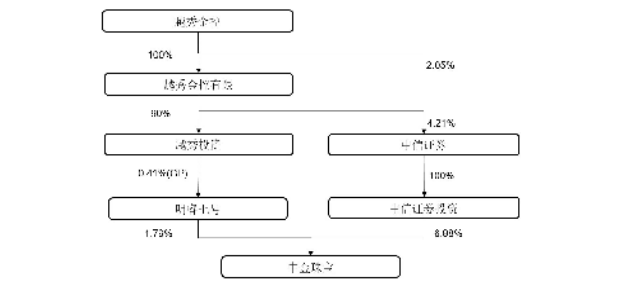


(上接 C31 版) 越秀金控持有广州越秀投资发展基金股份有限公司(以下简称“越秀投资”)90%的股权。越秀投资作为明睿七号的普通合伙人、出资比例...



数据来源:越秀金控及越秀金控持有中信证券股权比例来源于中信证券 2020 年一季报 根据《上海证券交易所股票上市规则》(2019 修订)之“第十章 关联交易”...

此外,根据明睿七号的合伙协议,虽然越秀投资作为明睿七号的普通合伙人及执行事务合伙人,但在全体合伙人授权下执行投资、管理和维护合伙企业资产...

同时,明睿七号已出具说明,明睿七号的投资目标仅限于国资创新基金的投资决策委员会审议通过的项目,投资决策委员会是国资创新基金唯一的投资决策机构...

综上,根据明睿七号的合伙协议等安排,以及《上海证券交易所股票上市规则》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》,越秀金控有限无法通过越秀投资间接控制明睿七号...

5. 中信证券合规部已出具合规意见 根据《公司债券发行上市业务管理办法》第四十二条以及《监管规则适用指引——机构类业务 1 号》规定,中信证券合规总监、合规部对“中金珠宝 IPO 项目”进行了合规审核,审核意见如下:

“经核查:(一)本项目保荐代表人、保荐业务负责人、内核负责人、保荐业务部门负责人及其他项目组成员均与本项目发行人及其关联方不存在利益关系,不存在妨碍其进行独立专业判断的情形;(二)本项目发行人不持有、控制我公司股份;(三)我公司及控股股东、实际控制人、重要关联方合计持有发行人股份 6.98%;(四)明睿七号持有发行人 1.79%股权,但我公司重要关联方、控股股东、实际控制人、重要关联方均不持有明睿七号股份,但我公司重要关联方、控股股东、实际控制人、重要关联方均持有明睿七号股份,但我公司重要关联方、控股股东、实际控制人、重要关联方均持有明睿七号股份,但我公司重要关联方、控股股东、实际控制人、重要关联方均持有明睿七号股份...”

六、发行人在行业中的竞争地位 (一)发行人的行业地位、市场占有率及主要竞争对手 1. 公司的行业地位 经过多年培育、扩张,凭借着品牌影响、渠道下沉、产品创新、高效管理等多方面优势,公司的市场影响力和品牌影响力不断提升,在金条和黄金饰品等多个细分市场领域具有较高的市场知名度和品牌知名度。目前,公司已成长为一家覆盖全国市场的综合性黄金珠宝零售企业。公司近年所获主要荣誉如下:

Table with 4 columns: 序号, 名称, 排名及获奖机构, 时间. Lists various awards and recognitions received by the company.

Table with 4 columns: 序号, 名称, 排名及获奖机构, 时间. Lists various awards and recognitions received by the company.

六、发行人在行业中的竞争地位 (一)发行人的行业地位、市场占有率及主要竞争对手 1. 公司的行业地位 经过多年培育、扩张,凭借着品牌影响、渠道下沉、产品创新、高效管理等多方面优势,公司的市场影响力和品牌影响力不断提升,在金条和黄金饰品等多个细分市场领域具有较高的市场知名度和品牌知名度。目前,公司已成长为一家覆盖全国市场的综合性黄金珠宝零售企业。公司近年所获主要荣誉如下:

Table with 4 columns: 序号, 名称, 排名及获奖机构, 时间. Lists various awards and recognitions received by the company.

2. 市场占有率 经过多年的快速发展,发行人在品牌运营、渠道建设、产品设计、销售管理等方面积累了丰富的经验,拥有覆盖全国市场的营销网络。公司专注于金条和黄金饰品等领域,不断拓展珠宝玉石等产品,在国内黄金珠宝领域具有较高市场地位。报告期内,发行人与国内外主要黄金珠宝上市公司营业收入对比情况如下:

Table with 5 columns: 主要竞争对手, 2019年(或2020财年年度)营业收入, 2018年(或2019财年年度)营业收入, 2017年(或2018财年年度)营业收入, 2016年(或2017财年年度)营业收入. Compares revenue of competitors.

注:香港上市公司销售收入以 2019 年 12 月 31 日人民币港币汇率中间价折算。周大福财年年度为上一年 4 月 1 日至当年 3 月 31 日。

3. 主要竞争对手的简要情况 在国内黄金珠宝市场中,发行人的主要竞争对手有周大福、周生生、老凤祥、周大生、明牌珠宝、萃华珠宝等品牌。上述竞争对手主要情况如下:

(1)周大福 周大福创建于 1929 年,作为覆盖中国内地及港澳的知名珠宝品牌,于 2011 年 12 月在香港联合交易所主板上市(1929.HK)。该公司核心业务为制造及销售珠宝首饰,包括珠宝镶嵌产品、黄金产品与铂金 K 金产品,并代理多个品牌名表。该品牌建立了垂直整合业务模式,包括原材料采购、设计、生产,以及庞大的零售网络,具有强大的品牌影响力和经营能力。

(2)周生生 周生生创建于 1938 年,作为香港第一家珠宝业上市公司(0116.HK),该公司主要经营三种业务,分别为珠宝零售及制造,贵金属批发及证券与期货交易业务,其门店遍布中国内地、香港、澳门、台湾及东南亚等,是大中华地区著名珠宝饰品制造及零售商。

(3)老凤祥 老凤祥作为我国珠宝首饰业的知名品牌和上市公司(600612.SH),主要从事黄金珠宝首饰、工艺美术品等生产、经营及销售,其中以“老凤祥”商标为代表的黄金珠宝首饰产业具有较强的市场影响。该公司通过自营银楼、加盟店等渠道,建立全国性的营销网络。

(4)周大生 周大生作为国内知名的珠宝品牌运营商和上市公司(002867.SZ),主要从事珠宝首饰的设计、推广和连锁经营,其中产品包括钻石镶嵌首饰、黄金首饰等。该公司采取轻资产、整合运营型经营模式,专注于品牌运营、渠道管理、产品研发及供应链整合,并通过不同模式建立起全国性销售体系。

(5)明牌珠宝 明牌珠宝作为国内知名珠宝企业和上市公司(002574.SZ)。该公司作为集研发、设计、生产、销售于一体的大型专业珠宝企业,产品范围涵盖钻石、黄金、K 金在内的全品类珠宝。

(6)萃华珠宝 萃华珠宝作为国内知名珠宝企业和上市公司(002731.SZ)。该公司主要从事珠宝首饰设计、加工、批发和零售,产品以黄金饰品为主,兼营铂金饰品、镶嵌钻石饰品。

(二)发行人的竞争优势 1. 品牌优势 中金珠宝作为央企下属黄金珠宝企业,践行“黄金为民、送福万家”理念,履行社会责任,着力打造“中国黄金”品牌,提升中国黄金在消费者心目中的地位。品牌优势,助力产业链的上下游延伸,凭借品牌形成的有效传播,中金珠宝获得了广泛的品牌知名度、认可度和忠诚度,在市场上形成了良好的口碑。公司致力于成为黄金珠宝行业的创新和领导者,为消费者提供高品质、可信赖的黄金珠宝产品,不断提升“中国黄金”的品牌影响力和消费者信任度。

2. 混合所有制改革优势 中金珠宝按照“完善治理、强化激励、突出主业、提高效率”十六字方针开展混合所有制改革,引入多元化外部投资者,优化股权结构和法人治理体系,提升公司治理水平,助力产业链的上下游延伸,凭借品牌形成的有效传播,中金珠宝获得了广泛的品牌知名度、认可度和忠诚度,在市场上形成了良好的口碑。公司致力于成为黄金珠宝行业的创新和领导者,为消费者提供高品质、可信赖的黄金珠宝产品,不断提升“中国黄金”的品牌影响力和消费者信任度。

3. 全国性销售网络优势 中金珠宝已建立覆盖全国范围的加盟体系,主要致力于区域市场开发和产品销售推广,不断开拓“中国黄金”区域消费市场,为全国消费者提供“中国黄金”全系列产品和服务的售后服务。

4. 管理优势 在门店经营方面,公司建立了标准化管理体系,对直营店、加盟店等店面的开店流程、经营标准、订货制度、品牌管理、店铺形象等方面进行标准化管理,致力于向消费者提供高品质的购物体验。公司在建立高质量、专业化品牌形象的同时,不断提升品牌管理的体系化建设,使得销售网络具有标准化和可复制性,为未来拓宽营销渠道夯实基础。

5. 团队优势 公司拥有一批具备丰富黄金珠宝从业经历和管理经验的管理人员,公司管理层具有多年从业经验,对本行业的发展具有深刻的认识和理解,在企业管理、市场营销、渠道建设、产品研发等方面积累了丰富的经验。

(三)发行人所面临的挑战 1. 市场竞争加剧 随着我国经济持续快速发展,我国黄金珠宝行业的市场规模不断扩大,国际黄金珠宝品牌不断加大对我国市场的渗透力度,行业竞争加剧导致部分缺乏品牌影响力的区域性黄金珠宝企业面临市场淘汰的风险。在行业整合中,市场将向更具品牌优势、渠道优势、设计优势的企业倾斜,发行人也将面临市场竞争加剧的挑战。

2. 融资渠道相对单一 黄金珠宝行业的发展离不开资金的有力保障,公司在渠道建设、品牌推广、货品采购、研发投入等方面均需要投入大量的资金投入。目前,公司资金需求主要依赖于自有资金、股东增资扩股资金等,这在一定程度上制约了公司的发展速度。

3. 产品差异化小,研发投入有待加强 总体而言,我国黄金珠宝产品的工艺款式等相近性,产品差异化较小,主要原因系我国黄金珠宝企业创新意识偏弱,设计投入偏低,知识产权保护相对不足。同行业内不同品牌的部分产品在品种类型、外观款式和风格上较为相似,导致发行人难以突出自己品牌的特色,新品款式的研发设计有待进一步加强。

七、发行人的主要固定资产及无形资产情况 (一)固定资产和无形资产整体情况 1. 固定资产 截至 2020 年 6 月 30 日,公司合并财务报表的固定资产情况如下表:

Table with 5 columns: 项目, 账面原值, 累计折旧, 减值准备, 账面价值, 成新率. Lists fixed assets.

2. 无形资产 截至 2020 年 6 月 30 日,并财务报表的无形资产情况如下表:

Table with 5 columns: 项目, 账面原值, 累计摊销, 减值准备, 账面价值. Lists intangible assets.

(二)固定资产具体情况 1. 主要生产设备 截至 2020 年 6 月 30 日,发行人机器设备原值总计 3,599.20 万元,账面价值为 2,027.44 万元,发行人及其子公司机器设备原值普遍较低,其中账面价值在 40 万元以上的机器设备情况如下:

Table with 5 columns: 序号, 资产所属单位, 名称, 账面原值(万元), 账面净值(万元), 成新率. Lists major equipment.

2. 房屋建筑物 截至 2020 年 6 月 30 日,发行人及其子公司拥有的房屋所有权情况如下:

Table with 5 columns: 序号, 房产所有人, 证号, 建筑面积(m²), 房屋位置, 登记时间, 规划用途. Lists real estate.

Table with 5 columns: 序号, 资产所属单位, 名称, 账面原值(万元), 账面净值(万元), 成新率. Lists major equipment.

Table with 5 columns: 序号, 资产所属单位, 名称, 账面原值(万元), 账面净值(万元), 成新率. Lists major equipment.

Table with 5 columns: 序号, 资产所属单位, 名称, 账面原值(万元), 账面净值(万元), 成新率. Lists major equipment.

Table with 5 columns: 序号, 资产所属单位, 名称, 账面原值(万元), 账面净值(万元), 成新率. Lists major equipment.

Table with 5 columns: 序号, 资产所属单位, 名称, 账面原值(万元), 账面净值(万元), 成新率. Lists major equipment.

截至 2020 年 6 月 30 日,发行人及其子公司拥有的上述房产均不存在抵押、质押、冻结或其他权利受限的情况。截至 2020 年 6 月 30 日,发行人及其子公司主要租赁房产及店面情况如下:

Table with 7 columns: 序号, 承租入, 出租方, 坐落, 面积(m²), 用途, 房产证, 租赁期限. Lists leased properties.

Table with 7 columns: 序号, 承租入, 出租方, 坐落, 面积(m²), 用途, 房产证, 租赁期限. Lists leased properties.

注:以上租赁房产及店面系截至 2020 年 6 月 30 日的公司租赁情况。发行人及其子公司租赁的部分房产,店面未取得房屋权属证书,证明,截至 2020 年 6 月 30 日,发行人及其子公司租赁房产及店面总面积 18,309.90 平方米,涉及出租方未能提供房屋产权证或房产证正在办理中或房产暂时无法办理权属证书的租赁房产面积为 1,308.69 平方米,该等瑕疵房产占本公司全部租赁房产的面积比例较低,预计不会对公司的生产经营造成重大影响。就租赁房产的瑕疵问题,发行人控股股东中国黄金集团出具如下承诺:“若发行人及其子公司因租赁房产权属问题,租赁房产实际用途与其规定用途不一致等事宜,造成发行人及其子公司无法继续使用租赁房屋的,本公司将无条件承担发行人及其子公司因此可能产生的全部费用,以保证发行人及其子公司不因上述瑕疵受到任何损失。” (1)办公场所及独立门店租赁 截至 2020 年 6 月 30 日,发行人履行房屋租赁合同手续、提供相关权属证明的情况如下: (下转 C33 版)