条件的社会公众投资者定价发行相结合的方式（如发行时中国证券监督管理委员会关于股票的发行方式有变化，则按变化后的方式发行）
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板市场交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规、中国证监会及深圳证券交易所规范性文件规定的禁止购买者除外）
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	【】万元
其中：保荐承销费用	【】万元

审计费用	【】万元
律师费用	【】万元
发行手续费用	【】万元
信息披露费用	【】万元

二、本次发行有关当事人

(一) 发行人：曼卡龙珠宝股份有限公司

法定代表人：孙松鹤

住 所：浙江省杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号
A-B102-473 室

电 话：0571-89803195

传 真：0571-82823955

联 系 人：许恬

(二) 保荐机构（主承销商）：浙商证券股份有限公司

法定代表人：吴承根

住 所：浙江省杭州市江干区五星路 201 号

电 话：0571-87902568

传 真：0571-87901974

保荐代表人：沈斌、陈忠志

项目协办人：何少杰

项目组成员：王可、高奕、朱庆锋、陆京州

(三) 律师事务所：国浩律师（杭州）事务所

负 责 人：颜华荣

住 所：杭州市老复兴路白塔公园 B 区 2 号楼、15 号楼国浩律师楼

电 话：0571-85775888

传 真：0571-85775888

经办律师：刘志华、刘莹、王锦秀

(四) 会计师事务所：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：王越豪

住所：浙江省杭州市江干区钱江路 1366 号华润大厦 B 座

电话：0571-88216888

传真：0571-88216999

经办会计师：张芹、李明明

(五) 股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地址：深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

(六) 申请上市证券交易所：深圳证券交易所

地址：深圳市福田区莲花街道福田区深南大道 2012 号

电话：0755-88668888

传真：0755-82083164

(七) 收款银行：【】

户名：【】

账号：【】

三、发行人与有关中介机构的关系

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

四、本次发行的重要日期

刊登发行公告日期：【 】年【 】月【 】日

开始询价推介时间：【 】年【 】月【 】日

刊登定价公告日期：【 】年【 】月【 】日

申购日期及缴款日期：【 】年【 】月【 】日

股票上市日期：本次发行结束后将尽快在深圳证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者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。

一、经营和管理风险

（一）主要原材料价格波动风险

公司主要原材料为黄金、铂金、钻石等。近年来，受国际、国内经济形势变动影响，金交所黄金挂牌价格波幅较大，铂金市场价格与黄金市场价格总体正相关。钻石市场价格从长期来看处于温和上涨趋势，对公司业绩影响较小。

2016年~2018年，上海黄金交易所金价波动情况如下图所示：



数据来源：东方财富 Choice 数据

公司素金饰品中计克类产品零售价格与金交所黄金、铂金挂牌价格联动。若在公司存货周转期内黄金、铂金、钻石等原材料市场价格出现大幅度下降，一方

面公司存在因产品售价下降带来的产品毛利率下降的风险；另一方面公司也将面临因计提存货跌价准备导致经营业绩下降的风险。

（二）市场竞争加剧的风险

近年来中国珠宝首饰市场持续发展，目前珠宝首饰的消费需求已朝着个性化、多样化方向发展。当前中国珠宝首饰行业已经呈现出差异化竞争局面，行业内优秀企业通过深度挖掘特定群体的消费偏好，在某一细分领域形成竞争优势。市场竞争逐步从价格竞争转为品牌、商业模式、营销渠道、产品设计和质量的综合竞争，竞争趋于激烈。在未来发展中，若公司不能持续发挥自身优势，将存在因行业竞争加剧造成盈利能力下降的风险。

（三）市场需求下降风险

珠宝首饰作为可选择性消费，其对市场需求、经济前景展望和消费者偏好尤其敏感。根据中国珠宝玉石首饰行业协会统计，我国珠宝玉石首饰行业规模从2009年的2,200亿元增长到2018年的接近7,000亿元，成为全球珠宝玉石首饰行业增长最为明显的国家之一。但由于近几年我国整体经济增速下滑，珠宝玉石首饰消费增速亦有所放缓，若未来经济增速持续下滑，市场消费需求增长可能相应放缓，从而将对公司经营状况带来不利影响。

（四）销售区域集中及品牌拓展风险

整体而言，曼卡龙在珠宝首饰行业属于区域性品牌，尚未形成全国性的影响力。作为浙江地区的知名品牌，浙江市场特别是杭州及宁波地区一直是公司的优势区域，公司销售收入主要来自于浙江省内杭州及宁波地区的销售，2016年、2017年和2018年，来自杭州和宁波地区收入占公司主营业务收入的比例分别为68.57%、62.81%和60.03%，占公司主营业务收入的比例虽然在下降，但仍然处于较高水平。

未来如果发生公司在现有优势区域销售下降，同时浙江省外以及网络销售渠道的品牌拓展工作未能顺利进行的情形，公司经营业绩将受到不利影响。

（五）委外生产风险

公司是集珠宝首饰创意、销售、品牌管理为一体的珠宝首饰零售连锁企业，自身不拥有生产加工环节，全部产品均通过委外生产或外购。虽然公司对委外生产商进行了严格的筛选，并与委外生产商建立了良好的业务合作关系，但如委外生产商延迟交货，或者委外生产商的加工工艺和产品质量达不到公司所规定的标准，将会对公司的库存管理、品牌声誉乃至经营业绩产生不利影响。

（六）租赁物业不能续租及与商场合作关系不能延续的风险

以租赁方式取得经营所需场所系珠宝首饰零售企业通行的方式。截至 2018 年 12 月 31 日，曼卡龙品牌零售终端网点共计 153 家。其中直营店 27 家，经营场所系租赁取得；专柜 59 家，主要系公司与商场运营方签署联营协议获取经营所需柜面；加盟店 67 家，经营场所主要系加盟商通过租赁店面或者与商场签署联营协议等方式获得。未来如发生租赁物业不能续租，或与商场的合作关系不能按时延续等情形，将对公司经营造成不利影响。

（七）加盟商管理风险

公司自 2012 年开始拓展品牌加盟业务，2016 年、2017 年和 2018 年，加盟业务收入占公司主营业务收入的比重分别为 18.32%、23.90% 和 26.71%。公司与加盟商签订加盟协议，加盟商获得公司授权并从事“曼卡龙”品牌产品销售运营，公司与加盟商不存在所有权关系，在财务上也不存在从属与管理关系，但是加盟商运营方式需符合加盟协议的要求。同时，公司在培训、督导等方面提供支持，并通过定期巡查、辅导整改、回访抽查、不定期抽查、第三方暗访等方式，确保加盟店的经营规范性及终端服务质量。

但加盟商的人员、资金、财务、经营和管理均独立于公司，若出现加盟商的经营活动有悖于公司的品牌经营宗旨，同时公司无法对加盟商进行及时管控的情形，将对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。

（八）自营店数量增加带来的管理风险

公司拟通过募投项目的实施，增加商场直营店和专柜以进一步提升曼卡龙品牌的影响力。若本次发行成功，随着募集资金到位、募投项目的陆续实施，公司的经营规模将继续扩大，在资源整合、经营管理、人才培养等方面对公司提出了

更高的要求。经过多年的发展，公司已建立起较为完善的标准化管理体系，具备了销售网点拓展规模复制的能力，但如果公司管理水平及人力资源不能及时适应公司未来经营规模的快速扩大，将影响公司的运营能力和发展动力，公司会面临一定的管理风险。

（九）产品质量控制风险

公司不断完善产品质量控制体系，对原材料采购、委托加工、产品流转等环节进行把控。报告期内公司未发生产品质量相关的重大诉讼或被质量检测部门处罚。若未来公司无法有效实施产品质量控制措施，出现重大产品质量问题或纠纷，则将对公司品牌和经营造成不利影响。

（十）募集资金投资项目实施风险

公司本次募集资金拟投资于营销网络扩建、设计展示中心升级建设、智慧零售信息化升级建设项目。上述项目如顺利实施，将进一步提升公司整体竞争力，同时也对公司的市场开拓能力、管理能力提出更高的要求。

公司本次募集资金主要用于营销网络扩建项目。公司的营销网络扩建项目为新设商场直营店和商场专柜，如果公司未能在计划扩展业务的地区获得合适的零售网点或未能谈判取得合适的商务条款，公司的经营和业绩将受到不利影响。此外，由于受消费者购买力、行业发展水平、价格水平、项目实施进度延缓等因素的影响，公司存在募集资金投资项目未能达到预期效益而导致资金链紧张的风险。而且随着公司的门店逐步向新的市场区域拓展，公司的品牌影响力和消费者的忠诚度在新的市场需要一定的培育期，因此，公司在新市场的盈利水平可能会低于公司在成熟市场的盈利水平，项目存在一定的实施风险。

（十一）侵权风险

公司通过申请商标及专利、广告宣传、市场督察等途径防止公司品牌和产品款式被冒用模仿。公司在经营理念上坚持通过产品设计、产品推广的形式塑造品牌要素，随着公司品牌影响力的不断提升，公司面临被同行业其他珠宝商抄袭款式和仿冒的风险。如果公司品牌被冒用、产品款式被模仿，则将影响公司品牌的市场口碑和美誉度。

（十二）现金收款风险

公司以线下商业零售为主，在直营店模式下，公司直接面对终端消费者收款，存在一定的现金销售。现金销售符合行业经营特点，具有合理性。为控制直营现金销售比重，降低现金收款带来的业务风险，公司一方面采取各种措施鼓励客户刷卡、使用支付宝微信等消费，另一方面制定了严格的零售现金管理制度，以控制现金销售风险，报告期内，公司现金收款比例逐年下降。但由于内部控制固有的局限性，公司存在因对现金收款管理不当而造成公司门店现金收入被挪用、占用或其他形式的侵占从而给公司造成损失的风险。

（十三）实际控制人控制风险

本次发行前，公司实际控制人孙松鹤直接持有公司 12.04%的股权、通过曼卡龙投资持有公司 64.89%的股权，合计控制公司 76.93%的股权。本次发行后，孙松鹤仍将处于实际控制人地位，公司实际控制人可利用其控制地位，直接和间接通过行使表决权对公司的人事、经营决策进行控制，存在利用其控制地位侵害中小股东利益的风险。

（十四）对赌协议履行风险

2012年8月2日，信海创业、浙商利海与发行人及孙松鹤、曼卡龙投资签署《浙江曼卡龙珠宝股份有限公司投资协议》（以下简称“《投资协议》”，《投资协议》中甲方为信海创业和浙商利海，乙方为公司，丙方为孙松鹤和曼卡龙投资），约定：“（1）如下列条件中任一项成立，则甲方有权选择退出（亦有权继续持有）对公司的投资：A、公司未能在2015年12月31日之前在国内A股主板或创业板或甲方认可的境外证券市场发行股票并公开上市；B、公司实际控制人发生变化或发生其它事由导致可预见公司不能在前述约定期限内实现合格IPO；C、乙方或丙方严重违反其与甲方的协议或有关法律法规导致投资者利益受到重大损害；D、乙方2012年度经具备证券从业资格的会计师事务所审计净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为准）低于5500万元人民币。”

2015年5月31日，信海创业、浙商利海与发行人及孙松鹤、曼卡龙投资签署《曼卡龙珠宝股份有限公司补充协议（一）》（以下简称“《补充协议（一）》”），

约定若发行人申请在境内证券交易所公开上市并获得中国证监会受理，则各方签署的上述投资协议中有关退出机制的约定将终止执行。但发行人事后撤回申报材料，或发行上市申请被驳回，或发行上市失败，则相关权利自动恢复效力。

2019年4月23日，信海创业、浙商利海与发行人及孙松鹤、曼卡龙投资签署《曼卡龙珠宝股份有限公司补充协议（二）》（以下简称“《补充协议（二）》”）约定：1、《投资协议》其他条款及《补充协议（一）》正文继续有效；2、各方确认，发行人在《投资协议》及其补充协议下均不承担任何与“退出机制”有关的权利义务，并非与“退出机制”条款有关的对赌约定的当事人；3、各方确认，截至本补充协议签署时，各方均按约履行其在《投资协议》及其补充协议除上述条款约定外的其他义务，不存在争议或纠纷；4、各方确认，除本《补充协议（二）》和《补充协议（一）》以外，《投资协议》无其他补充协议存在。

如果发行人事后撤回申报材料，或发行上市申请被驳回，或发行上市失败，则存在信海创业、浙商利海要求孙松鹤及曼卡龙投资回购其持有的发行人全部股份的风险。

二、财务风险

（一）存货余额较大及跌价的风险

由于珠宝首饰行业自身经营的特点，各珠宝首饰企业在经营过程中均要保持相当数量的原材料和库存商品。公司2016年、2017年和2018年末存货账面价值分别为30,199.96万元、33,121.37万元和35,154.04万元，占资产总额比例分别为69.05%、66.59%和66.73%，公司存货规模较大，占资产总额比重较大。未来，若钻石、黄金等主要原料价格大幅波动，公司将面临因计提存货跌价准备风险。

（二）街边直营店业务收入下滑风险

公司直营店按所在位置分为商场直营店和街边直营店。受消费人流向购物中心及商场逐步转移以及租金等因素的影响，街边直营店的收入逐年下滑，2016年、2017年和2018年，公司街边直营店收入分别为28,032.44万元、20,090.72

万元和 16,995.73 万元。公司积极调整营销网点布局，裁撤业绩较差的街边直营店，报告期内，公司逐步关闭了绍兴店、杭州解放店等街边直营店，并增设了较多商场直营店。截至 2018 年末，公司仍有 8 家街边直营店，若未来街边直营店持续减少，会导致街边直营店业务收入进一步下滑。

（三）经营活动现金流减少风险

2016 年、2017 年和 2018 年，公司净利润分别为 5,578.34 万元，4,381.84 万元和 5,503.91 万元，经营活动产生的现金流量净额分别为 3,296.33 万元、2,497.68 万元和 7,663.01 万元，其中 2016 年和 2017 年经营活动现金流量净额均低于净利润。公司本次发行募集资金主要用于营销网络扩建项目，项目实施后自营门店数量预计将进一步增加，产品铺货等经营性资金支出将持续加大，公司短期内面临业务扩张而带来的经营活动现金流净额降低的风险。

（四）净资产收益率下降的风险

本次募集资金投资项目从项目建设到实现预期效益存在一定时间周期，如本次发行成功，募集资金的到位以及募集资金投资项目产生效益的延后性，将大幅摊薄公司净资产收益率，公司存在发行后一段时期内净资产收益率下降的风险。

（五）本次公开发行摊薄即期回报的风险

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司总股本将有所增加，由于募集资金投资项目存在一定的建设期，在项目全部建成后才能逐步达到预期的收益水平，因此公司净利润较难立即实现同步增长，故短期内存在每股收益被摊薄的风险。

第五节 发行人基本情况

一、基本情况

公司名称:	曼卡龙珠宝股份有限公司
英文名称:	MCLON JEWELLERY CO.,LTD.
注册资本:	15,300 万元
法定代表人:	孙松鹤
成立日期:	2009 年 12 月 3 日
住所:	浙江省杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-473 室
邮政编码:	311215
电话:	0571-89803195
传真:	0571-82823955
互联网网址:	http://www.mclon.com
电子邮箱:	xt@mclon.com
负责信息披露和投资者关系	负责部门: 董事会办公室
	负责人: 许恬
	联系电话: 0571-89803195

二、发行人设立情况

公司系由杭州曼卡龙投资有限公司（2011 年 2 月更名为“浙江万隆曼卡龙投资有限公司”）和孙松鹤等 18 名自然人于 2009 年 11 月 6 日共同签署《发起人协议》，通过发起设立方式于 2009 年 12 月成立的股份有限公司。公司设立时注册资本为 2,500 万元，全部为货币出资。根据公司章程规定，注册资本由全体出资人分两期于 2009 年 12 月 31 日之前缴足。

2009 年 11 月 17 日，浙江天健东方会计师事务所有限公司出具《验资报告》（浙天会验[2009]221 号），对全体出资人首次缴纳的出资金额 500 万元进行了

验证。

2009年12月3日，公司取得浙江省工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》，注册号为330000000045009。

2009年12月25日，浙江天健东方会计师事务所有限公司出具《验资报告》（浙天会验[2009]273号），对全体出资人缴纳的第二期出资金额2,000万元进行了验证。

本公司设立时的发起人为曼卡龙投资和孙松鹤等18位自然人，公司设立时各发起人的持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	股份数额（股）	持股比例（%）
1	曼卡龙投资	17,500,000	70.00
2	曹 斌	2,765,800	11.06
3	孙松鹤	1,987,250	7.95
4	楼红豆	416,775	1.67
5	翁晶晶	302,400	1.21
6	周 斌	288,125	1.15
7	朱 晔	258,300	1.03
8	沈金星	250,000	1.00
9	瞿吾珍	214,900	0.86
10	姚来春	182,950	0.73
11	泮亚飞	155,025	0.62
12	宣 璐	132,075	0.53
13	徐建龙	130,500	0.52
14	吴长峰	94,725	0.38
15	赵维江	92,975	0.37
16	盛颖慧	67,500	0.27
17	姚必泉	61,225	0.24
18	吕利根	51,750	0.21
19	高 波	47,725	0.19
合 计		25,000,000	100.00

三、发行人设立以来的资产重组情况

公司成立前，公司主要发起人孙松鹤为万隆曼卡龙珠宝的实际控制人，并通过万隆曼卡龙珠宝从事珠宝首饰零售业务。2010年，公司及其子公司宁波曼卡龙向万隆曼卡龙珠宝及其子公司宁波万隆曼卡龙珠宝有限公司（以下简称“宁波万隆曼卡龙”）陆续购买了存货、设备类固定资产，2013年，公司向万隆曼卡龙珠宝购买了办公用房产，万隆曼卡龙珠宝则逐渐停止实际经营业务，直至2013年4月办理完成工商注销登记手续。

公司分别于2010年4月10日、2010年8月10日、2010年10月28日和2012年12月21日召开了2010年第一次临时股东大会、2010年第三次临时股东大会、2010年第四次临时股东大会、2012年第六次临时股东大会，审议通过了向万隆曼卡龙珠宝及其子公司宁波万隆曼卡龙购买其存货、设备类固定资产以及办公用房产的议案。资产收购的基本情况如下：

序号	内容	标的	评估报告	评估价值(元)	交易价格	股东大会
1	第一次资产购买	万隆曼卡龙珠宝义乌店的珠宝类存货和设备类固定资产	浙勤评报[2010]53号	10,310,972.90	按评估值作价	2010年第一次临时股东大会
2	第二次资产购买	万隆曼卡龙珠宝萧山仓库、深圳仓库及13家门店和11家专柜的珠宝类存货和设备类固定资产	浙勤评报[2010]235号	190,027,358.18		2010年第三次临时股东大会
		宁波万隆曼卡龙5家门店的珠宝类存货和设备类固定资产	浙勤评报[2010]236号	45,259,032.83		
3	第三次资产购买	万隆曼卡龙珠宝萧山仓库及今古传奇萧门店、延安店的翡翠玉石类存货	坤元评报[2010]320号	24,008,516.59		2010年第四次临时股东大会
4	第四次资产购买	华成国际发展大厦2001和2002室办公楼	万隆沪评报字[2012]1101号	30,236,300.00	2012年第六次临时股东大会	

1、2010年3月，第一次资产购买

2010年3月12日，发行人与万隆曼卡龙珠宝签订《资产收购协议》，约定发行人向万隆曼卡龙珠宝购买其义乌店的珠宝类存货和设备类固定资产，交易价格按浙江勤信资产评估有限公司出具的《资产评估报告书》（浙勤评报[2010]53号）确认的评估值确定，交易金额为10,310,972.90元（不含税）。其中：库存商

品 7,702,841.90 元，设备类固定资产 2,608,131.00 元。

2、2010 年 7 月，第二次资产购买

2010 年 7 月 18 日，发行人及其子公司宁波曼卡龙与万隆曼卡龙珠宝签署《资产收购协议》、宁波曼卡龙与宁波万隆曼卡龙签署《资产收购协议》，具体情况如下：

(1) 发行人及其子公司宁波曼卡龙向万隆曼卡龙珠宝购买其萧山仓库、深圳仓库及萧山店等 13 家门店和杭州大厦专柜等 11 家专柜的珠宝类存货和设备类固定资产。交易价格按浙江勤信资产评估有限公司出具的浙勤评报（2010）235 号《资产评估报告书》确认的评估值确定，交易金额为 190,027,358.18 元（不含税）。其中：库存商品 189,421,567.18 元；设备类固定资产 605,791.00 元。

(2) 宁波曼卡龙向宁波万隆曼卡龙购买其宁波店等 5 家门店的珠宝类存货和设备类固定资产，交易价格按浙江勤信资产评估有限公司出具的《资产评估报告书》（浙勤评报[2010]236 号）确认的评估值确定，交易金额为 45,259,032.83 元（不含税）。其中：库存商品 45,041,095.83 元，设备类固定资产 217,937.00 元。

3、2010 年 10 月，第三次资产购买

2010 年 10 月 8 日，发行人与万隆曼卡龙珠宝签订《资产收购协议》，约定发行人向万隆曼卡龙珠宝购买其今古传奇萧山店等翡翠玉石类存货，交易价格按坤元资产评估有限公司出具的坤元评报（2010）320 号《资产评估报告书》确认的评估价格确定，交易金额为 24,008,516.59 元（不含税）。

4、2013 年 2 月，第四次资产购买

2013 年 2 月 6 日，发行人与万隆曼卡龙珠宝签订《房屋转让合同》，约定发行人向万隆曼卡龙珠宝购买其位于杭州市江干区富春路 308 号的华成国际发展大厦 2001 室和 2002 室办公楼，交易价格按万隆（上海）资产评估有限公司出具的万隆沪评报字（2012）1101 号《资产评估报告书》确认的评估价格确定，交易金额合计为 30,236,300.00 元（不含税）。

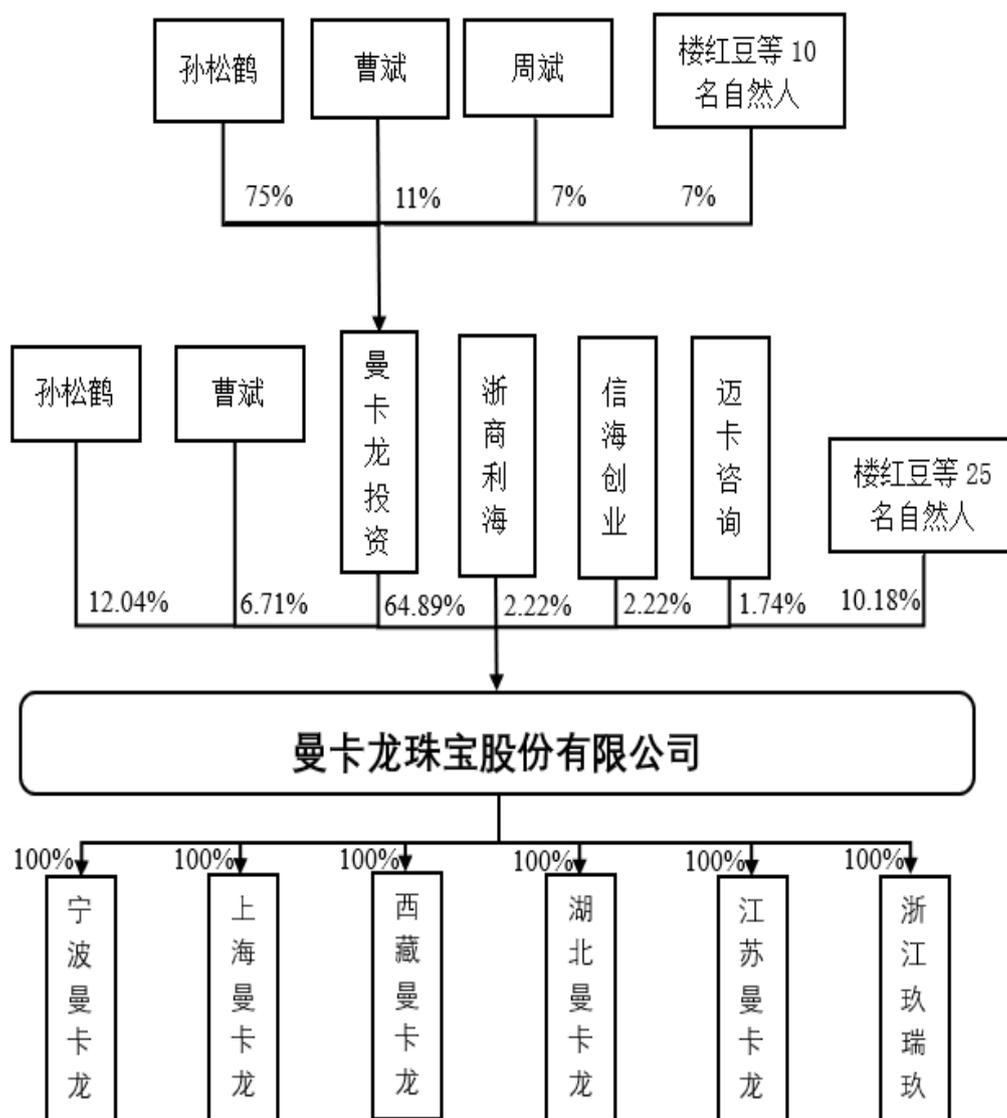
5、购买资产对公司经营状况的影响

通过上述四次资产购买，公司扩充了门店经营区域，增强了经营实力，解决了与万隆曼卡龙珠宝的同业竞争问题，保证了发行人的独立性和资产完整性。

四、发行人股权结构及组织结构

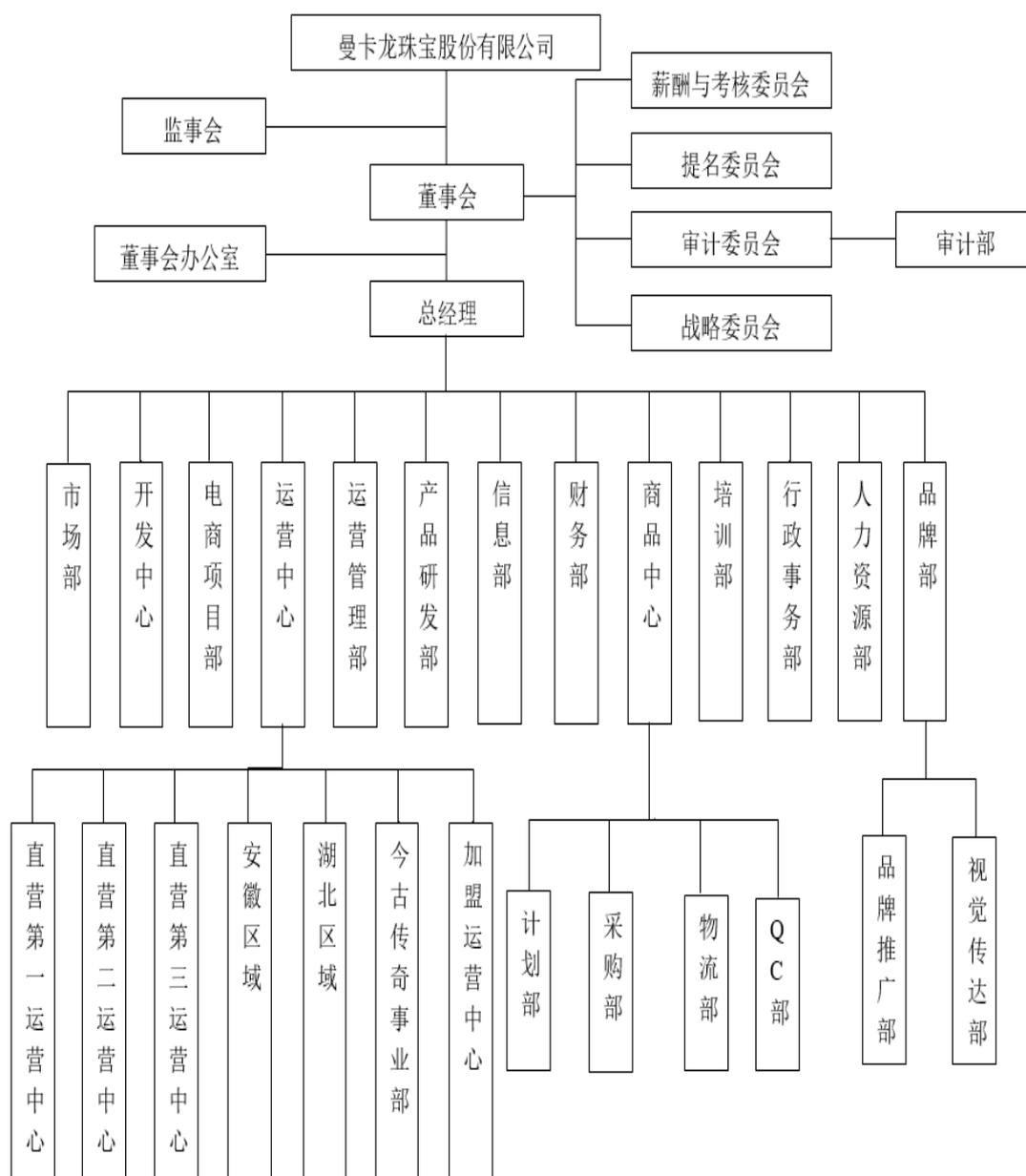
（一）发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，发行人的股权结构如下图所示：



（二）发行人的组织结构

截至本招股说明书签署日，发行人的组织结构如下图所示：



（三）职能部门设置情况

截至本招股说明书签署日，公司设置了董事会办公室、审计部、运营中心、电商项目部、商品中心、信息部、品牌部、行政事务部、产品研发部、人力资源部、运营管理部、市场部、开发中心、培训部、财务部等职能部门。公司各部门主要职责如下：

部门	主要职能
董事会办公室	<p>规范公司法人治理结构和业务规范，根据公司法、证券法的相关规定，在董事会的带领下，制定并实施董事会工作计划及董事会工作规程。准备公司 IPO 相关文件，协调公司与投资者之间的关系、督促公司规范运作、股权事务管理、三会组织与文件的保管。</p> <p>公司上市后，在董事会秘书的领导下，负责公司股票的发行上市及相关的证券业务，收集国家宏观经济政策及证券市场信息，保持与监管部门的联系，并向监管机构及时准确的披露公司信息和重大事项，负责投资者关系管理，组织筹备公司董事会，股东大会以及会议资料的保管。</p>
审计部	<p>依据国家的法律法规和企业的规章制度，制定公司年度审计计划，审计公司财务支出及各项经营管理活动，对公司及下属公司实施全面的审计，维护公司经营秩序和财务制度，以确保公司合法经营、健康发展。对组织中各类业务和控制进行独立评价，以确定各组织是否遵循公司的制度，是否符合规定和标准，是否有效和经济地使用了资源，是否在实现组织目标；有效把控内部风险，改善经营管理，提高经济效益。</p>
运营中心	<p>负责公司直营门店和加盟门店的运营管理，具体为构建业务发展模式与规划、建立推行连锁运营标准，为终端提供包括日常运营支持、营销、配货、培训、督导、辅导的一站式、系统化服务，通过终端为顾客提供专业标准的整体销售服务体验，在达成业绩目标的同时，实现连锁标准模式的构建与品牌形象的落地。负责做好直营新连锁店的运营执行、老店的维护、老店的移址开店等工作，并做好商场关系的维护工作。</p> <p>市场营销方面，参与公司年度品牌计划、年度营销计划、年度产品计划、年度拟上市新品的评审。负责区域内门店的促销方案的制定及执行。人才梯队方面，按计划开展运营中心内人才招聘、选拔、培训；完成既定的人才培养和储备任务；核定人员编制并报经公司人力资源部批准后实施；负责培养核心管理团队，营造良好企业文化，加强员工队伍建设。</p>
电商项目部	<p>负责电子商务渠道的产品规划、营销策划、宣传推广；受理电子商务渠道的在线咨询、产品销售、订单发货、客户服务、会员营销，以及电商业务线上线下整合。</p>
商品中心	<p>领导公司供应链系统的工作，组织制定并实施供应链战略规划，全面负责公司生产计划、采购、供应商管理、仓储物流等体系的优化和管控工作。</p> <p>负责产品采购及供应，具体为产品生命周期经营与维护、款式库基础建设；负责原料和供应商的开发与管理，负责原料采购实施、产品采购、货品仓储与流转管理，建立全面质量管理体系。</p>
信息部	<p>负责公司信息化管理系统的建设与运营维护，公司指定项目的开发与维护，公司零售终端及加盟商信息系统的安装维护，维护网络信息安全。</p>
品牌部	<p>根据公司发展战略规划，进行公司品牌战略规划及品牌体系建设；全面负责公司品牌视觉、公关、推广及管理工作；推广公司的品牌文化，产品文化；准确把握公司的品牌定位，公司产品设计风格，根据市场需求和变化、区域特性和市场信息进行品牌策划；制定与实施品牌营销战略、策略，地区覆盖及推广计划，包括日常维护工作；建立和维护与媒体、消费者等公众的良好关系，树立良好的品牌形象。根据品牌战略规划，领导完成对品牌形象的监督与管理。收集分析行业动态、产品潮流及市场信息，实施品牌宣传和推广，终端形象建设与维护。</p>
行政事务部	<p>保障公司日常经营的合法、安全和有效运行。做好风险把控、控制运营成本、协调部门间工作，确保制度运行。处理好公司与政府部门的关系，保持沟通流畅提高办事效率。对行政事务部下属部门做好工作整合优化。</p> <p>根据公司科学管理体系战略要求，负责公司行政后勤服务与管理。</p>

部门	主要职能
产品研发部	负责公司新产品的设计和开发，根据公司市场营销、品牌策略、战略发展的需要，安排新产品的开发及定版，为公司经营销售提供新的技术和产品支持。
人力资源部	负责公司人事规章制度的拟定和执行，依据公司经营计划，制定人力资源战略与规划，主要包括人才引进与调配、员工培训与发展、绩效目标分解与激励管理、薪酬福利管理等。
运营管理部	配合执行公司全国市场发展计划，完成所辖连锁店的运营及销售目标的达成，规划年度运营管理工作计划；负责公司连锁门店运营制度及流程的制定及修订，考查同行竞品最新管理模式，制定符合公司发展特色的营运管理模式。 负责各运营大区的竞赛活动开展，部门团队的建设和管理以及公司各部门的协调配合。不定期的组织部门的团队活动，提升团队凝聚力。
市场部	依据品牌推广、产品上市、营销热点、销售部门诉求，制定年度符合品牌调性、关联产品、营销热点的营销推广活动。
开发中心	负责公司销售渠道的开发、维护和跟进公司品牌发展需求优化销售渠道，以控制相应渠道运营成本。具体为根据直营开发经理、加盟开发经理提报的次年发展计划和网络规划，制定《公司整体年度发展计划和网络规划》。根据批准后的最终网络和发展计划安排部门各职能人员执行；负责各直营运营中心（加盟运营中心）管理范围内的网络规划、新店开发、资产优化等事务审批工作；负责对执行公司发展事务时在预算范围内的费用使用进行审批；针对年度计划外的优质项目单独审批立项；部门各职能日常管理以及员工技能培训；每年底依据《竞争品牌加盟政策调研报告》制定出符合曼卡龙特性优势的加盟政策。
培训部	健全公司培训体系，制定公司年度培训计划和年、月度培训预算；统一协调、管理企业培训工作人员和培训师的工作；负责指导培训专员进行培训资源管理，建立培训信息系统；企业文化建设与活动管理。
财务部	在企业会计准则、公司财务制度的指引下，制定年度工作计划，完成公司的财务管理、预算管理、财务核算、财务监督及内控管理等方面的工作，确保各项财务及内部控制工作的优质完成。 参与制订公司的发展战略，为公司战略决策提供数据信息支持及建议，负责公司财务规章制度的拟定和执行，统筹财务管理、成本管理、预算管理、会计核算、资金管理，以及对外税务工作。

五、发行人控股、参股公司及分公司情况

（一）发行人控股子公司的情况

截至本招股说明书签署日，发行人共拥有 6 家全资子公司，无其他控股子公司，具体情况如下（财务数据已经天健所审计）：

1、宁波曼卡龙

项 目	基本情况
-----	------

成立时间	2010年2月1日		
注册资本	1,000万元		
实收资本	1,000万元		
法定代表人	曹斌		
注册地	宁波高新区新明街道丁香路118号1号楼1115室		
主要经营地	浙江省宁波市		
股东构成	曼卡龙持有其100%的股权		
主营业务	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售；自营或代理各类货物和技术的进出口业务，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。（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）		
与发行人主营业务的关系	为曼卡龙在宁波地区的销售平台		
2018年12月31日/2018年度财务数据	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
	8,768.71	8,464.88	986.66

2、西藏曼卡龙

项 目	基本情况		
成立时间	2015年1月28日		
注册资本	100万元		
实收资本	100万元		
法定代表人	曹斌		
注册地	拉萨市曲水县人民路雅江工业园401室		
主要经营地	西藏自治区拉萨市		
股东构成	曼卡龙持有其100%的股权		
主营业务	珠宝批发、零售；珠宝设计；品牌推广；营销策划；企业管理咨询；珠宝、金银饰品的网络销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
与发行人主营业务的关系	为曼卡龙电商、品牌传播平台		
2018年12月31日/2018年度财务数据	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
	2,009.79	1,576.22	101.22

3、上海曼卡龙

项 目	基本情况		
-----	------	--	--

成立时间	2010年5月27日		
注册资本	1,000万元		
实收资本	1,000万元		
法定代表人	孙松鹤		
注册地	上海市普陀区红柳路555弄68号2A-10室		
主要经营地	上海市		
股东构成	曼卡龙持有其100%的股权		
主营业务	销售：珠宝，金银饰品，工艺品（除专项），钟表；从事货物及技术的进出口业务。（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）		
与发行人主营业务的关系	为曼卡龙在上海地区的销售平台		
2018年12月31日/2018年度财务数据	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
	1,104.07	1,102.58	-39.44

4、江苏曼卡龙

项 目	基本情况		
成立时间	2017年7月21日		
注册资本	1,000万元		
实收资本	1,000万元		
法定代表人	曹斌		
注册地	南通市崇川区檀墅1幢1220室		
主要经营地	江苏省南通市		
股东构成	曼卡龙持有其100%的股权		
主营业务	珠宝，金银饰品，工艺品，钟表的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
与发行人主营业务的关系	为曼卡龙在江苏省的销售平台		
2018年12月31日/2018年度财务数据	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
	1,007.68	984.39	-16.16

5、湖北曼卡龙

项 目	基本情况		
成立时间	2018年7月26日		

注册资本	100 万元		
实收资本	100 万元		
法定代表人	曹斌		
注册地	武汉经济技术开发区 12C2 地块经开万达广场 A 区购物中心一层 0019 区域		
主要经营地	湖北省武汉市		
股东构成	曼卡龙持有其 100% 的股权		
主营业务	珠宝首饰零售。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)		
与发行人主营业务的关系	为曼卡龙在湖北地区的销售平台		
2018 年 12 月 31 日/2018 年度财务数据	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)
	286.96	80.46	-19.54

6、浙江玖瑞玖

项 目	基本情况		
成立时间	2011 年 12 月 23 日		
注册资本	1,000 万元		
实收资本	1,000 万元		
法定代表人	曹斌		
注册地	萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-475 室		
主要经营地	浙江省杭州市		
股东构成	曼卡龙持有其 100% 的股权		
主营业务	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表、办公用品、电子产品、家具、日用百货、劳保用品、服装的批发、零售;货物和技术的进出口;其他无需报经审批的合法项目。(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)		
与发行人主营业务的关系	为曼卡龙原材料、成品采购平台;与加盟商销售的平台		
2018 年 12 月 31 日/2018 年度财务数据	总资产(万元)	净资产(万元)	净利润(万元)
	19,765.50	10,072.03	3,250.87

(二) 报告期内发行人曾控制的公司情况

报告期内发行人曾控制戴曼克森和宁波玖瑞玖,具体情况如下:

1、戴曼克森

项 目	基本情况		
成立时间	2010年1月24日		
注册资本	1,500万元		
实收资本	1,500万元		
法定代表人	曹斌		
注册地	中国（上海）自由贸易试验区东方路985号18A-02室		
主要经营地	上海市		
股东构成	曼卡龙持有其100%的股权		
主营业务	钻石、珠宝饰品的销售，从事货物与技术的进出口业务，珠宝设计。		
与发行人主营业务的关系	曾为曼卡龙的进口采购平台		
2018年12月31日/2018年度财务数据	总资产（万元）	净资产（万元）	净利润（万元）
	2,298.52	2,290.02	2.69

戴曼克森已于2019年1月13日注销企业法人资格。

2、宁波玖瑞玖

项 目	基本情况		
成立时间	2012年9月21日		
注册资本	500万元		
实收资本	500万元		
法定代表人	刘春燕		
注册地	宁波高新区丁香路118号2号楼1158室		
主要经营地	浙江省宁波市		
股东构成	浙江玖瑞玖持有其100%的股权		
主营业务	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表、日用百货、办公用品、电子产品、家具、服装的批发、零售；自营或代理各类货物和技术的进出口业务，但国家禁止或限定经营的货物和技术除外。（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）		
与发行人主营业务的关系	曾为宁波曼卡龙原材料采购平台		

宁波玖瑞玖已于2018年9月5日注销企业法人资格。

（三）发行人参股公司的情况

截至本招股说明书签署日，发行人无参股公司。

（四）发行人分公司的情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有 28 家分公司，基本情况如下：

序号	名称	成立时间	负责人	经营范围
1	曼卡龙珠宝股份有限公司嘉兴分公司	2010年4月14日	曹斌	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售。
2	曼卡龙珠宝股份有限公司桐乡分公司	2010年1月25日	曹斌	珠宝、金银饰品、工艺品（除文物）、钟表的销售。
3	曼卡龙珠宝股份有限公司诸暨分公司	2010年2月22日	曹斌	销售：珠宝、金银饰品、工艺品、钟表。
4	曼卡龙珠宝股份有限公司深圳分公司	2019年4月29日	曹斌	珠宝、金银、工艺品（象牙及其制品除外）、钟表的销售
5	曼卡龙珠宝股份有限公司萧山分公司	2010年6月9日	曹斌	销售：珠宝、金银饰品、工艺品、钟表。
6	曼卡龙珠宝股份有限公司杭州江干分公司	2013年9月30日	曹斌	批发零售：珠宝、金银饰品、工艺品、钟表；货物进出口。
7	曼卡龙珠宝股份有限公司杭州金城路分公司	2016年6月15日	曹斌	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售。
8	曼卡龙珠宝股份有限公司杭州富春路分公司	2016年6月14日	曹斌	批发、零售：珠宝，金银饰品。
9	曼卡龙珠宝股份有限公司衢州分公司	2016年10月9日	曹斌	珠宝、金银饰品、工艺品销售。
10	曼卡龙珠宝股份有限公司滨江分公司	2017年9月29日	曹斌	销售：珠宝、金银饰品、工艺品、钟表。
11	曼卡龙珠宝股份有限公司上虞崧厦分公司	2017年9月6日	曹斌	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表销售。
12	曼卡龙珠宝股份有限公司杭州延安路分公司	2017年11月15日	曹斌	销售：珠宝、金银饰品、工艺品、钟表。
13	曼卡龙珠宝股份有限公司苍南分公司	2017年10月26日	曹斌	销售：珠宝、金银饰品、工艺品、钟表。
14	曼卡龙珠宝股份有限公司杭州余杭分公司	2018年1月26日	曹斌	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售。
15	曼卡龙珠宝股份有限公司嘉兴莲花广场分公司	2018年5月23日	曹斌	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售。
16	曼卡龙珠宝股份有限公司金城路分公司	2016年6月14日	曹斌	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售。
17	曼卡龙珠宝股份有限公司金城路第二分公司	2018年6月14日	曹斌	珠宝、金银饰品、工艺品、钟表的销售。
18	曼卡龙珠宝股份有限公司	2018年7月30日	曹斌	珠宝、金银饰品、工

序号	名称	成立时间	负责人	经营范围
	温州分公司			艺术品、钟表。
19	曼卡龙珠宝股份有限公司 杭州富春路第二分公司	2018年9月20日	曹斌	批发、零售：珠宝， 金银饰品。
20	曼卡龙珠宝股份有限公司 杭州双龙路分公司	2018年9月14日	曹斌	批发、零售：珠宝首饰， 金银饰品，工艺美术品， 钟表。
21	曼卡龙珠宝股份有限公司 嘉善分公司	2010年2月5日	曹斌	珠宝、金银饰品、工 艺品、钟表的销售。
22	曼卡龙珠宝股份有限公司 长水分公司	2019年2月19日	曹斌	珠宝、金银饰品的销 售
23	宁波曼卡龙珠宝有限公司 天一国购分公司	2012年5月24日	沈金星	珠宝、金银饰品、工 艺品、钟表的批发、 零售
24	宁波曼卡龙珠宝有限公司 奉化分公司	2017年6月14日	曹斌	珠宝、金银饰品、工 艺品、钟表的批发、 零售。
25	宁波曼卡龙珠宝有限公司 余姚分公司	2010年4月22日	沈金星	珠宝、金银饰品、工 艺品、钟表的销售。
26	宁波曼卡龙珠宝有限公司 慈溪分公司	2010年2月25日	沈金星	珠宝、金银饰品、工 艺品、钟表的销售。
27	宁波曼卡龙珠宝有限公司 鄞州分公司	2017年5月22日	曹斌	珠宝、金银饰品、工 艺品、钟表的销售。
28	江苏曼卡龙珠宝有限公司 溧阳分公司	2018年9月30日	曹斌	受公司委托从事珠 宝、金银首饰、工艺 品、钟表的销售。

六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发行人控股股东、实际控制人的基本情况

发行人的控股股东为曼卡龙投资，曼卡龙投资直接持有发行人 64.89% 的股份。

发行人的实际控制人为孙松鹤先生，孙松鹤先生直接持有发行人 12.04% 的股权，并通过曼卡龙投资持有发行人 64.89% 的股权。孙松鹤先生合计控制发行人 76.93% 的股权。

曼卡龙投资、孙松鹤先生的基本情况详见本招股说明书“第二节 概览”之“二、发行人的控股股东及实际控制人的基本情况”的内容。

（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况

截至本招股说明书签署日，除曼卡龙投资、孙松鹤外，其他持有发行人 5%以上股份的股东为自然人曹斌。曹斌直接持有发行人 10,261,336 股股份，持股比例为 6.71%。

曹斌先生，发行人董事，1964 年生，中国国籍，身份证号 33012119640828****，无永久境外居留权，研究生学历。曾就职于杭州萧山税务局，曾任杭州伟成印刷有限公司总经理助理、万隆曼卡龙珠宝经理；2009 年至今任发行人董事。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业

1、控股股东控制的其他企业的情况

发行人的控股股东曼卡龙投资除控制发行人外，无其他控制的企业。

2、实际控制人控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署日，实际控制人孙松鹤先生除直接控制曼卡龙投资、间接控制曼卡龙外，无其他控制的企业。

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有股份存在的质押或其他有争议的情况

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

七、发行人的股本情况

（一）本次发行前后股本及股东持股情况

发行人本次发行前总股本为 15,300 万股，本次拟发行不超过 5,100 万股，占发行后公司股本总额的比例不低于 25%。假设最终发行数量为 5,100 万股，发行前后公司股本变化情况如下：

股东名称/姓名	本次发行前	本次发行后
---------	-------	-------

	持股数（股）	比例（%）	持股数（股）	比例（%）
曼卡龙投资	99,280,000	64.89	99,280,000	48.67
孙松鹤	18,421,263	12.04	18,421,263	9.03
曹 斌	10,261,336	6.71	10,261,336	5.03
信海创业	3,400,000	2.22	3,400,000	1.67
浙商利海	3,400,000	2.22	3,400,000	1.67
迈卡咨询	2,665,600	1.74	2,665,600	1.31
楼红豆	2,197,969	1.44	2,197,969	1.08
钱淼根	1,445,000	0.94	1,445,000	0.71
周 斌	1,413,060	0.92	1,413,060	0.69
瞿吾珍	1,107,366	0.72	1,107,366	0.54
姚来春	940,076	0.61	940,076	0.46
朱 晔	878,220	0.57	878,220	0.43
沈金星	850,000	0.56	850,000	0.42
翁晶晶	794,841	0.52	794,841	0.39
程加一	726,838	0.48	726,838	0.36
徐建龙	656,676	0.43	656,676	0.32
赵维江	563,450	0.37	563,450	0.28
泮亚飞	527,085	0.34	527,085	0.26
吴长峰	495,980	0.32	495,980	0.24
刘春燕	340,000	0.22	340,000	0.17
吴 昊	340,000	0.22	340,000	0.17
胡晓群	340,000	0.22	340,000	0.17
倪建伟	340,000	0.22	340,000	0.17
车慧珠	302,724	0.20	302,724	0.15
徐晓庆	240,000	0.16	240,000	0.12
高 波	232,038	0.15	232,038	0.11
宣 璐	224,528	0.15	224,528	0.11
吕利根	175,950	0.12	175,950	0.09

股东名称/姓名	本次发行前		本次发行后	
	持股数（股）	比例（%）	持股数（股）	比例（%）
周 军	170,000	0.11	170,000	0.08
余汝辉	170,000	0.11	170,000	0.08
季方卿	100,000	0.07	100,000	0.05
本次拟发行股份	-	-	51,000,000	25.00
合 计	153,000,000	100.00	204,000,000	100.00

（二）本次发行前的前十名股东

截至本招股说明书签署之日，发行人前十名股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（股）	比例（%）
1	曼卡龙投资	99,280,000	64.89
2	孙松鹤	18,421,263	12.04
3	曹 斌	10,261,336	6.71
4	信海创业	3,400,000	2.22
5	浙商利海	3,400,000	2.22
6	迈卡咨询	2,665,600	1.74
7	楼红豆	2,197,969	1.44
8	钱淼根	1,445,000	0.94
9	周 斌	1,413,060	0.92
10	瞿吾珍	1,107,366	0.72
	合 计	143,591,594	93.84

（三）公司前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署之日，发行人前十名自然人股东在发行人处任职情况如下：

序号	股东姓名	持股数（股）	比例（%）	在发行人处任职情况
1	孙松鹤	18,421,263	12.04	董事长、总经理
2	曹 斌	10,261,336	6.71	董事

3	楼红豆	2,197,969	1.44	-
4	钱淼根	1,445,000	0.94	-
5	周 斌	1,413,060	0.92	监事会主席
6	瞿吾珍	1,107,366	0.72	董事、商品中心副总监、今古项目负责人
7	姚来春	940,076	0.61	-
8	朱 晔	878,220	0.57	-
9	沈金星	850,000	0.56	资金主管
10	翁晶晶	794,841	0.52	-
合 计		38,309,131	25.03	-

（四）最近一年新增股东的基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人最近一年无新增股东的情形。

（五）本次发行前各股东间的关联关系

截至本招股说明书签署之日，发行人各股东之间的关联关系情况具体如下：

1、除直接持有发行人股份外，股东孙松鹤、曹斌、周斌、楼红豆、赵维江、瞿吾珍、姚来春、高波、刘春燕、车慧珠亦持有发行人控股股东曼卡龙投资的股权，上述十人对发行人和曼卡龙投资的持股情况如下：

序号	股东姓名	持有发行人股份数量（股）	持有发行人股份比例	持有曼卡龙投资出资额数量（元）	持有曼卡龙投资出资额比例
1	孙松鹤	18,421,263	12.04%	45,000,000	75%
2	曹 斌	10,261,336	6.71%	6,600,000	11%
3	周 斌	1,413,060	0.92%	4,200,000	7%
4	楼红豆	2,197,969	1.44%	900,000	1.5%
5	瞿吾珍	1,107,366	0.72%	300,000	0.5%
6	姚来春	940,076	0.61%	300,000	0.5%
7	赵维江	563,450	0.37%	600,000	1%
8	刘春燕	340,000	0.22%	300,000	0.5%
9	车慧珠	302,724	0.20%	60,000	0.1%
10	高 波	232,038	0.15%	300,000	0.5%

2、公司股东迈卡咨询的股东中，沈冰冰亦持有发行人控股股东曼卡龙投资的股权，其对迈卡咨询和曼卡龙投资的持股情况如下：

序号	股东姓名	持有迈卡咨询出资额数量（元）	持有迈卡咨询出资额比例	持有曼卡龙投资出资额数量（元）	持有曼卡龙投资出资额比例
1	沈冰冰	1,357,372	67.87%	600,000	1%

3、发行人股东中，程加一亦持有发行人股东迈卡咨询的股权，其对发行人和迈卡咨询的持股情况如下：

序号	股东姓名	持有发行人股份数量（股）	持有发行人股份比例	持有迈卡咨询出资额数量（元）	持有迈卡咨询出资额比例
1	程加一	726,838	0.48%	40,000	2%

4、公司股东浙商利海与信海创业的基金管理人均为浙商创投股份有限公司；浙商利海的有限合伙人之一浙江省二轻集团公司也是基金管理人浙商创投股份有限公司的股东。

5、公司股东车慧珠为刘春燕弟弟之岳母。

除上述关联关系外，发行人各股东无关联关系。

（六）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

具体详见本招股说明书之“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”的内容。

（七）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行的股权来源为公司发行新股，不涉及原有股东公开发售股份的情况。

（八）信海创业、浙商利海与发行人、控股股东、实际控制人的投资协议

2012年8月2日，信海创业、浙商利海与发行人及孙松鹤、曼卡龙投资签署《浙江曼卡龙珠宝股份有限公司投资协议》（以下简称“《投资协议》”，《投资

协议》中甲方为信海创业和浙商利海，乙方为公司，丙方为孙松鹤和曼卡龙投资），约定：“（1）如下列条件中任一项成立，则甲方有权选择退出（亦有权继续持有）对公司的投资：A、公司未能在2015年12月31日之前在国内A股主板或创业板或甲方认可的境外证券市场发行股票并公开上市；B、公司实际控制人发生变化或发生其它事由导致可预见公司不能在前述约定期限内实现合格IPO；C、乙方或丙方严重违反其与甲方的协议或有关法律法规导致投资者利益受到重大损害；D、乙方2012年度经具备证券从业资格的会计师事务所审计净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为准）低于5500万元人民币。”

2015年5月31日，信海创业、浙商利海与发行人及孙松鹤、曼卡龙投资签署《曼卡龙珠宝股份有限公司补充协议（一）》（以下简称“《补充协议（一）》”），约定若发行人申请在境内证券交易所公开上市并获得中国证监会受理，则各方签署的上述投资协议中有关退出机制的约定将终止执行。但发行人事后撤回申报材料，或发行上市申请被驳回，或发行上市失败，则相关权利自动恢复效力。

2019年4月23日，信海创业、浙商利海与发行人及孙松鹤、曼卡龙投资签署《曼卡龙珠宝股份有限公司补充协议（二）》（以下简称“《补充协议（二）》”），约定：1、《投资协议》其他条款及《补充协议（一）》正文继续有效；2、各方确认，发行人在《投资协议》及其补充协议下均不承担任何与“退出机制”有关的权利义务，并非与“退出机制”条款有关的对赌约定的当事人；3、各方确认，截至本补充协议签署时，各方均按约履行其在《投资协议》及其补充协议除上述条款约定外的其他义务，不存在争议或纠纷；4、各方确认，除本《补充协议（二）》和《补充协议（一）》以外，《投资协议》无其他补充协议存在。

综上，信海创业、浙商利海与孙松鹤、曼卡龙投资之间存在关于股权回购方面的约定。根据上述协议，发行人不享有或承担关于股权回购的任何权利义务，非投资协议股权回购约定的当事人。上述协议不存在可能导致发行人控制权变化的约定，其关于股权回购的约定不与市值挂钩，协议亦不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。

八、公司股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心管理人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排。

九、发行人员工情况

（一）员工人数及构成情况

1、员工人数及变化情况

报告期内，发行人员工人数及其变化情况如下：

时间	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
员工总人数（人）	711	651	583

2、员工专业结构情况

截至2018年12月31日，发行人（含子公司）的员工专业结构情况如下：

专业结构	员工人数（人）	占员工总数比例
销售人员	620	87.20%
管理人员	56	7.88%
技术人员	14	1.97%
财务人员	12	1.69%
采购人员	9	1.27%
合计	711	100.00%

（二）员工社会保障及住房公积金情况

1、发行人员工社会保险和住房公积金的缴纳情况

截至2018年12月31日，发行人及其子公司社会保险及住房公积金缴纳情况如下：

缴纳情况	养老保险	医疗保险	失业保险	工伤保险	生育保险	住房公积金
员工人数	711	711	711	711	711	711

已缴纳人数		701	701	701	701	701	700
未缴纳 人数	当月入职	7	7	7	7	7	7
	在其它单位缴纳	2	2	2	2	2	3
	退休返聘	1	1	1	1	1	1
	小计	10	10	10	10	10	11
合 计		711	711	711	711	711	711

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人及其子公司合计为 701 名在册员工缴纳社会保险，社保缴纳比例为 98.59%，合计为 700 名在册员工缴纳了住房公积金，住房公积金缴纳比例为 98.45%。发行人及其子公司有 10 名员工未缴纳五险、11 名员工未缴纳住房公积金，主要原因如下：①7 名员工为 2018 年 12 月当月聘任的员工或试用期员工，发行人及其子公司于基准日尚未为其缴纳社会保险及住房公积金，截至招股说明书出具日，除已离职的员工外，发行人及其子公司已为其余员工缴纳了社会保险和住房公积金；②1 名员工为退休返聘人员，无需缴纳社会保险及住房公积金；③2 名员工已在其他单位参加社会保险及缴纳住房公积金，当月无法缴入，目前 1 名员工已经离职，另 1 名员工已经转由发行人为其缴纳。④1 名员工在原单位缴纳住房公积金。

发行人是珠宝首饰零售连锁企业，销售门店遍及浙江省内各地及部分浙江省外城市，报告期内，发行人及其子公司存在委托浙江省对外服务公司、广州仕邦人力资源有限公司深圳分公司、丹阳市宏天人力资源服务有限公司等 3 家人事代理机构代发行人及其子公司为员工在指定区域内缴纳社保、公积金的情形。根据发行人及其子公司的工资发放清单、员工花名册和社会保险管理部门、住房公积金管理中心出具的缴存单、人事代理机构出具的代缴员工名册及发行人出具的书面说明，截至 2018 年 12 月 31 日，发行人及其子公司共有 252 名员工的社会保险费和住房公积金由人事代理机构代为缴纳。

2、社会保障和住房公积金管理部门的意见

杭州市萧山区社会保障管理中心、宁波国家高新技术产业开发区人力资源和社会保障局及相关分公司所在地的社会保险管理部门已出具证明，确认发行人及相关子公司、分公司报告期内按规定缴纳社会保险费，不存在违反社会保障相关法律法规被处罚的情形。

杭州市住房公积金管理中心萧山分中心、宁波市住房公积金管理中心、上海市公积金管理中心及相关分公司所在地的公积金管理中心已出具证明，确认发行人及相关子公司、分公司不存在违反住房公积金相关法律法规被处罚的情形。

3、公司实际控制人、控股股东关于承担发行人社会保险和住房公积金相关责任的承诺

公司实际控制人孙松鹤、控股股东曼卡龙投资出具了《关于承担社会保险和住房公积金相关责任的承诺》：

“如果曼卡龙珠宝股份有限公司（以下简称“曼卡龙”）及其子公司自其设立之日起至发行上市日期间因公司员工社会保险和住房公积金的实际缴纳情况而被任何政府主管部门要求补缴社会保险或住房公积金，或被任何政府主管部门处以行政处罚，或被任何政府主管部门、法院或仲裁机构决定、判决或裁定向任何员工或其他方支付补偿或赔偿，本人/本公司将承担全部的金額，无须曼卡龙及其子公司支付相应对价，以使曼卡龙及其子公司不因此遭受任何经济损失。

若曼卡龙股票在证券交易所上市交易后且本人/本公司依照所适用的上市规则仍为其实际控制人/控股股东，本人/本公司将不会变更、解除本承诺。”

十、发行人、主要股东、实际控制人及董事、监事、高级管理人员及本次发行相关服务机构作出的重要承诺及其履行情况

（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

具体详见本招股说明书之“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”的内容。

（二）发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持承诺

具体详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、持股 5%以上股东关于持股意向及减持意向的承诺”的内容。

（三）首次公开发行后填补被摊薄即期回报的措施及承诺

具体详见本招股说明书之“重大事项提示”之“三、首次公开发行后填补被

摊薄即期回报的措施及承诺”的内容。

（四）发行人、控股股东、董事、高级管理人员关于稳定股价的预案及承诺

具体详见本招股说明书之“重大事项提示”之“四、发行人、控股股东、董事、高级管理人员关于稳定股价的预案及承诺”的内容。

（五）关于股份回购、依法承担赔偿责任的承诺

具体详见本招股说明书之“重大事项提示”之“五、关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”的内容。

（六）相关责任主体未履行承诺事项的约束措施

具体详见本招股说明书之“重大事项提示”之“六、相关责任主体未履行公开承诺事项的约束措施”的内容。

（七）本次发行相关中介机构的承诺

具体详见本招股说明书之“重大事项提示”之“七、本次发行相关中介机构的承诺”的内容。

（八）利润分配政策的承诺

具体详见本招股说明书之“重大事项提示”之“八、本次发行前滚存未分配利润的安排”和“九、公司发行上市后的利润分配政策及现金分红比例”的内容。

（九）关于避免同业竞争的承诺

具体详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）控股股东、实际控制人出具的避免同业竞争的承诺”的内容。

（十）关于规范和减少关联交易的承诺

具体详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”之“（五）公司减少关联交易的措施”的内容。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

（一）发行人的主营业务

曼卡龙是一家集珠宝首饰创意、销售、品牌管理为一体的珠宝首饰零售连锁企业，主营业务是珠宝首饰零售连锁销售业务。公司专注于珠宝品牌建设，聚焦年轻消费群体。公司拥有“MCLON 曼卡龙”、“今古传奇”等珠宝首饰品牌。公司主营业务收入主要来源于素金饰品及镶嵌饰品，主要产品为“三爱一钻”即“爱尚金”、“爱尚炫”、“爱尚彩”以及钻石饰品。

公司秉持“诚信、踏实、简单、创新”的经营理念，将曼卡龙珠宝品牌定位于“每一天的珠宝”，打造都市时尚女性成为人群中的“每天·亮点”。公司将“年轻、轻奢、色彩、情感”的珠宝理念融入到产品创意中，聚焦于年轻消费群体，为顾客提供可以轻松拥有、具备轻奢时尚内涵的珠宝首饰。

公司致力于成为“国际化轻奢时尚品牌”。发展至今，公司凭借精准的产品定位和科学化的管理方式从中国珠宝行业中脱颖而出，品牌影响力日益提升。公司一直以来十分重视产品的时尚感及设计感，并以不断追求创新设计为品牌核心竞争力。曼卡龙为消费者提供紧跟时尚潮流，又极具设计内涵的珠宝饰品，成为更了解现代新女性需求的时尚珠宝品牌。

（二）发行人的主要产品

公司主要产品为“三爱一钻”即“爱尚金”、“爱尚炫”、“爱尚彩”以及钻石饰品。

“爱尚金”属于素金饰品，是由黄金或黄金加其他材质（如珐琅），通过3D硬金、拉丝、喷沙等现代技术加工而成，设计上紧跟流行趋势的时尚黄金。“爱尚金”款式快速更新，与传统黄金形成较大的视觉反差。不同于传统黄金按克售卖的模式，“爱尚金”每款产品根据设计、工艺等按件定价。

“爱尚炫”、“爱尚彩”以及钻石饰品均属于镶嵌饰品。其中，“爱尚炫”是由K金加小粒群钻组成，根据款式的需要，K金分别用K白、K黄和K红或三

种颜色的混合搭配来凸现产品的时尚性及个性化属性。“爱尚彩”是K金加宝石的多彩组合，通过对宝石多色性的独特设计和巧妙的色彩搭配实现产品的时尚感。

公司销售的部分产品如下表所示：

产品大类	品类	主要系列	产品特点	图示
素金饰品	爱尚金	三生石头系列 (时尚素金)	采用 vimo 表面处理技术，3D 硬金等高工艺；以三生石为设计灵感，代表的是承诺，承诺伴你三生不分离	
		奇幻自然系列 (时尚混搭)	采用 vimo 表面处理技术，还原自然界新叶原本的姿态。以春天的新芽为设计灵感来源，代表万物渐渐复苏蓬勃成长的正能量系列	
		北欧物语系列	北欧物语系列采用高工艺冷珐琅技术，色彩持久鲜艳。设计灵感来自于北欧极光的颜色，寓意将幸运带给佩戴者	
		极简几何系列	采用烟雾般的设计形态为设计灵感，诠释江南水乡女子的婀娜神秘，如烟如水般难以琢磨	

产品大类	品类	主要系列	产品特点	图示
		八戒系列	以“好吃”、“懒做”、“少说”、“多动”为设计来源，轻讽刺现代人的生活方式以激励人们多运动，少吃垃圾食品	
	锦绣金	花丝系列 (高工艺金)	以燕京八绝之首的手工花丝工艺为系列卖点，传承中国文化经典。以中国四大神兽为主设计，守护平安带来幸运	
镶嵌饰品	婚钻	生来为爱系列	以生来为爱的寓意，以及一周七日每日钻石的概念，在钻戒市场上受到顾客的喜爱。华美钻戒问世宛若爱之降临，为爱而生，生来为爱	
		红线系列	红线系列属于命中注定 DESTINY 系列下的子系列。运用了 K 红真分色来表现月老的红线，代表姻缘早在冥冥之中注定	
		神圣之光	世界上最闪耀的光，不是极光，更不是火焰，而是爱的光芒。让每一对情侣都能定制属于自己的幸福，让每一份爱情都能抵达最深处的光芒	

产品大类	品类	主要系列	产品特点	图示
	情侣戒	蜜语系列	现代简约时尚的设计，年轻而潮流化的设计语言，工艺精美，以大牌感的质感取胜	
	爱尚炫	假日系列 (时尚钻石)	以舞蹈中的女郎为设计灵感，搭配以孔雀石的新颖材质，吊坠尾部加上褶皱体现舞动的灵动感	
		小恶魔	“小恶魔”系列饰品是小恶魔造型与 K 金饰品美感的完美融合的产物，饰品充满了个性、时尚与活力	
		LADY DREAM 日月系列	以日月相拥的形态为设计灵感。拥抱太阳的月亮但其实在古代真实环境下，日月同辉是一种吉兆。周公解梦曰“日月”为“明”，预示“大吉	
		萤火·物语系列	“萤火·物语”珠宝系列，严选高纯度 K 金以独家工艺打磨制作为萤火虫本体，将钻石以无可挑剔的造型切割工艺制成萤火虫的尾部光点，营造出真实萤火虫般的奇妙光晕	

产品大类	品类	主要系列	产品特点	图示
		许愿星	流星许愿的民俗在很多国家都有流传，根据北欧神话记载，对着流星许愿，愿望必将实现，该饰品使用 18k 金搭配珍珠和钻石来体现流星之美	
	爱尚彩	玲珑犀利 (彩宝镶嵌)	选用日常的办公用品的回形针为主要的设计元素，设计上尝试简洁硬朗的线条并与优雅的珍珠搭配，同时运用玲珑的橄榄石做点缀。展现女性成长过程：玲珑的橄榄石随着时光的流转蜕变为温润的珍珠。	

(三) 发行人主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入的具体构成情况如下表所示：

单位：万元

产 品	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
素金饰品	55,616.65	60.65	50,767.57	60.94	44,648.06	59.91
镶嵌饰品	36,080.58	39.35	32,535.96	39.06	29,877.69	40.09
合 计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

(四) 发行人的主要经营模式

公司主要从事珠宝首饰的零售连锁销售业务，主要经营模式如下所述：

1、采购模式

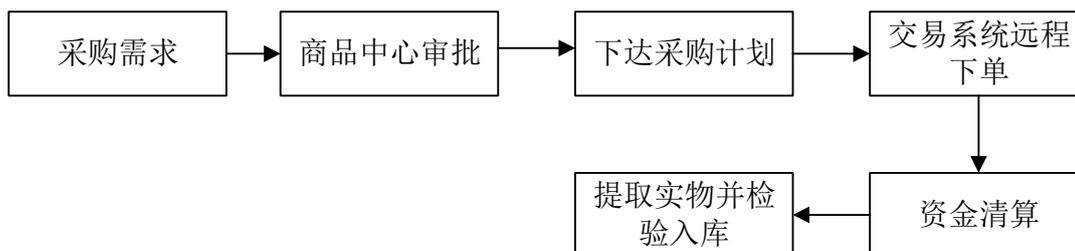
公司采购的商品主要包括黄金、铂金、钻石等原材料以及部分成品饰品，由

商品中心负责，商品中心同时负责公司委托加工事宜的组织与管理。

公司采购主要根据销售计划按需采购，并根据日常销售情况及订单变化进行及时补货，供应商主要是金交所、钻石供应商、珠宝首饰生产商等。具体采购业务流程如下：

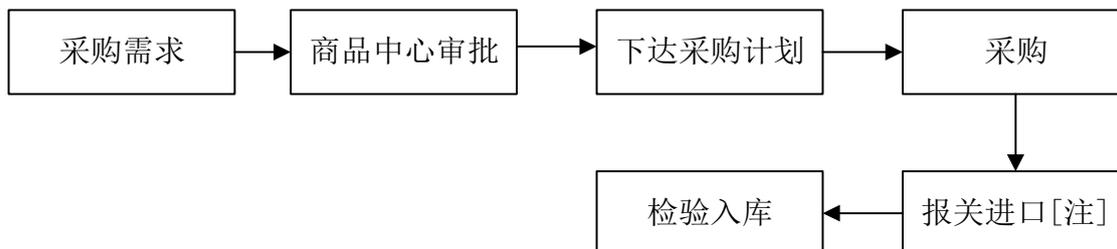
（1）黄金、铂金原料采购

公司所需黄金、铂金主要向金交所采购，流程如下：



（2）钻石原料采购

报告期内，公司所需钻石主要通过全资子公司戴曼克森（具有钻交所会员资格）在香港、印度等地区向钻石供应商采购，并经过钻交所报关进入国内。2018年二季度开始，公司在境内直接向钻交所会员单位采购，全资子公司戴曼克森于2019年1月注销企业法人资格。采购流程如下：

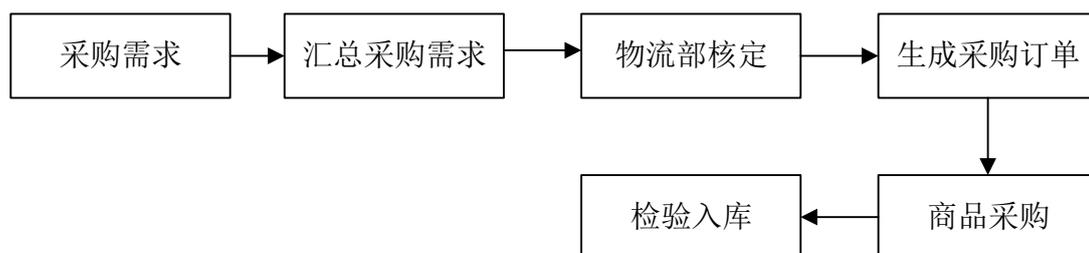


注：2018年二季度开始，公司直接向钻交所会员单位采购，无需报关进口。

（3）饰品成品采购

①新品成品采购

根据公司各门店及加盟门店需求，公司统一汇总订单后由物流部核定订单数量，由采购部将订单分解进行采购。具体流程如下：



②以旧换新

公司部分采购来自于门店顾客以旧换新，门店顾客在购买新饰品时，将旧饰品折抵部分价款。公司收到的旧饰品按照公司《直营门店及专柜旧品管理规程》、《公司出售饰品以旧换新管理规程》规定确定旧饰品抵值，并按照新饰品与旧饰品的差额收取价款，旧饰品作为公司存货处理。具体流程如下：



2、生产模式

除部分成品采购外，公司产品采用委托加工方式生产，公司提供具体产品设计样式或提出加工要求，并提供所有或部分原料、辅料，由受托加工企业负责生产工序，产品加工完成后，公司对产品进行逐个质量验收，使用公司产品商标，由公司独家采购后销售。公司主要通过生产订单排期、产品质量检验等手段来严格控制交货期、产量、质量及工艺处理，以适应公司品牌标准和销售需要。

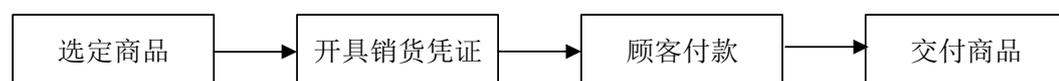
3、销售模式

(1) 自营模式

公司自营业务包括实体店和电商业务，其中实体店包括直营店和专柜，电商业务主要通过天猫、唯品会等第三方平台在线上进行产品销售。

①实体店：直营/专柜模式

公司实体店销售流程如下：



A、直营店

公司直营店直接面向终端零售客户销售，通过 POS 刷卡（包括支付宝、微信）或现金结算并确认销售。

B、专柜

公司专柜基本采用与商场联营的方式，由商场向终端零售客户收取销售款

项，并定期（通常为一个月）与公司进行对账结算并划付资金，以专柜销售额扣除商场收取相关费用后的净额确认为公司销售收入。

② 电商

近年来，随着互联网和电子商务的蓬勃发展，越来越多的消费者尤其是年轻消费者选择通过网络购买珠宝首饰产品。公司成立电商项目部，大力发展电子商务渠道。

报告期内，公司主要通过天猫、唯品会等第三方平台以线上方式向终端客户进行产品销售。

（2）加盟模式

公司与加盟商签订加盟协议，加盟商获得公司授权并从事“曼卡龙”品牌产品销售运营，公司与加盟商不存在所有权关系，但是加盟商运营方式需符合加盟协议的要求。同时，公司在培训、督导等方面提供支持，并通过定期巡查、辅导整改、回访抽查、不定期抽查、第三方暗访等方式，确保加盟商的经营规范性及终端服务质量。

加盟销售模式下，产品的所有权归属于加盟商，加盟商签收货品后，公司确认收入。公司对加盟商的销售采取款到发货的结算方式，即买断销售，加盟商从公司购入商品后，通过“曼卡龙”品牌加盟店进入零售终端市场，最终销售给消费者。销售流程如下：



（3）委托代销模式

公司与代销商签订委托代销协议，公司将代销商品发至代销商处代销，代销商品归公司所有，公司采用巡视、盘点等方式定期或不定期对委托代销商品进行盘点或抽查。代销商按月制作代销清单，公司按照代销清单结算并确认收入。

公司销售采用自营和加盟相结合的方式，生产环节采用委托加工方式，是珠宝首饰零售行业较为普遍的经营模式，公司对品牌、自营门店、加盟商、供应商的管控能力和管控水平是影响经营模式的关键因素，在报告期内，公司经营模式和影响经营模式的因素未发生重大变化，未来将进一步强化上述方面的管理，提高标准化水平，优化渠道建设，提高管理水平。

（五）发行人主要产品的工艺流程图

公司是珠宝首饰零售连锁企业，公司将产品的生产全部外包于专业的珠宝首饰生产企业，自身不进行生产。

（六）发行人设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式变化情况

公司自设立以来一直从事珠宝首饰产品销售业务。2010年，公司及其子公司宁波曼卡龙向万隆曼卡龙珠宝及其子公司宁波万隆曼卡龙陆续购买了存货、设备类固定资产，2013年，公司向万隆曼卡龙珠宝购买了办公用房产，具体情况详见本招股说明书第五节之“三、发行人设立以来的资产重组情况”的内容。通过上述资产购买，发行人扩充了门店经营区域，增强了经营实力，解决了与万隆曼卡龙珠宝的同业竞争问题。

发行人自设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式未发生重大变化。

二、发行人所处行业基本情况

（一）行业的管理体制、主要法律法规和产业政策

1、发行人所属行业类别

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司从事的行业为“F52 零售业”；根据中国国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“F52 零售业”项下的“5245 珠宝首饰零售业”。

2、行业管理体制

珠宝首饰零售行业属于市场化程度较高的行业，政府部门和行业协会仅对该行业实行宏观管理，企业的业务管理和生产经营完全按照市场化方式进行。

自然资源部珠宝玉石首饰管理中心作为行业主管部门。该中心是经中编办批准的自然资源部直属的正司局级事业单位，是国家质量监督检验检疫总局依法授权的国家级珠宝玉石质检机构，具有承担珠宝玉石首饰类产品执法检验资格的国

家级质检中心。该中心主要任务为：推动产业和行业发展实施有关管理，参与行业管理法规的调研活动，参与拟定行业技术标准、规范和产业政策；开展 APEC 经济协作中的珠宝玉石首饰进出口政策拟定与研究、技术监督、信息交流和服务等方面的协调工作；开展珠宝玉石首饰检测工作的技术、质量和国家标准执行情况的监督管理；实验室的认证认可和监督评审工作；对行业进行质量监督，开展市场抽查工作；对全国各级珠宝玉石首饰质检机构和自然资源部系统珠宝质检机构进行技术指导和指导等。

中国珠宝玉石首饰行业协会是本行业的自律组织，协会成立于 1991 年，主要工作职责包括：梳理行业政策，打造良好的政策环境；开展行业自律工作，签订自律公约，开展中宝协团体标准体系和珠宝知识产权保护体系建设；促进行业品牌建设，开展中国珠宝首饰行业信用评价服务、中国珠宝玉石首饰行业放心示范店工程等。

3、行业主要法律法规及产业政策情况

目前与公司主营业务相关的主要法律法规及政策如下：

序号	法律法规名称	时间	主要内容
1	《财政部、国家税务总局关于黄金税收政策问题的通知》	2002 年	黄金生产和经营单位销售范围内的黄金和黄金矿砂免征增值税，进口环节免征增值税；同时对黄金交易所的未发生实物交割的免征增值税等多项税收优惠政策。
2	《财政部、国家税务总局关于铂金及其制品税收政策的通知》	2003 年	就进口铂金环节免征增值税，国内铂金企业自产自销铂金实行增值税即征即退政策，消费税调整为 5% 等规定。
3	《国务院关于取消第二批行政审批项目和改变一批行政审批项目管理方式的决定》	2003 年	停止执行包括黄金制品生产、加工、批发、零售业务等行政审批项目。
4	《中国珠宝玉石首饰行业自律公约》	2003 年	规范了珠宝玉石首饰市场和我国珠宝玉石首饰从业者的行为。
5	《财政部、海关总署、国家税务总局关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》	2006 年	对钻石交易包括生产销售等环节进行多项税收优惠和免征政策。
6	《关于促进黄金市场发展的若干意见》	2010 年	关于促进黄金市场的健康发展，进一步明确黄金市场的发展定位。
7	《中华人民共和国金银管理条例》（2011 年修订）	2011 年	加强对金银的管理，保证国家经济建设对金银的需要。
8	《促进黄金行业持续健康发展的指导意见》	2012 年	为引导黄金行业健康发展，促进黄金资源有序开发，提高资源利用水平，推动黄金产业结构

序号	法律法规名称	时间	主要内容
			调整，加快黄金产业转型升级。
9	《商务部关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》	2016年	消费规模进一步扩大，到2020年，年均增长10%左右，最终消费率达到55%左右。
10	《黄金行业“十三五”发展规划》	2017年	“十三五”期间，黄金行业结构调整和产业转型升级取得明显进展，传统矿山采选业向中高端迈进，产业布局得到进一步优化，生产逐步向大基地、大集团集中，绿色矿山、数字化矿山建设取得新进展，矿区生态环境得到大幅改善，企业“走出去”取得明显成效。适应黄金行业发展的科技创新体系基本形成，资源开发利用水平及技术装备达到国际先进水平，黄金新材料技术及应用取得进展。资源节约与综合利用水平明显提高，基本建成资源利用率高、安全有保障、经济效益好、环境污染少和可持续发展的黄金工业强国。
11	《工业和信息化部关于推进黄金行业转型升级的指导意见》	2017年	以产量产能储量持续增长，科技水平明显提高，节能环保水平全面提升，安全生产和职业危害防治全面改善，改善职工及社区生产条件为主要目标。致力于解决黄金矿业资源整合进展缓慢，地质勘查工作滞后，深部开采技术亟待突破，企业负债率偏高；黄金饰品附加值不高，加工技术工艺相对落后，设计创意欠缺；黄金市场及保障体系还需进一步完善等问题，推动黄金行业转型升级。
12	《关于降低日用消费品进口关税的公告》	2018年	降低进口日用消费品的税率，涉及降低进口关税的珠宝首饰类的税目有18个，进口关税平均降幅将达67.75%。珠宝饰品类通关成本大幅降低。

（二）行业概况

1、珠宝首饰市场整体情况

珠宝首饰业内一般将珠宝首饰定义为使用贵金属材料、天然玉石珠宝以及人工玉石珠宝加工而成的，有一定价值并以装饰为主要目的的首饰和工艺品。珠宝首饰种类主要有黄金首饰、铂金首饰、钻石首饰、玉石首饰等。

我国珠宝首饰行业起步于20世纪80年代初。当时，世界珠宝首饰产业逐步向亚洲地区转移，香港的珠宝制造业迅速崛起，在世界珠宝业中占据重要地位，而中国大陆低廉的人工成本和巨大的市场潜力，吸引了世界发达国家和地区的知名珠宝商纷纷进入中国。特别是毗邻香港的深圳通过承接香港的珠宝加工业务逐渐成为了我国重要的珠宝首饰加工制造中心。经过多年的发展，我国珠宝首饰的加工能力日趋完善，竞争亦日趋激烈。更多的珠宝企业开始由“制造型”向“设

计创造型”转型，通过建立自有品牌和渠道向产业链的下游发展，参与珠宝零售市场的竞争。

我国是当前世界上最重要的珠宝首饰生产国和消费国之一。在我国经济持续快速增长和人均收入水平不断提高的背景下，人们在满足基本生活需要的基础上，逐渐增加了对高档消费品的消费，兼具保值属性和彰显个性的珠宝首饰，成为中国居民的消费热点。

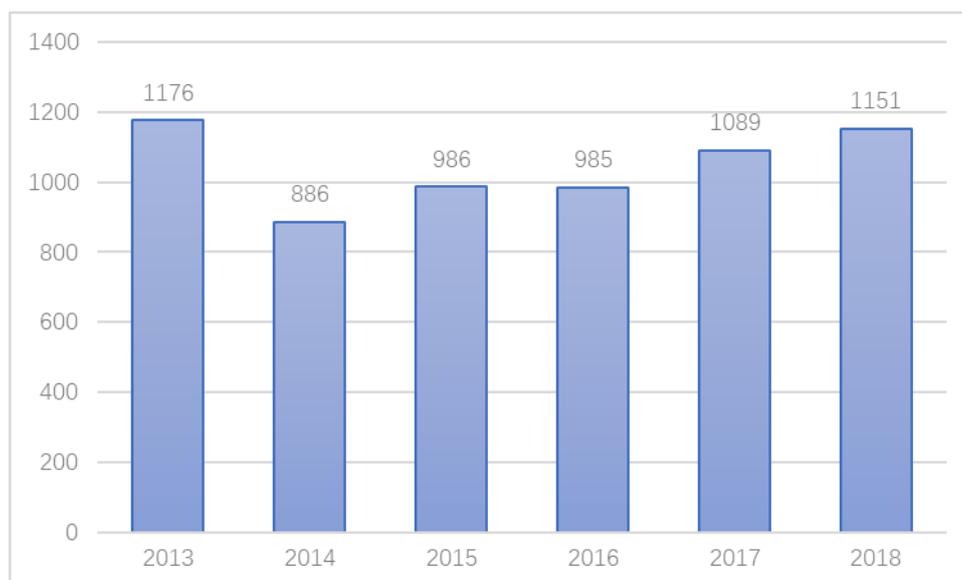
伴随年轻消费者和新兴中产阶级的崛起，个人消费提质的需求逐步升级，年轻一代的珠宝消费习惯更趋于日常化，能够在多种情景下提高珠宝产品的复购率，为珠宝行业的发展提供了更大的发展空间。

2、黄金饰品市场发展情况

我国从 2002 年建立上海黄金交易所以来，逐步建立了一套以上海黄金交易所为平台的现货交易，以上海期货交易所为平台的期货交易，以及以商业银行和珠宝首饰店为主体的零售业务的黄金市场综合体系。根据 Euromonitor 数据，从产品结构上看，黄金饰品是我国消费量最大的珠宝产品，2018 年我国黄金首饰消费占比 58%。

据中国黄金协会统计数据显示，2013 年中国黄金消费首次突破 1,000 吨。2017 年中国黄金实际消费量 1,089.07 吨，与 2016 年同期相比增长 9.41%，其中黄金首饰 696.50 吨，同比增长 10.35%。2018 年，全国黄金实际消费量达到 1,151.43 吨，连续六年保持全球第一位，与 2017 年同期相比增长 5.73%，其中黄金首饰 736.29 吨，同比增长 5.71%。

2013-2018年我国黄金消费量（单位：吨）



数据来源：中国黄金协会

中国黄金首饰市场在近年来得到了快速发展，一方面，随着市场开放及生活水平提高，首饰消费需求不断增长；另一方面，全球性的金融危机提升了人们的避险意识，黄金的保值功能重获关注，成为消费者购买金饰的另一个考虑因素。

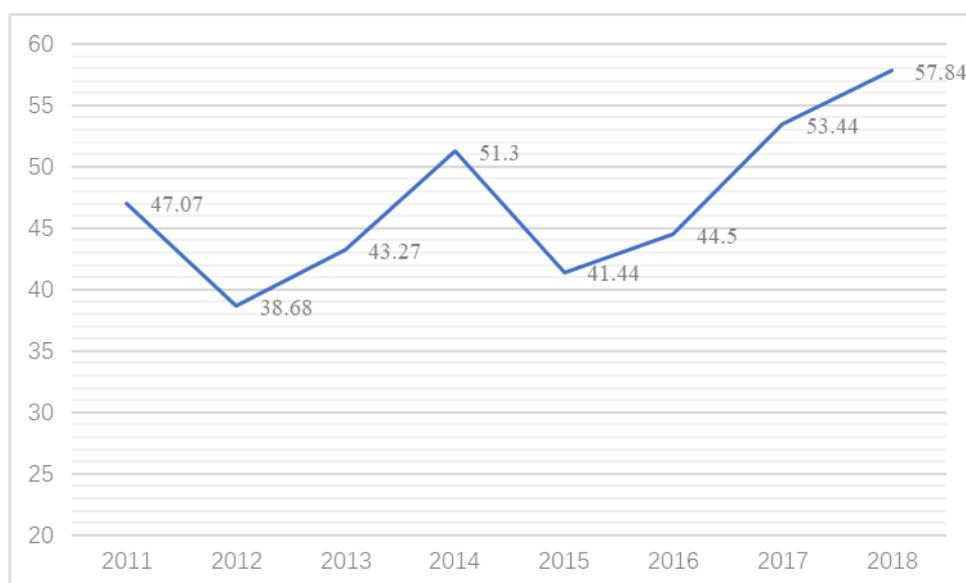
随着黄金首饰的设计和工艺不断推陈出新，黄金饰品的产品风格不再局限于传统的端庄大气，兼具古典与现代气质的黄金饰品得到了越来越多中国消费者的青睐。

3、钻石镶嵌饰品市场发展情况

随着中国经济的发展，年轻消费者逐渐掌握消费自主权，钻石镶嵌首饰成为其最喜爱的珠宝品类之一。据 De Beers 统计，2017 年我国钻石镶嵌首饰市场规模超过 660 亿元。自 2009 年以来，我国稳居全球第二大钻石消费市场。

据上海钻石交易所统计数据显示，2016 年，上海钻石交易所钻石交易量累计为 30,922.44 万克拉，钻石交易金额累计为 44.5 亿美元，较上年同期同比增长 7.38%。2017 年，上海钻石交易所钻石交易量累计为 49,258.77 万克拉，较上年同期同比增长 59.30%，钻石交易金额累计为 53.44 亿美元，较上年同比增长 19.96%。2018 年，上海钻石交易所交易总金额累计为 57.84 亿美元，较上年同比增长 8.23%。

2011-2018年我国上海钻石交易所钻石交易额（单位：亿美元）



数据来源：上海钻石交易所

随着中产阶级消费者群体以及年轻消费群体对钻石镶嵌珠宝的高需求，2015年以来钻石镶嵌类产品保持高速增长，发展空间广阔。

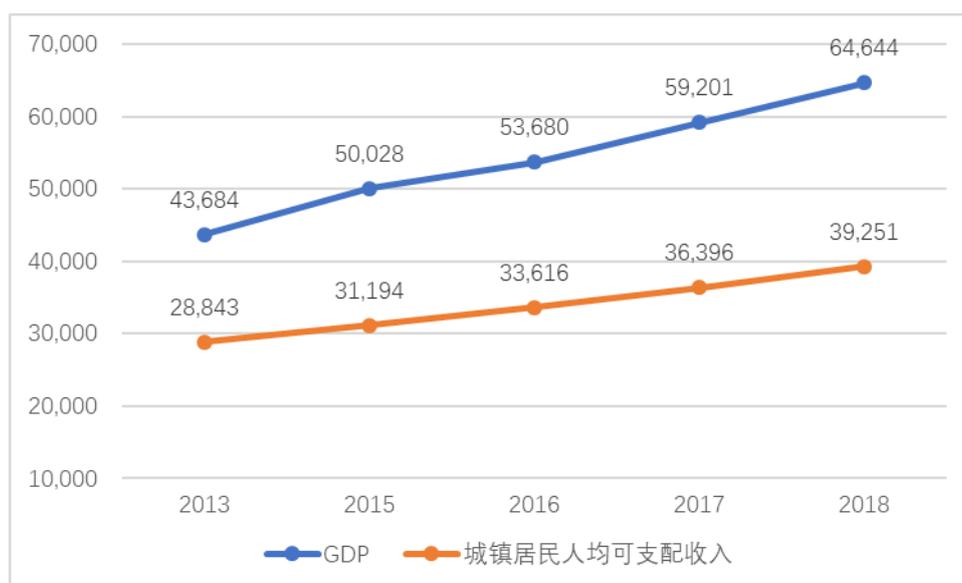
（三）行业市场需求和市场规模

1、行业市场需求

（1）经济增长与居民消费结构升级为珠宝行业增长的重要支撑

在我国经济总量稳步增长的同时，人均国内生产总值和城镇居民可支配收入也在逐年增长。根据国家统计局数据显示，2015年我国人均GDP突破5万元大关，2018年人均GDP6.46万元，较2017年增长9%；2018年城镇居民可支配收入3.93万元，较2017年增长7.8%。

2013-2018年我国居民人均GDP（单位：元）



数据来源：国家统计局

随着经济的不断发展及居民消费结构的升级，珠宝将不仅仅单纯地满足保值增值需要，更多的是满足人们艺术和精神层面的需求，以及追求时尚、彰显个性和身份地位的需要。未来居民收入持续增长，中产阶级的不断崛起，将刺激更多的消费欲望，对珠宝首饰消费提升形成长期利好。

（2）年轻消费群体审美观、价值观的转变推动消费需求

中国年轻一代已成为我国消费主力，尤其是 20-39 岁的消费者成为未来珠宝消费的主要人群，其审美特征和消费观念的转变推动着珠宝消费需求。

年轻一代消费者的消费能力不断增强，不再刻意强调消费时机，购买珠宝首饰呈现日常化趋势。从品类上看，相比于贵金属保值功能，其更注重设计的个性化、潮流感，购买品类趋于多元化。此外，除婚嫁情景外，亲情、友情以及自我奖励都成为重要的消费情景，珠宝产品的复购率明显提升。

（3）女性消费者购买力日益增强

随着中国改革开放的发展，市场经济的不断繁荣，占据了我国“半边天”的女性在社会和家庭中的地位不断提高，可支配消费资金正在高速增长，现代职业女性的经济独立性明显增强，购买力也迅速扩大。珠宝首饰成为女性日常工作、社交的必需品，是个人品味和魅力的体现。随着中国女性就业比例增加和社会地位提升，女性消费有望成为未来消费行业持续增长的风口。在“她经济”时代，备受女性青睐的珠宝市场前景可观。

(4) 婚庆刚性市场需求稳定增长

中国已经成为全球仅次于美国的第二大钻石消费市场。因婚嫁产生的珠宝消费仍是中国目前乃至未来的珠宝消费的主要方式，而逐渐扩大的中产阶层是购买珠宝的主要人群。

珠宝首饰类商品作为我国传统结婚习俗中的必备品，将受益于婚庆市场的不断增长。相较于高端珠宝首饰购买者，婚庆相关消费需求受众较广，黄金和钻石首饰是该类消费的主要对象，因其刚性需求属性，对消费者短期财务状况或者金价的弹性较小。

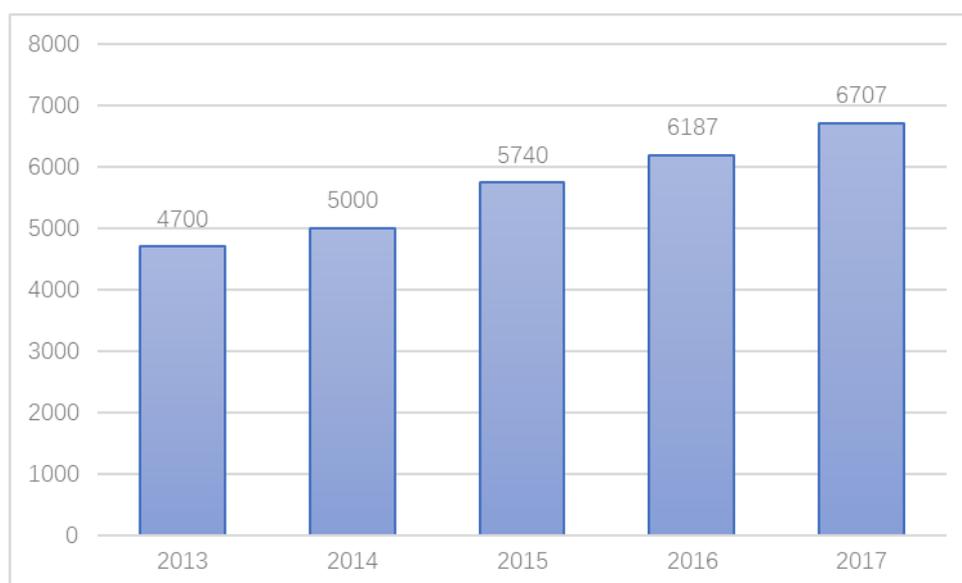
随着中国经济的发展和消费者消费观念的转变，珠宝首饰消费在满足传统婚庆刚性需求外，逐步向情感消费扩展，开始成为订婚日、结婚纪念日等表达情感的方式；从单一的戒指消费到戒指、吊坠、耳钉、手链等个性化、套系化的饰品扩展，珠宝饰品消费迎来新的发展机遇。

2、市场规模

在中国经济持续快速增长和人均收入水平不断提高的背景下，珠宝首饰消费在满足保值需求外，亦是人们追求时尚、彰显个性和身份地位的需要。目前我国是全球最大、最重要的珠宝市场之一，多个珠宝品类消费位居世界前列，其中，黄金、白银、铂金、玉石、珍珠等产品销售均居世界首位，钻石消费居世界第二位。

根据中国珠宝玉石首饰行业协会统计，我国珠宝玉石首饰行业规模从 2009 年的 2,200 亿元增长到 2017 年的 6,707 亿元，成为全球珠宝玉石首饰行业增长最为明显的国家之一。根据 Euromonitor 数据显示，2018 年我国行业市场规模接近 7,000 亿元。同时，我国人均珠宝消费量远低于发达国家，2017 年我国人均珠宝消费量为 54.11 美元，低于同期美国的 306.7 美元和日本的 180.2 美元，我国珠宝行业发展尚处于初级阶段，还存在着巨大的增长空间。

2013-2017年我国珠宝首饰市场规模（单位：亿元）



数据来源：中国珠宝玉石首饰行业协会

（四）进入行业的主要壁垒

1、品牌壁垒

品牌是消费者选购首饰最为关注的要素之一，品牌知名度对于珠宝企业提高市场份额、提高定价能力具有举足轻重的作用。珠宝品牌的塑造是一个长期的过程，需要持续的投入，不仅是长期的资金投入，更重要的是价值观的持续输出。不同珠宝品牌往往蕴含了其特有的设计理念、品牌定位以及文化元素，获得消费者的认同并产生吸引力需要经过长久经营的沉淀和积累。

本行业的新进入者很难在短时间内树立起品牌忠诚度。特别是对于单品价值较高的钻石饰品而言，只有具有一定品牌效应的产品才能获得消费者对于产品质量、售后服务的信任，因此，品牌对于钻石饰品企业尤其重要，新进入企业需要很长时间才能在终端获得消费者的认可。

2、资金壁垒

珠宝首饰行业主要是采用连锁经营方式运营，需要投入足量产品用以铺货。同时，珠宝首饰行业的原材料主要为黄金、钻石、铂金等，初始投入金额较大。行业的新进入者面临一定的资金壁垒。

3、人才壁垒

随着珠宝首饰行业的不断发展，行业内扩大生产规模、抢占市场的竞争日益

加剧，对产品创意、首饰制作、信息管理、物流管理、终端销售等方面的人才需求日益增加。本行业的新进入者较难在短时间内找到或培养出足够多的合适人才，尤其是在业内较为知名的饰品设计师和经营管理者。

4、产品规划和设计壁垒

消费者对珠宝首饰产品的选择上非常注重个性化和装饰性，比较讲究时尚和流行。款式设计是否能够符合消费者的审美观，在较大程度上影响了消费者的购买意愿。因此，在产品规划和设计上，珠宝首饰企业的需要具备把握消费者喜好、捕捉流行趋势和市场时点的能力，也需要具备根据市场销售情况和消费者喜爱程度不断调整、延伸、更新产品的能力，这对珠宝首饰企业提出了更高的要求，需要珠宝首饰企业长期的行业经验积累，而行业新进入者较难在短时间内具备该能力。

5、营销网络壁垒

营销渠道是珠宝零售企业的核心资源，是提升品牌知名度和市场影响力以及提高产品盈利能力的关键所在。建设覆盖面广、质量高的销售终端是珠宝零售企业的主要竞争策略之一，而城市核心商圈的销售门店往往具有稀缺性，因此导致建设终端渠道的竞争较为激烈。此外，建立稳定、高质量的营销渠道还需要有一套完善、科学的管理体系和管理制度相配套，需要培养大批具备货品管理、人员管理、品牌形象管理以及跨区域供应链管理能力的专业人员。随着行业竞争的加剧，在核心商圈的营销网点有限的情况下，新进企业很难在短时间获得渠道优势，形成了一定的渠道壁垒。

（五）行业利润水平变动情况

珠宝零售企业由于品牌影响力、产品结构及营运模式的不同导致盈利能力存在一定的差异。首先，随着珠宝首饰零售行业的发展，行业内企业的竞争进一步体现为以品牌为核心的综合实力竞争，品牌影响力大的企业享有更高的品牌溢价。其次，不同类别的珠宝产品利润水平不同，贵金属首饰的利润水平相对较低，而钻石、K金等镶嵌类首饰的利润水平较高。因此，以钻石、K金等镶嵌类首饰为主的企业具备较高的毛利率水平。此外，从销售模式来看，自营模式的毛利率较高，加盟模式的毛利率较自营模式低。因此，销售模式的不同会导致企业间毛利率存在一定差异。

（六）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策持续支持

近年来，政府为鼓励珠宝首饰市场的发展出台了一系列措施，营造了良好外部政策氛围。在宏观政策方面，商务部《关于做好“十三五”时期消费促进工作的指导意见》（商运发[2016]471号）指出，要准确把握经济社会发展新形势，顺应消费升级新趋势，培育消费热点，调整供给结构，挖掘需求潜力，优化消费环境，推动消费规模扩大和消费结构升级，为保持经济中高速增长、保障和改善民生提供更持久、更强劲的动力。到2020年，社会消费品零售总额达到48万亿元左右，年均增长10%左右，最终消费率达到55%左右。消费结构进一步优化。大众化、个性化消费快速发展，品质化、品牌化消费显著增加。珠宝首饰作为可选择消费品，是人民生活水平提高的集中表现，是零售消费行业消费升级的重要领域。

钻交所和金交所的成立确保了我国珠宝首饰原料和制品从流通体制上步入市场经济轨道。2003年5月中国人民银行停止执行包括黄金制品生产、加工、批发、零售业务在内的26项行政审批项目，使黄金、白银等贵金属及其制品从管理体制上实现了市场的全面开放。2006年7月1日起，成品钻进口环节增值税实际税负超过4%的部分由海关即征即退，通过钻交所进口毛坯钻石则获豁免缴纳进口增值税。这一系列国家产业政策是中国珠宝首饰企业参与国际竞争，提高竞争实力的重要保障。

（2）经济增长及居民人均可支配收入上涨

随着我国经济的增长，居民人均可支配收入也不断上涨，2012年至2018年，我国居民人均可支配收入从16,510元增长至28,228元，年复合增长率达到9.35%。伴随着居民可支配收入的提高，我国居民消费者在满足基本生活需要的基础上，逐渐增加对可选择消费品的消费。珠宝首饰作为可选择消费品，在我国市场将继续保持快速增长。

（3）珠宝首饰的消费观念发生变化

中国经济的发展也促进了消费者消费观念的转变，人们对珠宝首饰的消费观念开始由注重价值转向追求个性化，讲究款式和工艺，珠宝首饰消费在满足传统

婚庆刚性需求外，逐步向情感消费扩展，开始成为订婚日、结婚纪念日、情人节等表达情感的方式，以及对时尚和个性追求的外在体现。

(4) 市场建设逐渐完善，各项标准规范得到落实

为了进一步规范我国的珠宝市场，政府和行业协会陆续出台了一系列的行业标准及规范。这一系列国家标准和行业规范，为我国的珠宝首饰市场搭建了一个良好的制度平台，目前我国已成为在国际上珠宝首饰标准比较全面的国家之一，这为我国的珠宝首饰企业进入国际市场具有重要的意义，同时中国珠宝玉石首饰协会、世界黄金协会等行业自律组织积极对企业提供引导和服务，对产品质量保障、品质鉴定和交流协作起到了巨大推动作用，助推了市场向着良性状态发展。

(5) 行业全球化的机遇

随着我国珠宝首饰市场的对外开放，将吸引更多的国际知名珠宝企业到我国投资，寻求技术、设计和市场上的合作，对本行业的工艺技术创新和经验引进都有积极作用，也将为珠宝企业寻求更广阔的上游材料来源提供更有利的途径。

目前，我国的珠宝企业也正在世界范围内寻求广泛的合作伙伴与发展机遇。我国已经有几十家珠宝企业在境外设立办事处或公司，更加积极、主动地拓展国际业务。

2、不利因素

(1) 行业竞争激烈，集中度较低

随着我国经济持续快速发展，珠宝首饰行业的市场规模不断扩大，行业竞争也越趋激烈。目前来看，我国珠宝首饰行业企业众多而分散，市场集中度低，行业龙头企业规模优势不突出，尚难以主导和影响整个行业秩序；虚标价格乱打折扣等现象较多，很多厂商只追求短期利益，在产品创新和品牌建设上投入不足。近年来，珠宝首饰企业的盈利模式正逐步由低层次的价格竞争进化到产品、品牌、技术三位一体的综合竞争，这必将淘汰部分不注重产品设计和研发的中小企业，资源将逐步向具有品牌优势的企业集中。

(2) 行业产品规划和原创设计不足，同质化较为严重

从总体上看，我国珠宝首饰企业产品规划缺乏整体性和连贯性，原创设计能力不足，缺乏品牌经典产品，同质化较为严重。目前我国的珠宝首饰企业存在创新意识薄弱的问题，尤其是设计高端人才不足，产品规划人才、独立设计师、设计工作室的发展较国外尚存在一定差距。

(3) 原材料价格波动较大

由于珠宝行业内各个企业在生产、销售等环节需要保持较多的存货，因此，原材料价格的波动对珠宝企业的影响比较大。当黄金、钻石等原料价格上涨时，由于行业内的企业当前持有存货的成本较低，对行业利润具有正面影响；当上述原材料价格下跌时，行业内企业当前持有存货成本较高，对行业利润具有负面影响。原材料的价格波动给珠宝首饰企业带来了一定的经营风险。

(七) 行业发展趋势

1、消费群体向年轻消费者转变

随着“80后”、“90后”的年轻一代逐渐掌握消费自主权，巨大的新增消费群体在审美观念、消费观念上的偏好引领了珠宝首饰行业发展的趋势。随着人们生活水平的提高和思想意识的转变，年轻消费者更多地将珠宝首饰消费作为日常佩戴所需，而不再是传统的财富或重要时刻的佩戴，生活化的珠宝需求逐年旺盛。

2、珠宝消费观念趋于日常化

年轻一代更注重消费带来的“精神”层次的满足。与中年人群消费追求保值的消费习惯不同，年轻一代在产品选择上更注重体现个性化设计，不再事先进行消费计划，不再刻意强调消费时机，佩戴饰品更多地用于满足日常生活穿搭要求，体现个人风格和个人品味，珠宝消费更趋于日常化。此外，消费情景从婚嫁情景，扩展到各种中外节日、爱情、友情、亲情以及自我奖励等，有效地提高了珠宝产品的复购率。

3、消费场所逐步向购物综合体转变

珠宝产品作为非标准化产品，消费者购买行为具有“高参与度、高体验感”的特点，相比于网上购物，实体门店在珠宝观赏、佩戴体验以及消费愉悦度上有着明显的优势，仍将是消费者购买珠宝产品的首选。随着国民生活水平的提高以及城市化进程的推进，各城市核心商圈购物综合体、百货商场成为消费者消费的主要场所，预计未来各大购物综合体、百货商场将向各城市不断渗透，吸引人流促进消费，因此，以街边店方式开设的门店将有所减少，百货商场、购物中心开设的直营店、专柜将会越来越多。

4、消费者特定需求推动行业逐步走向细分

纵观品牌的发展路径，品牌基本从宽泛到不断细分以聚焦核心人群。不同的品牌服务于不同年龄段的人群，企业通过研究细分领域核心人群的需求向他们提供更合适的产品和服务。目前我国珠宝业尚停留在宽泛品牌时期，未来将逐步走向品牌细分时代，珠宝企业需不断适应新的市场环境，适应细分时代的发展需求。

5、消费者通过线上了解珠宝品牌和产品，形成线上和线下联动

互联网时代提供了更为便捷、传播更为广泛的信息分享方式，引导了消费者的需求和选择。珠宝品牌企业通过在国内外各大新媒体分享平台例如 Instagram、小红书、抖音等为客户提供消费攻略，创造消费需求，实现消费引导。通过信息化技术实现线上和线下的有效结合，更便于消费者了解产品信息、分享产品体验，体验轻松、便捷的购物。根据淘宝直播数据，2018 年珠宝位列直播带动成交最高的行业榜首。

共享平台和电商平台的发展改变了消费者尤其是年轻一代的消费习惯，消费者通过线上能够更便捷地了解产品特点、分享使用体验，成为产品推广和未来销售的重要趋势。

6、具备产品综合规划设计能力的企业将脱颖而出

目前市场上，境内珠宝首饰品牌相对于外资奢侈品、港资品牌而言，设计相对单一、缺乏原创性，产品同质化现象严重，处于劣势地位。珠宝首饰消费者尤其是年轻人，对产品求新求异的要求越来越高，首饰不再是身份的象征和重要时刻的佩戴，而是生活中不可缺少的饰物，消费者会根据不同的衣服进行首饰搭配，亦会根据场景、心情进行首饰的选择，消费者越来越关注首饰的款式变化及其产品与个人需求的匹配程度。因此，珠宝产品的综合规划设计能力已是一家珠宝企业十分重要的核心能力。

7、供应链管理成为珠宝首饰企业重要经营手段

从珠宝首饰行业的供应链来看，主要涉及到原材料开采、加工冶炼、毛坯加工、珠宝首饰制作、仓储、配送和销售等环节。珠宝企业不断优化供应链管理，在保证产品品质的前提下，缩短供应周期，降低运营成本。近年来，越来越多的国内知名珠宝品牌都将毛利较低、投入较大的中间加工环节部分或全部外包，专注于溢价较高的前端设计、品牌运营及后端的营销网络建设。供应链管理已成为珠宝首饰企业提高经营效率的重要手段。

三、行业竞争格局和发行人的竞争地位

（一）行业竞争格局

我国珠宝首饰行业的发展，从时间来看，可以大致分为以下几个阶段：

萌芽期：从 1982 年到 1993 年

该阶段属于行业发展初期，市场上珠宝产品主要以黄金饰品为主，销售供不应求，而且销售渠道比较分散，国际品牌卡地亚也是在这个时期进入中国的。

发展期：从 1993 年到 2003 年

该阶段行业进入发展期，一些知名品牌如蒂凡尼、周生生和周大福等进入国内市场，行业竞争加剧，大多数的企业被淘汰，但许多企业也开始注重设计研发和品牌建设。

成熟期：从 2003 年至 2013 年

该阶段属于行业快速发展阶段，自 2002 年金交所的开业和 2007 年中国证监会批准上海期货交易所上市黄金期货等相关政策的实施，标志着中国黄金市场走向全面开放，珠宝市场也随之开始全面发展，开始出现细分市场，一些品牌企业如潮宏基、明牌珠宝、周大生和曼卡龙等开始逐渐涌现，销售渠道也逐渐集中，形成了一个多层次的珠宝市场。

调整期：2013 年至 2016 年

该阶段行业进入调整期，2013 年金价拐点，消费者分化区域明显。行业内存在产品同质化、市场资源重复配置、价格战盛行等问题，行业增速放缓。

复苏期：2016 年至今

随着金价逐步回稳，该阶段行业进入复苏期，2016 年开始品牌细分时代来临，差异化竞争凸显。

目前珠宝首饰的消费需求正朝着个性化、多样化方向发展。珠宝企业通过深度挖掘特定群体的消费偏好，力图在某一细分领域形成竞争优势。中国珠宝首饰行业已经呈现出差异化竞争局面。相同类型的企业之间具有较强的竞争性，不同类型的企业之间的互补性大于竞争性。

1、从业态和经营模式分析

从业态和经营模式上划分，珠宝首饰行业企业可以分为珠宝生产批发企业和

珠宝零售企业。

深圳市是国内珠宝首饰的制造中心和物料采购中心。根据深圳市珠宝首饰行业协会数据，2018 年深圳全年黄金、铂金实物提货量，占金交所实物销售量的 70%；制造珠宝首饰成品钻的用量，占钻交所成品钻石一般贸易进口量的约 90%；有色宝石镶嵌首饰、金镶玉首饰绝大部分是深圳制造；翡翠镶嵌、玉石镶嵌规模以上的制造企业几乎都在深圳；3D 硬金制造加工、硬金镶嵌宝石首饰制造加工业几乎都在深圳。

在深圳珠宝首饰生产批发企业中，黄金饰品加工代表企业有：峰汇、金麒麟、凯恩特等；铂金饰品加工代表企业有：宝福、意大隆等；钻石镶嵌代表企业有：星宝缘、兴深祥、美钻源等。

上述珠宝首饰生产批发企业主要从事来料加工并批发业务，目标客户群体为珠宝零售企业，特别是在全国或区域市场具有相当知名度的品牌珠宝零售企业。

2、从目标消费群体分析

因产品的目标消费群体定位不同，全球珠宝零售企业可以分为国际知名品牌、全国性品牌和区域性品牌。目前国内高端市场，主要被蒂凡尼、卡地亚、宝格丽等国际珠宝巨头垄断。占据市场主要份额的中端市场的全国性品牌主要是以周大福、周生生等为代表的传统港资品牌和以老凤祥、明牌珠宝、潮宏基、周大生等为代表的内地全国性品牌。除此之外，北京的菜百首饰、浙江的曼卡龙等区域性品牌凭借其在特定区域的渠道优势和品牌沉淀，成为区域市场的强势品牌，并得以在此基础上，快速扩张，辐射周边地区。

3、从珠宝饰品用材分析

黄金饰品长期以来成为中国珠宝市场的主导产品，其余产品还包括铂金、钻石、宝石镶嵌和翡翠玉石等。珠宝首饰企业的竞争根据使用珠宝饰品材质的不同，形成了差异化的产品类别，如主打 K 金珠宝首饰的潮宏基、主打钻石镶嵌的谢瑞麟、主打彩色宝石的 ENZO 和主打人造水晶的施华洛世奇等。

4、从销售渠道分析

就实体渠道而言，目前珠宝首饰公司的销售模式主要分为自营和加盟两种，这两种模式在渠道扩展、品牌建设和盈利能力等各方面各有特点：

销售模式	模式内容	盈利模式	代表企业
------	------	------	------

自营模式	公司以设立商场专柜、旗舰店或直营店的方式进行铺货销售。	零售	卡地亚、蒂凡尼、宝格丽、谢瑞麟、周生生等
加盟模式	加盟商独立经营，自负盈亏，公司根据协议为加盟商提供相应的服务和监督，并收取费用。	批发、加盟费、品牌使用费	老凤祥、明牌珠宝、萃华珠宝、周大生、爱迪尔等

自营模式和加盟模式各有优劣。自营模式对企业的资金实力和渠道管理能力要求较高，包括员工管理、市场营销、新开店铺、渠道拓展以及库存控制等，如国际高端珠宝品牌卡地亚、蒂凡尼和宝格丽都是自营模式；加盟模式主要优点是有助于品牌的迅速扩张、获取市场份额，但不足之处是对加盟商的管理和品牌维护能力要求较高，截至 2018 年 12 月末，国内部分珠宝企业自营和加盟的情况具体如下：

公司	自营（家）	加盟/经销（家）
老凤祥	182	3,339
潮宏基	570	337
明牌珠宝	超过900家	
萃华珠宝	24	433
爱迪尔	7	668
莱绅通灵	290	447
周大生	302	3,073

注：数据根据各公司 2018 年年报整理。

随着网络技术的不断发展，国内珠宝首饰行业通过互联网进行交易的电子商务模式也在悄然兴起，部分珠宝商通过“网店+体验店+实体店”的模式，使得销售额有了大幅度提升。

（二）发行人在行业中的竞争地位

1、公司的行业地位

目前我国珠宝首饰行业竞争激烈，除了知名境内品牌外，港资和外资品牌的进驻也加剧了行业竞争。此外，行业内还存在较多知名度低的小型珠宝企业，行业集中度较低。公司目前在珠宝首饰行业属于进一步向全国拓展的区域性强势品牌。

公司在浙江省内具有较高的知名度和美誉度，是省内较为强势的珠宝品牌。公司凭借稳健的发展、日臻成熟的品牌形象，先后荣获“中国珠宝首饰业驰名品牌”、“珠宝行业优秀企业”、“浙江省品牌产品”“2016年中国珠宝玉石首饰行业制度创新奖”等奖项。

公司在多年的发展过程中，及时把握珠宝行业的发展机遇，建立了“自营+加盟”的销售网络，通过在江浙主要城市的城市核心商圈开设自营店和与拥有销售优势的加盟商合作开设加盟店相结合的方式，搭建了高效率和高覆盖的营销网络，为公司产品提供了优质的营销渠道。

公司始终坚持稳健的经营策略，在市场环境不断变化的情况下，结合市场情况和自身特点控制经营风险，报告期内收入保持稳步增长。

2、主要竞争对手情况

公司的主要竞争对手可以分为两大类，一类是以周大福、周生生和谢瑞麟等为代表的港资企业，另一类是以老凤祥、周大生、潮宏基、明牌珠宝等为代表的境内企业。主要竞争对手具体如下：

(1) 港资珠宝企业

①周大福（01929.HK）

周大福珠宝集团有限公司创始于1929年并于2011年上市，是香港知名珠宝公司，主营珠宝玉石金饰业务，是集原料采购、生产设计、零售服务为一体的综合性经营企业，公司采纳垂直整合业务模式营运，专注于主流珠宝及名贵珠宝，包括珠宝镶嵌首饰、铂金/K金产品、黄金产品以及钟表。

②周生生（00116.HK）

周生生集团国际有限公司创始于1934年并于1973年上市，成为香港第一家珠宝业股票上市公司，是大中华地区著名珠宝饰品制造及零售商，主要从事珠宝零售及制造、贵金属批发及证券与期货经纪业务。

③谢瑞麟（00417.HK）

谢瑞麟珠宝（国际）有限公司创始于1971年并于1987年上市，是香港知名珠宝品牌，主要从事珠宝首饰设计、零售、出口及制造业务，产品以铂金珠宝首饰为主。

(2) 境内珠宝企业

①老凤祥（600612.SH）

老凤祥股份有限公司创始于 1992 年并于同年上市，主要从事黄金珠宝首饰、工艺美术品、笔类文具制品的生产经营及销售。老凤祥品牌创始于 1848 年是国内历史悠久、知名度较高的珠宝首饰连锁零售企业。

②周大生（002867.SZ）

周大生珠宝股份有限公司创始于 2007 年并于 2017 年上市，从事“周大生”品牌珠宝首饰的设计、推广和连锁经营，是国内最具规模的珠宝品牌运营商之一，主要产品包括钻石镶嵌首饰、素金首饰。

③潮宏基（002345.SZ）

广东潮宏基实业股份有限公司创始于 1996 年并于 2010 年上市，主要从事中高端时尚消费品的品牌运营管理和产品的设计、研发、生产及销售，主要产品为珠宝首饰和时尚女包，核心业务是对“CHJ 潮宏基”、“VENTI 梵迪”和“FION 菲安妮”三大品牌的运营管理。

④明牌珠宝（002574.SZ）

浙江明牌珠宝股份有限公司创始于 2002 年并于 2011 年上市，是一家专业从事中高档珠宝首饰产品设计、研发、生产及销售的企业，主要产品包括黄金饰品、铂金饰品及镶嵌饰品，核心业务是对“明”牌珠宝品牌的连锁经营管理。

⑤莱绅通灵（603900.SH）

莱绅通灵股份有限公司创立于 1999 年 11 月 22 日并于 2016 年上市，是一家从事钻石和翡翠等珠宝首饰产品的零售企业，致力于产品设计、品牌推广及渠道建设，公司主要产品为钻石饰品和翡翠饰品。

⑥萃华珠宝（002731.SZ）

沈阳萃华金银珠宝股份有限公司为一家从事珠宝饰品设计、加工、批发和零售的企业，产品以黄金饰品为主，兼营铂金饰品、镶嵌饰品等珠宝饰品。

⑦爱迪尔（002740.SZ）

深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司是集珠宝首饰产品设计生产加工、品牌连锁为一体的珠宝企业，采用加盟商加盟销售和非加盟商经销销售相结合的业务模式，开展“IDEAL”品牌珠宝首饰的设计、生产与销售。公司主要产品为钻石镶嵌饰品。

（三）发行人的竞争优势

1、聚焦年轻女性，产品定位轻奢时尚

公司产品紧密围绕品牌定位的年轻女性消费群体，为其提供不同场景和情感需求的产品。公司倡导珠宝产品与服装、场景进行搭配，拓展购买场景，引导消费需求，与传统财富保值、婚嫁类珠宝形成差异化竞争，使得珠宝产品不再是高不可攀的奢侈品，而是年轻女性能够轻松拥有、日常佩戴的首饰产品。

公司明确的客户群体定位一方面有利于提高产品规划设计的针对性，挖掘消费者需求，另一方面有利于提升营销推广的精准度，赢得消费者好感，使其对品牌和产品有更强的认同感和忠诚度。同时，顺应消费者购物习惯的改变，逐步关闭街边直营店，大力发展商场直营店和专柜，使得公司销售业绩逐年增长。

2、拥有产品整体规划能力和核心设计能力

产品规划是体现一家珠宝企业品牌定位和形成差异化竞争的核心。公司核心技术人员为公司产品规划和核心设计师。公司年度主题产品，由公司核心设计师完成设计，外部设计师在核心设计师确定元素、主题、形态、价格等核心因素后进行设计和画图。

公司以年轻消费群体为目标客户，品牌定位轻奢时尚，为满足年轻消费者对款式新颖度、时尚度、个性化的需求，公司每年有上百款新产品上市，通过提高产品的更新迭代速度，提升消费者的复购率，打造珠宝饰品“快时尚”的消费潮流，获得消费者的青睐。

3、具有规划设计、销售、品牌推广、供应链整合优势

公司专注于珠宝产品的规划设计、销售和品牌推广，将珠宝行业附加值较低的生产和配送等中间环节外包，既适应行业供应链分工的趋势，降低了生产管理成本，又能集中资源倾注在投入回报率较高的品牌建设和推广、供应链整合和终端渠道建设等核心价值环节。

公司通过科学制定采购计划，保障公司库存维持在合理安全的水平；在委托加工及成品检测方面，公司制定加工产品检测标准和相关办法，对加工工序及最终成品质量指标进行量化；在加盟商管理及直营店管理方面，公司通过制定直营店相关管理办法及加盟店管理办法，在产品配备、产品结构、产品陈列、存货、现金管理等方面进行统一管理控制。公司通过信息化管理系统，对库存和配货及网点销售情况进行监控，确保产品销售渠道和现金流动的通畅。

4、运营管理优势

(1) 完善的标准化经营管理体系

公司建立标准化门店经营管理体系，经过多年在行业内的深耕细作，公司已对全部业务形成标准，并经过 ISO9001 认证。公司标准化门店经营管理体系，对加盟店和自营店的资质评估、经营标准、开店流程、店铺形象、培训、管理、销售、价格体系、广告投放、考核等方面进行标准化管理。

(2) 利用大数据和信息技术，构建新零售模式

公司建立了阿里云业务中台系统，让经营和管理变得更加智能化。公司基本完成新零售平台的搭建并不断对其进行优化，实现透明化数据运营和管理、会员精准触达和激活、线上线下融合销售；通过技术手段让一线员工可以通过该平台与消费者进行实时沟通、产品推荐和销售实现，有利于解决广告费用和广告效果无法量化的问题，使广告投放变得精准和高效节约。公司新零售模式已初步形成。

(3) 具备快速培养人才的能力

公司每年组织多次全员培训，培训内容根据岗位分为入职培训、提升培训、储备管理层培训、管理层培训等。通过培训让员工了解流行趋势和产品动态、掌握新品知识工艺技术，以便更好地与消费者进行沟通交流。

公司建立了人才培养机制，通过 APP 对不同岗位分别设立覆盖知识和技术的岗位课程，员工可通过手机，利用碎片化时间进行学习提升，学习效果与薪酬关联。通过上述学习平台，各级员工和管理者能力得到快速提升，为公司稳健发展奠定人才基础。

5、连锁经营的管理及团队经验优势

珠宝行业的终端零售模式及其规模决定着销售效率和公司的品牌形象。公司营销网络采用“自营+加盟”方式，其中自营店包括商场直营店和专柜。近年来，公司自营店和加盟店数量稳步增长。截至2018年12月31日，公司拥有直营店27家，专柜59家，加盟商门店67家，极大地提升了公司的品牌影响力和知名度。

经过多年的发展，公司形成了经验丰富的经营管理队伍。公司大多数核心骨干拥有丰富的珠宝行业从业经验，对行业未来发展趋势（包括黄金和铂金价格波动）、流行元素、产品设计重点有着深刻的理解，能够保证公司未来发展与行业发展同步前进。

(四) 发行人的竞争劣势

1、公司营销网络有待进一步完善

公司目前采取自营、加盟的产品销售模式，虽然公司目前的营销网络已覆盖了浙江省内的主要城市，公司将逐步向全国性的市场拓展，但受资金实力的制约，公司的营销网络相对于行业内的竞争对手仍有一定差距，需要进一步拓展完善。

2、融资渠道单一

资金是推动企业发展壮大的重要动力，不管是开发新产品，还是开拓新的渠道，都需要大量的资金作为保障。本次发行上市前，公司融资渠道较为单一，主要为银行贷款，融资额度有限，融资成本较高。随着公司业务的发展，目前单一的融资渠道已经不能满足上述资金需求。

四、发行人主营业务情况

（一）主要产品的销售情况

1、主营业务收入按产品分类情况

单位：万元

产 品	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
素金饰品	55,616.65	60.65	50,767.57	60.94	44,648.06	59.91
镶嵌饰品	36,080.58	39.35	32,535.96	39.06	29,877.69	40.09
合 计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

2、主营业务收入按销售模式分类情况

单位：万元

销售模式	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
直营店	29,298.07	31.95	26,517.76	31.83	31,845.30	42.73
其中：街边直营店	16,995.73	18.53	20,090.72	24.12	28,032.44	37.61
商场直营店	7,346.46	8.01	3,651.66	4.38	2,120.82	2.85
电商	4,955.88	5.40	2,775.37	3.33	1,692.04	2.27
专柜	37,569.64	40.97	36,436.55	43.74	28,919.08	38.80

销售模式	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
加盟	24,492.51	26.71	19,910.04	23.90	13,651.38	18.32
委托代销	337.01	0.37	439.18	0.53	110.00	0.15
合 计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

3、主营业务收入按地区分类情况

单位：万元

地区名称	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	收入	比例 (%)	收入	比例 (%)	收入	比例 (%)
杭州地区	38,483.03	41.97	36,583.65	43.92	35,145.11	47.16
宁波地区	16,565.82	18.07	15,742.51	18.90	15,960.33	21.42
浙江省内其他地区	27,566.52	30.06	27,345.06	32.83	21,518.67	28.87
浙江省外地区	4,125.99	4.50	856.94	1.03	209.59	0.28
电商	4,955.88	5.40	2,775.37	3.33	1,692.04	2.27
合 计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

4、报告期内前五名客户销售情况

单位：万元

2018 年度			
序号	客户名称	销售收入	占当期销售收入比例 (%)
1	银泰商业（集团）有限公司[注 1]	19,389.58	21.08
2	赵洪	4,126.59	4.49
3	沈冰冰、郭黎明、徐雪君[注 2]	2,506.90	2.73
4	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	2,446.06	2.66
5	杭州余杭区良渚荃芊珠宝商行	2,167.12	2.36
	合 计	30,636.26	33.32
2017 年度			
序号	客户名称	销售收入	占当期销售收入比例 (%)
1	银泰商业（集团）有限公司	20,439.30	24.41

2	赵洪	4,648.83	5.55
3	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	2,415.39	2.88
4	唯品会（中国）有限公司	1,838.35	2.20
5	杭州解百集团股份有限公司[注 3]	1,370.27	1.64
	合 计	30,712.15	36.68
2016 年度			
序号	客户名称	销售收入	占当期销售收入比例（%）
1	银泰商业（集团）有限公司	17,291.39	23.06
2	赵洪	3,456.10	4.61
3	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	2,281.73	3.04
4	沈冰冰、郭黎明、徐雪君	1,454.09	1.94
5	杭州解百集团股份有限公司	1,321.25	1.76
	合 计	25,804.56	34.41

注 1：杭州银泰世纪百货有限公司、慈溪银泰商业管理有限公司、杭州银泰三江商业发展有限公司和浙江银泰百货有限公司等，因其受银泰商业（集团）有限公司控制，合并披露营业收入，下同。

注 2：慈溪华润万家香格店、慈溪市保利滨湖天地店等系由沈冰冰、郭黎明、徐雪君三人共同出资经营，合并披露营业收入，下同。

注 3：杭州大厦有限公司受杭州解百集团股份有限公司控制，合并披露营业收入，下同。

报告期内，公司不存在向单个客户销售超过销售总额 50% 的情况。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司 5% 以上股份的股东与上述客户没有任何关联关系，也未在其中占有权益。

5、报告期内销售量及销售单价情况

公司产品主要分为素金饰品及镶嵌饰品，其中素金饰品包括黄金饰品（按售价确定原则又可分为计克类及计件类）、铂金饰品（计克）、K 金饰品（计件）等，计克类产品销售定价按照门店当日金价加上工费的原则确定。计件类素金饰品基于工艺复杂、富于设计感等因素，定价不与金价挂钩（俗称“一口价”产品）。

镶嵌饰品以钻石饰品为主，均为计件销售，每件饰品单独定价，由于主要材质的重量、成色各不相同，销售单价不具可比性。

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司素金饰品中计克类黄金饰品占公司素金饰品的比重较高。计克类黄金饰品的销售数量和均价变化如下表所示：

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	数量 (万克)	均价 (元)	数量 (万克)	均价 (元)	数量 (万克)	均价 (元)
计克类黄金	162.54	263.38	143.53	267.14	127.46	265.20

(二) 主要原材料及能源采购情况

1、主要原材料及能源市场供应情况

公司采购的主要原材料为黄金、铂金、钻石等，其中黄金、铂金主要由金交所供应，钻石主要由钻交所会员单位及境外钻石供应商供应。

公司无生产环节，办公及经营场所耗用能源为水、电，由当地公用事业部门供应。

报告期内，公司主要原材料采购额及占采购总额比例如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	采购额	比例(%)	采购额	比例(%)	采购额	比例(%)
黄金	37,128.49	51.77	28,576.34	42.55	25,999.84	44.97
铂金	-	-	54.74	0.08	787.94	1.36
钻石	9,447.50	13.17	8,684.12	12.93	9,798.37	16.95

2、主要原材料价格变动情况

报告期内，公司主要原材料采购价格变动情况如下表所示：

单位：元/克

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	单价	增减	单价	增减	单价
黄金	233.98	-0.61%	235.41	5.47%	223.20
铂金	-	-	182.48	-0.32%	183.06

注：钻石原材料因成色、产地、尺寸价格差异较大，采购均价不具参考性。

3、报告期内向前五名供应商采购情况

报告期内，公司向前五名供应商采购的金额及占比情况如下：

单位：万元

项 目	前五名供应商名称	采购额	占采购总额的比例
-----	----------	-----	----------

2018 年度	上海黄金交易所	37,128.49	51.77%
	杭州航民百泰首饰有限公司及其关联方	5,224.61	7.29%
	深圳市兴深祥珠宝有限公司	3,430.56	4.78%
	港福珠宝（深圳）有限公司罗湖分公司	2,548.54	3.55%
	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	2,222.28	3.10%
	合 计	50,554.48	70.50%
2017 年度	前五名供应商名称	采购额	占采购总额的比例
	上海黄金交易所	28,631.08	42.63%
	杭州航民百泰首饰有限公司及其关联方	7,210.70	10.74%
	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	2,818.68	4.20%
	深圳市兴深祥珠宝有限公司	1,766.89	2.63%
	港福珠宝（深圳）有限公司罗湖分公司	1,662.52	2.48%
	合 计	42,089.87	62.66%
2016 年度	前五名供应商名称	采购额	占采购总额的比例
	上海黄金交易所	26,787.78	46.33%
	杭州航民百泰首饰有限公司及其关联方	3,583.25	6.20%
	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	2,197.83	3.80%
	凯吉凯钻石上海有限公司	1,859.77	3.22%
	上海瑞丰珠宝有限公司	1,542.51	2.67%
	合 计	35,971.14	62.21%

注：公司供应商中，杭州航民百泰首饰有限公司、深圳市尚金缘珠宝实业有限公司因其受同一控制人控制，对其合并计算采购额。

报告期内，公司不存在向除金交所以外的其他单个供应商采购额超过采购总额 50% 的情况。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方或持有公司 5% 以上股份的股东与上述供应商没有任何关联关系，也未在其中占有权益。

五、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

本公司的固定资产主要为房屋建筑物、通用设备和运输工具，各项固定资产均处于完好状态，使用正常。截至 2018 年 12 月 31 日，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

项 目	原 值	净 值	成新率 (%)
房屋及建筑物	3,114.34	2,691.68	86.43
通用设备	1,092.13	322.70	29.55
运输工具	162.79	8.14	5.00
合 计	4,369.26	3,022.52	69.18

（二）主要经营房产

1、自有房产

序号	权证号	坐落	面积 (m ²)	用途	取得方式	他项权利
1	杭房权证江更字第 14770538 号	华成国际发展大厦 2001 室	702.12	非住宅	受让取得	抵押
2	杭房权证江更字第 14770539 号	华成国际发展大厦 2002 室	630.63	非住宅	受让取得	抵押

注：公司以上述房产及其所分摊的土地使用权为其在 2018 年 12 月 10 日至 2021 年 12 月 04 日期间发生的在杭州银行西城支行的借款提供最高额抵押担保，担保的最高债权额为 4,000 万元。

2、租赁房产

截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司租赁若干房产用于直营店经营和日常办公经营，具体如下表所示：

序号	出租人	承租人	位置	面积 (m ²)	用途	租赁期限	备注
1	曼卡龙投资	发行人	杭州市萧山区体育路 171-187 号	319.27	直营店经营	2017.08.01-2020.07.31	
2	杭州萧山交投资产经营开发有限公司	发行人	杭州市萧山区体育路 191-199 号	126.83	直营店经营	2017.08.01-2020.07.31	无产权证
3	沈春荣	发行人	桐乡市东兴街 29 号时代广场 3 号	82.20	直营店经营	2012.07.01-2020.06.30	
4	陈建林	发行人	桐乡市东兴街 31 号时代广场 4 号	80.00	直营店经营	2012.07.11-2020.07.10	

序号	出租人	承租人	位置	面积 (m ²)	用途	租赁期限	备注
5	卫飞翔	发行人	嘉兴市禾兴南路 670 号	390.00	直营店经营	2012.07.17-2020.07.16	
6	衢州东方商厦有限公司	发行人	衢州市东方大厦一楼 A 座 131 柜	31.00	直营店经营	2018.09.20-2019.09.19	
7	绍兴上虞万达广场置业有限公司	发行人	绍兴市上虞区称山北路 399 号绍兴上虞万达广场一层 1037C 号商铺	58.33	直营店经营	2017.08.01-2020.04.30	
8	杭州嘉腾房地产开发有限公司	发行人	杭州市滨江区龙湖江南天街商业中心 1F-32 号商铺	84.69	直营店经营	2017.09.23-2019.09.22	
9	杭州新湖滨商业发展有限公司	发行人	杭州市延安路 258 号 206-2 室	53.00	直营店经营	2017.10.10-2019.10.09	
10	华润新鸿基房地产(杭州)有限公司	发行人	杭州市江干区四季青街道富春路 701 号杭州万象城第 B1 层第 B1C12 号场地	13.00	直营店经营	2018.07.16-2019.06.15 [注]	
11	杭州开元厚实投资发展有限公司	发行人	杭州市萧山区金城路 333 号 LSE 城市生活广场二层 2092 号	90.00	直营店经营	2018.05.26-2020.05.25	
12	华润置地(杭州)发展有限公司	发行人	杭州市萧山区北干街道金城路 927 号杭州万象汇第 B1 层第 B131 号商铺	153.00	直营店经营	2018.04.30-2020.05.15	
13	华润置地(杭州)发展有限公司	发行人	杭州市萧山区北干街道金城路 927 号杭州万象汇第 B1 层第 B169 号商铺	83.00	直营店经营	2018.04.30-2020.05.15	
14	杭州西溪银盛置地有限公司	发行人	杭州市西溪银泰城(广场)一楼 DZ-1F-08	32.00	直营店经营	2019.02.01-2019.07.31	
15	杭州欢乐城投资有限公司	发行人	杭州市余杭区闲林街道五常大道和华丰路交叉口西溪欢乐城项目 1-148 铺位	81.00	直营店经营	2018.01.01-2020.12.31	
16	嘉兴万达广场投资有限公司	发行人	嘉兴市广益路 1108 号(嘉兴万达广场)室内一层 0634 号位置	30.00	直营店经营	2019.01.25-2020.01.24	
17	嘉兴经开万达广场商业管理有限公司	发行人	嘉兴市秀洲区龙凤路与新盛西路交汇处龙鼎万达广场 1F 层 1021 号商铺	102.60	直营店经营	2018.05.25-2021.02.24	
18	温州龙湾万达广场投资有限公司	发行人	温州市龙湾区永中街道永定路 1188 号温州龙湾万达广场 1F 层 1053C 号商铺	60.00	直营店经营	2018.03.01-2020.02.29	

序号	出租人	承租人	位置	面积(m ²)	用途	租赁期限	备注
19	武汉万达广场商业管理有限公司经济技术开发区分公司	发行人	武汉市经济技术开发区东风大道路 111 号武汉经开万达广场一层 BY-013 号商铺	20.00	直营店经营	2019.01.15-2020.01.14	
20	云创商业管理(杭州)有限公司苍南分公司	发行人	苍南银泰城(广场) DZ-1F-103	30.00	直营店经营	2018.9.25-2019.9.24	无产权证
21	孙国强	宁波曼卡龙	慈溪市浒山环城南路 45 号	323.00	直营店经营	2012.03.01-2020.11.20	
22	余姚长发商厦有限公司	宁波曼卡龙	余姚市新建路 6-8 号	172.00	直营店经营	2013.04.06-2020.08.31	
23	宁波银泰置业有限公司	宁波曼卡龙	宁波市中山东路 2266 号宁波东部新城银泰店一层 DZ-1F-04 商铺	48.00	直营店经营	2017.07.01-2020.06.30	
24	宁波市奉化银泰城商业经营管理有限公司	宁波曼卡龙	奉化市南山路 150 号银泰城一层 137 商铺	76.40	直营店经营	2017.12.12-2020.12.11	
25	南通金鹰圆融购物中心有限公司	江苏曼卡龙	南通金鹰圆融购物中心一层 A01-00019 商铺	37.00	直营店经营	2018.09.01-2019.08.31	无产权证
26	江苏上河城商业管理有限公司	江苏曼卡龙溧阳分公司	溧阳市平陵中路 369 号溧阳上河城一层 1124A 号商铺	65.00	直营店经营	2018.08.17-2019.08.16	
27	浙江杭州湾信息港高新建设开发有限公司	发行人	杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-473 室	-	办公	2016.04.15-2021.12.31	
28	浙江杭州湾信息港高新建设开发有限公司	浙江玖瑞玖	杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B102-475 室	-	办公	2016.04.15-2021.12.31	
29	浙江杭州湾信息港高新建设开发有限公司	发行人	杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路 198 号 A-B106-2 室	31.50	办公	2018.12.01-2019.11.30	
30	曲水县工业和信息化局	西藏曼卡龙	拉萨市曲水县人民路雅江工业园 401 室	-	办公	2014.10.23-2024.10.23	无产权证
31	龚春华、曹菊兰	江苏曼卡龙	南通市崇川区檀墅 1 幢 1220 室	-	办公	长期	
32	上海宝翔企业发展有限公司	上海曼卡龙	上海市普陀区红柳路 555 弄 68 号 2A-10 室	-	办公	2010.05.17-2020.05.16	
33	张晖	发行人	深圳市罗湖区翠竹北路石化工业区 3 幢 4 楼西座东	850.00	办公、仓库	2018.07.22-2019.07.21	
34	胡超文	发行人	深圳市罗湖区太宁路 38 号百仕达东郡 7 栋 12A	76.53	宿舍	2018.06.14-2019.09.15	

注：截至本招股说明书签署日，上述租赁物业中第 10 项租赁事项的租赁合同已到期，该处租赁物业目前仍用于公司万象城中岛店的经营。公司已与华润新鸿基房地产（杭州）有

限公司就上述物业续租一事达成一致，新租赁合同正在签署过程中，上述情形不影响公司万象城中岛店的正常经营，亦不与出租方存在纠纷及潜在纠纷。

上述租赁物业中，第 2、20、25 和 30 项共 4 处租赁事项，出租方未提供租赁房屋的产权证书，其余 30 项租赁物业的出租方均已提供租赁房屋的产权证书。

公司及其子公司租赁的部分物业存在瑕疵，租赁关系存在被第三方主张无效或被有权机关责令终止及认定无效的风险。但鉴于上述存在租赁瑕疵的经营用房占公司及其子公司全部经营用房的比例较小，租赁其他房屋用作经营客观上不存在困难，不会对发行人及其子公司的日常经营带来重大影响。

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司没有因承租上述物业受到任何主管部门的处罚或产生重大纠纷，部分租赁物业存在的权利瑕疵没有影响公司及其子公司实际使用该等物业。

为避免承租物业的瑕疵给公司及其子公司造成经济损失，公司之实际控制人孙松鹤和控股股东曼卡龙投资已出具承诺：在公司及其子公司承租物业的租赁期限内，如因出租人不适格、租赁物业权属争议或租赁物业其法律属性不适合作为相关租赁合同的标的物等原因，导致公司及其子公司被有权部门认定为租赁合同无效或被第三人主张权利而导致公司及其子公司无法继续使用该等租赁物业的，由其负责及时落实新的租赁物业，并承担由此产生的搬迁、装修及可能产生的其他费用（包括但不限于经营损失、索赔款等）。

（三）主要无形资产情况

公司主要无形资产包括土地使用权、商标和专利等。

1、土地使用权情况

截至本招股说明书签署日，公司土地使用权情况如下表所示：

序号	权证号	坐落	使用权 分摊面积 (m ²)	使用 权类 型	用途	使用权期 限	取得 方式	他项权 利
1	杭江国用(2014)字第 020769 号	江干区华成国际发展大厦 2001 室	37.7	出让	综合(办公)	2055.1.16	受让取得	抵押
2	杭江国用(2014)字第 020770 号	江干区华成国际发展大厦 2002 室	33.9	出让	综合(办公)	2055.1.16	受让取得	抵押

注：公司上述土地使用权随房产为其在 2018 年 12 月 10 日至 2021 年 12 月 04 日期间发生的在杭州银行西城支行的借款提供最高额抵押担保，担保的最高债权额为 4,000 万元。

2、商标情况

(1) 截至本招股说明书签署日，公司拥有的尚在有效期的境内商标情况如下表所示：

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
1	万隆曼卡龙	4687834	第 14 类	2008.10.21 至 2028.10.20	受让取得	无
2	曼卡龙	4687835	第 14 类	2008.10.21 至 2028.10.20	受让取得	无
3	今古传奇	4696622	第 14 类	2008.10.14 至 2028.10.13	受让取得	无
4	曼卡龙	8063043	第 35 类	2011.03.21 至 2021.03.20	申请取得	无
5	今古传奇 Jade Legend	8063083	第 35 类	2011.05.14 至 2021.05.13	申请取得	无
6		8063134	第 35 类	2011.03.28 至 2021.03.27	申请取得	无
7	万隆曼卡龙	8063183	第 35 类	2011.03.21 至 2021.03.20	申请取得	无
8	宝 若 岚	8063197	第 35 类	2011.03.21 至 2021.03.20	受让取得	无
9	汉 碧	8063206	第 35 类	2011.03.21 至 2021.03.20	申请取得	无
10	BOLOLAN	8063227	第 35 类	2011.06.14 至 2021.06.13	受让取得	无
11		8063237	第 35 类	2011.06.14 至 2021.06.13	受让取得	无
12		8063245	第 35 类	2011.03.28 至 2021.03.27	申请取得	无
13		8063285	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
14		8063302	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27	申请取得	无
15		8063318	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27	受让取得	无
16	BOLOLAN	8063355	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27	受让取得	无
17	宝 若 岚	8063370	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27	受让取得	无
18	今古传奇 Jade Legend	8063394	第 14 类	2012.10.21 至 2022.10.20	申请取得	无
19	汉 碧	8063397	第 14 类	2011.02.28 至 2021.02.27	申请取得	无
20	曼卡龙	8821238	第 1 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
21	曼卡龙	8821345	第 2 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
22	曼卡龙	8821375	第 3 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
23	曼卡龙	8821416	第 4 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
24	曼卡龙	8821448	第 5 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
25	曼卡龙	8821493	第 6 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
26	曼卡龙	8821580	第 7 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
27	曼卡龙	8821617	第 8 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
28	曼卡龙	8821666	第 9 类	2011.12.07 至 2021.12.06	申请取得	无
29	曼卡龙	8821745	第 10 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
30	曼卡龙	8821781	第 11 类	2012.04.21 至 2022.04.20	申请取得	无
31	曼卡龙	8821812	第 12 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
32	曼卡龙	8821855	第 13 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
33	曼卡龙	8821887	第 15 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
34	曼卡龙	8821915	第 16 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
35	曼卡龙	8821959	第 17 类	2012.01.14 至 2022.01.13	申请取得	无
36	曼卡龙	8822071	第 18 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
37	曼卡龙	8822115	第 19 类	2011.12.28 至 2021.12.27	申请取得	无
38	曼卡龙	8822138	第 20 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
39	曼卡龙	8822163	第 21 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
40	曼卡龙	8825719	第 22 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
41	曼卡龙	8825762	第 23 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
42	曼卡龙	8825808	第 24 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
43	曼卡龙	8825842	第 25 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
44	曼卡龙	8825936	第 26 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
45	曼卡龙	8825963	第 27 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
46	曼卡龙	8825993	第 28 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
47	曼卡龙	8826020	第 29 类	2011.12.28 至 2021.12.27	申请取得	无
48	曼卡龙	8826050	第 30 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
49	曼卡龙	8826073	第 31 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
50	曼卡龙	8826119	第 32 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
51	曼卡龙	8826152	第 33 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
52	曼卡龙	8826261	第 34 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
53	曼卡龙	8826314	第 36 类	2012.01.07 至 2022.01.06	申请取得	无
54	曼卡龙	8826350	第 37 类	2011.12.28 至 2021.12.27	申请取得	无
55	曼卡龙	8830636	第 38 类	2011.11.28 至 2021.11.27	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
56	曼卡龙	8830677	第 39 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
57	曼卡龙	8830721	第 40 类	2011.11.28 至 2021.11.27	申请取得	无
58	曼卡龙	8830756	第 41 类	2011.11.28 至 2021.11.27	申请取得	无
59	曼卡龙	8830807	第 42 类	2011.11.21 至 2021.11.20	申请取得	无
60	曼卡龙	8830843	第 43 类	2011.12.14 至 2021.12.13	申请取得	无
61	曼卡龙	8830875	第 44 类	2011.12.14 至 2021.12.13	申请取得	无
62	曼卡龙	8830903	第 45 类	2011.12.14 至 2021.12.13	申请取得	无
63	爱尚金	9652382	第 14 类	2012.07.28 至 2022.07.27	申请取得	无
64	爱上金	9676153	第 14 类	2012.09.28 至 2022.09.27	申请取得	无
65	I Shine Gold	9676169	第 14 类	2014.03.07 至 2024.03.06	申请取得	无
66	MCLON 曼卡龙	9962958	第 35 类	2012.11.14 至 2022.11.13	申请取得	无
67	MCLON 曼卡龙	9963135	第 14 类	2013.02.21 至 2023.02.20	申请取得	无
68	MCLON 曼卡龙	9963156	第 35 类	2012.11.14 至 2022.11.13	申请取得	无
69	MCLON 曼卡龙	9963167	第 14 类	2012.11.21 至 2022.11.20	申请取得	无
70	漫卡隆	10616663	第 35 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
71	MCLON	10616723	第 45 类	2013.06.07 至 2023.06.06	申请取得	无
72	MCLON	10616799	第 43 类	2013.06.21 至 2023.06.20	申请取得	无
73	MCLON	10616859	第 42 类	2013.09.21 至 2023.09.20	申请取得	无
74	MCLON	10616944	第 41 类	2014.4.28 至 2024.4.27	申请取得	无
75	MCLON	10616981	第 40 类	2014.04.07 至 2024.04.06	申请取得	无
76	MCLON	10617004	第 38 类	2013.05.07 至 2023.05.06	申请取得	无
77	MCLON	10617060	第 33 类	2013.05.07 至 2023.05.06	申请取得	无
78	MCLON	10617121	第 32 类	2013.05.07 至 2023.05.06	申请取得	无
79	MCLON	10617159	第 29 类	2015.07.21 至 2025.07.20	申请取得	无
80	MCLON	10617223	第 28 类	2013.06.07 至 2023.06.06	申请取得	无
81	MCLON	10617485	第 26 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
82	MCLON	10617599	第 22 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
83	MCLON	10617640	第 16 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
84	MCLON	10617687	第 10 类	2013.07.21 至 2023.07.20	申请取得	无
85	MCLON	10617783	第 9 类	2014.09.07 至 2024.09.06	申请取得	无
86	MCLON	10617830	第 6 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
87	MCLON	10617932	第 7 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
88	MCLON	10618336	第 3 类	2013.06.21 至 2023.06.20	申请取得	无
89	爱尚金	10618361	第 35 类	2013.05.07 至 2023.05.06	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
90	LOVE U	10618377	第 35 类	2014.06.07 至 2024.06.06	申请取得	无
91	LOVE U	10618393	第 14 类	2014.06.21 至 2024.06.20	申请取得	无
92	More Brilliant 多一点光芒	10618421	第 14 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
93	More Brilliant 多一点光芒	10618429	第 35 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
94	今古传奇 Jade Legend	10622930	第 39 类	2013.09.14 至 2023.09.13	申请取得	无
95	今古传奇 Jade Legend	10623415	第 28 类	2013.05.14 至 2023.05.13	申请取得	无
96	今古传奇 Jade Legend	10623569	第 25 类	2013.06.21 至 2023.06.20	申请取得	无
97	今古传奇 Jade Legend	10623601	第 22 类	2013.05.14 至 2023.05.13	申请取得	无
98	今古传奇 Jade Legend	10623717	第 21 类	2014.04.07 至 2024.04.06	申请取得	无
99	今古传奇 Jade Legend	10623762	第 20 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
100	今古传奇 Jade Legend	10623800	第 11 类	2013.07.07 至 2023.07.06	申请取得	无
101	今古传奇 Jade Legend	10623943	第 8 类	2013.08.07 至 2023.08.06	申请取得	无
102	今古传奇 Jade Legend	10623975	第 18 类	2013.07.28 至 2023.07.27	申请取得	无
103	今古传奇 Jade Legend	10624055	第 6 类	2013.05.14 至 2023.05.13	申请取得	无
104	今古传奇 Jade Legend	10624086	第 3 类	2013.05.14 至 2023.05.13	申请取得	无
105	今古传奇 Jade Legend	10624113	第 42 类	2013.05.14 至 2023.05.13	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
106	今古传奇 Jade Legend	10624156	第 40 类	2013.06.28 至 2023.06.27	申请取得	无
107	今古传奇 Jade Legend	10624204	第 37 类	2013.07.21 至 2023.07.20	申请取得	无
108	今古传奇 Jade Legend	10624276	第 36 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
109	今古传奇 Jade Legend	10624342	第 26 类	2013.06.14 至 2023.06.13	申请取得	无
110	今古传奇 Jade Legend	10624411	第 9 类	2014.03.21 至 2024.03.20	申请取得	无
111	今古传奇 Jade Legend	10624471	第 7 类	2013.06.21 至 2023.06.20	申请取得	无
112	爱尚炫	11095201	第 14 类	2013.11.07 至 2023.11.06	申请取得	无
113	爱尚炫	11095231	第 35 类	2013.11.07 至 2023.11.06	申请取得	无
114	爱尚彩	11095302	第 14 类	2013.11.07 至 2023.11.06	申请取得	无
115	爱尚彩	11095327	第 35 类	2013.11.07 至 2023.11.06	申请取得	无
116		13537265	第 1 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
117		13537273	第 2 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
118		13537285	第 3 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
119		13537291	第 4 类	2015.08.21 至 2025.08.20	申请取得	无
120		13537294	第 5 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
121		13537300	第 6 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
122		13537307	第 7 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
123		13537315	第 8 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
124		13537322	第 9 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
125		13537335	第 10 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
126		13539557	第 11 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
127		13539570	第 12 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
128		13539580	第 13 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
129		13539609	第 14 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
130		13539629	第 15 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
131		13539645	第 16 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
132		13539660	第 17 类	2015.01.21 至 2025.01.20	申请取得	无
133		13539677	第 18 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
134		13539716	第 19 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
135		13539729	第 20 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
136		13539762	第 21 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
137		13539927	第 22 类	2015.02.14 至 2025.02.13	申请取得	无
138		13539943	第 23 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
139		13540024	第 24 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
140		13540058	第 25 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
141		13540110	第 26 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
142		13540152	第 27 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
143		13540215	第 28 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
144		13540256	第 29 类	2015.03.14 至 2025.03.13	申请取得	无
145		13540299	第 30 类	2015.02.21 至 2025.02.20	申请取得	无
146		13540361	第 31 类	2015.03.14 至 2025.03.13	申请取得	无
147		13540468	第 32 类	2015.02.21 至 2025.02.20	申请取得	无
148		13540526	第 33 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
149		13540542	第 34 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
150		13540568	第 35 类	2015.08.21 至 2025.08.20	申请取得	无
151		13540587	第 36 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
152		13540621	第 37 类	2015.02.21 至 2025.02.20	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
153		13540641	第 38 类	2015.01.21 至 2025.01.20	申请取得	无
154		13540709	第 39 类	2015.04.07 至 2025.04.06	申请取得	无
155		13540727	第 40 类	2015.02.21 至 2025.02.20	申请取得	无
156		13540744	第 41 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
157		13540839	第 42 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
158		13540845	第 43 类	2015.01.21 至 2025.01.20	申请取得	无
159		13540852	第 44 类	2015.02.21 至 2025.02.20	申请取得	无
160		13540861	第 45 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
161	MCLON	13540874	第 18 类	2015.04.07 至 2025.04.06	申请取得	无
162	MCLON	13540914	第 21 类	2015.01.28 至 2025.01.27	申请取得	无
163	今古传奇 Jade Legend	13540952	第 1 类	2015.02.07 至 2025.02.06	申请取得	无
164	今古传奇 Jade Legend	13540989	第 4 类	2015.02.21 至 2025.02.20	申请取得	无
165	今古传奇 Jade Legend	13541008	第 15 类	2015.01.21 至 2025.01.20	申请取得	无
166	今古传奇 Jade Legend	13541027	第 23 类	2015.02.21 至 2025.02.20	申请取得	无
167	今古传奇 Jade Legend	13541083	第 24 类	2015.08.21 至 2025.08.20	申请取得	无
168	今古传奇 Jade Legend	13541116	第 27 类	2015.08.21 至 2025.08.20	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
169	今古传奇 Jade Legend	13541130	第 31 类	2015.08.21 至 2025.08.20	申请取得	无
170	今古传奇 Jade Legend	13541149	第 34 类	2015.03.07 至 2025.03.06	申请取得	无
171	今古传奇 Jade Legend	13541173	第 44 类	2015.08.21 至 2025.08.20	申请取得	无
172	今古传奇 Jade Legend	13541210	第 45 类	2015.03.07 至 2025.03.06	申请取得	无
173	培植	16819160	第 14 类	2016.06.21 至 2026.06.20	申请取得	无
174	曼卡龙 亲	17193425	第 14 类	2017.05.14 至 2027.05.13	申请取得	无
175	MCLON CINCIN	17193466	第 14 类	2016.08.21 至 2026.08.20	申请取得	无
176	曼卡龙 亲	17193502	第 35 类	2017.05.14 至 2027.05.13	申请取得	无
177	MCLON CINCIN	17193572	第 35 类	2017.06.28 至 2027.06.27	申请取得	无
178		17882401	第 14 类	2016.10.21 至 2026.10.20	申请取得	无
179		17882510	第 35 类	2016.10.21 至 2026.10.20	申请取得	无
180	曼卡龙·蜜可	18444461	第 14 类	2017.01.07 至 2027.01.06	申请取得	无
181	曼卡龙·假日	18444462	第 14 类	2017.01.7 至 2027.01.06	申请取得	无
182	曼卡龙·蜜可	18444514	第 35 类	2017.01.07 至 2027.01.06	申请取得	无
183	曼卡龙·假日	18444517	第 35 类	2017.01.07 至 2027.01.06	申请取得	无
184	MCLON·MiGO	18444432	第 14 类	2017.01.07 至 2027.01.06	申请取得	无

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	他项权利
185	MCLON·MIGO	18444512	第 35 类	2017.01.07 至 2027.01.06	申请取得	无
186	16心16箭	20273146	第 35 类	2017.07.28 至 2027.07.27	申请取得	无
187	每天+亮点	21122032	第 14 类	2017.10.28 至 2027.10.27	申请取得	无
188	每天+亮点	21122016	第 35 类	2017.10.28 至 2027.10.27	申请取得	无
189	DIVINE BRILLIANT	21875155	第 14 类	2017.12.28 至 2027.12.27	申请取得	无
190	DIVINE BRILLIANT	21875197	第 35 类	2017.12.28 至 2027.12.27	申请取得	无
191	MCLON	23537911	第 35 类	2018.04.07 至 2028.04.06	申请取得	无
192		26430811	第 35 类	2018.12.07 至 2028.12.06	申请取得	无
193	神圣之光	27138999	第 14 类	2018.10.07 至 2028.10.06	申请取得	无

(2) 截至本招股说明书签署日，公司拥有的尚在有效期的境外商标情况如下表所示：

序号	商标	注册号	核定类别	有效期限	取得方式	地区	他项权利
1	曼卡龙	300431072	第 14 类	2005.09.22 至 2025.05.31	受让取得	香港	无
2	MCLON	300431081	第 14 类	2005.09.22 至 2025.05.31	受让取得	香港	无

3、专利情况

截至本招股说明书签署日，本公司共取得 81 项外观设计专利和 1 项实用新型专利，具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	专利类型	申请日期	取得方式	他项权利
1	戒指展示座	ZL201520261382.3	实用新型	2015.04.27	申请取得	无
2	戒指（爱尚金爱的宣言）	ZL201330509392.0	外观设计	2013.10.28	申请取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	申请日期	取得方式	他项权利
3	戒指（克拉钻臻爱）	ZL201330509352.6	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
4	戒指（对戒蜜语邂逅）	ZL201330509139.5	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
5	吊坠（爱尚金三寸日光）	ZL201330509395.4	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
6	吊坠（爱尚金时光舞步）	ZL201330509409.2	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
7	吊坠（爱尚炫假日心情）	ZL201330509067.4	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
8	戒指（LOVE U 迷恋 U 你）	ZL201330509217.1	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
9	戒指（LOVE U 浪漫 U 你）	ZL201330509458.6	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
10	吊坠（爱尚金爱如夏花）	ZL201330509411.X	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
11	项链（爱尚炫假日印记）	ZL201330509080.X	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
12	吊坠（爱尚金十二星座）	ZL201330509219.0	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
13	戒指（LOVE U 心醉 U 你）	ZL201330509501.9	外观设计	2013.10.28	申请取得	无
14	吊坠（气球狗 1）	ZL201430089984.6	外观设计	2014.04.15	申请取得	无
15	吊坠（气球狗 2）	ZL201430089973.8	外观设计	2014.04.15	申请取得	无
16	吊坠（假日二代）	ZL201430091490.1	外观设计	2014.04.16	申请取得	无
17	吊坠（气球狗 4）	ZL201430090901.5	外观设计	2014.04.16	申请取得	无
18	手镯（假日二代）	ZL201430091687.5	外观设计	2014.04.16	申请取得	无
19	吊坠（气球狗 3）	ZL201430090861.4	外观设计	2014.04.16	申请取得	无
20	吊坠（醒系列 1）	ZL201430092530.4	外观设计	2014.04.17	申请取得	无
21	吊坠（醒系列 2）	ZL201430092471.0	外观设计	2014.04.17	申请取得	无
22	情侣戒指（男款假日二代）	ZL201430092525.3	外观设计	2014.04.17	申请取得	无
23	情侣戒指（女款假日二代）	ZL201430092465.5	外观设计	2014.04.17	申请取得	无
24	戒指（韩国版 1）	ZL201430096092.9	外观设计	2014.04.21	申请取得	无
25	戒指（韩国版 2）	ZL201430096094.8	外观设计	2014.04.21	申请取得	无
26	耳环（韩国版 3）	ZL201430096100.X	外观设计	2014.04.21	申请取得	无
27	耳环（韩国版 2）	ZL201430096099.0	外观设计	2014.04.21	申请取得	无
28	戒指（暗香）	ZL201530116454.0	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
29	挂坠（暗香）	ZL201530116615.6	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
30	戒指（暗香缠绕）	ZL201530116687.0	外观设计	2015.04.27	申请取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	申请日期	取得方式	他项权利
31	戒指（拥U爱直臂款）	ZL201530116679.6	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
32	戒指（醉恋）	ZL201530116556.2	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
33	项链（暗香双层）	ZL201530116518.7	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
34	耳钉（半糖主义）	ZL201530116414.6	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
35	吊坠（1）	ZL201530116526.1	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
36	吊坠（2）	ZL201530116406.1	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
37	吊坠（3）	ZL201530116397.6	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
38	项链（暗香花簇）	ZL201530116337.4	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
39	戒指（1）	ZL201530116423.5	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
40	戒指（2）	ZL201530116280.8	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
41	戒指（3）	ZL201530116596.7	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
42	戒指（缠简洁款）	ZL201530116663.5	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
43	戒指（缠龙卷风）	ZL201530116434.3	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
44	项链（暗香点坠）	ZL201530116429.2	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
45	手链（暗香）	ZL201530116535.0	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
46	手链（半糖主义）	ZL201530116467.8	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
47	手镯（暗香）	ZL201530116446.6	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
48	项链（暗香）	ZL201530116432.4	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
49	耳饰（暗香）	ZL201530116677.7	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
50	戒指（拥U爱错臂款）	ZL201530116669.2	外观设计	2015.04.27	申请取得	无
51	项链（执着）	ZL201530131751.2	外观设计	2015.05.07	申请取得	无
52	手镯（执着）	ZL201530131504.2	外观设计	2015.05.07	申请取得	无
53	戒指（执着）	ZL201530131506.1	外观设计	2015.05.07	申请取得	无
54	手链（执着）	ZL201530131809.3	外观设计	2015.05.07	申请取得	无
55	挂坠（执着）	ZL201530131753.1	外观设计	2015.05.07	申请取得	无
56	项链（安娜结）	ZL201530131953.7	外观设计	2015.05.07	申请取得	无
57	戒指（安娜结）	ZL201530131487.2	外观设计	2015.05.07	申请取得	无
58	手链（安娜结）	ZL201530131471.1	外观设计	2015.05.07	申请取得	无

序号	专利名称	专利号	专利类型	申请日期	取得方式	他项权利
59	手镯（安娜结）	ZL201530131696.7	外观设计	2015.05.07	申请取得	无
60	钻石（上帝之光）	ZL201530426997.2	外观设计	2015.10.30	申请取得	无
61	戒指（醉美）	ZL201530448067.7	外观设计	2015.11.11	申请取得	无
62	手镯（缘舞）	ZL201530448152.3	外观设计	2015.11.11	申请取得	无
63	手镯（轮回）	ZL201530448104.4	外观设计	2015.11.11	申请取得	无
64	戒指（单纯爱）	ZL201530448199.X	外观设计	2015.11.11	申请取得	无
65	项链（许愿池）	ZL201530485414.3	外观设计	2015.11.27	申请取得	无
66	饰品（勿言猴）	ZL201630033451.5	外观设计	2016.01.29	申请取得	无
67	饰品（勿动猴）	ZL201630033456.8	外观设计	2016.01.29	申请取得	无
68	饰品（勿听猴）	ZL201630033452.X	外观设计	2016.01.29	申请取得	无
69	饰品（勿视猴）	ZL201630033453.4	外观设计	2016.01.29	申请取得	无
70	耳饰（点滴时光1）	ZL201630571194.0	外观设计	2016.11.24	申请取得	无
71	手链（柔软时光）	ZL201630571202.1	外观设计	2016.11.24	申请取得	无
72	手镯（浮光）	ZL201630571193.6	外观设计	2016.11.24	申请取得	无
73	手镯（浮影）	ZL201630571240.7	外观设计	2016.11.24	申请取得	无
74	项链（大魔牙娇娇）	ZL201630571293.9	外观设计	2016.11.24	申请取得	无
75	项链（许愿池）	ZL201630571292.4	外观设计	2016.11.24	申请取得	无
76	吊坠（浮影）	ZL201630571238.X	外观设计	2016.11.24	申请取得	无
77	耳饰（点滴时光2）	ZL201630571414.X	外观设计	2016.11.24	申请取得	无
78	转运珠（伊甸之吻）	ZL201630660040.9	外观设计	2016.12.30	申请取得	无
79	转运珠（心愿）	ZL201630658700.X	外观设计	2016.12.30	申请取得	无
80	转运珠（如愿）	ZL201630658711.8	外观设计	2016.12.30	申请取得	无
81	转运珠（鸡元素激励）	ZL201630658222.2	外观设计	2016.12.30	申请取得	无
82	吊坠（萤火物语）	ZL201730102664.3	外观设计	2017.03.31	申请取得	无

4、著作权

截至本招股说明书签署日，公司共取得并登记9项美术作品著作权，具体情况如下：

序号	登记号	创作完成日期	登记日期	作品名称	作品类别	取得方式	他项权利
----	-----	--------	------	------	------	------	------

序号	登记号	创作完成日期	登记日期	作品名称	作品类别	取得方式	他项权利
1	国作登字 -2016-F-00304404	2016.05.10	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系列插 画《蒲公英篇》	美术作品	原始取得	无
2	国作登字 -2016-F-00304405	2016.05.10	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系列插 画《小松鼠篇》	美术作品	原始取得	无
3	国作登字 -2016-F-00304406	2016.05.10	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系列插 画《七色花篇》	美术作品	原始取得	无
4	国作登字 -2016-F-00304407	2016.05.10	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系列插 画《幼儿园篇》	美术作品	原始取得	无
5	国作登字 -2016-F-00304408	2016.05.10	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系列插 画《画画篇》	美术作品	原始取得	无
6	国作登字 -2016-F-00304409	2016.05.10	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系列插 画《母女篇》	美术作品	原始取得	无
7	国作登字 -2016-F-00304410	2016.05.10	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系列插 画《小小鸟篇》	美术作品	原始取得	无
8	国作登字 -2016-F-00304411	2016.05.10	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系列插 画《高跟鞋篇》	美术作品	原始取得	无
9	国作登字 -2016-F-00304416	2016.05.10	2016.08.26	曼卡龙珠宝 CINCIN 系列插 画《蓬蓬裙篇》	美术作品	原始取得	无

六、发行人特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司已完成商业特许经营备案，取得商业特许经营权，备案号为 0330100111300075，备案情况如下：

序号	特许品牌	授权类型	权利号	权利性质	权利到期日
1	曼卡龙	注册商标	第 9963135 号	所有权	2023.02.20
2	曼卡龙	注册商标	第 9962958 号	所有权	2022.11.13

截至 2018 年 12 月 31 日，公司拥有加盟商 67 家。特许经营权是公司对于加盟商管理的重要权利，对公司持续经营发挥重要作用。

七、技术和研究开发情况

（一）技术开发体制与核心技术人员

1、研究开发模式及流程

（1）研究开发模式

公司品牌定位轻奢时尚，聚焦年轻消费群体，这对公司产品设计的时尚度、新颖性和个性化提出了较高的要求。公司产品研发包括产品规划和具体产品设计两方面，产品规划是公司研发的核心，由公司产品研发部负责，具体产品设计包括自行设计与与外部设计师合作设计两种方式。

公司高度重视产品规划，产品规划包括产品方向、概念、主题、元素以及每条产品线的增加和淘汰等方面，是体现一家珠宝企业品牌定位和形成差异化竞争的核心。公司产品研发部是公司产品研发的“大脑”，负责公司产品的研发事宜，产品研发部紧密结合潮流趋势、品牌定位、市场反馈等，规划确定产品主题、元素、产品线，同时通过对设计作品的筛选把控产品规划的具体落实事宜。

为实现设计的多样性和产品的新颖度，不断丰富设计灵感来源，公司利用深圳珠宝产业集群效应，积极与外部设计师（以加工厂设计师为主）合作，并对外部设计师的设计作品优胜劣汰。

（2）研究开发流程

公司研发由产品研发部牵头，由广告公司、品牌推广部、商品中心、运营中心等共同组成产品研发小组，并从意大利、法国等地获得下一年度的流行元素和色彩信息，结合国内流行趋势和年轻人喜好，确定下一年度产品的方向、概念、主题。确定整体执行方案后，产品研发部通过自行研发和与外部设计师合作研发相结合的方式开展具体款式设计，并由产品研发部对设计作品进行筛选和确定。

2、保密情况

在与加工厂设计师合作的过程中，公司通过合同约定和市场化竞争两方面防止款式设计泄露。首先，在合同约定方面，公司与加工商签署委托加工合同，加工商对公司设计产品必须封板，加工商根据委托加工协议承担保密责任，若违背保密条款需赔偿经济损失或支付违约金。其次，在市场化竞争方面，珠宝加工是完全竞争的行业且目前集中在深圳水贝，若加工商出现款式泄露问题将严重影响其在行业内的信誉，导致订单流失，而对于珠宝零售商而言，在深圳水贝当地即可选择其他加工商对其进行替代，激烈的市场竞争督促了加工商加强设计产品的

保密性，以防止订单的流失。

3、主要核心技术人员情况

公司的主要核心技术人员为孙松鹤、瞿吾珍、孙舒云，简历详见本招股说明书第八节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”的内容。最近两年，公司的核心技术人员未发生变动。

（二）发行人拥有的核心技术及其来源情况

多年以来，公司紧密围绕品牌定位，深度研究核心消费群体不同的生活场景，打造年轻女性“每一天的珠宝”。公司结合时尚潮流和市场动态，加快产品更新迭代的速度，对市场认可的畅销款式进行延伸拓展，满足年轻消费者对珠宝产品时尚度、新颖度和个性化的需求。报告期内，公司推出了多款畅销系列，具体情况如下：

年份	系列名称	产品品类	款式数量
2018年	Amulet 守护	爱尚金	13
	CINCIN	爱尚金	43
	爱尚金英文字符系列	爱尚金	1
	北欧物语	爱尚金	7
	传统文化系列	爱尚金	13
	极简几何系列	爱尚金	20
	极汪系列	爱尚金	1
	萌宠-吾皇系列	爱尚金	4
	萌宠系列	爱尚金	13
	男士转运珠系列	爱尚金	5
	十二生肖	爱尚金	12
	十二星座系列	爱尚金	12
	时光系列	爱尚金	14
	守护系列	爱尚金	4
	童话系列	爱尚金	17
	夏花系列	爱尚金	23
星月系列	爱尚金	8	

年份	系列名称	产品品类	款式数量
	许愿·小确幸	爱尚金	8
	溢彩系列	爱尚金	6
	运势十二星座	爱尚金	12
	Chic 风尚	爱尚炫	28
	LadyDream	爱尚炫	50
	Romance 罗曼史	爱尚炫	3
	极简系列	爱尚炫	43
	假日系列	爱尚炫	13
	玲珑系列	爱尚炫	3
	许愿·小确幸	爱尚炫	21
	许愿·星	爱尚炫	14
	许愿小确幸	爱尚炫	2
	萤火物语	爱尚炫	10
	玲珑系列	爱尚彩	2
	萤火物语	爱尚彩	4
	Born to love 生来为爱	钻石饰品	10
	爱神 EROS	钻石饰品	13
	蜜语 SOULMATE	钻石饰品	18
	命中注定 DESTINY	钻石饰品	10
	匿/潮爱 HIDDEN LOVE	钻石饰品	2
	匿爱 HIDDEN LOVE	钻石饰品	10
	神圣之光 Divine love	钻石饰品	7
2017 年	2017 全新十二星座	爱尚金	12
	CINCIN-2017	爱尚金	6
	CINCIN 亲子-2017	爱尚金	14
	DIY 传统文化系列	爱尚金	23
	Jí Jí 系列-2017	爱尚金	3
	爱汪系列	爱尚金	2

年份	系列名称	产品品类	款式数量
	北欧物语-2017	爱尚金	5
	浮梦系列	爱尚金	7
	狗年专款	爱尚金	3
	鸡元素激励系列-2017	爱尚金	3
	极简几何系列	爱尚金	5
	姜饼人系列	爱尚金	3
	十二生肖系列-2017	爱尚金	12
	时光舞步系列	爱尚金	16
	时光系列	爱尚金	6
	童话系列	爱尚金	15
	吾皇万睡	爱尚金	12
	喜鹊系列	爱尚金	6
	夏花系列	爱尚金	7
	心形 DIY 手镯	爱尚金	2
	心漾系列-2017	爱尚金	4
	星月系列-2017	爱尚金	4
	星云系列-2017	爱尚金	3
	型系列	爱尚金	2
	许愿·小确幸	爱尚金	6
	许愿·星-2017	爱尚金	2
	学霸系列	爱尚金	2
	萤火虫亲子系列-2017	爱尚金	3
	Chic 风尚	爱尚炫	29
	DIY 童话系列	爱尚炫	4
	LadyDream	爱尚炫	7
	Romance 罗曼史	爱尚炫	7
	爱尚炫临时代销	爱尚炫	1
	叠	爱尚炫	4

年份	系列名称	产品品类	款式数量
	多变 DIY	爱尚炫	8
	极简	爱尚炫	22
	假日系列	爱尚炫	11
	玲珑	爱尚炫	1
	玫瑰精灵	爱尚炫	1
	匿爱	爱尚炫	2
	小恶魔	爱尚炫	18
	许愿·池	爱尚炫	9
	许愿·小确幸	爱尚炫	17
	许愿·星	爱尚炫	12
	许愿星秋冬	爱尚炫	5
	萤火物语	爱尚炫	3
	珍宝奇缘	爱尚炫	14
	极简	爱尚彩	6
	玲珑	爱尚彩	8
	玫瑰精灵	爱尚彩	4
	萤火物语	爱尚彩	10
	花语系列	钻石饰品	4
	蜜语对戒 2017	钻石饰品	11
	神圣之光-2017	钻石饰品	3
	水晶鞋系列-2017	钻石饰品	3
	永恒印记 Star Whisper·星语系列	钻石饰品	7
	永恒印记-2017	钻石饰品	1
	缘徕	钻石饰品	3
2016 年	浮梦系列	爱尚金	11
	型系列	爱尚金	13
	CINCIN	爱尚金	20
	假日	爱尚金	5

年份	系列名称	产品品类	款式数量
	十二生肖守护牌-2016	爱尚金	1
	传统文化系列	爱尚金	4
	数字麻将系列	爱尚金	12
	许愿·星系列	爱尚金	3
	圣诞节主题系列	爱尚金	3
	爱尚金童话系列	爱尚金	12
	玉玺（男士DIY）系列	爱尚金	4
	爱尚金·亲子萤火虫	爱尚金	2
	CINCIN 亲子	爱尚金	7
	CINCIN 天使	爱尚金	2
	喜鹊系列	爱尚金	6
	许愿·小确幸系列	爱尚金	6
	鸡元素（吉到/激励）	爱尚金	6
	小恶魔系列	爱尚炫	16
	假日 2016	爱尚炫	8
	许愿池	爱尚炫	7
	Migo2016	爱尚炫	6
	韩风系列-2016	爱尚炫	21
	小确幸	爱尚炫	13
	12 星座潮链	爱尚炫	12
	小蝴蝶 2016	爱尚炫	4
	K 金定制牌	爱尚炫	1
	爱尚炫混搭浪漫系列	爱尚炫	10
	玲珑系列延伸	爱尚炫	6
	许愿·星系列	爱尚炫	6
	极简系列	爱尚炫	6
	小恶魔珍珠系列	爱尚炫	7
	许愿.池系列	爱尚炫	8

年份	系列名称	产品品类	款式数量
	小恶魔主题延伸	爱尚炫	7
	三叉戟系列		
	许愿·小确幸延伸款	爱尚炫	4
	晴天	爱尚彩	2
	玲珑系列	爱尚彩	10
	生辰石	爱尚彩	12
	萤火虫主题系列	爱尚彩	10
	水晶鞋延伸吊坠耳饰	钻石饰品	2
	蜜语+单钻	钻石饰品	9
	海韵系列 2016	铂金饰品	11
	型变系列	铂金饰品	6
	许愿·星秋冬款	爱尚炫	5

公司设有产品研发部门，作为新品开发控制部门，全面负责公司新品研发事宜。

公司核心产品为“三爱一钻”即“爱尚金”、“爱尚炫”、“爱尚彩”及钻石饰品，报告期内核心产品收入占营业收入情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
“三爱一钻”产品收入	44,906.16	40,316.60	35,731.63
占营业收入比重	48.83%	48.14%	47.66%

八、发行人境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司未拥有境外资产，不存在在境外开展经营活动的情况。

九、发行人质量控制、安全生产及环境保护情况

（一）质量控制情况

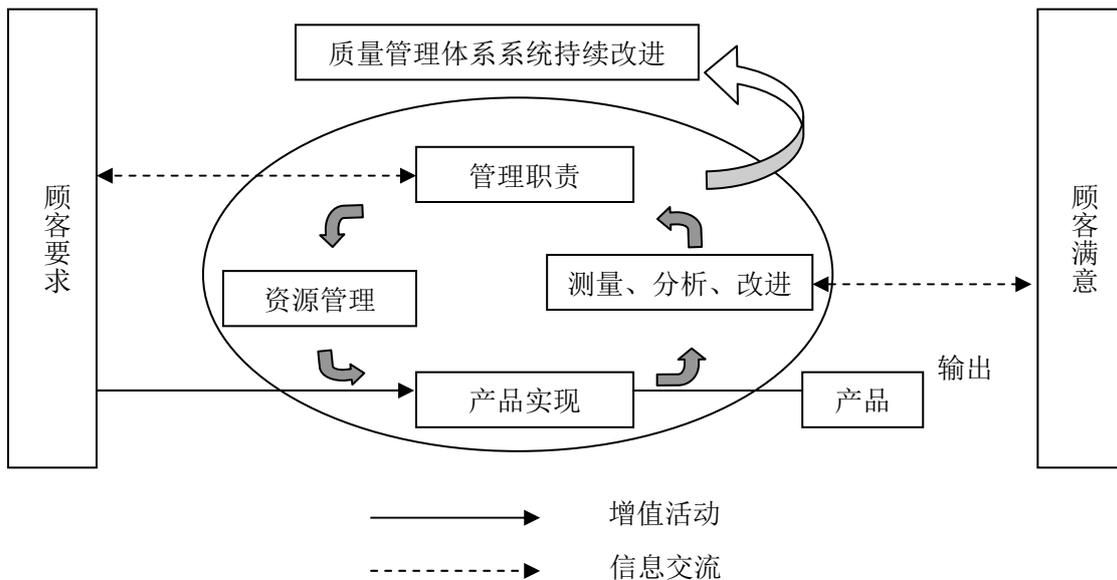
1、质量控制标准

公司在经营过程中，始终贯彻落实行业的各项产品质量标准规范，其中主要有国家及行业所颁布的《珠宝玉石鉴定》、《钻石分级》、《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》、《珠宝玉石及贵金属产品分类与代码》和《珠宝饰品标识规定》等规范性文件。公司以高标准的要求严格控制产品质量，获得了由中国质量认证中心（CQC）颁布的《质量管理体系认证证书》等，代表了外界对公司产品质量的认可与信任。

2、质量控制措施

（1）建立质量管理体系

公司以法律法规要求、质量管理体系标准和行业标准为依据，根据 ISO9001 质量管理体系标准，建立了质量管理体系，并不断完善和实施，持续改进确保其有效性。公司的质量管理体系主要由管理职责、资源管理、产品实现及测量、分析和改进过程所组成，同时着重关注与顾客的信息沟通，使顾客的要求及顾客的满意情况作为公司内部运作的导向。公司的质量管理体系按照过程方法模式（PDCA）进行运行，其具体过程如下：



（2）明确质量目标

公司对于产品的质量控制提出了较高的要求，始终贯彻“质量在于行，服务在于心”的质量方针，并提出具体明确的质量目标，如每月会针对部门和门店质量目标进行测评，其中包括：电子商务部顾客满意度 $\geq 96\%$ ，各大区顾客满意度 $\geq 96\%$ ，各门店顾客满意度 $\geq 96\%$ 。每半年针对公司质量目标进行测评，其中包括：公司员工满意度 $\geq 82\%$ 。这些目标和措施均为公司产品的质量提供了可靠保证。

（3）形成各项质量控制文件

质量控制相关的内控文件如下：基本文件有《质量手册》，具体文件有《行政事务控制程序》、《人力资源管理程序》、《培训管理程序》、《行政采购管理程序》、《工程部运行控制程序》、《财务管理程序》、《品牌管理程序》、《设计研发部管理程序》、《商品采购管理程序》、《商品管理程序》、《物流管理程序》、《信息管理程序》、《销售大区管理控制程序》、《电子商务部运行控制程序》、《加盟店管理程序》、《市场营销管理程序》。

3、质量纠纷情况

日常销售过程中存在的顾客投诉，公司及时与顾客协商处理，报告期内未出现过重大的产品质量纠纷，不存在因违反产品质量和技术监督方面的法律、法规而被处罚的情形。

（二）安全生产与环境保护情况

公司主要从事珠宝首饰零售连锁销售业务，无生产环节，未受到过相关部门的处罚。

十、公司发展规划

（一）公司发行当年及未来三年发展规划

公司坚定“每一天的珠宝”的品牌定位，创造生活化的珠宝，主攻年轻、时尚的轻奢珠宝市场，以“快速推出新品、快速迭代”的“快时尚”方式满足年轻消费者对于时尚珠宝的需求，注重对内容挖掘和新媒体的传播，进一步完善国内运营布局，加快网络建设，拓展全国市场，逐步提高曼卡龙珠宝的市场占有率，实现曼卡龙品牌的全国性扩张，成为中国轻奢时尚珠宝的领跑者。

曼卡龙珠宝作为中国珠宝行业的区域性强势品牌之一，在发行当年及未来二至三年，目标从区域性品牌提升为全国性品牌。

（二）公司拟采取的业务发展计划

珠宝首饰产业竞争的基本模式已从过去的成本竞争，渠道竞争，进化到今天产品、品牌、技术三位一体的竞争。基于上述事实，曼卡龙将实现公司发展战略和目标的的具体发展计划的立足点放在营销网络建设、品牌推广、产品开发、新零售技术赋能和人才引进上，并在此基础之上加强线上和线下的市场拓展，以便快速实现战略目标。

1、营销网络建设计划

公司将不断加强营销网络的建设，巩固市场地位，强化品牌认知，实现公司稳健快速的发展。

（1）新建自营店，稳步发展加盟店

公司计划在浙江、江苏、湖北、安徽、湖南等省的重要城市和经济较为发达的二三线城市加快自营店的建设。目前，公司已在江苏、安徽、湖北进行了布局，在消费者群体中形成了较为鲜明的品牌认知，随着知名度的提高，公司将加大自营店建设，同时吸引更多拥有当地优质资源的加盟商，通过进一步深耕省内市场，拓展省外市场，打造全国性的珠宝品牌。

（2）线上引导，赋能线下消费

珠宝产品作为非标准化产品，消费者购买行为具有“高参与度、高体验感”的特点，相比于网上购物，实体门店在珠宝观赏、佩戴体验以及消费愉悦度上有着明显的优势，仍将是消费者购买珠宝产品的首选。

公司将依托信息化技术，通过线上宣传引导，赋能线下消费，打造“个性、时尚、科技、好玩”的门店，充分发挥公司线下实体门店经营优势，实现虚拟渠道和实体渠道完美结合。

2、品牌营销计划

品牌推广计划是公司最为重要的规划之一。在发行当年及未来二至三年，公司计划实施如下措施加强品牌推广：

（1）建设展示中心

公司拟在杭州萧山区购置办公楼，总面积为 1,200 平米，其中展示中心 700 平米，主要功能为公司发展历程及企业文化展示、新零售概念展示、新产品展示、装修风格展示等。展示中心能够通过平面与立体、静态与动态、实物与虚拟、视觉到听觉等多种方式更加直观立体地传递公司的企业文化、门店风格、新产品设计研发成果，增强合作方对公司和产品的感官认识。展示中心的建设能提高公司的品牌宣传能力，有力促进公司的发展壮大，进而提升公司整体竞争力。

(2) 新媒体营销方式

公司品牌推广以“明星+内容+时尚媒体”模式为主线，围绕品牌定位，根据不同系列产品选择与其产品特质相符明星，以线上、线下相结合的方式，通过明星带动流量，各种时尚媒体发声，进行产品内容的深度宣传，从而提高品牌知名度。

3、产品设计计划

珠宝行业是完全竞争的行业，为确保公司产品始终立于市场的前端，需不断强化产品的设计开发能力。公司计划在未来二至三年内，通过以下措施提升产品设计开发能力：

(1) 聚焦主打产品和核心客户

聚焦主打产品，聚焦核心终端客户，围绕“时尚线（三爱）+情感线（一钻）”，将产品设计做精做强。

(2) 突出设计主题

产品设计突出主题和元素，抢占消费者心智，即消费者能够通过某个主题或元素直接联想到品牌及主打产品。

(3) 加强产品规划，丰富设计风格

产品规划是产品设计的核心，始终围绕轻奢时尚的品牌定位进行产品规划。公司拟拓宽设计师人才引进的渠道和建立设计师工作群，打破固定设计师在设计理念、设计样式上的局限性，大量吸引外部设计师并对其进行优胜劣汰，形成多层次的创意理念，增强设计研发能力。

4、信息化建设计划

在竞争日趋激烈、新零售蓬勃发展的市场环境下，不断加强信息化建设是珠宝首饰企业发展的重要发展战略。

(1) 通过信息化提高营销网络运行效率

随着城市化进程加快，一个城市将形成多个商业中心，消费者行为日益社区化，公司将进一步优化市场布局，迎合年轻消费者，通过建立信息化平台实现各门店的实时管控、缩短供应链环节、加快产品周期，从而提高营销效率，公司将通过募投营销网络建设项目，进一步加快在全国范围内的市场拓展。

(2) 新零售信息化技术赋能

公司目前已搭建阿里云业务中台系统，后续将结合募投信息化升级建设项目，进一步提升技术化水平，通过信息技术手段，实现与会员进行随时连接和新顾客裂变；赋能销售人员与会员进行互动和后续跟踪服务，利用数据深度分析消费者的消费习惯、挖掘消费者的消费需求，更精准的进行品牌推广。

5、人力资源发展计划

(1) 吸引高素质人才

公司将加强优质人才的引进，随着品牌知名度和公司规模扩大，人才成为保障公司发展的重要因素，公司将在管理、营销、设计、信息化等重要领域加强人才队伍的建设，通过完善的考核激励制度、人性化的管理和明确的晋升通道，吸引外部人才，共同实现公司稳定长期的发展。

(2) 建立学习型团队

公司将不断强化线上和线下学习，激发员工学习的主动性，提高学习效率，增强员工互动，以定期和不定期培训的方式强化员工对公司经营理念和产品的认识，从而不断提高员工的销售能力，满足公司发展的需要，

(3) 进一步优化考核激励机制

经过多年发展，曼卡龙已形成一套特有的管理模式，公司与各部门之间实行“内部市场化暨绩效考核”管理模式。公司于2014年开始在内部实施内部绩效激励考核方案，内部绩效激励考核的核心在于通过制定利润目标及收益分享原则，激励考核部门达成利润目标并获得额外收益。公司将结合市场的变化，不断优化和完善考核激励机制，提高员工工作的积极性和主动性，为企业发展注入动力。

(三) 发展规划所依据的假设条件和面临的主要困难

1、发展规划所依据的假设条件

(1) 本次股票发行能够尽快完成，募集资金能及时到位，募集资金拟投资

项目能顺利如期完成；

(2) 公司所遵循的现行法律、法规以及国家有关行业政策将不会发生重大变化，并能被较好执行；

(3) 公司所在行业及市场处于正常的发展状态，原材料价格和产品售价均能处于正常变动范围内，不会出现重大的市场突变情形；

(4) 公司主要经营所在地区以及业务涉及地区的社会经济环境无重大变化；

(5) 不会发生对公司经营业务造成重大不利影响以及导致公司财产重大损失的任何不可抗力事件或任何不可预见的因素。

2、实施过程中可能面临的主要困难

募集资金到位前，由于融资渠道有限，发展所需的资金，尤其是在春节、情人节等消费旺季的资金需求较为紧张。目前公司业务发展所需要的资金主要通过自有资金和银行贷款解决，因此资金问题是公司实施上述计划的最大障碍。

(四) 确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径

本次募集资金到位后，公司的资产规模将迅速增长。在资金运用规模扩大和业务快速拓展的背景下，公司在资源配置、运营管理、资金管理以及内部控制等方面将迎来新的挑战。

为克服面临的困难，使计划得以顺利实施，公司将提升产品规划能力，围绕品牌定位，专注为核心终端客户设计具备轻奢概念和时尚体验的珠宝产品；加强信息化水平，通过大数据分析挖掘消费者需求，实现精准营销，通过线上宣传引导，赋能线下消费；进一步优化门店管理、加盟商管理以及供应商管理；加大市场开拓力度，凭借品牌优势、质量优势及渠道优势，不断提高公司产品的市场份额；持续健全和完善公司法人治理结构，强调规范运作，力争尽快成功上市，募集资金到位后加快拟投资项目的建设进度，使新增产能和渠道网络尽快带来经济效益，进一步提升公司的竞争优势。

(五) 公司关于公告规划实施和目标实现情况的声明

本次发行上市后，公司将通过定期报告持续公告规划的实施情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、公司独立性情况

公司按照《公司法》和《证券法》等法律、法规及规章制度的要求，建立健全了公司的法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整

公司拥有独立完整的资产，合法拥有与生产经营有关的土地、房产以及商标、专利的所有权和使用权，不存在以资产、权益或信誉为股东的债务提供担保的情形，发行人对所属资产具有完全的控制支配权，不存在资产、资金被控股股东及其关联方占用而损害公司利益的情形。

（二）人员独立

公司的经营和行政管理完全独立于公司股东及其他关联方。本公司独立招聘员工，设有独立的劳动、人事、工资管理体系。本公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务的情形，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情形；本公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

（三）财务独立

公司建立了独立的财务核算体系，能独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司独立在银行开户，独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司作为独立纳税人，依法独立纳税。

（四）机构独立

公司设有股东大会、董事会、监事会、董事会专业委员会等决策及监督机构，依法建立了有效的法人治理结构，本公司独立行使经营管理职权，与控股股东及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

公司办公场所完全独立，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以及其他股东合署办公的情形。

（五）业务独立

公司业务独立，不存在依赖实际控制人及其控制的其他企业的情况。本公司控股股东曼卡龙投资和实际控制人孙松鹤出具了避免同业竞争的承诺函。

保荐机构认为，自成立以来，发行人严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在业务、资产、人员、机构和财务等方面与公司股东、实际控制人及其控制的企业之间相互独立，具有独立完整的资产和业务体系以及面向市场独立经营的能力。发行人在招股说明书中关于自身独立经营情况的表述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与发行人不存在同业竞争

1、控股股东曼卡龙投资与发行人不存在同业竞争

控股股东曼卡龙投资自身并不经营具体业务，且无其他控制企业，与发行人不存在同业竞争关系。

2、实际控制人控制的其他企业与发行人不存在同业竞争

公司实际控制人孙松鹤先生除控制曼卡龙投资及发行人外，未控制其他企业，亦无与发行人存在同业竞争的情形。

3、报告期内同业竞争情况说明

报告期内，控股股东曼卡龙投资以及实际控制人孙松鹤除控制发行人外未控制其他企业亦不存在同业竞争的情形。

（二）控股股东、实际控制人出具的避免同业竞争的承诺

为了避免未来可能出现的同业竞争，维护公司利益和保证公司长期稳定的发展，公司控股股东曼卡龙投资及实际控制人孙松鹤出具了避免同业竞争的承诺函，主要内容如下：

“1、本公司/本人及本人直系亲属目前未从事与曼卡龙相同的经营业务，与曼卡龙不会发生直接或间接的同业竞争。今后亦将不以任何形式从事与曼卡龙的现有业务及相关产品相同或相似的经营活动，包括不会以投资、收购、兼并与曼卡龙现有业务及相关产品相同或相似的公司或者其他经济组织的形式与曼卡龙发生任何形式的同业竞争。

2、本公司/本人及本人直系亲属目前或将来投资控股的企业也不从事与曼卡龙相同的经营业务，与曼卡龙不进行直接或间接的同业竞争；如本人及本人直系亲属所控制的企业拟进行与曼卡龙相同的经营业务，本人及本人直系亲属将行使否决权，以确保与曼卡龙不进行直接或间接的同业竞争。

3、如有在曼卡龙经营范围内相关业务的商业机会，本人将优先让与或介绍给曼卡龙。对曼卡龙已进行建设或拟投资兴建的项目，本人将在投资方向与项目选择上，避免与曼卡龙相同或相似，不与曼卡龙发生同业竞争，以维护曼卡龙的利益。如出现因本人及本人控制的其他企业违反上述承诺而导致曼卡龙的权益受到损害的情况，本人将依法承担相应的赔偿责任。”

三、关联交易

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关规定，报告期内，公司关联方具体情况如下：

1、控股股东、实际控制人及持有公司5%以上股份的股东

序号	关联方名称	与发行人关系
1	曼卡龙投资	发行人控股股东，直接持有发行人 64.89%的股权
2	孙松鹤	发行人实际控制人，直接持有发行人 12.04%的股权，持有曼卡龙投资 75%的股权
3	曹斌	发行人股东，直接持有发行人 6.71%的股权

除上述股东外，公司无其他持有公司股权5%以上的股东。

持有发行人 5% 以上股份的自然人股东之关系密切的家庭成员也是发行人的关联自然人。

2、控股股东、实际控制人控制的其他企业

公司控股股东曼卡龙投资除控制发行人外，无其他控制的企业。

公司实际控制人孙松鹤除直接控制曼卡龙投资、间接控制发行人外，无其他控制的企业。

3、发行人控股、参股公司

(1) 发行人目前控制的子公司

截至本招股说明书签署日，发行人控制的子公司情况详见本招股说明书第五节之“五、发行人控股、参股公司及分公司情况”之“（一）发行人控股子公司的情况”的内容。

(2) 发行人参股公司

截至本招股说明书签署日，发行人无参股公司。

4、其他关联方

(1) 发行人的董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员的情况详见本招股说明书“第八节董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”的内容。

公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员主要包括其配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母。

(2) 曼卡龙投资的董事、监事、高级管理人员

曼卡龙投资系发行人的控股股东，其董事为孙松鹤、曹斌、楼红豆，监事为周斌，总经理为翁晶晶。

(3) 关联自然人直接或者间接控制、施加重大影响的，或者关联自然人担任董事、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司、发行人股东以外的其他法人或者组织

详细情况如下：

序号	企业名称	关联关系
----	------	------

序号	企业名称	关联关系
1	浙商创投股份有限公司	公司监事华晔宇现任董事、行政总裁的企业
2	浙江中鉴传媒科技有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
3	山西尚风科技股份有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
4	杭州浙正投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任经理的企业
5	杭州网和投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任总经理的企业
6	杭州华放投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任经理的企业
7	上海杭创实业有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
8	浙江浙创置业有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
9	杭州泰飞利海投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任董事长的企业
10	杭州昌健投资合伙企业(有限合伙)	公司监事华晔宇现任执行事务合伙人的企业
11	杭州勇健投资合伙企业(有限合伙)	公司监事华晔宇现任执行事务合伙人的企业
12	浙江浙商诺海创业投资合伙企业(有限合伙)	公司监事华晔宇现任执行事务合伙人的企业
13	德州中铍生物科技有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
14	浙江爱秀星艺影视有限公司	公司监事华晔宇现任执行董事的企业
15	浙江惠康电子通信科技有限公司	公司监事华晔宇现任董事长的企业
16	杭州可桢网络科技有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
17	桐乡浙商乌镇互联网产业投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任董事、经理的企业
18	杭州上山下乡网络科技有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
19	杭州大善艺术品有限公司	公司监事华晔宇现任执行执行董事的企业
20	上海九祥资产管理有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
21	浙江泽海投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任总经理的企业
22	杭州浙大未来创新投资管理有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
23	杭州滋洛科技有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
24	杭州和衷投资合伙企业(有限合伙)	公司监事华晔宇持有 70% 的份额, 能够施加重大影响的企业
25	杭州金通科技集团股份有限公司	公司监事华晔宇现任董事的企业
26	杭州海衡投资管理有限公司	公司监事周斌现任经理的企业
27	杭州宝缔亚文化传播有限公司	公司监事周斌的配偶控制并担任执行董事兼总经理的企业
28	杭州艾凯家政服务有限公司	公司监事周斌的配偶控制并担任执行董事兼

序号	企业名称	关联关系
		总经理的企业
29	宁波电子信息集团有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲现任董事长的企业
30	宁波恒兴伟业电子有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲为第一大股东并担任董事长的企业
31	宁波市东方船舶修造有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲现任董事的企业
32	宁波市电子工业资产经营有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲现任董事长兼总经理的企业
33	宁波如鑫投资管理有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲作为第一大股东，能够施加重大影响的企业
34	中科实业集团（控股）有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲现任董事的企业
35	宁波工业投资集团有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲现任董事的企业
36	宁波永新光学股份有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲现任董事的企业
37	宁波东元创业投资有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲现任董事的企业
38	北京中科三环高技术股份有限公司	公司董事曹斌的儿子之配偶的父亲现任副董事长的企业
39	杭州灿亚投资管理有限公司	公司实际控制人孙松鹤的弟弟之配偶控制并担任执行董事兼总经理的企业
40	杭州羽诺科技有限公司	公司财务负责人王娟娟的配偶控制并担任执行董事兼总经理的企业
41	杭州食在保科技有限公司	公司独立董事唐国华现任董事的企业
42	顺发恒业股份有限公司	公司独立董事唐国华现任独立董事的企业
43	广东嘉应制药股份有限公司	公司独立董事唐国华现任独立董事的企业
44	日月重工股份有限公司	公司独立董事唐国华现任独立董事的企业
45	浙江阮仕珍珠股份有限公司	公司独立董事唐国华现任独立董事的企业独立董事
46	宁波市天普橡胶科技股份有限公司	公司独立董事李文贵现任独立董事的企业

5、视同关联方

过去 12 个月内曾为发行人的关联自然人或关联法人的，视同为发行人的关联方，具体如下：

序号	姓名/企业名称	关联关系
1	潘攀	发行人前董事，已于 2018 年 11 月辞职
2	刘春燕	发行人前董事、财务负责人、董事会秘书，已于 2018 年 1 月辞职

序号	姓名/企业名称	关联关系
3	陈三联	发行人前独立董事，已于 2018 年 11 月到期卸任
4	杭州幸会娱乐发展有限公司	发行人前董事、财务负责人、董事会秘书刘春燕现任执行董事兼总经理的企业
5	杭州衡次元磨铁企业管理有限公司	发行人前董事、财务负责人、董事会秘书刘春燕现任董事长兼经理的企业
6	天津天图兴华股权投资合伙企业（有限合伙）	发行人前股东，曾持有发行人 998.427 万股股份，占发行人股本总额的 6.5257%
7	深圳天图兴愿投资合伙企业（有限合伙）	公司前董事潘攀控制的企业
8	深圳兴望投资合伙企业（有限合伙）	公司前董事潘攀控制的企业
9	上海奇默文化传媒有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
10	深圳乐行天下科技有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
11	广州混饭吃餐饮管理有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
12	江西王品农业科技开发有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
13	宁波天峯投资管理有限公司	公司前董事潘攀任董事、经理的企业
14	唱道（上海）文化传播有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
15	深圳市线下有戏科技有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
16	武汉艺画开天文化传播有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
17	周黑鸭食品股份有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
18	中广天择传媒股份有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
19	深圳百果园实业发展有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
20	深圳市品道餐饮管理有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
21	上海般果农业科技有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
22	湖南茶悦餐饮管理有限公司	公司前董事潘攀任董事的企业
23	广州视角动脉品牌管理有限公司	公司前董事潘攀现任董事的企业
24	会稽山绍兴酒股份有限公司	发行人前独立董事陈三联现任独立董事的企业
25	浙商中拓集团股份有限公司	发行人前独立董事陈三联现任独立董事的企业
26	嘉凯城集团股份有限公司	发行人前独立董事陈三联现任独立董事的企业
27	浙江人文园林股份有限公司	发行人前独立董事陈三联现任独立董事的企业
28	浙江东尼电子股份有限公司	发行人前独立董事陈三联现任独立董事的企业
29	恒逸石化股份有限公司	发行人前独立董事陈三联现任独立董事的企业

序号	姓名/企业名称	关联关系
30	戴曼克森	发行人的全资子公司,已于2019年1月注销企业法人资格
31	宁波玖瑞玖	浙江玖瑞玖的全资子公司,已于2018年9月注销企业法人资格

(二) 关联交易

1、经常性关联交易

(1) 关联方租赁

报告期内,公司存在向关联方租赁房产的情况,具体租赁情况如下:

单位:万元

关联方	关联关系	交易内容	交易金额		
			2018年度	2017年度	2016年度
曼卡龙投资	发行人控股股东	租用萧山区城厢街道体育路171-187号房屋	66.36	70.90	72.08

①关联租赁概况

2014年1月,发行人与曼卡龙投资签订《房屋租赁合同》,合同约定,曼卡龙投资将其拥有的位于杭州市萧山区城厢街道体育路171-187号,建筑面积为319.27平方米的房屋出租给发行人使用,租赁期限自2014年1月1日至2017年12月31日。

2017年6月20日,发行人与曼卡龙投资重新签订《房屋租赁合同》,合同约定,曼卡龙投资将其拥有的位于杭州市萧山区城厢街道体育路171-187号,建筑面积为319.27平方米的房屋出租给发行人使用,租赁期限自2017年8月1日至2020年7月31日。

②关联租赁的原因及合理性

第一,发行人租赁的萧山店门店房产所在地“杭州市萧山区城厢街道体育路171-187号”位于萧山区人民路地铁站出口附近商业街,该商业街内珠宝品牌众多,对发行人目标客户群体具有较强的引流作用。萧山店在开店之初选址即位于当前门店所在位置,在当地经营多年,已经拥有一批忠实客户和较强的品牌号召力,故萧山店有在原址继续经营的需求;

第二,发行人目前所有直营店的经营场所均为通过租赁方式取得使用权,通过租赁房产方式设立直营店是商品流通企业普遍采用的扩充销售终端的方法。通

过租赁销售网点经营场所，一方面可以减少发行人因购置固定资产的大规模资金支出，有利于发行人合理配置资金，扩大生产经营；另一方面由于直营店销售业绩受商圈影响较大，租赁方式能增加发行人经营场所随商圈变化调整的灵活性。

③发行人未购置该处房产并纳入上市主体的原因

萧山店的房屋产权所有人为控股股东曼卡龙投资，曼卡龙投资已取得编号为杭房权证萧更字第 00134266 号房屋产权证书。但由于历史原因，该房屋相应土地使用权类型为划拨土地，故发行人未将其购置纳入上市主体，而选择向控股股东租赁该处房产，从而产生了相应的关联交易。

④关联租赁对发行人资产完整性和独立性的影响

首先，通过租赁房产设立直营店符合商品流通企业特点，且该处租赁房产所在商业街内珠宝品牌众多，对发行人目标客户群体具有较强的引流作用，符合公司珠宝销售商铺的经营选址的条件。

其次，虽然发行人租赁的萧山店经营场所占用的土地为划拨用地，但曼卡龙投资已取得相关房屋产权证，并已取得有关部门的确认。相关租赁行为不存在争议或纠纷。

2014年9月，杭州市国土资源局萧山分局出具证明确认：“2013年4月，为明晰产权，解决历史遗留问题，根据萧山区政府会议纪要和我局会议纪要，为浙江万隆曼卡龙投资有限公司位于城厢街道体育路的用地办理了土地使用权登记，土地使用权证号为杭萧国用（2013）第0100011号，使用权类型为划拨，使用权面积为67.83平方米。土地登记时未发现违法用地”。

2014年9月，杭州市萧山区房地产交易产权登记管理中心出具证明确认：“浙江万隆曼卡龙投资有限公司上述房屋之土地为划拨性质系历史原因造成，浙江万隆曼卡龙投资有限公司合法拥有该房屋的所有权，包括但不限于占有、使用、收益、处分等一切权利。上述情况属实。”

（2）关键管理人员报酬

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
关键管理人员报酬	389.60	321.86	308.19

2、偶发性关联交易

报告期内，公司向关联方销售明细如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		交易金额	占同类交易比例	交易金额	占同类交易比例	交易金额	占同类交易比例
浙商创投股份有限公司	销售商品	34.97	0.038%	2.97	0.004%	28.53	0.038%

3、关联方往来余额

报告期内，公司应收关联方款项如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
预付款项	曼卡龙投资	-	-	3.54	-	-	-
小 计		-	-	3.54	-	-	-

（三）关联交易对公司财务状况及经营成果的影响

报告期内，发行人经常性关联交易主要为与发行人控股股东的房屋租赁交易。交易定价公允，交易金额及占比较小，不存在损害发行人利益的情形。

（四）报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

1、关联交易决策履行程序

发行人建立健全关联交易管理制度，对于必要的关联交易，确保关联交易按照公允价格交易，平等保护发行人及非关联方股东的利益。具体的制度安排包括：《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作细则》、《关联交易决策制度》、《对外担保决策制度》等，以上制度明确规定了关联交易的决策权限、程序等事项。

发行人第四届董事会第五次会议和 2019 年第一次临时股东大会，分别在关联董事、关联股东回避表决的情形下，对发行人 2016 年、2017 年和 2018 年发生的关联交易进行了审核及确认。报告期内，发行人发生的关联交易决策程序符合《公司章程》、《关联交易决策制度》等相关制度的规定，不存在损害发行人和发行人股东合法权益的情形。

2、独立董事对关联交易公允性发表的意见

发行人全体独立董事均已对发行人报告期内的关联交易进行了审核，并发表

以下意见：

“董事会审议的《关于确认报告期内关联交易的议案》的表决程序符合《公司法》、《证券法》等相关法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》的相关规定，公司在进行上述关联交易时，均系基于公司业务需要而开展，具有必要性。同时确认，该等关联交易均定价公允，不存在影响公司独立性的情形。”

（五）公司减少关联交易的措施

发行人依照《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，发行人制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《关联交易决策制度》等规章制度，对关联交易决策权利和程序作出了详细的规定，有利于发行人规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正。此外，发行人建立健全了规范的《独立董事工作细则》，董事会成员中有3位独立董事，有利于发行人董事会的独立性和公司治理机制的完善。发行人的独立董事将在规范和减少关联交易方面发挥重要作用，积极保护发行人和中小投资者的利益。

同时，为了减少和规范关联交易行为，避免控股股东、实际控制人占用公司资金，公司控股股东、实际控制人、持股5%以上股东分别出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，承诺如下：

1、本公司/本人不利用控股股东地位及与曼卡龙之间的关联关系损害曼卡龙利益和其他股东的合法权益；

2、本公司/本人尽量减少与曼卡龙发生关联交易，如关联交易无法避免，将按照公平合理和正常的商业交易条件进行，将不会要求或接受曼卡龙给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件；

3、本公司/本人将严格和善意地履行与曼卡龙签订的各种关联交易协议，不会向曼卡龙谋求任何超出上述规定以外的利益或收益；

4、本公司/本人及本公司/本人所控制的企业在今后将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他任何方式占用曼卡龙的资金；在作为曼卡龙的控股股东/实际控制人/重要股东期间，将严格执行中国证监会有关规范上市公司与关联企业资金往来的规定。

如果因违反上述承诺导致曼卡龙或其控股子公司损失或利用关联交易侵占

曼卡龙或其控股子公司利益的，曼卡龙及其控股子公司的损失由本公司/本人负责承担。

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

(一) 董事会成员

截至本招股说明书签署日,公司董事会由9名成员组成,其中3名独立董事。公司董事名单及简历如下:

序号	姓名	职务	任职期间
1	孙松鹤	董事长	2018.12-2021.12
2	曹斌	董事	2018.12-2021.12
3	吴长峰	董事	2018.12-2021.12
4	王娟娟	董事	2018.12-2021.12
5	瞿吾珍	董事	2018.12-2021.12
6	孙舒云	董事	2018.12-2021.12
7	唐国华	独立董事	2018.12-2021.12
8	李文贵	独立董事	2018.12-2021.12
9	伍晓明	独立董事	2018.12-2021.12

1、孙松鹤先生,孙松鹤先生的基本情况详见本招股说明书“第二节 概览”之“二、发行人的控股股东及实际控制人的基本情况”的内容;孙松鹤先生的其他企业兼职情况详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“(五)董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况”的内容。

2、曹斌先生,曹斌先生的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“(二)持有发行人5%以上股份的主要股东基本情况”的内容;曹斌先生的其他企业兼职情况详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“(五)董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况”的内容。

3、吴长峰先生,1979年生,中国国籍,无永久境外居留权,本科学历。曾就职于杭州德意电器有限公司;曾任万隆曼卡龙珠宝人力资源总监;2009年至

今历任销售大区总经理助理、区域经理、浙江大区经理、董事、副总经理。现任发行人董事、副总经理。

4、王娟娟女士，1981年生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历。曾就职于安徽山鹰纸业股份有限公司、杭州山鹰纸业纸品有限公司、杭州老板电器股份有限公司、真珠乐器（杭州）有限公司；曾任杭州养生堂保健品有限公司财务经理、养生堂药业有限公司集团财务管理经理；2017年至今历任发行人财务负责人助理、财务负责人。现任发行人董事、财务负责人。

5、瞿吾珍女士，1970年生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历。曾任万隆曼卡龙珠宝有限公司商品总监；2009年至今任发行人商品中心副总监、今古项目负责人。现任发行人董事。

6、孙舒云女士，1990年生，中国国籍，拥有意大利永久居留权，毕业于意大利马兰欧尼设计学院，本科学历。曾就职于上海美特斯邦威服饰股份有限公司；2016年至今任发行人产品研发部设计研发经理。现任发行人董事。

7、李文贵女士，1982年生，博士研究生学历，教授。2005年至今任职于浙江财经大学。现任发行人独立董事。

8、唐国华先生，1963年生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历。曾就职于杭州大学法律系；曾任浙江君安世纪律师事务所主任、浙江泽大律师事务所主任；2011年至今任上海锦天城（杭州）律师事务所高级合伙人。现任发行人独立董事。

9、伍晓明女士，1970年生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历。曾就职于北京电力电容器厂；曾任中华会计师事务所、天健会计师事务所、中瑞华恒信会计师事务所、中瑞岳华会计师事务所经理；2013年至今任瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）经理。现任发行人独立董事。

（二）监事会成员

截至本招股说明书签署日，公司监事会由3名成员组成。公司监事名单及简历如下：

序号	姓名	职务	任职期间
1	周斌	监事会主席	2018.12-2021.12
2	华晔宇	监事	2018.12-2021.12

序号	姓名	职务	任职期间
3	林安德	监事	2018.12-2021.12

1、**周斌先生**，1968年生，中国国籍，无永久境外居留权，硕士学历。曾就职于杭州汽轮动力集团、杭州司迈特水处理工程有限公司；曾任万隆曼卡龙珠宝副总经理；2009年至今历任发行人副总经理、监事会主席。现任发行人监事会主席。

2、**华晔宇先生**，1972年生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历。曾任浙江省工商局《市场导报》新闻中心主任、国务院发展研究中心《中国经济报告》编委、国务院发展研究中心中国经济年鉴社华东代表处首席代表、《中国经济报告》编委；2007年至今任浙商创投股份有限公司联合创始人、行政总裁。现任发行人监事。

3、**林安德先生**，1982年生，中国国籍，无永久境外居留权，大专学历；曾任宁波日报集团中国宁波网拓展部主管、任宁波市甬太广告文化传播有限公司副总经理；2009年至今任发行人电商总监。现任发行人职工代表监事。

（三）高级管理人员简介

公司高级管理人员名单及简历如下：

序号	姓名	职务	聘任	任职期间
1	孙松鹤	总经理	第四届董事会第一次会议	2018.12-2021.12
2	吴长峰	副总经理	第四届董事会第一次会议	2018.12-2021.12
3	王娟娟	财务负责人	第四届董事会第一次会议	2018.12-2021.12
4	许恬	董事会秘书	第四届董事会第一次会议	2018.12-2021.12
		副总经理	第四届董事会第四次会议	2019.3-2021.12

1、**孙松鹤先生**，简历详见本招股说明书“第二节 概览”之“二、发行人的控股股东及实际控制人的基本情况”的内容。

2、**吴长峰先生**，简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”的内容。

3、**王娟娟女士**，简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”的内容。

4、许恬女士，1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历；曾任杭州宋都房地产集团有限公司投融资经理、任宋都基业投资股份有限公司投融资经理、证券事务代表；2017年至今历任发行人证券事务代表、董事会秘书、副总经理。现任发行人副总经理、董事会秘书。

（四）核心技术人员简介

1、孙松鹤先生，简历详见本招股说明书“第二节 概览”之“二、发行人的控股股东及实际控制人的基本情况”的内容。

2、瞿吾珍女士，简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”的内容。

3、孙舒云女士，简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”之“（一）董事会成员”的内容。

（五）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况如下：

姓名	职务	兼职单位	兼任职务	与发行人的关联关系
孙松鹤	董事长、总经理、核心技术人员	曼卡龙投资	董事长	发行人控股股东
		上海曼卡龙	执行董事、总经理	发行人子公司
曹斌	董事	曼卡龙投资	董事	发行人控股股东
		浙江玖瑞玖	执行董事、经理	发行人子公司
		宁波曼卡龙	执行董事、经理	发行人子公司
		西藏曼卡龙	执行董事、总经理	发行人子公司
		江苏曼卡龙	执行董事、经理	发行人子公司
		湖北曼卡龙	执行董事、经理	发行人子公司
		浙江理工大学科技与艺术学院	兼职教授	无其他关联关系
孙舒云	董事、核心技术人员	浙江玖瑞玖	监事	发行人子公司
		宁波曼卡龙	监事	发行人子公司
		西藏曼卡龙	监事	发行人子公司

姓名	职务	兼职单位	兼任职务	与发行人的关联关系
		上海曼卡龙	监事	发行人子公司
		江苏曼卡龙	监事	发行人子公司
		湖北曼卡龙	监事	发行人子公司
李文贵	独立董事	宁波市天普橡胶科技股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
		浙江财经大学	教授	无其他关联关系
伍晓明	独立董事	瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）	经理	无其他关联关系
唐国华	独立董事	上海锦天城（杭州）律师事务所	高级合伙人	无其他关联关系
		顺发恒业股份公司	独立董事	无其他关联关系
		广东嘉应制药股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
		日月重工股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
		浙江阮仕珍珠股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
		杭州食在保科技有限公司	董事	无其他关联关系
周斌	监事会主席	曼卡龙投资	监事	发行人控股股东
		杭州海衡投资管理有限公司	总经理	无其他关联关系
		杭州衡达投资管理有限公司	监事	无其他关联关系
		杭州衡正文化创意有限公司	监事	无其他关联关系
		杭州衡论文化传播有限公司	监事	无其他关联关系
		宁波海衡投资管理有限公司	监事	无其他关联关系
华晔宇	监事	浙商创投股份有限公司	董事、行政总裁	无其他关联关系
		浙江中鉴传媒科技有限公司	董事	无其他关联关系
		浙江爱秀星艺影视有限公司	执行董事	无其他关联关系
		浙江惠康电子通信科技有限公司	董事长	无其他关联关系
		杭州大善艺术品有限公司	执行董事	无其他关联关系
		杭州浙正投资管理有限公司	经理	无其他关联关系
		杭州钱江浙商创业投资管理有限公司	监事	无其他关联关系
		浙商创业投资管理（深圳）有限公司	监事	无其他关联关系
		杭州联网投资管理有限公司	监事	无其他关联关系

姓名	职务	兼职单位	兼任职务	与发行人的关联关系
		浙商创投（沈阳）有限公司	监事	无其他关联关系
		杭州助合投资管理有限公司	监事	无其他关联关系
		杭州网和投资管理有限公司	总经理	无其他关联关系
		杭州华放投资管理有限公司	经理	无其他关联关系
		上海杭创实业有限公司	董事	无其他关联关系
		浙江浙创置业有限公司	董事	无其他关联关系
		杭州泰飞利海投资管理有限 公司	董事长	无其他关联关系
		浙江浙商诺海创业投资合伙 企业（有限合伙）	执行事务合伙 人	无其他关联关系
		杭州勇健投资合伙企业（有 限合伙）	执行事务合伙 人	无其他关联关系
		杭州昌健投资合伙企业（有 限合伙）	执行事务合伙 人	无其他关联关系
		北京浙商海鹰创业投资有限 公司	监事	无其他关联关系
		山西尚风科技股份有限公司	董事	无其他关联关系
		广东九联科技股份有限公司	监事	无其他关联关系
		浙江康诺邦健康产品有限公 司	监事	无其他关联关系
		桐乡浙商乌镇互联网产业投 资管理有限公司	董事、经理	无其他关联关系
		杭州上山下乡网络科技有限 公司	董事	无其他关联关系
		上海九祥资产管理有限公司	董事	无其他关联关系
		浙江泽海投资管理有限公司	总经理	无其他关联关系
		德州中铍生物科技有限公司	董事	无其他关联关系
		杭州可桢网络科技有限公司	董事	无其他关联关系
		新影数讯网络科技（北京） 有限公司	监事	无其他关联关系
		杭州滋洛科技有限公司	董事	无其他关联关系
		杭州浙大未来创新投资管理 有限公司	董事	无其他关联关系
		北京浙商华盈创业投资管理 有限公司	监事	无其他关联关系
		杭州金通科技集团股份有限 公司	董事	无其他关联关系

(六)董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互间亲属关系情况

公司董事长、总经理、核心技术人员孙松鹤与董事、核心技术人员孙舒云系父女关系。

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互间不存在亲属关系情况。

(七)董事、监事的提名和选举情况

1、董事提名和选举情况

2018年12月10日，发行人2018年第五次临时股东大会审议通过第四届董事会成员选举议案，第四届董事会由孙松鹤、曹斌、吴长峰、瞿吾珍、孙舒云、王娟娟、李文贵、唐国华、伍晓明等9名成员构成，其中独立董事为李文贵、唐国华、伍晓明三人。9名董事均由第三届董事会提名。

2、监事提名和选举情况

2018年12月10日，发行人2018年第五次临时股东大会审议通过第四届监事会成员选举议案，第四届监事会由3名成员构成，其中周斌、华晔宇等2名股东代表监事由第三届监事会提名，经股东大会选举产生，1名职工代表监事林安德由职工代表大会提名并选举产生。

二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人及其业务相关的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除持有公司和公司控股股东曼卡龙投资的股权外，不存在与公司及其业务相关的其他对外投资情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况

（一）直接持股情况

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

序号	姓名	职务/亲属关系说明	持有发行人股份数 (股)	持有发行人股份比例 (%)
1	孙松鹤	董事长、总经理、核心技术人员	18,421,263	12.04
2	曹斌	董事	10,261,336	6.71
3	吴长峰	董事、副总经理	495,980	0.32
4	瞿吾珍	董事、核心技术人员	1,107,366	0.72
5	周斌	监事	1,413,060	0.92

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其近亲属间接持有发行人股份的情况如下：

序号	姓名	职务/亲属关系说明	间接持股情况		
			持股企业	出资额（元）	持股比例
1	孙松鹤	董事长、总经理、核心技术人员	曼卡龙投资	45,000,000	75%
2	曹斌	董事	曼卡龙投资	6,600,000	11%
3	瞿吾珍	董事、核心技术人员	曼卡龙投资	300,000	0.5%
4	周斌	监事	曼卡龙投资	4,200,000	7%

曼卡龙投资为公司控股股东，目前持有公司 9,928 万股股份，占比为 64.89%。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属无其他间接持有公司股份的情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在发行人及关联企业取得收入的情况

（一）薪酬组成、确定依据及所履行的程序

经每年的公司年度股东大会审议通过，公司独立董事享有固定数额的独立董

事津贴。

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬包括月度工资、年度绩效工资和其他奖励三部分。月度工资是由根据职务固定工资和月度绩效工资组成；年度绩效工资与员工年度绩效总体评价有关，依据年度绩效完成情况确定；其他奖励则针对不同部门或层级设置市场化成果奖、PK 奖励等奖励项目，年终由公司评比确定。

（二）最近三年内薪酬总额占各期发行人利润总额比重

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬总额占各期发行人利润总额的比重情况具体如下：

单位：万元

时间	薪酬总额	占利润总额的比例
2016 年	308.19	4.08%
2017 年	321.86	5.54%
2018 年	389.60	5.20%

（三）最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

2018 年度，公司现任董事、监事、高级管理人员及核心技术人员从公司领取薪酬的具体情况如下：

单位：万元

序号	姓名	职务	2018 年度从发行人处领取的薪酬
1	孙松鹤	董事长、总经理、核心技术人员	80.40
2	曹斌	董事	12.20
3	吴长峰	董事、副总经理	100.70
4	王娟娟	董事、财务负责人	41.00
5	瞿吾珍	董事、核心技术人员	55.10
6	孙舒云	董事、核心技术人员	18.00
7	唐国华[注]	独立董事	-
8	李文贵	独立董事	5.00
9	伍晓明	独立董事	5.00

序号	姓名	职务	2018 年度从发行人处领取的薪酬
10	周斌	监事会主席	未在发行人处领薪
11	华晔宇	监事	未在发行人处领薪
12	林安德	监事	28.80
13	许恬	副总经理、董事会秘书	21.60

注：唐国华为 2018 年 12 月公司新聘独立董事，故 2018 年暂未领薪。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员未在公司享受除社会保险、住房公积金外其他待遇和退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与发行人签订的协议及作出的重要承诺

（一）协议签订情况

截至本招股说明书签署日，本公司与上述在公司专职工作的人员签订了《劳动合同》。除上述合同外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员未与公司签订其他协议。

（二）重要承诺情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事和高级管理人员作出的承诺详见本招股说明书“重大事项提示”的内容。

六、报告期内董事、监事、高级管理人员变动情况

（一）董事变动情况

2016 年初，公司董事会成员共计 9 人，分别为孙松鹤、曹斌、刘春燕、胡晓群、吴长峰、潘攀、史洪岳、陈三联、李文贵，其中独立董事为史洪岳、陈三联、李文贵。

2017 年 5 月，独立董事史洪岳因个人原因辞去公司董事职务，2017 年 5 月 31 日，曼卡龙 2017 年第一次临时股东大会选举伍晓明为公司新独立董事。

2017年8月，公司董事胡晓群因个人原因辞去公司董事职务，2017年11月1日，曼卡龙2017年第三次临时股东大会选举瞿吾珍为公司新董事。

2018年1月，公司董事刘春燕因个人原因辞去公司董事职务，2018年4月12日，曼卡龙2018年第一次临时股东大会选举孙舒云为公司新董事。

2018年11月，深圳天图及天津天图将其持有的公司全部股份转让后，其推举的董事潘攀辞去董事职务。

2018年12月10日，因第三届董事会董事任期已满，公司2018年第五次临时股东大会选举孙松鹤、曹斌、孙舒云、瞿吾珍、吴长峰、王娟娟、伍晓明、唐国华、李文贵为第四届董事会董事。其中独立董事为伍晓明、唐国华、李文贵。上述董事变化符合《公司章程》的规定，履行了必要的法律程序。

（二）监事变动情况

2016年初，公司监事为周斌、华晔宇、林安德。

2018年12月10日，因第三届监事会监事任期已满，公司2018年第五次临时股东大会选举周斌、华晔宇为新一届监事，周斌、华晔宇与发行人职工代表大会选举的职工代表监事林安德共同组成第四届监事会。

上述监事变化符合《公司章程》的规定，履行了必要的法律程序。

（三）高级管理人员变动情况

2016年初，公司高级管理人员为总经理孙松鹤、副总经理吴长峰、财务负责人胡晓群、董事会秘书刘春燕。

2017年8月，财务负责人胡晓群因个人原因辞去公司财务负责人职务，2017年9月8日，公司第三届董事会第十次会议聘任刘春燕为公司财务负责人。

2018年1月，公司董事会秘书、财务负责人刘春燕因个人原因辞去董事会秘书、财务负责人职务。2018年3月27日，公司第三届董事会第十三次会议聘任王娟娟为公司财务负责人；由董事长孙松鹤代行董事会秘书职责。

2018年12月10日，公司第四届董事会第一次会议聘任孙松鹤为总经理、吴长峰为副总经理、许恬为董事会秘书、王娟娟为财务负责人。

2019年3月20日，公司第四届董事会第四次会议聘任许恬为公司副总经理。

上述高级管理人员变化符合《公司章程》的规定，履行了必要的法律程序。

七、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司已经按照《公司法》、中国证监会关于公司治理的有关规定，设立了股东大会、董事会、监事会及相关的生产经营管理机构，制定了《公司章程》、建立健全了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《独立董事工作细则》等规章制度，并依据上述规定建立了符合现行法律、法规的公司治理结构，公司严格按照各项规章制度规范运行，不存在董事、监事或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

发行人已按照《公司法》等相关法律、法规和规范性文件制定《公司章程》及《股东大会议事规则》，健全了股东大会制度，股东大会运行规范。

报告期内，公司共召开股东大会 14 次，具体情况如下：

序号	会议时间	会议名称
1	2016 年 3 月 13 日	2015 年年度股东大会
2	2016 年 5 月 5 日	2016 年第一次临时股东大会
3	2016 年 9 月 27 日	2016 年第二次临时股东大会
4	2017 年 3 月 2 日	2016 年年度股东大会
5	2017 年 5 月 31 日	2017 年第一次临时股东大会
6	2017 年 9 月 25 日	2017 年第二次临时股东大会
7	2017 年 11 月 1 日	2017 年第三次临时股东大会
8	2018 年 4 月 12 日	2018 年第一次临时股东大会
9	2018 年 6 月 28 日	2017 年年度股东大会
10	2018 年 10 月 15 日	2018 年第二次临时股东大会
11	2018 年 11 月 7 日	2018 年第三次临时股东大会
12	2018 年 12 月 1 日	2018 年第四次临时股东大会
13	2018 年 12 月 10 日	2018 年第五次临时股东大会
14	2018 年 12 月 27 日	2018 年第六次临时股东大会

（二）发行人董事会制度的建立健全及运行情况

发行人已按照《公司法》等相关法律、法规和规范性文件制定《公司章程》及《董事会议事规则》，健全了董事会制度。

报告期内，公司共召开董事会 21 次，具体情况如下：

序号	会议时间	会议名称
1	2016年2月22日	第三届董事会第二次会议
2	2016年4月20日	第三届董事会第三次会议
3	2016年8月8日	第三届董事会第四次会议
4	2017年2月10日	第三届董事会第五次会议
5	2017年4月18日	第三届董事会第六次会议
6	2017年5月15日	第三届董事会第七次会议
7	2017年5月31日	第三届董事会第八次会议
8	2017年7月17日	第三届董事会第九次会议
9	2017年9月8日	第三届董事会第十次会议
10	2017年10月16日	第三届董事会第十一次会议
11	2017年11月1日	第三届董事会第十二次会议
12	2018年3月27日	第三届董事会第十三次会议
13	2018年6月5日	第三届董事会第十四次会议
14	2018年7月12日	第三届董事会第十五次会议
15	2018年9月28日	第三届董事会第十六次会议
16	2018年10月22日	第三届董事会第十七次会议
17	2018年11月15日	第三届董事会第十八次会议
18	2018年11月19日	第三届董事会第十九次会议
19	2018年12月10日	第四届董事会第一次会议
20	2018年12月12日	第四届董事会第二次会议
21	2018年12月28日	第四届董事会第三次会议

（三）发行人监事会制度的建立健全及运行情况

发行人已按照《公司法》等相关法律、法规和规范性文件制定《公司章程》

及《监事会议事规则》，健全了监事会制度。

报告期内，公司共召开监事会 9 次，具体情况如下：

序号	会议时间	会议名称
1	2016 年 2 月 22 日	第三届监事会第二次会议
2	2016 年 8 月 8 日	第三届监事会第三次会议
3	2017 年 2 月 10 日	第三届监事会第四次会议
4	2017 年 8 月 8 日	第三届监事会第五次会议
5	2018 年 2 月 6 日	第三届监事会第六次会议
6	2018 年 6 月 5 日	第三届监事会第七次会议
7	2018 年 11 月 19 日	第三届监事会第八次会议
8	2018 年 12 月 10 日	第四届监事会第一次会议
9	2018 年 12 月 12 日	第四届监事会第二次会议

（四）发行人独立董事制度的建立健全及运行情况

为了进一步完善公司法人治理结构，保护中小股东利益，公司现有 3 名独立董事，并制定《独立董事工作细则》，对独立董事的任职条件、提名及选举程序、职权、工作条件等作出明确规定。

自公司聘任独立董事以来，公司独立董事依照《公司章程》和《独立董事工作细则》勤勉尽责地履行职权，对需要独立董事审核的事项发表了意见，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用，对公司风险管理、内部控制以及公司业务发展提出意见与建议。

截至本招股说明书签署日，未发生独立董事对发行人有关事项提出异议情形。

（五）发行人董事会专门委员会的设置情况

公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会中至少有一名独立董事是会计专业人士。

1、战略委员会

公司战略委员会现由孙松鹤、曹斌、伍晓明、吴长峰、瞿吾珍组成，并由孙

松鹤担任主任。战略委员会的主要职责是拟定并审议公司经营目标及中长期发展战略；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资、资产经营项目、融资方案进行研究和初步审议；监督、检查公司年度经营计划，投融资方案的执行情况；监督、检查董事会决议执行情况；提议董事会讨论的重大问题的建议和意见；董事会授权的其他事宜。

2、审计委员会

公司审计委员会现由李文贵、伍晓明、孙舒云组成，并由李文贵担任主任。审计委员会的主要职责是提议聘请或更换外部审计机构；监督内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司财务信息及其披露；审查公司内控制度；公司董事会授予的其他事宜。

3、提名委员会

公司提名委员会现由唐国华、李文贵、曹斌组成，并由唐国华担任主任。提名委员会的主要职责是根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、经理人员的选择标准和程序,并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；董事会授权的其他事宜。

4、薪酬与考核委员会

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

自公司各专门委员会设立以来，严格按照《公司章程》和各专业委员会工作细则的有关规定开展工作，履行了其职责。

八、发行人内部控制制度情况

（一）发行人内部控制制度的自我评估意见

管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：公司针对所有重大事项建立了健全、合理的内部控制制度，并按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2018 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的财务报表内部控制。

（二）注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

根据天健所出具的《关于曼卡龙珠宝股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审[2019]6409 号），其总体评价如下：

“我们认为，曼卡龙公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2018 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

本结论是在受到鉴证报告中指出的固有限制的条件下形成的。”

九、发行人报告期内违法违规行为情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事制度，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营，报告期内公司不存在重大违法违规行为。

十、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况

（一）报告期内资金占用情况

公司制定并严格遵守资金管理制度，截至本招股说明书签署日，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式违规占用的情形。

（二）报告期内对外担保情况

报告期内，公司不存在为股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

十一、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策、制度安排及最近三年的执行情况

（一）资金管理的政策制度

为了加强财务管理，公司根据国家相关法律、法规并结合公司实际情况制定了一系列资金管理政策制度。公司的资金管理政策制度主要包括《公司章程》、《关联交易决策制度》、《防范控股股东及实际控制人占用公司资金管理制度》、《公司授权管理制度》、《募集资金管理制度》等，上述制度对公司的资金管理与控制、关联交易的审议程序、募集资金的管理与使用等进行了详细的规定，有利于保障公司的资金安全，提高公司资金管理效率。

（二）对外投资的政策制度

为了规范公司及控股子公司的对外投资行为，提高资金运作效率，保护公司和股东的利益，建立规范、有效、科学的投资决策体系和机制，避免投资决策失误，化解投资风险，提高投资经济效益，实现公司资产的保值增值，公司在《对外投资决策制度》中进行了明确的规定：

“对外投资决策原则上经过项目调研、可行性分析、项目立项、项目执行等阶段。

董事会办公室对拟投资项目进行调研、论证，编制可行性研究报告及有关合作意向书，报送总经理。由总经理召集公司各相关部门对投资项目进行综合评审，在董事会对总经理的授权范围内由总经理决定是否立项；超出总经理权限的，提交董事会或股东大会审议。

投资金额（或连续12个月累计额）占公司最近一个会计年度经审计的合并财务报表期末净资产金额的比例在10%以下（不含本数）的，由董事会审批；在10%以上（含本数）的，董事会应当提出预案，报股东大会批准。

公司监事会、审计部、财务中心、董事会审计委员会应依据其职责对投资项目进行监督，对违规行为及时提出纠正意见，对重大问题提出专项报告，提请项目投资审批机构讨论处理。”

（三）对外担保的政策制度

公司在《公司章程（草案）》中明确了对外担保的审批权限，其中公司下列对外担保行为须经股东大会审议通过：

“（一）本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产 50% 以后提供的任何担保；

（二）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30% 以后提供的任何担保；

（三）为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；

（四）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10% 的担保；

（五）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

（六）深圳证券交易所规定的其他担保情形。”

公司在《对外担保决策制度》中对公司对外担保行为的规定：

“公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

（一）公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50% 以后提供的任何担保；

（二）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10% 的担保；

（三）公司对外担保总额，达到或超过公司最近一期经审计总资产 30% 以后提供的任何担保；

（四）为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；

（五）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30% 的担保；

（六）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过 5000 万元人民币；

（七）对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；

（八）《公司章程》规定的其他担保情形。

股东大会审议第（五）项担保事项时，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

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

公司为关联方提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交

股东大会审议。

除《公司章程》及本制度规定应由股东大会审议的对外担保事项外，公司其他对外担保需经董事会审议通过，并须经出席董事会的 2/3 以上董事审议同意并做出决议。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该项提交股东大会审议。”

（四）最近三年资金管理、对外投资、对外担保制度的执行情况

公司最近三年的资金管理、对外投资、担保事项严格遵守法律法规和公司制度的规定，无违法违规事件发生。

十二、投资者权益保护情况

为充分保护投资者的合法权益，促进公司诚信自律、规范运作，根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、证监会颁布的上市公司信息披露相关规定及其他适用法律、法规、规范性文件以及《公司章程（草案）》的规定，公司通过建立《信息披露管理制度》与《投资者关系管理制度》等制度来保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，并建立累积投票制度，以及公司上市后生效的中小投资者单独计票、采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决等制度。

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

为保障投资者依法享有获取公司信息的权利，确保信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关规定，制定了《信息披露管理制度》，对发行人信息披露的基本原则、披露内容、事务管理、保密措施等事项进行了详细规定。

（二）完善股东投票机制

《公司章程（草案）》规定，股东大会就选举两名以上（含两名）董事或非职工代表监事进行表决时，应当采用累积投票制。累积投票制是指股东大会选举

董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

《公司章程（草案）》规定，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

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

第九节 财务会计信息与管理层分析

一、注册会计师的审计意见及财务报表

（一）注册会计师审计意见

天健所接受曼卡龙委托审计了公司财务报表及附注，包括 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2016 年度、2017 年度、2018 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及相关财务报表附注，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审[2019]6408 号）。

（二）财务报表

1、发行人合并财务报表

（1）合并资产负债表

单位：元

资 产	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	79,383,479.82	51,241,371.11	28,186,588.46
应收票据及应收账款	45,959,925.64	52,359,758.13	49,526,383.80
预付款项	3,489,597.10	3,671,070.25	4,946,637.87
其他应收款	3,388,006.22	4,752,172.06	2,525,917.40
存货	351,540,443.26	331,213,744.67	301,999,622.30
其他流动资产	899,795.56	16,028,048.62	13,622,230.44
流动资产合计	484,661,247.60	459,266,164.84	400,807,380.27
非流动资产：			
固定资产	30,225,161.75	31,268,649.09	32,544,436.78
无形资产	3,877,001.70	-	104,538.56
长期待摊费用	3,509,531.68	1,764,014.61	352,500.00
递延所得税资产	4,546,817.87	3,983,019.54	3,565,165.47

资 产	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
其他非流动资产	-	1,092,452.82	-
非流动资产合计	42,158,513.00	38,108,136.06	36,566,640.81
资产总计	526,819,760.60	497,374,300.90	437,374,021.08

合并资产负债表（续）

负债和所有者权益	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动负债：			
短期借款	20,000,000.00	20,000,000.00	20,000,000.00
应付票据及应付账款	53,898,135.53	42,192,645.51	33,141,273.36
预收款项	3,926,225.94	7,539,320.19	6,187,862.37
应付职工薪酬	8,279,644.95	7,509,105.60	7,696,131.19
应交税费	21,417,071.62	16,048,618.95	10,622,888.05
其他应付款	8,907,257.12	7,132,892.60	5,544,187.60
流动负债合计	116,428,335.16	100,422,582.85	83,192,342.57
非流动负债：			
递延所得税负债	54,198.83	343,614.25	1,391,938.59
非流动负债合计	54,198.83	343,614.25	1,391,938.59
负债合计	116,482,533.99	100,766,197.10	84,584,281.16
股东权益：			
股本	153,000,000.00	153,000,000.00	153,000,000.00
资本公积	17,881,482.65	17,881,482.65	17,881,482.65
盈余公积	14,257,983.19	12,986,140.09	6,486,552.62
未分配利润	225,197,760.77	212,740,481.06	175,421,704.65
股东权益合计	410,337,226.61	396,608,103.80	352,789,739.92
负债和所有者权益总计	526,819,760.60	497,374,300.90	437,374,021.08

(2) 合并利润表

单位：元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业收入	919,672,119.19	837,406,174.00	749,759,525.58
减：营业成本	693,747,229.71	645,856,714.82	550,141,122.68

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
税金及附加	14,680,914.82	14,638,532.49	17,982,869.17
销售费用	104,597,249.04	91,164,721.48	87,702,464.51
管理费用	35,076,048.90	33,032,307.80	30,345,932.70
研发费用	454,911.56	380,870.50	265,464.03
财务费用	1,408,657.79	1,453,043.64	3,247,320.32
资产减值损失	654,947.73	1,349,320.01	829,828.76
加：其他收益	5,855,507.01	8,928,730.93	-
资产处置收益	-	-133,468.53	-84,275.88
二、营业利润	74,907,666.65	58,325,925.66	59,160,247.53
加：营业外收入	222,841.51	81,256.03	18,712,623.05
减：营业外支出	140,117.45	358,969.28	2,352,734.60
三、利润总额	74,990,390.71	58,048,212.41	75,520,135.98
减：所得税费用	19,951,267.90	14,229,848.53	19,736,752.71
四、净利润	55,039,122.81	43,818,363.88	55,783,383.27
五、其他综合收益税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	55,039,122.81	43,818,363.88	55,783,383.27
七、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.36	0.29	0.36
（二）稀释每股收益	0.36	0.29	0.36

(3) 合并现金流量表

单位：元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,023,675,231.97	904,459,604.41	773,035,050.29
收到的税费返还	1,027,495.95	3,905,977.40	8,335,496.66
收到其他与经营活动有关的现金	7,545,398.70	7,011,725.21	12,743,139.51
经营活动现金流入小计	1,032,248,126.62	915,377,307.02	794,113,686.46
购买商品、接受劳务支付的现金	773,633,566.10	712,515,613.00	585,883,376.22
支付给职工以及为职工支付的现金	79,061,734.18	66,913,882.06	56,064,225.88

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
支付的各项税费	47,552,026.89	50,964,520.60	65,380,934.86
支付其他与经营活动有关的现金	55,370,655.67	60,006,502.58	53,821,888.75
经营活动现金流出小计	955,617,982.84	890,400,518.24	761,150,425.71
经营活动产生的现金流量净额	76,630,143.78	24,976,788.78	32,963,260.75
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	84,710.00	20,219.45
投资活动现金流入小计	-	84,710.00	20,219.45
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	9,691,472.62	1,930,202.24	2,512,555.95
投资活动现金流出小计	9,691,472.62	1,930,202.24	2,512,555.95
投资活动产生的现金流量净额	-9,691,472.62	-1,845,492.24	-2,492,336.50
三、筹资活动产生的现金流量：			
取得借款收到的现金	50,000,000.00	60,000,000.00	20,000,000.00
筹资活动现金流入小计	50,000,000.00	60,000,000.00	20,000,000.00
偿还债务支付的现金	50,000,000.00	60,000,000.00	75,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	39,170,267.98	388,410.00	852,990.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	1,000,000.00
筹资活动现金流出小计	89,170,267.98	60,388,410.00	76,852,990.00
筹资活动产生的现金流量净额	-39,170,267.98	-388,410.00	-56,852,990.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	373,705.53	311,896.11	-980,839.62
五、现金及现金等价物净增加额	28,142,108.71	23,054,782.65	-27,362,905.37
加：期初现金及现金等价物余额	51,241,371.11	28,186,588.46	55,549,493.83
六、期末现金及现金等价物余额	79,383,479.82	51,241,371.11	28,186,588.46

2、发行人母公司财务报表

(1) 母公司资产负债表

单位：元

资产	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	50,663,193.86	23,790,144.68	18,585,831.11

资产	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
应收票据及应收账款	45,542,620.10	49,081,697.17	52,833,008.85
预付款项	2,097,334.34	2,262,230.83	4,162,184.63
其他应收款	2,850,138.27	2,514,075.80	1,473,753.31
存货	264,380,726.13	227,963,617.69	171,705,353.50
其他流动资产	628,885.02	4,447,256.47	2,648,151.86
流动资产合计	366,162,897.72	310,059,022.64	251,408,283.26
非流动资产：			
长期股权投资	57,575,483.00	56,575,483.00	46,575,483.00
固定资产	29,471,163.86	30,348,021.76	31,546,972.52
无形资产	3,877,001.70	-	104,538.56
长期待摊费用	2,574,588.92	1,098,256.25	352,500.00
递延所得税资产	886,555.01	1,012,882.15	903,677.09
其他非流动资产	-	1,092,452.82	-
非流动资产合计	94,384,792.49	90,127,095.98	79,483,171.17
资产总计	460,547,690.21	400,186,118.62	330,891,454.43

母公司资产负债表（续）

负债和所有者权益	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动负债：			
短期借款	20,000,000.00	-	-
应付票据及应付账款	163,619,006.50	105,160,913.08	119,963,726.79
预收款项	32,701,713.83	29,699,403.82	12,999,138.27
应付职工薪酬	5,025,106.45	4,124,450.15	4,657,439.03
应交税费	5,233,751.68	6,897,857.74	4,213,265.80
其他应付款	9,224,406.77	968,219.81	718,485.22
流动负债合计	235,803,985.23	146,850,844.60	142,552,055.11
负债合计	235,803,985.23	146,850,844.60	142,552,055.11
股东权益：			
股本	153,000,000.00	153,000,000.00	153,000,000.00

负债和所有者权益	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
资本公积	17,336,850.00	17,336,850.00	17,336,850.00
盈余公积	14,257,983.19	12,986,140.09	6,486,552.62
未分配利润	40,148,871.79	70,012,283.93	11,515,996.70
股东权益合计	224,743,704.98	253,335,274.02	188,339,399.32
负债和所有者权益总计	460,547,690.21	400,186,118.62	330,891,454.43

(2) 母公司利润表

单位：元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业收入	936,337,291.33	768,066,996.24	863,092,411.84
减：营业成本	813,262,011.87	656,765,689.13	750,487,825.44
税金及附加	10,299,192.92	10,659,835.85	12,936,220.66
销售费用	80,121,278.62	70,113,897.97	67,501,871.43
管理费用	15,391,146.27	11,928,812.43	13,787,473.96
研发费用	454,911.56	380,870.50	265,464.03
财务费用	692,103.09	815,935.63	854,797.45
资产减值损失	830,788.47	1,520,834.73	1,968,695.40
加：其他收益	2,500,930.00	3,548,170.00	-
投资收益	-	50,000,000.00	-
资产处置收益	-	-134,855.80	-84,813.53
二、营业利润	17,786,788.53	69,294,434.20	15,205,249.94
加：营业外收入	2,324.26	55,153.23	9,443,849.96
减：营业外支出	70,422.03	308,699.90	1,524,172.87
三、利润总额	17,718,690.76	69,040,887.53	23,124,927.03
减：所得税费用	5,000,259.80	4,045,012.83	6,678,393.34
四、净利润	12,718,430.96	64,995,874.70	16,446,533.69
五、其他综合收益税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	12,718,430.96	64,995,874.70	16,446,533.69

(3) 母公司现金流量表

单位：元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	709,011,449.60	582,741,168.95	593,275,449.16
收到的税费返还	-	-	351,489.97
收到其他与经营活动有关的现金	7,933,106.48	9,232,436.87	15,621,761.85
经营活动现金流入小计	716,944,556.08	591,973,605.82	609,248,700.98
购买商品、接受劳务支付的现金	489,596,415.14	458,403,429.08	498,241,237.36
支付给职工以及为职工支付的现金	51,353,761.83	42,300,243.11	34,373,476.50
支付的各项税费	27,087,478.29	28,614,143.17	33,742,258.39
支付其他与经营活动有关的现金	44,077,839.49	45,839,836.97	49,946,336.15
经营活动现金流出小计	612,115,494.75	575,157,652.33	616,303,308.40
经营活动产生的现金流量净额	104,829,061.33	16,815,953.49	-7,054,607.42
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	81,960.00	19,506.63
投资活动现金流入小计	-	81,960.00	19,506.63
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,998,544.17	1,693,599.92	1,932,015.22
投资支付的现金	1,000,000.00	10,000,000.00	-
投资活动现金流出小计	8,998,544.17	11,693,599.92	1,932,015.22
投资活动产生的现金流量净额	-8,998,544.17	-11,611,639.92	-1,912,508.59
三、筹资活动产生的现金流量：			
取得借款收到的现金	20,000,000.00	-	-
筹资活动现金流入小计	20,000,000.00	-	-
偿还债务支付的现金	50,000,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	38,957,467.98	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	1,000,000.00
筹资活动现金流出小计	88,957,467.98	-	1,000,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-68,957,467.98	-	-1,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
五、现金及现金等价物净增加额	26,873,049.18	5,204,313.57	-9,967,116.01
加：期初现金及现金等价物余额	23,790,144.68	18,585,831.11	28,552,947.12
六、期末现金及现金等价物余额	50,663,193.86	23,790,144.68	18,585,831.11

二、影响发行人业绩的主要因素分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

公司是一家集珠宝首饰创意、销售及品牌管理为一体的珠宝首饰零售连锁企业。公司管理层认为影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素如下：

1、门店数量和加盟商数量变动

公司按照销售模式主要分为直营店、专柜和加盟等模式，其中直营店按照所在位置又可分为街边直营店和商场直营店。2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司直营店数量分别为 18 家、21 家和 27 家，其中街边直营店数量分别为 11 家、8 家和 8 家，商场直营店数量分别为 7 家、13 家和 19 家；专柜数量分别为 42 家、50 家和 59 家；加盟商数量分别为 34 家、47 家和 67 家。门店和加盟商数量的变动对公司收入和利润的影响较大。

2、成本价格变动

影响公司营业成本的因素包括黄金、铂金、钻石等原材料成本、成品采购成本和委托加工成本。原材料采购价格、成品采购价格、委托加工成本波动，将会对公司的营业成本及盈利能力产生影响。

3、毛利率的变动

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司综合毛利率分别为 26.62%、22.87% 和 24.57%，毛利率基本保持稳定。公司的毛利率水平与同行业可比上市公司平均水平接近，具有较强的盈利能力，但随着行业竞争不断加剧，有可能导致公司产品价格下降，从而导致公司毛利率下降。

（二）具有预示作用的指标

根据所处的行业状况及自身业务特点，公司管理层认为对公司业绩具有较强预示作用的指标如下：

项目	2018年12月31日 /2018年度	2017年12月31日 /2017年度	2016年12月31日 /2016年度
直营店数量（家）	27	21	18
其中：街边直营店（家）	8	8	11
商场直营店（家）	19	13	7
专柜数量（家）	59	50	42
加盟商数量（家）	67	47	34
营业收入（万元）	91,967.21	83,740.62	74,975.95
营业收入增长率	9.82%	11.69%	-
毛利率	24.57%	22.87%	26.62%
应收账款周转率（次）	18.90	16.44	17.09
存货周转率（次）	2.03	2.04	1.89

报告期内影响公司盈利能力的主要指标分析详见本节“十一、盈利能力分析”及“十二、财务状况分析”的内容。

三、期后财务信息

2019年1月以来，公司经营状况良好，采购、委托加工和销售等业务运转正常，经营模式和整体经营环境未发生重大不利变化，2019年1-5月收入 and 利润较去年同期有所增长。

四、财务报表编制的基础、合并报表范围及变化情况

公司会计年度为公历年度，即每年1月1日起至12月31日止，以人民币为记账本位币，并按照《企业会计准则》编制财务报告。公司的主要会计政策和会计估计如下：

（一）财务报表编制基础

公司财务报表以持续经营为编制基础。公司不存在导致对报告期末起12个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表范围及其变化

1、合并财务报表范围

截至 2018 年 12 月 31 日，纳入合并财务报表范围的子公司情况如下：

单位：万元

子公司名称	主要经营地/注册地	注册资本	持股比例（%）
宁波曼卡龙珠宝有限公司	浙江省宁波市	1,000.00	100.00
上海曼卡龙珠宝有限公司	上海市	1,000.00	100.00
上海戴曼克森钻石贸易有限公司	上海市	1,500.00	100.00
浙江玖瑞玖商贸有限公司	浙江省杭州市	1,000.00	100.00
西藏曼卡龙珠宝有限公司	西藏自治区拉萨市	100.00	100.00
江苏曼卡龙珠宝有限公司	江苏省南通市	1,000.00	100.00
湖北曼卡龙珠宝有限公司	湖北省武汉市	100.00	100.00

2、合并财务报表范围变化

①合并范围增加

单位：万元

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	出资额	出资比例（%）
江苏曼卡龙珠宝有限公司	新设	2017 年 7 月 21 日	1,000.00	100.00
湖北曼卡龙珠宝有限公司	新设	2018 年 7 月 26 日	100.00	100.00

②合并范围减少

公司名称	股权处置方式	股权处置时点
宁波玖瑞玖商贸有限公司[注]	注销	2018 年 9 月 5 日

注：宁波玖瑞玖商贸有限公司系浙江玖瑞玖商贸有限公司的全资子公司。

五、最近三年采用的主要会计政策和会计估计

公司会计年度为公历年度，即每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止，以人民币为记账本位币，并按照《企业会计准则》编制财务报告。公司的主要会计政策和会计估计如下：

（一）收入

1、收入确认原则

(1) 销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

(2) 提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

(3) 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

(4) 建造合同

①建造合同的结果在资产负债表日能够可靠估计的，根据完工百分比法确认合同收入和合同费用。建造合同的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用；若合同成本不可能收回的，在发生时立即确认为合同费用，不确认合同收入。

②固定造价合同同时满足下列条件表明其结果能够可靠估计：合同总收入能够可靠计量、与合同相关的经济利益很可能流入、实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量、合同完工进度和为完成合同尚需发生的成本能够可

靠地计量。成本加成合同同时满足下列条件表明其结果能够可靠估计：与合同相关的经济利益很可能流入、实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量。

③确定合同完工进度的方法为累计实际发生的合同成本占合同预计总成本的比例。

④资产负债表日，合同预计总成本超过合同总收入的，将预计损失确认为当期费用。执行中的建造合同，按其差额计提存货跌价准备；待执行的亏损合同，按其差额确认预计负债。

2、收入确认的具体方法

公司主要销售黄金、铂金饰品和钻石饰品等产品。收入确认具体方法如下：

(1) 直营店、加盟商：公司已根据约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；

(2) 专柜：公司已根据约定将产品交付给消费者，且产品销售收入金额已确定，已经取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；

(3) 委托代销：公司收到委托代销方确认的代销清单（结算单），且产品销售收入金额已确定，已经取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；

(4) 电商：①公司通过电子商务平台零售，消费者收到货物后确认收货，且产品销售收入金额已确定，已经收到货款且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；②公司销售给电子商务平台，并由其对外销售，公司收到电子商务平台确认的结算清单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

(5) 以旧换新业务的计量：公司因转让商品向客户收取非现金形式对价，按照非现金对价的公允价值确定交易价格。

(二) 金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：（1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；（2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；（2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；（3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：①按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持

有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。（2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

（1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

(2) 第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

(3) 第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

(1) 资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

(2) 对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

(3) 可供出售金融资产

①表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

- A、债务人发生严重财务困难；
- B、债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；
- C、公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- D、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- E、因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；
- F、其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

②表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（三）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	占应收款项账面余额 10% 以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

（1）具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

（2）账龄分析法

应收款项账龄	应收账款计提比例	其他应收账款计提比例
1年以内（含1年，下同）	5%	5%
1至2年	10%	10%
2至3年	50%	50%
3年以上	100%	100%

3、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（四）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用个别计价法或加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

(1) 低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

(2) 包装物

按照一次转销法进行摊销。

(五) 长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

(1) 同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(2) 非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

(3) 除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

(1) 个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

(2) 合并财务报表

①通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

②通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（六）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

项 目	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	40-50	5	2.38-1.90
通用设备	年限平均法	3-5	5	31.67-19.00
运输工具	年限平均法	4-5	5	23.75-19.00

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法

符合下列一项或数项标准的，认定为融资租赁：（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人；（2）承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将会行使这种选择权；（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分[通常占租赁资产使用寿命的 75% 以上（含 75%）]；（4）承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值[90% 以上（含 90%）]；出租人在租赁开始日的最低租赁

收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值[90%以上（含 90%）]；

（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

融资租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值中较低者入账，按自有固定资产的折旧政策计提折旧。

（七）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项 目	摊销年限（年）
软件	3-5

使用寿命不确定的无形资产不摊销，公司在每个会计期间均对该无形资产的使用寿命进行复核。

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（八）政府补助

1、2017 年度和 2018 年度

（1）政府补助在同时满足下列条件时予以确认：①公司能够满足政府补助所附的条件；②公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

(2) 与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

(3) 与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益和冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益和冲减相关成本。

(4) 与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

(5) 政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

①财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

②财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

2、2016 年度

(1) 政府补助在同时满足下列条件时予以确认：①公司能够满足政府补助所附的条件；②公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

(2) 与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

（3）与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（九）递延所得税资产和递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十）职工薪酬

1、职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

(1) 在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

(2) 对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十一）租赁

1、经营租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

2、融资租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

公司为出租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

（十二）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在1年以上(不含1年)的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如

果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十三）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（十四）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（十五）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

2、外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。

（十六）会计政策和会计估计变更

1、会计政策变更

(1) 根据财政部制定的《增值税会计处理规定》(财会[2016]22号), 公司将 2016 年 5 月 1 日以后的房产税、印花税、土地使用税和车船使用税列报于“税金及附加”项目, 2016 年 5 月 1 日之前的仍列报于“管理费用”项目。

(2) 根据财政部《关于印发修订《企业会计准则第 16 号——政府补助》的通知》(财会[2017]15 号) 和修订后《企业会计准则第 16 号——政府补助》, 公司将与日常活动相关的政府补助列报于“其他收益”项目, 与企业日常活动无关的政府补助仍列报于“营业外收入”项目。对于 2017 年 1 月 1 日存在的与资产相关的政府补助, 采用未来适用法处理。

2、会计估计变更

公司最近三年内无会计估计变更。

六、税项

(一) 主要税种及税率

最近三年, 公司适用的主要税种及税率如下:

税 种	计税依据	税 率
增值税[注]	销售货物或提供应税劳务	17%、16%；6%；5%
消费税	应纳税销售额	除公司之子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司暂不征收消费税外, 公司及其余子公司均适用 5% 的消费税税率。
营业税	应纳税营业额	5%
房产税	从价计征的, 按房产原值一次减除 30% 后余值的 1.2% 计缴; 从租计征的, 按租金收入的 12% 计缴	1.2%、12%
城市维护建设税	应缴流转税税额	除公司嘉善分公司按应缴流转税税额的 5% 计缴外, 公司及其余分子公司均按流转税税额的 7% 计缴。
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	除公司之子公司上海曼卡龙珠宝有限公司 2018 年 7-12 月按应缴流转税税额的 1% 计缴外, 公司及其余分子公司均按流转税税额的 2% 计缴。

税 种	计税依据	税 率
企业所得税	应纳税所得额	9%、15%、20%、25%

注：根据财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32号），从2018年5月1日起，公司发生增值税应税销售行为，原适用17%的，税率调整为16%。加盟费收入及策划服务收入按6%税率计缴，不动产租赁按5%税率计缴。

不同税率的纳税主体企业所得税税率情况：

纳税主体名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
西藏曼卡龙珠宝有限公司	15%	9%	9%
江苏曼卡龙珠宝有限公司	20%	25%	尚未成立
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%

（二）税收优惠及批文

1、根据财政部、海关总署、国家税务总局《关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》（财税[2006]65号），公司之子公司上海戴曼克森钻石贸易有限公司自上海钻石交易所销往国内市场的成品钻石，进口环节增值税实际税负超过4%的部分由海关实行即征即退。

2、根据西藏自治区藏政发[1994]22号文，公司之子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司暂不征收消费税。

3、根据萧地税字（开）第201101179号、萧地税通[2016]60387号和萧地税通[2016]60403号文件批复，本公司及子公司浙江玖瑞玖商贸有限公司享受地方水利建设基金返还的税收优惠政策。

4、根据西藏自治区人民政府《关于印发〈西藏自治区企业所得税政策实施办法〉的通知》（藏政发[2014]51号），西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中企业所得税15%的税率，且自2015年1月1日起至2017年12月31日止暂免缴纳企业所得税中属于地方分享的部分，故公司之子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司2016年度和2017年度按9%的税率计缴企业所得税；根据西藏自治区人民政府《关于印发〈西藏自治区招商引资优惠政策若干规定(试行)〉的通知》（藏政发[2018]25号），西藏自治区的企业统一执行西部大开发战略中企业所得税15%的税率，故公司之子公司西藏曼卡龙珠宝有限公司2018年度按15%的税率计缴企业所得税。

5、根据《国家税务总局关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》（财税[2015]34号）、《国家税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税[2015]99号）及《财政部、国家税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税[2017]43号），江苏曼卡龙珠宝有限公司被认定为小型微利企业，2018年度享受所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税的优惠政策。

七、分部信息

（一）产品分部

报告期内，公司主营业务收入按产品分部情况如下：

单位：万元

产 品	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
素金饰品	55,616.65	60.65	50,767.57	60.94	44,648.06	59.91
镶嵌饰品	36,080.58	39.35	32,535.96	39.06	29,877.69	40.09
合 计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

（二）地区分部

报告期内，公司主营业务收入按地区分部情况如下：

单位：万元

地区名称	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
杭州地区	38,483.03	41.97	36,583.65	43.92	35,145.11	47.16
宁波地区	16,565.82	18.07	15,742.51	18.90	15,960.33	21.42
浙江省内其他地区	27,566.52	30.06	27,345.06	32.83	21,518.67	28.87
浙江省外地区	4,125.99	4.50	856.94	1.03	209.59	0.28
电商	4,955.88	5.40	2,775.37	3.33	1,692.04	2.27
合 计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

八、非经常性损益

天健所对公司最近三年的非经常性损益明细表进行鉴证并出具了《关于曼卡龙珠宝股份有限公司最近三年非经常性损益的鉴证报告》（天健审[2019]6411号）。依据经注册会计师核验的非经常性损益明细表，公司最近三年非经常性损益的具体内容、金额和扣除非经常性损益后的净利润金额以及非经常性损益对当期净利润影响情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
非流动资产处置损益,包括已计提资产减值准备的冲销部分	-7.09	-41.70	-127.86
越权审批,或无正式批准文件,或偶发性的税收返还、减免	-	-	86.19
计入当期损益的政府补助(与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外)	482.80	502.28	1,036.06
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	15.36	0.58	1.58
小 计	491.07	461.16	995.97
减: 所得税费用	123.41	109.50	247.65
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	367.67	351.66	748.32
归属于母公司所有者的净利润	5,503.91	4,381.84	5,578.34
非经常性损益净额占归属于母公司所有者净利润比例	6.68%	8.03%	13.41%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,136.25	4,030.18	4,830.02

报告期内，公司非经常性损益占公司净利润的比例较小，且逐年下降，非经常性损益主要由政府补助构成，公司经营成果对非经常性损益不存在重大依赖。

九、主要财务指标

（一）公司主要财务指标

财务指标	2018 年 12 月 31 日 2018 年度	2017 年 12 月 31 日 2017 年度	2016 年 12 月 31 日 2016 年度
------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

财务指标	2018年12月31日 2018年度	2017年12月31日 2017年度	2016年12月31日 2016年度
流动比率（倍）	4.16	4.57	4.82
速动比率（倍）	1.14	1.28	1.19
资产负债率（母公司）	51.20%	36.70%	43.08%
资产负债率（合并）	22.11%	20.26%	19.34%
应收账款周转率（次）	18.90	16.44	17.09
存货周转率（次）	2.03	2.04	1.89
息税折旧摊销前利润（万元）	7,964.73	6,112.04	7,975.95
归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,503.91	4,381.84	5,578.34
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	5,136.25	4,030.18	4,830.02
利息保障倍数（倍）[注 1]	-	481.04	118.95
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.50	0.16	0.22
每股净现金流量（元）	0.18	0.15	-0.18
基本每股收益（元）	0.36	0.29	0.36
稀释每股收益（元）	0.36	0.29	0.36
归属于母公司所有者的每股净资产（元）	2.68	2.59	2.31
净资产收益率	12.98%	11.69%	17.17%
无形资产占净资产的比例（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）	0.94%	-	0.03%

注 1：公司 2018 年利息收入超过利息支出，因此不计算利息保障倍数。

注 2：上述财务指标计算公式如下：

- (1) 流动比率=流动资产/流动负债
- (2) 速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- (3) 资产负债率=(总负债/总资产)×100%
- (4) 应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
- (5) 存货周转率=营业成本/存货平均余额
- (6) 息税折旧摊销前利润=净利润+企业所得税+(利息支出-利息收入)+折旧费用+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
- (7) 利息保障倍数=[利润总额+(利息支出-利息收入)]/(利息支出-利息收入)
- (8) 每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本
- (9) 每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末总股本
- (10) 归属于母公司所有者的每股净资产=期末归属于母公司所有者的净资产/期末总股本
- (11) 无形资产占净资产的比例=无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等)/期末净资产

(二) 净资产收益率与每股收益

公司按《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》计算的报告期内净资产收益率和每股收益如下：

项 目		加权平均净资产收益率(%)	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2018年度	12.98	0.36	0.36
	2017年度	11.69	0.29	0.29
	2016年度	17.17	0.36	0.36
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2018年度	12.11	0.34	0.34
	2017年度	10.76	0.26	0.26
	2016年度	14.87	0.32	0.32

注：（1）加权平均净资产收益率计算公式

加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 + E_k \times M_k \div M_0)$ 其中：
P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的月份数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的月份数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的月份数。

（2）基本每股收益计算公式

基本每股收益= $P \div S$

$S = S_0 + S_1 + S_2 \div 2 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数（未超出期初净资产部分）；S2 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数（超出期初净资产部分）；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的月份数。

（3）报告期内公司不存在稀释性的潜在普通股，稀释每股收益的计算过程与基本每股收益的计算过程相同。

十、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

根据财政部、国家税务总局和海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署[2019]39号），从2019年4月1日起，公

司发生增值税应税销售行为或进口货物，原适用 16% 增值税税率的调整为 13%，原适用 10% 增值税税率的调整为 9%。

截至财务报告批准报出日，除上述事项外，公司不存在需要披露的重要资产负债表日后事项。

（二）承诺及或有事项

1、重要承诺事项

①根据公司与杭州市前进文化用品有限公司等单位及李顺云、卫飞翔等个人签订的房屋租赁协议，公司自 2019 年 1 月 1 日起至 2020 年 11 月 20 日共需支付房屋租赁费用 710.71 万元。

②根据本公司之子公司宁波曼卡龙珠宝有限公司与宁波城市广场开发经营有限公司等单位及孙国强签订的房屋租赁协议，宁波曼卡龙珠宝有限公司自 2019 年 1 月 1 日起至 2020 年 4 月 6 日共需支付房屋租赁费用 344.73 万元。

2、或有事项

截至 2018 年 12 月 31 日，公司不存在需要披露的重要或有事项。

（三）其他重要事项

公司 2016 年度及以前年度开展以旧换新业务收到旧饰品等非货币性对价商品时，旧饰品作为购入商品处理，并按照抵值金额确认公司存货入账价值。为更谨慎地反映企业财务状况和经营成果，公司参照《企业会计准则第 14 号—收入》（2017）及其应用指南（2018）的相关规定，按照旧饰品的公允价值确定为存货入账价值。由于抵值金额通常与公允价值不一致，公司采用追溯重述法调整了 2016 年度财务数据。

十一、盈利能力分析

（一）营业收入分析

报告期内，公司营业收入的构成情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
-----	---------	---------	---------

	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务收入	91,697.24	99.71	83,303.53	99.48	74,525.75	99.40
其他业务收入	269.97	0.29	437.09	0.52	450.20	0.60
合计	91,967.21	100.00	83,740.62	100.00	74,975.95	100.00

最近三年，公司主营业务收入占营业收入比例均在 99% 以上，主营业务突出。其他业务收入占比较小，对公司经营状况不产生重大影响。公司营业收入的主要来源是以珠宝首饰销售为主的主营业务收入。

1、主营业务收入变动分析

(1) 主营业务收入变动情况

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	增长率 (%)	金额	增长率 (%)	金额
主营业务收入	91,697.24	10.08	83,303.53	11.78	74,525.75

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司实现主营业务收入分别为 74,525.75 万元、83,303.53 万元和 91,697.24 万元，呈平稳增长趋势。

(2) 主营业务收入增长原因

2016 年至 2018 年，公司主营业务保持稳步增长的趋势，原因如下：

① 线下销售渠道的铺设及线上销售渠道的建设带动了收入的增长

凭借稳健的发展、日臻成熟的品牌形象，公司在浙江省内获得了广泛的品牌知名度、美誉度和忠诚度，在市场上形成了良好的口碑，为公司实现在全国市场的突破打下了坚实的基础。

公司建立了“自营+加盟”的销售网络，在江浙等地的大型城市核心商圈开设自营店，在大城市非核心商圈及周边等较小城市的核心商圈通过加盟店销售，形成了高效率和高覆盖的营销网络，为公司产品提供了优质的营销渠道。

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司直营店数量分别为 18 家、21 家和 27 家，专柜数量分别为 42 家、50 家和 59 家，加盟商数量分别为 34 家、47 家和 67 家，线下销售渠道的铺设为主营业务收入的增长打下了坚实基础。

在网络销售及电子商务日趋活跃的发展背景下，公司亦在网络销售领域展开建设。公司主要通过天猫和唯品会进行线上销售，2016 年、2017 年和 2018 年，

公司电商实现收入分别为 1,692.04 万元、2,775.37 万元和 4,955.88 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.27%、3.33%和 5.40%。线上销售提升了公司的品牌效应及整体竞争力。

②浙江省外市场的拓展

曼卡龙秉承立足浙江，逐步辐射周边省份乃至全国的理念，在品牌空白区域，首先通过设立直营店/专柜的方式开拓市场，树立一定品牌效应后再通过加盟方式引导业务有序扩张。报告期内，公司先后进入了江苏、安徽和湖北等浙江省外市场，浙江省外市场的收入也从 2016 年的 209.59 万元增加到 2017 年的 856.94 万元和 2018 年的 4,125.99 万元。

③增值税税率下调带来的收入增加

根据财政部、国家税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32号），从 2018 年 5 月 1 日起，公司发生增值税应税销售行为，原适用 17% 增值税税率的调整为 16%。公司终端产品的价格基本保持稳定，增值税税率下调增加了公司收入。

2、主营业务收入构成分析

(1) 按产品类别分类

报告期内，公司主营业务收入按产品类别分类如下：

单位：万元

产 品	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
素金饰品	55,616.65	60.65	50,767.57	60.94	44,648.06	59.91
镶嵌饰品	36,080.58	39.35	32,535.96	39.06	29,877.69	40.09
合 计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

报告期内，公司主要产品为素金饰品和镶嵌饰品，收入金额均呈现逐年上升的趋势。

①素金饰品

公司素金饰品主要包括黄金、铂金等饰品，以黄金饰品为主。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司素金饰品销售收入分别为 44,648.06 万元、50,767.57 万元和 55,616.65 万元，素金饰品收入占主营业务收入的比重分别为 59.91%、60.94%和 60.65%。2017 年度素金饰品收入较上年度增加 6,119.51

万元，增幅 13.71%；2018 年度素金饰品收入较上年度增加 4,849.08 万元，增幅 9.55%。素金饰品业务收入增长主要原因系公司线下和线上渠道的铺设带动了素金类产品收入的增长。

②镶嵌饰品

按主要材料区分，公司镶嵌饰品主要包括钻石饰品、翡翠饰品及宝石饰品等，以钻石饰品为主。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，镶嵌饰品销售收入分别为 29,877.69 万元、32,535.96 万元和 36,080.58 万元，镶嵌饰品收入占主营业务收入的比重分别为 40.09%、39.06%和 39.35%。2017 年度镶嵌饰品收入较上年度增加 2,658.27 万元，增幅 8.90%；2018 年度镶嵌饰品收入较上年度增加 3,544.63 万元，增幅 10.89%。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司镶嵌饰品收入持续增加，主要得益于公司将毛利率较高的“爱尚”系列作为重点推广的产品战略。公司大力推广的“爱尚”系列产品包括“爱尚金”、“爱尚炫”和“爱尚彩”，其中“爱尚炫”和“爱尚彩”为镶嵌类钻石、彩色宝石等饰品。公司持续加大对“爱尚”系列饰品的推广力度，优化铺货结构，加强产品品质和工艺，推出一系列潮流款式，产品美誉度不断提升，受到消费者认可，相应产品销售收入持续增长。

(2) 按地区分类

最近三年，公司主营业务收入分地区构成情况如下：

单位：万元

地区名称	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	收入	比例 (%)	收入	比例 (%)	收入	比例 (%)
杭州地区	38,483.03	41.97	36,583.65	43.92	35,145.11	47.16
宁波地区	16,565.82	18.07	15,742.51	18.90	15,960.33	21.42
浙江省内其他地区	27,566.52	30.06	27,345.06	32.83	21,518.67	28.87
浙江省外地区	4,125.99	4.50	856.94	1.03	209.59	0.28
电商	4,955.88	5.40	2,775.37	3.33	1,692.04	2.27
合计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

浙江市场特别是杭州和宁波地区一直是公司的优势区域，曼卡龙珠宝在浙江区域具有较高的品牌影响力。报告期内，公司销售收入主要来自于浙江省内杭州

地区及宁波地区的销售，占比均在 60% 以上，但杭州和宁波地区的收入占比呈现逐年下降的趋势。同时公司逐步开拓省外市场，在上海、江苏、安徽、湖北等均有业务覆盖。随着电子商务的迅速发展，公司逐步开拓网上销售，进驻了天猫电商平台，最近三年，天猫、唯品会等销售额持续增加。

(3) 按销售模式分类

公司销售模式分为直营店、专柜、加盟和委托代销四种模式。报告期内，公司主营业务收入分销售模式构成情况如下：

单位：万元

销售模式	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
直营店	29,298.07	31.95	26,517.76	31.83	31,845.30	42.73
其中：街边直营店	16,995.73	18.53	20,090.72	24.12	28,032.44	37.61
商场直营店	7,346.46	8.01	3,651.66	4.38	2,120.82	2.85
电商	4,955.88	5.40	2,775.37	3.33	1,692.04	2.27
专柜	37,569.64	40.97	36,436.55	43.74	28,919.08	38.80
加盟	24,492.51	26.71	19,910.04	23.90	13,651.38	18.32
委托代销	337.01	0.37	439.18	0.53	110.00	0.15
合计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

①直营店模式

直营店模式下公司通过直营店直接向顾客销售产品。公司对产品和经营拥有控制权和所有权，享有店面产生的利润，同时承担店面发生的所有费用和开支。直营店按照其所在位置分为街边直营店和商场直营店。

2016 年末、2017 年末及 2018 年末，公司拥有直营店数量分别为 18 家、21 家和 27 家。2016 年度、2017 年度及 2018 年度，直营店模式下收入分别为 31,845.30 万元、26,517.76 万元和 29,298.07 万元，占主营业务收入的比例分别为 42.73%、31.83% 和 31.95%。

A、街边直营店

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司拥有的街边直营店数量为 11 家、8 家和 8 家。2016 年度、2017 年度及 2018 年度，街边直营店模式下收入分别为

28,032.44 万元、20,090.72 万元和 16,995.73 万元，占主营业务收入的比例分别为 37.61%、24.12 % 和 18.53 %。

随着消费习惯的改变，消费者更青睐于集购物、饮食、娱乐等于一体的大型商场或综合体，而街边零售的商铺人流量则呈现下降的趋势。公司根据市场变化及时调整了经营策略，报告期内逐步关闭了嘉善店、海宁店、绍兴店、杭州解放店和义乌工人路店等街边直营店，街边直营店收入呈现逐年下滑趋势。

B、商场直营店

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司拥有的商场直营店数量分别为 7 家、13 家和 19 家。2016 年度、2017 年度及 2018 年度，商场直营店模式下收入分别为 2,120.82 万元、3,651.66 万元和 7,346.46 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.85%、4.38 % 和 8.01 %。

报告期内，公司增设了较多商场直营店，商场直营店总量呈现逐年上升趋势。总体而言，商场直营店收入占公司主营业务收入的比例较小，随着新设商场直营店数量的增加以及经营效益逐年体现，商场直营店的收入总额以及占公司主营业务收入的比例也将逐年提升。

②专柜模式

专柜模式下，公司在百货商场设立专柜向顾客销售产品，由商场收取零售货款，公司按照扣除商场扣点后的金额确认收入。

2016 年末、2017 年末及 2018 年末，公司专柜数量分别为家 42 家、50 家和 59 家。2016 年度、2017 年度及 2018 年度，专柜模式下销售收入分别为 28,919.08 万元、36,436.55 万元和 37,569.64 万元，占主营业务收入的比例分别为 38.80%、43.74% 和 40.97%。

随着专柜数量的不断增加，公司专柜模式下的收入金额也不断增长。

③加盟模式

加盟模式下，公司根据加盟商订货要求将商品发至加盟商处，经加盟商确认并签收入库后确认收入。公司为加盟商提供包括店铺设计、品牌宣传、员工培训等全面服务，统一对外宣传形象，实现以点带面的效果，间接推广了公司的品牌和产品。

2016 年末、2017 年末及 2018 年末，公司加盟店数量分别为 34 家、47 家、家和 67 家。2016 年度、2017 年度及 2018 年度，加盟模式下收入分别为 13,651.38

万元、19,910.04 万元和 24,492.51 万元，占主营业务收入分别为 18.32%、23.90% 和 26.71%。

随着加盟商数量的不断增加，公司加盟模式下的收入金额也不断增长。

④委托代销模式

公司与代销商签订委托代销协议，公司将代销商品发至代销商处代销，未出售的代销商品归公司所有，公司采用巡视、盘点等方式定期或不定期对委托代销商品进行盘点或抽查。代销商按月制作代销清单，公司按照代销清单与代销商结算并确认收入。

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，委托代销模式下收入分别为 110.00 万元、439.18 万元和 337.01 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.15%、0.53% 和 0.37%。

3、主营业务收入季节性波动分析

报告期内公司主营业务收入按季节分布如下：

单位：万元

季 度	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	23,850.50	26.01	22,073.29	26.50	20,814.86	27.93
第二季度	20,344.20	22.19	19,656.65	23.60	16,255.19	21.81
第三季度	22,881.67	24.95	17,629.68	21.16	16,465.15	22.09
第四季度	24,620.86	26.85	23,943.91	28.74	20,990.55	28.17
合 计	91,697.24	100.00	83,303.53	100.00	74,525.75	100.00

从上表来看，公司主营业务收入具有一定季节性。公司二季度和三季度实现的收入较少，一季度和四季度的收入较多，并以第四季度实现的收入最多。我国传统的元旦、春节、国庆、七夕等节假日是珠宝首饰的传统消费旺季。同时，随着“520”、“双十一”、“双十二”、情人节、母亲节、圣诞节等新兴节日、西方节日在国内日益流行，这些节日期间的珠宝消费也会高于平常时期。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成

报告期内，公司营业成本构成情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务成本	69,325.07	99.93	64,549.21	99.94	54,992.37	99.96
其他业务成本	49.65	0.07	36.46	0.06	21.74	0.04
合 计	69,374.72	100.00	64,585.67	100.00	55,014.11	100.00

最近三年，公司主营业务突出，主营业务成本占比均在 99% 以上，与公司收入结构相匹配。随着收入规模的增长，公司的主营业务成本也呈现增长趋势。

2、主营业务成本构成分析

报告期内，公司营业成本按产品类别分类如下：

单位：万元

产 品	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
素金饰品	48,076.91	69.35	44,253.33	68.56	36,806.01	66.93
镶嵌饰品	21,248.17	30.65	20,295.88	31.44	18,186.36	33.07
合 计	69,325.07	100.00	64,549.21	100.00	54,992.37	100.00

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司主营业务成本主要为素金饰品成本，占主营业务成本的比例分别为 66.93%、68.56% 和 69.35%。

（三）毛利及毛利率分析

1、毛利分析

（1）毛利构成分析

报告期内，公司营业毛利构成情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务毛利	22,372.16	99.02	18,754.31	97.91	19,533.38	97.85
其他业务毛利	220.33	0.98	400.63	2.09	428.46	2.15
合 计	22,592.49	100.00	19,154.95	100.00	19,961.84	100.00

报告期内，公司主营业务毛利占营业毛利的比重均在 97% 以上，公司主要利润来自于珠宝首饰销售为主的主营业务收入，其他业务毛利占比很小。

(2) 主营业务分产品毛利分析

报告期内，公司分产品毛利情况如下表：

单位：万元

产 品	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利	毛利占比 (%)	毛利	毛利占比 (%)	毛利	毛利占比 (%)
素金饰品	7,539.75	33.70	6,514.24	34.73	7,842.05	40.15
镶嵌饰品	14,832.42	66.30	12,240.07	65.27	11,691.33	59.85
主营业务毛利合计	22,372.16	100.00	18,754.31	100.00	19,533.38	100.00

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司主营业务毛利合计分别为 19,533.38 万元、18,754.31 万元和 22,372.16 万元。公司毛利 2017 年较 2016 年有所下降，主要系素金饰品毛利下降，特别是素金饰品中计克类黄金毛利 2017 年较 2016 年下降较多，公司镶嵌饰品毛利随着销售渠道持续拓展和销售收入规模增加而逐年上升。镶嵌饰品为公司主要毛利来源，报告期内其毛利占比分别为 59.85%、65.27% 和 66.30%，较为稳定。

(3) 主营业务分销售模式毛利分析

报告期内，公司分销售模式毛利情况如下表：

单位：万元

销售模式	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利	毛利占比 (%)	毛利	毛利占比 (%)	毛利	毛利占比 (%)
直营店	8,623.46	38.55	7,900.42	42.13	10,206.91	52.25
其中：街边直营店	5,595.77	25.01	6,439.64	34.34	9,239.82	47.30
商场直营店	2,779.37	12.42	1,294.75	6.90	746.31	3.82
电商	248.31	1.11	166.02	0.89	220.79	1.13
专柜	10,455.51	46.73	9,161.11	48.85	7,999.72	40.95
加盟	3,224.07	14.41	1,618.55	8.63	1,286.76	6.59
委托代销	69.12	0.31	74.24	0.40	39.99	0.20
主营业务毛利合计	22,372.16	100.00	18,754.31	100.00	19,533.38	100.00

从销售模式角度看，公司毛利主要来源于直营店和专柜模式。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，直营店模式的毛利占比分别为 52.25%、42.13% 和 38.55%，专柜模式的毛利占比分别为 40.95%、48.85% 和 46.73%，符合公司以自营为主的经营特征。公司 2017 年直营店业务毛利的下降主要系街边直营店收入的减少导致的毛利下降，2017 年街边直营店毛利较 2016 年减少了 2,800.18 万元，商场直营店毛利额逐年增长。

2、毛利率分析

(1) 综合毛利率情况

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利率 (%)	销售收入比例 (%)	毛利率 (%)	销售收入比例 (%)	毛利率 (%)	销售收入比例 (%)
主营业务	24.40	99.71	22.51	99.48	26.21	99.40
其他业务	81.61	0.29	91.66	0.52	95.17	0.60
合 计	24.57	100.00	22.87	100.00	26.62	100.00

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司综合毛利率分别为 26.62%、22.87% 和 24.57%，由于公司主营业务收入占比超过 99%，综合毛利率水平及变动趋势主要受主营业务毛利率影响。

(2) 主营业务毛利率整体情况

报告期内，公司主营业务毛利率为 26.21%、22.51% 及 24.40%，保持相对较高水平。原因如下：

一是品牌价值提高、溢价能力的不断提升。珠宝品牌的培育是一个重要的过程，经过多年的努力，通过明确的“轻奢时尚”产品定位，使得公司品牌影响力，在年轻客户群中不断提升。随着公司品牌价值和影响力等综合效应的逐步发挥，公司产品定价能力不断提升。

二是力推毛利率较高的“三爱一钻”系列产品。在珠宝首饰品类中，镶嵌饰品毛利率显著高于素金饰品，素金饰品中计件类饰品的毛利率显著高于计克类饰品。公司力推的“三爱一钻”系列产品中“爱尚炫”、“爱尚彩”和钻石均为镶嵌首饰，“爱尚金”为计件类高毛利素金饰品。公司“三爱一钻”系列毛利率保持在较高水平，提升了公司整体主营业务毛利率水平。

三是由于公司主营业务以自营销售为主，自营销售下公司直接面对饰品终端

客户，销售毛利率相对较高。

(3) 主营业务毛利率波动情况

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司主营业务毛利率分别为 26.21%、22.51% 和 24.40%。主营业务毛利率 2017 年度较 2016 年度下降了 3.70%，2018 年度较 2017 年度上升了 1.88%，主要原因如下：

①黄金采购价格波动导致了主营业务毛利率的小幅波动

A、2017 年毛利率下滑的原因

公司素金饰品的收入占比较高，主要原材料为黄金，报告期内，公司黄金平均采购价格情况如下表所示：

单位：元/克

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	单价	增减	单价	增减	单价
黄金	233.98	-0.61%	235.41	5.47%	223.20

由上表可知，2017 年黄金采购单价较高，导致公司产品成本较高，公司毛利率有所下滑；2018 年，黄金采购单价较 2017 年有小幅下降，公司毛利率有所回升。公司产品结构中素金饰品收入占主营业务收入的比例约 60%，素金饰品中计克类黄金收入占比较高，计克类黄金主要原材料为黄金，毛利率对黄金价格的波动较镶嵌饰品更为敏感，由于黄金采购单价的上升，导致 2017 年计克类黄金的毛利较 2016 年下降较多，从而导致了公司产品毛利率的下降。

B、2016 年毛利率较高的原因

2016 年黄金价格有较大幅度上涨，2016 年至 2018 年，金交所金价波动情况如下图所示：



数据来源：东方财富 Choice 数据

由上图可知，2016年上半年，黄金价格从2016年初的约230元/克，快速上涨到2016年6月末的约290元/克，素金饰品中的计克类黄金定价机制参考当日金交所黄金价格，在金价快速回升的情况下，公司素金饰品单位成本上升滞后于单位售价，单位毛利有所提升，同时计克类黄金收入占比较高从而使得公司2016年主营业务毛利率相对较高。

② 主营业务收入结构的变化导致毛利率波动

2017年收入结构中，毛利率相对较高的直营店收入占比下降，特别是街边直营店收入的下降导致了主营业务整体毛利率的下滑。公司以直营店和专柜两种自营模式为主，相对于专柜，直营店模式下不涉及商场扣点，其毛利率相对更高。直营店按所在位置分为商场直营店和街边直营店，受租金和客流量减少的影响，公司调整了直营店结构，关闭了一些街边直营店并增设了商场直营店，公司2017年关闭了杭州解放店、临平店等相对较大的街边直营店，导致2017年街边直营店模式下收入较2016年有所下滑。2016年度和2017年度，公司街边直营店模式下收入分别为28,032.44万元和20,090.72万元，占公司主营业务收入的比例分别为37.61%和24.12%，2017年，街边直营店模式收入占主营业务收入的比例下降了13.49%，街边直营店收入占比的下降拉低了公司整体毛利率。

③ 增值税税率下调导致毛利率上升

得益于2018年增值税税率从17%下调至16%，公司的产品售价未同步下调，

产品销售毛利率 2018 年度比 2017 年度有所提升。

(4) 毛利率水平与同行业可比上市公司对比情况

报告期内，公司毛利率水平与同行业可比上市公司对比情况如下表所示：

指 标	公 司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
综合毛利率(%)	老凤祥	8.24	8.35	8.95
	潮宏基	39.34	37.38	37.88
	明牌珠宝	8.68	10.27	10.26
	萃华珠宝	9.91	9.13	11.33
	爱迪尔	14.18	8.91	11.75
	莱绅通灵	55.49	54.50	54.10
	周大生	34.00	32.38	34.34
	平均值	24.26	22.99	24.09
	曼卡龙	24.57	22.87	26.62

数据来源：东方财富 Choice 数据

公司综合毛利率与国内同行业可比上市公司毛利率平均值接近，公司毛利率变动趋势与同行业平均值保持一致。受金价波动的影响，同行业可比上市公司中毛利率平均值 2017 年也呈现下降的趋势。

同行业可比上市公司毛利率水平差异较大，主要是各公司的业务模式、产品结构差异导致的。毛利率差异主要受销售模式差异的影响。公司与同行业的经营模式对比如下表所示：

公司名称	主要产品	主要经营方式
老凤祥	素金产品	加盟、经销
潮宏基	素金产品	自营
明牌珠宝	素金产品	自营、经销
萃华珠宝	素金产品	加盟
爱迪尔	镶嵌产品	加盟、经销
莱绅通灵	镶嵌产品	自营[注]
周大生	镶嵌产品	加盟
曼卡龙	素金产品	自营

数据来源：根据同行业可比上市公司年报或招股说明书整理

注：莱绅通灵加盟/经销商数量多于自营店数量，但收入比例上，自营收入高于加盟/经销收入，因此归类为自营为主。

一般而言，以直营店、专柜、专厅等自营模式为主的珠宝首饰企业的毛利率高于加盟、经销和批发模式。公司综合毛利率与同行业平均水平接近，和其销售模式息息相关。潮宏基和莱绅通灵以直营店、专柜、专厅等自营模式为主，毛利率相对较高；老凤祥、萃华珠宝和爱迪尔以加盟、经销或批发模式为主，毛利率相对较低；周大生以经营镶嵌饰品为主，经营模式上以加盟模式为主，但其收取加盟管理服务费和加盟品牌使用费较多，该费用毛利率很高，导致周大生整体毛利率较高。

公司以直营店和专柜等自营模式为主，自营模式毛利率较高，对毛利率贡献较大，公司毛利率相对较高。

(5) 主营业务分产品毛利率水平及与同行业可比上市公司对比情况

公司分产品毛利率情况如下所示：

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利率 (%)	销售收入占比 (%)	毛利率 (%)	销售收入占比 (%)	毛利率 (%)	销售收入占比 (%)
素金饰品	13.56	60.65	12.83	60.94	17.56	59.91
镶嵌饰品	41.11	39.35	37.62	39.06	39.13	40.09
主营业务合计	24.40	100.00	22.51	100.00	26.21	100.00

公司产品主要分为素金饰品及镶嵌饰品，素金饰品和镶嵌饰品毛利率与同行业可比公司比较情况如下：

①素金饰品毛利率比较

最近三年内，公司与同行业可比上市公司素金饰品毛利率情况如下：

素金饰品毛利率		2018 年度 (%)	2017 年度 (%)	2016 年度 (%)
明牌珠宝	黄金饰品	6.02	7.08	7.36
	铂金饰品	21.78	17.08	13.80
	合 计	6.44	7.55	7.75
萃华珠宝	黄金饰品	5.90	5.93	9.86
	铂金饰品	25.30	22.93	17.03
	合 计	5.96	6.02	9.90

素金饰品毛利率		2018 年度 (%)	2017 年度 (%)	2016 年度 (%)
周大生	素金首饰	19.92	17.16	20.08
平 均		10.77	10.24	12.58
曼卡龙	素金饰品	13.56	12.83	17.56

数据来源：同行业可比上市公司年报或招股说明书

注：公司同行业可比上市公司中仅有明牌珠宝、萃华珠宝和周大生在年报或招股说明书中披露黄金饰品及铂金饰品等素金饰品明细情况。

公司素金饰品的毛利率变化趋势与行业平均值保持一致。公司素金饰品主要包括黄金饰品、铂金饰品等，尤以黄金饰品为主。最近三年，公司毛利率较高主要是公司主打产品“爱尚金”、“锦绣金”等产品毛利率较高。其中“爱尚金”为计件类黄金饰品，附加值较高，毛利率高于计克类黄金饰品。“锦绣金”为高工费计克类黄金饰品，毛利率高于一般计克类黄金饰品。公司将年轻时尚的设计感融入传统黄金类饰品，提高了传统黄金饰品的毛利率。

②镶嵌饰品毛利率比较

最近三年，公司与同行业可比上市公司镶嵌饰品毛利率情况如下：

镶嵌饰品毛利率	2018 年度 (%)	2017 年度 (%)	2016 年度 (%)
明牌珠宝	36.81	30.05	32.55
萃华珠宝	31.33	25.91	36.24
爱迪尔	17.68	15.06	16.57
周大生	25.96	24.83	26.58
平 均	27.94	23.96	27.98
公 司	41.11	37.62	39.13

数据来源：同行业可比上市公司年报或招股说明书

注：公司同行业可比上市公司中仅有明牌珠宝、萃华珠宝、爱迪尔和周大生在年报或招股说明书中披露了镶嵌饰品明细情况。

公司与同行业可比上市公司镶嵌饰品毛利率均较高。镶嵌饰品的毛利率高低受销售模式的影响较大，以加盟为主的公司，毛利率相对也较低，周大生、萃华珠宝和爱迪尔均以加盟为主，其中爱迪尔自营业务占比最低，因而其毛利率也最低。公司镶嵌饰品包括钻石饰品、爱尚炫等镶嵌饰品，公司以自营模式为主，因此，毛利率高于同行业可比上市公司。公司主打的“爱尚炫”、“爱尚彩”和钻石饰品中“神圣之光”均为镶嵌饰品，其设计感较强，附加值较高，因此毛利率

较高。

(6) 主营业务分销售模式毛利率情况

公司分产品毛利率情况如下所示：

销售模式	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利率 (%)	销售收入占比 (%)	毛利率 (%)	销售收入占比 (%)	毛利率 (%)	销售收入占比 (%)
直营店	29.43	31.95	29.79	31.83	32.05	42.73
其中：街边直营店	32.92	18.53	32.05	24.12	32.96	37.61
商场直营店	37.83	8.01	35.46	4.38	35.19	2.85
电商	5.01	5.40	5.98	3.33	13.05	2.27
专柜	27.83	40.97	25.14	43.74	27.66	38.80
加盟	13.16	26.71	8.13	23.90	9.43	18.32
委托代销	20.51	0.37	16.90	0.53	36.36	0.15
主营业务毛利合计	24.40	100.00	22.51	100.00	26.21	100.00

由上表可知，公司主要经营模式中直营店模式下毛利率最高，专柜模式次之，加盟模式毛利率最低。

直营店模式下，公司自行承担了消费税和房租，因而毛利率最高，而直营店模式中的电商主要起到品牌推广作用，主要经营计克类黄金饰品，因而毛利率较低；专柜模式下，公司按照商场扣点后的金额确认收入，不涉及消费税和房租，因此毛利率较直营店较低；加盟模式下，公司需要给予加盟商一定的利润空间，因此，其毛利率最低；委托代销模式下，收入规模较小，受产品结构的影响较大，毛利率波动也较大。

(四) 税金及附加分析

报告期内，公司的税金及附加情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
消费税	1,029.14	1,007.02	1,242.07
城市维护建设税	219.77	233.22	306.31
教育费附加	94.48	99.90	131.48
地方教育附加	62.91	66.60	87.65

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
印花税[注]	35.64	30.95	13.33
房产税[注]	26.16	26.16	17.44
合 计	1,468.09	1,463.85	1,798.29

注：根据财政部《增值税会计处理规定》（财会[2016]22号）以及《关于<增值税会计处理规定>有关问题的解读》，公司将2016年5-12月房产税和印花税的发生额列报于“税金及附加”项目，2016年5月之前的发生额仍列报于“管理费用”项目。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用明细如下：

单位：万元

期间费用	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率 (%)	金额	费用率 (%)	金额	费用率 (%)
销售费用	10,459.72	11.37	9,116.47	10.89	8,770.25	11.70
管理费用	3,507.60	3.81	3,303.23	3.94	3,034.59	4.05
研发费用	45.49	0.05	38.09	0.05	26.55	0.04
财务费用	140.87	0.15	145.30	0.17	324.73	0.43
期间费用合计	14,153.69	15.39	12,603.09	15.05	12,156.12	16.21
营业收入	91,967.21	100.00	83,740.62	100.00	74,975.95	100.00

报告期内公司期间费用主要由销售费用和管理费用组成。

2016年度、2017年度和2018年度，公司期间费用合计分别为12,156.12万元、12,603.09万元和14,153.69万元，占营业收入的比例分别为16.21%、15.05%和15.39%，处于较高水平。公司主要以自营销售模式为主，且整体销售规模较小，无法体现规模效应，公司期间费用率相对较高。

1、销售费用

（1）销售费用构成和变动分析

报告期内，公司销售费用主要项目情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
-----	---------	---------	---------

	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
工资及福利	5,498.60	52.57	4,584.67	50.29	3,909.62	44.58
房租及装修费	1,761.57	16.84	1,539.66	16.89	2,011.82	22.94
广告品牌费	1,869.06	17.87	2,005.03	21.99	1,787.11	20.38
办公差旅水电费	782.75	7.48	565.91	6.21	646.22	7.37
折旧费	146.18	1.40	131.97	1.45	186.35	2.12
招待费	38.49	0.37	33.43	0.37	24.54	0.28
其他	363.10	3.47	255.81	2.81	204.58	2.33
合计	10,459.72	100.00	9,116.47	100.00	8,770.25	100.00

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司销售费用分别为 8,770.25 万元、9,116.47 万元和 10,459.72 万元，占营业收入的比例分别为 11.70%、10.89% 和 11.37%，销售费用增长与公司营业收入的增长基本匹配。

报告期内销售费用主要为工资及福利、房租及装修费和广告品牌费。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，销售费用中工资及福利分别为 3,909.62 万元、4,584.67 万元和 5,498.60 万元，占当期销售费用的比例分别为 44.58%、50.29% 和 52.57%，工资及福利增加的主要原因为门店数量增加导致相应的销售业务人员的增加和工资水平的提高。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，销售费用中房租及装修费分别为 2,011.82 万元、1,539.66 万元和 1,761.57 万元，占当期销售费用的比例分别为 22.94%、16.89% 和 16.84%。2017 年房租及装修费金额下降，主要系 2016 年和 2017 年公司关闭了绍兴店、杭州解放店、临平店、义乌工人路店等几个租金较高的街边直营店铺，导致租金总额有所下降。2018 年较 2017 年有所上升系公司新开了较多商场直营店。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，销售费用中广告品牌费分别为 1,787.11 万元、2,005.03 万元和 1,869.06 万元，占当期销售费用的比例分别为 20.38%、21.99% 和 17.87%。广告品牌费主要为广告制作费、宣传费、促销费等，2018 年广告品牌费较 2017 年有所下降，主要系公司优化宣传方式，采用精准营销策略所致。

(2) 销售费用率与同行业可比上市公司对比情况

财务指标	公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售费用率 (%)	老凤祥	1.62	1.66	1.89
	潮宏基	23.06	21.81	22.67
	明牌珠宝	5.57	5.62	5.50
	萃华珠宝	2.89	2.20	2.08
	爱迪尔	4.25	4.79	4.78
	莱绅通灵	29.07	24.85	24.69
	周大生	10.66	11.71	13.17
	平均数	11.02	10.38	10.68
	曼卡龙	11.37	10.89	11.70

数据来源：东方财富 Choice 数据

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司销售费用率与行业平均数接近，高于老凤祥、明牌珠宝、萃华珠宝和爱迪尔，但低于潮宏基和莱绅通灵，主要系销售模式差异所致。老凤祥、明牌珠宝、萃华珠宝和爱迪尔以经销、批发或者加盟模式为主，该模式下，公司聘用的市场营销人员较少，也无需承租店面，因而销售费用率相对较低；潮宏基和莱绅通灵以自营模式为主，销售费用率较高。

2、管理费用

(1) 管理费用构成和变动分析

报告期内，公司管理费用主要项目情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
工资及福利	2,431.37	69.32	2,056.70	62.26	1,806.00	59.51
办公差旅水电费	212.92	6.07	276.91	8.38	210.24	6.93
中介费	177.76	5.07	169.59	5.13	252.21	8.31
折旧摊销费	103.97	2.96	115.99	3.51	128.55	4.24
房租及装修费	83.63	2.38	150.78	4.56	109.37	3.60
网络信息费	82.09	2.34	120.31	3.64	96.32	3.17
招待费	55.68	1.59	96.05	2.91	46.21	1.52
会务费	15.32	0.44	4.43	0.13	3.44	0.11

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
其他	344.87	9.83	312.48	9.46	382.25	12.60
合 计	3,507.60	100.00	3,303.23	100.00	3,034.59	100.00

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司管理费用分别为 3,034.59 万元、3,303.23 万元和 3,507.60 万元，占同期营业收入的比例分别为 4.05%、3.94% 和 3.81%。管理费用总额保持稳定，并有所增长，与营业收入趋势保持一致。

公司管理费用主要是工资及福利和其他费用等。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，管理费用中工资及福利分别为 1,806.00 万元、2,056.70 万元和 2,431.37 万元，占当期管理费用的比例分别为 59.51%、62.26% 和 69.32%，工资及福利增加的主要原因为管理人員工资水平的提高。

报告期内，公司管理费用中其他费用主要为珠宝、黄金检测费、商标变更费等费用。

(2) 管理费用率与同行业可比上市公司对比情况

财务指标	公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
管理费用率 (%)	老凤祥	1.07	1.15	1.27
	潮宏基	3.13	3.48	2.83
	明牌珠宝	1.28	1.39	1.65
	萃华珠宝	1.28	1.27	1.69
	爱迪尔	3.23	3.08	2.15
	莱绅通灵	9.54	7.58	7.96
	周大生	2.59	1.99	2.06
	平均数	3.16	2.85	2.80
	曼卡龙	3.81	3.94	4.05

数据来源：东方财富 Choice 数据

公司整体销售规模较小，无法体现规模效应，受此影响，公司管理费用率高于同行业可比上市公司平均水平。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用主要为工资及福利，明细情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例(%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
工资及福利	45.49	100.00	38.09	100.00	26.55	100.00
合 计	45.49	100.00	38.09	100.00	26.55	100.00

公司研发费用系信息部人员职工薪酬，公司信息部负责公司信息化管理系统的建设与运营维护，公司指定项目的开发与维护，公司零售终端及加盟商信息系统的安装维护，维护网络信息安全。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用主要项目情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利息支出	28.19	38.84	82.64
利息收入	-45.62	-26.75	-18.61
汇兑损益	-37.37	-31.19	98.08
手续费	169.92	139.38	123.09
其他	25.75	25.02	39.53
合 计	140.87	145.30	324.73

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司财务费用分别为 324.73 万元、145.30 万元和 140.87 万元，呈现逐年下降趋势。2016 年利息支出和汇兑损益较大，主要系 2016 年公司存在较多债务融资，同时美元汇率波动较大，导致利息支出和汇兑损益较大。随着公司现金流入的持续增加，公司自有现金逐年增加，对外借款减少，利息支出减少，存款利息收入逐年增加。手续费呈现逐年上升的趋势，与公司收入变动趋势保持一致。

(六) 资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失主要是依据公司会计政策所计提的坏账准备和存货跌价准备，明细情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
坏账损失	-22.10	81.58	37.45

存货跌价损失	87.60	53.35	45.53
合 计	65.49	134.93	82.98

报告期内，存货跌价损失较为稳定，资产减值损失金额变化主要受坏账损失的影响，2017年坏账损失增加系随着收入的上升，应收账款规模扩大所致，2018年坏账损失减少，系公司回收较多应收账款所致。

（七）其他收益分析

报告期内，公司其他收益明细如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
政府补助	585.55	892.87	-
合 计	585.55	892.87	-

根据财政部《关于印发修订《企业会计准则第 16 号—政府补助》的通知》（财会[2017]15 号）和修订后《企业会计准则第 16 号—政府补助》，公司自 2017 年 1 月 1 日起，将与日常活动相关的政府补助列报于“其他收益”项目，与企业日常活动无关的政府补助仍列报于“营业外收入”项目。

2017 年度和 2018 年度，公司计入其他收益的政府补助分别为 892.87 万元和 585.55 万元。随着公司钻石采购由直接进口向国内钻交所会员单位采购过渡，子公司戴曼克森收到的增值税返还逐年下降，同时财政扶持资金逐年减少，从而导致政府补助下降。

报告期内，政府补助明细如下：

（1）2018 年度政府补助

单位：万元

项 目	金 额	说 明
增值税返还	102.75	根据财政部、海关总署、国家税务总局《关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》（财税[2006]65 号），公司收到增值税返还
财政贡献扶持资金、十强服务业奖励	249.66	根据萧山经济技术开发区管委会萧开管发[2017]10 号文，公司收到财政贡献扶持资金和十强服务业奖励
财政扶持资金	115.26	根据萧山经济技术开发区管理委员会萧开管发[2017]10 号文，公司收到财政扶持资金
服务业发展补助资金	71.00	根据宁波市鄞州区人民政府新明街道办事处鄞新办[2018]54 号文，公司收到 2017 年度服务业发展补助资金

项 目	金 额	说 明
租房补助资金	30.00	根据宁波市鄞州区人民政府新明街道办事处鄞新办[2018]56号文，公司收到2017年度租房补助资金
产业扶持资金	12.40	根据曲水县经济和信息化局出具的文件，公司收到产业扶持资金
政府先进企业奖励资金	2.00	根据宁波市鄞州区人民政府新明街道办事处鄞新办[2018]5号文，公司收到2017年度政府先进企业奖励
企业扶持资金	2.00	根据上海新杨工业园区管理委员会出具的文件，公司收到的产业扶持资金。
稳岗补贴	0.43	根据嘉兴市人力资源和社会保障局嘉人社[2015]151号，公司收到稳岗补贴
稳岗补贴	0.05	根据沪人社规[2018]20号文，公司收到稳岗补贴
合 计	585.55	

(2) 2017 年度政府补助

单位：万元

项 目	金 额	说 明
增值税返还	390.60	根据财政部、海关总署、国家税务总局《关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》（财税[2006]65号），公司收到增值税返还
财政扶持资金、十强服务业奖励	342.73	根据萧山经济技术开发区、财政局萧开财通[2017]2号文，公司收到2016年度财政扶持资金和十强服务业奖励
企业扶持资金	109.00	根据宁波市鄞州区新明街道办事处出具的文件，公司收到企业扶持资金
产业扶持资金	31.52	根据曲水县经济和信息化局出具的文件，公司收到产业扶持资金
企业用工补贴	10.09	根据杭州市人力资源和社会保障局及杭州市财政局杭人社发[2016]21号文，公司收到用工补贴
产业扶持资金	3.00	根据上海新杨工业园区管理委员会出具的文件，公司收到的产业扶持资金
先进企业奖励	2.00	根据宁波市鄞州区人民政府新明街道办事处鄞新办[2017]10号文，公司收到先进企业奖励资金。
财政补贴	2.00	根据萧山经济技术开发区管理委员会出具的文件，公司收到的财政补贴
稳增促调补助	1.71	根据宁波市鄞州区人民政府新明街道办事处鄞新办[2017]73号文，公司稳增促调补助
稳增促调补助	0.23	根据海曙区出具的《关于申报2016年度海曙区（原海曙片区）稳增促调专项资金的通知》，公司收到的稳增促调补助
合 计	892.87	

(3) 2016 年度政府补助

单位：万元

项 目	金 额	说 明
-----	-----	-----

项 目	金 额	说 明
增值税返还	747.36	根据财政部、海关总署、国家税务总局《关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》(财税[2006]65号)，公司收到增值税返还
地方水利基金返还	86.19	根据杭州市萧山地方税务局经济技术开发区税务分局萧地税字(开)第201101179号、萧地税通[2016]60387号和萧地税通[2016]60403号文件批复，公司收到地方水利基金返还
财政扶持资金	547.39	根据萧山经济技术开发区、财政局萧开财通[2016]3号文，公司收到财政扶持资金
企业上市财政补助	300.00	根据杭州市萧山区财政局、杭州市萧山区人民政府金融工作办公室萧财企[2016]159号文，公司收到企业上市财政补助资金
企业扶持资金	114.00	根据宁波市江东区人民政府新明街道办事处东新办[2016]36号文和[2016]38号文，公司收到企业扶持资金
资本市场扶持资金	12.50	根据杭州市财政局、杭州市人民政府金融办公室杭财企[2015]165号文，公司收到资本市场扶持资金
信息经济专项资金	10.00	根据杭州市萧山区财政局、经济和信息化局萧财企[2016]88号文，公司收到信息经济专项资金
财政扶持资金	10.00	根据经济技术开发区、财政局萧开财通[2016]2号文，公司收到开发区十强服务业财政扶持资金
慰问金奖励	10.00	根据萧山财政局出具的文件，公司收到慰问金奖励
产业扶持资金	8.37	根据曲水县经济和信息化局出具的文件，公司收到产业扶持资金
总部企业高管奖励资金	6.01	根据杭州市萧山区财政局、杭州市萧山区发展和改革局萧财企[2016]109号文，公司收到总部企业高管奖励资金
总部经济奖励资金	5.83	根据杭州市萧山区财政局、杭州市萧山区发展和改革局萧财企[2016]286号文，公司收到总部经济奖励资金
先进单位奖励资金	5.00	根据杭州市财政局、杭州市发展和改革委员会杭财企[2016]23号文，公司收到现代服务业先进单位奖励资金
先进企业奖励	4.22	根据宁波市江东区新明街道办事处东新办[2016]3号文，公司收到先进企业奖励
失业金稳岗补贴	1.00	根据浙江省人力资源和社会保障厅、浙江省财政厅浙人社发(2012)282号文件，公司收到失业金稳岗补贴
经济工作会议表彰奖励	1.00	根据杭州市江干区财政局江财发[2016]18号文，公司收到经济工作会议表彰奖励
稳增促调补助	0.53	根据宁波市海曙区人民政府办公室海政办发[2016]48号文，公司收到稳增促调补助
稳岗补贴	0.21	根据宁波市人力资源和社会保障局、宁波市财政局甬人社发[2015]141号，公司收到稳岗补贴
合 计	1,869.61	

注：2016年度政府补助计入营业外收入科目。

(八) 资产处置收益及营业外收支分析

1、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益主要为固定资产处置收益，明细情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
固定资产处置收益	-	-13.35	-8.43
合 计	-	-13.35	-8.43

2、营业外收入

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
政府补助	-	-	1,869.61
罚没收入	21.78	1.00	-
其他	0.50	7.13	1.65
合 计	22.28	8.13	1,871.26

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司营业外收入分别为 1,871.26 万元、8.13 万元和 22.28 万元。2016 年营业外收入较高系取得政府补助金额 1,869.61 万元所致。2016 年，公司政府补助明细情况见详见本招股说明书“第九节财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（七）其他收益分析”的内容。

3、营业外支出

报告期内，营业外支出的明细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
非流动资产毁损报废损失	7.09	28.35	119.44
捐赠支出	5.17	5.00	-
地方水利建设基金	-	-	114.50
河道管理费	-	-	1.27
其他	1.75	2.55	0.07
合 计	14.01	35.90	235.27

注：根据浙江省地方税务局公告 2016 年第 19 号《关于暂停征收地方水利建设基金有关事项的公告》文件，从 2016 年 11 月 1 日起，暂停征收地方水利建设基金。

报告期内，公司营业外支出逐年下降，2016 年营业外支出较高主要系固定资产报废较多以及缴纳较多地方水利建设基金所致。

（九）所得税费用

1、所得税费用明细

报告期内，所得税的明细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
当期所得税费用	2,080.45	1,569.60	1,872.23
递延所得税费用	-85.32	-146.62	101.45
合 计	1,995.13	1,422.98	1,973.68

2、所得税费用与会计利润的关系

会计利润与所得税费用调整过程如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利润总额	7,499.04	5,804.82	7,552.01
按母公司税率计算的所得税费用	1,874.76	1,451.21	1,888.00
子公司适用不同税率的影响	-16.50	-67.17	-87.53
调整以前期间所得税的影响	-11.48	-	0.32
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	140.16	34.82	224.74
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-10.51	-22.48	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	18.69	26.61	-51.87
所得税费用	1,995.13	1,422.98	1,973.68

（十）利润的主要来源及利润波动分析

1、利润主要来源分析

报告期内，公司主要利润来源指标情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	91,967.21	83,740.62	74,975.95
营业利润	7,490.77	5,832.59	5,916.02

利润总额	7,499.04	5,804.82	7,552.01
归属于母公司所有者的净利润	5,503.91	4,381.84	5,578.34
非经常性损益	367.67	351.66	748.32
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,136.25	4,030.18	4,830.02

报告期内，公司主要利润来源于公司主营业务珠宝首饰销售业务。

2、利润波动分析

(1) 报告期内，公司业绩波动情况

报告期内，公司营业收入、净利润和扣除非经常性损益后净利润情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	91,967.21	83,740.62	74,975.95
较上年变动	8,226.59	8,764.66	-
较上年变动幅度	9.82%	11.69%	-
净利润	5,503.91	4,381.84	5,578.34
较上年变动	1,122.08	-1,196.50	-
较上年变动幅度	25.61%	-21.45%	-
扣除非经常性损益后净利润	5,136.25	4,030.18	4,830.02
较上年变动	1,106.07	-799.84	-
较上年变动幅度	27.44%	-16.56%	-

报告期内，公司营业收入持续增长，不存在下滑情况；净利润和扣除非经常性损益后净利润 2017 年较 2016 年均有所下滑，2018 年较 2017 年有所上升。

(2) 2017 年净利润和扣除非经常性损益后净利润较 2016 年下降原因

2017 年公司净利润较上年下降 1,196.50 万元，扣除非经常性损益后净利润较上年下降 799.84 万元，经营业绩下滑主要是原材料采购单价上升的影响和政府补助减少所致。

①单位原材料采购成本上升导致综合毛利率下滑

A、2017 年毛利率下滑原因

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司主营业务毛利率分别为 26.21%、22.51% 和 24.40%，2017 年毛利率较 2016 年下滑 3.70%，主要受原材料黄金单位采购价格提高的影响。报告期内，公司黄金的采购平均单价如下表所示：

单位：元/克

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	单价	增减	单价	增减	单价
黄金	233.98	-0.61%	235.41	5.47%	223.20

由上表可知，2017 年黄金采购单价较高，导致公司产品单位成本提高，毛利下降，特别黄金成本占比较高的素金饰品，其毛利从 2016 年的 7,842.05 万元下降到 2017 年的 6,514.24 万元，下降了 1,327.81 万元，素金饰品毛利率从 2016 年的 17.56% 下降到了 2017 年的 12.83%，下降了 4.73%。

受此影响，2017 年公司主营业务毛利较 2016 年减少 779.07 万元，主营业务毛利率从 2016 年的 26.21% 下降到 2017 年的 22.51%。

B、2016 年毛利率较高原因

公司 2016 年毛利率较高，主要原因系 2016 年上半年金价快速上升，公司产品成本的上升滞后于产品售价的上升，导致公司毛利差扩大，毛利率较高。同行业可比上市公司毛利率平均值变化趋势与公司基本一致。

C、公司毛利率与同行业比较情况

报告期内，公司毛利率水平与同行业可比上市公司对比情况如下表所示：

指标	公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
综合毛利率(%)	老凤祥	8.24	8.35	8.95
	潮宏基	39.34	37.38	37.88
	明牌珠宝	8.68	10.27	10.26
	萃华珠宝	9.91	9.13	11.33
	爱迪尔	14.18	8.91	11.75
	莱绅通灵	55.49	54.50	54.10
	周大生	34.00	32.38	34.34
	平均值	24.26	22.99	24.09
	曼卡龙	24.57	22.87	26.62

数据来源：东方财富 Choice 数据

由上表可知,公司综合毛利率从 2016 年的 26.62% 下降到 2017 年的 22.87%, 下降了 3.75%, 受黄金价格上升的影响, 同行业可比公司毛利率平均值也从 24.09% 下降到 22.99%, 下降了 1.1%, 公司毛利率下降幅度高于同行业可比上市公司平均值, 主要系公司产品结构中素金饰品收入占比较高, 特别是其中计克类黄金饰品的黄金成本占比较高, 2017 年计克类黄金毛利较 2016 年下降较多, 公司毛利率对黄金价格波动较为敏感, 从而导致了公司 2017 年毛利率下降。

②政府补助的减少导致公司净利润和扣除非经常性损益后净利润的下降

报告期内, 公司收到的政府补助情况如下表所示:

单位: 万元

项 目	2018 年	2017 年	2016 年	备注
增值税税收返还	102.75	390.6	747.36	计入经常性损益
较上年变动	-287.85	-356.76	-	
较上年变动幅度	-73.69%	-47.74%	-	
除增值税税收返还以外的其他政府补助	482.80	502.27	1,122.25	计入非经常性损益
较上年变动	-19.47	-619.98	-	
较上年变动幅度	-3.88%	-55.24%	-	
政府补助合计	585.55	892.87	1,869.61	
较上年变动	-307.32	-976.74	-	
较上年变动幅度	-34.42%	-52.24%	-	

由上表可知, 由于政府补助减少导致公司 2017 年净利润较 2016 年减少了 976.74 万元, 增值税税收返还 2017 年较 2016 年减少 356.76 万元, 对应经常性损益减少 356.76 万元, 除增值税税收返还以外的其他政府补助减少 619.98 万元, 对应非经常性损益后净利润减少 619.98 万元。

A、除增值税税收返还以外的其他政府补助减少

除增值税税收返还以外的其他政府补助减少主要系企业收到的财政扶持资金和上市补贴减少。公司 2017 年收到的杭州市萧山经济技术开发区、萧山区财政局的财政扶持资金较 2016 年减少 204.66 万元, 同时公司 2016 年额外收到杭州市萧山区财政局、萧山区人民政府金融工作办公室上市补贴 300.00 万元, 两者合计导致 2017 年政府补助较 2016 年减少了 504.66 万元, 此外, 还有其他零星政府补助较 2016 年减少了 115.32 万元, 由于该类补助计入非经常性损益, 从

而导致非经常性损益减少 619.98 万元。

B、增值税税收返还减少

根据财政部、海关总署、国家税务总局《关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》（财税[2006]65 号），公司之子公司上海戴曼克森钻石贸易有限公司自上海钻石交易所销往国内市场的成品钻石，进口环节增值税实际税负超过 4% 的部分由海关实行即征即退。报告期内，随着公司采购模式由直接向国外供应商采购钻石逐步向钻交所会员采购，公司所收到的进口钻石的增值税税收返还也逐年减少，2017 年收到的增值税税收返还较 2016 年下降了 356.76 万元，由于该增值税税收返还计入经常性损益，从而导致经常性损益减少 356.76 万元。

③期间费用上升导致净利润下降

随着公司营业收入的上升，报告期内公司销售费用和管理费用总额也呈现上升的趋势。

A、员工薪酬

2017 年度，公司营业收入较上年增长了 11.69%，而销售费用和管理费用中的工资及福利较上年分别增长了 17.27% 和 13.88%，增长幅度高于收入的增长幅度，主要原因系随着门店数量的增加，公司销售人员也逐年上升，对应工资及福利增加以及员工工资水平上升所致。

B、品牌费用

2017 年，公司开拓了新媒体渠道进行品牌推广，品牌推广费 2017 年度较 2016 年增加较多，导致公司期间费用上升。

(3) 2018 年净利润和扣除非经常性损益后净利润较 2017 年上升原因

2018 年公司净利润较 2017 年增加 1,122.08 万元，扣除非经常性损益后净利润较 2017 年增加 1,106.07 万元，主要是营业收入规模的扩大导致毛利增加以及增值税税率下调的影响所致。

①营业收入规模的扩大、毛利增加导致的净利润增加

公司 2018 年营业收入较 2017 年增加 8,226.59 万元，2018 年公司综合毛利率较 2017 年有小幅提升，从而导致了公司营业毛利从 2017 年的 19,154.95 万元上升到 2018 年的 22,592.49 万元，增加了 3,437.54 万元。

②增值税税率下调带来了收入增加

得益于 2018 年增值税税率从 17% 下调至 16%，而公司的产品售价未同步下调，2018 年产品销售收入和毛利率比 2017 年有所提升。

（十一）利润对产品售价和原材料成本的敏感性分析

首先，公司产品销售价格受市场竞争情况、产品竞争力、营销策略等诸多因素影响，存在一定波动，从而会对公司的盈利状况产生一定影响。

其次，原材料成本在营业成本中占比较高，公司产品所需的原材料主要为黄金、钻石等。该等原材料价格受市场总体供需影响而存在一定波动，从而会对公司的盈利状况产生一定影响。

为此，以下选择这两项因素做为分析对象，在 2018 年财务数据的基础上测试对净利润和毛利率的影响程度。

1、净利润对产品售价的敏感程度

净利润对产品售价的敏感程度如下表所示：

单位：万元

产品售价变动幅度	净利润			毛利率	
	金额	变动金额	变动幅度	毛利率	增减幅度
5%	8,952.68	3,448.77	62.66%	28.16%	3.59%
1%	6,193.67	689.75	12.53%	25.31%	0.75%
0%	5,503.91	-	-	24.57%	-
-1%	4,814.16	-689.75	-12.53%	23.80%	-0.76%
-5%	2,055.14	-3,448.77	-62.66%	20.60%	-3.97%

注：上述测算假设仅产品售价发生变动，其他因素均未发生变动，从而导致营业收入相应变动，并按照 25% 企业所得税率考虑所得税影响，其他影响净利润的因素未发生变动。

根据前述测算结果，公司产品售价平均变动 1.00%，可能导致公司净利润变动 12.53%，净利润对产品售价变动的敏感性系数为 12.53，产品售价波动对经营成果会有较大影响。

2、净利润对营业成本的敏感程度

净利润对营业成本的敏感程度如下表所示：

单位：万元

原材料成本变动 幅度	净利润			毛利率	
	金额	变动金额	变动幅度	毛利率	增减幅度
5%	2,902.36	-2,601.55	-47.27%	20.79%	-3.77%
1%	4,983.60	-520.31	-9.45%	23.81%	-0.75%
0%	5,503.91	-	-	24.57%	-
-1%	6,024.22	520.31	9.45%	25.32%	0.75%
-5%	8,105.46	2,601.55	47.27%	28.34%	3.77%

注：上述测算假设仅营业成本中成本发生变动，其他因素均未发生变动，并按照 25% 企业所得税率考虑所得税影响，其他影响净利润的因素未发生变动。

根据前述测算结果，公司营业成本变动 1.00%，可能导致公司净利润变动 -9.45%，净利润对营业成本中原材料和成品采购变动的敏感性系数为-9.45，营业成本对经营成果有较大影响。

（十二）非经常性损益分析、合并财务报表范围以外的投资收益对公司经营成果的影响

1、非经常性损益对经营成果的影响

公司报告期内的非经常性损益明细及对经营成果的影响，详见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“八、非经常性损益”的内容。

2、合并报表以外的投资收益

报告期内，公司无投资收益，不存在对公司经营成果有重大影响的合并报表以外的投资收益。

（十三）公司税收政策及纳税情况

1、主要税种缴纳情况

报告期内公司主要税种的缴纳情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
增值税	2,531.61	2,081.96	3,261.45
消费税	1,072.96	1,004.19	1,144.35
企业所得税	617.22	1,562.95	1,402.61
合 计	4,221.79	4,649.10	5,808.42

2、最近三年税收政策变化情况

根据财政部、国家税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32号），从2018年5月1日起，公司发生增值税应税销售行为，原适用17%增值税率的产品调整为16%。

3、即将实施的重大税收政策调整及对公司可能的影响

（1）即将实施的重大税收政策调整

根据财政部、国家税务总局和海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署[2019]39号），从2019年4月1日起，公司发生增值税应税销售行为或进口货物，原适用16%增值税率的产品调整为13%。

（2）对公司可能的影响

在产品售价未同步下调的情况下，增值税税率下调，有利于增加公司收入，提高公司毛利率水平，提升公司业绩水平，提高盈利能力和抗风险能力，为企业持续健康发展奠定良好基础。

（十四）对公司持续盈利能力可能产生重大不利影响的因素

对公司持续盈利能力可能产生重大不利影响的因素，详见本招股说明书“第四节 风险因素”的内容。

十二、财务状况分析

（一）资产状况分析

1、资产构成及变动分析

最近三年，公司资产主要构成情况如下：

单位：万元

项 目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
流动资产	48,466.12	92.00	45,926.62	92.34	40,080.74	91.64
非流动资产	4,215.85	8.00	3,810.81	7.66	3,656.66	8.36
资产合计	52,681.98	100.00	49,737.43	100.00	43,737.40	100.00

报告期内，随着公司业务规模的扩大，公司资产总额呈现逐年稳步增长的状态。

势。报告期各期末，公司资产总额分别为 43,737.40 万元、49,737.43 万元和 52,681.98 万元。2017 年末资产总额同比增长 13.72%，2018 年末资产总额同比增长 5.92%。

从资产结构看，公司流动资产占比较高，最近三年公司流动资产占总资产的比重均在 91%以上，其中存货占总资产的比重均在 66%以上。流动资产占比较高，特别是存货金额占比较高符合珠宝首饰零售行业的特点。

2、流动资产构成及变化

单位：万元

项 目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
货币资金	7,938.35	16.38	5,124.14	11.16	2,818.66	7.03
应收票据及应收账款	4,595.99	9.48	5,235.98	11.40	4,952.64	12.36
预付款项	348.96	0.72	367.11	0.80	494.66	1.23
其他应收款	338.80	0.70	475.22	1.03	252.59	0.63
存货	35,154.04	72.53	33,121.37	72.12	30,199.96	75.35
其他流动资产	89.98	0.19	1,602.80	3.49	1,362.22	3.40
合 计	48,466.12	100.00	45,926.62	100.00	40,080.74	100.00

公司主要流动资产分析如下：

(1) 货币资金

报告期各期末，货币资金的构成如下：

单位：万元

项 目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
库存现金	11.39	0.14	19.04	0.37	29.94	1.06
银行存款	7,864.19	99.07	5,056.75	98.68	2,699.22	95.76
其他货币资金	62.77	0.79	48.35	0.94	89.50	3.18
合 计	7,938.35	100.00	5,124.14	100.00	2,818.66	100.00

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司货币资金余额分别为 2,818.66 万元、5,124.14 万元和 7,938.35 万元，占流动资产的比例分别为 7.03%、11.16%和 16.38%。公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金组成，其中其他货币资金

主要系支付宝账户存款和外埠存款。

公司货币资金余额 2017 年末比 2016 年末增加 2,305.48 万元，增幅为 81.79%，主要系 2016 年度偿还较多借款，导致 2016 年末银行存款余额较少。2018 年末货币资金余额同比增加 2,814.21 万元，增幅为 54.92%，主要系公司业务规模扩大回款增加所致。

(2) 应收票据及应收账款

报告期内，公司应收票据及应收账款明细如下：

单位：万元

项 目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
应收票据	100.00	-	-
应收账款	4,495.99	5,235.98	4,952.64
合 计	4,595.99	5,235.98	4,952.64

① 应收票据

报告期各期末，公司应收票据情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
银行承兑汇票	100.00	100.00	-	-	-	-
合 计	100.00	100.00	-	-	-	-

报告期各期末公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据如下表所示：

单位：万元

项 目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额
银行承兑汇票	100.00	-	-	-	-	-
合 计	100.00	-	-	-	-	-

② 应收账款

A、应收账款基本情况

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
应收账款余额	4,732.62	5,511.59	5,213.30
坏账准备	236.63	275.61	260.67
应收账款账面价值	4,495.99	5,235.98	4,952.64
账面价值占营业收入的比例	4.89%	6.25%	6.61%

2016年末、2017年末和2018年末，公司应收账款账面价值分别为4,952.64万元、5,235.98万元和4,495.99万元，占各期营业收入的比例分别为6.61%、6.25%和4.89%，应收账款期末余额占比逐年下降，主要系公司加强了应收账款的管理，积极对应收货款进行了催收所致。

公司的销售模式主要分为直营、专柜和加盟，其中：直营店销售一般为现款销售，加盟商销售一般为款到发货。因此，报告期各期末应收账款余额主要为专柜销售形成的应收商场销售货款。

B、应收账款账龄及坏账准备分析

单位：万元

账 龄	2018年12月31日			
	账面余额	比例（%）	坏账准备	计提比例（%）
1年以内	4,732.62	100.00	236.63	5
合 计	4,732.62	100.00	236.63	-
账 龄	2017年12月31日			
	账面余额	比例（%）	坏账准备	计提比例（%）
1年以内	5,510.96	99.99	275.55	5
1-2年	0.62	0.01	0.06	10
合 计	5,511.59	100.00	275.61	-
账 龄	2016年12月31日			
	账面余额	比例（%）	坏账准备	计提比例（%）
1年以内	5,213.30	100.00	260.67	5
合 计	5,213.30	100.00	260.67	-

报告期各期末，公司应收账款账龄主要在一年以内，结构合理，发生坏账的风险较小。

公司应收账款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司的对比情况如下：

账龄	曼卡龙	老凤祥	潮宏基	明牌珠宝	萃华珠宝	爱迪尔	莱绅通灵	周大生
1年以内	5%	5%	5%	5%[注]	5%	5%[注]	5%	1%
1-2年	10%	10%	20%	20%	10%	10%	20%	20%
2-3年	50%	50%	30%	50%	20%	20%	50%	50%
3-4年	100%	100%	100%	100%	30%	50%	100%	100%
4-5年	100%	100%	100%	100%	30%	80%	100%	100%
5年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

注：6个月以内（含）计提比例为1%，6个月-1年（含）计提比例为5%。

公司应收账款对象主要为全国或区域性百货商场，商场信用较好。由上表可见，公司坏账计提比例与同行业可比上市公司基本相当，公司的坏账计提政策符合谨慎性原则。公司坏账准备计提政策报告期内未发生变更。

C、期末应收账款前五名客户情况

报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户情况如下：

截至2018年12月31日，公司应收账款前五名客户具体明细如下：

单位：万元

单位名称	与公司的关系	金额	账龄	占应收账款余额的比例（%）
银泰商业（集团）有限公司[注1]	无关联关系	1,821.38	一年以内	38.49
唯品会（中国）有限公司	无关联关系	458.28	一年以内	9.68
杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	无关联关系	373.03	一年以内	7.88
江苏华地国际控股集团有限公司[注2]	无关联关系	277.85	一年以内	5.87
南京中央商场集团联合营销有限公司	无关联关系	149.81	一年以内	3.17
合计	-	3,080.34	-	65.09

注1：杭州银泰世纪百货有限公司、慈溪银泰商业管理有限公司、杭州银泰三江商业发展有限公司和浙江银泰百货有限公司等，因其受银泰商业（集团）有限公司控制，合并披露应收账款，下同。

注2：嘉兴八佰伴商贸有限公司、溧阳八佰伴商贸中心有限公司、丹阳八佰伴商贸有限公司、宜兴华地百货有限公司和无锡八佰伴商贸中心有限公司，因其受江苏华地国际控股集团有限公司控制，合并披露应收账款。

截至2017年12月31日，公司应收账款前五名客户具体明细如下：

单位：万元

单位名称	与公司的关系	金额	账龄	占应收账款余额的比例 (%)
银泰商业(集团)有限公司	无关联关系	2,731.69	一年以内	49.56
杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	无关联关系	378.02	一年以内	6.86
唯品会(中国)有限公司	无关联关系	316.44	一年以内	5.74
浙江东兴商厦股份有限公司	无关联关系	293.67	一年以内	5.33
绍兴大通购物中心有限公司	无关联关系	217.11	一年以内	3.94
合计	-	3,936.93	-	71.43

截至 2016 年 12 月 31 日, 公司应收账款前五名客户具体明细如下:

单位: 万元

单位名称	与公司的关系	金额	账龄	占应收账款余额的比例 (%)
银泰商业(集团)有限公司	无关联关系	2,720.12	一年以内	52.18
杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	无关联关系	416.47	一年以内	7.99
唯品会(中国)有限公司	无关联关系	370.34	一年以内	7.10
杭州解百集团股份有限公司[注]	无关联关系	154.08	一年以内	2.96
绍兴市国商大厦有限责任公司	无关联关系	153.08	一年以内	2.94
合计	-	3,814.09	-	73.17

注: 杭州大厦有限公司受杭州解百集团股份有限公司控制, 合并披露应收账款。

(3) 预付款项

2016 年末、2017 年末和 2018 年末, 公司预付款项账面价值分别为 494.66 万元、367.11 万元和 348.96 万元, 占流动资产的比例分别为 1.23%、0.80% 和 0.72%, 主要为预付直营店房租。报告期内, 预付款项逐年下降, 主要系公司陆续关闭嘉善店、海宁店、绍兴店、杭州解放店和义乌工人路店等租金较高的街边直营店。新的直营店主要以租金形式在商场中开设, 租金相对较低。

截至 2018 年末, 公司预付款项前五名情况如下:

单位: 万元

单位名称	与本公司关系	金额	账龄	未结算原因	占预付款项比例 (%)
孙国强	非关联方	61.71	1 年以内	预付房租	17.69

卫飞翔	非关联方	51.72	1年以内	预付房租	14.82
宁波城市广场开发经营有限公司	非关联方	32.02	1年以内	预付房租	9.18
浙江省诸暨市东区物资开发有限责任公司	非关联方	22.82	1年以内	预付房租	6.54
杭州前进文化用品有限公司	非关联方	19.05	1年以内	预付房租	5.46
合计	-	187.31	-	-	53.69

(4) 其他应收款

2016年末、2017年末和2018年末，公司其他应收款账面价值分别为252.59万元、475.22万元和338.80万元，占流动资产的比例分别为0.63%、1.03%和0.70%。公司其他应收款主要为应收房租押金和商场保证金等。报告期各期末，其他应收款项余额具体构成如下：

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
押金保证金	400.73	393.03	228.90
员工备用金	74.64	60.88	70.35
应收暂付款	5.09	112.39	16.43
其他	17.65	51.35	12.71
合计	498.11	617.65	328.39

公司其他应收款余额2017年末比2016年末增加289.26万元，增幅为88.09%，主要原因一是直营店和专柜数量的增加导致房租押金和商场保证金的增加；二是上海万象城运营方上海通益置业有限公司代收的上海万象城店销售金额97.28万元形成应收暂付款。2018年末其他应收款余额同比减少119.54万元，主要系大额应收暂付款减少所致。

截至2018年12月31日，其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)
宁波城市广场开发经营有限公司	押金保证金	62.69	3年以上	12.59
华润置地(杭州)发展有限公司	押金保证金、其他	59.87	1年以内、1-2年	12.02
华润新鸿基房地产(杭州)有限公司	押金保证金	31.60	1年以内、1-2年	6.34

杭州新湖滨商业发展有限公司	押金保证金	18.32	1-2年	3.68
杭州嘉腾房地产开发有限公司	押金保证金	14.20	1-2年	2.85
合计	-	186.69	-	37.48

(5) 存货

随着公司业务规模的扩大，公司存货金额整体呈上升趋势。2016年末、2017年末和2018年末，公司存货账面价值分别为30,199.96万元、33,121.37万元和35,154.04万元，占流动资产的比例分别为75.35%、72.12%和72.53%，总体占比较高，主要原因如下：一是公司产品主要为素金饰品和镶嵌饰品等价值较高的珠宝首饰；二是公司以自营业务为主，为保证直营店及专柜的有效运营，需保持一定的铺货及周转存货量。公司存货余额占流动资产比例较大的情况符合珠宝首饰行业的经营特征。

① 存货构成及变动分析

A、报告期各期末，公司存货构成如下表所示：

单位：万元

项 目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)
原材料	930.05	2.64	1,480.28	4.46	1,347.15	4.45
库存商品	33,318.04	94.54	30,466.01	91.84	27,065.36	89.49
委托加工物资	604.47	1.72	815.17	2.46	1,383.71	4.57
委托代销商品	390.67	1.11	413.26	1.25	449.28	1.49
合计	35,243.23	100.00	33,174.72	100.00	30,245.50	100.00

如上表所示，公司存货由原材料、库存商品、委托加工物资和委托代销商品构成，且主要为库存商品，报告期各期末占存货余额的比例分别为89.49%、91.84%和94.54%。

B、报告期各期末，公司存货按产品类别构成如下表所示：

单位：万元

类 别	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)
素金饰品	14,754.51	41.86	13,087.47	39.45	10,460.90	34.59

镶嵌饰品	20,488.72	58.14	20,087.26	60.55	19,784.59	65.41
合 计	35,243.23	100.00	33,174.72	100.00	30,245.50	100.00

②公司存货盘点情况

由于珠宝首饰具有体积小、单价高、容易被盗的特点，为了保护公司存货的安全和完整，公司制定了《饰品盘点制度》，根据该制度规定物流部负责仓库存放饰品盘点，销售大区负责连锁店（直营店、专柜）饰品盘点；在门店每月定期盘点的基础上，审计部、财务部负责饰品盘点的监督和协作管理。公司下属直营店、专柜较多，2013年开始专门委托独立第三方（主要是杭州萧山进化镇大衍财务咨询服务部）对公司直营店和专柜按月进行盘点。

A、盘点计划

在盘点前公司制定存货盘点计划，明确盘点目的、盘点范围、盘点人、盘点时间及盘点要求等。

B、盘点人及监盘人

盘点人：仓库由物流部员工进行盘点；直营店、专柜由门店员工进行盘点。

监盘人：审计部、财务部或签订过合约的审计部第三方指定人员（杭州萧山进化镇大衍财务咨询服务部指定人员）。

C、盘点过程

a、核对数量：盘点饰品时只能采用扫描的方式，盘点范围内所有饰品均需扫描；遇到标签不清或其它特殊原因不能扫描盘点时，必须告知系统管理员、店经理、物流部仓库负责人、监盘人员，对该饰品实物进行确认，然后方可手工录入饰品编码进行盘点；严禁盘点人员擅自用标签代替饰品进行扫描盘点。

b、核对重量：物流部对仓库及门店饰品盘点时还需采用抽查复称的方式与系统所列重量核对。门店复称重量的饰品数量不少于十件。

c、检查品质：物流部对仓库及门店饰品盘点时，盘点人员需对饰品外观、品质进行抽查，与饰品标签的描述核对是否相符。门店品质抽查的饰品数量应不少于十件。

D、盘点报告及差异汇总

仓库盘点：盘点结束后物流部负责人编制盘点报告，并将盘点报表提交审计部；物流部对盘点差异进行跟踪。

直营店、专柜盘点：盘点结束后杭州萧山进化镇大衍财务咨询服务部在次月5号向审计部提交盘点表、盘点报告等资料；对盘点差异进行跟踪，并于次月15号之前对盘点报告中未处理事项进行跟进，编制盘点跟踪报告并提交公司审计部。对于盘点差异、饰品短缺或损坏等问题按照《奖惩管理制度》由责任人进行赔偿，直接责任人赔偿损失的90%，其直接上级承担管理责任赔偿10%。

③存货跌价准备分析

公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项 目	2018年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备	比例（%）
原材料	930.05	-	-
库存商品	33,318.04	89.19	0.27
委托加工物资	604.47	-	-
委托代销商品	390.67	-	-
合 计	35,243.23	89.19	0.25
项 目	2017年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备	比例（%）
原材料	1,480.28	-	-
库存商品	30,466.01	53.35	0.18
委托加工物资	815.17	-	-
委托代销商品	413.26	-	-
合 计	33,174.72	53.35	0.16
项 目	2016年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备	比例（%）
原材料	1,347.15	-	-
库存商品	27,065.36	45.53	0.17
委托加工物资	1,383.71	-	-
委托代销商品	449.28	-	-
合 计	30,245.50	45.53	0.15

公司按照存货跌价准备计提政策，对期末部分可变现净值低于账面成本的存

货计提了存货跌价准备。2016年末、2017年末和2018年末，公司存货跌价准备计提金额分别为45.53万元、53.35万元和89.19万元。

报告期内，同行业可比上市公司存货跌价准备占存货比例如下：

公司名称	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
老凤祥	0.06%	0.06%	0.08%
潮宏基	0.18%	0.07%	0.06%
明牌珠宝	0.10%	0.00%	0.05%
萃华珠宝	0.00%	0.00%	0.00%
爱迪尔	0.12%	0.24%	0.16%
莱绅通灵	0.00%	0.00%	0.00%
周大生	0.85%	0.76%	0.57%
平均	0.19%	0.16%	0.13%
曼卡龙	0.25%	0.16%	0.15%

注：数据根据各公司年报整理。

报告期内，公司存货跌价准备计提比例略高于同行业可比上市公司，不存在重大差异，计提充分合理。

④存货评估情况

2019年4月19日，深圳国艺珠宝艺术品资产评估有限公司出具《曼卡龙珠宝股份有限公司2018年12月31日珠宝类存货资产评估项目资产评估报告》（深国艺评字[2019]第S002号），以2018年12月31日为评估基准日，对公司珠宝类存货价值进行评估。

截至评估基准日2018年12月31日，公司珠宝类存货评估结果如下：

单位：万元

项目	资产数量	评估值
宝石及镶嵌宝石饰品	17398件、995.38克拉	2,463.24
玉石及镶嵌玉石饰品	2包、8197件	3,548.24
贵金属及贵金属饰品	507包、100876件、433060.40克	15,191.72
钻石及镶嵌钻石饰品	49766件、1529.47克拉	14,617.19
合计	-	35,820.40

截至 2018 年 12 月 31 日，公司存货账面价值为 35,154.04 万元，其中评估范围内存货账面价值为 35,096.99 万元。根据评估结果，公司珠宝首饰类存货评估值高于账面价值，增值率 2.06%。

(6) 其他流动资产

公司其他流动资产主要为待抵扣增值税进项税和预缴的企业所得税，2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司其他流动资产分别为 1,362.22 万元、1,602.80 万元和 89.98 万元，占流动资产比例分别为 3.40%、3.49% 和 0.19%。

3、非流动资产构成及变化

公司非流动资产主要为固定资产和无形资产，其中固定资产占比较高。报告期各期末，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
固定资产	3,022.52	71.69	3,126.86	82.05	3,254.44	89.00
无形资产	387.70	9.20	-	-	10.45	0.29
长期待摊费用	350.95	8.32	176.40	4.63	35.25	0.96
递延所得税资产	454.68	10.79	398.30	10.45	356.52	9.75
其他非流动资产	-	-	109.25	2.87	-	-
合 计	4,215.85	100.00	3,810.81	100.00	3,656.66	100.00

(1) 固定资产

报告期各期末，公司固定资产明细情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
房屋及建筑物	2,691.68	89.05	2,762.12	88.34	2,832.57	87.04
通用设备	322.70	10.68	354.69	11.34	404.17	12.42
运输工具	8.14	0.27	10.05	0.32	17.71	0.54
合 计	3,022.52	100.00	3,126.86	100.00	3,254.44	100.00

公司固定资产主要由房屋及建筑物、通用设备和运输工具构成，占非流动资产比例分别为 89.00%、82.05% 和 71.69%。

(2) 无形资产

公司无形资产主要为日常经营管理所需的业务管理系统软件、财务系统软件等计算机软件，2016年末、2017年末和2018年末，公司无形资产账面价值分别为10.45万元、0万元和387.70万元。

2018年末公司无形资产余额有较大增长，主要系公司为提高经营管理效率，对财务系统进行了优化升级，升级开发出了更加高效的阿里云业务中台管理系统。

(3) 长期待摊费用

2016年末、2017年末和2018年末，公司长期待摊费用账面价值分别为35.25万元、176.40万元和350.95万元，主要为车位使用费、直营店和专柜的装修费用。

(4) 递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产构成情况如下：

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
资产减值准备	80.86	82.12	74.21
内部交易未实现利润	373.82	316.18	282.30
合 计	454.68	398.30	356.52

公司递延所得税资产主要由资产减值以及内部交易未实现利润形成的可抵扣暂时性差异调整形成。

(5) 其他非流动资产

公司其他非流动资产主要系预付软件采购款，报告期各期末，其他非流动资产的构成情况如下所示：

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
软件采购款	-	109.25	-
合 计	-	109.25	-

4、资产减值准备

报告期各期末，公司减值准备余额情况如下：

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
坏账准备	395.94	418.04	336.46
存货跌价准备	89.19	53.35	45.53
合 计	485.13	471.39	381.99

公司按照稳健性原则，根据珠宝首饰行业的业务特点和资产的实际情况，制订了合理的资产减值准备计提政策。同时，遵循一贯性和谨慎性原则，公司主要资产的减值准备计提情况与资产实际情况相符，计提减值准备足额、合理，不存在因资产减值准备计提不足而影响公司持续经营能力的情形。

报告期各期末，公司资产减值准备余额分别为 381.99 万元、471.39 万元和 485.13 万元，资产减值准备的计提符合谨慎性原则。

（二）负债状况分析

1、负债结构分析

报告期内公司负债主要为流动负债，各期末公司负债结构如下：

单位：万元

项 目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
流动负债	11,642.83	99.95	10,042.26	99.66	8,319.23	98.35
非流动负债	5.42	0.05	34.36	0.34	139.19	1.65
负债总计	11,648.25	100.00	10,076.62	100.00	8,458.43	100.00

2、流动负债构成及变化

单位：万元

项 目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
短期借款	2,000.00	17.18	2,000.00	19.92	2,000.00	24.04
应付票据及应付账款	5,389.81	46.29	4,219.26	42.02	3,314.13	39.84
预收款项	392.62	3.37	753.93	7.51	618.79	7.44
应付职工薪酬	827.96	7.11	750.91	7.48	769.61	9.25
应交税费	2,141.71	18.40	1,604.86	15.98	1,062.29	12.77

其他应付款	890.73	7.65	713.29	7.10	554.42	6.66
合 计	11,642.83	100.00	10,042.26	100.00	8,319.23	100.00

报告期内，公司流动负债主要由短期借款、应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款构成，主要流动负债分析情况如下：

(1) 短期借款

2016年末、2017年末和2018年末，公司短期借款余额分别为2,000万元、2,000万元和2,000万元，占流动负债比例分别为24.04%、19.92%和17.18%。

(2) 应付票据及应付账款

报告期各期末，公司不存在应付票据，应付账款情况如下：

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
货款	4,751.06	3,726.97	2,789.27
长期资产采购款	223.22	306.39	23.23
广告及中介费	304.02	73.68	384.56
房租费	6.81	63.14	42.36
其他费用	104.71	49.08	74.71
合 计	5,389.81	4,219.26	3,314.13

公司应付账款余额主要为应付供应商货款。2016年末、2017年末和2018年末，公司应付账款余额分别为3,314.13万元、4,219.26万元和5,389.81万元，占流动负债比例分别为39.84%、42.02%和46.29%。报告期内公司应付账款期末余额持续增长，主要系业务规模的扩大导致采购量的增长所致。

(3) 预收款项

公司的预收款项主要系预收的加盟商货款和终端消费者定金。2016年末、2017年末和2018年末，公司预收款项余额分别为618.79万元、753.93万元和392.62万元，占流动负债比例分别为7.44%、7.51%和3.37%。

公司预收款项余额2017年末比2016年末增加135.15万元，增幅为21.84%，主要系2017年末公司开展促销活动，预收较多终端消费者定金所致。2018年末预收款项余额同比减少361.31万元，降幅为47.92%，主要原因一是2018年末预收的终端消费者定金较2017年末有较大幅度的下降；二是2018年12月末公司

上线阿里云业务中台系统，影响存货的调拨，加盟商在系统上线前进行了备货，导致12月末加盟商预付货款的情况较上年末有所减少。

(4) 应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要为已计提暂未支付的员工工资、奖金、津贴和补贴等。2016年末、2017年末和2018年末，应付职工薪酬余额分别为769.61万元、750.91万元和827.96万元，占流动负债比例分别为9.25%、7.48%和7.11%。

(5) 应交税费

报告期内，公司应交税费主要由企业所得税、增值税和消费税构成。报告期各期末，公司应交税费余额分别为1,062.29万元、1,604.86万元和2,141.71万元，占流动负债比例分别为12.77%、15.98%和18.40%。

(6) 其他应付款

报告期内，公司其他应付款明细如下：

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
应付利息	3.19	-	-
其他应付款	887.54	713.29	554.42
合 计	890.73	713.29	554.42

公司其他应付款主要为加盟商的加盟保证金和加盟费。报告期内公司其他应付款余额持续增长，主要系随着公司加盟业务规模的扩展，加盟保证金和加盟费增加所致。

3、非流动负债构成及变化

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
递延所得税负债	5.42	34.36	139.19
非流动负债合计	5.42	34.36	139.19

报告期内公司非流动负债均为递延所得税负债。公司递延所得税负债主要是公司内部交易未实现亏损所产生的应纳税暂时性差异。

(三) 所有者权益情况

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
股本	15,300.00	15,300.00	15,300.00
资本公积	1,788.15	1,788.15	1,788.15
盈余公积	1,425.80	1,298.61	648.66
未分配利润	22,519.78	21,274.05	17,542.17
归属于母公司所有者 权益合计	41,033.72	39,660.81	35,278.97
所有者权益合计	41,033.72	39,660.81	35,278.97

1、股本变动情况

报告期内，公司股本未发生变化。

2、资本公积变动情况

报告期内，公司资本公积未发生变化。

3、盈余公积变动情况

报告期内，公司各期盈余公积的增加主要是根据当期母公司净利润的 10% 计提了法定盈余公积。

4、未分配利润变动情况

(1) 未分配利润构成情况

报告期各期末，公司的未分配利润构成情况如下：

单位：万元

项 目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
期初未分配利润	21,274.05	17,542.17	12,128.30
加：本期归属于母公司 所有者的净利润	5,503.91	4,381.84	5,578.34
减：提取法定盈余公积	127.18	649.96	164.47
应付普通股股利[注]	4,131.00	-	-
期末未分配利润	22,519.78	21,274.05	17,542.17

注：2018年12月27日，公司2018年第六次临时股东大会决议审议通过利润分配方案，向全体股东每10股派发现金股利2.70元，合计分配普通股股利4,131.00万元（含税）。

(2) 未分配利润变动情况

报告期各期末，公司未分配利润的增加主要系公司通过生产经营实现净利润所致；未分配利润的减少主要系提取法定盈余公积和分配股利所致。

（四）偿债能力分析

1、公司偿债能力指标

报告期内，公司各期主要偿债能力指标如下：

主要财务指标	2018年12月31日/ 2018年度	2017年12月31日/ 2017年度	2016年12月31日/ 2016年度
流动比率（倍）	4.16	4.57	4.82
速动比率（倍）	1.14	1.28	1.19
资产负债率（母公司）（%）	51.20	36.70	43.08
资产负债率（合并）（%）	22.11	20.26	19.34
息税折旧摊销前利润（万元）	7,964.73	6,112.04	7,975.95
利息保障倍数（倍）[注]	-	481.04	118.95

注：公司2018年利息收入超过利息支出，因此不计算利息保障倍数。

（1）短期偿债能力分析

报告期各期末，公司流动比率分别为4.82倍、4.57倍和4.16倍，呈小幅下降的趋势，主要系报告期内公司业务规模逐年扩大，公司流动资产、流动负债规模亦随之增加，而流动资产的增长幅度小于流动负债的增长幅度，从而导致流动比率有所降低。

报告期各期末，公司速动比率分别为1.19倍、1.28倍和1.14倍，呈现小幅波动且低于流动比率，主要系公司存货余额占流动资产比例较高，非速动资产占比较大所致，符合珠宝首饰零售行业特点。

（2）长期偿债能力分析

2016年末、2017年末和2018年末，公司资产负债率（合并）分别为19.34%、20.26%和22.11%，总体保持较低水平，长期偿债能力较强。

2016年度、2017年度和2018年度，公司息税折旧摊销前利润分别为7,975.95万元、6,112.04万元和7,964.73万元。2016年度和2017年度，公司利息保障倍数分别为118.95倍和481.04倍，2018年度利息支出小于利息收入，无净利息支出。公司息税折旧摊销前利润和利息保障倍数保持在较高水平，具有较强的长期偿债能力。

总体上，公司经营状况良好，具备较强的债务偿付能力。

2、与同行业可比上市公司偿债能力指标的对比情况

指 标	公司简称	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动比率 (倍)	老凤祥	2.09	1.88	1.63
	潮宏基	2.67	4.29	4.50
	明牌珠宝	3.31	3.40	1.94
	萃华珠宝	1.41	1.62	1.59
	爱迪尔	2.50	2.82	3.50
	莱绅通灵	6.85	4.89	5.00
	周大生	2.33	3.94	2.90
	平均值	3.02	3.26	3.01
	曼卡龙	4.16	4.57	4.82
速动比率 (倍)	老凤祥	0.82	0.79	0.70
	潮宏基	1.14	1.90	1.91
	明牌珠宝	1.40	1.26	1.03
	萃华珠宝	0.45	0.55	0.55
	爱迪尔	1.38	1.54	2.46
	莱绅通灵	3.01	2.14	2.13
	周大生	0.97	1.80	0.74
	平均值	1.31	1.42	1.36
	曼卡龙	1.14	1.28	1.19
资产负债率 (合并)(%)	老凤祥	52.31	49.99	57.14
	潮宏基	38.87	35.91	40.44
	明牌珠宝	21.28	19.18	37.59
	萃华珠宝	61.33	55.82	56.24
	爱迪尔	38.48	39.85	27.28
	莱绅通灵	13.69	19.24	18.91
	周大生	32.59	22.81	32.04
	平均值	36.94	34.69	38.52
	曼卡龙	22.11	20.26	19.34

数据来源：东方财富 Choice 数据

与同行业可比上市公司相比，公司速动比率较低，主要原因一是公司流动资产中存货占比较高，与公司以自营模式为主的经营特点相符；二是同行业可比上市公司通过权益性融资改善其偿债指标，公司融资渠道相对狭窄，主要依靠商业信用融资来补充营运资金。公司流动比率高于同行业可比上市公司。

报告期各期末，公司资产负债率（合并）分别为 19.34%、20.26% 和 22.11%。均低于同行业可比上市公司平均水平。

（五）营运能力分析

1、公司营运能力指标

报告期内，公司各期主要营运能力指标如下：

主要财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次）	18.90	16.44	17.09
存货周转率（次）	2.03	2.04	1.89

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司应收账款周转率分别为 17.09 次、16.44 次和 18.90 次。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司存货周转率分别为 1.89 次、2.04 次和 2.03 次，维持在合理水平。

2、与同行业可比上市公司营运能力指标的对比情况

指 标	公司简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率 (次)	老凤祥	77.75	69.51	76.10
	潮宏基	16.67	17.84	17.41
	明牌珠宝	16.38	12.42	7.31
	萃华珠宝	16.85	15.52	13.45
	爱迪尔	2.48	3.89	3.33
	莱绅通灵	11.40	12.53	12.43
	周大生	54.43	46.81	39.01
	平均值	27.99	25.50	24.15
	曼卡龙	18.90	16.44	17.09
存货周转率 (次)	老凤祥	4.99	4.99	5.17
	潮宏基	1.08	1.12	1.01

指 标	公司简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
	明牌珠宝	2.35	2.02	1.87
	萃华珠宝	1.47	1.66	1.42
	爱迪尔	1.54	2.10	2.33
	莱绅通灵	0.51	0.64	0.62
	周大生	1.37	1.38	1.26
	平均值	1.90	1.99	1.95
	曼卡龙	2.03	2.04	1.89

数据来源：东方财富 Choice 数据

（1）应收账款周转率比较

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司应收账款周转率分别为 17.09 次、16.44 次和 18.90 次，低于同行业可比上市公司平均水平。

公司和同行业可比上市公司的应收账款周转率平均水平存在一定差异，主要系各公司的经营模式差异所致。如老凤祥和周大生以加盟业务模式为主，因给予加盟客户账期较短（或先款后货），应收账款周转速度较快。公司的应收账款主要源于与商场联营专柜业务，相关货款按月结算，周转速度较慢。公司的应收账款周转情况与业务模式基本保持了一致性。

（2）存货周转率比较

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司存货周转率分别为 1.89 次、2.04 次和 2.03 次，与同行业可比上市公司平均水平基本相当。

十三、现金流量分析

（一）报告期内现金流量情况

报告期公司现金流量主要情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动现金流入小计	103,224.81	91,537.73	79,411.37
经营活动现金流出小计	95,561.80	89,040.05	76,115.04

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	7,663.01	2,497.68	3,296.33
投资活动现金流入小计	-	8.47	2.02
投资活动现金流出小计	969.15	193.02	251.26
投资活动产生的现金流量净额	-969.15	-184.55	-249.23
筹资活动现金流入小计	5,000.00	6,000.00	2,000.00
筹资活动现金流出小计	8,917.03	6,038.84	7,685.30
筹资活动产生的现金流量净额	-3,917.03	-38.84	-5,685.30
现金及现金等价物净增加额	2,814.21	2,305.48	-2,736.29
期末现金及现金等价物余额	7,938.35	5,124.14	2,818.66

1、经营活动产生的现金流量分析

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 3,296.33 万元、2,497.68 万元和 7,663.01 万元。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润关系及差异情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
净利润	5,503.91	4,381.84	5,578.34
加：资产减值准备	65.49	134.93	82.98
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	230.05	247.96	314.90
无形资产摊销	20.10	10.45	20.45
长期待摊费用摊销	232.97	36.72	24.55
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“－”号填列)	-	13.35	8.43
固定资产报废损失(收益以“－”号填列)	7.09	28.35	119.44
公允价值变动损失(收益以“－”号填列)	-	-	-
财务费用(收益以“－”号填列)	-9.18	7.65	180.72
投资损失(收益以“－”号填列)	-	-	-
递延所得税资产减少(增加以“－”号填列)	-56.38	-41.79	44.71
递延所得税负债增加(减少以“－”号填列)	-28.94	-104.83	56.74

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
存货的减少(增加以“—”号填列)	-2,120.27	-2,974.76	-2,362.26
经营性应收项目的减少(增加以“—”号填列)	2,329.48	-700.57	-642.65
经营性应付项目的增加(减少以“—”号填列)	1,488.69	1,458.38	-130.02
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	7,663.01	2,497.68	3,296.33
经营活动产生的现金流量净额与净利润差额 [注]	2,159.10	-1,884.16	-2,282.01

注：经营活动产生的现金流量净额与净利润差额=经营活动产生的现金流量净额-净利润。

2016年，公司经营活动现金流量净额比净利润少2,282.01万元，2017年，公司经营活动现金流量净额比净利润少1,884.16万元，主要原因系随着收入规模的扩大，公司铺货增加，应收账款同趋势上升导致占用资金增加所致。2018年，公司经营活动现金流量净额比净利润多2,159.10万元，主要系公司加强了应收账款的管理，收回较多款项，同时应付账款规模扩大导致经营活动现金流入较多。

2、投资活动产生的现金流量分析

2016年度、2017年度和2018年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-249.23万元、-184.55万元和-969.15万元，系公司购置长期资产导致的现金流出。

3、筹资活动产生的现金流量分析

2016年度、2017年度和2018年度，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-5,685.30万元、-38.84万元和-3,917.03万元。

2016年度，筹资活动产生的现金流量净额为-5,685.30万元，主要系2016年公司偿还了较多银行借款。

2018年度，筹资活动产生的现金流量净额为-3,917.03万元，主要系2018年公司现金分红所致。

4、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动

报告期内，公司没有发生不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

(二) 未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募

集资金投资项目的投资支出，具体情况详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”的内容。

十四、首次公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响及公司采取的措施

（一）本次发行对即期回报摊薄的影响

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司的资金实力大幅增强，同时公司总股本和净资产均有较大幅度的增长，后续募集资金投资项目的效益将逐步体现，公司的净利润将有所增加，但由于募集资金投资项目的实施需要一定的时间周期，相关效益的实现也需要一定的时间，因此短期内公司的每股收益和净资产收益率等指标存在被摊薄的风险。

（二）本次公开发行融资的必要性和合理性

关于本次融资的必要性和合理性的具体分析，详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“二、项目实施的必要性和可行性”的内容。

（三）本次募集资金投资项目与现有业务的关系

公司拟利用本次募集资金，投入营销网络扩建项目，扩大公司整体规模，进一步发挥产品、品牌、运营优势，提高品牌知名度和市场占有率；通过投入设计展示中心升级建设项目，为设计、展示提供符合品牌定位的场所；通过投入智慧零售信息化升级建设项目，增强公司数据挖掘分析能力，实现业务流程优化，降低运营成本、提升运营效率，强化公司信息化管理水平，为公司可持续性发展提供有力支撑。关于募集资金投资项目与现有业务的具体关系，详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“一、募集资金运用”之“（三）本次募集资金运用项目与公司现有业务的关系”的内容。

（四）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

关于发行人填补被摊薄即期回报的具体措施，详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、首次公开发行后填补被摊薄即期回报的措施及承诺”的内容。

（五）关于保障中小投资者合法利益的承诺

1、公司董事及高级管理人员承诺

（1）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）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

（4）承诺积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合摊薄即期填补回报的要求；支持公司董事会或薪酬委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）承诺在推动公司股权激励（如有）时，应使股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。”

2、公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东曼卡龙投资承诺：（1）本公司不得滥用控股股东地位，不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；（2）承诺不得无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益。

公司实际控制人孙松鹤承诺：不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

上述填补摊薄即期回报的措施已经公司 2019 年 5 月 13 日召开的 2019 年第一次临时股东大会审议通过。

公司提请投资者注意，公司制定的上述填补摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。公司将在未来上市后定期报告中持续披露填补即期回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

（六）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人关于本次发行对即期回报的摊薄影响分析具备合理性，发行人已制定切实可行的填补即期回报、增强持续回报能力的措施，发行人董事、高级管理人员、控股股东及实际控制人已对发行人填补回报措施切实履行作出承诺，该等措施有助于减少首次发行股票摊薄即期回报的不利影响、有利于发行人的健康可持续发展，符合《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》（国发[2014]17 号）、《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》（中国证券监督管理委员会公告[2015]31号）等相关文件中关于保护中小投资者合法权益的精神及要求。

十五、报告期实际股利分配情况及发行后的股利分配政策

（一）报告期实际股利分配情况

公司报告期内各年度利润分配情况如下：

时间	利润分配方案
2018 年度	2018 年 12 月 12 日，公司第四届董事会第二次会议通过了关于公司进行利润分配的议案，经 2018 年第六次临时股东大会审议通过，公司以截至 2018 年 11 月 30 日经审计的未分配利润为基础，以 15,300 万股为基数，每 10 股派发现金股利人民币 2.70 元（含税），总计派发 4,131.00 万元。
2017 年度	-
2016 年度	-

（二）本次发行后的股利分配政策

公司发行上市后的主要股利分配政策详见本招股说明书“重大事项提示”之“九、公司发行上市后的利润分配政策及现金分红比例”之“（一）公司发行上市后的股利分配政策”的内容。

十六、本次发行完成前滚存利润的分配安排

2019 年 5 月 13 日，公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司本次发行前滚存利润分配的议案》，公司本次发行和上市完成前实现的可供股东分配的滚存利润将由本次发行及上市后的新老股东共同享有。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用

(一) 募集资金数额及专户存储安排

公司本次计划发行人民币普通股（A股）不超过5,100万股，全部为发行新股，不安排老股发售，实际募集资金扣除发行费用后的净额将全部用于公司主营业务相关的项目。

募集资金净额到位后，公司将根据监管部门的相关要求将募集资金存放于董事会指定专门账户进行存储，并与保荐机构、存管银行按深圳证券交易所发布的监管要求签订三方监管协议。

(二) 募集资金运用计划及备案审批情况

本次募集资金投向已经公司2019年第一次临时股东大会、2019年第二次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施。本次募集资金拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投资额	核准备案文件
1	营销网络扩建项目	27,585.00	27,585.00	萧开经发[2019]1号
2	设计展示中心升级建设项目	6,154.36	6,154.36	萧开经发[2019]3号
3	智慧零售信息化升级建设项目	2,046.00	2,046.00	萧开经发[2019]2号
合计		35,785.36	35,785.36	-

若本次发行募集资金少于上述投资项目的资金需求，资金缺口由公司自筹方式解决；如果募集资金有剩余，将用于补充公司的流动资金。本次发行的募集资金到位后，将按项目的实施进度及轻重缓急安排使用；如本次发行的募集资金到位时间与项目进度要求不一致，则根据实际情况需要以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。

(三) 本次募集资金运用项目与公司现有业务的关系

本公司拟利用本次募集资金，投入营销网络扩建项目，扩大公司整体规模，

进一步发挥产品、品牌、运营优势，提高品牌知名度和市场占有率；通过投入设计展示中心升级建设项目，为设计、展示提供符合品牌定位的场所，提升品牌知名度；通过投入智慧零售信息化升级建设项目，增强公司数据挖掘分析能力，实现业务流程优化，降低运营成本、提升运营效率，强化公司信息化管理水平，为公司可持续性发展提供有力支撑。

1、营销网络扩建项目

截至 2018 年 12 月 31 日，公司零售终端网点共计 153 家，直营和专柜合计 86 家，加盟 67 家。本次募投项目拟在浙江省、江苏省、安徽省、湖北省、江西省、福建省、湖南省、山东省、四川省、重庆市 10 个地区新设 80 家商场直营店和专柜。本项目实施后，将进一步扩大公司直营终端的经营规模及整体经营实力，并较大程度提升公司在浙江省外市场的品牌知名度，初步形成全国性的销售网络体系，为公司打造全国性品牌奠定基础，从而全面增强公司在行业中的竞争力。因此，该项目的建设满足公司业务发展的需要。

2、设计展示中心升级建设项目

为了实现公司长期稳定的可持续发展，本项目拟在杭州萧山区购置办公楼，主要职能为研发设计和展示，具体功能包括流行信息采集与分析、产品方案设计、产品展示和发布、新零售概念及门店装修风格展示等。

3、智慧零售信息化升级项目

在当前零售行业改革的趋势背景下，随着公司业务规模的快速扩张，公司对运用信息化管理数据和应用数据的需求日益增强，本项目将通过全渠道项目、数据中台、信息安全三大方向的建设投入进一步提升公司的信息化水平。首先，通过搭建全渠道解决方案，优化全渠道流程，整合全渠道订单、库存、商品、会员、财务结算等数据，实现企业经营的可视化、一体化，实现货品的低库存高周转；其次，搭建数据中台，通过建设门店数字化、商品数字化、会员数字化、数据建模、数据化场景应用等模块，实现数字化改造零售、数字化提升效率、数字化指导决策的经营目标；第三，加强公司信息安全的物理、网络、系统、直至数据和应用平台各个层面的建设投入，构建全面、完整、高效的信息安全体系，从而提升公司信息系统的整体安全等级，为公司业务发展提供坚实的信息安全保障。

二、项目实施的必要性和可行性

（一）项目实施的必要性

1、营销网络扩建项目

（1）满足时尚轻奢类珠宝首饰产品市场增长的需求

随着社会经济水平的提升，消费者消费观念的升级，珠宝首饰产品不再是特定场合才佩戴的奢侈品，而是逐步转变为人们日常装扮自己的佩戴品，尤其是时尚轻奢类珠宝首饰产品，符合市场消费趋势，未来市场空间巨大。根据中国珠宝玉石首饰行业协会统计，我国珠宝玉石首饰行业规模从 2009 年的 2,200 亿元增长到 2017 年的 6,707 亿元，成为全球珠宝玉石首饰行业增长最为明显的国家之一。目前我国已成为仅次于美国的世界第二大珠宝首饰市场，一些重要珠宝产品的消费已居世界前列。

珠宝产品作为非标准化产品，消费者购买行为具有“高参与度、高体验感”的特点，相比于网上购物，实体门店在珠宝观赏、佩戴体验以及消费愉悦度上有着明显的优势。因此，实体门店仍是最重要的品牌宣传渠道和销售平台。公司依托信息化技术在线上对品牌进行宣传和消费引导，通过线下门店进行流量的承接和转化，实现线上赋能线下，打造更全面、有效的营销渠道。

因此，本项目建设有助于公司抓住市场趋势，扩展营销网络布局，把握未来发展机会。

（2）扩大公司自营终端网络布局，提升公司业务规模

目前我国珠宝首饰零售行业集中度较低，未来市场竞争将会加剧，行业整合更加深入，行业内不注重设计、品牌建设乏力、零售渠道狭窄的企业将会在竞争中被淘汰。在行业竞争格局将逐步升级的态势下，从公司长期发展战略的角度来看，公司要想保持并进一步增强自身的竞争地位，必须扩大终端零售网络布局。未来能抓住行业发展趋势并积极进行布局的企业将逐步发展成为行业领先企业。

自营终端是珠宝零售企业直接把控零售服务质量、及时取得市场信息反馈的重要渠道。建设并管理规模合适、符合产品定位的直营终端是公司提高核心竞争力的重要途径。本项目拟大幅扩充公司自营终端数量，支撑公司业务做大做强。

（3）提高品牌影响力，增强公司整体竞争力

截至 2018 年 12 月 31 日，公司零售终端网点共计 153 家，其中直营和专柜

合计 86 家，加盟 67 家。从区域分布来看，浙江地区集中了公司 80% 以上的门店，网点密集度和品牌认知度较高，是公司重点发展的成熟市场。但是公司在其他地区营销网络建设相对滞后，市场的辐射力和渗透力不足，阻碍了对当地客户信息、市场需求信息的把握。

未来几年，公司计划深挖省内市场，并向省外市场发展。本项目拟在浙江省、江苏省、安徽省、湖北省、江西省、福建省、湖南省、山东省、四川省、重庆市 10 个地区新设 80 家商场自营店和专柜。本项目实施后，将较大程度提升公司在省外市场的品牌知名度，并初步形成全国性的销售网络体系，为公司实现跨越式发展奠定基础，从而全面增强公司在行业中的竞争力。

2、设计展示中心升级建设项目

(1) 有利于提升公司整体设计研发能力，增强核心竞争力

目前中国的珠宝首饰市场，外资品牌盘踞在最高端市场，国际品牌获得较高的品牌溢价，其代表为卡地亚、蒂梵尼、宝格丽。港资珠宝品牌也依靠于改革开放的有利政策不断在大陆市场扩张。相比而言，国内品牌珠宝产品从产品系列来看相对单一、设计缺乏独特性。

本项目设计展示中心的建设为公司吸引高级人才搭建重要平台和基础。首先，公司将进一步扩大外部设计师队伍，强化设计团队力量，保持设计团队的活力。其次，公司将加强对设计团队的培训，强化设计人员专业水平。本项目实施后，将全面提升公司整体设计研发能力，满足消费者的多元化、个性化及定制化需求，增强公司核心竞争力。

(2) 展示中心的建立将进一步提升公司营销能力和品牌号召力

公司业务扩张主要通过门店数量的增长来实现，公司门店类型包含自营店和加盟店，在公司营销网络扩建过程中，自营店建设需要与商场/购物中心等商业甲方洽谈，加盟门店建设需要与加盟商进行推广洽谈，而商业洽谈中如能为合作方提供一个直观感受公司产品系列、产品设计风格、店面装修风格、未来公司新零售门店部署、公司发展历程及企业文化等的一个综合展示场所，将会有利支撑和推进洽谈的顺利进行。目前，公司尚未设立展示中心，甲方及加盟商了解公司只能通过走访公司总部及各个门店，公司对合作方的展示过程存在间断性和不完整性的不足，展示宣传效果大打折扣，不利于公司的产业扩张。

本项目展示中心的建立，能够通过平面与立体、静态与动态、实物与虚拟、

视觉到听觉等多种方式更加直观立体地传递公司的企业文化、门店风格、新产品设计研发成果，增强合作方对公司和产品的感官认识。项目实施后，将提高公司的品牌宣传能力，有力促进公司的发展壮大，进而提升公司整体竞争力。

3、智慧零售信息化升级项目

(1) 建设本项目是规范经营管理的需要

公司生产经营过程中涉及到订单、库存、商品、会员、支付、结算等诸多数据，数据类型多样且散落在不同的系统中。系统数据来源不一、数据提取效率低等问题已逐渐成为提升公司管理效率的瓶颈。

项目实施完成后公司系统将具备全面集成的特性和功能，用于解决公司现有各系统间的信息不共通、数据处理不及时等诸多问题。业务数据集中统一管理后，可以促使公司业务流程和管理程序更加合理、规范，有助于增强企业的快速反应能力，能进一步促进公司资源的合理组合及利用，使其在现有资源条件下达到最佳利用效果，从而提高公司的生产经营效率和管理效率。

(2) 建设本项目是采集挖掘分析流通数据的需要

现代企业的竞争，越来越表现为商业模式的竞争。目前，中国企业正处在国内外宏观经济环境、市场竞争环境、消费者消费习惯以及国家政策导向等多种因素变化的大环境下，企业所面临的市场情况越来越复杂和多变，面对这样的外部环境，珠宝行业正在积极寻求转型升级，加快经营模式转变。在此背景下，珠宝企业越来越重视智慧化场景的营销与应用。智慧化购物场景是智慧商业当前存在的一种主要形式，即通过将互联网技术和理念与线下购物场景体验有机融合，构建一个利用购物中心 WIFI 网络和丰富多彩的营销互动、VIP 体验、社区智能化生活联动服务等于一体的更快捷、更贴心、更趣味、更人性化的“第三生活空间”。

而智慧化购物场景的营销与应用需要大量的消费数据作为后台支撑，需要具备强大的数据采集、挖掘和分析能力。通过本项目的实施将能为公司积累实时、有效的大数据，给智慧零售运营提供了条件，实现商品画像和消费者画像的整合，达到优化整个价值链的目的。

(3) 建设本项目是提供管理决策支持的需要

项目拟通过建设全渠道项目和数据中台，运用数据分析、数据挖掘技术提升信息的时效性、全面性及准确性，从而在研发设计、生产安排、营销策略、运营提升等方面为公司提供管理依据，加快市场反应速度，为公司在复杂多变

的市场环境下提供准确的决策支持，有助于公司决策的进一步科学化。

(4) 建设本项目是保障信息安全的需要

系统信息安全的潜在威胁主要来自黑客攻击、病毒、数据操纵、蠕虫和特洛伊木马等。近年来，信息安全事件呈逐年上升的趋势。为清除安全隐患，杜绝信息安全事故，防患于未然，本项目将信息安全作为重要建设内容，通过完善信息安全管理制制度，配置防火墙、防毒墙、准入控制系统、安全管理平台等手段，保障系统及数据安全。

(二) 项目实施的可行性

1、营销网络扩建项目

(1) 公司拥有丰富的珠宝零售营销网络建设和运作经验

截至 2018 年 12 月 31 日，公司在不断发展壮大的过程中已在浙江、江苏、安徽、湖北、江西等地建立了 153 家直营和加盟门店，其中直营店和专柜共 86 家，加盟店 67 家，形成了具有一定规模的珠宝零售终端网络体系，并且积累了大量的终端零售网建设和运作的实践经验，为公司今后的营销网络体系进一步扩大提供了宝贵的经验，有利于保证营销网络体系建设过程的顺利完成。

目前，公司已对终端零售网络的建设及其运营管理搭建起了一整套完善的体系制度，从城市选择、门店选址、开店准备、开业到运营服务质量监察等均设立了相应的制度文件。公司新开门店由开发中心根据公司年度发展计划负责开店地区和城市的规划调研，寻找商场、谈判、签订合约等。新开门店选址有一套自身的考核体系和考核指标，重点关注因素为甲方（购物中心/商场）在当地零售体系的排名情况、甲方珠宝区域年销售额情况、商务条款、预估销售额与成本测算等。完善的营销网络建设和运营体系，为项目成功实施奠定基石。

(2) 加强品牌建设力度保障公司品牌知名度和美誉度

公司在浙江地区具有较高的品牌知名度，但在其他地区品牌知名度有待提升。为了保障公司在全国市场的扩张步伐，公司将着力加强品牌建设力度，从品牌升级、产品系列升级、媒体平台合作、跨界合作、线下广告投放等各方面进行品牌宣传和推广，以进一步提升公司及产品的品牌知名度和美誉度。

从终端门店的形象升级上，将进一步优化店面的硬装软装设计，增加互动大屏、投影、VR 等设备的投入，改进包装体系等；从产品系列升级上，加大时尚

产品线的设计和投放；从媒体平台合作上，公司已与抖音、微信等新媒体进行了推广合作，并进行跨界合作。针对新开门店城市，除了以上品牌建设措施外，公司还将通过线上内容端的合作、会员体系渗透、开业引流活动等措施进行宣传和推广，对新开门店形成有效的支撑。

2、设计展示中心升级建设项目

(1) 公司建立了较为完善的营销渠道，形成了良好的市场口碑

公司经过多年发展建立了较为完善的“直营+加盟”的营销渠道，形成了较为健全且具有可复制性的管理体系，形成了良好的市场口碑。公司总部位于浙江省杭州市，公司主要直营店和加盟商位于浙江省和周边省份，在杭州实施该项目一方面能够充分展示公司的企业文化、门店风格、新产品成果等，另一方面有利于公司与合作方加强沟通，强化管理，从而更好的实现品牌推广。

(2) 公司较强的产品整体规划能力为项目实施奠定了基础

曼卡龙根据目标顾客在恋爱、结婚、生子、休闲、纪念日等不同场景下佩戴珠宝的情感需求进行产品线规划，如公司的“蜜语”系列、“MIGO”系列、“神圣之光”系列、“假日”系列等。由公司产品研发部负责确定产品方向和策略及主题概念，公司较强的产品整体规划使得多个产品系列之间的关系既相互区隔又相互补充，共同形成独具曼卡龙品牌印记的系列化产品。

3、智慧零售信息化升级项目

(1) 符合国家政策和行业发展趋势的要求

2016年11月国务院办公厅《关于推动实体零售创新转型的意见》提出，创新服务体验，支持企业运用大数据技术分析顾客消费行为，开展精准服务和定制服务，灵活运用网络平台、移动终端、社交媒体与顾客互动，建立及时、高效的消费需求反馈机制，做精做深体验消费；建立适应融合发展的标准规范、竞争规则，引导实体零售企业逐步提高信息化水平，将线下物流、服务、体验等优势与线上商流、资金流、信息流融合，拓展智能化、网络化的全渠道布局。当下中国消费者需求的增长推动珠宝行业变革，探索新零售商业模式，成为当务之急。因此，本项目建设符合国家政策导向及未来行业的趋势和方向。

(2) 信息技术的成熟与飞速发展有利于本项目顺利实施

随着社会的进步和经济的不断发展，带来了科技和信息技术的飞速发展。信息技术的发明创造和广泛应用，有效促进了硬件制造与软件开发相结合、实体经

济与虚拟经济相结合，形成了经济社会发展的强大驱动力。目前，计算机和信息技术已经渗透到现在社会的各个方面，成为人们工作和生活必不可少的一部分。技术发展到今天，无论在硬件和软件方面都已经比较成熟，相应的信息应用技术日益完善。计算机和信息技术的高速发展和成熟以及信息服务体系的日益完善，为信息化建设的实施提供了有力保证。

(3) 公司现有信息化建设为本项目的实施提供了有利基础

公司除了已搭建起基础的信息化系统外，阿里云业务中台系统项目和用友财务业务一体化项目已上线运营，该两大系统项目为公司未来深化信息化建设奠定了坚实基础。公司未来也将持续进行信息化投入，加强信息中心组织及人才建设，并积极调动软硬件配套资源，为信息化建设、发展、实施创造便利条件。

三、项目具体情况简介

(一) 营销网络扩建项目

1、项目内容

本项目拟在浙江省、江苏省、安徽省、湖北省、江西省、福建省、湖南省、山东省、四川省、重庆市 10 个地区新设 80 家自营门店，其中商场直营店 21 家，商场专柜 59 家。

本项目实施后，将进一步扩大公司直营终端的经营规模及整体经营实力，并较大程度提升公司在浙江省外市场的品牌知名度，初步形成全国性的销售网络体系，为公司打造全国性品牌实现跨越式发展奠定基础，从而全面增强公司的核心竞争力。

2、项目建设方案

本项目所选城市主要可划分为三类：一是浙江省内城市，为公司的主阵地，是公司长期经营的成熟市场，公司拥有丰富的运作经验和较高的把控力；二是公司在当地已有一些直营或加盟门店的地区，公司在当地已积累了一定的运作经验；三是新开发的经济水平较好的地区，市场消费需求较大。

项目门店具体选址及新开数量如下：

省份	城市	数量（家）
浙江	杭州	3

省份	城市	数量（家）
	宁波	2
	温州	2
	衢州	1
	丽水	1
	舟山	1
	湖州	1
	嘉兴	1
江苏	南京	4
	扬州	2
	南通	2
	盐城	2
	徐州	2
	苏州	2
	常州	2
	无锡	2
安徽	合肥	3
	芜湖	2
	蚌埠	2
湖北	武汉	5
	宜昌	2
江西	南昌	4
	九江	2
	上饶	2
福建	福州	2
	厦门	2
	泉州	2
湖南	长沙	5
山东	济南	3
	青岛	3

省份	城市	数量（家）
四川	成都	6
重庆	重庆	5
合 计		80

本项目拟合计新设 80 家自营门店，按经营模式分，其中商场专柜 59 家，商场直营店 21 家；按门店规模分，其中一级门店（单店平均面积 70 平米）16 家，二级门店（单店平均面积 40 平米）64 家。

按经营模式和门店规模，新开门店进度方案如下：

项 目	T+1	T+2	T+3	合计（家）
新开门店数量	15	30	35	80
1、商场专柜	11	23	25	59
其中：一级门店	2	3	5	10
二级门店	9	20	20	49
2、商场直营店	4	7	10	21
其中：一级门店	1	2	3	6
二级门店	3	5	7	15

3、项目投资

（1）投资预算

单位：万元

序号	项 目	项目资金	占比
1	初始年租金及物业管理费	780.20	2.83%
2	装修费用	1,696.00	6.15%
3	设备购置费	938.00	3.40%
4	铺货资金	20,044.80	72.67%
5	铺底流动资金	4,126.00	14.96%
项目总投资		27,585.00	100.00%

（2）项目投资具体情况

①初始年租金及物业管理费

本项目新开门店分为商场专柜和商场直营店两种模式，其中商场专柜模式，采用与商场联营的模式，公司向商场支付扣点（销售额的一定比例），无需支付

租金；商场直营店模式按面积向商场支付租金和物业管理费。

本项目商场直营店新开门店共 21 家，其中一级门店 6 家，租金及物业管理费平均为 25 元/天/平米；二级门店 15 家，租金及物业管理费平均为 30 元/天/平米。合计初始年租金及物业管理费 780.20 万元。资金具体使用明细如下表所示：

项 目	T+1	T+2	T+3	合计
商场直营店总数量（家）	4	7	10	21
其中：一级门店（家）	1	2	3	6
二级门店（家）	3	5	7	15
初始年租金及物业管理费（万元）	146.46	260.06	373.68	780.20

②装修费用

本项目一级门店装修单价为 0.6 万元/平方米，二级门店装修单价为 0.4 万元/平方米，合计装修费用投入 1,696.00 万元。

项 目	T+1	T+2	T+3	合计
新开门店总数量（家）	15	30	35	80
其中：一级门店（家）	3	5	8	16
二级门店（家）	12	25	27	64
装修费用（万元）	318.00	610.00	768.00	1,696.00

③设备购置费

本项目单店硬件设备购置费 11.725 万元，所有新开门店合计硬件设备投入 938.00 万元。

单位：元

序号	名称	品牌及型号	单位	数量	单价	总价
1	台式电脑	DELL3046(4G)(3年质保) CPU: G 系列 4 代 CPU/ 内存:4GB DDR3/硬盘: 500GB/光驱: DVD/显示 器: E2016	套	3	3,250.00	9,750.00
2	针式打印机	映美 350K	台	3	1,400.00	4,200.00
3	电视机	海信 LED55K300UD, (含 通用挂架)	台	2	4,000.00	8,000.00
4	金价广告盒	欧密星端 NB10	台	1	1,380.00	1,380.00
5	数字硬盘录像机（配 5 块希捷 3TB	数字硬盘录像机：大华 DH-HCVR5832S; 希捷 3TB 监控盘：型号	台	1	6,750.00	6,750.00

序号	名称	品牌及型号	单位	数量	单价	总价
	监控盘)	ST3000VX000				
6	55寸BOE画屏	H1278 * W758	个	2	5,280.00	10,560.00
7	IPADAIR		个	2	2,600.00	5,200.00
8	冰箱		台	1	1,600.00	1,600.00
9	咖啡机		个	1	600.00	600.00
10	洽谈桌		张	1	1,800.00	1,800.00
11	办公桌		张	3	300.00	900.00
12	办公椅		张	3	100.00	300.00
13	HP激光打印机		台	2	800.00	1,600.00
14	保险柜		个	10	1,500.00	15,000.00
15	三人沙发		个	1	1,200.00	1,200.00
16	茶机		个	1	400.00	400.00
17	全息投影		套	2	2,700.00	5,400.00
18	可移动触摸屏		套	2	15,000.00	30,000.00
19	有线扫描枪	立象 AS-8000/USB	把	3	300.00	900.00
20	路由器	TP-LINK 941N 无线路由器	台	1	290.00	290.00
21	摄像头	大华原装红外半球 DH-HAC-HDW2200S	个	20	360.00	7,200.00
22	监控电源	民生 S-360-12 开关电源	个	2	150.00	300.00
23	视频分享器	HDMI2.0 1进4出分享器	个	1	380.00	380.00
24	HDMI高清线	2.0标准20米成品线	根	1	300.00	300.00
25	网线	AMP超六类8芯双绞线	米	200	3.00	600.00
26	视频线	中联合国标75-3全铜同轴 电缆线	卷	3	340.00	1,020.00
27	电源线	中联合国标2*0.5全铜多芯 电缆线	卷	3	340.00	1,020.00
28	机柜	1.0米弱电机柜(1块挡板, 一个AMP理线架)	个	1	600.00	600.00
合 计						117,250.00

④铺货资金

按照公司现有门店的铺货情况,本项目一级门店单店铺货资金为304.8万元,

二级门店单店铺货资金为 237 万元，合计铺货资金投入 20,044.80 万元。

项 目	T+1	T+2	T+3	合计
新开门店总数量（家）	15	30	35	80
其中：一级门店（家）	3	5	8	16
二级门店（家）	12	25	27	64
铺货资金（万元）	3,758.40	7,449.00	8,837.40	20,044.80

⑤铺底流动资金

铺底流动资金主要用于该项目建设期和初始试运营阶段的日常支出，以分项估算法按照最近三年公司各项主要流动资产、流动负债的周转情况，测算本项目所需流动资金。本项目铺底流动资金为 4,126 万元。

4、项目实施进度安排

本项目计划建设期为 30 个月，80 家门店分三批建设。T+1 年第一季度为第一批门店的前期评估和洽谈，第二季度完成立项、装修、铺货和开业，第三季度正式运营；T+2 年和 T+3 年分别完成第二批和第三批门店的建设。具体项目建设规划进度安排如下表所示：

序号	项 目	T+1				T+2				T+3			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	第一批门店前期评估洽谈	■											
2	第一批门店立项、装修、铺货、开业		■										
3	第一批门店正式运营			■	■								
4	第二批门店前期评估洽谈					■							
5	第二批门店立项、装修、铺货、开业						■						
6	第二批门店正式运营							■	■				
7	第三批门店前期评估洽谈									■			
8	第三批门店立项、装修、铺货、开业										■		
9	第三批门店正式运营											■	■

5、项目环保情况

本项目主要为商业流通环节的建设，在建设过程中，公司将严格遵守国家和当地有关环境保护的法律、法规的规定，与生产型项目相比，不存在污染。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管理名录》的规定，本项目不属于环保法规规定的建设项目，不需要进行项目环境影响评价，亦不需要取得主管环保部门对上述项目的审批文件。

6、募投项目预期投资效益

项目建设期 30 个月，第一批门店第 1 年第三季度正式运营，当年销售达标率 60%，第 2 年销售达标率 90%，第三年销售达标率 100%。

商场直营店收入直接按销售额，商场专柜收入需在零售额基础上扣除商场扣点金额。

经测算，本项目税后财务内部收益率 18.20%，税后净现值 4,351.95 万元，税后投资回收期 6.53 年（含建设期 30 个月）。

（二）设计展示中心升级建设项目

1、项目内容

公司设计展示中心建设目标是建设一个集设计中心和展示中心等功能于一体的现代化珠宝首饰研发设计展示平台。具体功能包括流行信息采集与分析、系列方案设计、产品展示和发布、新零售概念及门店装修风格展示等。项目建成后，该设计展示中心将成为国内珠宝首饰企业较为先进的研发设计展示平台之一。

2、项目建设方案

公司拟在杭州市萧山区购置办公楼，总面积为 1,200 平方米，其中创意设计中心 500 平方米、展示中心 700 平方米。

3、项目投资

（1）投资预算

单位：万元

序号	项 目	金额	占比
1	场地购置费	4,800.00	77.99%
2	场地装修费	570.00	9.26%
3	软硬件购置费	325.58	5.29%

4	基本预备费	284.78	4.63%
5	人才引进费	174.00	2.83%
项目总投资		6,154.36	100.00%

(2) 项目投资具体情况

① 场地购置费和场地装修费

本项目预计购置办公楼 1,200 平方米，购置费共计 4,800 万元；场地装修费用为 570 万元，合计投入 5,370.00 万元。具体情况如下：

单位：万元

功能区域名称	建筑面积(平方米)	购置单价(万元/平方米)	购置金额	装修单价(万元/平方米)	装修金额	总价
展示中心	700	4	2,800.00	0.60	420.00	3,220.00
创意设计中心	500	4	2,000.00	0.30	150.00	2,150.00
合计	1,200		4,800.00		570.00	5,370.00

② 硬件设备及软件购置费

单位：万元

项目	序号	设备名称	数量(台/套/个)	含税单价	总价
设计中心	1	台式电脑	8	0.50	4.00
	2	笔记本电脑	8	1.00	8.00
	3	设计软件	8	1.20	9.60
	4	访客登记系统	1	6.00	6.00
	5	办公家具	20	0.37	7.43
	6	高清投影仪	2	0.50	1.00
	7	打印复印传真机一体机	3	0.80	2.40
	8	多媒体视频会议系统	3	3.00	9.00
	9	中央空调	1	35.00	35.00
合计					82.43
展示中心	1	展柜	1	85.00	85.00
	2	LED 大屏幕	1	14.00	14.00
	3	全息 3D 投影	1	4.00	4.00

项 目	序号	设备名称	数量(台/套/ 个)	含税单价	总价
	4	投影仪(用于全息 幕)	1	2.00	2.00
	5	全息幕投影吊杆	1	8.50	8.50
	6	曲面大液晶屏展 示设备	1	30.00	30.00
	7	可移动触摸屏	10	1.60	16.00
	8	视频服务器	1	40.00	40.00
	9	摄像录像机	3	2.00	6.00
	10	摄像录像相关场 地设备	2	0.50	1.00
	11	音响设备	3	0.55	1.65
	12	监控系统	1	20.00	20.00
	13	消防设施	1	15.00	15.00
	合 计				243.15
	合 计				325.58

③基本预备费

基本预备费按本项目场地购置及装修费和硬件设备及软件购置费之和的 5% 计算。

④人才引进费

本项目计划新增8名人员，预计新增投入174万元。

单位：万元

部门	岗位设置	岗位年薪	新增人数	薪酬合计
创意设计中心	设计创意总监	36	1	36.00
	设计创意主管	25	2	50.00
	设计师	18	3	54.00
展示中心	展示接待办主任	19	1	19.00
	展示专员	15	1	15.00
合 计			8	174.00

4、项目实施进度安排

本项目建设期 12 个月，项目实施进度安排如下：

序号	项 目	T+1 年（建设期）
----	-----	------------

		Q1	Q2	Q3	Q4
1	场地购置及装修				
2	硬件、软件设备采购与安装调试				
3	人员调动、招募及培训				
4	功能实现、投入使用				

5、项目环保情况

本项目在建设过程中，公司将严格遵守国家和当地有关环境保护的法律、法规的规定，与生产型项目相比，不存在污染。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管理名录》的规定，本项目不属于环保法规规定的建设项目，不需要进行项目环境影响评价，亦不需要取得主管环保部门对上述项目的审批文件。

6、募投项目预期投资效益

本项目不具有直接盈利性。

（三）智慧零售信息化升级项目

1、项目内容

本项目将通过全渠道项目、数据中台、信息安全三大方向的建设投入进一步提升公司的信息化水平。首先，通过搭建全渠道解决方案，优化全渠道流程，整合全渠道订单、库存、商品、会员、财务结算等数据，实现企业经营的可视化、一体化，实现货品的低库存高周转；其次，搭建数据中台，通过建设门店数字化、会员数字化采集全城路行为或业务数据，通过数据建模实现跨域数据整合，公司后续能通过该系统进行数据采集、数据分析以及顾客互动等；第三，加强公司信息安全的物理、网络、系统、直至数据和应用平台各个层面的建设投入，构建全面、完整、高效的信息安全体系，从而提升公司信息系统的整体安全等级，为公司业务发展提供坚实的信息安全保障。

2、项目投资

（1）投资预算

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	全渠道项目	490.00	23.95%

2	数据中台	1,350.00	65.98%
3	信息安全建设投入	206.00	10.07%
项目总投资		2,046.00	100.00%

(2) 项目投资具体情况

①全渠道项目

全渠道项目建设从订单中心、结算中心、信用体系、支付中心、会员中心、阿里云资源建设等方向投入，总投入 490 万元。具体投资明细如下：

单位：万元

序号	项目	单价	数量	总价
1	订单中心	100	1	100
2	结算中心	100	1	100
3	信用体系	80	1	80
4	支付中心	80	1	80
5	会员中心	80	1	80
6	阿里云资源	50	年	50
合计				490

②数据中台

数据中台建设总投入 1,350 万元，主要投向门店数字化、商品数字化、会员数字化、RFID（射频识别，Radio Frequency Identification）应用、数据化模型开发搭建、数据化场景应用、顾客互动平台方面。具体投资明细如下表：

单位：万元

项目	费用名称	单价	数量（台/套/个）	总价
门店数字化	硬件设备（摄像头、WIFI 探针）	2.50	100	250.00
	分析采集软件费用	50.00	1	50.00
商品数字化	RFID 看货盘费用	2.00	100	200.00
	实施费用	1.00	100	100.00
	商品数字化软件	100.00	1	100.00
会员数字化	RFM（Recency, Frequency, Monetary）会员模型	20.00	1	20.00
	会员画像	20.00	1	20.00

项目	费用名称	单价	数量(台/套/个)	总价
	会员数据化模型	30.00	1	30.00
RFID 应用	RFID 标签费用	0.0001	1,000,000	100.00
	RFID 盘点枪费用	0.50	100	50.00
	RFID 应用软件费用	50.00	1	50.00
数据化模型开发搭建	业务调研与咨询	10.00	5	50.00
	模型软件开发	20.00	5	100.00
	实施费用	10.00	5	50.00
数据化场景应用	业务分析与开发	15.00	4	60.00
	实施费用	5.00	4	20.00
顾客互动平台	顾客互动平台开发与应用费用	100.00	1	100.00
合 计				1,350.00

③信息安全建设

通过配置防火墙、防毒墙、准入控制系统、终端安全防护等手段和应用软件，确保公司信息安全，总投入 206 万元。具体投资明细如下：

单位：万元

序号	分类	设备名称	单价	数量(台/套/个)	总价
1	对外服务器区域安全系统建设	WEB 应用防火墙	20.00	1	20.00
		网页防篡改	3.00	1	3.00
		网站安全服务	5.00	1	5.00
		万兆防毒墙	10.00	1	10.00
		安全应用负载	10.00	1	10.00
2	对内服务器区域安全系统建设	万兆入侵防御系统	10.00	1	10.00
		万兆防毒墙	25.00	1	25.00
		安全应用负载	10.00	1	10.00
3	综合运维区域安全系统建设	综合审计系统	10.00	1	10.00
		堡垒机	10.00	1	10.00
		综合运维平台	20.00	1	20.00
4	办公终端区	准入控制系统	20.00	1	20.00

序号	分类	设备名称	单价	数量(台/套/个)	总价
	域安全系统建设	终端安全防护	20.00	1	20.00
		终端安全管理	10.00	1	10.00
5	信息安全技术服务	信息安全技术合规性整改	7.50	1	7.50
		信息安全等级保护专项服务	7.50	1	7.50
		信息安全运维服务	8.00	1	8.00
合 计					206.00

4、项目实施进度安排

本项目建设周期为 24 个月，项目实施进度安排如下：

序号	项 目	建设周期	
		T+1	T+2
1	全渠道项目建设		
2	数据中台建设		
3	信息安全建设投入		

5、项目环保情况

本项目在建设过程中，公司将严格遵守国家和当地有关环境保护的法律、法规的规定，与生产型项目相比，不存在污染。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管理名录》的规定，本项目不属于环保法规规定的建设项目，不需要进行项目环境影响评价，亦不需要取得主管环保部门对上述项目的审批文件。

6、募投项目预期投资效益

本项目不具有直接盈利性。

四、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

本次募集资金投资项目符合公司发展战略，满足公司发展需求，有利于进一步扩大公司业务规模，提升公司市场竞争力、盈利能力和抗风险能力，促进公司做大做强，实现跨越式发展。预计募集资金到位后，对公司财务状况和经营成果的影响如下：

（一）增强核心竞争力

本次募集资金投资项目紧密围绕公司现有核心业务，用于营销网点扩建、设计展示中心升级和智慧零售信息化建设项目。本次募集资金投资项目实施完成后，公司的持续发展能力将得到增强，核心竞争力将进一步提高。

（二）本次发行对公司财务状况和经营状况的影响

本次募集资金投资项目实施后，将扩大公司业务规模、提高信息化水平，为公司进一步做强做大打下良好基础。募集资金投资项目具备较好的盈利前景和联动效应，项目建成后，将对公司的财务状况和经营成果产生积极的影响。

1、对资产负债率的影响

本次募集资金到位后，公司的资产负债率水平将进一步降低，有利于提高公司的间接融资能力，降低财务风险，对于公司利用财务杠杆融资起到积极作用。

2、对盈利能力的影响

本次募集资金投资项目经过公司详细的市场调研，产品具有广阔的市场前景。项目顺利实施后，对于公司的市场开拓、品牌宣传、市场数据分析能力等都有大幅的提升，从而进一步提高公司盈利能力。

3、对净资产和净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，公司净资产和每股净资产将大幅增加，这将增强公司规模和实力，提升公司后续持续融资能力和抗风险能力。由于募集资金投资项目存在建设周期，项目达产需要一定时间，在短期内难以完全产生效益，公司短期内净资产收益率会有所下降。但随着募集资金投资项目的逐步达产，将增强公司的生产能力和市场竞争力，盈利水平将增加，公司的净资产收益率将逐步提高。

（三）新增固定资产折旧情况及对公司未来经营成果的影响

根据公司本次募集资金投资项目的资金使用计划，预计募集资金投资项目建设期第一年固定资产折旧、无形资产和长期待摊费用摊销合计为 269.37 万元，第二年为 1,098.66 万元，第三年为 1,460.02 万元。

募集资金投资项目之营销网络扩建项目达产期年营业收入 33,274.49 万元，年均实现净利润 2,583.91 万元，能够消化新增固定资产折旧等费用。

五、公司董事会的分析意见

本公司董事会对本次募集资金投资项目的可行性进行了分析，认为：本次募集资金所投资项目的选取是在客观分析公司现状之后经合理论证得出，项目与公司现阶段的经营规模、财务状况、技术水平与管理能力相适应。

1、经营规模

募集资金投资项目正常运营后，将进一步夯实公司现有业务，公司门店布局将更为完善，产品规划设计能力、品牌推广能力、营销及服务能力不断增强，公司核心竞争力和盈利能力得以进一步提升。

募投项目的顺利实施，将极大地扩大公司现有经营业务规模，全面提升公司核心竞争力，为公司未来发展提供有力的支持。

综上所述，本次募集资金投资项目是公司结合行业发展趋势、公司自身增长速度等作出的决策，与公司目前经营规模相适应。

2、财务状况

公司本次计划发行新股不超过 5,100 万股，募集资金总额约 3.58 亿。本次募集资金项目实施后，一方面为拓展销售网点提供了资金支持，另一方面，随着公司规模的不壮大，信息化建设将提升公司运营的管理效率、提高营销的精准率等，有利于降低营销成本和财务费用。因此，本次募集资金投资项目与公司财务状况相适应。

3、技术水平

公司产品规划设计已具备了多年的经验，产品规划包括产品主题设计、产品线设计和具体珠宝产品设计。公司产品在浙江省内具有较高的知名度和美誉度，多年来已培育了一群具有品牌忠诚度的消费者。公司目前的技术水平能够为募集资金投资项目提供技术支撑，满足项目的需要。

4、管理能力

借助多年来营销网络渠道管理经验，公司已形成一套成熟的管理模式，有力地支持了公司营销网络的拓展与维护。此外，公司建立了一套完善的营销管理人才培养体系，培养了一批营销管理人才，具有丰富的营销网络管理经验，为公司的可持续拓展提供了保证。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至 2019 年 5 月末，发行人正在履行的对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）销售合同

1、特许经营合同

发行人与加盟商签订的《特许经营合同》对包括但不限于商业特许经营权的经营区域、授权店铺、特许经营期限、商品进货与换货、商标使用费与履约保证金、商标使用授权范围、加盟店铺装修与用工、市场营销与市场开发、商业秘密保护等特许经营的主要内容做了具体约定。

按照发行人 2018 年度对加盟商单店销售收入排名，前五名加盟商与发行人签订的正在履行的特许经营合同具体情况如下：

序号	区域	加盟商名称	合同期限
1	湖州市红旗路新天地店	赵洪	2015.08.08-2019.10.08
2	萧山义蓬专卖店	杭州萧山宝琳阁珠宝行	2017.10.25-2020.10.24
3	湖州浙北大厦购物中心专柜	湖州御皇祥饰品有限公司	2019.04.15-2020.04.13
4	慈溪市保利滨湖天地专柜	沈冰冰	2018.01.01-2020.12.26
5	杭州永旺梦乐城专柜	杭州余杭区良渚荃芋珠宝商行	2018.04.01-2020.11.30

2、专柜联营合同

发行人及其子公司与商场经营方签订专柜联营合同，对商品提供、装修、销售人员派驻、场地提供、商场管理和促销活动政策、收款、开票及收益分配等核心内容作了具体约定。

按照发行人 2018 年度对商场专柜销售收入排名，前五名商场与发行人签订的正在履行的专柜联营合同具体情况如下：

序号	合同对方	专柜名称	合同期限
----	------	------	------

序号	合同对方	专柜名称	合同期限
1	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	萧山银隆百货专柜	2018.08.16-2019.08.15
2	慈溪银泰商业管理有限公司	慈溪银泰专柜	2018.09.01-2019.08.31
3	杭州银泰世纪百货有限公司	杭州庆春银泰专柜	2018.09.01-2019.08.31
4	浙江银泰百货有限公司	杭州武林银泰专柜	2018.09.01-2019.08.31
5	杭州银泰三江商业发展有限公司	杭州城西银泰专柜	2018.09.01-2019.08.31

3、电商平台销售合同

2018年11月5日，发行人与唯品会（中国）有限公司签订《商品销售协议》，约定发行人向其提供商品并授权其及其分公司或者关联公司合法销售“曼卡龙珠宝/MCLON”品牌所有商品，合同有效期自2019年1月1日至2019年12月31日止。

（二）钻石合作协议

2015年9月，Cominco（Belgium）BVBA（以下简称“CBE”）与发行人签订《73切面钻石合作协议》《专利技术转让协议》，主要内容为：CBE已开发一款名为“上帝之光”的73切面钻石，CBE将其已在欧盟取得专利号002717314-0001的有关“73切面钻石切工技术”之专利技术在中国大陆地区范围内的相关权利转让给发行人，包括但不限于发行人在中国大陆地区的专利申请权、专利优先权，以及就73切面钻石产品向商标局申请注册商标的权利；在发行人取得前述专利权和注册商标后，CBE将协助发行人在比利时取得商标权及品牌名称。

自2015年9月26日至2020年12月31日止，CBE授权发行人在中国大陆范围内独家宣传销售73切面钻石产品的权利；发行人优先向CBE采购73切面钻石，如CBE不能提供发行人订单量，则CBE协助发行人选择其他加工厂提供该钻石产品。协议有效期满发行人享有优先续约合作权。

（三）黄金代理交易合同

2014年8月1日，浙江玖瑞玖与深圳市翠绿金业有限公司签订《贵金属代理交易合同》，约定由浙江玖瑞玖委托深圳市翠绿金业有限公司为其进行在上海黄金交易所的标的物交易。浙江玖瑞玖通过深圳市翠绿金业有限公司为其办理登

记备案，取得在上海黄金交易所的客户编码并下达指令进行交易。浙江玖瑞玖需为此支付交易手续费、仓储费、出入库费、运保费、溢短差费、延期补偿费、交割费等上海黄金交易所规定制定和调整的费用。

（四）银行融资担保合同

1、授信协议

2018年8月16日，发行人与招商银行股份有限公司杭州分行（以下简称“招商银行杭州分行”）签订编号为2018年授字第057号的《授信协议》，约定由招商银行杭州分行向公司提供8,000万元的授信额度，授信期限为2018年11月7日至2019年11月6日。

2、最高额保证合同

2018年8月16日，浙江玖瑞玖与招商银行杭州分行签订编号为2018年保字第057号的《最高额不可撤销担保书》，约定由浙江玖瑞玖为公司自2018年11月7日至2019年11月6日期间与招商银行杭州分行发生的最高额余额为8,000万元的债务提供连带责任保证担保。

3、最高额抵押合同

2018年12月10日，发行人与杭州银行股份有限公司西城支行（以下简称“杭州银行西城支行”）签订编号为017C1102018000041的《最高额抵押合同》，约定以自有房产“华成国际发展大厦2001室及2002室”为其在2018年12月10日至2021年12月04日期间发生的在杭州银行西城支行的借款提供最高额抵押担保，担保的最高债权额为4,000万元。

（五）保荐协议与承销协议

1、保荐协议

2019年5月，发行人与浙商证券签订《曼卡龙珠宝股份有限公司与浙商证券股份有限公司关于曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票并上市之保荐协议》，确定浙商证券为发行人首次公开发行股票并上市的保荐机构。

2、承销协议

2019年5月，发行人与浙商证券签订《曼卡龙珠宝股份有限公司与浙商证券股份有限公司关于曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票并上市之承销

协议》，委托浙商证券为发行人首次公开发行的主承销机构，采用余额包销方式发行股票。

二、发行人的对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对外担保的情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）公司及子公司的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司及子公司不存在重大诉讼或仲裁事项。

（二）控股股东及实际控制人的诉讼或仲裁事项、重大违法行为

截至本招股说明书签署日，公司控股股东不存在重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人、董事长、总经理孙松鹤涉及一起返还原物纠纷，具体情况如下：

原告沈国强诉称其系位于萧山区体育路 169 号 206 室的房屋（以下简称“诉讼标的物”）产权登记人，其原任职单位萧山市建筑设计院于 1998 年 2 月签订《房屋转让协议书》，将其所有的诉讼标的物转让给万隆珠宝城，万隆珠宝城已于 1998 年 8 月注销，孙松鹤承担万隆珠宝城的一切债权债务。因此，2018 年 10 月，原告沈国强诉请孙松鹤腾退诉讼标的物之房屋并支付自 1998 年 2 月起的占有使用费及利息（截至 2018 年 10 月合计 330 余万元）。截至本招股说明书签署日，该案尚在杭州市萧山区人民法院一审审理中。

最近三年，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

（三）公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员诉讼或仲裁事项

除前述公司董事长、总经理孙松鹤涉及的诉讼案件外，截至本招股说明书签署日，公司其他董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员不存在重大诉讼（包括刑事诉讼）或仲裁事项。

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签名: 孙松鹤 曹斌 吴长峰

孙松鹤 曹斌 吴长峰

瞿吾珍 孙舒云 王娟娟

瞿吾珍 孙舒云 王娟娟

唐国华 李文贵 伍晓明

唐国华 李文贵 伍晓明

全体监事签名: 周斌 华晔宇 林安德

周斌 华晔宇 林安德

全体高级管理人员签名: 孙松鹤 吴长峰 王娟娟

孙松鹤 吴长峰 王娟娟

许恬

许恬



二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

项目协办人（签名）：何少杰
何少杰

保荐代表人（签名）：沈斌
沈斌

陈忠志
陈忠志

法定代表人（签名）：吴承根
吴承根



浙商证券股份有限公司

2019年6月18日

浙商证券股份有限公司

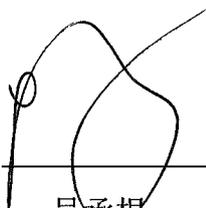
声明

本人已认真阅读曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行并在创业板上市招股说明书的全部内容,确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。



总裁 (签名): _____

王青山



董事长 (签名): _____

吴承根



浙商证券股份有限公司

2019年6月18日



地址：杭州市钱江路 1366 号
 邮编：310020
 电话：(0571) 8821 6888
 传真：(0571) 8821 6999

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2019〕6408 号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2019〕6409 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对曼卡龙珠宝股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

张 芹  

张 芹

李 明  

李 明

天健会计师事务所负责人：

王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一九年八月



地址：杭州市钱江路 1366 号
 邮编：310020
 电话：(0571) 8821 6888
 传真：(0571) 8821 6999

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《验资报告》（浙天会验字（2009）221 号、浙天会验字（2009）273 号、天健验（2010）106 号、天健验（2010）178 号、天健验（2012）224 号、天健验（2012）284 号和天健验（2013）337 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对曼卡龙珠宝股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

 
 钟建国

 
 张芹

 
 李国华

 
 李明明

天健会计师事务所负责人：

 
 王越豪

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一九年六月十八日

第十三节 备查文件

一、备查文件

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）内部控制鉴证报告；
- （六）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （七）法律意见书及律师工作报告；
- （八）公司章程（草案）；
- （九）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间和地址

投资者可直接在深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn/>）查询，也可与本次发行承销期间（除法定节假日以外的每日上午 9:00-11:30，下午 13:00-17:00）到发行人及主承销商住所查询。