

上海全筑建筑装饰集团股份有限公司

非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告

一、本次非公开发行募集资金的使用计划

本次发行募集资金总额不超过50,000.00万元（含50,000.00万元），扣除发行费用后的将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	全生态家居服务平台（一期）	21,122.00	21,000.00
2	设计一体化及工业化装修项目	8,995.00	8,150.00
3	信息化建设项目	3,610.27	2,350.00
4	区域中心建设项目	3,836.02	3,500.00
5	偿还银行贷款及补充流动资金	15,000.00	15,000.00
-	合计	52,563.29	50,000.00

注：“信息化建设项目”及“区域中心建设项目”系公司首发上市时募投项目尚未募足部分。

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金净额少于上述募集资金投资项目的募集资金投入金额，不足部分由公司自筹资金解决。

若公司在本次发行的募集资金到位前，根据公司经营状况和发展规划，利用自筹资金对募集资金项目进行先行投入，则先行投入部分将在本次发行募集资金到位后以募集资金予以置换。

二、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）“全生态家居服务平台（一期）”

1、项目基本情况

本项目包括“定制装修服务模块”和“专业化家居服务模块”两部分，均系基于

公司SKU产品数据为客户提供基于标准化的个性化服务。

“定制装修服务模块”采用B2B、B2C等模式，在装修设计阶段，基于公司SKU产品数据库，结合房地产开发商或个人用户需求提供菜单式服务；而“专业化家居服务模块”则采用O2O模式，为公司提供全装修服务的开发商及衍生客户群，提供包括软装、维护、家居等专业化的装修后服务。

本项目建设预计投资总额为21,122.00万元，项目实施周期预计为36个月。根据本项目的实施进度及运行情况，公司将适时启动项目的二期投入。

2、项目背景及必要性

“全生态家居服务平台（一期）”是公司深化互联网战略的关键一步。公司以互联网方式布局装修后市场的背景及必要性如下：

（1）抓住“互联网+”带来的新契机

随着“互联网+”、“大数据”、“云计算”等新技术带来的普惠、竞争和创新精神，不断推动我国各行各业的转型升级，传统建筑装饰行业也同样面临着基于新技术为组织形态的产业变革和重要发展机遇。

鉴于互联网本身有助于实现交易透明化和市场化，改善客户体验，实现传统行业运营模式的重构，打破行业发展面临的瓶颈。基于互联网平台进行信息处理，数据分析，整合家居家装市场，是行业发展的必然要求。因此，公司拟通过自身在建筑装饰行业具备的品牌优势及丰富经验，积极应用发展“全生态家居服务平台（一期）”，培育新的利润增长点。

基于“全生态家居服务平台（一期）”，公司经营将不受时间地理位置的限制，从而提升消费者关注度和市场覆盖率。此外，还可以使营销更加精准，通过“大数据”的方式分析顾客需求的趋势、寻找潜在客户，可以促进购买决策，提升整个业务流的运营效率，产生新的价值。

（2）布局装“装修后市场”，拓展产业链

公司管理层认为业务链及产业链的延伸是企业发展与持续的关键点。公司深耕建筑装饰行业多年，积累了丰富的客户和供应商资源。通过互联网方式布局市

场容量巨大的“装修后市场”，为公司提供全装修服务的开发商及衍生客户群提供包括软装、维护、家居等专业化装修后服务，可以打通装修市场及装修后市场业务资源，实现产业链延伸。此外，公司也可以借助互联网平台促进实业进一步发展，实现实业和互联网共同发展的战略转型。

本募投项目的实施，将以客户需求为出发点，凭借用户粘性、互联网运营经验及后端强大的产品、技术支持，通吸纳供应商与代理商的参与，进行各种互联网形式的产品和服务创新，提供便捷、优质的用户体验，形成闭环的商业盈利模式，构建完整的生态运营体系，确立全筑在装修后市场的先发优势。

3、项目可行性分析

(1) 装修后服务市场容量巨大为项目实施提供有力市场支撑

基于宏观经济环境的利好及行业政策导向的支持，我国建筑装饰行业依然保持较快增长。根据中国建筑装饰协会统计数据，我国建筑装饰行业总产值从2002年的6,600亿元增长至2014年的3.16万亿元。鉴于装修后服务市场涵盖室内软装、家具家电及设备、家居服务等，预计市场空间年均超过3万亿，市场容量巨大。

随着城市扩张速度的放缓以及人口老龄程度的上升，对于家装市场而言，新房的整体装修需求会迅速让位给旧房的局部维护和翻新。因此，装修后服务市场的巨大市场容量，为本次募投项目提供了强有力的市场支撑。

(2) 拓展定制化菜单式装修，实现家居用品全生命周期的管家服务

一般而言，公司通过服务或产品的标准化提高市场份额并降低成本，服务或产品的个性化为客户份额的保有提供竞争力。如今，纯粹标准化的服务或产品已无法满足客户个性化的需求，而完全个性化的服务或产品因无法规模经济而影响公司的盈利能力。为有效平衡企业标准化与客户个性化的矛盾，公司基于现有“建筑装饰服务模块”积累的大量数据和经验，将装修设计方案各组成部分拆分为SKU产品并将其数据化，形成数据库。

公司通过“全生态家居服务平台（一期）”拓展“定制装修服务模块”，快速准确地将装修设计方案各组成部分拆分为SKU产品并数据化，并且能够将SKU数

据处理形成的结果结合至公司技术人员经验，为客户提供有效方案。

此外，通过“定制装修服务模块”提供装修设计及“专业化家居服务模块”提供的装修后服务，公司可以积累大量客户数据资料，包括其风格偏好、购买记录、正在使用的家居产品的具体信息等等，并通过分析这些信息，可以为不同客户提供专门的“管家服务”：在这种“管家服务”模式下，针对每个客户，公司可以根据其现在使用的家居用品的状况及客户的家庭需求及风格偏好，在家居产品使用年限截止前或客户意愿更换时，设计新的家居购买更换方案，并主动与客户进行管家式沟通，因而实现家居用品全生命周期的管理。

(3) “靶向营销”精准定位客户为项目实施提供技术可行性

传统互联网家装一般采用撒网式营销手段，其市场推广投入较大，对企业经营的稳定性存在较大的风险。作为上市公司，为保证广大股东的利益，公司通过“靶向营销”的方式，实现对客户需求的精准定位，也降低了公司的经营风险。

“全生态家居服务平台（一期）”中“专业化家居服务模块”主要客户系公司正提供或已提供服务的购房客户。同时，通过与房地产企业以及房地产代理企业的合作，公司基于对室内装修设计图纸及结构的熟悉及理解，从售楼环节即开始向购房客户推广并提供包括软装、维护、家居等专业化的装修后服务，大大提高了沟通效率和接单率，并节约了购房客户的入住时间及沟通成本。

此外，公司通过“家居生活服务模块”的交互功能，为衍生客户提供“线上”及“线下”全方位的装修后服务，通过对客户购买意愿及需求量化分析，制定自营或第三方产品及服务的销售策略，进而满足客户的个性化需求。

4、项目投资计划

本项目预计投资总额为 21,122.00 万元，其中，服务平台系统建设费 10,956.00 万元，服务网点建设费 6,156.00 万元，其他费用 4,010.00 万元。

5、项目备案情况

本项目的可研、立项等工作正在顺利进行，预计于2016年一季度完成。

(二) 设计一体化及工业化装修项目

1、项目基本情况

本项目包括“设计一体化”和“工业化装修”两部分。“设计一体化”通过拓展强化公司“建筑装饰服务模块”，完善设计能力，通过将装修设计融入建筑设计方案中，实现公司建筑设计和装修设计的平衡及一体化；而“工业化装修”则通过夯实“建筑装饰服务模块”，构筑工业化实施部品的标准体系，并进行专用设备的研发，将产业化装修渗透至公司的各个业务模块上，对整合生产、促进发展及提高核心竞争能力起着关键性的作用。

本项目建设预计投资总额为8,995.00万元，项目实施周期预计为36个月。

2、项目背景及必要性

(1) 设计一体化项目的背景及必要性

①住宅建筑设计与装修设计脱节，极大的限制了装修工业化水平的提高

目前国内的建筑设计与装饰设计一般互相独立：在住宅的建筑设计过程中，通常只考虑建筑结构等宏观因素，对建成后住宅日常使用功能、未来装修的情况、装修材料的尺寸、规格关注甚少；而装饰设计则需要基于已设计完毕的住宅。在这种情况下，鉴于住宅设计已定，因此装修设计发挥空间较小，会造成很多重复劳动及材料浪费。这种建筑设计与装饰设计之间的矛盾，不仅不符合我国“绿色环保”的产业政策，也会给消费者带来经济上的浪费。

因此，本募投项目中的“设计一体化”可实现公司建筑设计和装修设计的平衡，将建筑设计纳入到公司的装饰业务板块。具体而言，是指公司从房产公司拿地之后便介入进去，从装饰设计的角度参与建筑设计，成果将兼顾建筑和装修的各个方面，有效避免了客户的二次装修，也可以为房产公司和公司自身创造了良好的品牌形象。

②设计一体化的建设是企业实现业务开拓的必经之路

多年来，公司设计团队形成了自己独特的优势和风格，业务量不断增长，积累了大量设计人才和设计资源，品牌优势已经显现。公司与众多大型房产商之间存在长期战略合作关系，其建筑装饰设计实力也一直得到客户的肯定。

目前公司拥有各类建筑装饰设计师，但建筑设计团队的力量却相对欠缺。因此，为提高核心竞争力，拓展产业链，公司拟构筑建筑设计团队，使公司的业务链延伸至建筑设计模块，对公司的业务种类进行完善。设计一体化项目的建设将会有效提升公司整体设计实力，拓展产业链，开拓建筑设计业务，加深与下游客户之间的合作关系。

③设计一体化的建设是实践设计总包管理的关键步骤

从国外建筑行业的成熟运营经验来看，总包管理模式是国内大型建筑装饰企业的发展趋势。相对于传统分包模式而言，总包管理模式减少参与方，可以有效节省沟通和交易成本，提高效率、缩短工期。通过设计总包管理整合各种设计资源和技术资源，贯穿项目全过程，以配合项目的开发、进度，使其达到资源配置最优化，从而达成提高整个产业链效率、降低甲方成本，提升总包方盈利能力的效果。

近几年来公司一直致力于打造专业高效的总包管理服务平台，设计一体化是其有效的辅助手段之一。通过建设设计一体化，可使装修设计与建筑设计同步，资源共享，节约设计成本，同时减少土建与装修、装修与部品之间的冲突为未来总包管理实践打下良好基础。

(2) 工业化装修项目的背景及必要性

①符合绿色环保的行业趋势

随着社会经济发展，人们越来越注重健康生活，绿色环保成为建筑装饰行业的趋势。工业化装修主要是将传统现场施工的组件，转移到工厂进行精细化、模块化、工业化的集中生产，经过一系列工艺处理后，将成品化装修搬到现场进行组装的新型装修模式。

装修模式由传统的全程现场操作模式转变为大部分复杂工艺在工厂进行，使得现场施工周期大幅缩短，同时现场不会产生大量装修垃圾和污染，集中生产模式也使得整体造价下降了30%。

②提高竞争力，提升行业效率

长期以来，装修过程中选用的部品机械化水平低，质量参差不齐，部品之间相互脱节，彼此衔接的不够。此外，目前建造用材还是以基本的原材料生产供应方式，致使施工现场的手工再加工作业的工作量非常之大，导致了施工效率低。

在工业化装修模式下，产业工人的工作将部品统一在工厂内完成标准化加工，从而有效解决因手工作业而导致的工程偏差以及质量问题，进而提升施工效率，保证施工质量。

因此，工业化装修项目的实施能够设立工业化体系及标准，对工业化部品、材料和专用工具及设备进行批量化制造，同时培训与之相匹配的产业工人，不仅能够提升公司装饰水平，增加核心竞争力，更可以为提升行业效率作出贡献。

③助力标准化体系建设，强化供应商管理

工业化装修具体是指施工进场之初则根据现场测量及客户的需求，指定装饰方案并委托工厂进行饰面材料加工；与此同时，现场进行隔墙及基层施工。当现场施工完毕后，饰面材料可以运到现场进行现场配装。此模式能够有效缩短施工周期、提高施工质量，有利于稳定现有的业务规模，开发更先进的作业模式，也会为企业降低成本，带来更可观的收益。

此外，鉴于公司建筑装饰项目地域分布较为离散，因此供应商群体较为分散，各项目所需装修材料非标化，实施工业化装修项目将有利于构筑标准化材料采购及生产的体系，把控住宅部品的生产质量，强化供应商团队的管理。

3、项目可行性分析

①企业有渠道为该项目的运营提供业务支撑

公司一直以“大客户”战略为发展路线，多年以来，积累的主要客户有恒大、复地、绿地、绿城、上海城开、陆家嘴集团等知名地产公司，其中恒大地产、上海城开均为公司股东方，公司客户综合实力强大，资源丰富，未来不仅可以进行住宅全装修合作，也能够进行更深入的合作探讨。

本募投项目的实施将使得公司和房地产商客户实现双赢。一方面能够为公司的建筑装饰设计提供了更大的空间；另一方面，这种模式下的全装修后的住宅将

会更符合绿色环保的理念，降低成本，增强客户满意度，因此房地产商同样会收获品牌效应。

因此，基于公司强大的客户渠道及未来“双赢”的目标，该项目的建设将会得到房地产开发公司的业务支持。

②企业有实力为该项目提供技术支持

自1998年成立至今，公司持续对国内住宅家具研发、设计、生产进行不断投入，积极打造并不断完善装饰产业链。公司针对全装修住宅各种功能的需要，已形成与全相配套的家具研发、设计、生产、安装体系。公司生产基地对部件的生产加工、运输及现场安装都积累了丰富的经验，完全具备在装饰装修施工过程中所需的各类制品的加工技术。

企业强大的技术力量将会本募投项目提供支持，推动住宅部品标准化的研发以及专用设备的研发，有利于企业工业化装修的进一步发展。

4、项目投资计划

本项目预计资金投入总额为8,995.00万元，具体分为设计一体化和工业化装修项目。

经测算，设计一体化项目总投资估算为5,435.00万元，其中，建筑设计团队的组建4,665.00万元，协同平台建设约400.00万元，BIM系统购置及开发270.00万元，一体化设计标准体系建设80.00万元，相关培训费20.00万元。工业化装修项目总投资估算为3,560.00万元，其中标准化体系建设100.00万元，部品研制费190.00万元，采购及研发装修智能设备2,970.00万元，产业工人培训及实践费300.00万元。

5、项目备案情况

本项目的可研、立项等工作正在顺利进行，预计于2016年一季度完成。

(三)“信息化建设项目”及“区域中心建设项目”

1、项目基本情况

“信息化建设项目”及“区域中心建设项目”均为公司首发上市的募投项目目前尚未募足部分。

单位：万元

项目名称	项目总投资金额	首发上市募集资金金额	扣除首发上市募集资金后投资金额	拟使用本次非公开募集资金
信息化建设项目	3,610.27	1,224.25	2,386.02	2,350.00
区域中心建设项目	3,836.02	300.00	3,536.02	3,500.00

其中，“信息化建设项目”投资总额为3,610.27万元，该项目通过首发上市募集资金1,224.25万元。公司拟通过本次非公开发行募集资金2,350.00万元用于补充该项目的剩余投资金额，不足部分将由公司通过内外部财务资源自筹解决。项目主要建设内容为企业现代化信息系统平台建设，包括信息化平台建设的软硬件投入。

“区域中心建设项目”投资总额为3,836.02万元，该项目通过首发上市募集资金300.00万元。公司拟通过本次非公开发行募集资金3,500.00万元用于补充该项目的剩余投资金额，不足部分将由公司通过内外部财务资源自筹解决。项目主要建设内容为在全国四个主要城市分别区域中心。

2、项目背景及必要性

截至本预案签署日，上述项目尚处于实施过程中。

目前公司对“信息化建设”项目已投入部分资金，该项目尚未实施完成，且公司管理层认为，为了全面提高公司的成本控制能力、提升整体营销管理、优化生产流程，信息化建设仍有继续实施的必要性。项目实施之后，将实现工程项目和人员的动态考察，提高工作效率，加强对人力、财务、业务等的追踪管理，从而更有计划性地部署工作，更合理地使用资金，更准确地核算成本，促进公司在迅速扩张的大环境下持续健康发展。

“区域中心建设”项目拟在武汉、成都、西安、珠海建设区域中心。公司管理层认为，结合目前经济形势及行业形态，公司可以更好的利用已经形成的资源优势，继续对区域中心项目进行投入。项目建成后，将更加有利于公司承接上海以外省市的住宅全装修项目，可将原本必须由上海总部消化的工作转而由区域中心

来消化，不仅可以提高项目运作能效，更是实现公司全装修市场全国战略布局的重要举措。因此该项目有继续实施的必要性。

上述项目具体情况可参见《全筑股份首次公开发行股票招股说明书》“第十三节 募集资金运用”。

（四）补充流动资金及偿还银行贷款

1、基本情况

本次非公开发行募集资金在用于“全生态家居服务平台（一期）”、“设计一体化及工业化装修项目”、“信息化建设项目”、“区域中心建设项目”后，其余15,000.00万元用于补充流动资金及偿还银行贷款，其中拟偿还银行贷款10,000.00万元，补充流动资金5,000.00万元。

2、项目背景及必要性

建筑装饰企业对固定资产的依赖较小，业务的发展更多是依赖于流动资金的投入。报告期内公司营业规模增长迅速，预计未来几年内仍将持续较快增长，因此公司有必要通过募集资金补充流动资金，以满足公司业务规模不断扩大的需要。以2015年三季度末的相关财务数据为基础，对公司主营业务持续发展状况下的营运资金需求进行初步测算，公司预计未来三年需新增的营运资金将不少于15,000.00万元，缺口较大。

此外，公司目前资产规模较小，资产负债率较高，通过银行融资获取贷款金额有限，因此使用部分募集资金偿还银行贷款，降低公司资产负债率，提升归属于母公司的股东权益，有利于增强公司的资本实力、提高公司的商业信用和提升公司的融资能力。

三、本次募集资金运用对公司业务经营和财务状况的影响

（一）本次非公开发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目符合国家建筑装饰行业的产业政策以及公司未来整

体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募集资金投资项目的实施将帮助公司打造住宅全装修服务及家居生活服务的全产业链解。项目建成后，公司的综合竞争力将有所增强，主营业务收入和盈利能力将得到有效提升，符合公司和股东的长远利益。

（二）本次非公开发行对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司的总资产和净资产均有一定增加，公司财务结构更趋稳健，整体财务状况得到改善，盈利能力得到提升。由于募集资金投资项目存在一定的建设期，在项目未达产的短期内，公司净资产收益率会因为财务摊薄而有一定程度的降低。但从中长期看，随着募集资金投资项目陆续产生效益，公司新的收入和利润增长点将逐步形成，公司整体的业绩水平将得到进一步提升。

上海全筑建筑装饰集团股份有限公司



2015年12月25日