

苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

非公开发行 A 股股票

预 案

(修订)



二〇一一年六月

声 明

1、 苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司（以下简称“本公司”、“金螳螂”、“公司”）及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

2、 本次非公开发行股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责，因本次非公开发行股票引致的投资风险，由投资者自行负责。

3、 金螳螂本次非公开发行 A 股股票预案（修订）（以下简称“本预案”）是公司董事会对本次非公开发行股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

4、 投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

5、 本预案所述事项并不代表审批机关对本次非公开发行股票相关事项的实质性判断、确认或批准，本预案所述本次非公开发行股票相关事项的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。

特别提示

1、本次拟发行不超过 3,970 万股（含 3,970 万股）A 股股票，募集资金总额不超过 132,637.70 万元。发行价格不低于公司三届七次临时董事会决议公告日 2011 年 6 月 17 日（定价基准日）前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%，即不低于 33.41 元/股。具体发行价格由股东大会授权董事会，在取得中国证监会关于本次非公开发行核准批文后，由董事会和主承销商按照相关法律法规的规定及监管部门的要求，根据发行对象的申购报价情况，遵循价格优先原则确定。

2、本次募集资金拟用于投资（1）节能幕墙及门窗生产线建设项目；（2）建筑装饰用木制品工厂化生产项目；（3）建筑装饰用石材工厂化生产项目；（4）金螳螂工程施工管理运营中心建设项目；（5）营销网络升级项目；（6）收购美瑞德 40% 股权并增资项目；（7）增资金螳螂景观公司项目；（8）增资金螳螂住宅公司项目。上述项目投资总额为 136,947.00 万元，募集资金总额不超过 132,637.70 万元，扣除发行费用后的募集资金净额低于投资总额的部分由公司自筹解决。

3、本次非公开发行尚需经中国证监会核准方可实施。

释 义

除非文中另有所指，下列词语具有如下涵义：

金螳螂、本公司	指	苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司
金螳螂集团	指	苏州金螳螂企业（集团）有限公司，本公司第一大股东
金螳螂控股	指	苏州金螳螂控股有限公司，金螳螂集团的第一大股东
金羽公司	指	Golden Feather Corporation，本公司第二大股东
美瑞德	指	苏州美瑞德建筑装饰有限公司，本公司子公司
金螳螂幕墙	指	苏州金螳螂幕墙有限公司，本公司全资子公司
金螳螂景观	指	苏州金螳螂园林绿化景观有限公司，本公司全资子公司
金螳螂住宅	指	苏州金螳螂住宅集成装饰有限公司，本公司全资子公司
苏州格格木	指	苏州格格木制品有限公司，本公司全资子公司
股东大会	指	苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司股东大会
董事会	指	苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司董事会
本次发行	指	苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司本次非公开发行不超过 3,970 万股（含 3,970 万股）A 股的行为
元、万元、亿元	指	人民币 元、万元、亿元
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人、平安证券	指	平安证券有限责任公司
安徽致远评估	指	安徽致远资产评估有限公司

目 录

第一节 本次非公开发行股票方案概要	1 -
一、 本公司的基本情况.....	1 -
二、 本次非公开发行的背景和目的.....	1 -
（一） 本次非公开发行背景.....	1 -
（二） 本次非公开发行目的.....	3 -
三、 发行对象及其与本公司关系.....	4 -
四、 发行股份的价格及定价原则、发行数量、限售期.....	4 -
（一） 非公开发行股票的种类和数量.....	4 -
（二） 发行价格和定价原则.....	4 -
（三） 发行数量.....	5 -
（四） 限售期.....	5 -
五、 募集资金投向.....	5 -
六、 本次发行涉及关联交易情况.....	5 -
七、 本次非公开发行是否导致公司控制权的变化.....	6 -
八、 本次非公开发行已经取得主管部门批准的情况以及尚需呈报的批准程序.....	6 -
第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析	7 -
一、 募集资金使用计划.....	7 -
二、 募集资金投资项目的的基本情况与发展前景.....	7 -
（一） 节能幕墙及门窗生产线建设项目.....	7 -
（二） 建筑装饰用木制品工厂化生产项目.....	10 -
（三） 建筑装饰用石材工厂化生产项目.....	12 -
（四） 金螳螂工程施工管理运营中心建设项目.....	15 -
（五） 营销网络升级项目.....	16 -
（六） 收购美瑞德公司 40% 股权并增资项目.....	17 -
（七） 增资金螳螂景观公司项目.....	24 -
（八） 增资金螳螂住宅公司项目.....	25 -
三、 补充营运资金的必要性.....	27 -
四、 本次发行对公司经营管理、财务状况等的影响.....	28 -
第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论和分析	29 -
一、 本次发行对公司业务、公司章程、股东结构、高级管理人员结构、业务结构的影响.....	29 -
二、 公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况.....	29 -
三、 公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况.....	30 -
四、 本次发行后，公司不存在资金、资产被大股东及关联人占用的情形，或公司为大股东及关联人提供担保的情形.....	30 -
五、 本次发行对公司负债情况的影响.....	30 -
六、 本次发行相关的风险说明.....	30 -

第一节 本次非公开发行股票方案概要

一、本公司的基本情况

公司名称：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

英文名称：SuZhou Gold Mantis Construction Decoration Co., Ltd

公司住所：江苏省苏州工业园区民营工业区内

办公地址：江苏省苏州市西环路 888 号

上市地点：深圳证券交易所

证券简称：金螳螂

证券代码：002081

注册资本：47,879.10 万元

法定代表人：倪林

董事会秘书：戴轶钧

联系电话：0512—68660622

电子邮箱：tzglb@goldmantis.com

二、本次非公开发行的背景和目的

（一）本次非公开发行背景

1、建筑装饰行业保持高速增长

建筑装饰行业作为我国国民经济的重要产业，中国经济的持续高速增长为其提供了良好的发展条件。“十一五”期间，建筑装饰行业保持高速增长，年工程产值总量由 2005 年 1.15 万亿，提高到 2010 年 2.1 万亿，增长 82.6%，年平均增长速度达到 13%左右。另外，根据《中国建筑装饰行业“十二五”发展规划纲要（征求意见稿）》，建筑行业 2015 年年工程总产值争取达到 3.8 万亿，比 2010 年增长 1.7 万亿，总体增长 81%，年平均增长 12.3%左右。

当前，中国正处于城市化、工业化加速发展时期，受益于固定资产投资的持续快速增长以及城市化进程加快，星级酒店、高速铁路、城市轨道交通等商业与基础设施建设保持高速发展，将带来大量装饰需求。中国建筑装饰业将在未来较长时期内快速持续发展。

2、星级酒店的发展带来大量的建筑装饰需求

根据国家旅游局预计，到 2015 年，我国五星级酒店将超过 500 家。今年十月，希尔顿宣布未来五年将在中国新开 100 家酒店，目前香格里拉、万豪、雅高、喜达屋等世界顶尖酒店管理集团均计划将旗下高端酒店数量增长 50% 至 200%。国际上著名的酒店公司纷纷加大中国投资，加速扩张酒店数量，将为酒店装饰市场带来巨大需求，为建筑装饰行业提供了广阔的市场空间。

3、高铁、城市轨道交通等基础设施建设带来的新兴市场需求潜力巨大

近年来，我国大规模兴建及改造基础设施，为建筑装饰行业提供巨大的市场空间。以高铁和城市轨道交通投资为例，根据“十二五”规划，“十二五”期间将建成 4 万公里快速铁路网，预计高铁年投资额将达到 7,000 亿元。目前已投入运营的高速铁路运营里程已达 7,000 多公里，同时，还有 1 万公里高速铁路在建。大规模铁路的新建及原有路线改造，需要新建大量现代化客运站，将会带来大量客运站装饰装修业务。据相关统计，目前已有 36 个城市上报了城市轨道交通建设规划，2009—2020 年，城市轨道交通新增营业里程将达到 6,560 公里。地铁这个装修细分市场容量的大幅增长，将为建筑装饰企业带来更多的机遇。

4、住宅精装修市场为建筑装饰行业提供了重要契机

作为建筑装饰行业的一个重要组成部分，住宅精装修在近 3—5 年间开始快速发展。随着居民生活水平的日益提高，在一定程度上对住宅装修提出了更高的要求，并加大了对住宅装修方面的投资，促进住宅装饰行业进一步发展。住房和城乡建设部《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》文要求“制定出台相关扶持政策，引导和鼓励新建商品住宅一次装修到位或菜单式装修模式。要根据本地实际，科学规划，分步实施，逐步达到取消毛坯房，直接向消费者提供全装修成品房的目标”。目前，我国主要省会城市住宅精装修率在 10%—20%，与主要发达国家的比例相比，存在较大差距，未来我国住宅精装修比例将还有很大的提升空间，这将确保住宅精装修市场的长期繁荣。

5、园林绿化业务成为“大装饰”领域新的经济增长点

随着人民生活水平的不断提高，居住环境越来越受到人们的重视，园林绿化对美化、优化人类生活环境、减轻环境污染压力具有重要作用，具有良好的

生态效益和社会效益。根据统计，2001—2008 年全国城市绿化固定资产投资保持了快速增长的态势，投资额从 163.20 亿元增加至 649.90 亿元，8 年时间增长 2.98 倍。随着我国经济的快速发展和经济结构的优化，综合国力不断提高，人民生活水平不断改善，风景园林行业将呈现出超常规的发展态势，发展速度将超过国民经济总体增长速度。园林绿化已经成为“大装饰”领域新的经济增长点。

6、公司业务规模快速扩张，经营业绩保持高速增长

本公司是建筑装饰行业的龙头企业，2002—2009 年度，连续八年名列中国建筑装饰行业百强企业第一位。2006 年上市以来，本公司业务快速发展，经营业绩保持高速增长。截至 2010 年末，总资产 406,068.92 万元，净资产 124,391.16 万元，2010 年度实现营业收入 663,935.47 万元，归属于母公司股东的净利润达到 38,864.39 万元。目前，公司已形成由建筑装饰工程设计、施工，景观园林绿化工程设计、施工，艺术品、家具、幕墙的设计、生产，建筑部品部件工厂化生产等组成的装饰产业链，形成了“大装饰”经营模式。未来，公司将进一步扩大建筑部品工厂化生产规模，继续巩固公司在公共装饰领域的领先优势，积极拓展幕墙、住宅精装修、景观园林绿化等领域的业务规模，培育新的经济增长点，增强核心竞争力。

（二）本次非公开发行目的

1、提升部品部件自我配套能力，稳定上游资源供给的同时服务高端市场

本次募集资金到位后，公司拟建筑装饰用木制品工厂化生产项目、建筑装饰用石材工厂化生产项目。上述两个项目实施后，可以提升公司部品部件的工厂化生产水平与自我配套能力，有利于保障工期，有利于进一步提升金螳螂装饰工程的品质，同时更好的满足星级酒店内部装修等高端市场。通过提升部品部件的自我配套生产向上游产业链延伸，有利于强化公司的核心竞争力，拓展公司业务的盈利空间，提高整体的盈利能力。

2、扩大幕墙业务规模，推动幕墙及门窗产品节能环保的业务升级

近年来，公司幕墙业务快速发展，2009 年实现幕墙业务收入 47,953.93 万元，2010 年达到 67,658.96 万元，较 2009 年增长 41.09%。本项目实施后，幕墙及门窗的产能将进一步扩大，幕墙及门窗产品将进一步向节能、环保升级。通

过现有产能的提升，将进一步推动公司幕墙及门窗业务的持续快速增长。

3、扩大经营规模，进一步提升金螳螂在建筑装饰行业的龙头地位

公司拟使用本次募集资金收购美瑞德 40% 的股权并增资美瑞德、金螳螂景观、金螳螂住宅，扩大公司在公共建筑装饰、整体住宅精装修以及景观园林领域的经营规模，提升金螳螂的项目承接能力，提高金螳螂在整体建筑装饰行业各领域的市场占有率，增强公司的持续增长盈利能力和抗风险能力，进一步提高和巩固金螳螂的行业优势地位，最终实现股东利益最大化。

4、加强营销网络和工程施工管理运营中心建设，为金螳螂未来持续快速发展奠定基础

公司近年保持了快速增长，2009 年营业收入同比增长 23.04%，2010 年营业收入同比增长 61.67%，预计未来公司仍然将保持较快速度增长，将对公司的营销网络和运营管理提出更高的要求，因此，本次募集资金投资营销网络和工程施工管理运营中心建设将为公司未来发展奠定坚实的基础。

三、发行对象及其与本公司关系

本次发行为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者（含上述投资者的自营账户或管理的投资产品账户）、其它境内法人投资者和自然人（不包括金螳螂集团、金羽公司及其一致行动人）等不超过 10 名的特定对象。发行对象应符合法律、法规规定的条件。

本次发行对象与本公司不存在关联关系。最终发行对象将在本次非公开发行获得中国证监会核准批文后，根据申购报价情况遵照价格优先原则确定。基金管理公司以多个投资账户持有股份的，视为一个发行对象。

四、发行股份的价格及定价原则、发行数量、限售期

（一）非公开发行股票的种类和数量

本次发行的股票为人民币普通股（A 股），每股面值人民币 1 元。

（二）发行价格和定价原则

本次非公开发行股票发行价格不低于本次董事会决议公告日（定价基准日

2011年6月17日)前20个交易日公司股票交易均价的90%，即不低于33.41元/股(定价基准日前20个交易日公司股票交易均价=定价基准日前20个交易日股票交易总额/定价基准日前20个交易日股票交易总量)。

本次非公开发行之前，公司如有派息、送股、资本公积转增股本，将对上述发行底价进行除权除息调整。

若需调整本次发行的定价基准日，公司将另行召开董事会会议及股东大会会议进行审议。

(三) 发行数量

本次非公开发行股票数量合计不超过3,970万股(含3,970万股)，在前述范围内，董事会提请股东大会授权董事会根据实际情况与主承销商协商确定。

公司因股票分红、配股、转增等原因导致股本总额增加时，上述发行数量上限按照相同的比例调增。

(四) 限售期

本次公开发行的股票自发行结束之日起12个月内不得上市交易或转让。

五、募集资金投向

本次发行募集资金总额不超过132,637.70万元，扣除发行费用后，募集资金净额拟用于实施(1)节能幕墙及门窗生产线建设项目；(2)建筑装饰用木制品工厂化生产项目；(3)建筑装饰用石材工厂化生产项目；(4)金螳螂工程施工管理运营中心建设项目；(5)营销网络升级项目；(6)收购美瑞德40%股权并增资项目；(7)增资金螳螂景观公司项目；(8)增资金螳螂住宅公司项目。

六、本次发行涉及关联交易情况

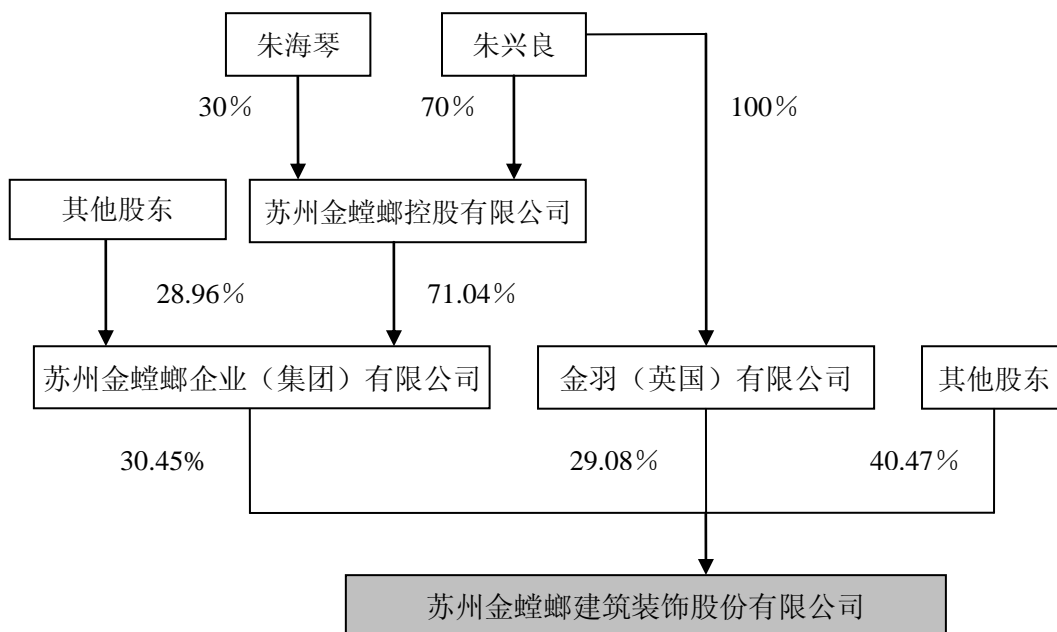
本次发行不构成关联交易。

本公司拟使用本次发行的募集资金收购庄海红持有美瑞德公司40%的股权，同时，庄海红为公司实际控制人朱兴良之外甥，不在《深圳证券交易所上市规则》所规定的关联人范围。但是，为更好保护公司中小股东利益，依谨慎性原则，在董事会审议与本次收购相关的议案时，比照关联交易审议程序，董事倪林、朱兴良、金建平、杨震、严多林、庄良宝回避了表决，其余三名独立

董事参加表决。

七、本次非公开发行是否导致公司控制权的变化

截至本预案出具日，公司与控股股东、实际控制人之间的产权关系如下：



本次发行前，金螳螂集团与金羽公司合计持有本公司 59.53% 的股权，实际控制人为朱兴良。本次发行后，根据发行数量上限（3,970 万股），金螳螂集团与金羽公司合计持股比例下降至 54.97%，实际控制人朱兴良通过金螳螂集团与金羽公司间接控制本公司超过 50% 的股权，实际控制人与控制权未发生变化。

八、本次非公开发行已经取得主管部门批准的情况以及尚需呈报的批准程序

1、本次非公开发行已取得公司第三届董事会第四次临时会议审批准，并于 2011 年 1 月 17 日经公司召开的 2011 年第一次临时股东大会审议通过。根据股东大会对公司董事会授权，公司第三届董事会第七次临时董事会审议通过《关于调整公司非公开发行 A 股股票方案的议案》。

2、本次非公开发行调整后的方案尚需取得本公司股东大会审议通过。

3、本次非公开发行尚需取得中国证监会核准。

第二节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、募集资金使用计划

本次募集资金总额不超过 132,637.70 万元，公司计划本次非公开发行募集资金拟投入以下八个项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投入金额	自有资金投入金额
1	节能幕墙及门窗生产线建设项目	38,940.10	30,940.10	8,000.00
2	建筑装饰用木制品工厂化生产项目	13,066.70	13,066.70	—
3	建筑装饰用石材工厂化生产项目	12,785.60	12,785.60	—
4	金螳螂工程施工管理运营中心建设项目	28,090.40	28,090.40	—
5	营销网络升级项目	15,338.00	15,338.00	—
6	收购美瑞德公司 40% 少数股权并增资项目【注】	18,726.20	18,726.20	—
7	增资金螳螂景观公司项目	3,000.00	3,000.00	—
8	增资金螳螂住宅公司项目	7,000.00	7,000.00	—
	合 计	136,947.00	128,947.00	8,000.00

注：收购美瑞德公司 40% 股权的价款为 11,726.20 万元。

本次募集资金项目总投资为 136,947.00 万元。

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金净额低于拟投资项目的实际资金需求总量，不足部分由公司自筹解决。为了及时把握市场机遇，在募集资金到位前，公司拟以银行贷款或自有资金先行用于上述项目的建设或实施，待募集资金到位后，公司将以募集资金对前期投入的资金进行置换。

本次募集资金投资项目不涉及新增土地及前置审批，相关环保、项目备案/核准等报批事宜已办理完毕。

二、募集资金投资项目的的基本情况与发展前景

（一）节能幕墙及门窗生产线建设项目

1、项目基本情况

本项目总投资 38,940.10 万元，其中，建设投资 15,594.30 万元，项目流动资金 23,345.80 万元（其中：15,345.80 万元以募集资金投入，其余 8,000 万元由公司自筹解决）。项目由金螳螂幕墙公司在其现有厂区实施。

2、项目经济效益分析

本项目建设期 2 年，达产后，可形成新增年产 70 万平方米幕墙产品、20 万平方米铝合金隔热门窗的产能，其中，单元式幕墙 60 万平方米，构件式光电幕墙 10 万平方米；达产后，每年新增营业收入 14.30 亿元（不含税），新增净利润 8,830.70 万元，税后内部收益率为 23.8%，投资回收期为 6.8 年（含建设期）。

3、项目发展前景

（1）建筑幕墙与门窗行业的市场现状

我国建筑幕墙从 1983 年开始起步，经过近 30 年发展，到 21 世纪初，我国已发展成世界第一的幕墙生产国和使用国，其中，国内企业已经承接了国内 97% 以上的幕墙工程。21 世纪头十年我国建筑幕墙继续迅猛发展，2010 年我国幕墙的产量将达到 8,300 万平方米，累计产量将达到 59,432 万平方米。

随着我国建筑装饰业的发展，铝合金门窗的产量不断增加，据铝门窗幕墙委员会统计，我国的铝合金门窗产量 2003 年为 2.8 亿平方米，2005 年为 3.2 亿平方米，2007 年为 3.65 亿平方米。经过几年的发展，在铝合金门窗领域，中国已经成为全球最大市场。以全国现在每年新建建筑面积 20 多亿平方米并按门窗面积占建筑面积 25—30% 计算，各类门窗年需求量约为 6—7 亿平方米。

（2）城市化进程直接拉动了对幕墙与门窗产品的需求

根据国家统计局的研究报告预计，2006 年至 2020 年，中国 GDP 平均增速将保持 8% 的持续和稳定增长。随着我国 GDP 的快速增长，中国城市化水平也将持续上升。根据“十二五”规划，未来 5 年，我国城市化进程仍将处于快速发展阶段，预计 2015 年我国城市化率将由 2009 年的 46.6% 增加到 53%，年均增长率约为 1.1%。根据《联合国人口发展报告》预测，中国的城市化率在 2030 年将达到 60%。随着城市化进程的推进，尤其是城市经济总量的递次上升，城市数量和规模的快速增长，将直接增加对大型建筑以及建筑门窗、幕墙的需求。

根据《中国建筑行业“十二五”发展规划纲要（征求意见稿）》，建筑幕墙产值到 2015 年争取达到 4,000 亿元，比 2010 年增长 2,500 亿元，增幅为 167%

左右，年均增长 21.3%左右。

（3）节能、环保政策将为节能幕墙及门窗企业提供广阔的市场空间

目前，作为资源能耗的主要组成部分，建筑能耗已经达到我国能源总消耗的 1/3 左右，是相同气候条件发达国家的 2—3 倍。2004 年，国家发改委发布《节能中长期专项规划》，要求在“十一五”期间，新建建筑严格实施节能 50%的设计标准，其中北京、天津等少数大城市率先实施节能 65%的标准，而建筑节能的 65%主要由建筑围护系统承担。因此，新建大型建筑的建筑幕墙必须按国家颁布的节能设计标准执行，必须对既有建筑幕墙（约 2 亿平方米）进行节能改造。根据国家节能建筑改造计划，到 2010 年，全国需改造的既有建筑幕墙面积就达 3,000 万平方米。

受国家建筑节能政策的影响，节能环保型铝合金门窗、幕墙的使用比例将会大幅提高，节能门窗（包括本项目生产的铝合金隔热门窗）的市场占有率保持在 55%以上，产品结构有较大变化，节能门窗的市场占有率逐年提高；构件式幕墙仍以玻璃幕墙、铝板幕墙和石材幕墙为主，而以玻璃和铝板为主要面板材料的单元式幕墙在大、中城市有良好的发展前景，双层、智能、遮阳板幕墙将逐渐成熟和发展；光电式幕墙的使用比例逐渐提高，市场前景广阔。

根据国家发改委、全球环境基金与中国可再生能源发展项目办公室联合撰写的《中国光伏产业发展研究报告》，预计到 2010 年，我国光电幕墙市场需求可达 50 万平方米以上，到 2020 年，我国光电幕墙市场需求可达 500 万平方米左右。

（3）建筑门窗的市场需求保持较快增长

随着我国 GDP 增长、城市化进程推进及个人、商业收入水平不断提高，建筑业的迅速发展都将会极大地刺激门窗需求量的增加。据预测，中国的门窗需求量将以每年 11%的速度增长，到 2011 年，产值将达到 1950 亿元。其中非住宅建筑的门窗需求量将以每年 11.2%的速度增长，占总需求量的 60%；住宅门窗需求量预计将以每年 10.8%的速度增长，到 2011 年，将达 770 亿元。

（4）金螳螂的幕墙业务保持了良好的发展态势

金螳螂幕墙的市场区域主要集中在长三角经济圈中的上海、江苏、浙江等国内经济最活跃的省市，形成了区域内的竞争优势。金螳螂幕墙经过近两三年

的发展，成为行业内发展最快和最具竞争力的企业之一。2010 年，金螳螂幕墙实现营业收入 67,658.96 万元，较 2009 年增长 41.09%，同时单元式幕墙在产品结构中的比例逐年上升，未来随着幕墙产品科技含量的提升，单元式幕墙比例还将进一步提高。

2007 年，在公司的幕墙产品（包括：单元式幕墙、构件式幕墙）中，构件式光伏幕墙占比已达到 2%，已具备一定的构件式光伏幕墙产能，这为本项目的实施提供了良好的业务基础。本项目实施达产后，构件式光电式幕墙的占比将进一步提高，预计经过几年的增长，占比将达到 10%。

本项目实施后，金螳螂的幕墙及门窗产能将进一步扩大，幕墙产品将进一步朝节能环保的方向升级，为幕墙及门窗业务的持续快速发展奠定了基础。

（二）建筑装饰用木制品工厂化生产项目

1、项目基本情况

本项目总投资 13,066.70 万元，其中建设投资 9,811.90 万元，项目流动资金 3,254.90 万元。项目由本公司在现有厂区实施。

2、项目经济效益分析

本项目建设期 1.5 年，达产后，形成年产门及门套 3 万套、饰面板 50 万平方米及柜 2 万平方米的产能；达产后，年新增营业收入 2.2 亿元（不含税），新增净利润 1,831.8 万元，税后内部收益率 16.7%，投资回收期 6.8 年（含建设期）。

3、项目发展前景

本项目产品全部为金螳螂公司装饰工程项目配套，用以满足公司快速发展的装饰工程业务对木制品的需求，具有较好的市场基础和良好的发展前景。

（1）公司现有木制品产能已无法满足公司业务的快速发展

近年来，公司业务快速扩张，木制品需求也快速增长，木制品需求量目前约占公司装饰业务成本的 18%。根据公司统计，金螳螂 2009 年木制品需求约为 49,068.74 万元，较 2008 年增长 34.23%，2010 年达到 81,143.46 万元，较 2009 年增长 65.37%，对木制品的内部需求呈加速增长态势，而目前公司木制品自产率由 2009 年的 21.01% 下降到 2010 年的 14.59%，随着公司业务的发展，该比例会逐步降低。公司现有木制品产能已远远不能满足公司业务的快速发展。

根据金螳螂目前的业务增长，预计到 2014 年，公司对木制品的需求量将达到 148,731.60 万元，而本项目生产的木制品到 2014 年基于市场价格的产值为 19,800.00 万元，仅占目标市场需求量的 13.31%。木制品产能依然缺口较大，发行人的自身需求完全能够消化本项目生产的木制品。

(2) 项目的实施可有效缩短装饰工程的工期

近年来，本公司业务快速增长，签订的合同订单数量由 2008 年的 223 个到 2010 年达到 378 个，公司经常面临多个项目同时施工的情形，这对公司木制品供应的及时、保质、保量提出了更高的要求，而公司 2010 年木制品自产率仅为 14.59%，因此必须大量采用协助厂商的木制品，而选择不同的厂商，在采购过程中浪费时间，无法保障木制品的持续稳定及时供给。

通过本项目的建设，公司所需的木制品自产能力将得到较大的提高，质量的标准化和产品统一性将进一步促进工程效率的提高。同时，由于木制品是在工厂生产制作，所以在现场施工的同时，可以预先把要加工的木制品下单到工厂进行生产制作，待现场的隔墙和吊顶施工完毕立即进行木制品安装，这样可以大大缩短原来的施工工期。此外，工厂化生产为企业的各个子系统之间的协同生产提供了便利，可以节省各个环节之间流转的时间，从而更好的缩短工期。

(3) 项目的实施可进一步控制成本

木制品在厂里加工可以进行合理配料，控制原材料的成本，现场制作的工作面大，现场管理不能面面俱到，容易造成材料浪费等，木制品工厂化加工具有很大的优越性。另外，在工厂里劳动力也比较集中，人工的运用也可以达到最合理化，同时可以减少现场施工人员的数量、住宿、等带来的压力以及现场安全、质量隐患。有关综合装饰企业的调研资料显示，实行工厂化生产，由于采用批量采购和批量生产，其综合成本大大降低。

(4) 项目的实施有利于在稳定上游资源供应的同时服务高端市场

近年来，公司承做的装饰工程的数量逐年增多，经常面临多个项目同时施工的情形，因此会出现对木制品经常性的需求高峰。同时，公司木制品自制率 2010 年度仅为 14.59%，木制品外协加工企业在产品质量、工期安排上相对公司的要求仍然有一定差距，本公司无法控制因木制品供给延迟或质量问题所带来的潜在经营风险，一旦出现因木制品的质量或交付时间等与公司计划安排不一

致，造成施工工期延误，将对公司的信誉产生不利影响。因此，木制品工厂化项目的建设对公司业务的扩张至关重要，本公司势必需要进一步提高木制品的自制率，以支持公司快速扩张的装饰工程业务对木制品稳定供给的要求。

本项目实施后，本公司木制品的自我配套能力将进一步提高，有利于稳定上游资源供给的稳定性、及时性与品质。在外协厂商无法按时、保质的供给所需木制品的情况下，公司可利用自有产能及时提供装饰工程中所需的木制品，从而保证了工程工期，提升了公司装饰工程的质量，有利于进一步提升公司的信誉、核心竞争力以及市场地位。同时，部品部件自我配套生产能力的提升也有利于满足部分高端客户的个性化及对特殊品质的需求，从而更好的服务高端市场。

（5）项目的实施有利于提升公司承接业务

金螳螂作为建筑装饰行业品牌企业与龙头企业，处于自身业务定位需要，对装饰工程的质量越来越重视。同时，建筑装饰业务的发包方在招投标过程中越来越重视工期、工程质量、部品部件的节能环保及标准化，而工厂化生产在部品部件的标准化、节能环保、工期、工程质量等方面均有明显的优势，因此，本项目实施后，本公司部品部件（木制品）生产的工厂化水平将进一步提升，进而本公司的业务承接能力将得以大幅增强。

（6）项目的实施具备良好的基础

2006 年上市后，公司已运用募集资金投建了“建筑装饰部品部件工厂化生产技改项目”，项目建设内容包括木制品工厂化生产的改造，项目取得了良好的效果，提升了公司装饰工程用的部品部件生产的工厂化水平。因此，公司现已具备实施本项目的技术能力、人力储备、管理经验等各方面的条件，项目能够得以顺利实施，项目实施后，可以进一步控制施工成本，提高盈利能力。

（三）建筑装饰用石材工厂化生产项目

1、项目基本情况

本项目总投资为 12,785.60 万元，其中，建设投资 8,890.90 万元，项目流动资金 3,894.7 万元。项目由格格木公司在其现有土地实施。

2、项目经济效益分析

本项目建设期 2 年，达产后，可形成年产大理石规格大板 25 万平方米、花岗岩规格大板 10 万平方米、复合板 5 万平方米的生产规模；达产后，每年新增营业收入 2.74 亿元（不含税），新增净利润 2,577.80 万元，税后内部收益率为 17.1%，投资回收期为 7.3 年（含建设期）。

3、项目发展前景

格格木公司为金螳螂全资子公司，在金螳螂建筑工程良好发展的基础上，石材需求量将逐步增加，本项目为公司现有装修工程配套，满足公司对高质量石材和进度紧急工程的需要。项目实施后，金螳螂装饰工程业务将向上游业务链延伸，有利于公司防范风险，提高工程质量和效率，并将成为公司新的经济增长点，增强公司核心竞争力。项目达产后，产品将全部为金螳螂公司装饰工程项目配套，满足公司高质量、进度急工程的石材需求量。因此，公司内部需求量即为本项目目标市场需求量。

（1）本项目生产的石材具有良好的市场前景

随着本公司业务规模持续扩大，公司对石材的内部需求大幅增长。据公司统计，2008 年石材需求量为 62,586.48 万元，2009 年为 72,692.69 万元，2010 年为 124,538.56 万元，预计 2014 年达到 198,308.74 万元。本项目达产后，基于市场价格的石材产值为 23,290.00 万元，目标市场占有率仅为 11.74%。公司所需石材基本靠外部采购，自身业务需求完全能够消化本项目生产的石材，本项目生产的石材具有良好的市场前景。

（2）作为战略自备与装饰工程业务的配套，本项目有利于控制成本

建筑装饰室内材料分为实材、板材、片材、型材、线材五个类型，其中，片材主要是把石材及陶瓷、木材、竹材加工成块的产品，是室内装饰必不可少的材料。尤其在高档场所装修中，天然石材制成的片材应用日渐增多。据公司相关统计，天然石材片材的需求量较大（约占装修工程销售收入的 20—25%），且对石材的质量、供应进度要求较高。目前，金螳螂需要的石材均从周边石材大板加工企业采购，但目前我国石材加工企业较少，根据中国石材之窗网站统计，目前我国大理石、花岗岩石材供应企业仅有 443 家，且大多为中小型企业。江苏省内则仅有徐州胜达石材开采责任有限公司、宜兴市开勃石业有限公司、宜兴市张渚镇兴地石材厂、江苏宜兴张渚兴磊石材厂等几家，能够加工高档石

材大板的企业更少。因此，公司业务常常受石材大板供应的限制，常出现石材质量或供应进度无法满足工程需要的现象，大大增加了公司的施工和运营成本。

金螳螂公司拟建设本项目，采用先进的生产设备加工石材大板及复合板，解决外购石材质量和供应进度不能满足公司建筑装饰工程需要的问题，不仅能够降低装饰工程材料采购成本，还可保证工程质量和进度要求，降低施工和运营成本。

（3）项目的实施有利于在稳定上游资源供应的同时服务高端市场

近年来，公司业务快速发展，承做的装饰工程的数量逐年增多，公司经常面临多个项目同时施工的情形，因此也会出现对石材经常性的需求高峰。目前公司所需的石材基本靠外购取得，而选择不同的石材加工厂商，在采购过程中既浪费时间，无法保障石材的及时供给，又难以保证石材的品质。在这种情况下，公司面临因石材供给延迟或出现的潜在品质问题带来的经验风险。因此，随着公司业务的持续扩张，本公司需要开发石材产能，以消除上述潜在经验风险。

本项目实施后，本公司石材的自我配套能力将进一步提高，有利于稳定上游资源供给的稳定性、及时性与品质。在外部石材加工厂商无法按时、保质的供给所需石材的情况下，本公司可利用自有石材产能及时提供装饰工程中的所需石材，并且可以保证石材品质，从而保证了工期，提升了公司装饰工程的品质，有利于进一步提升公司的核心竞争力与市场地位。同时，部品部件自我配套生产能力的提升也有利于满足部分高端客户的个性化及对特殊品质的需求，从而，更好地服务高端市场。

（4）项目的实施有利于提升公司承接业务

金螳螂作为建筑装饰行业品牌企业与龙头企业，处于自身业务定位需要，对装饰工程的质量越来越重视。同时，建筑装饰业务的发包方在招投标过程中越来越重视工期、工程质量、部品部件的节能环保及标准化，而工厂化生产在部品部件的标准化、节能环保、工期、工程质量等方面均有明显的优势，因此，本项目实施后，本公司部品部件（石材）生产的工厂化水平将进一步提升，进而本公司的业务承接能力将得以大幅增强。

（四）金螳螂工程施工管理运营中心建设项目

1、项目基本情况

本项目总投资 28,090.4 万元（其中流动资金为 213.20 万元），拟新建 1 座工程施工管理运营中心大楼，建设期为 2.5 年，由赛得科技公司实施，项目拟建设场地位于苏州工业园，占地 67 亩。

2、项目发展前景

近年来，本公司业务快速增长，签订的合同订单数量由 2008 年的 223 个到 2010 年达到 378 个，公司的人员数量也相应快速增长。截至 2010 年末，本公司共有员工 3,310 人，并计划明年新增 1,200 人左右（包括：业务人员、设计师、工程管理、预决算人员等），现有办公大楼已满负荷运转，未来几年，随着业务与人员的进一步增资，公司办公面积将面临巨大缺口。为维持公司装饰工程项目的良好运转，必须增加办公场所。

本项目拟新建的工程运营中心将公司的工程管理人员、部品部件管理、预决算、财务核算人员提供办公场所，整合公司核心业务管理人员，实现协同运营，提升综合管理水平，降低运营成本，实现盈利能力的进一步提升。

（1）项目实施有利于推动公司的产业化发展

在建筑装饰业的发展进程中，随着企业的规模扩大，生产模式已从传统手工作业逐步转变到现代装饰业工厂化组织生产，同时，装饰项目从设计到施工的运营管理变得十分重要，本项目是施工运营管理的重要手段，项目建设可以提高装饰企业的综合管理水平，有效推动公司向产业化发展。

（2）项目实施有利于实现协同运营管理，强化“大装饰”格局

协同运营机制规范一系列工作流程，规定各子单位在协同工作中的具体职责和要求。工作流程以具体的单项工作为单位制定，如建筑装饰设计、建筑装饰施工、景观设计、幕墙、部品部件、石材生产等。协同运营机制旨在建立高效的运营管理体系，坚持以客户感知提升为中心，优化客户响应链条；以支持全业务发展为中心，实现业务协同运营的一体化、专业化、集中化，实现可管可控。本项目拟通过建设工程管理运营中心，完善本公司的综合管理能力，发挥跨专业、跨部门协作优势，从而推动企业整体素质全面提升，并且有利于提升金螳螂公司各业务（公共装修、幕墙、住宅精装修、园林绿化及景观、家居、

艺术品等）之间的联动效用，进一步强化公司的“大装饰”格局。

（3）项目实施是降低运营管理成本、提高工作效率的需要

建筑装饰的工程施工管理运营涉及多个部门和环节，专业化很高，是一项复杂的系统工程。受金螳螂的办公用房条件限制，目前公司业务运转的重要部门如投标、核算、施工部门及配套的景观公司、住宅公司、艺术品公司等均在外租房办公，工作场所拥挤，且存在租赁到期、房东租金上涨等不稳定的因素。

金螳螂现有条件满足不了公司快速发展的需要，严重影响到公司业务的正常开展，既增加公司运营管理成本，更影响公司快速增长的业务量的实施。随着公司规模不断扩大，必须改善现有的工作条件和管理手段，提高生产、运营、管理的信息化水平，进而提高公司的管理水平，满足公司快速发展的要求。

本项目建成后，金螳螂将实现集中办公，使工作秩序井然，体现出规范、高效的工作状态。具有如下三大益处：a、集中办公后，克服了办公设施简陋、交通费用较高、工作安排不便等因素，极大地改善了工作条件；b、分散办公不仅要承担房租费用、内网专线费用，还要承担职工上下班的交通费用，这部分成本在集中办公后将大大缩减。c、集中办公后，有效解决了专业人员不足且力量分散的问题，使原有业务力量得到加强的同时，提高了工作效率。

（五）营销网络升级项目

1、项目基本情况

本项目总投资 15,338.00 万元，用于对南京、杭州、海南、青岛、沈阳、太原、西安等营销网点进行升级，其中，拟在南京、杭州、海南、青岛购置办公场所，在沈阳、太原、西安租赁办公场所，并为上述营销网点配置内部装修、办公家具、办公设备及车辆等。

2、项目发展前景

（1）营销网络升级后，综合市场开拓能力将进一步增强

本项目实施后，各营销网点将整合当地的工程管理人员、招投标人员、预决算人员、设计人员、施工人员等相关公司的核心业务资源，各营销网点的业务辐射力与承接能力将得以大幅提升，市场开拓能力进一步增强。

（2）营销网络升级后，将为公司的持续快速增长夯实市场基础

营销网络建设是建筑装饰企业扩大业务量和业务地域范围最有效和最直接的方式，固定的营销场所将增强客户对公司的信任度，同时也能提升公司的服务质量，从而顺应公司发展的内在需求。营销网络建成后，将进一步夯实公司持续快速增长的市场基础，同时，公司拟进一步强化管理制度，严格控制成本费用，使本项目的固定资产投资的效益达到最大化。

（六）收购美瑞德公司 40% 股权并增资项目

1、项目的基本情况

本公司收购美瑞德 40% 少数股权系以其截至 2010 年 11 月 30 日评估净资产为定价依据。根据远评报字[2010]第 146 号《评估报告》，评估基准日为 2010 年 11 月 30 日，美瑞德评估净资产为 29,315.49 万元（未来收益法），40% 股权对应价值为 11,726.20 万元。2010 年 12 月 23 日，公司与庄海红签订《股权转让协议》，收购其持有美瑞德公司 40% 的股权，收购价格 11,726.20 万元。

本次募集资金到位后，公司拟用募集资金支付本次股权转让需支付给庄海红的 11,726.20 万元，收购完成后对美瑞德增资 7,000 万元，补充营运资金，以进一步提升公司建筑装饰业务的规模并降低美瑞德公司的高负债经营风险。

2、项目发展前景

近年来，美瑞德公司业务发展良好，2008 年营业收入 30,398.84 万元，同比增长 12.97%；2009 年营业收入 53,424.55 万元，同比增长 35.91%；2010 年实现营业收入 86,333.20 万元，比 2009 年增长 61.60%。美瑞德的业务呈加速发展的趋势。未来几年，受益于木制品、石材等部品部件的自给率不断提高、管理运营中心及营销网络的建设完善，公司产能基础将得以进一步夯实。以此为支持，在建筑装饰行业持续繁荣的大环境下，美瑞德面临巨大的发展契机。

本项目实施后，鉴于美瑞德盈利水平已有大幅提升，2010 年度实现净利润 4,277.60 万元，较 2009 年增长 101.84%，根据拟收购的 40% 股权初步测算，本次收购完成后，未来，随着美瑞德盈利规模的进一步提高，归属于上市公司股东的净利润将提高至少 1,711.04 万元。另外，本项目的实施有利于满足美瑞德对营运资金的巨大需求，有利于改善美瑞德公司的资本结构，有利于进一步提升美瑞德公司的项目承接能力，有利于维持美瑞德快速扩张的态势，从而，归

属于上市公司股东的净利润水平将进一步提高。

3、美瑞德公司的基本情况

公司名称：苏州美瑞德建筑装饰有限公司

住所（办公地点）：苏州市吉庆街 121 号

成立时间：1998 年 11 月 2 日

注册资本：1,800 万元

法定代表人：朱兴泉

经营范围：承接各类建筑室内、室外装饰装修工程的设计、施工，并提供相关业务的咨询服务；承接各类建筑幕墙工程的设计、安装及施工；承接机电设备安装工程和水电安装工程的制作、安装及施工（涉及资质的凭证经营）；承接金属门窗工程的制作、安装及施工；木制品制作；建筑石材加工（涉及资质的凭证经营）；承接城市园林绿化工程的施工（涉及资质的凭证经营）；承接消防设施工程的施工（涉及资质的凭证经营）。

本次收购之前，金螳螂持股比例 60%，庄海红持股比例 40%，出资协议以及美瑞德《公司章程》中不存在可能对本公司收购庄海红 40% 股权产生影响的内容。本次股权收购前后，美瑞德公司高管人员未发生变化。

美瑞德公司主要承接各类建筑室内、室外装饰装修工程以及各类建筑幕墙工程的设计、安装及施工，最近一年来业务发展良好，主要财务情况如下。

2009 年及 2010 年的主要财务状况如下：

单位：万元

项目	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
资产总额	41,268.44	30,490.80
负债总额	34,585.10	24,123.92
净资产	6,683.34	6,366.88
项目	2010 年度	2009 年度
营业收入	86,333.20	53,424.55
净利润	4,277.60	2,119.35
经营活动中产生的现金流量净额	5,124.55	1,502.96

注：以上数据系经华普天健会计师事务所（北京）有限责任公司审计。

截至本预案出具日，美瑞德的所有资产不存在抵押、质押或者其他第三人权利，不存在涉及有关资产的对外担保、重大争议、诉讼或仲裁事项。负债均为流动负债，包括：应收账款、预付账款、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款。

4、附条件生效的股权转让协议

(1) 协议主体

转让方：庄海红

受让方：苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司（股票代码：002081）

(2) 签订时间：2010 年 12 月 23 日

(3) 合同的生效条件和生效时间

本协议自下列条件全部满足之日起生效：a、本协议经协议双方有效签署；b、本次股权转让获得受让方董事会批准。c、对本协议的修改或变更或终止必须由双方协商一致并签订书面文件成立，方为有效。

(4) 合同附带的保留条款、前置条件

a、本协议生效之日起十个工作日内，金螳螂将股权转让价款的 10% 作为定金支付给庄海红；

b、金螳螂拟以本次非公开发行的募集资金向庄海红支付股权转让价款，在中国证监会核准金螳螂本次非公开发行后，金螳螂将在募集资金到达金螳螂账户后的 30 日内一次性向庄海红支付股权转让价款的 90%，金螳螂此前支付给庄海红的定金直接转为股权转让价款的 10%。

c、如在 2011 年 7 月 31 日前，本次非公开发行仍未获得中国证监会的核准，金螳螂应在 2011 年 8 月 31 日前，以自有资金将股权转让价款的 90% 支付给庄海红；金螳螂此前支付给庄海红的定金直接转为股权转让价款的 10%。

(5) 违约责任条款

a、对本协议项下任何一项条款的违反，均构成违约。b、如果发生违约情形，违约方应补偿守约方因违约方违约而实际遭受的损失。c、如本协议部分或全部不能履行若因由双方过失、过错造成时，根据实际情况，由双方分别承担各自应负的违约责任。

(6) 目标资产及其价格

目标资产为美瑞德公司 40%的股权，定价依据《苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司拟收购苏州美瑞德建筑装饰有限公司股权项目评估报告》(致远评报字[2010]第 146 号)。目标资产的价格为 11,726.20 万元。

(7) 资产交付和过户的时间安排

美瑞德公司的股东变更登记由转让方协助受让方、美瑞德公司办理。双方同意，在受让方付清全部股权转让价款之日起十日内，向美瑞德公司所在地的工商行政管理部门申请办理美瑞德公司 40%股权的过户登记手续。

(8) 资产自评估截止日至资产交付日所产生收益的归属

美瑞德公司在评估基准日至交割日之间产生的盈利或亏损等净资产变化由金螳螂享有或承担。

(9) 与资产相关的人员安排。

本次股权转让不涉及美瑞德公司的职工安排问题，即美瑞德公司不会因本次股权转让事项与原有职工解除劳动关系。

5、董事会关于资产定价合理性的讨论与分析

(1) 资产评估结果

以 2010 年 11 月 30 日为评估基准日，具有证券评估业务资格的安徽致远资产评估有限公司分别采用资产基础法和收益法对美瑞德公司的股东全部权益价值进行了评估，并出具致远评报字[2010]第 146 号《苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司拟收购苏州美瑞德建筑装饰有限公司股权项目评估报告》。

a、资产基础法的评估结果：

资产账面价值 36,717.74 万元，评估价值 40,241.66 万元，评估增值 3,523.92 万元，增值率 9.60%。

负债账面值 30,753.72 万元，评估价值 30,753.72 万元，无增减变化。

净资产账面价值 5,964.02 万元，评估价值 9,487.94 万元，评估增值 3,523.92 万元，增值率为 59.09 %。

b、采用收益法评估，得出在评估基准日 2010 年 11 月 30 日美瑞德公司股东全部权益评估结果为 29,315.49 万元，较其账面净资产价值 5,964.02 万元，增值 23,351.48 万元，增值率 391.54%。

c、评估结论的判断与选择

评估人员最终选取资产收益法评估价值 29,315.49 万元作为最终评估结论。

(2) 安徽致远评估对评估方法的适用性、评估假设前提及相关参数的合理性、未来收益预测的谨慎性的说明

a、评估方法的适用性

资产评估通常有三种方法，即资产基础法、市场法和收益法。

资产基础法是指在合理评估被评估单位各项资产价值和负债的基础上确定评估对象价值的评估思路。

市场法是指将评估对象与参考被评估单位、在市场上已有交易案例的被评估单位、股东权益、证券等权益性资产进行比较以确定评估对象价值的评估思路。市场法适用于市场数据充分并有可比的参考被评估单位或交易案例的条件下的被评估单位价值评估。

收益法是指通过将评估单位预期收益资本化或折现以确定评估对象价值的评估思路。收益法适用于评估有获利能力的被评估单位。

本次评估不考虑采用市场法评估，主要是由于目前市场上类似参照物难以选择，且缺少市场公开数据。收益法从未来收益的角度出发，以被评估单位现实资产未来可以产生的收益，经过风险折现后的现值作为被评估单位股权的评估价值，其价值涵盖了被评估单位诸如经营管理、技术经验等综合因素形成的各种无形资产，因此，收益法对被评估单位未来的预期发展因素产生的影响考虑比较充分。资产基础法仅能反映被评估单位各项可确指资产价值的总和，不能全面、科学的体现这些资源的未来收益带来的经济价值流入。

经过对美瑞德公司现场调查后，评估师认为，本次评估对象作为有整体收益的资产，具有较好的获利能力，采用收益法评估被评估单位整体资产价值较为合理，认为收益法的结论应该更切合评估对象的实际情况，故本次评估采用收益法作为最终评估结论。

b、评估假设前提及相关参数的合理性

收益预测是进行企业价值评估的基础，而任何预测都是在一定假设条件下进行的。本次对企业未来收益的预测是建立在下列条件基础上的：

一般假设：

1) 本次评估不考虑通货膨胀因素的影响。评估测算中的一切取价标准均为

评估基准日有效的价格标准及价值体系；

2) 影响企业经营的国家现行的有关法律、法规及企业所属行业的基本政策无重大变化，宏观经济形势不会出现重大变化；企业所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化；

3) 国家现行的银行利率、汇率、税收政策、政策性征收费用等无重大改变；

4) 企业经营所消耗的主要原材料、辅料等的供应无重大变化；

5) 除评估报告中已有揭示以外，假定企业已完全遵守所有有关的法律法规；

6) 无其他不可预测和不可抗力因素对企业造成的重大不利影响。

特殊假设：

1) 美瑞德公司资产在评估基准日后不改变用途，仍按照企业计划持续使用；

2) 美瑞德公司的经营者是负责的，且企业管理层有能力担当其责任；

3) 美瑞德公司完全遵守所有有关的法律和法规；

4) 美瑞德公司提供的历年财务资料所采用的会计政策和进行收益预测时所采用的会计政策在重要方面基本一致；

5) 美瑞德公司发展规划及生产经营计划能如期实现；

6) 美瑞德公司能够继续控制其拥有的各项资源（包括人力资源）、保持核心竞争能力；

7) 假设评估的资产现有用途不变并继续使用，美瑞德公司能够按照既定的战略持续经营；

8) 美瑞德公司所面临的市场是完全公开、公平的市场。

9) 美瑞德公司在未来的经营期内，其产品销售价格和生产成本等仍维持近几年的变化趋势，不会在现有基础上发生大幅的变化或波动；

10) 美瑞德公司在未来的经营期内，其营业费用、管理费用等各项期间费用不会在现有基础上发生大幅的变化或波动，仍将保持其近几年的变化趋势，并随销售收入的变化而同步变动。

11) 评估对象未来的资本债务结构保持在评估基准日的状态持续。

12) 美瑞德公司及相关责任方提供的有关本次评估资料是真实的、完整、合法、有效的。

本次评估人员根据资产评估的要求，认定以上假设前提及相关参数在评估

基准日是合理的、成立的，当以上重要假设及限制条件发生较大变化时，评估结果应进行相应的调整。

c、未来收益预测的谨慎性

在未来收益预测时，评估人员对美瑞德公司的相关财务信息及各项预测资料进行了详细的分析，并搜集了较为充分翔实的证据和依据，确定了其未来收益的合理性，并考虑了存在的各项风险问题。

(3) 董事会与独立董事对本次资产评估的意见

本次交易对方庄海红为公司实际控制人朱兴良之外甥，不在《深圳证券交易所上市规则》所规定的关联人范围。

为更好保护公司中小股东利益，依据谨慎性原则，在董事会审议与本次收购相关的议案时，比照关联交易审议程序，董事倪林、朱兴良、金建平、杨震、严多林、庄良宝回避了表决，其余三名独立董事参加表决。

本公司董事会认为：

1、评估机构的独立性：安徽致远评估具备中国证券从业资格，该评估机构与公司及公司主要关联方除了业务关系外，无其他关联关系，亦不存在现实的及预期的利益或冲突，具备独立性。主要评估师不存在同时具备注册会计师及注册资产评估师的人员对同一标的资产既执行审计业务又执行评估业务。

2、评估假设前提和评估结论的合理性：评估报告的假设前提符合国家有关法律法规、遵循市场通用的惯例或准则、符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。

3、评估方法的适用性：本次评估机构实际评估的资产范围与委托评估的资产范围一致；评估机构在评估过程中实施了相应的评估程序，遵循了独立性、客观性、科学性、公正性等原则，运用了合规且符合目标资产实际情况的评估方法，评估方法选用恰当，评估方法与评估目的相关性一致。

4、评估假设前提及相关参数的合理性：本次评估选用的假设前提、参照数据、资料可靠。

5、未来收益预测的谨慎性：本次评估进行确认、计量和报告时均保持了必要的谨慎，未高估资产或者收益，也未低估负债或者费用。

本公司独立董事认为：

1、本次交易符合相关法律法规以及《公司章程》的规定，定价策略和定价依据充分、公允，交易价格公平合理；本次交易将促进归属上市公司股东的净利润增长，有利于公司经营业绩提升；公司董事会对本次交易的议案进行表决时，依据谨慎性原则，董事倪林、朱兴良、金建平、杨震、严多林、庄良宝回避表决，更好地保护了公司中小股东利益，符合有关法规的规定。

2、本次评估机构安徽致远资产评估有限公司具备中国证券从业资格，该机构及评估人员与公司及公司主要关联方除了业务关系外，无其他关联关系，具备独立性。评估报告的假设前提符合国家有关法律法规、遵循市场通用惯例或准则、符合评估对象的实际情况。评估的资产范围与委托评估的资产范围一致，在评估过程中实施了相应的评估程序，评估方法恰当。遵循独立性、客观性、科学性、公正性等原则，选用了可靠的假设前提、参照数据以及资料，评估结果合理。

（七）增资金螳螂景观公司项目

1、项目基本情况

本公司拟使用募集资金向全资子公司金螳螂景观增资 3,000 万元，增强景观公司核心竞争力，满足公司园林景观业务扩张的需求，进一步发展公司园林景观业务，培育新的利润增长点。

2、项目发展前景

（1）园林绿化景观行业发展迅速，市场前景广阔

根据《关于加强城市绿化建设的通知》（国务院 2001 年下发）的目标，到 2010 年，全国城市规划建成区绿地率需达到 35% 以上，绿化覆盖率需达 40% 以上，人均公共绿地面积需达 10 平方米以上，城市中心人均绿地面积达 6 平方米以上。受益于园林绿化景观行业良好的政策环境，我国主要城市的公共绿地建设投资大幅增加。据统计，政府大型公共绿地建设 2008 年的投资总额为 649.90 亿元，较 2001 年的 163.20 亿元增长了 298.20%；2007 年，我国主要城市公共绿地面积为 33.3 万公顷，人均公共绿地面积为 8.98 平方米，比 1995 年的 2.49 平方米增长了 260.64%。园林绿化行业未来具有广阔的市场前景。

（2）居住区景观园林市场已成为园林行业发展的主要增长点

据以往数据粗略估计，地产项目配套园林占销售收入的比例为 1—4%，其中高层、小高层住宅投资比例为 1—3%，别墅类或类别墅为 2—4%。以房地产企业销售收入近似于房地产开发投资总额保守估计，用房地产开发投资总额的 2% 用于配套园林支出测算，截至 2009 年 12 月底，我国地产园林设计和工程的市场容量约为 724.63 亿元。2001 年至 2008 年，全国城市绿化固定资产投资保持了快速增长的态势，投资额从 163.2 亿元增加至 649.9 亿元，大约翻两番。依照前述计算，可以说明相较于政府投资，社会资金投资城市绿化行业已成为园林行业发展的主要增长点，而依托于商品住宅投资额的快速增长，居住区景观园林市场已成为我国园林行业发展的主要增长点。

(3) 近年来，本公司绿化景观业务逐年保持稳定较快增长。2008—2010 年度，公司绿化景观业务收入分别为 5,398.04 万元、6,285.33 万元、18,602.28 万元。2010 年以来，鉴于发行人进一步大力推进“大装饰”模式，以持续提升建筑装饰综合服务水平，发行人大力开拓绿化景观业务，2010 年度实现 18,602.28 万元的收入，较 2009 年度大幅增长了 195.96%，突显了发行人绿化景观业务巨大的成长潜能。现有的业务基础将为本项目的实施奠定了良好的基础。

(八) 增资金螳螂住宅公司项目

1、项目基本情况

本公司拟使用募集资金向全资子公司金螳螂住宅增资 7,000 万元，用于补充营运资金，以满足公司住宅精装修业务快速扩张对营运资金的需求，充分把握市场契机，积极开拓住宅精装修的巨大市场，进一步巩固与提升公司在装饰行业的龙头地位。

2、项目发展背景

(1) 住宅精装修市场具有广阔的发展前景，市场容量巨大

根据《中国建筑装饰行业“十二五”发展规划纲要（征求意见稿）》，预计到 2015 年，公共建筑装饰（包括住宅开发建设中的整体楼盘商品房装修）的产值争取达到 2.6 万亿元，比 2010 年增长 1.5 万亿元，增长幅度 136% 左右，年均增长 18.9%；住宅精装修（单个家庭独立装修工程）争取达到 1.2 万亿元，比 2010 年增长 2,500 亿元，增长幅度达到 26.3%。同时，“十二五”规划的目标具

备一定的现实基础，根据世界银行的统计，人均国民收入 1,000 美元是城镇化的“起飞点”，人均国民收入在 800—3,000 美元时也是住房消费的旺盛期。2008 年我国人均国民收入为 2,770 美元，正处于消费结构升级带动产业结构升级阶段，这将为住宅装饰市场带来巨大的需求。同时，“十一五”期间房地产行业伴随着工业化和城镇化的加速，住宅装修市场快速发展。根据有关部门测算，未来 10 年需要新建住宅 204.71 亿平方米，大量住宅投入使用，将产生巨大的住宅装饰需求。

（2）城市化进程推进，政策推广全装修房，住宅装修市场将长期繁荣

政策层面上，国家致力于提高全装修房、精装修房的比例。2002 年，建设部发布《商品住宅装修一次到位实施导则》以及配套的《商品住宅装修一次到位材料、部品技术要点》，旨在通过逐步取消毛坯房、直接向消费者提供精装修成品房，规范住宅装修市场，推进住宅产业化发展；2008 年，住房与城乡建设部发布《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》，进一步推广全装修房。

根据 CIRC（中国房地产信息集团）的相关数据，2010 年 6 月以来，全国主要城市的住宅精装修比例的情况如下：北京 29%、苏州 24%、上海 18%、杭州 22%、南京 9%、深圳 17%、海口 9%、合肥 4%，等等，其中北京的住宅精装修比例最高，达到 29%，但仍远低于发达国家精装修房占比 80% 的水平。依托国家政策对全装修房、精装修房明显的倾向性，未来我国住宅精装修比例还将面临极大的提升空间。在推进城市化的大环境下，住宅精装修市场将保持长期繁荣。

（3）品牌优势与“大装修”格局的联动将带动住宅精装修业务快速发展

本公司是建筑装饰行业的龙头企业，2002—2009 年度，连续八年名列中国建筑装饰行业百强企业第一位。目前，公司已形成由建筑装饰工程设计、施工，景观园林绿化工程设计、施工，艺术品、家具、幕墙的设计、生产，建筑部品部件工厂化生产等组成的装饰产业链，形成了“大装饰”的经营模式，各业务之间形成联动态势，相互依托、相互促进，公共装修、幕墙、园林绿化及景观、家居、艺术品等业务联动发展，极大的推动了住宅精装修领域的快速发展，加之于金螳螂的品牌优势，金螳螂住宅在未来几年面临广阔的市场前景与良好的成长契机。

(4) 项目的大型化将刺激公司住宅精装修业务快速发展

2010 年 11 月，公司与恒大地产签订《战略合作协议》，恒大地产每年为金螳螂安排约 30 亿元的施工合同，并以每年 10 亿元的速度增长。随着“恒大订单”的不断实施，金螳螂住宅公司的业务拓展将得到有力保障。同时，项目的大型化趋势将使金螳螂住宅公司的业务快速扩张，以此为契机，未来几年，金螳螂住宅的住宅精装修业务将成为本公司除公共装修之外的又一核心增长点。

三、补充营运资金的必要性

1、增资美瑞德 7,000 万元补充营运资金的必要性

在业务快速扩张过程中，美瑞德资产负债率始终维持在 80%左右的较高水平，其中截至 2010 年末，美瑞德资产负债率为 83.81%，较 2009 年末提高了 4.69%。目前，支持美瑞德业务持续快速扩张的运营基础主要是供应商提供的商业信用，但随着资本负债率不断提高，这一运营基础势必无法持续支撑公司的快速发展。因此，公司亟需改善资本结构，并且公司的快速发展对补充营运资金提出了更高的要求。据初步测算，若以金螳螂合并报表口径的资本负债率 69.37%（截至 2010 年 12 月 31 日）为准改善美瑞德的资本结构，同时考虑到美瑞德自身的业务增长以及未来几年“恒大订单”对公司业务的拉动作用，美瑞德需要补充大量的营运资金，以支撑其现在及未来几年的快速扩张。

2、增资金螳螂景观 3,000 万元补充营运资金的必要性

随着城市化进程不断推进，城市人均绿化面积不断提高，受益于此，公司园林绿化景观业务取得了良好的发展，目前已成为金螳螂新的经济增长点。

金螳螂的园林景观业务近两年发展良好，2009 年实现营业收入 6,285.33 万元，2010 年实现营业收入 18,602.28 万元，取得了较快增长。同时，公司园林景观业务客户中政府公共部门较多，回款周期相对较长，这就需要为金螳螂景观进一步营运资金，以提高业务承接能力。

本项目实施后，将有利于提升金螳螂景观的业务规模，有利于支撑园林景观业务的不断发展，从而进一步培养与提升了金螳螂新的利润增长点。

3、增资金螳螂住宅 7,000 万元补充营运资金的必要性

城市化率、住宅精装修比例不断提升的过程，也是住宅精装修市场持续腾

飞的过程，在未来很长一段时间，住宅精装修市场是一个长期繁荣的市场。

近年来，公司住宅精装修业务快速腾飞，2009 年实现营业收入 66,218.86 万元，2010 年实现营业收入 77,385.36 万元。未来几年，住宅精装修市场的快速扩张亟需大量营运资金的支持。

随着本公司住宅装饰业务规模的不断扩大，经公司测算，公司在未来 3 年需要大量的营运资金。鉴于装饰行业的平均净利润水平为 5.5% 左右，装饰企业通过银行贷款开展业务是极不经济的，营运基础主要是供应商的商业信用。但当公司资本负债率达到一定比例时，公司的经营、资金链、偿债能力均面临较大的压力，上游供应商的商业信用将无法为公司提供持续的运营保障，这就导致了装饰企业营运资金较高的依赖性。于此同时，未来几年，金螳螂住宅承接的项目又大多是住宅开发建设中的整体楼盘成品房装修，往往工程量较大、工期较长，金螳螂住宅需要大量的营运资金。

本项目实施后，本公司将使用募集资金对金螳螂住宅增资 7,000 万元，用于补充金螳螂住宅对营运资金的需求，以满足其未来几年迅速扩大的业务量，进一步提高住宅精装修业务的规模，充分把握我国住宅精装修市场的无限商机。

四、本次发行对公司经营管理、财务状况等的影响

1、本次发行对公司经营管理的影响

本次发行完成后，公司的经营管理水平与竞争力进一步提升，主要表现在以下几个方面：其一，有利于拓展产业链，稳定上游资源的供给；其二，有利于提升公司的综合运营管理水平以及营销网点的辐射力及业务承接能力；其三，有利于进一步扩大幕墙业务，夯实利润基础；其四，有利于形成“大装饰”格局，形成各业务之间的联动相应，提升公司盈利水平，并培育公司在园林绿化及景观业务的新的增长点；其五，有利于公司把握住宅精装修市场的发展机遇，培养核心利润来源，进一步提升公司的优势地位。

2、本次发行对公司财务状况的影响

本次发行完成后，通过扩大产能、提升工程管理水平以及培育新的利润增长点，公司的业务将进一步扩大与完善，从而净利润水平、资产负债率将得以进一步提升与改善，财务实力增强。

第三节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论和分析

一、本次发行对公司业务、公司章程、股东结构、高级管理人员结构、业务结构的影响

（一）金螳螂主营业务为承接各类建筑室内、室外装修装饰工程、建筑幕墙工程的设计、生产、制作、安装及施工，本次发行后，公司主营业务不会发生变化。

（二）本次发行后，除在《公司章程》中对公司注册资本与股本结构进行调整之外，暂无其他调整计划。

（三）本次发行对象为不超过 10 名自然人、机构投资者、法人投资者（不包括金螳螂集团、金羽公司及其一致行动人），拟发行数量不超过 3,970 万股（含 3,970 万股），发行后（若以发行数量上限 3,970 万股计算），实际控制人朱兴良通过金螳螂集团与金羽公司间接控制本公司 54.97% 的股权，本次发行不会导致公司控制权的变化。随着新股东的引入，公司治理结构将得到进一步优化。

（四）本次发行后，公司高管人员结构不会发生变化。

（五）本次发行后，随着募集资金的投入和项目的实施，幕墙业务收入与住宅精装修业务收入占主营业务收入的比重将有所提升。

二、公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

本次发行后，公司的资产规模大为增加，财务状况将得到较大改善，财务结构更趋合理，盈利能力进一步提高，整体实力和抗风险能力得到显著增强。

1、财务状况的变动

本次发行后，公司的资产规模大为增加，同时由于募集资金投资项目效益较好，公司财务状况将得到改善，财务结构更趋合理。

2、盈利能力的变动

本次募集资金的部分投资项目短期内属于建设期，不会产生效益，本次发行后，随着公司项目的实施，项目带来的利润增加，公司在节能幕墙、公共装饰以及家庭精装修领域的业务规模进一步扩大，盈利能力进一步提高。

3、现金流量的变动

本次非公开发行过程中，特定对象以现金认购，公司筹资活动现金流量将大幅增加。在募集资金投入使用后，公司投资活动现金流量也将大幅增加。由于盈利能力提升，公司经营活动现金流量增加。

三、公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况

本次发行后，公司与大股东及关联人之间的业务关系、管理关系均未发生变化，不产生同业竞争和关联交易。

四、本次发行后，公司不存在资金、资产被大股东及关联人占用的情形，或公司为大股东及关联人提供担保的情形

本次发行完成后，公司不存在资金、资产被大股东及关联方占用的情形，亦不存在公司为大股东及关联方进行违规担保的情形。

五、本次发行对公司负债情况的影响

截止 2010 年 12 月 31 日，公司资产负债率（合并）为 69.37%，负债结构合理，不存在通过本次发行大量增加负债的情况，也不存在负债比例过低、财务成本不合理的状况。

六、本次发行相关的风险说明

投资者在评价公司本次非公开发行股票时，除本预案提供的其他各项资料外，应特别认真考虑下述各项风险因素：

1、经营风险

公司近年来快速发展。截至 2010 年末，公司的净资产、主营业务收入以及人员均较 2006 年末上市以来有了大幅的增长。随着公司业务和规模的不断扩张，尤其是本次募集资金投资项目实施后，公司在管理模式、人才储备、技术

创新、市场开拓等方面将面临新的挑战。如本公司管理水平、人才储备不能适应公司规模迅速扩张的需要，管理制度未能随公司规模扩大及时调整完善，将难以保证公司安全和高效地运营，进而削弱公司的市场竞争力。

2、募集资金投向风险

本次募集资金拟投资以下 8 个项目—节能幕墙及门窗生产线建设项目、建筑装饰用木制品工厂化生产项目、建筑装饰用石材工厂化生产项目、金螳螂工程施工管理运营中心建设项目、营销网络升级项目、收购美瑞德 40% 少数股权并增资项目、增资美瑞德景观公司项目、增资美瑞德住宅公司项目。

本公司对投资项目进行了充分的可行性研究，但存在项目实施后达不到设计生产能力，或国内市场需求发生不利变化，使项目达不到预期目标的风险。

3、审批风险

本次非公开发行股票需经公司股东大会审议批准，本方案存在无法获得公司股东大会表决通过的可能；本次非公开发行股票尚需取得中国证监会的核准，能否取得相关的批准或核准，以及最终取得批准和核准的时间存在不确定性。

此页无正文，为《苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司非公开发行 A 股股票
预案（修订）》之签章页

苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司

董 事 会

二〇一一年六月十六日