

新明珠集团股份有限公司

New Pearl Group Co.,Ltd.

(佛山市禅城区南庄镇华夏陶瓷博览城陶博大道 18 号一楼)



关于新明珠集团股份有限公司 首次公开发行股票并在主板上市 申请文件审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



新疆乌鲁木齐市高新区（新市区）北京南路 358 号

大成国际大厦 20 楼 2004 室

深圳证券交易所：

申万宏源证券承销保荐有限责任公司（以下简称“保荐人”）作为新明珠集团股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）首次公开发行股票并在主板上市的保荐人，于2023年3月收到贵所出具的《关于新明珠集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2023〕110075号）（以下简称“问询函”）。

保荐人及时组织发行人、天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）、北京市康达律师事务所根据问询函进行了认真讨论和充分核查，现向贵所提交书面回复。发行人、各中介机构按照要求对各问题进行了说明或发表意见，具体回复内容如下（以下回答顺序与贵所问询函中的问题顺序相同），其中要求补充披露部分的内容将在《新明珠集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》（以下简称“招股说明书”）中补充披露。

说明：

- 1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《招股说明书》一致。
- 2、本回复中的字体代表以下含义：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问题的回复、中介机构核查意见	宋体
对招股说明书等文件的修改、补充	楷体（加粗）

- 3、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

目录

1、关于行业与业务	3
2、关于核心技术	22
3、关于历史沿革与股东	49
4、关于关联交易	55
5、关于工抵房	69
6、关于股份质押	79
7、关于客户、供应商入股	90
8、关于行政处罚	95
9、关于经销收入	102
10、关于客户和其他业务收入	116
11、关于期间费用	130
12、关于主营业务毛利率	142
13、关于应收账款和应收票据	148
14、关于存货	159

1、关于行业与业务

申报材料显示，发行人认为，公司是国内最大的建筑陶瓷专业制造商之一，拥有规模在行业前列的先进产能配置，在陶瓷板材的研发、应用及规模化生产方面形成一定先发优势。

(1) 报告期内，发行人扣非后归母净利润分别为 12.21 亿元、9.69 亿元、5.50 亿元和 4.04 亿元，报告期内存在一定波动，主要系下游房地产行业受政策调控影响出现流动性风险和债务危机，导致发行人出现大额信用减值损失，以及上游能源市场受国际形势影响出现能源价格持续上涨，导致生产成本明显增加所致。

(2) 我国建筑陶瓷行业呈“大市场，小企业”竞争格局，整体集中度低，市场竞争激烈。按照发行人营业收入占规模以上陶瓷企业营业收入比例作为市场占有率体现，估算同时期市场份额约为 2.52%。

(3) 发行人部分市场需求来自住宅、公共建筑的装修装饰，与房地产市场具有相关性。报告期内发行人前五大客户主要为房地产商。

请发行人：

(1) 结合房地产宏观调控政策，报告期内政府土地出让和房企拿地情况，房地产市场的开发、竣工和销售面积，房产交易数据等，说明发行人营业收入持续增长是否与同行业可比公司一致；结合城镇化进度、人口数量和结构变化、房地产市场的未来发展趋势等，说明未来的发展空间及是否可持续。

(2) 结合报告期内扣非后归母净利润持续下滑、主要客户集中于房地产企业等情况，说明房地产调整政策及房地市场景气度、主要客户陷入债务危机及经营困难对发行人的经营业绩的影响，并结合市场竞争、客户需求、产品与技术迭代、在手订单、原材料及能源市场价格变动等论证发行人经营业绩的稳定性，是否存在业绩持续或大幅下滑的风险。

(3) 结合行业集中度较低的市场竞争格局、产业下游为装修装饰和终端消费者等领域，进一步说明发行人业务是否具有行业壁垒，说明发行人市场份额、

产能与产量、经营业绩、员工数量、生产基地布局、销售渠道布局等方面与同行业竞争对手的对比情况，进一步分析发行人的行业代表性。

(4) 结合现有及在建项目产线产能情况说明发行人是否属于行业负面清单，是否属于禁止、限制类行业，是否符合国家产业政策。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、结合房地产宏观调控政策，报告期内政府土地出让和房企拿地情况，房地产市场的开发、竣工和销售面积，房产交易数据等，说明发行人营业收入持续增长是否与同行业可比公司一致；结合城镇化进度、人口数量和结构变化、房地产市场的未来发展趋势等，说明未来的发展空间及是否可持续。

(一) 结合房地产宏观调控政策，报告期内政府土地出让和房企拿地情况，房地产市场的开发、竣工和销售面积，房产交易数据等，说明发行人营业收入持续增长是否与同行业可比公司一致

2020年以来，我国房地产宏观调控政策主基调保持偏紧，但近期略有放松。2021年开始，“三道红线”调控政策全面实行，“三道红线”直接影响房地产商融资，部分民营房地产商出现流动性风险甚至债务危机。2022年下半年开始，“金融16条”、“三支箭”调控政策先后发布，一定程度上缓解房地产商融资和债务压力，目的是促进房地产市场平稳健康发展。

报告期内，房地产市场数据变动情况如下：

单位：亿元、万平方米

市场数据	2022年	2021年	2020年
国有土地使用权出让收入	66,854	87,051	84,142
房地产企业拿地金额TOP100	12,975	25,377	32,337
房屋新开工面积	120,587	198,895	224,433
房屋竣工面积	86,222	101,412	91,218
商品房销售面积	135,837	179,433	176,086
商品房销售金额	133,308	181,930	173,613

注：数据来源财政部、中指研究院、国家统计局。

2021 年，房地产市场出现周期性波动，国有土地使用权出让收入同比实现增长，但房地产企业拿地节奏有所放缓，拿地金额 TOP100 同比减少，相应的房屋新开工面积同比减少，与此同时房屋竣工面积、商品房销售面积、商品房销售金额仍保持同比增长。2022 年，房地产市场下行趋势明显，各项房地产市场指标均出现不同程度的同比下降，其中房地产企业拿地节奏进一步收紧，拿地金额 TOP100 和房屋新开工面积同比下降幅度较大。

报告期内，发行人营业收入分别为 783,502.28 万元、849,323.22 万元、742,419.96 万元和 **366,975.14 万元**，2021 年、2022 年呈现先增后降的趋势，与房屋竣工面积、商品房销售面积、商品房销售金额等变动趋势基本一致。

报告期内，发行人与同行业可比公司营业收入变动情况如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
	营业收入	增速	营业收入	增速	营业收入	增速	营业收入
马可波罗	420,000.00~ 440,000.00	-0.59%~ 4.15%	866,092.92	-7.52%	936,482.90	9.00%	859,142.29
东鹏控股	362,807.45	15.84%	692,986.33	-13.15%	797,866.34	11.46%	715,831.34
蒙娜丽莎	291,023.84	-0.49%	622,858.43	-10.85%	698,652.13	43.64%	486,384.86
帝欧家居	177,527.93	-11.21%	411,203.60	-33.11%	614,702.58	9.05%	563,703.92
可比公司平均	-	1.48%	-	-16.16%	-	9.84%	-
发行人	366,975.14	8.55%	742,419.96	-12.59%	849,323.22	8.40%	783,502.28

注 1：数据来源同行业可比公司招股说明书、定期披露报告；

注 2：2021 年蒙娜丽莎通过收购使合并范围新增高安市至美善德新材料有限公司，导致营业收入出现较大幅度增长，故 2021 年可比公司平均增速剔除蒙娜丽莎；

注 3：计算 2023 年 1-6 月可比公司平均水平时，马可波罗按照增速区间中值进行测算。

2021 年，同行业可比公司营业收入均保持增长，发行人营业收入亦实现增长，增速达 8.40%，略低于同行业可比公司平均增速。2022 年，受经济形势、市场环境的影响，同行业可比公司营业收入均有所回落，发行人营业收入亦同比下降，降幅约 12.59%，略低于同行业可比公司平均降幅。2023 年 1-6 月，同行业可比公司营业收入平均增速由降转升，发行人营业收入亦同比增长，增速达 8.55%，略高于同行业可比公司平均增速。因此，发行人营业收入变动趋势与同行业可比公司保持一致。

（二）结合城镇化进度、人口数量和结构变化、房地产市场的未来发展趋势等，说明未来的发展空间及是否可持续

根据国家统计局数据，2022 年我国常住人口城镇化率已达到 65.22%，提前完成“十四五”规划中提出的到 2025 年常住人口城镇化率达到 65% 的目标，但从结构上看仍存在发展不均衡的问题，其中有 12 个省（区、市）城镇化率高于全国水平，19 个省（区、市）城镇化率低于全国水平，最低为 35.73%，城镇化质量仍有待进一步提升。同时，与高收入国家平均 80% 左右的城镇化率比较，我国城镇化水平仍有一定增长空间。

根据国家统计局数据，2022 年我国人口数量为 14.12 亿人，同比下降但降幅较小仅有 0.06%，其中 60 岁及以上人口数量为 2.80 亿人，占比为 19.80%，比重上升 0.9 个百分点，老龄化程度有所加深。但随着我国居民生活水平提高，人均可支配收入及人均消费支出均保持稳定增长，其中人均可支配收入从 2020 年的 32,189 元增长至 2022 年的 36,883 元，年均复合增长率达 7.04%，人均消费支出从 2020 年的 21,210 元增长至 2022 年的 24,538 元，年均复合增长率达 7.56%，消费市场仍有巨大潜力。

2022 年下半年以来，随着“金融 16 条”、“三支箭”等房地产宏观调控政策先后发布，房地产市场逐渐企稳并有所回暖，2023 年 1-2 月房地产开发景气指数已连续两个月回升达到 94.67，有望突破 95 的适度景气水平线。2023 年政府工作报告明确提出，要加强住房保障体系建设，支持刚性和改善性住房需求，同时有效防范化解优质头部房企风险，促进房地产业平稳发展。因此房地产市场有望得到进一步复苏，未来发展趋势将逐渐向好。

综上，随着我国城镇化进程继续推进，人均消费水平不断提升，房地产市场逐步回暖，我国新建住宅增长将保持稳定，再加上存量房二次装修、老旧小区改造、保障性住房建设、各类公共建筑装修等，为建筑陶瓷行业提供了稳定的市场需求，同时陶瓷板材类新产品的推广应用，显著拓展了建筑陶瓷的应用领域和市场空间。因此建筑陶瓷行业本身市场空间大，且新应用领域不断拓展，未来发展空间可持续，为发行人经营业绩增长提供了重要保障。

二、结合报告期内扣非后归母净利润持续下滑、主要客户集中于房地产企业等情况，说明房地产调整政策及房地产市场景气度、主要客户陷入债务危机及经营困难对发行人的经营业绩的影响，并结合市场竞争、客户需求、产品与技术迭代、在手订单、原材料及能源市场价格变动等论证发行人经营业绩的稳定性，是否存在业绩持续或大幅下滑的风险。

（一）结合报告期内扣非后归母净利润持续下滑、主要客户集中于房地产企业等情况，说明房地产调整政策及房地产市场景气度、主要客户陷入债务危机及经营困难对发行人的经营业绩的影响

报告期内，发行人扣非后归母净利润分别为 96,869.54 万元、55,014.49 万元、56,172.53 万元和 **40,245.50 万元**，其中 2021 年受应收款项减值、能源价格上涨的双重影响，扣非后归母净利润存在下滑，2022 年市场需求下降叠加能源价格继续上涨的影响，发行人毛利润水平进一步压缩，但应收款项减值的影响相比上年已显著下降，因而扣非后归母净利润同比 2021 年已初步企稳，并由降转升。**2023 年上半年市场需求有所回暖，且能源价格持续回落，发行人扣非后归母净利润同比增长 101.73%，已呈现出明显复苏势头。**

发行人直销客户主要为房地产商。近年来房地产宏观调控政策趋紧，导致房地产市场出现周期性波动，市场景气度有所下降。报告期内，各年末房地产开发景气度分别为 100.76、100.36、94.35 和 **94.05**，其中 2020 年、2021 年仍保持在适度景气水平，2022 年则首次跌破 95，降至较低景气水平。

报告期内，受“三道红线”等房地产调控政策的影响，发行人部分房地产客户开始出现流动性风险，甚至陷入债务危机及经营困难。在此情况下，发行人结合与房地产客户的交易和回款情况，以及其债务违约公告和负面公开报道等，综合考量后认定部分房地产客户存在较大信用风险，并对其应收款项单项计提减值准备，导致产生大额减值损失，同时发行人加强对工程业务的风险管控，导致直销业务销售收入有所下降，对发行人报告期内经营业绩造成一定不利影响。

截至 2022 年末，发行人已经对主要房地产客户的信用风险进行了充分评估并单项认定足额计提了减值准备，未来发生进一步大额减值风险的可能性较小。此外，发行人已积极采取应对措施，以减少房地产市场波动、下游客户流动性风

险等对发行人经营业绩的不利影响，具体包括重新聚焦经销领域，加大经销渠道布局，提升经销收入占比；谨慎开展工程业务，加大与央、国企类房地产商合作；优化工程业务结算方式，针对存在较大信用风险的房地产客户采取先款后货；积极开拓新的优质客户，不断优化客户结构，增强整体抗风险能力等。截至 2022 年，发行人直销业务规模低于同行业可比公司，经销业务规模高于同行业可比公司，从受房地产客户影响看，具有较优的业务结构。

（二）并结合市场竞争、客户需求、产品与技术迭代、在手订单、原材料及能源市场价格变动等论证发行人经营业绩的稳定性，是否存在业绩持续或大幅下滑的风险

从市场竞争角度看，目前我国建筑陶瓷行业集中度较低，呈现“大行业，小企业”的市场竞争格局，单家企业市场份额不超过 5%。近年来，随着“煤改气”等环保政策逐步落地，对建筑陶瓷企业的节能环保要求日益提升，同时受上游能源采购价格持续上涨、下游房地产市场波动等影响，行业内中小企业的生存压力明显增大。2018 年至 2022 年，全国规模以上陶瓷企业数量减少约 239 家，减幅达 18.89%，市场份额越来越向头部企业集中。

从客户需求角度看，建筑陶瓷产品主要用于装饰装修需求，包括住宅、公共建筑等传统装修需求，以及家居领域等新型装饰需求。我国新建住宅增长仍较为稳定，精装房占比逐步提升，再加上存量房二次装修、老旧小区改造、保障性住房建设等，为建筑陶瓷行业提供了稳定的市场需求，同时各类公共建筑装修等也拉动建筑陶瓷市场规模持续扩大。

从产品与技术迭代角度看，以陶瓷板材为代表的新产品显著拓展了建筑陶瓷的应用领域和市场空间。陶瓷板材具备尺寸规格跨度大、定制加工属性好、使用性能提升等诸多优点，打破了建筑陶瓷与天然石材、人造石、板材等的界限，凭借着大规模生产的成本优势和特定性能优势成为相关材料的替代者，融合运用于装饰装修、定制家居、户外工程等多元空间。

因此，建筑陶瓷行业已进入转型升级阶段，部分竞争力较弱的中小企业将走向退出，而头部企业则利用规模优势、品牌效应等进一步提升市场份额。相较国外头部企业高达 40%-60%的本土市场占有率，国内企业仍有较大成长空间。发

行人作为建筑陶瓷行业头部企业之一，在产业转型升级的当下，通过积极把握市场需求，抓住陶瓷板材所带来的新市场、新机遇，以及不断优化客户结构，增强抗风险能力等，从而继续受益于整个行业巨大市场空间，并争取实现经营业绩持续增长，市场份额不断提升。

报告期内，发行人实现营业收入分别为 783,502.28 万元、849,323.22 万元、742,419.96 万元和 **366,975.14 万元**，2022 年营业收入有所下降，主要受下游市场需求波动的影响，**2023 年上半年市场需求有所回暖，营业收入同比由降转升**；实现扣非后归母净利润分别为 96,869.54 万元、55,014.49 万元、56,172.53 万元和 **40,245.50 万元**，2022 年扣非后归母净利润已初步企稳，并由降转升，**2023 年上半年扣非后归母净利润同比增长 101.73%**，已呈现出明显复苏势头。

其中，2023 年以来发行人天然气采购价格已有所下降，2023 年上半年天然气采购均价为 **3.60 元/立方米**，较 2022 年采购均价下降了约 **0.63 元/立方米**，假设按照 2022 年全年采购量测算，可减少能源成本约 **14,870.75 万元**，有效缓解发行人的能源成本压力，使利润空间得到释放。与此同时，截至 **2023 年 6 月 30 日**，发行人在手订单合计 **34,863.17 万元**，**2023 年上半年发行人营业收入为 366,975.14 万元，同比增长 8.55%**，**扣非后归母净利润为 40,245.50 万元，同比增长 101.73%**，为 2023 年业绩增长奠定良好基础。

综上，报告期内发行人经营业绩存在一定波动，但目前已表现出较为良好的复苏势头，未来业绩持续或大幅下滑的风险较小。

三、结合行业集中度较低的市场竞争格局、产业下游为装修装饰和终端消费者等领域，进一步说明发行人业务是否具有行业壁垒，说明发行人市场份额、产能与产量、经营业绩、员工数量、生产基地布局、销售渠道布局等方面与同行业竞争对手的对比情况，进一步分析发行人的行业代表性。

（一）结合行业集中度较低的市场竞争格局、产业下游为装修装饰和终端消费者等领域，进一步说明发行人业务是否具有行业壁垒

我国建筑陶瓷行业集中度较低，过去存在着大量的中小企业，该类企业产能规模小，研发实力弱，多数没有独立品牌和成熟销售渠道，部分企业主要依靠低

价策略为头部企业代工来获取订单。而随着我国建筑陶瓷行业进入转型升级阶段，节能环保要求日益提升，自动化、智能化、信息化水平也越来越高，同时在下游房地产市场波动的大背景下，经销商渠道建设和面向零售市场的品牌影响力提升已成为主要建筑陶瓷企业的重要发力点。

制作陶瓷的技艺在中国源远流长、博大精深，在与现代生产工艺和科技手段的紧密结合下，技术含量越来越高，包括干粒、数码釉等新型坯料、釉料的成功开发，以及3D数码喷印、大规格成型等高科技手段的广泛使用，使得新产品推出频率加快，并在性能提升、规格多样的同时设计更加新颖、装饰效果更加丰富。因而对建筑陶瓷企业技术要求也越来越高。同时随着我国居民可支配收入增加，消费者越来越偏好性能及设计感俱佳的高品质产品，为此建筑陶瓷企业仍需持续进行研发投入。因此对新进入企业形成技术壁垒。

我国“十四五”规划提出“碳达峰、碳中和”目标，据此各地政府陆续出台政策，包括推行“煤改气”工程，鼓励绿色工厂建设等。而无论是使用更清洁的天然气还是购置更先进的环保设备，都使建筑陶瓷行业节能环保投入门槛显著增加，对新进入企业尤其是中小企业构成节能环保壁垒。与此同时，节能环保投入增加也对成本管控形成更高要求，加之建筑陶瓷行业本身具有重资产属性，土地厂房及大型生产设备购置成本高，因此只有扩大生产规模，实现临界规模以上产出，才能提升效率，降低成本，摊薄运营及维护费用，赢得竞争优势，这也对新进入企业构成生产规模壁垒。

从销售端看，我国建筑陶瓷行业下游主要应用于装饰装修领域，终端消费者主要包括个人消费者及工程客户等，不同客户类型具有不同特点。其中个人消费者采购相对零散，遍布范围极其广泛，建筑陶瓷企业主要通过经销商网络进行覆盖，而经销商网络覆盖广度及下沉程度，均需大量人力、物力、财力投入。而工程客户尤其是房地产客户采购具有大批量特点，并通过招投标形式设置了较高准入门槛，对供应商产品、生产、资金实力等要求高。因此，建筑陶瓷行业头部企业普遍已形成稳定的销售渠道，对新进入企业构成销售渠道壁垒。

建筑陶瓷产品属于耐用消费品，产品所包含的品牌理念（包括设计风格、品位格调、美学内涵等各方面）逐渐成为其重要价值体现。同时随着我国居民生活

水平提高，个人消费者也倾向于选择高知名度、美誉度的建筑陶瓷品牌，并建立起长期信任关系，形成客户粘性。而品牌影响力需要依靠技术优良、经验丰富的研发、设计及售后服务团队，通过长期的市场积累实现，对新进入企业构成品牌壁垒。

综上，发行人所处的建筑陶瓷行业在技术研发、节能环保、生产规模、渠道品牌等方面具有一定门槛，对新进入企业构成行业壁垒。

(二) 说明发行人市场份额、产能与产量、经营业绩、员工数量、生产基地布局、销售渠道布局等方面与同行业竞争对手的对比情况，进一步分析发行人的行业代表性

1、市场份额、产能与产量、经营业绩、员工数量、生产基地布局、销售渠道布局对比情况

最近三年，发行人与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元，万平方米，人，家

公司名称	项目	2022年	2021年	2020年
发行人	营业收入	742,419.96	849,323.22	783,502.28
	净利润	61,218.61	61,154.00	151,732.49
	产能	21,511.23	21,475.20	20,649.55
	产量（含外协）	18,763.37	23,001.33	20,342.54
	员工数量	7,492	9,368	10,036
	经销商数量	3,794	3,605	3,240
	生产基地布局	拥有广东佛山、广东肇庆、江西高安和湖北黄冈四大生产基地		
马可波罗	营业收入	866,092.92	936,482.90	859,142.29
	净利润	151,421.38	165,321.72	157,395.98
	产能	21,952.14	21,136.98	19,221.60
	产量（含外协）	19,994.96	21,539.74	19,854.39
	员工数量	6,498	6,570	6,617
	经销商数量	1,448	1,419	1,349
	生产基地布局	拥有广东东莞、广东清远、江西丰城、重庆荣昌、美国田纳西州五大生产基地		
东鹏控股	营业收入	692,986.33	797,866.34	715,831.34

公司名称	项目	2022年	2021年	2020年
	净利润	19,901.02	15,103.44	84,838.76
	产能	未披露	未披露	未披露
	产量	10,828.13	11,922.81	11,773.37
	员工数量	8,367	10,679	10,413
	经销商数量	未披露	未披露	1,835
	生产基地布局	拥有广东佛山、清远、江门、高明、江西丰城、重庆永川、湖南澧县、山东淄博、山西垣曲和江西湖口等生产基地		
蒙娜丽莎	营业收入	622,858.43	698,652.13	486,384.86
	净利润	-38,136.44	31,484.94	56,640.48
	产能	未披露	未披露	未披露
	产量	14,371.12	16,066.99	11,389.98
	员工数量	5,471	6,664	4,471
	经销商数量	未披露	1,540	1,230
生产基地布局	拥有广东佛山、广东清远、广西藤县和江西高安四大生产基地			
帝欧家居	营业收入	411,203.60	614,702.58	563,703.92
	净利润	-150,881.48	6,911.60	56,657.91
	产能	未披露	未披露	未披露
	产量	7,821.91	13,948.17	13,145.69
	员工数量	4,754	6,864	6,530
	经销商数量	未披露	未披露	未披露
生产基地布局	拥有广东佛山、江西景德镇和广西藤县三个建筑陶瓷生产基地			

注 1：同行业可比公司数据来源于招股说明书、定期披露报告；

注 2：产能、产量仅统计瓷砖产品数据；

注 3：2021 年蒙娜丽莎通过收购使合并范围新增高安市至美善德新材料有限公司，导致相关数据出现较大幅度变动。

发行人成立于 1999 年，自成立以来一直专注于建筑陶瓷的研发、生产和销售，是国内最大的建筑陶瓷专业制造商之一。报告期内，发行人市场份额（对应营业收入）、产能与产量、经营业绩（对应净利润）等均位于行业前列，且均高于同行业已上市公司东鹏控股、蒙娜丽莎、帝欧家居，具备较强竞争实力。

2、发行人的行业代表性

（1）经营规模、盈利能力及市场占有率行业领先

发行人是国内规模最大的建筑陶瓷专业制造商之一，经营规模远高于行业平均水平，且高于同行业已上市公司，总体规模领先。

根据中国建筑卫生陶瓷协会数据，2022 年我国规模以上（指年主营业务收入在 2,000 万元及以上的企业，下同）建筑陶瓷企业为 1,026 家，对应实现营业收入 3,335.43 亿元、净利润 158.2 亿元。可测算 2022 年我国规模以上建筑陶瓷企业平均营业收入为 3.25 亿元，平均净利润为 0.15 亿元。而发行人 2022 年营业收入、净利润分别为 74.24 亿元、6.12 亿元，分别是规模以上建筑陶瓷企业的 22.84 倍、40.80 倍。

根据《广东统计年鉴 2022》（广东省是全国建筑陶瓷第一大产区），2021 年发行人所属“非金属矿物制品业”（C30）规模以上工业企业总资产、营业收入、利润总额的平均值分别为 1.79 亿元、1.90 亿元、0.13 亿元，可测算发行人同期总资产、营业收入、利润总额分别为行业内规模以上工业企业的 66.81 倍、44.70 倍、50.01 倍。

同时，发行人报告期内营收规模、利润规模、产销规模均高于同行业已上市公司东鹏控股、蒙娜丽莎、帝欧家居。2022 年同行业已上市公司东鹏控股、蒙娜丽莎、帝欧家居平均营业收入为 57.57 亿元，最高营业收入为 69.30 亿元，平均净利润为-5.64 亿元，最高净利润为 1.99 亿元。而发行人 2022 年营业收入为 74.24 亿元，净利润为 6.12 亿元，经营业绩表现明显高于同行业已上市公司。

根据中国建筑卫生陶瓷协会确认，发行人是建筑陶瓷行业综合实力第一梯队企业。2020-2022 年，发行人营业收入、建筑陶瓷产品产量、销量以及市场占有率均位列行业前三。

（2）先进产能配置及新型产品生产引领行业发展

发行人配备有多台西斯特姆 25000T、30000T 压机、德力泰“4.0 能效标杆数智时代”超宽体窑炉生产线，以及 415.8 米双层窑炉生产线（可生产 1,800×3,600mm 的超大规格产品），均为行业标杆性的先进产能配置。在此基础上，发行人持续将自身在陶瓷板材（国家鼓励类产品）等新型产品的研发、应用及规模化生产方面的技术优势转化为产品优势，报告期内陶瓷板材产销规模具有明显竞

争优势。发行人掌握了高强高韧钙镁系坯体配方技术等多项陶瓷板材技术，获评中国建筑卫生陶瓷协会认证的“中国建筑卫生陶瓷行业大板（岩板）研究中心”。

根据中国建筑卫生陶瓷协会确认，发行人陶瓷大板、岩板等高端产品产量居行业第一，在陶瓷大板、岩板等高端产品的设计、研发、生产和销售方面处于行业领先地位，具有行业代表和示范作用。

（3）销售结构整体优于同行

近年来，在下游房地产企业经营风险增加、需求下降的行业背景下，建筑陶瓷企业纷纷降低工程直销规模及占比，转为重视现金流好、经营风险低的零售市场，持续进行经销渠道的深化和拓展，优化销售结构，控制经营风险。

报告期内，发行人经销业务规模、经销业务销售占比均高于同行业可比公司。发行人建立了遍布全国的经销商网络，经销商数量超过 3,000 家，主要经销商均具有较强的资金实力，经营时间长且与发行人合作关系稳定，经销商销售门店及终端数量超过 6,000 家，销售区域涵盖省、市、区、乡镇等各级区域，能够实现在全国市场的快速辐射及深入渗透。发行人在经销业务销售规模、经销商网络覆盖广度上具有竞争优势，销售结构整体优于同行。

单位：万元

公司	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	经销收入	占比	经销收入	占比	经销收入	占比	经销收入	占比
发行人	261,218.09	71.47%	546,752.67	74.16%	617,432.22	73.25%	552,508.58	70.90%
马可波罗	未披露	未披露	459,498.88	53.35%	502,880.93	53.87%	358,698.13	41.83%
东鹏控股	222,772.71	61.40%	410,547.01	59.24%	470,493.90	58.97%	406,552.64	56.79%
蒙娜丽莎	未披露	未披露	360,428.04	57.87%	357,015.94	51.10%	275,273.28	56.60%
帝欧家居	111,426.21	62.77%	219,484.88	53.38%	263,440.12	42.86%	199,878.89	35.46%

在工程直销业务方面，发行人合理控制经营规模及风险，择优选择工程客户，恒大等工程客户已转为先款后货的现金销售模式，其他工程直销客户主要为抗风险能力较强的中海地产、华润置地、越秀集团、欧派家居等大型地产集团及整装家居企业。

（4）技术研发能力突出

发行人旗下拥有 2 个省级企业技术中心、2 个省级工程技术研究开发中心，1 个省级工业设计中心，1 个博士工作站及 1 个博士后科研工作站，现有技术员工 80 余人，国家二级教授 1 人、博士 7 人、研究生 6 人。

截至 2023 年 6 月 30 日，发行人已获得发明专利 139 项，参编各类标准 88 项（含正在编制中 12 项），其中包括 21 项国家标准、6 项行业标准、2 项地方标准等，具有较突出的技术研发实力，并积极参与行业相关工作，推动行业高质量发展。

(5) 市场认可度高，品牌影响力大

发行人自成立以来专注于建筑陶瓷行业，在建筑陶瓷的研发、生产、销售方面获得过众多荣誉。具体情况如下：

序号	奖项	颁发单位	获奖主体	获奖时间
1	2023 年度智能制造示范工厂揭榜单位	国家工信部、国家发改委、国家财政部、国家市场监督管理总局、国务院国资委	新明珠集团股份有限公司	2023
2	国家工业互联网试点示范(5G 全连接工厂试点)	国家工信部	新明珠集团股份有限公司	2023
3	智能制造优秀场景(示范企业)	国家工信部、国家发改委、国家财政部、国家市场监督管理总局	新明珠集团股份有限公司	2022
4	中国工业大奖表彰奖	中国工业经济联合会	新明珠集团股份有限公司	2023
5	绿色工厂	国家工信部	佛山市三水新明珠建陶工业有限公司、新明珠(广东)新材料有限公司、江西新明珠建材有限公司	2018 2019
6	国家知识产权示范企业	国家知识产权局	新明珠集团股份有限公司	2018
7	中国专利优秀奖	国家知识产权局	新明珠集团股份有限公司	2016
8	中国标准创新贡献奖	国家质量监督检验检疫总局	新明珠集团股份有限公司	2016
9	两化融合促进节能减排试点示范企业	国家工信部	新明珠集团股份有限公司	2010
10	广东省制造业单项冠军企业	广东省工业和信息化厅	新明珠集团股份有限公司	2023
11	广东省博士后工作站	广东省人力资源和社会保障厅	新明珠集团股份有限公司	2022
12	省级工业设计中心	广东省工业和信息化厅	新明珠集团股份有限公司	2019
13	省级企业技术中心	广东省经济贸易委员会等	新明珠集团股份有限公司、新明珠(广东)新材料有限公司	2006 2017

序号	奖项	颁发单位	获奖主体	获奖时间
14	省级工程技术研究开发中心	广东省科学技术厅	佛山市三水新明珠建陶工业有限公司、新明珠（广东）新材料有限公司	2014
15	广东省两化融合4个100示范工程标杆企业	广东省经济和信息化委员会	新明珠集团股份有限公司	2012

与此同时，发行人以市场为导向，以产品为核心，塑造了较强的品牌影响力，在市场认可度，品牌知名度、美誉度方面也获得过众多荣誉。具体情况如下：

序号	奖项	颁发单位	获奖品牌	获奖时间
1	家居绿色环保推荐品牌	中国质量认证中心、红星美凯龙	萨米特	2023
2	全国五一劳动奖状	中华全国总工会	新明珠集团	2022
3	中国 500 最具价值品牌	世界品牌实验室	冠珠、萨米特、格莱斯	2022
4	人民日报社品牌强国计划入选品牌	人民日报社	冠珠	2022、2021
5	2022 年度陶瓷十大品牌	中国陶瓷工业协会	冠珠、萨米特	2022
6	2022 年绿色建材下乡推荐品牌	中国建筑材料流通协会	萨米特	2022
7	2022 年度设计师推荐品牌	中国陶瓷网	萨米特	2022
8	2021 年度瓷砖十大品牌	中国陶瓷工业协会	格莱斯	2021

（7）积极引领行业高质量发展

①绿色生产

发行人致力于建设绿色陶瓷企业，产品已通过 ISO14001:2015 环境管理体系认证，是国家工信部评定的“绿色工厂”企业，是全国首批“两化融合促进节能减排试点示范企业”，是首批通过“广东省清洁生产企业”认证的企业，是广东省“两化融合4个100示范标杆企业”，获评中国建筑卫生陶瓷协会认证的“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范基地”。

②智能制造

发行人积极将先进技术与具体生产高效结合，通过生产过程的全面数字化管控，形成工业数据的“采集-处理-应用”闭环，实现“一个屏看全厂”、“一个码控质量”。发行人在 2023 年 2 月入选国家工信部“工业互联网试点示范企业”名单（5G 全连接工厂试点），在 2023 年 3 月获评中国工业经济联合会颁布的“中国工业大奖表彰奖”，并在 2023 年 11 月入选国家工信部等部门联合颁布的“智

能制造示范工厂揭榜单位”名单。

根据中国建筑卫生陶瓷协会确认，发行人在产线的数字化、智能化、绿色化水平方面均处于行业领先地位，具有行业代表和示范作用。

综上，发行人经营规模、盈利能力及市场占有率位居行业领先地位，且销售结构整体优于同行。同时，发行人在先进产能配置、新型产品生产、绿色生产、智能制造方面积极引领行业高质量发展，技术研发能力突出，具有行业代表性。

四、结合现有及在建项目产线产能情况说明发行人是否属于行业负面清单，是否属于禁止、限制类行业，是否符合国家产业政策。

（一）是否属于行业负面清单

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人所属行业为“非金属矿物制品业（C30）—陶瓷制品制造（C307）—建筑陶瓷制品制造（C3071）”。经核查，发行人主营业务不涉及《市场准入负面清单（2022年版）》中的禁止准入类，发行人不属于行业负面清单。

（二）是否属于禁止、限制类行业

根据《产业结构调整指导目录（2019年本）》，与发行人所处建筑陶瓷行业相关的鼓励类、限制类、淘汰类项目规定如下：

类别	具体内容
鼓励类	功能型装饰装修材料及制品，绿色无醛人造板以及路面砖（板）、路面透水砖（板）、广场透水砖（板）、装饰砖（砌块）、仿古砖、护坡生态砖（砌块）、水工生态砖（砌块）等绿色建材产品技术开发与生产应用
	陶瓷集中制粉、陶瓷园区清洁煤制气生产技术开发与应用；单块面积大于1.62平方米（含）的陶瓷板生产线和工艺装备技术开发与应用；利用尾矿、废弃物等生产的轻质发泡陶瓷隔墙板及保温板材生产线和工艺装备技术开发与应用
限制类	150万平方米/年及以下的建筑陶瓷（不包括建筑琉璃制品）生产线
	60万件/年（不含）以下的隧道窑卫生陶瓷生产线
淘汰类	100万平方米/年（不含）以下的建筑陶瓷砖、20万件/年（不含）以下卫生陶瓷生产线
	建筑卫生陶瓷（不包括建筑琉璃制品）土窑、倒焰窑、多孔窑、煤烧明焰隧道窑、隔焰隧道窑、匣钵装卫生陶瓷隧道窑

发行人拥有在行业领先的先进产能配置，报告期内，单条产线年产量均超过200万平方米，不属于限制类或淘汰类范围。因此发行人现有产线不属于限制类或淘汰类项目。

发行人本次募投项目中，新型节能环保板材项目二期技术改造项目、湖北新明珠绿色建材1#产线技改项目为生产项目，通过对现有产线进行技改，在不改变产能及能耗总量情况下，优化产能结构，增加陶瓷板材等新型陶瓷产品产能占比。而陶瓷板材相较传统陶瓷砖尺寸规格跨度更大，且通常单块大于1.62平方米，因此发行人生产类募投项目属于鼓励类项目。

因此，发行人现有产线产能均不属于限制类或淘汰类，且募投项目属于鼓励类，发行人不属于禁止、限制类行业。

（三）是否符合国家产业政策

发行人所处行业为建筑陶瓷行业，是国民经济的重要基础产业，为我国城乡发展及现代化建设提供了重要原材料保障。近年来，国家制订了系列相关政策，加快建筑陶瓷行业转型升级、节能降耗，促进行业健康发展。

经核查，发行人主营业务相关的现行主要产业政策情况如下：

序号	政策名称	颁布部门	颁布时间	相关内容
1	《关于促进建材工业稳增长调结构增效益的指导意见》	国务院	2016年5月	提高陶瓷品质，从政府投资项目和公共建筑入手，推广薄型化的陶瓷砖以及节水、轻量的卫浴洁具等绿色建材产品，促进绿色消费。加强产品设计研发，开发多功能产品、智能家居等用品，提升产品技术含量和艺术性，促进陶瓷产品智能化、多功能化，更好满足个性化消费需求。
2	《建筑材料工业“十三五”科技发展规划》	中国建筑材料联合会	2016年6月	重点开发薄型建筑陶瓷砖（板）生产及应用配套技术，连续球磨工艺技术，新型干法制粉工艺及成套装备技术，节能高效多层辊道式干燥器，新型高效煤气化（自）净化技术装备，陶瓷装饰用喷墨印刷技术装备，激光打印技术装备，新型自动陶瓷砖捡选包装技术，粉料标准化和功能喷墨墨水等。
3	《建材工业发展规划（2016-2020年）》	工信部	2016年9月	发展绿色建筑和装配式建筑，要求建筑材料向绿色化和部品化发展。全面提升工业基础能力，要求建材工业尽快增强先进无机非金属材料、复合材料保障能力。加快发展新兴制造业，要求建材工业适应不断涌现的新技术、新业态、新模式，深化信息技术和建材工业的融合，优化产业结构推广使用薄型化、功能化的陶瓷砖。发展人性化、智能化家居用品。

序号	政策名称	颁布部门	颁布时间	相关内容
4	《建筑节能与绿色建筑发展“十三五”规划》	住建部	2017年2月	实施建筑全产业链绿色供给行动。倡导绿色建筑精细化设计，提高绿色建筑设计水平，促进绿色建筑新技术、新产品应用。到2020年，城镇新建建筑中绿色建材应用比例超过40%；城镇装配式建筑占新建建筑比例超过15%。
5	《产业结构调整指导目录（2019年）》	发改委	2019年10月	将功能型装饰装修材料及制品，绿色无醛人造板以及路面砖（板）、装饰砖（砌块）、仿古砖等绿色建材产品技术开发与应用列为鼓励类。将陶瓷集中制粉、陶瓷园区清洁煤制气生产技术开发与应用、单块面积大于1.62平方米（含）的陶瓷板生产线和工艺装备技术开发与应用、利用尾矿、废弃物等生产的轻质发泡陶瓷隔墙板及保温板材生产线和工艺装备技术开发与应用列为鼓励类。
6	《建材工业智能制造数字转型行动计划（2021-2023年）》	工信部	2020年9月	针对建材细分行业特点，促进行业生产方式的自动化、智能化、无人化变革。其中，陶瓷行业将重点形成原料标准数据、压机控制管理、智能高压注浆、坯体干燥控制、物料无人装卸、窑炉优化控制、产品施釉磨抛、自动检测分选、智能仓储物流等集成系统解决方案。
7	《关于政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升试点工作的通知》	财政部	2020年10月	在政府采购工程中推广可循环利用建材、高强度高耐久建材、绿色部品部件、绿色装饰装修材料、节水节能建材等绿色建材产品，积极应用装配式、智能化等新型建筑工业化建造方式，鼓励建成二星级及以上绿色建筑。
8	《建材行业碳达峰实施方案》	工信部、住建部等四部门	2022年11月	构建高效清洁生产体系，强化建材企业全生命周期绿色管理，大力推行绿色设计，建设绿色工厂，协同控制污染物排放和二氧化碳排放，构建绿色制造体系。构建绿色建材产品体系，将水泥、玻璃、陶瓷、石灰、墙体材料、木竹材等产品碳排放指标纳入绿色建材标准体系，加快推进绿色建材产品认证，扩大绿色建材产品供给，提升绿色建材产品质量，加快绿色建材生产和应用。鼓励各地因地制宜发展绿色建材，培育一批骨干企业，打造一批产业集群，持续开展绿色建材下乡活动，助力美丽乡村建设。

因此，发行人的生产经营符合国家产业政策。

综上，发行人不属于行业负面清单，发行人不属于禁止、限制类行业，且生产经营符合国家产业政策。同时，发行人及主要生产子公司所在地主管单位已出具相关证明，证明发行人及主要生产子公司主营业务不涉及《市场准入负面清单（2022年版）》中的禁止准入类，现有及在建项目不属于《产业结构调整指导目录（2019年本）》中的限制类或淘汰类项目，生产经营符合国家产业政策。

五、请保荐人发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人主要执行了以下核查程序：

1、查阅房地产宏观调控政策，以及国有土地使用权出让收入、房地产企业拿地金额 TOP100、房屋新开工面积、房屋竣工面积、商品房销售面积、商品房销售金额等房地产市场相关数据；

2、查阅我国城镇化率、我国人口数量、人均可支配收入、人均消费支出、房地产开发景气指数等相关数据；

3、查阅同行业可比公司定期披露报告、招股说明书等，统计其营业收入及增长率，并与发行人增长率进行对比分析；

4、统计发行人截至 **2023 年 6 月 30 日** 在手订单，统计发行人报告期内天然气等能源采购价格变化，分析对发行人经营业绩的影响；

5、检索同行业可比公司营业收入、产能与产量、净利润、员工数量、生产基地布局、销售渠道布局等方面数据或信息，与发行人进行对比分析；

6、查阅《市场准入负面清单（2022 年版）》，了解发行人所处行业是否属于行业负面清单；

7、查阅《产业结构调整指导目录（2019 年本）》，了解发行人产品、产线等是否属于禁止、限制类行业；

8、查阅发行人所处行业政策，了解发行人是否符合国家产业政策；

9、获取发行人及主要生产子公司所在地主管单位出具的证明文件。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

1、报告期内发行人营业收入于 **2021 年、2022 年** 呈现先增后降的趋势，于 **2023 年上半年实现同比增长**，与同行业可比公司变动趋势保持一致；建筑陶瓷行业本身市场空间大，且新应用领域不断拓展，未来发展空间可持续，为发行人

经营业绩增长提供了重要保障；

2、报告期内，房地产政策调控、部分房地产客户出现流动性风险或债务危机等，对发行人经营业绩造成一定不利影响，发行人已经对主要房地产客户的信用风险进行了充分评估并单项认定足额计提了减值准备，未来发生进一步大额减值风险的可能性较小，同时发行人已积极采取应对措施以减少不利影响；报告期内发行人经营业绩存在一定波动，但目前已表现出较为良好的复苏势头，2023年上半年天然气采购价格有所下降，有效缓解了发行人的能源成本压力，发行人未来业绩持续或大幅下滑的风险较小；

3、发行人所处的建筑陶瓷行业在技术研发、节能环保、生产规模、渠道品牌等方面具有一定门槛，对新进入企业构成行业壁垒；发行人经营规模、盈利能力及市场占有率位居行业领先地位，且销售结构整体优于同行。同时，发行人在先进产能配置、新型产品生产、绿色生产、智能制造方面积极引领行业高质量发展，技术研发能力突出，具有行业代表性；

4、发行人不属于行业负面清单，发行人不属于禁止、限制类行业，生产经营符合国家产业政策。

2、关于核心技术

申报材料显示，发行人认为，公司具有较突出的技术研发实力，是国家知识产权示范企业，获得多个荣誉奖项。

(1) 发行人目前共有 16 项核心技术，我国建筑陶瓷行业技术水平主要体现在原料制粉工艺提升、瓷砖成型及烧成工艺不断进步、产品应用技术持续升级、生产节能环保水平不断提高。

(2) 报告期各期，发行人研发投入分别为 18,392.13 万元、17,769.62 万元、19,666.12 万元、13,076.31 万元，研发费用率分别为 2.28%、2.27%、2.32%、2.37%。

(3) 发行人累计获得发明专利 90 余项，旗下拥有 3 家高新技术企业，主导或参与制订 70 多项国家、行业及地方标准，是国家知识产权示范企业，获得中国专利优秀奖，广东省专利优秀奖等荣誉。

(4) 发行人致力于建设绿色陶瓷企业，产品已通过 ISO14001：2015 环境管理体系认证，被授予“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范企业”。

请发行人：

(1) 说明报告期内研发投入的具体项目详细构成情况、研发方向和目标及成果产出情况、研发成果对发行人业务的实际作用等，研发投入是否围绕核心技术及相关产品，研发成果转化情况、受益于核心技术成果的产品收入。

(2) 说明建筑陶瓷产品与传统产品的差异，产品实现的功能、应用场景和领域等与同行业可比公司差异，产品如何体现技术实力和创新性。

(3) 说明研发投入、研发人数及履历、在研项目数量及实现目标、专利数量、参与国家和行业标准制定情况，以及主要技术衡量指标与国内外主要竞争对手在相应指标参数的差异，并分析发行人技术水平在国内或国际所处地位，是否具备较强的研发创新能力及具体体现。

(4) 说明参与国家、行业及地方标准制定的具体情况，结合承担的主要工作说明发行人的参与程度，以及涉及发行人技术情况；说明上述有关奖项的获得条件、含金量，获得同类奖项的同行业公司情况。

(5) 说明“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范企业”的认证主体和条件，发行人相关技术性能指标的符合情况，发行人在节能减排方面的具体措施及成效，以及与行业水平的对比情况。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期内研发投入的具体项目详细构成情况、研发方向和目标及成果产出情况、研发成果对发行人业务的实际作用等，研发投入是否围绕核心技术及相关产品，研发成果转化情况、受益于核心技术成果的产品收入。

(一) 说明报告期内研发投入的具体项目详细构成情况、研发方向和目标及成果产出情况、研发成果对发行人业务的实际作用等

报告期内，发行人研发投入金额分别为 17,769.62 万元、19,666.12 万元、17,602.98 万元和 **8,530.23 万元**，占营业收入的比例分别为 2.27%、2.32%、2.37% 和 **2.32%**，整体较为稳定。发行人研发投入主要围绕主营业务开展，具体涵盖新产品开发、新技术研发、新工艺或新装备应用等方面。报告期内，以各期研发投入超过 500 万元作为主要研发项目，占各年研发投入比例超过 50%，具体情况列示如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月主要研发项目			
研发项目	研发方向和目标	成果产出情况	研发投入
采用立式腔体形成通体条状纹理的层叠布料设备研究及其应用	改善粉料下落时冲力导致被冲散混乱的问题，保证粉料的纹理连续自然，且设定不同区域交错，让通体坯体图案整体版面更协调	形成专利 ZL202110763888.4	283.83
微析晶体釉料的关键技术研究及在微光光泽釉面陶瓷砖上的应用	研究具有较为平整细腻、接近肌肤的质感釉面配方，解决釉面瑕疵问题	形成专利 ZL202211491105.2	597.46
高透性低光泽釉料的关键技术研究及在亚光大理石瓷砖系列产品上的应用	实现釉面配方突破，能够让烧成后瓷砖表面具有细腻平整触感，可用于生产高透性低光泽釉面瓷砖	形成专利 ZL202110965587.X	636.62

具有磨砂质感的干粒釉料的研究及在岩板上的应用	具有磨砂质感的干粒釉料的研究及在岩板上的应用	形成专利 ZL202111236193.7	281.36
数码立体微模面陶瓷砖的关键技术研究及在清灵石产品中的应用	研究数码方式取代传统的凹凸压模底坯方式,实现立体微模面效果。采用多机抛光机连线表面精抛处理,实现低感柔和光泽效果,并通过充分抛光及蜡封处理,保证产品防污性能	形成专利 ZL202211147800.7、ZL202211704459.0	255.54
具有凹凸变化微模肌理的陶瓷板材的研制	通过多种工艺创新叠加,在同一面状上实现立体肌理以及光泽、触感变化,解决凹凸纹理板材使用过程中易卡脏难打理及防污差的问题	正在申请专利	665.66
玉质釉面的陶瓷板材的关键技术研究及应用	通过玉质釉层在特定含量的化学成分作用下,实现高端玉石般凝脂质感和厚重视觉,手感柔润细滑,图案发色好、耐磨及防污性能优异	正在申请专利	673.18
具有立体彩色图案和肌理的陶瓷岩板的研究开发	通过添加不同元素料,使干燥及烧成后的板材制品表层具有随机深浅不一的凹凸肌理,结合图形肌理,再叠加喷墨图案层及保护釉层组合,形成视触一体的立体彩色图案和肌理	正在申请专利	416.80
细砂面陶瓷岩板的关键技术研究及应用	解决陶瓷岩板均存在磨砂面细腻度不足、触感不够真实自然的问题,通过模仿细腻砂面触感,配以舒适柔和图案,实现岩板表面具有微凸点状细砂面的细腻触感	正在申请专利	461.04
质感细腻的湿水高防滑的喷墨陶瓷砖研究与开发	通过研究防滑面釉,使防滑陶瓷砖湿水静摩擦系数达 0.8 以上,同时提升产品的耐磨性和耐污性	正在申请专利	453.25
全抛釉瓷砖封闭式自动淋釉工艺技术的研发	采用转盘式淋釉,缩小设备占地面积,同时设置前后两套吹尘和喷水装置,使淋釉更均匀,且产品成型后表面不易产生釉珠、釉缕等缺陷	正在申请专利	306.52
无水釉线全数码喷印工艺的研究	采用喷胶水层后粘附干粒的工艺方式,既能实现无水釉线操作,又能产生表面可抛光的光面效果,再经抛光后可更逼真地还原天然大理石的纹理效果	正在申请专利	263.28
合计			5,294.54
2022 年主要研发项目			
研发项目	研发方向和目标	成果产出情况	研发投入
采用彩色片粒镶嵌装饰纹理的陶瓷岩板的研制	实现动态循环施淋多种色彩的浆料制得多彩瓷质板材	形成专利 ZL202110763888.4	796.99
高耐污耐磨亚光陶瓷砖的关键技术研发及应用	通过研究高耐污耐磨关键技术,提升和解决亚光陶瓷砖耐污耐磨问题	形成利用陶瓷废料制作的高强度高韧性高值臻石釉瓷砖产品及技术	769.47
高落差一体干压成型的厨卫异形板材的研究与开发	克服陶瓷板材的一体干压成型的大面域凹凸的制造局限	形成基于数值装饰技术的大规格通体陶瓷岩板系列产品及技术	742.55

高强度高韧性岩板坯体用组合物的研究及其在产品中的应用	通过对坯体组合物的研究,提高岩板坯体强度和韧性并实现产品应用	形成专利 ZL202011322482.4	725.80
采用特定组分原矿物料制备低成本高白度面釉的关键技术研究及应用	开发出硅酸锆的使用量小,面釉白度高的陶瓷板材	形成高强韧陶瓷板材系列产品及技术	656.55
丝滑柔光面陶瓷岩板免抛技术的研制及应用	解决陶瓷板材制品表面舒适的柔光效果且光泽度能达到 31°-38°	形成无铅坭砂浆料的二次施淋工艺的陶瓷砖产品及技术	653.33
晶亮釉面的陶瓷岩板的关键技术研究及应用	克服传统配方容易出现析晶现象造成釉层哑沉现象,制备得到晶亮釉面陶瓷岩板	形成大规格彩色颗粒通体陶瓷岩板系列产品及技术	651.62
具有肌理造型的选材陶瓷板材的关键技术研究及应用	利用配方创新材料结合陶瓷喷墨机彩色墨水 and 功能墨水进行组合应用	形成通体式含彩色坯体图案纹理的瓷质板材产品及技术	639.06
具有不同热膨胀匹配釉料层的粗糙度为 10~15 μ m 的亲肤质感陶瓷板材的研制	实现陶瓷板材表面光泽度 16~25° 的哑光效果	形成专利 ZL202111236192.2	607.22
采用预设纹理想色区与喷墨工艺匹配的通体陶瓷岩板的研制	解决现有布料设备中粉料下落时由于冲力导致有纹理的粉料被冲散混乱的问题	形成通体纹理效果结合特定喷墨工艺的陶瓷板材系列产品及技术	588.43
星光干粒及具有星光效果的釉面陶瓷砖的制备方法研究及应用	研究具有星光效果的釉面工艺技术,解决星光干粒釉面陶瓷砖制备方法及应用问题	形成专利 ZL202210785238.4	582.74
釉面光泽度可控陶瓷砖的研究	目标是促进瓷砖色彩呈色效果,开发生产出光泽度可控的陶瓷砖	形成专利 ZL202210810124.0	534.76
超耐磨大理石瓷砖配方及生产工艺的研究	目标是实现四混六色干法混色工艺,生产出具有天然大理石质感的瓷砖	形成专利 ZL201911391853.1	529.60
耐酸碱的全抛釉瓷砖的研发	目标是研究出耐污染性强,耐腐蚀性强的耐酸碱的全抛釉瓷砖	形成专利 ZL202210972329.9	522.62
应用通体线纹仿形技术的流状纹理陶瓷岩板的研制	解决现有陶瓷板材仿天然石材的单一或混合形态原料坯体本身图案生硬、呆板、不自然现象	形成通体式含彩色坯体图案纹理的瓷质板材产品及技术	505.45
砂金釉陶瓷砖的关键技术研究及在陶瓷岩板产品中的应用	研究砂金釉陶瓷砖关键技术,解决其在陶瓷岩板产品中的应用	形成专利 ZL202210732324.9	501.99
合计			10,008.18
2021 年主要研发项目			
研发项目	研发方向和目标	成果产出情况	研发投入
细腻低光泽陶瓷板材产品的关键技术研究	目标是研制出呈现细腻低光泽的耐磨高硬度效果的陶瓷板材	形成高强韧陶瓷板材系列产品及技术	1,167.74
通体坯体纹理瓷质板材的布料装置及其制造方法的研究	研制出一种布料装置,能够形成具有自然流动效果的通体坯体纹理瓷质板材	形成专利 ZL202021381983.5,通体纹理效果结合特定喷墨工艺的陶瓷板材系列产品及技术	971.38
陶瓷多维光变技术及在金丝釉瓷砖上的应用	目标是研发出表面有釉光感变换效果的陶瓷釉面砖产品	形成专利 ZL202110955501.5、ZL202110888914.6,应用陶瓷多维光变技术的金丝釉瓷砖产品及技术	800.67
高强高耐磨浆料用于抛光陶瓷系列的研制	目标是将研发的配方应用于生产出清晰细腻彩色纹理的陶瓷抛光制品	形成专利 ZL202210795323.9	770.03

全抛釉瓷砖低温烧结控温系统的研究	研发出使用寿命长、维修简单、适用各种高温环境的烧结控温系统	形成专利 ZL202010366521.4	766.98
轻量化陶瓷幕墙板材的研制及应用	目标是通过配方设计和烧成制度设计获得满足标准的轻质高强度陶瓷	形成高强韧陶瓷板材系列产品及技术	755.11
防静电陶瓷砖及制备方法的研究	研究使陶瓷砖电阻率符合防静电要求的配方及制造工艺	形成专利 ZL202210972329.9	724.63
一种数码控制制作通体陶瓷板材的研制及应用	生产能采用数码控制制作的筒体陶瓷板材,提高生产效率和经济效益	形成专利 ZL202121890873.6	717.09
具有非光滑微表面结构的耐磨瓷砖的研发	目标是研发出防滑的具有非光滑为表面结构的耐磨瓷砖	形成专利 ZL202010868361.3	704.33
湿法干粒和立体纹理逼真关键技术及在莹光瓷砖上的应用	目标是研制出满足相关标准性能的荧光瓷砖配方及制备工艺	形成免蜡水封膜处理的环保型莹光釉护眼陶瓷砖产品及技术	688.29
亚光干粒釉面的关键技术及在时光印记瓷砖上的应用	目标是研制出表面质感细腻温润、具有类似大理石冲刷后质感的瓷砖产品	形成专利 ZL202210709861.1,运用圆珠亚光干粒制作的高耐污耐磨高韧性的时光印记瓷砖产品及技术	677.79
大规格彩色瓷面陶瓷岩板的研制	研制出具有彩色浆料与喷墨效果结合的大规格彩色瓷面陶瓷岩板	大规格彩色颗粒通体陶瓷岩板系列产品及技术	676.56
具有磨砂面效果的1500*750*10mm规格的瓷质砖的研究及应用	研制出防污性强、耐磨度高、防滑性好的具有磨砂面效果的瓷质砖	形成专利 ZL202010545223.1,高硬度高耐磨度干粒釉工艺低光岩板系列产品及技术	675.80
亚光釉面的关键技术及在臻石砖上的应用	目标是研制出具有平整细腻质感和清晰图案的臻石砖产品	形成专利 202210795323.9,运用圆珠亚光干粒制作的高耐污耐磨高韧性的时光印记瓷砖产品及技术	627.01
高耐磨大理石瓷砖的表面处理技术的研究	目标是研制出耐磨性、防腐性、防滑性都较大提升的瓷砖产品	形成专利 ZL201911391853.1	603.88
通体纹理效果结合特定喷墨工艺的陶瓷板材的研制及应用	目标是研制出质感、图案布局自然逼真以及色系丰富的陶瓷板材产品	形成专利 ZL202011079021.9,高硬度高耐磨度干粒釉工艺低光岩板系列产品及技术	598.30
高强韧大板关键技术的深入研究及应用	通过对坯体配方的研究,目标是开发出具有高强韧度的大板	形成专利 ZL202010519875.8、ZL202021050917.X,高强韧陶瓷板材系列产品及技术	594.35
丝网类石纹线大理石瓷砖的研发	研制出表面凹陷纹理线条粗细可调整的丝网类纹理大理石瓷砖	形成专利 ZL202010869846.4	564.03
大理石瓷砖的防滑处理技术的研究	目标是研制出表面效果可控且可以实现持久防滑的大理石瓷砖	形成专 ZL202010368214.X	559.61
一种具有闪光效果的陶瓷板材的研制	目标是生产出闪光效果丰富、立体感强的陶瓷板材产品	形成专利 ZL202120347343.0,大规格彩色颗粒通体陶瓷岩板系列产品及技术	546.33
基于数值装饰技术的大规格通体陶瓷板材岩板的研制及应用	研制出兼具石材通体、表面效果自然及高理化性能的陶瓷岩板产品	形成,可控式随机片粒元素及多元化色彩的通体式瓷质板材产品及技术	503.84
合计			14,693.75
2020 年主要研发项目			
研发项目	研发方向和目标	成果产出情况	研发投入
白度超过 65°的坯体粉料的研制及其在陶瓷大板中的应用	通过配方优化,目标是在保证产品性能的同时,提高胚砖的白度	形成专利 ZL202021747110.1	886.94
仿天然砂岩的通体陶瓷大板的研发	目标是提高陶瓷大板的美观度,实现仿天然砂工艺效果	形成喷墨通体透明隔离釉工艺仿古瓷质砖系列产品及技术	879.39

多色彩多粒径粉料通体瓷质岩板的研发	目标是提高瓷质岩板的美观度及装饰效果，简化生产工序	形成专利 ZL201910064293.2，大规格彩色颗粒通体陶瓷岩板系列产品及技术	846.42
高平滑性环保节能亚光透明釉瓷片的研制	目标是提高瓷片的透明度，提高釉强度与热稳定性	形成高耐磨防滑抗污数字喷墨仿古砖系列产品及技术	790.54
高清全数码喷墨 3D 釉面的施釉工艺方法研究及应用	目标是使瓷砖图案更接近原材的真实立体纹理，同时实现工艺流程的简化	形成专利 ZL202021135091.7，应用先进免抛技术及独创精雕釉料的耐磨损绸光真石系列产品及技术	783.24
基于光催化功能的生态瓷砖关键技术与产业化	目标是使瓷砖持续高效降解空气中的甲醛，推动家居大健康领域的发展	形成专利 ZL201911362107.X	742.40
具有耐酸碱耐冻融性的抗菌外墙砖的研制	目标是使瓷砖有更强的防污染功能	形成抗菌去醛生态环保外墙砖系列产品及技术	723.05
采用止滑釉防滑技术的微晶体防滑瓷砖的研制	目标是提高瓷砖的防滑功能，同时保证瓷砖的表面柔和质感	形成专利 ZL202010368214.X、ZL202020708492.0，高耐磨防滑抗污数字喷墨仿古砖系列产品及技术	710.45
一种高硬度耐磨低光岩板的研制	目标是制得表面具有更好低光效果舒适性及耐磨度高的岩板	形成专利 ZL202110422774.3	685.01
应用连续布干粒方法的高立体纹理效果的瓷质砖的研制	使石材纹理更接近天然石材，同时解决生产过程扬尘大的问题	形成专利 ZL202021140544.5，高耐磨防滑抗污数字喷墨仿古砖系列产品及技术	679.65
微光大理石抛光瓷片的制造方法研究及应用	目标是使微光大理石抛光瓷片，得到类似天然大理石的纹理	形成专利 ZL202010799728.0，全数码立体喷釉内墙砖系列产品及技术	647.76
新型低成本高强度园林砖的研发	提高产品承压抗折强度的同时，降低制作耗能及原材料消耗	形成专利 ZL202010670443.7	573.95
陶瓷板材的内部应力和开介破损率关系的研究及应用	目标是为大规格岩板的加工性提供可靠的评价方法及标准	形成专利 ZL 202111236194.1	569.51
节能环保陶瓷喷墨抛光砖的生产工艺的研究	通过清洁生产工艺的研究，减少生产过程中污染和原材料消耗	形成专利 ZL201811299146.5	564.32
采用抛光废渣原料制作环保型瓷质砖的关键技术研究	利用抛光废渣原材料制作成环保型轻质高强陶瓷板，变废为宝	形成高强韧陶瓷板材系列产品及技术	564.23
缎光釉通体大理石瓷砖的生产工艺的研究	提高缎光釉通体大理石瓷砖的色彩丰富度、表面手感柔滑度	形成专利 ZL202010869801.7	548.13
超薄淋浆施釉工艺的研究	通过超薄淋浆施釉工艺，提高产品图案精细度及产品耐磨性	形成专利 ZL202121533417.6	545.33
高仿真通体全抛釉大理石瓷砖生产工艺的研究	解决全抛釉大理石瓷砖深加工后胚体和釉面反差大、不协调的问题	形成专利 ZL202010869801.7	540.43
采用预制模具干压成型的瓷质板材的研发	实现干挂方式的安全的开槽打孔，最大程度减少板材负荷	形成专利 ZL 202020591532.8，基于数值装饰技术的大规格通体陶瓷岩板系列产品及技术	539.28
瓷质板材凹凸模具效果纹理新工艺的研究及开发	用数码工艺代替传统实物模具，使模具效果更立体逼真有触感	形成专利 ZL202021380178.0，彩色瓷面板 1.0 系列陶瓷岩板系列产品及技术	530.17
合计			13,350.20

注：2023 年 1-6 月按照研发投入超过 250 万元作为主要研发项目。

综上，发行人研发项目方向紧密结合最新市场需求及行业发展趋势，以及生产过程发现的问题或难点，通过专题、专项研究的形式进行攻克，内容涵盖坯体

配方优化、特定功能强化、表面工艺提升、生产设备研发、环保技术应用等各个方面。研发成果均有对应专利或产品，研发成果对发行人业务的实际作用主要在于形成新技术或新产品，并从而提升生产效率或推动产品销售。

（二）研发投入是否围绕核心技术及相关产品，研发成果转化情况、受益于核心技术成果的产品收入

为规范研发项目管理、促进研发成果转化，发行人制定了完备的研发工作流程，包括立项申请、项目评审、项目验收、成果转化等主要环节。研发部或研究院结合最新市场需求及行业发展趋势，发起立项申请，由科学技术委员会充分评估项目必要性及可行性后正式立项，之后在各环节均有阶段性评审，从而实现全过程管控。

在此情况下，发行人研发项目从立项到完成过程中，均经过严格评审和充分评估，确保研发投入紧密围绕发行人核心技术及主营业务产品，且研发成果均有对应专利或产品，形成的专利技术普遍应用于发行人主营业务产品及其生产过程中，产生的新产品也都实现在量产后转化为收入。报告期内，发行人新获授权发明专利达 **84** 项，实用新型及外观设计专利达 **142** 项，占现有专利数量比例超过 **50%**。与此同时，发行人每年推出的新产品产生收入占当年营业收入比例接近 **20%**，持续推动发行人产品更新迭代。

因此，发行人全部主营业务产品均持续受益于发行人研发投入和形成的研发成果，受益于核心技术成果的产品收入即为发行人全部主营业务收入，报告期内分别为 779,252.74 万元、842,928.80 万元、737,256.25 万元和 **365,468.23 万元**，占发行人营业收入的比例分别为 99.46%、99.25%、99.30% 和 **99.59%**。

二、说明建筑陶瓷产品与传统产品的差异，产品实现的功能、应用场景和领域等与同行业可比公司差异，产品如何体现技术实力和创新性。

（一）说明建筑陶瓷产品与传统产品的差异

中国是陶瓷发源地，建筑陶瓷是我国优势产业。中国是世界上最大的陶瓷砖生产国、消费国及出口国。陶瓷砖因其外观精致、图案多样，同时具有防水、抗污、耐磨、耐腐蚀等特点，具有极其广泛的应用领域。

相较而言，传统装饰材料大理石、石英石等通常外观单调朴素，抗污耐磨等性能较差。而建筑陶瓷产品通过在坯体施釉，可以展现出绚烂多彩、千变万化的花色、光泽和纹理，产品更加多样化，受到个人消费者的广泛喜爱。同时随着干粒、数码釉等新型坯料、釉料的成功开发，以及 3D 数码喷印、大规格成型等技术的广泛使用，建筑陶瓷产品在性能提升、规格多样的同时设计更加新颖、装饰效果更加丰富。

近年来，以陶瓷板材为代表的新型产品，更是全方位提升了建筑陶瓷产品的物理性能，并迅速拓展了下游应用领域。陶瓷板材具有高强度、抗冲击、耐磨、耐高温、抗污渗等特性，莫氏硬度达到 6 级，可经过挖孔、开槽、切割、磨边、倒角而不出现破损，部分产品还可实现回弹和弯曲，且通过 A1 级防火标准，表面可直接与食物接触，因此具备尺寸规格跨度大、定制加工属性好等诸多优点，能够适用于多元应用场景，加上丰富的花色、光泽和纹理，有望成为传统装饰材料的替代者。

陶瓷板材与陶瓷砖，以及大理石、石英石等传统装饰材料对比情况如下：

项目	陶瓷板材	陶瓷砖	大理石等天然石材	石英石等人造石
生产工艺	主要原料为高岭土、石英砂、硅灰石、透闪石等，压机超 3 万吨，烧制温度在 1200℃ 以上	主要原料为高岭土、石英砂、长石等，压机在 1 万吨以下，烧制温度在 1150℃ 以上	自然形成，人工开采，经切割、抛光等工序后制成	石粉与树脂等胶粘剂混合后加压成型，经 85~250℃ 左右温度烘干而成
尺寸规格	面积在 900x1800mm ~1800x3600mm；厚度在 3~25mm；	面积在 900x1800mm 以下；厚度在 9~25mm；	板材或荒料裁切各种尺寸规格；	常见大小如 1550x3050mm、2440x1450mm，厚度在 12~20mm 或更厚；
功能特性	高硬度； 高耐磨； 高抗污； 耐高温； 加工性良好； 纹理花色丰富；	硬度较好； 耐磨较好； 耐污较好； 耐高温较好； 加工性较好； 纹理花色丰富；	硬度较好； 耐磨性一般； 耐高温较好； 耐污性一般，需打蜡防护； 纹理天然，加工性良好；	硬度较好； 耐磨性较好； 耐污性一般； 耐高温一般； 加工性好； 纹理花色较单一；
应用场景	建筑内外墙面（含建筑幕墙）、地面，以及各种桌面、台面、柜面等	建筑墙面、地面等	建筑墙面、地面、台面，以及柱、碑等	室内使用，厨房台面，浴室台面、茶几台面、吧台、窗台、餐桌面等

（二）产品实现的功能、应用场景和领域等与同行业可比公司差异

发行人与同行业可比公司在产品类别、实现的功能、应用场景和领域等方面差异对比如下：

公司名称	产品类别	产品功能	产品应用场景和领域
发行人	主要包括陶瓷砖、陶瓷板材两类，2022年销售占比分别为73.14%、26.71%	硬度好，可加工，花纹丰富，兼具耐磨、耐污、耐高温特点	广泛应用于多元建筑空间的装饰装修，陶瓷板材还可应用于台面、桌面、柜面等定制家居领域
马可波罗	主要包括有釉砖、无釉砖两类，2022年销售占比分别为96.30%、3.70%		广泛应用于家居空间和公共空间的墙、地面装饰，建筑外墙干挂，以及厨房操作台台面、橱柜及衣柜门、餐桌茶几等
蒙娜丽莎	主要包括陶瓷砖、陶瓷板及薄型陶瓷砖两类，2022年销售占比分别为86.33%、11.85%		应用范围包括家居装修、大型市政建设、商业空间等，以及地面、墙面、背景墙、瓷艺画、岩板家具
东鹏控股	主要包括瓷砖和洁具两类，2022年销售占比分别为83.20%、13.56%	瓷砖同上，洁具具有防臭、抑菌、节水、节能特点	广泛应用于住宅装饰装修、公共建筑装饰和包括建筑幕墙工程、户外和室内陶瓷艺术壁画等在内的新应用领域
帝欧家居	主要包括陶瓷墙地砖、卫浴产品、亚克力板三类，2022年销售占比分别为79.48%、16.85%、3.09%	陶瓷墙地砖、卫浴产品同上，亚克力板具有耐候性、轻质化特点	瓷砖产品可满足客厅、餐厅、厨房等各类空间的装修用砖需求，卫浴产品提供卫浴空间整体解决方案，亚克力板则用于生产亚克力洁具

注1：数据来源于同行业可比公司招股说明书、定期披露报告；

注2：蒙娜丽莎陶瓷砖又包括瓷质有釉砖、瓷质无釉砖、非瓷质有釉砖。

发行人主要产品包括陶瓷砖和陶瓷板材，产品类别与同行业可比公司马可波罗、蒙娜丽莎较为接近，均属于建筑陶瓷领域。而同行业可比公司东鹏控股、帝欧家居产品类别除建筑陶瓷外，还包括卫浴产品及亚克力板，涉及卫生陶瓷和有机玻璃等其他领域。针对建筑陶瓷产品，发行人与同行业可比公司在产品实现的功能、应用场景和领域等方面并无显著差异。

（三）产品如何体现技术实力和创新性

发行人是国内最大的建筑陶瓷专业制造商之一，打造了丰富的产品系列矩阵，产品尺寸从45×45mm的超小规格至1,800×3,600mm的超大规格均有覆盖，厚度跨越3.5mm至25mm。发行人尤其在陶瓷板材的研发、应用及规模化生产

方面形成一定先发优势。陶瓷板材突破了陶瓷砖的传统应用领域，为国内建筑陶瓷行业创新发展开辟了新的市场空间。

发行人掌握了高强高韧钙镁系坯体配方技术等多项陶瓷板材技术，生产出的产品具有高强、高硬、高致密特点，可进行多次切割、开槽和打孔，解决了产品加工过程中的开裂问题。在此情况下，发行人率先开发并生产出 1,600mm×3,200mm、厚度为 3.5mm 的大规格陶瓷板材，积极引领行业发展新趋势，在 2018 年经中国建筑卫生陶瓷协议认证设立“中国建筑卫生陶瓷行业大板（岩板）研究中心”。

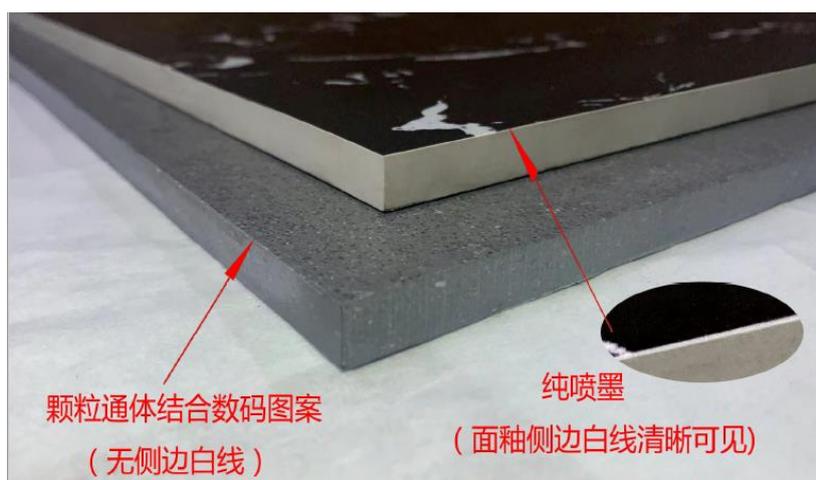
相较传统陶瓷砖，陶瓷板材规格更大、厚度更薄，相应需要更强的技术实力和配备更先进的生产装备。发行人进行了多年的研发积累，并配备有西斯特姆 25000T 压机 2 台、30000T 以上压机 4 台，并拥有德力泰“4.0 能效标杆数智时代”超宽体窑炉生产线，以及全球最长的 415.8 米双层窑炉生产线，可生产 1,800×3,600mm 的超大规格产品，形成先进产能配置。

以发行人代表产品“魔术师系列”板材为例，不同于传统喷墨釉面板材，该产品属于大规格全通体板材。产品采用公司自研的钾钠系坯体配方，并创造性地运用薄片成型造粒、多孔径滚笼筛，使产品真正实现完全通体，从任何角度看都浑然一体。且包含的颗粒图案随机呈现点、线、面等多种分布形态，更接近真实石材，同时装饰效果也更加逼真自然。

图 1、魔术师系列板材

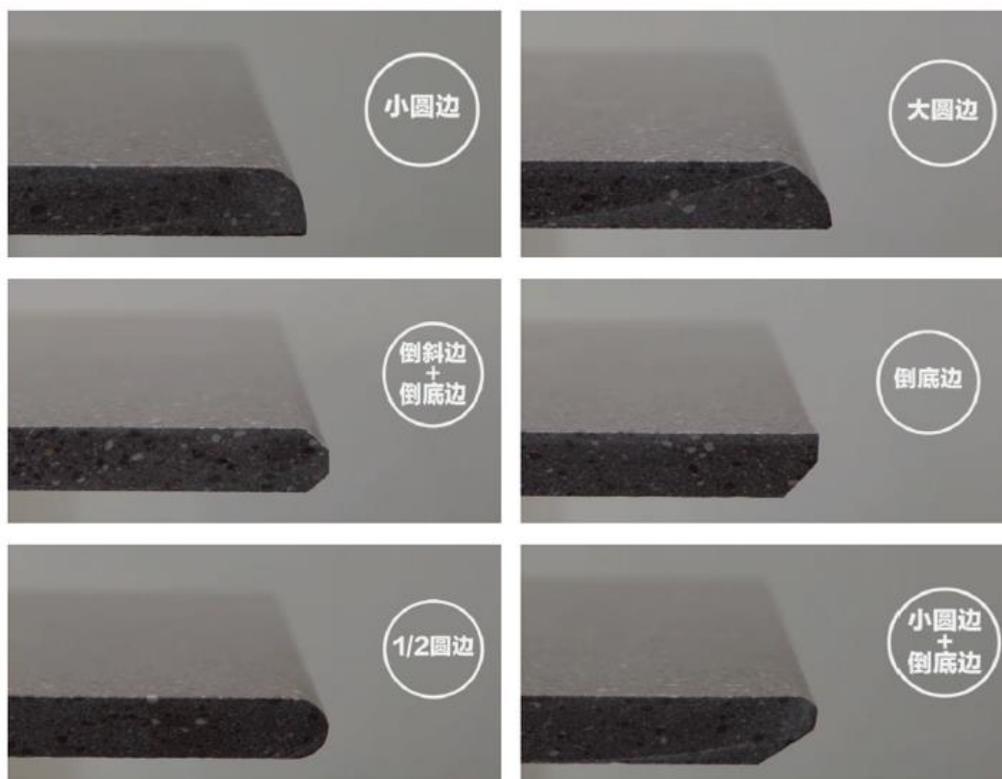


图 2、普通板材与魔术师系列板材



发行人“魔术师系列”板材，得益于其颗粒通体技术，不像普通喷墨釉面板材会产生侧边白线，同时解决了普通板材釉面不耐踩磨的问题，可任意磨边及开槽加工应用，加工方式最多可达 15 种，加工性能突出，可广泛应用于机场、高铁站、商场等人流量大的公共场所以及各式定制家居产品。发行人该系列产品已获得发明专利（专利号：ZL201910064293.2）。

图 3、魔术师系列板材主要加工方式



发行人积极引领行业发展趋势，持续优化产品结构，将自身在陶瓷板材的研

发、应用及规模化生产方面的优势转化为产品优势，陆续推出多种应用场景下的多种规格陶瓷板材产品，并建立了岩板精工交付服务平台“明珠科筑”，提供专业覆盖从门店到家的运输、加工、铺贴、安装一站式服务，推动陶瓷板材新产品应用和普及。

报告期内，发行人陶瓷板材销售收入分别为 62,044.28 万元、149,680.14 万元、196,930.63 万元和 **102,655.66 万元**，销售占比分别达 7.96%、17.76%、26.71% 和 **28.09%**，实现较快速度增长，体现了技术实力和创新性。

三、说明研发投入、研发人数及履历、在研项目数量及实现目标、专利数量、参与国家和行业标准制定情况，以及主要技术衡量指标与国内外主要竞争对手在相应指标参数的差异，并分析发行人技术水平在国内或国际所处地位，是否具备较强的研发创新能力及具体体现。

（一）说明研发投入、研发人数及履历、在研项目数量及实现目标

报告期内，发行人研发投入金额分别为 17,769.62 万元、19,666.12 万元、17,602.98 万元和 **8,530.23 万元**，占营业收入比例分别为 2.27%、2.32%、2.37% 和 **2.32%**，呈增长趋势。报告期内，发行人与同行业可比公司在研发投入方面对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
发行人	8,530.23	17,602.98	19,666.12	17,769.62
马可波罗	未披露	29,810.40	32,262.27	31,467.81
东鹏控股	8,128.65	18,625.18	19,634.92	17,408.73
蒙娜丽莎	9,917.39	23,498.53	26,532.76	18,582.40
帝欧家居	6,692.76	22,978.80	25,077.18	24,552.99

注：同行业可比公司数据来源于招股说明书、定期披露报告。

报告期内，发行人研发人员数量平均为 659 人、660 人、649 人和 **652 人**，其中核心技术人员 7 名，履历详见招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（四）其他核心人员”相关内容。

截至 **2023 年 6 月 30 日**，发行人共有 **28** 个在研项目，具体情况详见招股说

说明书之“第五节 业务和技术”之“六、发行人技术及研发情况”之“（四）在研项目”相关内容，发行人在研项目类型涉及新产品、新工艺、新技术、新设备、新配方等方面，主要目标在于开发出更符合市场需求或消费者喜好的新产品，或者研发出能够提高生产效率、降低生产成本的新技术、新工艺、新设备、新配方，从而提升发行人产品市场竞争力，强化发行人核心竞争力。

（二）专利数量、参与国家和行业标准制定情况

发行人具有较突出的技术研发实力。截至**2023年6月30日**，发行人已获得**360**项专利，其中发明专利**139**项。报告期内各期末，发行人与同行业可比公司在专利数量方面对比情况如下：

单位：项

公司名称	项目	2023年6月末	2022年末	2021年末	2020年末
发行人	专利总数	360	328	262	242
	发明专利数量	139	113	71	60
马可波罗	专利总数	未披露	685	未披露	未披露
	发明专利数量	未披露	124	未披露	未披露
东鹏控股	专利总数	1,527	1,485	1,502	1,434
	发明专利数量	335	309	286	226
蒙娜丽莎	专利总数	1,139	1,097	1,038	909
	发明专利数量	270	245	180	128
帝欧家居	专利总数	503	570	336	207
	发明专利数量	153	121	76	46

注1：同行业可比公司数据来源于招股说明书、定期披露报告；

注2：东鹏控股2020年末、2021年末专利总数、发明专利数量分别为其截至2021年4月、2022年4月数据。

截至**2023年6月30日**，发行人共参编各类标准**88**项（含正在编制中**12**项），其中国家标准**21**项、行业标准**6**项、地方标准**2**项、团体标准**55**项、企业标准**4**项，标准内容涉及陶瓷产品、绿色生产、陶瓷原料、性能评价及应用规程等方面。

（三）主要技术衡量指标与国内外主要竞争对手在相应指标参数的差异

发行人产品包括陶瓷砖和陶瓷板材，产品性能衡量指标包括吸水率、耐磨性、

耐污染性、平整度、光泽度、摩擦系数、放射性等。其中吸水率越低则孔隙越少，致密性越高，物理性能往往也更佳。耐磨性越优、耐污染性越高则越不易被磨损和污染。平整度、光泽度越高则外观越平整和有光泽。而摩擦系数代表产品的防滑性，放射性代表产品的辐射水平。

经查阅同行业可比公司公开资料，可比公司未披露具体产品相关性能指标数据，较难进行直接比较。因而此处通过将发行人主要产品内控标准，与国内标准、国际标准进行对比，以此分析发行人主要产品的技术指标，以及与国内外竞争对手的差异，具体情况如下：

1、瓷质无釉砖

序号	相关指标	发行人内控标准	国内标准	国际标准
1	吸水率（%）	≤0.1%	≤0.5%	≤0.5%
2	耐磨性（mm ³ ）	≤130	≤175	≤175
3	耐污染性	≥4级	经耐污染试验后 报告耐污染级别	经耐污染试验后 报告耐污染级别
4	平整度	≤0.55mm	≤2.0mm	≤2mm
5	光泽度	≥85 ⁰	≥55 ⁰	无
6	摩擦系数	≥0.5	≥0.5	无
7	放射性	内照射指数≤0.9； 外照射指数≤1.2	内照射指数<1.0； 外照射指数<1.3	无

2、瓷质有釉砖

序号	相关指标	发行人内控标准	国内标准	国际标准
1	吸水率（%）	≤0.3%	≤0.5%	≤0.5%
2	耐磨性	≥3级（1500转）	报告耐磨性 级别和转数	报告耐磨性 级别和转数
3	耐污染性	5级（最高级）	≥3级	≥3级
4	平整度	≤0.8mm	≤2.0mm	≤2mm
5	摩擦系数	≥0.5	≥0.5	无
6	放射性	内照射指数≤0.9； 外照射指数≤1.2	内照射指数≤1.0； 外照射指数≤1.3	无

3、非瓷质有釉砖

序号	相关指标	发行人内控标准	国内标准	国际标准
1	吸水率 (%)	10% < 平均值 ≤ 17.5% 单个值 ≥ 9.5%	平均值 > 10%; 单个值 > 9%	平均值 > 10%; 单个值 > 9%
2	耐污染性	≥ 5级 (最高级)	≥ 3级	≥ 3级
3	破坏强度 (N)	≥ 900N	≥ 600N	≥ 600N
4	断裂模数 (mpa)	平均值 ≥ 22 mpa; 单个值 ≥ 18 mpa	平均值 ≥ 15 mpa; 单个值 ≥ 12 mpa	平均值 ≥ 15 mpa; 单个值 ≥ 12 mpa
5	抗热震性	经试样, 在 20℃ 水温和 170℃ 烘箱温度间的 3 次循环来测定整砖的抗热震性	经试样, 在 15℃ 水温和 145℃ 烘箱温度间的 10 次循环来测定整砖的抗热震性	经试样, 在 15℃ 水温和 145℃ 烘箱温度间的 10 次循环来测定整砖的抗热震性

4、陶瓷板材 (厚度 ≤ 6mm)

序号	相关指标	发行人内控标准	国内标准	国际标准
1	吸水率 (%)	≤ 0.1%	≤ 0.5%	≤ 0.5%
2	耐磨性 (mm ³)	无釉 ≤ 130mm ³ ; 有釉 1500 转 3 级	无釉 ≤ 150mm ³ ; 有釉 750 转 3 级	无釉 ≤ 175mm ³ ; 有釉 报告结果
3	弹性限度	≥ 12mm	≥ 12mm	无
4	摩擦系数	≥ 0.5	≥ 0.5	无
5	放射性	内照射指数 ≤ 0.9; 外照射指数 ≤ 1.2	内照射指数 < 1.0; 外照射指数 < 1.3	无

5、陶瓷板材 (厚度 > 6mm)

序号	相关指标	发行人内控标准	国内标准	国际标准
1	吸水率 (%)	≤ 0.1%	≤ 0.5%	≤ 0.5%
2	耐磨性 (mm ³)	无釉 ≤ 130mm ³ ; 有釉 1500 转 3 级	无釉 ≤ 150mm ³ ; 有釉 报告结果	无釉 ≤ 175mm ³ ; 有釉 报告结果
3	平整度	≤ 1.1mm	≤ 2.0mm	≤ 2.0mm
4	放射性水平	内照射指数 ≤ 0.9; 外照射指数 ≤ 1.2	内照射指数 < 1.0; 外照射指数 < 1.3	无
5	摩擦系数	≥ 0.5	≥ 0.5	无

由上可见, 发行人主要产品在各项性能指标方面表现出色, 尤其产品吸水率表现突出, 无论是陶瓷砖还是陶瓷板材, 都优于国内及国际标准。同时得益于发行人有效的质量控制体系, 产品平整度、光泽度也有较好表现, 使产品平整美观的同时, 花色纹理更加绚丽多彩, 是产品的重要竞争力。

（四）分析发行人技术水平在国内或国际所处地位，是否具备较强的研发创新能力及具体体现

1、发行人技术水平在国内或国际所处地位

中国是陶瓷发源地，陶瓷技术源远流长、底蕴深厚。中国是全球最大的陶瓷生产国、消费国、出口国，我国建筑陶瓷头部企业往往也代表着中国及全球建筑陶瓷的先进产能及技术，尤其在产品多样化、产品性能、产品应用技术、生产效率及成本控制水平等方面具有优势，而意大利、西班牙等少数国家的建筑陶瓷产品则在艺术性方面具有优势。

发行人是国内规模最大的建筑陶瓷专业制造商之一，发行人的技术水平在国内或国际具备领先性。主要表现在绿色生产技术，智能制造技术，先进产能规模及占比几个方面，具体情况如下：

（1）绿色生产

发行人在绿色生产方面技术水平具备领先性。发行人是国家工信部评定的“绿色工厂”企业，产品通过 ISO14001:2015 环境管理体系认证，是全国首批“两化融合促进节能减排试点示范企业”，是首批通过“广东省清洁生产企业”认证的企业，是广东省“两化融合 4 个 100 示范标杆企业”，曾获评中国建筑卫生陶瓷协会认证的“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范基地”。

（2）智能制造

发行人在智能制造方面技术水平具备领先性。发行人通过生产过程的全面数字化管控，形成工业数据的“采集-处理-应用”闭环，实现“一个屏看全厂”、“一个码控质量”。发行人在 2023 年 2 月入选国家工信部“工业互联网试点示范企业”名单（5G 全连接工厂试点），同时“智能仓储”、“市场快速分析预测”、“智能在线检测”三大场景入选国家级智能制造试点示范优秀场景，在 2023 年 3 月获评中国工业经济联合会颁布的“中国工业大奖表彰奖”，并在 2023 年 11 月入选国家工信部等部门联合颁布的“智能制造示范工厂揭榜单位”名单。

（3）先进产能规模及占比

发行人配有多台西斯特姆 25000T、30000T 压机，拥有德力泰“4.0 能效标杆数智时代”超宽体窑炉生产线，415.8 米双层窑炉生产线（可生产 1,800×3,600mm 的超大规格产品），均为行业标杆性的先进产能配置。在此基础上，发行人持续将自身在陶瓷板材（国家鼓励类产品）的研发、应用及规模化生产方面的技术优势转化为产品优势，报告期内陶瓷板材产销规模处于行业领先地位。

2、具备较强的研发创新能力及具体体现

发行人设有研发中心，统筹产品设计及科技创新，并由产品研发部负责产品和生产相关工艺及技术研发，下设各个具体执行小组包括工艺组、坯釉材料组、设计组、坯体布料开发组、节能创新技改组等，同时还建立了当代陶瓷研究院，主要专注于前沿技术探索。发行人形成“研发部+研究院”双轮驱动的研发体系，将实践与理论相结合，不断提升技术水平。

发行人积极为研发创造有利条件，拥有 1 个 CNAS 实验室——新明珠绿色建材检测中心，还设有新产品试制实验室、产业化关键技术研发生产线、功能产品研发实验室、新材料研究室、原材料检验室等系列实验室，并引入美国、英国、德国先进的检测和分析设备，如综合热分析仪、热膨胀系数仪、激光粒度仪、扫描电子显微镜等，为涉及的数据检测和分析提供充分支持。

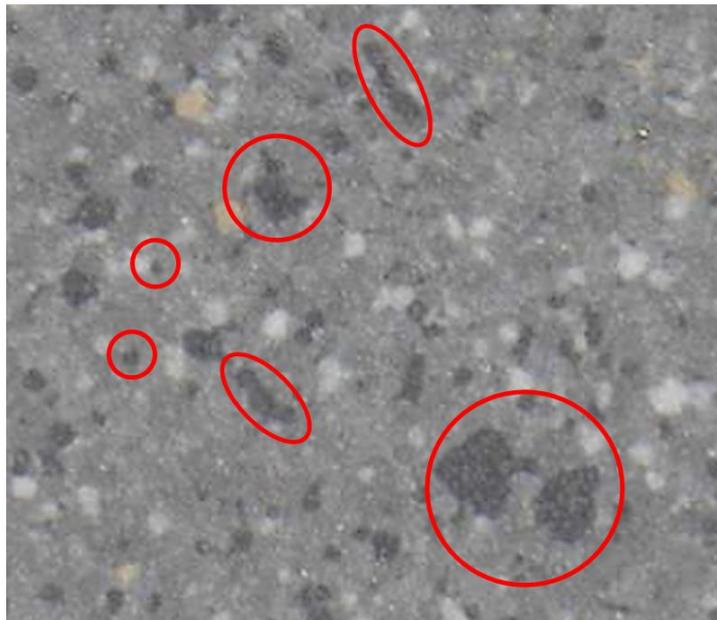
发行人旗下拥有 2 个省级企业技术中心、2 个省级工程技术研究开发中心，1 个省级工业设计中心，1 个博士工作站及 1 个博士后科研工作站，现有技术员工 80 余人，国家二级教授 1 人、博士 7 人、研究生 6 人。截至 2023 年 6 月 30 日，发行人已获得发明专利 139 项，参编各类标准 88 项（含正在编制中 12 项）具有较突出的技术研发实力。

具体在产品层面，发行人通过持续的研发投入，打造了丰富的产品系列矩阵。产品尺寸从 45×45mm 的超小规格至 1,800×3,600mm 的超大规格均有覆盖，厚度跨越 3.5mm 至 25mm。主要产品在吸水率、平整度、光泽度等各项性能指标方面均表现出色，优于国内及国际标准。同时发行人还率先开发并生产出 1,600mm×3,200mm、厚度为 3.5mm 的大规格陶瓷板材，在行业内推动新型材料应用。

以发行人代表技术为例，也可体现其创新能力。坯体配方方面，发行人代表技术为高强高韧钙镁系坯体配方技术，通过对坯体配方进行改进，采用氧化钙、氧化镁作为助熔物，让坯体烧制后内部产生更多晶体结构，极大提升其强度与韧性，使陶瓷板材在日常生产、中转运输、加工切割及应用铺贴等各类场景中均不易开裂。发行人该技术已获得发明专利（专利号：ZL201910064293.2）。

坯体制作方面，发行人代表技术为多功能多样化机械和数字布料技术，综合性集成了薄片成型造粒、多孔径滚笼筛等各项具体技术。其中薄片成型造粒技术通过制备厚度小于 2mm 的薄片状颗粒，利用颗粒在坯体内部的偏转，使其在板材表面呈现出点、线、面不同形状，更接近真实石材效果。而多孔径滚笼筛技术则通过自主研发造粒设备，可同时制得大、中、细多种粒径的粒子，无需再配置不同粒径的多台造粒机，大幅降低设备投入。发行人该技术广泛应用于代表产品“魔术师系列”板材，已获得发明专利（专利号：ZL201910064293.2）。

图 4、薄片颗粒在通体板材表面呈现的点、线、面多种形态



因此，发行人建立了有效的研发体系，设有系列实验室和配备先进的实验设备，拥有专业的研发人员队伍，经过多年积累打造了自身核心技术，并在生产过程中得到产业化运用，产品高品质且丰富多样，并在陶瓷板材领域形成一定先发优势，表现出较强的研发创新能力。

四、说明参与国家、行业及地方标准制定的具体情况，结合承担的主要工作说明发行人的参与程度，以及涉及发行人技术情况；说明上述有关奖项的获得条件、含金量，获得同类奖项的同行业公司情况。

（一）说明参与国家、行业及地方标准制定的具体情况，结合承担的主要工作说明发行人的参与程度，以及涉及发行人技术情况

建筑陶瓷行业在我国已有较长发展历史，为此我国发布和构建了包括国家、行业、地方、团体、企业在内的各层级标准体系，推动行业整体市场化、规范化程度持续提升。其中国家标准效力最高，适用性最广，通常由国家标准化管理委员会牵头，由行业内在相关领域具有一定技术实力或影响力的企业参与编制，经审核通过后发布实施。

截至 2023 年 6 月 30 日，发行人共参编各类标准 88 项（含正在编制中 12 项），其中参编的国家、行业及地方标准具体情况如下：

序号	标准编号	标准名称	标准类型	参与角色	发布日期
陶瓷产品类					
1	20214823-T-609（计划号）	陶瓷岩板	国家标准	起草单位	尚未发布
2	20162650-T-609（计划号）	大理石瓷砖	国家标准	起草单位	尚未发布
3	GB/T 41661-2022	陶瓷盲道砖	国家标准	起草单位	2022-07-11
4	GB/T 13095-2021	整体浴室	国家标准	起草单位	2021-12-31
5	GB/T 39156-2020	大规格陶瓷板技术要求及试验方法	国家标准	起草单位	2020-11-19
6	GB/T 35153-2017	防滑陶瓷砖	国家标准	起草单位	2017-12-29
7	GB/T 34549-2017	卫生洁具智能坐便器	国家标准	参编单位	2017-10-14
8	GB/T 4100-2015	陶瓷砖	国家标准	参编单位	2015-05-15
9	GB/T 6952-2015	卫生陶瓷	国家标准	参编单位	2015-09-11
10	GB/T 9195-2011	建筑卫生陶瓷分类及术语	国家标准	参编单位	2011-07-20
11	JC/T 2195-2013	薄型陶瓷砖	行业标准	起草单位	2013-04-25
12	DB44/T 843-2010	外墙用陶瓷薄砖	地方标准	起草单位	2010-12-31
绿色生产类					
13	20205275-Q-469（计划号）	建筑卫生陶瓷和耐磨氧化铝球单位产品能源消耗限额	国家标准	起草单位	尚未发布
14	GB/T 32151.9-202X	温室气体排放核算与报告要求 第9部分：陶瓷生产企业	国家标准	起草单位	尚未发布

序号	标准编号	标准名称	标准类型	参与角色	发布日期
15	GB/T 18916.64-2022	取水定额 第64部分：建筑卫生陶瓷	国家标准	起草单位	2022-12-30
16	GB/T 35610-2017	绿色产品评价陶瓷砖（板）	国家标准	起草单位	2017-12-08
17	20161883-T-303	建材行业重点产品温室气体排放限额	国家标准	起草单位	2016-11-22
18	GB/T 27969-2011	建筑卫生陶瓷单位产品能耗评价体系和监测方法	国家标准	参编单位	2011-12-30
19	JC/T 2636-2021	建筑陶瓷行业绿色工厂评价要求	行业标准	起草单位	2021-08-21
20	JC/T 2564-2020	建筑陶瓷行业绿色工厂评价导则	行业标准	参编单位	2020-04-16
21	DB44/2160-2019	陶瓷工业大气污染物排放标准	地方标准	起草单位	2019-06-28
陶瓷原材料类					
22	GB/T 38985-2020	陶瓷液体系料性能技术要求	国家标准	起草单位	2020-07-21
23	GB/T 38904-2020	陶瓷液体系料元素含量测定分析方法	国家标准	起草单位	2020-06-02
评价方法及施工规范类					
24	GB/T 37798-2019	陶瓷砖防滑性等级评价	国家标准	参编单位	2019-08-30
25	GB/T 31436-2015	节水型卫生洁具	国家标准	参编单位	2015-05-15
26	GB/T 26542-2011	陶瓷砖防滑性试验方法	国家标准	参编单位	2011-06-16
27	JC/T 897-202X（计划号）	抗菌陶瓷制品抗菌性能(修订中)	行业标准	起草单位	尚未发布
28	RB/T 110-2014	能源管理体系建筑卫生陶瓷企业认证要求	行业标准	起草单位	2014-08-20
29	SB/T 10727-2012	环保型建材及装饰材料技术要求	行业标准	参编单位	2012-08-01

在各类标准的制定过程中，发行人参与的环节包括前期研究、标准立项、市场调研、方案验证、内容起草、整体方案审查、报送标准化管理委员会等，承担的主要工作包括参加各阶段专题会议或讨论会议，对涉及的检测方法和性能进行测试验证，提供产品生产和研发过程中积累的经验和数据，参与编制标准文稿并提出修改建议，按要求提供样品送检测试等。

发行人依据自身的技术水平和产业化实践经验，进行标准相关资料收集、技术内容讨论。上述工作涉及发行人的技术情况主要体现在相关技术参数的确定。发行人利用自身产销规模领先、产品矩阵丰富的优势，为大规格陶瓷板、陶瓷岩板等新产品标准，以及绿色工厂、绿色产品标准等提供了大量生产实践及实验验证的经验和数据，使相关指标选择兼顾产业发展和市场需求，协助各级标准化委员会实现标准制定的先进性、科学性、合理性和可操作。

(二) 说明上述有关奖项的获得条件、含金量，获得同类奖项的同行业公司情况

发行人建立了科学、有效的创新机制，重视知识产权的保护和管理，制定了《专利管理办法》、《商标管理制度》、《著作权管理制度》等系列管理制度，并通过长期发展和持续积累形成了多项发明专利，不断夯实自主创新能力。在此过程中，发行人先后获得国家知识产权示范企业、中国专利优秀奖（2016）、广东省专利优秀奖（2019）等荣誉，具体情况如下：

序号	奖项	获得条件	含金量	获得同类奖项的同行业公司
1	国家知识产权示范企业	参照《国家知识产权示范企业知识产权评价指标体系》，A表评分达75分以上，并且B表评分达80分以上的，通过示范企业复核。 A表打分标准：1、知识产权创造（包括专利数量、发明专利数量占比等）；2、知识产权运用（包括专利产品产生收入占收入比重等）；3、知识产权管理与保护；4、获得奖励。 B表打分标准：1、知识产权战略管理能力；2、知识产权创造能力；3、知识产权运营能力；4、知识产权维权保护能力。	国家知识产权局组织评审	无
2	中国专利优秀奖	申报材料由专利质量、技术先进性评价、运用及保护措施和成效、社会效益及发展前景、获奖情况五大板块内容构成，其中专利质量主要关注新颖性、创造性、实用性以及文本质量	国家知识产权局	马可波罗（2021）、东鹏控股（2015）、蒙娜丽莎（2016）、帝欧家居（2021）
3	广东省专利优秀奖	申报材料由专利质量、技术先进性评价、专利运用及保护、经济效益、社会效益及前景、项目获奖情况六大板块内容构成，其中专利质量主要关注新颖性、创造性	广东省市场监督管理局评选	东鹏控股（2019）、蒙娜丽莎（2019）

发行人自成立以来专注于建筑陶瓷的研发、生产和销售，除上述奖项外，还获得过众多省级、国家级荣誉。具体情况如下：

序号	奖项	颁发单位	获奖主体	获奖时间
1	绿色工厂	国家工信部	佛山市三水新明珠建陶工业有限公司、新明珠（广东）新材料有限公司、江西新明珠建材有限公司	2018 2019
2	中国标准创新贡献奖	国家质量监督检验检疫总局	新明珠集团股份有限公司	2016

序号	奖项	颁发单位	获奖主体	获奖时间
3	两化融合促进节能减排 试点示范企业	国家工信部	新明珠集团股份有限公司	2010
4	2023年度智能制造示范工厂 揭榜单位	国家工信部、国家发改委、国家 财政部、国家市场监督管理总局 总局、国务院国资委	新明珠集团股份有限公司	2023
5	国家工业互联网试点示范 —5G全连接工厂试点	国家工信部	新明珠集团股份有限公司	2023
6	智能制造优秀场景 (示范企业)	国家工信部、 国家发改委、 国家财政部、 国家市场监督管理总局	新明珠集团股份有限公司	2022
7	中国工业大奖表彰奖	中国工业经济联合会	新明珠集团股份有限公司	2023
8	省级企业技术中心	广东省经济贸易委员会等	新明珠集团股份有限公司、 新明珠(广东)新材料有限 公司	2006 2017
9	省级工程技术研究开发中心	广东省科学技术厅	佛山市三水新明珠建陶工业 有限公司、新明珠(广东) 新材料有限公司	2014
10	省级工业设计中心	广东省工业和信息化厅	新明珠集团股份有限公司	2019
11	广东省博士后工作站	广东省人力资源和社会保障 厅	新明珠集团股份有限公司	2022
12	广东省制造业单项冠军企业	广东省工业和信息化厅	新明珠集团股份有限公司	2023

五、说明“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范企业”的认证主体和条件，发行人相关技术性能指标的符合情况，发行人在节能减排方面的具体措施及成效，以及与行业水平的对比情况。

（一）说明“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范企业”的认证主体和条件，发行人相关技术性能指标的符合情况

发行人在2018年获评“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范基地”，认证主体为发行人，由中国建筑卫生陶瓷协会认证颁发，属于其专项工作创新示范平台之一，旨在充分发挥龙头企业对行业的引领示范作用，集行业之力共同解决行业存在的共性问题，更好地发挥龙头企业技术创新的引领和带动作用。

根据《中国建筑卫生陶瓷协会专项工作创新示范平台管理办法》，申请企业应在行业中具有发展优势和竞争优势，在专项工作领域方面具有领先创新能力。同时根据《中国建筑卫生陶瓷协会专项工作创新示范平台考评实施细则》，凡通过验收的创新示范平台，自批准挂牌之日起，每年进行一次年度检查，每两年开展一次复审考评，由协会专家从基础条件与科技活动（15分）、科研成果与行业贡献（60分）、队伍建设与人才培养（10分）、运行管理与创新机制（15分）四大方面进行综合打分，得分85分以上为优秀，得分60分以上为合格。

发行人注重将先进技术与具体生产高效结合，转化为先进生产力。发行人利用工业互联网技术，推动原材料车间、施釉线、喷墨机、储坯器、烧成窑、立体仓库等主要工序或设备全部联网，通过数据采集系统，实现设备运行数字化、生产过程可视化，并可实现精准智能排产、快速一键转产，极大提升产线、车间的连续作业效率。

发行人还引入产品质量溯源与在线分析系统，在产品生产过程中，定点设置包括光学摄像头、传感器、机械手在内的全套智能质检系统，自动识别缺陷并标注，通过回溯分析发现生产问题或潜在风险，提高品质稳定性；在产品产成出库后，广泛使用砖码、箱码、托码等方式，可查看每个产品绑定的原材料批次、产线编号、设备编码、人员信息等，实现质量全程可控可追溯。

发行人通过生产过程的全面数字化管控，形成工业数据的“采集-处理-应用”闭环，实现“一个屏看全厂”、“一个码控质量”，并不断优化生产、优化工艺，

降低生产成本，提高产品质量。在此情况下，发行人“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范基地”自2018年挂牌以来，历次评审得分均超过90分，在智能制造方面得到行业协会的肯定。

除此之外，发行人在2022年9月获意大利 Tecn Awards “2022年亚洲智能工厂”奖，在2023年2月入选国家工信部工业互联网试点示范企业名单（5G全连接工厂试点），在2023年3月获中国工业经济联合会颁布的“中国工业大奖表彰奖”，并在2023年11月入选国家工信部等部门联合颁布的“智能制造示范工厂揭榜单位”名单，在智能制造方面具备领先性。

（二）发行人在节能减排方面的具体措施及成效，以及与行业水平的对比情况

1、发行人在节能减排方面的具体措施及成效

发行人在各个生产环节贯彻节能减排思路。所采取的措施包括采用预混式节能喷枪，合理降低窑炉压力，减少能源损耗；在窑炉和喷雾塔安装环保在线监测设备，实时监控能耗和排污情况；增加 SNCR 脱硝自动控制系统，实现废气的除尘、脱硫、脱硝一体化处理；搭建园区水循环系统，实现废水零排放等。具体情况如下：

项目	内容	措施及成效
节能	降低能耗	使用天然气等清洁能源，同时采用预混式节能喷枪，助燃风加热项目，同时实施窑炉标准化操作管理，在保证燃料充分燃烧的情况下，调整空气过剩系数，减少排烟风机频率，合理降低窑炉压力，减少能源损耗
		采用新粉磨工艺，通过立磨与球磨相结合的方式，节能降耗
		引入连续球磨设备，原料改用连续球磨方式，降低能耗
		充分利用窑炉余热，用于中央空调系统制冷或发电，实现节能
减排	废气处理	采用“旋流雾化高效深度脱硫脱硝除尘协同技术”，在同一个吸收塔内同时实现脱硫与除尘，脱硫效率高达99.9%以上，除尘效率高达85%以上
		安装 SNCR 脱硝自动控制系统，建成窑炉、喷雾塔新型脱硫脱硝除尘一体化设备
		喷雾塔“白烟”（水蒸汽）经消除处理后排放，减少对环境的影响
	废水处理	建设园区水循环处理系统，将厂区生活污水和雨水、沟渠水统一处理后净化回收用于生产
		生产污水进行合理设计分流处理，将原料、抛光沉淀池分开、便于独立回收原料环保泥与抛光磨边废渣，避免交叉污染，达到可回收

项目	内容	措施及成效
		可回用目的，实现生产废水零排放
	固废回收	压制散落的粉料和生坯废料直接收集并重新投入球磨回收利用
		废烂砖收集后统一破碎成粒状，作为配方底料重新使用
		抛光废渣进行回收利用
		把中、精抛污水单独设分流渠道引开处理，收集后用于生产轻质泡沫砖、园林砖及其他原料实现循环利用

2、与行业水平的对比情况

节能减排属于系统性工程，较难通过单一指标衡量整体水平。以废气排放为例，我国对废气排放实行浓度和总量双控措施，建筑陶瓷企业在生产基地通常安装有在线监测装置，对废气排放情况进行实时监测，排放量越小往往也表明节能减排水平越高。故此处通过将发行人废气排放量与排放量限值进行对比，以此分析发行人节能减排水平，具体情况如下：

主体	污染物名称	2023年1-6月		2022年		2021年		2020年	
		排放量 限值	实际 排放量	排放量 限值	实际 排放量	排放量 限值	实际 排放量	排放量 限值	实际 排放量
佛山市三水冠珠陶瓷有限公司	颗粒物（吨）	166.53	10.71	166.53	18.82	166.53	20.71	166.53	27.61
	二氧化硫（吨）	166.53	13.16	166.53	28.51	166.53	34.87	166.53	48.02
	氮氧化物（吨）	666.11	81.44	666.11	178.80	666.11	214.03	666.11	359.49
佛山市三水新明珠建陶工业有限公司	颗粒物（吨）	228.93	17.47	228.93	59.20	228.93	34.82	228.93	54.1
	二氧化硫（吨）	228.93	21.43	228.93	48.42	228.93	42.56	228.93	70.3
	氮氧化物（吨）	759.77	112.29	759.77	227.37	759.77	178.78	759.77	425.11
佛山市三水惠万家陶瓷有限公司	颗粒物（吨）	138.67	7.88	138.67	42.32	138.67	41.88	138.67	38.9
	二氧化硫（吨）	138.67	12.10	138.67	29.43	138.67	39.5	138.67	38.19
	氮氧化物（吨）	462.23	85.76	462.23	207.17	462.23	223.57	462.23	205.96
新明珠（广东）新材料有限公司	颗粒物（吨）	194.05	11.89	194.05	38.75	194.05	47.64	194.05	73.95
	二氧化硫（吨）	345.66	16.80	345.66	27.88	345.66	58.64	345.66	48.12
	氮氧化物（吨）	875.86	139.46	875.86	368.84	875.86	451.25	875.86	517.58
江西新明珠建材有限公司	颗粒物（吨）	84.80	20.54	84.80	38.04	84.8	83.36	84.8	20.97
	二氧化硫（吨）	155.26	71.16	155.26	135.14	155.26	127.84	155.26	134.31
	氮氧化物（吨）	719.40	199.02	719.40	395.37	500	451.73	500	498.58
湖北新明珠绿色建材科	颗粒物（吨）	57.60	7.55	57.60	13.99	57.6	15.94	57.6	13.528
	二氧化硫（吨）	62.46	26.45	62.46	38.91	62.46	43.59	62.46	34.082

技有限公司	氮氧化物（吨）	241.92	88.60	241.92	152.68	241.92	177.21	241.92	147.921
-------	---------	--------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	---------

由上可见，发行人的颗粒物、二氧化硫实际排放量远低于限值，氮氧化物实际排放量也符合要求，表明发行人在废气的除尘、脱硫、脱硝方面取得较好成效。同时发行人是行业内为数不多同时拥有三家国家工信部评定的绿色工厂的企业，符合《绿色工厂评价通则》标准和“用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化”要求。发行人还是全国首批“两化融合促进节能减排试点示范企业”，是首批通过“广东省清洁生产企业”认证的企业，是广东省“两化融合4个100示范标杆企业”，并获评中国建筑卫生陶瓷协会认证的“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范基地”，表明发行人在节能减排方面具备领先性。

六、请保荐人发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人主要执行了以下核查程序：

- 1、获取发行人研发投入明细，研发项目对应立项报告、中期报告、验收鉴定书、结题报告等，了解研发项目形成专利或产品情况、研发成果转化情况；
- 2、查阅同行业可比公司定期披露报告、招股说明书等，了解其产品结构，以及实现的功能、应用场景和领域，并与发行人进行对比分析；
- 3、统计发行人研发人数，获取核心技术人员履历，统计发行人在研项目数量及实现目标、专利数量、参与制定的国家和行业标准数量；
- 4、获取发行人主要产品性能指标，查阅同行业可比公司公开资料等，了解其产品性能指标，并与行业平均水平、国际先进水平对比分析；
- 5、了解发行人参与制定国家、行业及地方标准的具体情况；
- 6、获取发行人国家知识产权示范企业、中国专利优秀奖、广东省专利优秀奖申报材料，并通过公开渠道检索，了解获得条件、含金量，以及获得同类奖项的同行业公司情况；
- 7、查阅发行人中国建筑陶瓷绿色智能制造示范企业申报材料，了解认证主体和条件，以及发行人相关技术性能指标的符合情况；

8、查阅发行人绿色工厂申报材料，了解发行人在节能减排方面的具体措施及成效，并通过公开渠道检索，了解获得绿色工厂的同行业可比公司情况。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

1、发行人研发投入围绕核心技术及相关产品，研发成果能够实现转化，有利于提升生产效率并推动产品销售；

2、发行人产品实现的功能、应用场景和领域等与同行业可比公司不存在显著差异；发行人在陶瓷板材的研发、应用及规模化生产方面形成一定先发优势，体现了技术实力和创新性；

3、发行人主要产品在各项性能指标方面优于国内或国际标准，具备较强研发创新能力；

4、发行人在部分国家、行业及地方标准的制定过程中发挥了重要作用；发行人获得“国家知识产权示范企业”、“中国专利优秀奖”、“广东省专利优秀奖”等荣誉，其中“国家知识产权示范企业”暂无获得同类奖项的同行业公司；

5、发行人获得中国建筑卫生陶瓷协会认证颁发的“中国建筑陶瓷绿色智能制造示范基地”，在智能制造方面具备领先性；发行人在各个生产环节贯彻节能减排思路，是行业内为数不多同时拥有三家绿色工厂的企业，在节能减排方面具备领先性。

3、关于历史沿革与股东

申报材料显示：

(1) 发行人设立时，陆潮海决定委托潘良均代为持有发行人的股权。2000年5月，潘良均将所持股份转让给叶德林后解除代持。上述股权代持各方并未单独签署股权代持协议/解除代持协议，且因时隔较久未能留存转账凭证、资金流水证明等证据。目前，陆潮海已死亡，发行人未能与潘良均取得联系。

(2) 发行人设立之后先后置入了原集体企业明珠一厂、明珠二厂的转制资产，因上述转制事宜时间久远，相关转制过程档案资料留存不全。就转制时未履行资产评估程序的问题，2021年9月发行人委托了深圳中联资产评估有限公司对明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产的市场价值进行追溯评估。

(3) 发行人部分间接股东未穿透核查至最终持有人，保荐人、发行人律师未按照股东信息披露核查规定说明对未穿透股东的核查情况及明确意见。

请发行人：

(1) 结合股权代持各方并未单独签署股权代持协议/解除代持协议，未能留存转账凭证、资金流水证明等证据、未能取得陆潮海和潘良均对解除代持事实确认的情况，说明认定股东不存在代持、股份权属清晰的依据是否充分，是否可能存在纠纷或潜在纠纷，是否对本次发行上市构成实质性障碍。

(2) 说明对明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产的市场价值进行追溯评估的详细过程、重要评估参数选取、评估方法及选取依据、评估基准日资产状况和盈利能力情况，说明转制过程档案资料留存不全的情况下评估结果是否客观、准确。

请保荐人发表明确意见，请发行人律师对问题（1）发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。请保荐人和发行人律师根据《监管规则适用指引——发行类第2号》等相关规定完善股东穿透核查工作，并完善相关申报文件。

【回复】

一、结合股权代持各方并未单独签署股权代持协议/解除代持协议，未能留存转账凭证、资金流水证明等证据、未能取得陆潮海和潘良均对解除代持事实确认的情况，说明认定股东不存在代持、股份权属清晰的依据是否充分，是否可能存在纠纷或潜在纠纷，是否对本次发行上市构成实质性障碍。

（一）结合股权代持各方并未单独签署股权代持协议/解除代持协议，未能留存转账凭证、资金流水证明等证据、未能取得陆潮海和潘良均对解除代持事实确认的情况

1999年1月，新明珠有限设立时，登记股东为叶德林、潘良均，潘良均登记持有的49%股权中，9.8%股权系潘良均本人持有，39.2%股权系代陆潮海、罗永添、罗礼显及罗永祖四人持有，每人分别持有9.8%股权。2000年5月，新明珠有限召开股东会并通过决议，一致同意潘良均将其登记持有的39%股权转让给叶德林，同意潘良均将其登记持有的10%股权转让给李维（实际李维系代叶德林持有）。本次股权转让完成后，潘良均不再自持及代陆潮海、罗永添、罗礼显及罗永祖持有发行人股权。

就上述股权代持事宜，股权代持各方并未单独签署股权代持协议/解除代持协议，且因时隔较久未能留存转账凭证、资金流水证明等证据。此外，陆潮海已死亡，潘良均无法取得联系。就陆潮海的死亡事实情况，南庄派出所已出具《关于陆潮海个人情况的说明》，确认该人员已死亡。就潘良均的联系工作，发行人已通过其力所能及范围内的多种途径尝试联系，包括在《佛山日报》上刊登潘良均的寻人启事，均未能与潘良均取得联系，在联系无果的情况下，本次发行中介机构访谈了潘良均户口所在村的村党支部书记，确认该人员目前实际已不在该村居住，且无法与该人员取得联系。

（二）说明认定股东不存在代持、股份权属清晰的依据是否充分，是否可能存在纠纷或潜在纠纷，是否对本次发行上市构成实质性障碍

本次发行中介机构核查了发行人相关工商档案、历史股权转让协议等文件，除陆潮海已死亡和潘良均无法取得联系外，对罗礼显、罗永添、罗永祖进行了访谈，并取得该等人员签署的书面访谈笔录，确认其对上述股权代持关系的形成以及解除过程，不存在任何形式的股权争议、纠纷或潜在纠纷，解除代持后各方不

存在委托他人代为持有发行人股份的情形。尽管陆潮海已死亡、潘良均无法取得联系，但通过访谈本次股权代持涉及的其他全部人员，该等人员均未提出异议，并对本次股权代持关系的形成及解除情况进行了确认，确认不存在任何形式的股权争议、纠纷或潜在纠纷，因此本次股权代持形成及解除情况应为事实。

同时，上述潘良均及陆潮海的股权代持关系不涉及叶德林，叶德林作为受让人受让登记在潘良均名下股权已足额支付股权转让价款，并已完成工商登记，并非股权代持关系的当事方。且自该等股权代持形成并解除之日至今时隔久远，根据发行人及实际控制人提供的说明及本次发行中介机构公开查询，上述股权转让完成后至今包括潘良均、陆潮海及/或继承人在内相关人员均未直接或通过司法等途径提出异议。根据当时有效的《中华人民共和国民法通则（1986）》第一百三十五条的规定：“向人民法院请求保护民事权利的诉讼时效期间为二年……”、第一百三十七条规定：“诉讼时效期间从知道或者应当知道权利被侵害时起计算。但是，从权利被侵害之日起超过二十年的，人民法院不予保护……”。该等股权代持解除行为发生于2000年，相关股权转让行为至今已超过当时法律法规所规定的二年一般诉讼时效且已超过二十年最长诉讼时效，因此，在法律上叶德林在上述股权转让中所取得的发行人股权已不存在纠纷或潜在纠纷，对发行人本次上市不构成实质性障碍。

综上，发行人历史上存在的上述股权代持事宜已解除，解除过程不存在任何争议、纠纷或潜在纠纷。结合当时有效的《中华人民共和国民法通则（1986）》相关规定，在法律上叶德林受让取得的发行人股权已不存在纠纷或潜在纠纷。因此认定发行人股东不存在代持、股份权属清晰的依据充分，不存在纠纷或潜在纠纷，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

二、说明对明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产的市场价值进行追溯评估的详细过程、重要评估参数选取、评估方法及选取依据、评估基准日资产状况和盈利能力情况，说明转制过程档案资料留存不全的情况下评估结果是否客观、准确。

（一）说明对明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产的市场价值进行追溯评估的详细过程

明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产追溯评估的详细过程如下：（1）收集转制涉及资产转让合同及资产清单，确定评估范围；（2）对转制时点有关人员进行访谈，了解转制涉及资产背景、技术状态等情况，查验收集转制涉及资产的产权证明文件；（3）根据转制涉及资产的特点，制订不同的勘察程序；（4）根据转制涉及资产的特点，确定合适的评估方法，并进行评估测算。

（二）重要评估参数选取、评估方法及选取依据

本次追溯评估采用的评估方法为成本法，成本法是指通过估算资产的重置成本，之后扣减其在使用过程中自然磨损、技术进步或外部经济环境导致的各种贬值来估测资产价值。选择成本法进行评估的依据是转制涉及资产主要为固定资产和无形资产，相关资产权属清晰，所提供资料可以满足评估程序的需要。其中重要评估参数选取情况如下：

主要资产	评估值	重要评估参数选取
房屋建筑物	评估值=重置全价*成新率	参考佛山市建设工程造价服务中心发布的《佛山市建设工程参考指标》的基准造价和国家统计局网站发布的固定资产投资价格指数、建设规费取费标准、贷款利率计算出建筑物的重置全价，并按建筑物的使用年限确定成新率，进而计算建筑物评估净值。
设备类资产	评估值=重置全价*成新率	参考评估基准日期后相同型号或相同性能设备购置价格、国家统计局发布的工业生产者出厂价格指数，考虑运杂费、安装调试费等计算重置全价，并按照设备的使用年限确定成新率，进而计算设备评估净值。
土地使用权	评估值=土地成本价	参考宗地所在区域评估基准日当地政府及相关部门公布的有关征地补偿标准文件，以开发土地所耗费的各项费用之和为主要依据，加上一定的利息、利润、应缴纳的税金等计算土地成本价。

（三）评估基准日资产状况和盈利能力情况

根据发行人提供的相关资料和说明，追溯评估基准日转制涉及资产状况正常，其中房屋建筑物按照设计用途正常使用、设备类资产保养和使用正常、土地使用权状态正常等。根据获取的明珠一厂、明珠二厂最接近追溯评估基准日时点的财务报表显示，明珠一厂、明珠二厂均处于亏损状态。

（四）说明转制过程档案资料留存不全的情况下评估结果是否客观、准确

评估机构本次追溯评估中，已充分考虑了转制过程档案资料留存不全的情况，在可获得资料和信息基础上，结合转制涉及资产特点进行追溯评估，采用的评估方法符合相关准则要求及评估规范要求，评估程序执行过程符合准则要求，评估报告对转制资产涉及的重点问题已予以关注。同时，佛山市禅城区南庄镇公有资产管理办公室已对转制涉及资产的追溯评估报告进行复核并出具了确认函，确认报告内容基本符合规定要求，并已备案留存。

综上，本次转制涉及资产追溯评估的评估结果客观、准确。

三、请保荐人发表明确意见，请发行人律师对问题（1）发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师、申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人股东名册、工商档案、历次出资验资报告、股权转让协议等；
- 2、访谈罗永添、罗礼显、罗永祖并由其签署访谈纪要及书面确认文件；
- 3、查阅发行人在《佛山日报》上刊登的潘良均寻人启事；访谈潘良均户口所在村的村党支部书记并由其签署访谈纪要；
- 4、查阅南庄派出所出具的《关于陆潮海个人情况的说明》；
- 5、核查发行人及子公司诉讼及仲裁案件并通过公开途径进行查询复核；
- 6、查阅明珠一厂、明珠二厂转制相关资料；
- 7、查阅深圳中联资产评估有限公司出具的明珠一厂、明珠二厂追溯评估报

告，向深圳中联资产评估有限公司了解进行追溯评估的详细过程、重要评估参数选取、评估方法及选取依据等情况；

8、查阅佛山市禅城区南庄镇国有资产管理办公室关于转制涉及资产追溯评估报告的确认函。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

发行人历史上存在的股权代持事宜已解除，解除过程不存在任何争议、纠纷或潜在纠纷。结合当时有效的《中华人民共和国民法通则（1986）》相关规定，在法律上叶德林受让取得的发行人股权已不存在纠纷或潜在纠纷。因此认定发行人股东不存在代持、股份权属清晰的依据充分，不存在纠纷或潜在纠纷，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

经核查，保荐人、申报会计师认为：

评估机构结合转制涉及资产特点进行追溯评估，采用的评估方法符合相关准则要求及评估规范要求，评估程序执行过程符合准则要求，评估报告对转制资产涉及的重点问题已予以关注。同时，佛山市禅城区南庄镇国有资产管理办公室已对转制涉及资产的追溯评估报告进行复核并出具了确认函。综上，本次转制涉及资产追溯评估的评估结果客观、准确。

四、请保荐人和发行人律师根据《监管规则适用指引——发行类第 2 号》等相关规定完善股东穿透核查工作，并完善相关申报文件。

保荐人和发行人律师已根据《监管规则适用指引——发行类第 2 号》等相关规定对发行人股东穿透核查工作进行完善，并完善了相关申报文件，具体详见保荐人和发行人律师分别出具的《关于新明珠集团股份有限公司股东信息披露的专项核查报告》。

4、关于关联交易

申报材料显示：

(1) 发行人与关联方百森物流于 2019 年开始合作。报告期内，发行人向百森物流关联采购金额分别为 2,512.85 万元、11,762.78 万元、12,344.48 万元和 7,274.25 万元，占当期运输服务采购总额的比例分别为 9.49%、46.88%、47.97%和 46.25%，报告期内向发行人累计销售金额占百森物流营业收入的比例为 68.39%。

(2) 报告期内，关联方恩平俊辉作为发行人的委外生产供应商之一，2020 年和 2021 年存在向发行人销售建筑陶瓷产品，其向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例为 67.07%。

(3) 发行人与关联方广东贴师傅科技有限公司、广东康烯明珠科技有限公司同时存在关联销售与关联采购。

(4) 报告期内，发行人关联方康威陶瓷主要采购工程运营服务，2021 年、2022 年 1-9 月，发行人向康威陶瓷的采购额分别为 770.80 万元、724.67 万元。

请发行人：

(1) 说明百森物流的基本情况、业务发展历程、经营规模与报告期内简要财务数据，结合发行人对百森物流同类业务采购占比、百森物流对发行人收入占比等情形进一步分析百森物流业务发展是否主要依赖发行人，发行人运输服务对百森物流是否存在重大依赖，是否影响发行人独立性。

(2) 结合运输服务市场定价、百森物流向非关联方运费定价、百森物流财务数据、其他物流供应商投标或询价情况等进一步分析发行人与百森物流关联交易定价的公允性，是否存在为发行人承担成本费用的情形。

(3) 说明恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高的原因及合理性，恩平俊辉报告期内财务数据，是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形。

(4) 说明与关联方广东贴师傅科技有限公司、广东康烯明珠科技有限公司同时存在关联销售与关联采购的原因及合理性，是否存在资金体外循环。

(5) 说明康威陶瓷主要服务客户，运营服务合同约定、服务费用率与其他运营服务商是否存在差异，是否专为发行人服务。

请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明百森物流的基本情况、业务发展历程、经营规模与报告期内简要财务数据，结合发行人对百森物流同类业务采购占比、百森物流对发行人收入占比等情形进一步分析百森物流业务发展是否主要依赖发行人，发行人运输服务对百森物流是否存在重大依赖，是否影响发行人独立性。

(一) 说明百森物流的基本情况、业务发展历程、经营规模与报告期内简要财务数据

1、基本情况

百森物流基本情况如下：

公司名称	高安市百森物流有限公司
成立时间	2018年02月07日
注册资本	500万元
注册地址	江西省宜春市高安市上湖乡
主营业务	道路货物普通运输，专用运输
股权结构	周科武持有70%股权，新明珠企业集团持有30%股权
经营范围	道路普通货物运输、货物专用运输（集装箱、冷藏保鲜设备、罐式容器），汽车租赁服务，货运信息服务，货运代理服务，汽车美容服务，二手车信息服务，货物包装、搬运、装卸、仓储服务，汽车销售，汽车配件批发与零售，代办车辆相关业务，海上运输代理服务，铁路运输代理服务。（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）

2、业务发展历程

百森物流成立于2018年，自成立以来一直专注于从事物流运输服务，百森物流的创始人、实际控制人周科武为物流行业专业人士，从事物流行业十余年，在货物道路运输、铁路运输、运输代理等方面具备专业能力及管理能力。百森物

流成立以来，凭借自身实力承接主要陶瓷品牌的物流运输业务，合作客户主要为建筑陶瓷企业或其经销商，包括新明珠、蒙娜丽莎、东鹏控股等。

3、经营规模与报告期内简要财务数据

截至**2023年6月末**，百森物流拥有**122**辆运输车，并与江西、湖北、广东、湖南等省市大型运输车队以及司机保持了紧密联系，具备一定资金实力及运输服务能力。

报告期内，百森物流简要财务数据如下：

单位：万元

项目	2023.06.30/ 2023年1-6月	2022.12.31/ 2022年	2021.12.31/ 2021年	2020.12.31/ 2020年
总资产	5,106.27	4,176.35	4,222.91	3,117.53
净资产	646.29	673.60	723.43	642.07
销售收入	6,820.01	16,086.40	15,052.57	14,052.65
净利润	74.05	150.17	201.37	162.79

(二) 结合发行人对百森物流同类业务采购占比、百森物流对发行人收入占比等情形进一步分析百森物流业务发展是否主要依赖发行人，发行人运输服务对百森物流是否存在重大依赖，是否影响发行人独立性

百森物流是发行人运输服务提供商之一。报告期内，发行人向百森物流采购运输服务，各期采购金额分别为11,762.78万元、12,344.48万元、9,795.97万元和**5,228.83万元**，占发行人各期运输服务采购总额的比例分别为46.88%、47.97%、45.38%和**44.31%**，占发行人各期营业成本的比例分别为2.31%、2.07%、1.72%和**1.92%**，占比较小，未对发行人的正常经营产生重大影响。

报告期内，百森物流营业收入分别为14,052.65万元、15,052.57万元、16,086.40万元和**6,820.01万元**，与发行人交易金额占其营业收入的比例分别为83.71%、82.01%、60.90%和**76.67%**，占比较高，系百森物流基于自身经营策略选择的结果，主要考虑发行人业务规模大且较为稳定，百森物流将更多物流资源用于竞标发行人的运输业务。百森物流具备承接其他运输业务能力，业务发展不依赖发行人，不存在专门为发行人服务的情形，百森物流报告期内持续拓展及服务包括发行人同行业公司蒙娜丽莎、东鹏控股在内的其他客户的物流运输业务。

百森物流实际控制人周科武从事物流运输行业十余年，建立了超过 100 辆运输车的运输队伍，运输区域覆盖国内多个省市和地区，在物流运输行业具有较强的竞争优势，在此背景下，百森物流逐步加大与发行人的合作，并取得了较大的服务份额。

从 2020 年开始，发行人持续加强对直销模式下发货运输的管理，进行全集团发货运输的集中管理，并启用与运输相关的服务竞价系统，对所有入围运输服务商进行统一的竞价管理，以降低整体运输成本。百森物流系凭借其服务稳定性、及时性和灵活性优势，以及价格优势，在与其他第三方运输服务商公平竞价的基础上取得发行人较多运输订单。2022 年发行人集中竞标引入了更多的运输服务商，百森物流中标份额及运输金额有所下降。在此情况下，百森物流将更多物流资源用于获取其他第三方的运输订单，2022 年其营业收入实现增长，同时发行人业务占其营业收入的比例有所下降。

发行人报告期内合作运输服务商超过 30 家，且运输服务商市场竞争充分、可替代性较强，百森物流通过公平竞标获取发行人服务份额，不存在发行人运输服务对百森物流存在依赖的情形，发行人向百森物流关联采购金额占营业成本的比例较小，不影响发行人独立性。

综上，百森物流基于其自身经营策略考虑，将更多物流资源用于竞标发行人的运输业务，导致对发行人收入占比较高，同时百森物流具备承接其他运输业务能力，业务发展不依赖发行人，不存在专门为发行人服务的情形。发行人运输服务对百森物流不存在依赖，不影响发行人独立性。

二、结合运输服务市场定价、百森物流向非关联方运费定价、百森物流财务数据、其他物流供应商投标或询价情况等进一步分析发行人与百森物流关联交易定价的公允性，是否存在为发行人承担成本费用的情形。

（一）结合运输服务市场定价、百森物流向非关联方运费定价、百森物流财务数据、其他物流供应商投标或询价情况等

1、运输服务市场定价

经检索物通网、回程车运输网、好运物流网等网站中各物流公司重货运输报

价数据，关于百森物流前五大运输路线 2023 年 4 月市场报价情况及与百森物流 2023 年 4 月报价情况对比如下：

单位：元/吨

路线	市场价格区间	市场平均价格	百森物流报价
佛山-成都	260-590	358.51	360.00
佛山-重庆	190-500	317.47	320.00
佛山-西安	190-500	318.11	330.00
佛山-武汉	190-250	224.77	230.00
肇庆-成都	280-550	390.89	400.00

注：以上单价已不含税。

如上表所示，百森物流报价情况与市场报价无明显差异。

2、百森物流向非关联方运费定价

报告期内，发行人采购百森物流前五大运输路线单价，与百森物流向第三方市场化报价情况对比如下：

单位：元/吨

路线	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	发行人 采购单价	百森物流 对外报价	发行人 采购单价	百森物流 对外报价	发行人 采购单价	百森物流 对外报价	发行人 采购单价	百森物流 对外报价
佛山-成都	347.04	350.00	344.92	350.00	336.39	340.00	333.41	338.00
佛山-重庆	304.60	305.00	305.49	310.00	294.01	300.00	323.37	330.00
佛山-西安	312.57	315.00	312.94	320.00	309.14	315.00	287.02	290.00
佛山-武汉	220.36	225.00	210.58	215.00	213.30	218.00	190.28	195.00
肇庆-成都	391.65	395.00	382.17	390.00	382.95	388.00	361.06	365.00

注：以上单价不含税。

如上表所示，百森物流在参与发行人服务竞价时，向发行人报价与百森物流向第三方市场化报价无明显差异，报告期内发行人采购量大且较为稳定，对发行人运费定价具有合理性。

3、百森物流财务数据

详见本问询问题之“一”之“（一）”中回复。

4、其他物流供应商投标或询价情况

发行人运输服务采购遵循供应商询价、比价或竞价、综合服务评估等采购控制流程。发行人首先通过招投标方式获取运输服务商信息，并结合运输服务商运输资质、人员资质、服务质量、资金实力等因素进行筛选，确定合格的运输服务商签订框架协议后纳入服务竞价系统，之后当发行人有实际运输需求时，会在系统中发布需求，运输服务商综合考虑自身服务能力和运输成本等因素后提出报价，一般情况下报价最低者将优先获得发行人的运输订单，特殊情况如报价最低者无法快速响应发行人以及客户需求，发行人将匹配有服务能力的运输服务商进行货物运输与交付。

以百森物流主要运输线路“佛山-成都”、“佛山-重庆”为例，发行人2023年4月在服务竞价系统发布的部分运输需求单中，百森物流及主要竞争方的报价情况和竞价结果如下：

单位：元/吨

佛山-成都市			
订单	物流公司	报价	是否中标
101-YSJH230 4030007	高安市百森物流有限公司	357.00	是
	江西海新物流有限公司	388.07	否
	广州爱心物流有限公司	397.25	否
101-YSJH230 4100102	广州合盛物流有限公司	352.29	是
	高安市百森物流有限公司	366.97	否
	南京福佑在线电子商务有限公司淮安分公司	365.14	否
101-YSJH230 4130011	南京福佑在线电子商务有限公司淮安分公司	362.39	是
	高安市百森物流有限公司	366.97	否
	广东易能物流有限公司	392.66	否
佛山-重庆市			
订单	物流公司	报价	是否中标
101-YSJH230 4060030	高安市百森物流有限公司	314.00	是
	广州合盛物流有限公司	321.10	否
	广州爱心物流有限公司	333.95	否
101-YSJH230 4120105	高安市百森物流有限公司	313.00	是
	江西民源物流有限公司	319.27	否
	江西海新物流有限公司	345.87	否
101-YSJH230	高安市百森物流有限公司	322.94	是

4110082	广州爱心物流有限公司	349.54	否
	南京福佑在线电子商务有限公司淮安分公司	362.39	否

注：以上单价已不含税。

如上表所示，发行人在服务竞价系统发布运输需求单后，主要根据参与竞价的运输服务商报价情况，结合对其提供运输服务能力的整体评价，最终确定中标的运输服务商，一般情况下均为价低者得，百森物流与主要竞争方的报价情况不存在重大差异。

（二）进一步分析发行人与百森物流关联交易定价的公允性，是否存在为发行人承担成本费用的情形

报告期内，发行人向百森物流采购单价与向其他第三方运输服务商采购单价比较情况已在发行人招股说明书之“第八节 公司治理与独立性”之“八、报告期内的关联交易情况”之“（二）经常性关联交易”中说明，发行人向百森物流采购价格与向其他第三方运输服务商不存在显著差异。

结合前文分析，百森物流向发行人报价情况与运输服务市场报价、百森物流向第三方报价、其他第三方运输服务商向发行人报价等情况不存在重大差异，因此发行人与百森物流关联交易定价具备公允性。百森物流在与其他第三方运输服务商公平竞价的基础上取得发行人运输订单，不存在为发行人承担成本费用的情形。

三、说明恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高的原因及合理性，恩平俊辉报告期内财务数据，是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形。

（一）说明恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高的原因及合理性

恩平俊辉是建筑陶瓷 OEM 供应商，也是发行人 OEM 供应商之一，有两条建筑陶瓷生产线，2020 年和 2021 年存在向发行人销售建筑陶瓷产品，报告期内向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例为 **72.23%**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023年 1-5月	2022年	2021年	2020年	合计
发行人关联采购金额①	1.58	30.17	4,136.90	4,221.88	8,390.53
恩平俊辉营业收入②	75.19	547.77	5,485.63	5,508.40	11,616.99
占比③=①/②	2.10%	5.51%	75.41%	76.64%	72.23%

注：恩平俊辉已于2023年6月完成向无关联第三方转让，营业收入为2023年1-5月数据。

恩平俊辉产能规模较小，且产线相对落后，无自主品牌销售能力，主要对外提供OEM服务。报告期内恩平俊辉除向发行人提供OEM服务之外，也为其他建筑陶瓷企业提供OEM服务，与发行人相比，恩平俊辉其他客户业务规模有限，因而导致恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高，与行业格局特点相符合，具有合理性。

受产线产能落后影响，恩平俊辉从2022年开始即不再从事建筑陶瓷的生产和销售，发行人亦不再通过其进行委外生产，2022年、2023年1-5月关联采购主要为采购恩平俊辉剩余部分泥沙料及木托板，关联采购金额占恩平俊辉营业收入比例低。恩平俊辉已于2023年6月完成向无关联第三方转让。

（二）恩平俊辉报告期内财务数据

报告期内，恩平俊辉简要财务数据如下：

单位：万元

项目	2023.05.31/ 2023年1-5月	2022.12.31/ 2022年	2021.12.31/ 2021年	2020.12.31/ 2020年
总资产	11,703.22	12,887.88	13,245.82	20,107.57
净资产	3,205.98	3,185.86	3,118.73	6,322.92
销售收入	75.19	547.77	5,485.63	5,508.40
净利润	20.13	67.13	-3,204.20	-1,295.67
其中：资产减值损失	-	-1.23	-3,252.31	-1,321.31
剔除资产减值后净利润	20.13	68.36	48.11	25.64

注：恩平俊辉已于2023年6月完成向无关联第三方转让，财务数据为截至2023年5月31日、2023年1-5月数据。

（三）是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形

建筑陶瓷行业市场分散，OEM供应商普遍存在，市场选择较多，发行人从

市场公开渠道选取合格的 OEM 供应商。发行人委外采购内部控制规范，按照采购计划对 OEM 供应商进行公开招标，由 OEM 供应商进行报价，发行人综合比较后，选取性价比最高的 OEM 供应商委托其生产。

报告期内，恩平俊辉因其生产稳定性和供货及时性，成为发行人 OME 供应商之一。2020 年和 2021 年，发行人向恩平俊辉关联采购金额分别为 4,221.88 万元和 4,136.90 万元，占发行人当期委外生产总额的比例分别为 7.60% 和 4.23%，占发行人当期营业成本的比例分别为 0.83% 和 0.69%，占比较小。2022 年发行人已停止通过恩平俊辉进行委外生产。

发行人向恩平俊辉采购遵循供应商询价、比价或竞价、综合服务评估等采购控制流程，采购价格与第三方供应商基本一致，不存在通过恩平俊辉为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形。

四、说明与关联方广东贴师傅科技有限公司、广东康烯明珠科技有限公司同时存在关联销售与关联采购的原因及合理性，是否存在资金体外循环。

（一）说明与关联方广东贴师傅科技有限公司、广东康烯明珠科技有限公司同时存在关联销售与关联采购的原因及合理性

1、广东贴师傅科技有限公司

报告期内，发行人与关联方广东贴师傅科技有限公司（以下简称“广东贴师傅”）同时存在关联销售与关联采购，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	关联交易发生额			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
广东贴师傅科技有限公司	采购加工产品	-	-	309.91	329.41
	销售瓷砖	-	-	-	226.33

广东贴师傅主要从事瓷砖加工服务以及深加工产品的销售。2020-2021 年，因特定项目交付需求，需对发行人销售的陶瓷薄板进行特殊加工处理，发行人 2020 年向广东贴师傅一次销售需加工处理的陶瓷薄板 226.33 万元，之后由其加工处理后进行购回，同时向其购买用于辅助安装铺贴的零部件，根据项目交付进

度，分别于 2020 年、2021 年发生采购金额 329.41 万元和 309.91 万元。发行人向广东贴师傅销售、采购金额均较小，对发行人主营业务不具有重大影响，发行人主要基于经济原则和便利原则选择广东贴师傅进行加工。2022 年开始，因对应项目已完成，因而未继续发生与广东贴师傅的交易。

综上，发行人与关联方广东贴师傅同时存在关联销售与关联采购，系基于发行人业务需求真实发生的销售和采购，具有合理性。

2、广东康烯明珠科技有限公司

报告期内，发行人与关联方广东康烯明珠科技有限公司（以下简称“康烯明珠”）同时存在关联销售与关联采购，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	关联交易发生额			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
广东康烯明珠科技有限公司	采购加工产品	-	53.89	162.34	185.34
	销售瓷砖	-	9.89	57.12	151.85

康烯明珠主要从事发热模组的研究和销售。发行人销售的建筑陶瓷产品本身不具备发热功能，因此发行人通过向康烯明珠销售建筑陶瓷产品，并由康烯明珠加工组装发热模组后进行购回。报告期内关联销售和采购金额较小，对发行人主营业务不具有重大影响。2022 年因市场不达预期，发行人减少发热砖产品的投放，因而减少向康烯明珠的采购。**2023 年 1-6 月，发行人未向康烯明珠采购。**

综上，发行人与关联方康烯明珠同时存在关联销售与关联采购，系基于发行人业务需求真实发生的销售和采购，具有合理性。

（二）是否存在资金体外循环

综上所述，发行人与广东贴师傅、康烯明珠的关联交易系基于发行人业务需求真实发生，具有合理性，交易价格系按照市场价格公平协商后确定，具有公允性，且报告期内关联交易发生金额很小，对发行人本身业务经营不具有重大影响。结合对发行人及广东贴师傅、康烯明珠的银行流水核查情况，发行人与广东贴师傅、康烯明珠之间的资金往来均有真实交易背景，不存在发行人通过广东贴师傅、

康烯明珠进行体外资金循环的情形。

五、说明康威陶瓷主要服务客户，运营服务合同约定、服务费用率与其他运营服务商是否存在差异，是否专为发行人服务。

(一) 说明康威陶瓷主要服务客户

佛山市康威陶瓷有限公司（以下简称“康威陶瓷”）主要从事工程运营服务，也是发行人报告期内工程运营服务商之一。因康威陶瓷具有一定的客户服务资源，其协助发行人开发工程业务，并承担工程项目的运营服务，补充发行人的销售力量。

报告期内，康威陶瓷主要服务客户为中海地产，从 2021 年开始主要为中海地产部分项目提供运营服务。除中海地产之外，康威陶瓷还服务其他客户，包括新城控股、中国建筑、保利、碧桂园、深圳市华壹装饰科技设计工程有限公司、杭州晓泽建筑材料有限公司等。

(二) 运营服务合同约定、服务费用率与其他运营服务商是否存在差异

发行人与康威陶瓷签订的运营服务合同主要约定如下：

合同约定	具体内容
合同各方	<ul style="list-style-type: none">➤ 甲方：发行人➤ 乙方：康威陶瓷
服务内容	<ul style="list-style-type: none">➤ 乙方负责运输和加工服务，制定供货计划，发货和货物跟踪，验收、对账与结算，追收货款，提供工地安装、工程施工指导和监控，产品售后服务等➤ 通过提供优质服务与甲方共同开拓市场、维护工程客户关系
服务费	<ul style="list-style-type: none">➤ 2021 年，乙方运营服务费按照工程项目利润的 49%，综合考虑项目资金回笼情况，其中工程项目利润=工程合同价-产品生产成本费用-运营成本➤ 2022 年，乙方运营服务费按照项目销售收入不同等级分别计算，项目销售收入在 1.5 亿元（含）以下的按照工程项目利润的 49%，在 1.5 亿元至 3 亿元（含）之间的按照工程项目利润的 45%，在 3 亿元以上的按照工程项目利润的 40%，综合考虑项目资金回笼情况，其中项目销售收入以工程客户签收及验收手续完成为计算原则

如上表所示，康威陶瓷运营服务合同中关于服务费的约定与其他运营服务商存在一定差异，主要是发行人试点不同运营服务结算模式，具有合理性。发行人

考虑工程销售抵减生产成本和交付费用后，按照项目实现利润与康威陶瓷结算运营服务费。

报告期内，发行人运营服务费支付情况如下：

单位：万元

类别	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
自营工程收入	81,468.07	146,152.98	171,889.74	150,904.38
运营服务费	7,787.15	13,878.81	19,202.75	17,461.98
运营服务费占比	9.56%	9.50%	11.17%	11.57%
康威工程收入	-	7,757.93	7,089.00	-
康威运营服务费	-	724.67	770.80	-
康威运营服务费占比	-	9.34%	10.87%	-

如上表所示，康威陶瓷 2021 年、2022 年 1-9 月期间为发行人提供运营服务，对应运营服务费率分别为 10.87% 和 9.34%，与发行人 2021 年和 2022 年整体运营服务费率水平不存在明显差异。

（三）是否专为发行人服务

发行人与康威陶瓷的交易是在发行人试点不同运营服务结算模式的背景下产生的，2021 年、2022 年 1-9 月康威陶瓷专为发行人提供工程运营服务。为减少关联交易，发行人 2022 年四季度已停止通过康威陶瓷提供运营服务，康威陶瓷服务工程项目由发行人销售服务团队承接，2022 年四季度及之后未再发生新的运营服务费。

六、请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、访谈百森物流实际控制人，了解百森物流基本情况、业务发展历程、经营规模等；

2、获取百森物流报告期内的财务数据，分析百森物流经营规模与发行人交易规模之间的匹配性，分析百森物流经营的独立性；

3、通过物通网、回程车运输网、好运物流网等公开网站查询物流公司运输服务市场报价情况；获取百森物流向其他第三方报价情况，获取发行人其他第三方物流服务商报价情况，分析发行人与百森物流交易定价的公允性，核查百森物流是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形；

4、访谈恩平俊辉财务总经理，了解恩平俊辉销售情况与客户情况，以及与发行人进行交易的原因及采购安排；

5、获取恩平俊辉报告期内的财务数据，核查恩平俊辉是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形；

6、取得发行人与广东贴师傅、康烯明珠的交易明细，查阅相关合同，核查交易背景与交易内容，结合资金流水核查等，分析同时存在关联销售与关联采购的原因及合理性，核查是否存在体外资金循环；

7、查阅发行人与康威陶瓷签订的运营服务合同；访谈发行人和康威陶瓷主要负责人，了解发行人与康威陶瓷合作情况；比较康威陶瓷运营服务费与其他运营服务商是否存在差异；

8、取得发行人与康威陶瓷终止合作协议，了解终止合作原因和安排。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、百森物流业务发展不依赖发行人，不存在专门为发行人服务的情形；发行人运输服务对百森物流不存在依赖，不影响发行人独立性；

2、百森物流向发行人报价情况与运输服务市场报价、百森物流向第三方报价、其他第三方运输服务商向发行人报价等情况不存在重大差异，发行人与百森物流关联交易定价具备公允性；百森物流在与其他第三方运输服务商公平竞价的基础上取得发行人运输订单，不存在为发行人承担成本费用的情形；

3、恩平俊辉产能规模较小，与发行人相比，恩平俊辉其他客户业务规模有限，因而恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高，具有合理性；发行人向恩平俊辉采购遵循供应商询价、比价或竞价、综合服务评估等采

购控制流程，采购价格与第三方供应商基本一致，不存在通过恩平俊辉为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形；

4、发行人与关联方广东贴师傅、康烯明珠同时存在关联销售与关联采购，系基于发行人业务需求真实发生的销售和采购，具有合理性，不存在资金体外循环的情形；

5、康威陶瓷运营服务合同中，服务费约定与其他运营服务商存在一定差异，系发行人试点不同运营服务结算模式所致，具有合理性；康威陶瓷运营服务费率略低于其他运营服务商，但不存在明显差异；发行人与康威陶瓷的交易是在发行人试点不同运营服务结算模式的背景下产生的，2021年、2022年1-9月康威陶瓷专为发行人提供工程运营服务，为减少关联交易，发行人2022年四季度已经停止通过康威陶瓷提供运营服务。

5、关于工抵房

申报材料显示，为实现以房抵款，天房融创与发行人、叶德林、债务人签订了《商品房抵房合同》，约定天房融创以合计总价 8,396.58 万元的工抵房置换叶德林从发行人受让的前述债权标的。截至 2022 年 9 月 30 日，相关工抵房尚未完成过户。

请发行人：

(1) 说明与地产商采取以房抵债方式进行交易的商业背景及商业合理性，是否存在为客户变相融资、是否存在纠纷或潜在纠纷；应收账款的坏账准备计提依据及充分性，抵债房产的公允价值能否覆盖应收款项原值，发行人对相关债权能否终止确认。

(2) 说明抵债房产的具体情况，包括用于抵债房产的位置、面积、抵债价值、市场价格、期房或现房、住宅或商业公寓，是否存在抵押、查封或其他权利受限情况，以房抵债合同的主要条款，相关合同约定是否合法合规，房屋目前是否已备案，是否存在债权无法收回的风险。

(3) 具体说明相关房产交接、权属证明获取是否存在潜在障碍，抵债房产的未来处置计划。

(4) 说明债权转让和以房抵债业务是否存在关联方利益输送或其他利益安排。

请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明与地产商采取以房抵债方式进行交易的商业背景及商业合理性，是否存在为客户变相融资、是否存在纠纷或潜在纠纷；应收账款的坏账准备计提依据及充分性，抵债房产的公允价值能否覆盖应收款项原值，发行人对相关债权能否终止确认。

(一) 说明与地产商采取以房抵债方式进行交易的商业背景及商业合理性，是否存在为客户变相融资、是否存在纠纷或潜在纠纷

1、商业背景及商业合理性

报告期内，发行人与融创地产存在以房抵款交易的情形。发行人综合考虑融创地产的经营情况和信用风险后，为降低对融创地产应收款项的坏账风险，并加快资金回笼，与融创地产协商以房抵款，具体情况为：发行人将对包括天津融创其澳置业有限公司、天津融创元浩置业有限公司等多家融创地产下属单位（以下简称“债务人”）合计 8,396.58 万元的应收账款权益（以下简称“债权标的”）等额作价、有条件转让给叶德林；同时由融创地产下属单位天津天房融创置业有限公司（以下简称“天房融创”）与发行人、叶德林、债务人签订《商品房抵房合同》，约定天房融创以合计总价 8,396.58 万元的工抵房置换叶德林从发行人受让的前述债权标的。

2020 年开始，受房地产行业“三道红线”等政策调控影响，部分房地产商出现流动性风险，甚至出现债务危机，导致对供应商的款项支付出现逾期，存在较多房地产商经与供应商协商后采用以房抵债的方式支付供应商款项。

发行人同行业可比公司马可波罗、东鹏控股、蒙娜丽莎、帝欧家居等亦存在类似情形，具体如下：

企业名称	具体内容
马可波罗	根据马可波罗招股说明书披露，发行人为了资产保全，与相关地产公司达成房产抵债方案，同时发行人为清偿对关联方历史形成的债务，因此要求相关地产公司直接将房产抵偿至发行人关联方。
东鹏控股	根据东鹏控股 2021 年第三季度报告披露，截止 2021 年 9 月 30 日，公司与恒大集团及其成员企业之间的应收账款余额为 3.02 亿元，应收票据余额为 3.33 亿元，其他应收款余额为 1.57 亿元，其中逾期应收账款余额为 2.84 亿元。针对逾期的商业承兑汇票（根据会计准则已转为应收账款披露）当中 1.44 亿，公司已和恒大集团达成初步抵房解决方案。

企业名称	具体内容
蒙娜丽莎	根据蒙娜丽莎 2022 年年度报告披露，截至 2022 年 12 月 31 日，公司与房地产公司签订以房抵债协议金额为 76,450.34 万元，支付房产预付款 6,745.95 万元，其中已网签合同金额 12,210.23 万元，但尚未收楼。
帝欧家居	根据帝欧家居 2022 年半年度财务报告披露，公司针对其他应收款按款项性质进行分类，其中抵房款的期末余额为 4,413.42 万元。

注：资料来源于可比公司招股说明书、定期披露报告。

因此，发行人与融创地产采取以房抵债方式进行交易，具备真实商业背景，有利于保障发行人利益。同时房地产企业以房抵债当前阶段在行业内具有普遍性，发行人同行业可比公司亦存在以房抵债情形，具备商业合理性。

2、是否存在为客户变相融资、是否存在纠纷或潜在纠纷

结合天房融创与发行人、叶德林、债务人签订的《商品房抵房合同》约定（具体详见本问询问题之“二”之“(二)”回复），天房融创抵债房产完成过户至叶德林名下后，发行人不得再向债务人主张已抵销的工程款，因此以房抵债不属于带有追溯权的债务融资行为，不存在为融创地产变相融资的情形。

截至本问询回复出具之日，根据已取得的不动产权证登记信息，以及登记部门查册结果，上述抵债房产已过户至叶德林名下，因此《商品房抵房合同》的合同各方已履行完毕合同约定义务，不存在纠纷或潜在纠纷。

(二) 应收账款的坏账准备计提依据及充分性，抵债房产的公允价值能否覆盖应收款项原值，发行人对相关债权能否终止确认

1、应收账款的坏账准备计提依据及充分性

报告期内，发行人结合与融创地产的实际往来情况，以及融创地产的公开债务违约情况，结合公开市场报道等，将融创地产认定为存在较大信用风险，从 2021 年末开始对其应收款项单项计提减值准备，具体计提情况如下：

单位：万元

项目	2023. 06. 30	2022.12.31			2021.12.31
		以房抵债部分	剩余部分	合计	
应收款项原值	6,693.36	8,396.58	6,769.18	15,165.76	15,302.91
抵债房产净收回评估	-	4,297.14	-	4,297.14	-
减值准备	5,354.69	4,099.44	5,415.34	9,514.78	12,242.33
减值计提比例	80%	100%	80.00%	87.54%	80%

2021 年末，发行人开始对融创地产单项计提减值准备，发行人管理层主要结合对融创地产的信用风险判断，确定减值计提比例为 80%。

2022 年末，因融创地产抵债房产未完成过户，发行人基于谨慎性原则，未终止确认该部分以房抵债的应收款项，并结合对抵债房产的评估情况，按照应收款项原值超过抵债房产公允价值部分，以及考虑发行人为完成抵债房产过户需支付的相关税费后，全额计提减值准备。除该部分以房抵债的应收款项之外，发行人对融创地产剩余应收款项仍然按照 80% 的比例计提减值准备。

2023 年 6 月末，融创地产抵债房产已完成过户，发行人终止确认该部分以房抵债的应收款项，剩余应收款项按照 80% 的比例计提减值准备。

经查阅招股说明书、上市公司披露公告等，同行业可比公司对融创地产应收款项单项计提减值准备的具体情况如下：

可比公司	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末
马可波罗	未披露	80%	80%
东鹏控股	未披露	未披露	未披露
蒙娜丽莎	未披露	未披露	30%
帝欧家居	未披露	未披露	未披露
发行人	80%	80%	80%

注 1：数据来源于可比公司招股说明书、定期披露报告；

注 2：2022 年末发行人对融创地产单项计提比例，不考虑已达成以房抵债部分应收款项。

与同行业可比公司相比，不考虑发行人已与融创地产达成以房抵债部分应收款项，发行人 2021 年末、2022 年末对融创地产应收款项均按照 80% 比例单项计提减值准备，与马可波罗一致。

综上，发行人对融创地产应收款项的减值准备计提充分。

2、抵债房产的公允价值能否覆盖应收款项原值

截至 2022 年 12 月 31 日，融创地产抵债房产的公允价值情况如下：

单位：万元

序号	位置	应收款项原值	公允价值	覆盖率
1	天津市南开区保阳道 9 号	4,359.95	2,412.97	55.34%
2	天津市南开区年丰路 76 号	4,036.63	2,141.39	53.05%
合计		8,396.58	4,554.36	54.24%

注：公允价值系依据沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（沃克森国际评报字（2023）第 0145 号）的评估价格（基准日为 2022 年 12 月 31 日）确定。

如上表所示，融创地产抵债房产的公允价值仅能覆盖对应 8,396.58 万元应收款项原值的 54.24%。尽管融创地产抵债房产的公允价值无法完全覆盖应收款项原值，但综合考虑融创地产目前经营情况及信用风险，实施以房抵债仍有利于保障发行人利益。

3、发行人对相关债权能否终止确认

根据《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》第七条，“企业在发生金融资产转移时，应当评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：（1）企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

（2）企业保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当继续确认该金融资产。”

截至 2022 年 12 月 31 日，融创地产抵债房产尚未完成过户，发行人基于谨慎性原则，未终止确认对融创地产该部分以房抵债的应收款项，符合《企业会计准则》的相关规定。

截至 2023 年 6 月 30 日，融创地产抵债房产已完成过户，发行人终止确认对融创地产该部分以房抵债的应收款项，符合《企业会计准则》的相关规定。

二、说明抵债房产的具体情况，包括用于抵债房产的位置、面积、抵债价值、市场价格、期房或现房、住宅或商业公寓，是否存在抵押、查封或其他权利受限情况，以房抵债合同的主要条款，相关合同约定是否合法合规，房屋目前是否已备案，是否存在债权无法收回的风险。

(一) 说明抵债房产的具体情况，包括用于抵债房产的位置、面积、抵债价值、市场价格、期房或现房、住宅或商业公寓，是否存在抵押、查封或其他权利受限情况

天房融创共将两处房产用于抵偿发行人对债务人的债权标的。截至 2022 年 12 月 31 日，抵债房产的具体情况如下：

单位：平方米，万元

序号	位置	建筑面积	抵债价值	市场价格 (注 1)	期房 或 现房	住宅或 商业公寓 (注 2)	不动产权证 号	登记 权利所 有人
1	天津市南 开区保阳 道 9 号	893.36	4,359.95	2,412.97	现房	商铺	津(2023) 南开区不动 产权第 0009143 号	叶德林
2	天津市南 开区年丰 路 76 号	827.11	4,036.63	2,141.39	现房	商铺	津(2023) 南开区不动 产权第 0009160 号	叶德林

注 1：市场价格系依据沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（沃克森国际评报字（2023）第 0145 号）的评估价格（基准日为 2022 年 12 月 31 日）确定；

注 2：不动产权证上记载的用途为“商务金融用地/非居住”，实际用途为商铺。

根据不动产权证登记信息，以及登记部门查册结果，上述两处抵债房产不存在抵押、查封或其他权利受限情况。

(二) 以房抵债合同的主要条款，相关合同约定是否合法合规

《商品房抵房合同》的主要条款如下：

主要条款	具体内容
合同各方	甲方：天房融创；乙方：债务人；丙方：发行人；丁方：叶德林
购房约定	丁方拟认购甲方开发的商品房
	丁方应按照甲丁双方协商时间与甲方签订商品房买卖合同

主要条款	具体内容
抵债约定	丙方将其持有的乙方出具的由丙方作为收款人的电子商业承兑汇票，或对乙方享有的应收工程款，用于支付丁方应付甲方商品房购房款中的等额款项
	各方一致确认，本合同签署后，乙方已向丙方支付本合同所述对丙方所负的债务，丙方不得再向乙方主张已抵销的工程款；同时丁方已向甲方支付本合同所述商品房购房款中的等额款项，甲方不得再向丁方主张本合同抵房对应抵销购房款
关系约定	甲方与乙方之间的债权债务关系由甲方、乙方另行协商确定
	丙方与丁方一致确认，关于丙方与丁方之间的债权债务、本合同所述商品房的权属以及相应的处置权等权益，由丙方与丁方自行协商解决，且丙方与丁方之间为此达成的任何协议或者约定，均与甲方及乙方无关；丙方及丁方也不得以此为由，向甲方、乙方主张任何权利

经核查，发行人签署的以房抵债合同属于当事人之间意思自治的内容，相关交易安排为各方真实意思表示，未违反法律、行政法规的强制性规定，相关合同约定合法合规。

（三）房屋目前是否已备案，是否存在债权无法收回的风险

根据已取得的不动产权证登记信息，以及登记部门查册结果，上述抵债房产已经完成过户至叶德林名下。

结合《商品房抵房合同》约定，债务人已完成向发行人支付《商品房抵房合同》所述债务，发行人不存在债权无法收回的风险。

三、具体说明相关房产交接、权属证明获取是否存在潜在障碍，抵债房产的未来处置计划。

2023年1月，前述抵债房产已完成过户至叶德林名下，因此叶德林与天房融创的房产交接已完成，不涉及权属证明获取的潜在障碍。

根据发行人与叶德林签订的《债权转让协议》约定，叶德林受让前述抵债房产后，将对外进行销售、出租，相关销售、出租计划需经发行人同意。

根据发行人与叶德林说明，前述抵债房产已委托当地房产经纪机构进行挂牌，并将在出售价格符合发行人预期时尽快予以处置，同时基于对目前房地产市场的研判，在未能以合适价格出售之前，将委托当地房产经纪机构进行出租。截至本问询回复出具之日，部分抵债房产已对外出租。

四、说明债权转让和以房抵债业务是否存在关联方利益输送或其他利益安排。

1、债权转让是否存在关联方利益输送或其他利益安排

根据发行人与叶德林签订的《债权转让协议》，发行人将对债务人的债权标的等额作价、有条件转让给叶德林，并约定债权转让款的支付方式为：在叶德林取得天房融创用以偿还债务人欠款的工抵房后，将工抵房对外进行销售、出租，并且在实际收到售房款、租金收益后三个工作日内等额向发行人支付债权转让款，在叶德林未成功对外销售、出租工抵房及收到售房款、租金收益前无需向发行人支付债权转让款。

同时《债权转让协议》约定：叶德林在对外销售、出租工抵房时的方案需经发行人同意，以及工抵房最终处置完毕后，处置收入无论高于或低于债权标的，均由发行人享有收益或承担损失。

因此，发行人系抵债房产的实际权属人，叶德林仅为代发行人持有并帮助处置抵债房产，并不享有任何收益或承担任何损失，不存在关联方利益输送或其他利益安排。

2、以房抵债业务是否存在关联方利益输送或其他利益安排

发行人与融创地产采取以房抵债方式进行交易，具备真实商业背景，同时以房抵债当前阶段在行业内具有普遍性，具备商业合理性。尽管融创地产抵债房产的公允价值无法完全覆盖债权标的，但综合考虑融创地产目前经营情况及信用风险，实施以房抵债仍有利于保障发行人利益。

因此，以房抵债系发行人基于自身利益考虑与融创地产达成的交易，与发行人关联方无关，不存在关联方利益输送或其他利益安排。

综上，债权转让和以房抵债业务不存在关联方利益输送或其他利益安排。

五、请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师及申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人、叶德林与天房融创、债务人签订的《商品房抵房合同》；
- 2、查阅发行人与叶德林签订的《债权转让协议》；
- 3、取得抵债房产的不动产权证书、登记部门查册结果；
- 4、向发行人、叶德林了解以房抵债交易情况、抵债房产后续处置计划；
- 5、查阅同行业可比公司招股说明书、定期披露报告等公开信息，了解可比公司以房抵债情况、对融创地产应收款项的减值准备计提情况；
- 6、查阅沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（沃克森国际评报字（2023）第 0145 号）；
- 7、**查阅抵债房产对外出租的《租赁协议》。**

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师及申报会计师认为：

1、发行人与融创地产采取以房抵债方式进行交易，具备真实商业背景，当前阶段在行业内具有普遍性，具备商业合理性，不存在为客户变相融资的情形，不存在纠纷或潜在纠纷；发行人对融创地产应收款项的减值计提依据合理，减值准备计提充分；融创地产抵债房产的公允价值无法完全覆盖应收款项原值，但综合考虑融创地产目前经营情况及信用风险，实施以房抵债仍有利于保障发行人利益；截至 2022 年末，融创地产抵债房产尚未完成过户，发行人基于谨慎性原则，未终止确认该部分以房抵债的应收款项，**截至 2023 年 6 月末，融创地产抵债房产已完成过户，发行人终止确认该部分以房抵债的应收款项**，符合《企业会计准则》的相关规定；

2、抵债房产不存在抵押、查封或其他权利受限情况；以房抵债合同的约定合法合规；抵债房产已完成过户至叶德林名下，不存在债权无法收回的风险；

3、抵债房产已完成过户至叶德林名下，叶德林与天房融创的房产交接已完成，不涉及权属证明获取的潜在障碍；抵债房产将对外进行销售、出租，**截至本问询回复出具之日，部分抵债房产已对外出租；**

4、债权转让和以房抵债业务不存在关联方利益输送或其他利益安排。

6、关于股份质押

申报材料显示：

(1) 2021年10月，恒大地产同意以其持有的发行人2,432万股股份，对其下属主要采购主体应付发行人款项提供质押担保。2021年10月31日，发行人与实际控制人叶德林签订《债权转让协议》，约定将发行人对广州恒大材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广州恒乾材料设备有限公司、海南恒乾材料设备有限公司所享有的应收账款合计58,723.17万元（以下简称“债权标的”）有条件转让给叶德林，恒大地产将其持有发行人的全部股份质押给发行人实际控制人并签订《股份质押合同》，用于担保其对债权标的款项的支付。

(2) 目前因恒大地产及其下属公司相关债务已逾期未偿还，叶德林已向人民法院提起诉讼。

请发行人：

(1) 说明对广州恒大材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广州恒乾材料设备有限公司、海南恒乾材料设备有限公司所享有的合计58,723.17万元应收账款的形成过程、对应交易时间、销售产品，销售单价与毛利率是否存在异常，涉及产品是否已完成交付，是否具备真实的交易背景。

(2) 说明恒大地产所质押发行人股份权属是否清晰，第三方能否对相关股份主张其他权利，是否存在纠纷或潜在纠纷；质押股份的估值情况，能否覆盖应收账款原值。

(3) 说明叶德林与恒大地产及其下属公司相关诉讼的进展，若叶德林将恒大地产所持发行人股权进行处置，对发行人股权结构的影响，是否符合“发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷”的发行条件。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、说明对广州恒大材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广州恒乾材料设备有限公司、海南恒乾材料设备有限公司所享有的合计 58,723.17 万元应收账款的形成过程、对应交易时间、销售产品，销售单价与毛利率是否存在异常，涉及产品是否已完成交付，是否具备真实的交易背景。

(一) 说明对广州恒大材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广州恒乾材料设备有限公司、海南恒乾材料设备有限公司所享有的合计 58,723.17 万元应收账款的形成过程、对应交易时间、销售产品

广州恒大材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广州恒乾材料设备有限公司、海南恒乾材料设备有限公司（以下简称“债务人”）系恒大地产下属主要采购主体。2021 年 10 月，为实现恒大地产提供所持发行人股份质押之目的，发行人在对债务人未结清的应收款项中，选取合计 58,723.17 万元的应收款项（以下简称“债权标的”）有条件转让给叶德林，以作为恒大地产提供质押担保对应的主债权。

发行人 2020-2021 年向债务人合计含税销售金额为 164,980.90 万元，前述债权标的即为其中部分交易所形成，对应交易时间为 2020-2021 年，对应销售产品为陶瓷砖。恒大地产提供质押担保之后，发行人未再收到债务人针对债权标的的回款，截止本问询回复出具之日，前述债权标的均已逾期未收回。

(二) 销售单价与毛利率是否存在异常

报告期内，发行人向前述债务人销售单价、毛利率情况如下：

相关数据已申请豁免披露。

报告期内，发行人向前述债务人的销售收入，占发行人向恒大地产全部销售收入的比例分别为 97.32%、93.20%、0%和 0%，因而发行人对前述债务人的销售单价和毛利率，与发行人向恒大地产整体销售单价与毛利率基本一致，以下统一使用恒大地产整体销售单价与毛利率进行比较。

如上表所示，发行人向恒大地产销售单价、毛利率与发行人向美的置业、保利地产销售单价、毛利率相当，略高于其他直销客户，但均处于合理范围内。发行人重视与恒大地产、美的置业、保利地产等战略客户的合作关系，在信用政策

与结算、内部资源分配、产品质量等方面给予一定倾斜，综合影响下导致销售单价、毛利率相对较高。以恒大地产为例，具体说明如下：

1、在信用政策与结算方面，基于诚信为本、长期合作的前提，发行人给予恒大地产更大的商业信用支持，允许其使用较多的商业承兑汇票结算货款，且一般账期较长。因此，发行人在对向恒大地产销售的产品进行定价时，也会考虑资金成本的影响，因而产品单价更高。

假设恒大地产全部采用现金结算，考虑剔除恒大地产融资成本后，发行人向恒大地产销售单价、毛利率情况如下：

相关数据已申请豁免披露。

如上表所示，假设 2020 年、2021 年剔除恒大地产融资成本后，发行人向恒大地产销售单价、毛利率均明显下降，且下降后与其他直销客户相当。2021 年恒大地产出现债务危机，导致其融资成本明显增加，剔除融资成本影响后单价仍略高于 2020 年和 2022 年，主要是 2021 年发行人销售至恒大地产偏远地区项目的销售额增加且偏远地区考虑运输费用后销售价格较高所致。2022 年发行人对恒大地产调整为现款现货后，其实际销售单价、毛利率已与其他直销客户相当。

2、在内部资源分配方面，为保证向恒大地产供应的稳定性，发行人给予恒大地产优先排产，必要时将部分生产线固定用于排产向恒大地产供应的产品，同时为满足向恒大地产供应的及时性，发行人会适当保有一定库存，因恒大地产的产品品类繁多、产销量大，发行人安排了独立的仓库便于其存放与管理。因此，为更好保障对恒大地产的销售，发行人在排产、备货、库存等方面均给予了较大的资源倾斜。

3、在产品质量方面，为保证向恒大地产供应产品质量的稳定性，实现持续向其供应高品质产品，发行人制定了更为严格的生产标准和质量要求，包括采用更好的原材料和更高标准的生产工艺，较一般产品更高。其中为降低次品率引起的退换货情况，发行人对于向恒大地产销售的产品烧制时间更长，导致日均产量降低，生产成本增加。在此基础上，发行人向恒大地产销售的产品单价也更高，与对应产品的生产和质量标准相匹配。

综上，发行人向恒大地产（包括前述债务人）销售单价与毛利率相对较高，系各种因素综合影响所致，包括结算信用期更长、倾斜更多生产资源、采用更高的生产标准和质量要求、优品率更高等，且与发行人向相似战略客户美的置业、保利地产销售单价与毛利率基本相当，具有合理性，不存在异常。

（三）涉及产品是否已完成交付，是否具备真实的交易背景

截至 2021 年末，发行人对前述债务人的销售均已完成交付并验收，以上交易均有对应合同、订单、出库单、验收单等，此外，通过走访、函证等方式核查确认，应收款项的形成均为正常购销业务所产生，具备真实的交易背景。

二、说明恒大地产所质押发行人股份权属是否清晰，第三方能否对相关股份主张其他权利，是否存在纠纷或潜在纠纷；质押股份的估值情况，能否覆盖应收账款原值。

（一）说明恒大地产所质押发行人股份权属是否清晰

2019 年 9 月 26 日，新明珠有限召开股东会并通过决议，同意将新明珠有限注册资本由 179,360.91 万元增至 213,270.9988 万元。其中恒大地产以 13,800.00 万元认缴注册资本 4,052.15 万元，对应增资后持股比例为 1.90%。根据发行人提供的银行回单，以及天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》（天职业字[2022]19773 号），恒大地产已于 2019 年 8 月 6 日通过账户名为“恒大地产集团有限公司”的账户足额实缴上述增资资金。

2021 年 8 月 8 日，发行人召开股份公司创立大会，一致同意整体变更设立股份公司，将新明珠有限净资产折合为股本 128,000 万元。其中恒大地产作为发起人持有发行人 2,432 万股股份，对应持股比例为 1.90%。自此之后恒大地产持有发行人股份数量未再发生变化，持股比例因发行人增减资导致发生变动，截至本问询回复出具之日，恒大地产持股比例为 1.96%。

根据发行人和恒大地产提供的相关资料和承诺说明，恒大地产系以合法自有资金向发行人投资，其所持发行人股份权属清晰，不存在委托持股、信托持股的情形（包括委托他人持股、接受他人委托持股、以信托方式持股等）。

截至本问询回复出具之日，根据公开信息检索，恒大地产的控股股东恒大集

团（3333.HK）于2023年3月发布了境外债务重组方案，**具体进展详见本问询回复“问题13”之“二”之“（一）”之“1”相关内容**。除此之外恒大集团和恒大地产尚未公告其他任何债务重组或破产重组的决定或详细计划。根据恒大集团公告的境外债务重组方案，不涉及对恒大地产所持发行人股份的处置。即便后续恒大集团因上述境外债务重组方案进入清算程序或后续进一步公告其他债务重组方案或进入破产重组程序，且前述债务重组或破产重组程序导致恒大地产所持发行人股份被处置，该等处置亦属于在重组方或法院监督下，为完成重组或破产事宜而对权属清晰的股份进行处置的行为，不属于因股份权属纠纷导致的股份处置行为，该等处置不影响发行人的股份权属清晰。

综上，恒大地产所质押发行人股份权属清晰。

（二）第三方能否对相关股份主张其他权利，是否存在纠纷或潜在纠纷

经查阅发行人股东名册、工商档案、恒大地产出具的承诺说明等资料，以及查询国家企业信用信息公示网（<http://gsxt.amr.gd.gov.cn>）等网站，确认截至本问询回复出具之日，恒大地产持有的发行人股份，除招股说明书中已披露的已质押给叶德林之外，不存在其他权利负担情形。

根据在中国裁判文书网（<https://wenshu.court.gov.cn/>）和中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）上检索结果，恒大地产存在多起作为被告或被执行人的案件，因此恒大地产持有的发行人股份存在被第三方主张其他权利的可能。作为原告或申请执行人的第三方主张其他权利的具体表现为：请求法院对相关股份进行财产保全、对相关股份产生的已到期的股息或红利等收益直接支付给执行申请人、对相关股份产生的预期从有关企业中应得的股息或红利等收益进行冻结、请求债务或破产重组、拍卖相关股份、扣押股份凭证（股票）等强制执行申请权。

根据《中华人民共和国民法典》第四百一十五条、第四百二十五条、第四百四十三条以及《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第一百五十七条等规定，股权质押经登记生效并优先于普通债权受偿；人民法院对抵押物、质押物、留置物可以采取财产保全措施，但不影响抵押权人、质权人、留置权人的优先受偿权。同时，根据《中华人民共和国破产法》第一百零九条，

“对破产人的特定财产享有担保权的权利人，对该特定财产享有优先受偿的权利”，以及根据《最高人民法院关于审理企业破产案件若干问题的规定》第七十一条第（二）项，“下列财产不属于破产财产：……抵押物、留置物、出质物，但权利人放弃优先受偿权的或者优先偿付被担保债权剩余的部分除外”。在恒大地产持有的发行人股份已设立质押的情况下，质押权人对该等股份享有优先受偿的权利且该已出质股权不属于破产财产。因此，即使第三方就恒大地产提起诉讼且对恒大地产持有的发行人股份主张其他权利，进而导致产生相关纠纷或使得恒大地产破产清算的，亦不会实质上影响叶德林作为质权人对恒大地产所持发行人股份的优先受偿权利。

综上，恒大地产持有的发行人股份存在被第三方主张其他权利的可能，并进而可能导致产生相关纠纷，但不会实质上影响叶德林的优先受偿权利。

（三）质押股份的估值情况，能否覆盖应收账款原值

根据发行人聘请的深圳中联资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（深中联评报字[2022]第 125 号），以 2021 年 12 月 31 日为评估基准日，发行人全部股东权益的评估价值为 100.13 亿元。截至本问询回复出具之日，发行人整体经营情况未发生实质不利变化，假设发行人全部股东权益的公允价值仍为 100.13 亿元，则恒大地产持有发行人 1.96% 比例股份对应的公允价值约为 1.96 亿元。发行人向叶德林关联转让的债权标的对应的应收款项原值为 58,723.17 万元，因此恒大地产质押股份的公允价值无法覆盖全部应收款项原值。尽管如此，考虑到发行人未来上市后质押股份存在升值空间，作为主债权的应收款项原值高于全部质押股份价值，有利于保障质押权人在未来对全部质押股份进行行权，进而更好保障发行人利益。

三、说明叶德林与恒大地产及其下属公司相关诉讼的进展，若叶德林将恒大地产所持发行人股权进行处置，对发行人股权结构的影响，是否符合“发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷”的发行条件。

（一）说明叶德林与恒大地产及其下属公司相关诉讼的进展

叶德林与恒大地产及其下属公司广州恒大材料设备有限公司（以下简称“恒

大材料设备”）、广州恒隆设备材料有限公司（以下简称“广州恒隆”）、广州恒乾材料设备有限公司（以下简称“广州恒乾”）、海南恒乾材料设备有限公司（以下简称“海南恒乾”）共有 4 起诉讼，具体信息及相关进展如下：

序号	案号	原告/第三人	被告	诉讼请求	诉讼标的额	相关时间	进展
1	(2022)琼9003民初7679号	原告为叶德林；第三人为发行人	海南恒乾、恒大地产、恒大旅游运营管理集团有限公司	1、海南恒乾支付货款及对应利息； 2、对恒大地产持有的发行人股份进行处置，并就所得价款优先受偿； 3、恒大旅游运营管理集团有限公司就上述债务承担连带责任。	19,831,740.97元及对应利息	2022年7月26日起诉，2022年12月6日受理，2023年2月15日开庭， 2023年6月1日判决，2023年10月9日法院立案执行	一审判决支持原告诉讼请求，法院已立案执行
2	(2022)粤0112民初39363号	原告为叶德林；第三人为发行人	恒大材料设备、恒大地产、深圳恒大材料物流集团有限公司	1、恒大材料设备支付货款及对应利息； 2、对恒大地产持有的发行人股份进行处置，并就所得价款优先受偿； 3、深圳恒大材料物流集团有限公司就上述债务承担连带责任。	474,768,705.19元及对应利息	2022年7月27日起诉，2023年2月29日受理， 2023年11月开庭	已开庭，待判决
3	(2022)粤0191民初12218号	原告为叶德林；第三人为发行人	广州恒隆、恒大地产、广州市南凰贸易有限公司	1、广州恒隆支付货款及对应利息； 2、对恒大地产持有的发行人股份进行处置，并就所得价款优先受偿； 3、广州市南凰贸易有限公司就上述债务承担连带责任。	35,760,400.00元及对应利息	2022年8月30日受理，2022年12月1日开庭	已开庭，待判决
4	(2022)粤0103民初26256号	原告为叶德林；第三人为发行人	广州恒乾、恒大地产、恒大童世界集团有限公司	1、广州恒乾支付货款及对应利息； 2、对恒大地产持有的发行人股份进行处置，并就所得价款优先受偿； 3、恒大童世界集团有限公司就上述债务承担连带责任。	56,870,900.00元及对应利息	2022年8月22日起诉，2022年9月13日受理，2023年1月9日开庭	已开庭，待判决

(二) 若叶德林将恒大地产所持发行人股权进行处置，对发行人股权结构的影响，是否符合“发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷”的发行条件

鉴于恒大地产存在较多诉讼及执行案件的特殊性，恒大地产所持发行人股份存在变更所有权人的可能。叶德林为维护发行人的利益，成为恒大地产所持发行人股份的质押权人，若**法院根据叶德林的执行申请**，将恒大地产所持发行人股权进行处置，将导致发行人股权结构发生变化。

根据《首次公开发行股票注册管理办法》，要求“发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷”，结合《监管规则适用指引——发行类第4号》之“4-7 股权质押、冻结或发生诉讼仲裁”规定，相关规则并未限制发行人股权存在质押情形。

截至本问询回复出具之日，**叶德林已取得一起自身与恒大地产及其下属公司案件的胜诉，并已向法院申请执行，法院也已就该申请予以立案，但尚未对恒大地产所持发行人股份进行处置**，恒大地产所持发行人股份权属清晰（具体详见本问询问题之“二”之“（一）”回复）。根据叶德林出具的说明，若发行人上市前叶德林需要将恒大地产所持发行人股权进行处置，将确保处置方式合法合规，并保证受让方符合申请上市企业的股东资格要求，且不存在委托持股、信托持股等情形，以确保持续符合“发行人的股份权属清晰”的发行条件。

截至本问询回复出具之日，发行人的实际控制人叶德林、李要直接及间接持有发行人股权比例合计为 **87.88%**，具有对发行人的绝对控制权。即使恒大地产所持发行人股份因被法院判决并进行司法拍卖，且被除实际控制人之外的其他第三方取得，鉴于第三方持股比例低（仅为 1.96%），不会影响发行人控制权的稳定性，因此符合“不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷”的发行条件。

综上，**虽然叶德林已向法院申请处置恒大地产所持部分发行人股份**，将导致发行人股权结构发生变化，且待所有案件判决后，叶德林存在进一步向法院申请**处置恒大地产所持发行人剩余股份的可能性**，但上述案件结果均不会影响发行人控制权的稳定性，发行人仍然符合“发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷”的发行条件。

四、请保荐人、发行人律师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人与恒大地产签订的合同，复核结算安排、信用政策情况等，分析恒大地产与其他直销客户的销售差异情况；
- 2、访谈恒大地产，了解发行人与恒大地产的商业模式、结算安排等；
- 3、获取发行人的销售明细表，对比恒大地产与其他直销客户销售单价、毛利率是否存在异常；
- 4、执行穿行测试，判断发行人与恒大地产的购销交易涉及产品是否完成交付，是否具备真实的交易背景；
- 5、对恒大地产进行函证，函证其交易金额和往来余额等信息，核查其交易真实性；
- 6、对恒大地产进行访谈，了解发行人与恒大地产交易的基本情况；
- 7、通过网络核查，确认恒大地产涉及的诉讼以及被执行的情形；
- 8、获取恒大地产质押发行人股份的相关合同及协议；
- 9、查阅发行人股东名册、工商档案、恒大地产出具的承诺说明等资料；
- 10、向当地工商管理部门窗口询问，检索国家企业信用信息公示网等网站，查询发行人股权质押情况；
- 11、确认恒大地产持有的发行人股份除对叶德林进行质押外，不存在其它他项权利；
- 12、获取叶德林与恒大地产及其下属公司的诉讼文书，了解相关案件的最新进展。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

- 1、发行人对广州恒大材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广

州恒乾材料设备有限公司、海南恒乾材料设备有限公司所享有的合计 58,723.17 万元应收款项系因 2020-2021 年期间的交易所形成，对应销售产品为陶瓷砖；销售单价与毛利率相对较高，具有合理性，不存在异常；截至 2021 年末，涉及产品均已完成交付，均具备真实的交易背景；

2、恒大地产所质押发行人股份权属清晰；存在被第三方主张其他权利的可能，并进而可能导致产生相关纠纷，但不会实质上影响叶德林的优先受偿权利；质押股份的估值不能覆盖全部应收款项原值，但考虑到质押股份存在升值空间，有利于保障质押权人对全部质押股份进行行权，进而更好保障发行人利益；

3、**虽然叶德林已向法院申请处置恒大地产所持部分发行人股份，，将导致发行人股权结构发生变化，且待所有案件判决后，叶德林存在进一步向法院申请处置恒大地产所持发行人剩余股份的可能性，但上述案件结果均不会影响发行人控制权的稳定性，发行人仍然符合“发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷”的发行条件。**

7、关于客户、供应商入股

申报材料显示：

(1) 2019年9月，外部投资者泰兴加华、宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产和居然智居增资发行人。其中，宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产为发行人客户及其关联方，恒大地产和居然智居为发行人供应商及其关联方。

(2) 报告期内发行人对美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户。

请发行人：

(1) 说明报告期内向恒大地产和居然智居及其关联方采购情况，对比入股前后交易金额、交易定价，以及发行人同类业务向第三方采购价格分析发行人与恒大地产和居然智居及其关联方交易定价的公允性，是否存在利益输送或为发行人承担成本费用的情形。

(2) 说明报告期内对美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户的原因及合理性。

请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期内向恒大地产和居然智居及其关联方采购情况，对比入股前后交易金额、交易定价，以及发行人同类业务向第三方采购价格分析发行人与恒大地产和居然智居及其关联方交易定价的公允性，是否存在利益输送或为发行人承担成本费用的情形。

(一) 报告期内向恒大地产和居然智居及其关联方采购情况

报告期内，发行人存在向恒大集团、居然之家采购，具体情况如下：

单位：万元

供应商	采购内容	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
恒大集团	广告服务	305.24	159.20	-	1,415.09
居然之家	推广服务	25.02	943.40	-	-

恒大集团下属恒大足球俱乐部主要经营足球体育赛事的组织、策划和承办，

发行人向其采购中超联赛主场比赛现场的 LED 广告展示资源，以及全赛季训练基地场地广告牌展示资源等广告服务，目的是借助人们对体育项目及体育赛事的关注度，提升发行人整体品牌知名度和影响力。

居然之家（000785.SZ）系深交所主板上市公司，主要开展家居卖场实体店经营和连锁。2022 年，在房地产行业受政策调控的影响下，发行人进一步将销售中心转向零售市场，因此采购居然之家全国卖场的推广服务。**2023 年 1-6 月，发行人考虑推广效果后，减少采购居然之家的推广服务，全年合同金额减少，且推广活动主要集中在下半年进行，因此上半年对应采购金额较低。**

除此之外，报告期内发行人不存在其他向恒大地产和居然智居及其关联方采购的情况。

（二）对比入股前后交易金额、交易定价

1、居然智居入股前后交易情况

报告期内，居然智居 2019 年 9 月入股发行人前后，发行人与居然智居及其关联方并未有采购往来。发行人与居然之家的合作开始于 2022 年，主要系发行人经营战略有所调整，开始借助居然之家全国卖场进行推广。

2、恒大地产入股前后交易情况

报告期内，恒大地产 2019 年 9 月入股发行人前后，发行人均存在向恒大足球俱乐部采购广告服务。其中，2019 年、2020 年采购情况对比如下：

项目	2020 年	2019 年
合同金额	含税 1,500 万元	含税 1,000 万元
合同期限	2020.04.01 至 2020.12.31	2019.04.01 至 2019.12.31
广告服务	2020 年赛季中超联赛广州恒大主场比赛现场 LED 广告展示资源；广州恒大全赛季训练基地场地广告牌	2019 年赛季中超联赛广州恒大主场比赛现场 LED 广告展示资源；广州恒大全赛季训练基地场地广告牌
交易定价	影响定价因素主要为主场赛事数量和上一年比赛表现： （1）2020 年 1 月中国足球协会发布 2020 年中超联赛赛程（草案），恒大足球俱乐部主场比赛共 15 场 （2）2019 年赛季，广州恒大夺得中超联赛冠军，累计八次夺冠打破中超夺冠记录	影响定价因素主要为主场赛事数量和上一年比赛表现： （1）2019 年 2 月中国足球协会发布 2019 年中超联赛赛程，恒大足球俱乐部主场比赛共 13 场 （2）2018 年赛季，广州恒大不敌上海上港，错失中超联赛冠军

如上表所示，2019年、2020年发行人采购恒大足球俱乐部的广告服务资源相同，主要差别在广州恒大2020年赛季主场数量比2019年多，另外2019年赛季广州恒大夺得中超联赛冠军，且累计八次夺冠打破中超夺冠记录，相应广告价值增加，因此2020年发行人合同金额较2019年增加，具备合理性。

从2021年开始，发行人综合考虑市场环境影响和广告投放价值，大幅减少了采购恒大足球俱乐部的广告服务。其中，2021年考虑到恒大本身债务危机的负面影响以及恒大足球俱乐部主要球星的离开，广告投放性价比显著下降，发行人未进行采购；2022年发行人基于高性价比推广高端岩板的目的，选择重新采购2022年赛季中超联赛广州恒大主场比赛场地LED广告展示资源，但采购金额相比2020年显著下降，主要系恒大地产本身债务危机的负面影响仍未消除，恒大俱乐部战绩及影响力大幅下降，恒大足球品牌的商业价值大幅缩水所致。2023年1-6月采购金额有所增加，主要因采购广告展示时间增加（从每场比赛3分钟增加至8分钟），对应广告服务价值增加所致。

（三）对比发行人同类业务向第三方采购价格

1、卖场推广服务采购对比

2022年，发行人基于经营战略考虑，开始采购居然之家、红星美凯龙的卖场推广服务，居然之家和红星美凯龙均为上市公司，具体比较如下：

项目	居然之家	红星美凯龙
合同金额	含税 1,000 万元	含税 800 万元
合同期限	2022.01.01 至 2022.12.31	2022.01.01 至 2022.12.31
推广服务	发行人在有经销商入驻的居然之家卖场，采购居然之家营销资源，联合居然之家进行推广	发行人在有经销商入驻的红星美凯龙卖场，采购红星美凯龙的营销资源，联合红星美凯龙进行推广
交易定价	卖场向所有入驻商家共同发布相同的推广服务及价目，相同条件下卖场向商家的收费基本相同 截至 2022 年末，发行人经销商入驻居然之家的店面约 191 家，参考门店数量计算推广服务单价，对应单个门店的推广费用约为 5.24 万元	卖场向所有入驻商家共同发布相同的推广服务及价目，相同条件下卖场向商家的收费基本相同 截至 2022 年末，发行人经销商入驻红星美凯龙的店面约 162 家，参考门店数量计算推广服务单价，对应单个门店的推广费用约为 4.94 万元
卖场资源	根据居然之家 2021 年年度报告披露：截至 2021 年 12 月 31 日，公司在国内 29 个省、自治区及直辖市经营了 421 个家居卖场，包含 95 个直营卖场及 326 个加盟卖场	根据红星美凯龙 2021 年年度报告披露：截至 2021 年 12 月 31 日，公司经营 95 家自营商场，278 家委管商场，10 家战略合作商场，69 个特许经营家居建材项目，共包括 485 家家居建材

项目	居然之家	红星美凯龙
		店/产业街，覆盖全国 30 个省、直辖市、自治区的 224 个城市

如上表所示，发行人向居然之家、红星美凯龙采购推广服务，参考发行人经销商分别入驻居然之家、红星美凯龙卖场的门店数量计算推广服务单价，对应单个门店推广费用基本相同，不存在重大差异。

2、体育俱乐部广告服务采购对比

报告期内，发行人除向恒大足球俱乐部采购广告服务外，不存在向其他体育俱乐部采购广告服务的情形，无同类采购可进行对比。

（四）分析发行人与恒大地产和居然智居及其关联方交易定价的公允性，是否存在利益输送或为发行人承担成本费用的情形

综上，发行人采购恒大足球俱乐部的广告服务，系基于正常商业谈判、以市场化原则进行定价，价格具备公允性，且各期采购金额变化与采购的广告资源价值变化相匹配，符合发行人的广告投放策略，具备合理性。发行人采购居然之家的推广服务，与向红星美凯龙采购相比，定价方式类似，且参考发行人经销商入驻门店数量计算的单个门店推广费用基本相同，价格具备公允性，发行人采购居然之家推广服务系基于自身经营战略所需，具备合理性。报告期内，发行人向恒大俱乐部、居然之家采购金额合计占发行人营业收入的比例分别为 0.15%、0.00%、0.15% 和 0.09%，占比很小，对发行人经营业绩不构成重大影响，不存在利益输送或为发行人承担成本费用的情形。

二、说明报告期内对美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户的原因及合理性。

报告期内，发行人向美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户，系各种因素综合影响所致，包括发行人向战略客户倾斜更多的生产资源，采用更高的生产标准和质量要求，优品率更高，且结算信用期更长等，具备合理性。具体情况说明详见本问询回复之“6、关于股份质押”之“一”之“(二)”回复。

三、请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、统计报告期内发行人向恒大地产及其关联方、居然智居及其关联方的采购情况，查阅相关采购合同，了解采购内容、采购金额、交易定价等；

2、结合恒大地产、居然智居入股前后采购变化、发行人向第三方同类采购对比等，分析发行人采购价格的公允性；

3、查阅发行人与美的置业、保利地产、恒大地产签订的销售合同，了解发行人与美的置业、保利地产、恒大地产的结算安排、信用政策情况等，分析与其他直销客户的销售差异；

4、访谈美的置业、保利地产、恒大地产，了解发行人与美的置业、保利地产、恒大地产的商业模式、结算安排等；

5、获取发行人的销售明细表，对比美的置业、保利地产、恒大地产与其他直销客户销售单价、毛利率，并向发行人了解差异原因。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人存在向恒大地产的关联方恒大足球俱乐部采购广告服务、向居然智居的关联方居然之家采购推广服务，交易定价具备公允性，不存在利益输送或为发行人承担成本费用的情形；

2、报告期内，发行人向美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户，系各种因素综合影响所致，包括发行人向战略客户倾斜更多的生产资源，采用更高的生产标准和质量要求，优品率更高，且结算信用期更长等，具备合理性。

8、关于行政处罚

申报材料显示：

(1) 因发行人三水园区的子公司部分房产未取得施工许可证施工和未竣工验收投入使用，2021年9月被佛山市三水区住房和城乡建设和水利局合计处罚款369.88万元。

(2) 因江西园区一厂6#线生产线未履行环保验收手续即投入生产使用，存在未验收先投产的情形，宜春市高安生态环境局对江西新明珠处以罚款人民币30万元。

请发行人：

(1) 说明三水园区的子公司部分房产未取得施工许可证施工和未竣工验收的不动产权证书的办理进度，是否存在办理的实质障碍，是否存在被认定为违章建筑而拆除或受到行政处罚的风险，发行人应对措施。

(2) 根据三水园区的子公司部分房产所受行政处罚的处罚依据中关于处罚档次的具体规定，说明子公司所受具体处罚档次、收取罚金的具体百分比，分析是否属于情节严重的情形。

(3) 对照《证券期货法律适用意见第17号》相关规定分析上述行政处罚是否属于重大违法行为，是否构成本次发行上市的障碍。

请保荐人、发行人律师发表意见。

【回复】

一、说明三水园区的子公司部分房产未取得施工许可证施工和未竣工验收的不动产权证书的办理进度，是否存在办理的实质障碍，是否存在被认定为违章建筑而拆除或受到行政处罚的风险，发行人应对措施。

2021年9月，发行人三水园区子公司三水冠珠、三水惠万家、三水建陶工业因部分房产历史上存在未取得施工许可证施工，以及未竣工验收投入使用，受到佛山市三水区住房和城乡建设和水利局行政处罚。报告期内，发行人已执行完毕相关行政处罚，并根据佛山市三水区人民政府办公室出台的《关于印发三水区已建成但未完善手续建筑历史遗留问题处理操作规程的通知》（以下简称“《操作

规程通知》”）规定积极推进该等房产申请补办权属证书。佛山市三水区住房城乡建设和水利局已对发行人三水园区子公司就该等房产提交的房屋质量检测鉴定文件进行审核并予以备案，因此该等房产已办理完成施工许可及工程竣工验收备案等手续。截至本问询回复出具之日，该等房产正在按照《操作规程通知》规定依法办理房屋不动产权证书过程中，不存在办理的实质障碍。

发行人三水园区子公司该等房产已取得建设规划部门出具的房屋建设相关的全部许可文件，并已办理完成施工许可及工程竣工验收备案等手续，虽未取得权属证书，但不属于违章建筑。发行人三水园区子公司已因该等房产受到行政处罚并已执行完毕，不存在继续受到行政处罚的风险。

根据佛山市三水区住房城乡建设和水利局 2023 年 4 月 10 日出具的说明，相关房产正在依法办理房屋不动产权证书过程中，办理不存在实质障碍，不存在被认定为违章建筑而拆除或再次受到行政处罚的风险，不影响日常生产经营。

综上，发行人将继续积极推进该等房产依法依规办理权属证书。

二、根据三水园区的子公司部分房产所受行政处罚的处罚依据中关于处罚档次的具体规定，说明子公司所受具体处罚档次、收取罚金的具体百分比，分析是否属于情节严重的情形。

（一）根据三水园区的子公司部分房产所受行政处罚的处罚依据中关于处罚档次的具体规定

1、关于未取得施工许可证施工的处罚规定

根据住房和城乡建设部颁布的《建筑工程施工许可管理办法（2021 修订）》第十二条规定，对于未取得施工许可证的，由有管辖权的发证机关责令停止施工，限期改正，对建设单位处工程合同价款 1% 以上 2% 以下罚款。

根据佛山市住房和城乡建设管理局颁布的《佛山市住房和城乡建设管理局行政处罚自由裁量权标准》第 177 项的规定，未取得施工许可证的违法行为，情节轻微（指初次违法，未造成后果或危害后果轻微）的，责令停止施工，限期改正，对建设单位处工程合同价款 1% 以上 1.3% 以下罚款。

2、关于未竣工验收投入使用的处罚规定

根据国务院颁布的《建设工程质量管理条例（2019 修订）》第五十八条规定，违反本条例规定，建设单位有下列行为之一的，责令改正，处工程合同价款 2%以上 4%以下的罚款；造成损失的，依法承担赔偿责任：（一）未组织竣工验收，擅自交付使用的……

根据佛山市住房和城乡建设管理局颁布的《佛山市住房和城乡建设管理局行政处罚自由裁量权标准》第 92 项的规定，建设单位未组织竣工验收，擅自交付使用的违法行为，情节轻微（指未造成后果或造成轻微危害后果的）的，责令改正，处工程合同价款 2%以上 2.5%以下的罚款。

（二）说明子公司所受具体处罚档次、收取罚金的具体百分比，分析是否属于情节严重的情形

根据佛山市三水区住房城乡建设和水利局对发行人三水园区子公司下发的行政处罚，未认定违法行为情节严重，同时系根据《佛山市住房和城乡建设管理局行政处罚自由裁量权标准》第 177 项、第 92 项规定，按照情节轻微情形，就未取得施工许可证施工的违法行为，处以工程合同价款 1%的罚款，属于法定罚款幅度内的最低罚款标准；就未竣工验收投入使用的违法行为，处以工程合同价款 2%的罚款，属于法定罚款幅度内的最低罚款标准。

根据《佛山市住房和城乡建设管理局行政处罚自由裁量权标准适用规则》第六条第四款的规定，《佛山市住房和城乡建设管理局行政处罚自由裁量权标准》根据违法行为的具体情节，将违法程度分为“轻微”、“一般”、“严重”或“情节严重”的三个档次。发行人三水园区子公司均系按照《佛山市住房和城乡建设管理局行政处罚自由裁量权标准》第 177 项、第 92 项的“情节轻微”之规定进行处罚，因此不属于“情节严重”的情形。

三、对照《证券期货法律适用意见第 17 号》相关规定分析上述行政处罚是否属于重大违法行为，是否构成本次发行上市的障碍。

（一）对照《证券期货法律适用意见第 17 号》相关规定

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》之“三、关于《首次公开发行股票注册管理办法》第十三条‘国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为’的理解与适用”规定：

“涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为是指发行人及其控股股东、实际控制人违反相关领域法律、行政法规或者规章，受到刑事处罚或者情节严重行政处罚的行为。

有以下情形之一且中介机构出具明确核查结论的，可以不认定为重大违法行为：1. 违法行为轻微、罚款数额较小；2. 相关处罚依据未认定该行为属于情节严重的情形；3. 有权机关证明该行为不属于重大违法。

违法行为导致严重环境污染、重大人员伤亡或者社会影响恶劣等并被处罚的，不适用上述规定。”

（二）分析上述行政处罚是否属于重大违法行为，是否构成本次发行上市的障碍

1、佛山市三水区住房和城乡建设和水利局行政处罚

结合《证券期货法律适用意见第 17 号》规定，具体分析如下：

具体情形	是否适用	发行人具体情况
违法行为轻微、罚款数额较小	是	发行人三水园区子公司受佛山市三水区住房和城乡建设和水利局行政处罚，系按照《佛山市住房和城乡建设管理局行政处罚自由裁量权标准》第177项、第92项的“情节轻微”之规定进行处罚，且罚款情况属于法定罚款幅度内的最低罚款标准。
相关处罚依据未认定该行为属于情节严重的情形	是	根据佛山市三水区住房和城乡建设和水利局对发行人三水园区子公司下发的行政处罚，未认定违法行为情节严重。
有权机关证明该行为不属于重大违法	是	2021年12月29日，佛山市三水区住房和城乡建设和水利局出具证明，发行人三水园区子公司工程建设项目违法行为属于违法轻微情形，且在执法过程中，配合调查工作积极整改，违法行为已及时纠正，未造成不利后果，不属于“严重”或“情节严重”的行政违法行为。
违法行为导致严重环境污染、重大人员伤亡或者社会影响恶劣等并被处罚的	否	发行人三水园区子公司的违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果。

综上，发行人三水园区子公司受佛山市三水区住房和城乡建设和水利局行政处罚不属于重大违法行为，不构成本次发行上市障碍。

2、宜春市高安生态环境局行政处罚

2021年6月，因江西新明珠存在一厂6#线未验收先投入生产使用的未验先

投违法行为，宜春市高安生态环境局根据《建设项目环境保护管理条例》第二十三条第一款和《江西省环境保护行政处罚自由裁量权细化标准》的规定，对江西新明珠处以罚款人民币 30 万元。相关处罚依据如下：

(1) 《建设项目环境保护管理条例（2017 修订）》第二十三条规定，违反本条例规定，需要配套建设的环境保护设施未建成、未经验收或者验收不合格，建设项目即投入生产或者使用，或者在环境保护设施验收中弄虚作假的，由县级以上环境保护行政主管部门责令限期改正，处 20 万元以上 100 万元以下的罚款；逾期不改正的，处 100 万元以上 200 万元以下的罚款；对直接负责的主管人员和其他责任人员，处 5 万元以上 20 万元以下的罚款；造成重大环境污染或者生态破坏的，责令停止生产或者使用，或者报经有批准权的人民政府批准，责令关闭。

(2) 《江西省环境保护行政处罚自由裁量权细化标准》（赣环法字[2017]15 号）规定，违反本条例规定，需要配套建设的环境保护设施未建成、未经验收或者验收不合格，建设项目即投入生产或者使用，或者在环境保护设施验收中弄虚作假的，由县级以上环境保护行政主管部门责令限期改正，未备案《环境保护登记表》的，处 20-30 万元罚款；逾期不改正的，处 100-120 万元的罚款；对直接负责的主管人员和其他责任人员，处 5-8 万元的罚款；应编报《环境保护报告表》的，处以 30-60 万元罚款；逾期不改正的，处 120-160 万元的罚款；对直接负责的主管人员和其他责任人员，处 8-12 万元的罚款；应编报《环境保护报告书》的，处以 60-100 万元罚款；逾期不改正的，处 160-200 万元的罚款；对直接负责的主管人员和其他责任人员，处 12-20 万元的罚款。

结合《证券期货法律适用意见第 17 号》规定，具体分析如下：

具体情形	是否适用	发行人具体情况
违法行为轻微、罚款数额较小	是	根据《江西省环境保护行政处罚自由裁量权细化标准》的规定，应编报《环境保护报告表》的，处以30-60万元罚款。江西新明珠受到的30万元罚款属于法定罚款幅度内的最低罚款标准。
相关处罚依据未认定该行为属于情节严重的情形	是	江西新明珠的违法行为不属于《建设项目环境保护管理条例（2017修订）》规定的“重大环境污染或生态破坏的行为”。根据宜春市高安生态环境局对江西新明珠下发的行政处罚，未认定违法行为情节严重。

具体情形	是否适用	发行人具体情况
有权机关证明该行为不属于重大违法	是	2021年6月23日，宜春市高安生态环境局出具证明，江西新明珠1厂6#线已履行环境影响评价批复手续，环境保护设施达到验收要求，污染防治措施符合国家和地方的污染物排放标准，未导致环境污染，结合《江西省环境保护行政处罚自由裁量权细化标准》的规定，上述违法情形情节轻微，该行政处罚情形不属于重大违法违规情形。
违法行为导致严重环境污染、重大人员伤亡或者社会影响恶劣等并被处罚的	否	江西新明珠的违法行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果。

综上，江西新明珠受宜春市高安生态环境局行政处罚不属于重大违法行为，不构成本次发行上市障碍。

四、请保荐人、发行人律师发表意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅相关主管部门出具的行政处罚决定、发行人缴纳罚款的银行回单；
- 2、与发行人及其子公司相关部门负责人沟通了解相关行政处罚的背景事由、整改措施及整改效果、查阅相关整改书面文件；
- 3、查阅《关于印发三水区已建成但未完善手续建筑历史遗留问题处理操作规程的通知》等相关政策文件，查阅发行人三水园区子公司已取得的《建筑工程质量鉴定结论备案表》等许可文件，了解相关房产不动产权证书办理进度；
- 4、取得佛山市三水区住房和城乡建设和水利局关于受行政处罚相关房产补办房屋不动产权证书情况的说明；
- 5、查阅相关主管部门出具的行政处罚不属于重大违法违规的证明、政府主管部门出具的发行人及其子公司报告期内无重大违法违规的证明。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

- 1、发行人三水园区子公司相关房产正在补办权属证书过程中，不存在办理的实质障碍，不存在被认定为违章建筑而拆除或再次受到行政处罚的风险，不影

响日常生产经营。发行人将继续积极推进该等房产依法依规办理权属证书；

2、发行人三水园区子公司所受行政处罚系按照《佛山市住房和城乡建设管理局行政处罚自由裁量权标准》第 177 项、第 92 项的“情节轻微”之规定进行处罚，且属于法定罚款幅度内的最低罚款标准，不属于“情节严重”的情形；

3、对照《证券期货法律适用意见第 17 号》相关规定，发行人三水园区子公司受佛山市三水区住房和城乡建设和水利局行政处罚、江西新明珠受宜春市高安生态环境局行政处罚，均不属于重大违法行为，不构成本次发行上市的障碍。

9、关于经销收入

申报材料显示：

(1) 报告期内，发行人销售收入主要来源于经销模式，占主营业务收入的比例分别为 70.58%、70.90%、73.25%和 75.92%，直销模式收入主要为工程销售收入。发行人对经销商一般采用现款现货结算，仅对极少部分优质经销商提供授信。

(2) 报告期内，发行人前五大经销商包括鑫明珠建材（深圳）有限公司、重庆三辉建材发展有限公司等，除广州恒德建材有限公司员工人数超 100 人外，其他主要经销商员工人数介于 50-100 人。

(3) 报告期内，发行人存在部分前员工、董监高近亲属设立的经销商，广州恒德建材有限公司等 9 家经销商是前员工唐小梅所控制，9 家经销商分别为 8,039.00 万元、7,451.92 万元、14,317.54 万元和 8,760.54 万元；佛山市众一建材有限公司是前员工吴明锋控制的经销商，销售额分别为 3,105.18 万元、4,187.98 万元、6,244.91 万元和 4,127.06 万元。

(4) 2020 年至今，发行人退出经销商数量分别为 1,220 家、683 家、844 家，新增经销商数量与退出经销商数量的比例分别为 67.70%、153.44%、103.20%。

(5) 报告期内，发行人各期销售返利占经销收入比例分别为 1.72%、2.32%、2.26%和 1.20%，2022 年 1-9 月计提比例较低，主要是市场需求疲软，经销商任务完成情况不达预期。

请发行人：

(1) 说明主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的经营地点、经营历史、经营模式和下游客户情况，向前述经销商销售规模与其经营地点、经营面积、员工数量及业务规模的匹配性，销售发行人产品占该经销商业务收入的占比情况及其合理性，经销商期末库存是否处于合理水平。

(2) 说明前员工唐小梅控制 9 家经销商的合理性，发行人获取经销商库存信息所依据的文件及其可靠性。

(3) 结合退出经销商数量占经销商总数量的比例情况，说明发行人经销商的稳定性，变动比例是否处于合理水平，说明各期新增经销商数量与退出经销商数量的比例差异较大的原因，新增、退出经销商的标准及合理性。

(4) 说明计提销售返利的具体方法，结合报告期内计提返利与实际执行的差异情况及准确性，说明销售返利计提的充分性。

(5) 说明发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方是否存在除产品销售以外的资金往来。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并且：

(1) 说明对经销收入核查是否符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求，依规出具专项说明，说明针对经销收入所采取的核查程序、核查方法、核查比例、核查证据及核查结论，包括但不限于内部控制测试、实地走访、分析性复核、函证、抽查监盘、资金流水核查等方法；如未采取前述核查方法的，请充分说明原因及采取的替代程序。

(2) 说明发行人日常经营活动是否高度依赖信息系统，如是，严格按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求开展信息系统专项核查，并提供专项核查报告。

(3) 根据证监会《监管规则适用指引——发行类第 5 号》“5-15 资金流水核查”的要求进行资金流水核查，提供专项核查报告。

【回复】

一、说明主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的经营地点、经营历史、经营模式和下游客户情况，向前述经销商销售规模与其经营地点、经营面积、员工数量及业务规模的匹配性，销售发行人产品占该经销商业务收入的占比情况及其合理性，经销商期末库存是否处于合理水平。

(一) 说明主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的经营地点、经营历史、经营模式和下游客户情况

报告期内，发行人各期前五大经销商经营地点、经营历史、经营模式和下游客户情况如下：

主要经销商	经营地点	经营历史	经营模式	下游客户
陕西盛世美居建材有限公司	注册地址陕西省西安市未央区大明宫建材家居批发基地陶瓷洁具精品B区1排14-21号	2013年合作至今	经销模式	个人消费者以及部分区域性工程客户
鑫明珠建材(深圳)有限公司	注册地址深圳市罗湖区笋岗街道文锦北路田贝花园裙楼田贝建材市场一楼A76	2008年合作至今		
重庆三辉建材发展有限公司	注册地址重庆市九龙坡区火炬大道99号4幢19-1、19-2	2008年合作至今		
深圳市华慈实业有限公司	注册地址深圳市龙华区民治街道民泰社区翠岭华庭1栋8220B	2004年合作至今		
杭州稻盛建材有限公司	注册地址浙江省杭州市西湖区古墩路808号杭州新时代家居生活广场G座1楼1-2号、17-18号	2016年合作至今		
广州恒德建材有限公司	注册地址广州市天河区黄埔大道中299号西6-101、102铺	2008年合作至今		
南通冠领贸易有限公司	注册地址南通市绿墅湾1幢B1052室	2012年合作至今		
佛山市众一建材有限公司	注册地址佛山市禅城区陶博大道29号科明达国际商务中心23层2301房	2011年合作至今		

报告期内,发行人前员工和董监高近亲属设立的经销商经营地点、经营历史、经营模式和下游客户情况如下:

其他经销商	类型	经营地点	经营历史	经营模式	下游客户
广州恒德建材有限公司	前员工唐小梅控制的经销商	注册地址广州市天河区黄埔大道中299号西6-101、102铺	2008年合作至今	经销模式	个人消费者以及部分区域性工程客户
佛山市鼎盛建材有限公司		注册地址佛山市禅城区石湾镇街道雾岗路鸿艺陶瓷河南工业大道三座首层第5-7号			
广东聚贤建材有限公司		注册地址佛山市禅城区南庄镇陶博大道15号十一楼C区			
广州唐冠建材有限公司		注册地址广州市黄埔区黄埔大道东856号1702-B室			
广州市花都区花城盈创陶瓷经营部		注册地址广州市花都区经济技术开发区永昌路10号之一			
广东八九装饰材料有限公司		注册地址佛山市南海区丹灶镇华南五金产业基地新安工业区新达路7号厂房之六			
广州恒唐建材有限公司		注册地址广州市黄埔区黄埔大道东856号1704-A室			

其他经销商	类型	经营地点	经营历史	经营模式	下游客户
广东明珠恒德国际贸易有限公司		注册地址广州市黄埔区黄埔大道东 856 号 1702-A 室			
广东唐加华建材有限公司		注册地址广州市花都区狮岭镇三东大道西 55 号之喜业装饰城			
佛山市众一建材有限公司	前员工吴明锋控制的经销商	注册地址佛山市禅城区陶博大道 29 号科明达国际商务中心 23 层 2301 房	2011 年合作至今		
清远市好砖家建材有限公司	董事陈先辉弟弟陈科控制的经销商	注册地址清远市美吉特华南装饰城 A4 栋一层	2013 年合作至今		
LA PERLA LIMITED	监事李列林儿子李泉控制的经销商	销售区域包括新西兰、澳大利亚	2016 年合作至今		

(二) 向前述经销商销售规模与其经营地点、经营面积、员工数量及业务规模的匹配性，销售发行人产品占该经销商业务收入的占比情况及其合理性

报告期内，发行人向各期前五大经销商以及前员工和董监高近亲属设立的经销商销售规模及其匹配性情况如下：

单位：万元、平方米、人

经销商	与发行人交易额	经营地点	经营面积	员工数量	业务规模
鑫明珠建材（深圳）有限公司	15,893.63	详见本问询问题之“一”之“（一）”回复	1,000-5,000	50-100	2 亿元左右
广州恒德建材有限公司	13,292.92		5,000 以上	100-200	2 亿元左右
杭州稻盛建材有限公司	10,083.83		1,000-5,000	50-100	1.3-1.5 亿元
深圳市华慈实业有限公司	8,187.63		5,000 以上	50-100	1 亿元左右
陕西盛世美居建材有限公司	7,255.89		1,000-5,000	50-100	1 亿元左右
佛山市众一建材有限公司	5,806.08		500-1,000	50-100	6-8 千万
南通冠领贸易有限公司	5,269.59		1,000-5,000	50-100	6-8 千万
重庆三辉建材发展有限公司	2,709.94		1,000-5,000	50-100	3-5 千万
LA PERLA LIMITED	266.45		100-500	10-50	4 百万左右
清远市好砖家建材有限公司	176.30		100-500	10-50	2 百万左右

注 1：存在多个主体的经销商，相关数据合并统计；

注 2：与发行人交易额为 2022 年与发行人交易额，业务规模为其 2022 年总销售额。

发行人主要经销商员工数量均在 50 人以上，个别超过 100 人；经营面积均在 1,000 平方米以上，个别在 500-1,000 平方米；整体业务规模较大，与发行人向其销售额相匹配。其中经销商经营面积与其下游客户结构相关，下游客户以个

人消费者为主的经销商往往设有大型门店或卖场以及仓库，下游客户以区域性工程客户为主的经销商通常仅有小型门店或办事处以及仓库。杭州稻盛建材有限公司、鑫明珠建材（深圳）有限公司下游以区域性工程客户为主，因而经营面积相比交易规模接近的广州恒德建材有限公司略小，有其合理性。

此外，清远市好砖家建材有限公司、LA PERLA LIMITED 员工数量在 10-50 人，经营面积在 100-500 平方米，业务规模与发行人向其销售额相匹配。

发行人与前述经销商已签署经销商协议，约定经销商代理发行人品牌的同时，未经同意不得销售其他竞争对手产品。在此情况下，前述经销商业务收入绝大部分来自于销售发行人产品（占比超过 95%）。与此同时，个别经销商为满足客户一站式采购需求，亦会配套销售其他建材产品，故有少量业务收入不来自销售发行人产品，有其合理性。

（三）经销商期末库存是否处于合理水平

中介机构对发行人主要经销商进行了实地走访，现场查看其进销存数据及仓库存货情况，同时对其仓库执行抽查盘点程序，抽查部分存货并与进销存记录进行对比核实。在此基础上，中介机构通过函证与经销商确认期末库存数据，并同其与发行人交易额进行匹配分析。具体如下：

单位：万元、天

经销商	与发行人交易额	期末存货	期末库存占交易额比例	经销商备货周期
鑫明珠建材（深圳）有限公司	15,893.63	1,028.00	6.47%	23.61
广州恒德建材有限公司	13,292.92	1,292.51	9.72%	35.49
杭州稻盛建材有限公司	10,083.83	589.36	5.84%	21.33
深圳市华慈实业有限公司	8,187.63	1,165.00	14.23%	51.94
陕西盛世美居建材有限公司	7,255.89	902.00	12.43%	45.37
佛山市众一建材有限公司	5,806.08	801.00	13.80%	50.35
南通冠领贸易有限公司	5,269.59	328.34	6.23%	22.74
重庆三辉建材发展有限公司	2,709.94	448.65	16.56%	60.43
LA PERLA LIMITED	266.45	34.00	12.76%	46.58
清远市好砖家建材有限公司	176.30	20.00	11.34%	41.41

注 1：存在多个主体的经销商，相关数据合并统计；

注 2：经销商备货周期=期末库存占交易额比例*365；

注 3：与发行人交易额为 2022 年与发行人交易额，期末存货为 2022 年期末存货金额。

发行人经销商通常备货周期为 2-3 个月，对应存货金额占全年交易额水平约在 15%-25%之间，同时因一季度属于销售淡季，一般年末备货相对减少，另外不同经销商因下游客户结构差异，备货情况也有所差异。发行人经销商下游客户包括个人消费者、区域性工程客户等，其中个人消费者采购分散，订单规模小，经销商一般需事先进行备货；而区域性工程客户采购集中，订单规模相对较大，经销商在接到订单后直接通知发行人安排生产，一般无需进行备货。

上述经销商期末库存占全年交易额比例均未超过 20%，对应备货周期在 3 个月以内，未出现明显偏高情形，整体处于合理水平。其中，深圳市华慈实业有限公司、陕西盛世美居建材有限公司、佛山市众一建材有限公司、重庆三辉建材发展有限公司期末库存占全年交易额比例在 15%左右，处于年末合理水平；而广州恒德建材有限公司期末库存占全年交易额比例在 10%左右，主要因其下游客户包括一定比例的区域性工程客户，因而备货需求相对减少，备货周期有所缩短，具有合理性；另外鑫明珠建材（深圳）有限公司、杭州稻盛建材有限公司、南通冠领贸易有限公司期末库存占全年交易额比例在 6%左右，主要因其下游客户以区域性工程客户为主，导致整体备货较少，备货周期较短，具有合理性。

二、说明前员工唐小梅控制 9 家经销商的合理性，发行人获取经销商库存信息所依据的文件及其可靠性。

（一）说明前员工唐小梅控制 9 家经销商的合理性

唐小梅毕业于江西景德镇陶瓷学校，具有陶瓷专业背景，1999 年加入发行人，担任分厂厂长，于 2004 年离职创业，并在 2008 年首次成为发行人广州地区经销商。此后陆续开拓中山市、惠州市、佛山市等地市场，并先后设立广州恒德建材有限公司等 9 家主体，负责不同市场区域或侧重不同产品类型。具体情况如下：

经销商	定位及分工
广州恒德建材有限公司	销售区域为广州市天河、越秀、海珠等主要辖区
佛山市鼎盛建材有限公司	销售区域为佛山市禅城、南海、三水等主要辖区
广东聚贤建材有限公司	销售区域为惠州市龙门县
广州唐冠建材有限公司	销售区域为中山市黄圃镇
广州恒唐建材有限公司	销售区域为中山市部分辖区

经销商	定位及分工
广州市花都区花城盈创陶瓷经营部	销售区域为广州市花都区，主要面向零售市场
广东八九装饰材料有限公司	销售区域为佛山市部分辖区，主要销售陶瓷板材
广东明珠恒德国际贸易有限公司	销售区域为广州市黄埔区，主要面向部分境外客户
广东唐加华建材有限公司	销售区域为杭州萧山区，主要开拓省外市场

如上表所示，唐小梅控制 9 家经销商，主要因其市场开拓策略需要，有其合理性。

（二）发行人获取经销商库存信息所依据的文件及其可靠性

发行人经销商主要根据其自身规模大小、资金周转情况、库存水平、下游客户的类型与需求情况来决定自身的采购频率及备货周期。发行人与经销商采取买断式销售，经销商的采购决策、库存管理和产品销售均由其自主决定，发行人未将经销商进销存明细数据纳入系统进行管理，而是主要通过业务人员了解其销售及库存整体情况。

报告期内，中介机构通过实地走访、仓库监盘、函证等不同方式，了解和核实经销商的库存信息，具体程序执行情况详见《关于发行人经销商模式相关情况的专项说明》。核查手段包括通过实地走访，现场查看经销商进销存数据，查看其仓库存货情况，并对其仓库进行抽查盘点，抽查部分存货与进销存记录进行对比核实，同时通过函证与经销商确认期末库存数据，并同其与发行人交易额进行匹配分析。

综上，中介机构通过多方式、系统性核查手段，核实经销商期末库存信息真实性，综合分析判断其合理性。经核查，未发现经销商库存信息存在明显异常，因此经销商库存信息具备可靠性。

三、结合退出经销商数量占经销商总数量的比例情况，说明发行人经销商的稳定性，变动比例是否处于合理水平，说明各期新增经销商数量与退出经销商数量的比例差异较大的原因，新增、退出经销商的标准及合理性。

（一）结合退出经销商数量占经销商总数量的比例情况，说明发行人经销商的稳定性，变动比例是否处于合理水平

按照上期没交易而本期有交易作为新增经销商的标准，按照上期有交易而本

期没交易作为退出经销商的标准，统计发行人报告期内各期新增、退出经销商情况如下：

单位：家、万元

2023年1-6月					
变动情况	数量	数量占比	收入	收入占比	收入/数量
新增	422	12.88%	13,760.60	5.27%	32.61
退出	940	24.78%	16,722.21	3.06%	17.79
2022年					
变动情况	数量	数量占比	收入	收入占比	收入/数量
新增	1,017	26.81%	47,144.23	8.62%	46.36
退出	828	22.97%	17,176.96	2.78%	20.75
2021年					
变动情况	数量	数量占比	收入	收入占比	收入/数量
新增	1,048	29.07%	59,766.29	9.68%	57.03
退出	683	21.08%	13,039.86	2.36%	19.09
2020年					
变动情况	数量	数量占比	收入	收入占比	收入/数量
新增	826	25.49%	53,297.79	9.65%	64.53
退出	1,220	33.58%	22,106.09	3.91%	18.12

注1：新增经销商数量占比、收入占比为其占当年经销商数量、总经销收入比例，退出经销商数量占比、收入占比为其占上一年经销商数量、总经销收入比例；

注2：2023年1-6月数据未进行年化处理。

发行人存在一定数量的小型经销商，报告期内销售额在50万元以下的经销商数量分别为1,573家、1,771家、2,059家和**1,608家（2023年1-6月按照销售额在25万元以下进行统计）**，占总经销商数量接近一半，发行人经销商分布具有较明显长尾特点。同时，发行人对经销商实行评级考核制度，进行动态管理，具体表现为不断引入更有潜力的优质经销商，同时淘汰销售任务完成率低或不再符合发展标准的经销商。

报告期内，发行人退出经销商数量占比分别为33.58%、21.08%、22.97%和**24.78%**，退出经销商对应单家收入约20万元，主要为小型经销商。该类小型经销商资金实力小，仅辐射三四线及以下城市的特定细分区域市场，抗风险能力有限。2020年因市场环境波动，有较大数量比例的小型经销商受影响而退出，此后2021年、2022年和**2023年上半年**，退出经销商数量占比有所回落并保持相

对稳定。

因此，发行人退出经销商主要为小型经销商，该类小型经销商因外部市场环境变动，自身业务拓展不及预期，或者自身经营策略调整等各种原因，而未延续与发行人合作。在此情况下，发行人退出经销商数量较多，同时也不断引入一定数量的新经销商，因而新增及退出经销商数量占比较高，变动比例处于合理水平。发行人核心经销商不存在退出情形，整体具备稳定性。

（二）说明各期新增经销商数量与退出经销商数量的比例差异较大的原因，新增、退出经销商的标准及合理性

报告期内，发行人新增经销商数量占比分别为 25.49%、29.07%、26.81%和 **12.88%**，退出经销商数量占比分别为 33.58%、21.08%、22.97%和 **24.78%**，存在一定差异。其中 2020 年因市场环境波动，宏观经济下行，较多小型经销商销售受到影响，导致退出比例较高，且新增比例不高。2021 年开始因“三道红线”调控政策全面实行，部分房地产商出现流动性风险和债务危机，为此发行人积极采取措施，谨慎开展工程业务，同时加大经销渠道布局，加速区域市场下沉，新开拓了较多三四线及以下城市小型经销商，导致 2021 年和 2022 年新增经销商数量比例明显高于退出比例。**2023 年 1-6 月发行人新增经销商数量占比偏低，主要因统计期间仅有半年；而退出经销商从年初即退出，因此统计数量占比不受半年期间影响，导致新增占比明显低于退出占比。**

新增经销商标准为上期没交易而本期有交易的经销商，退出经销商标准为上期有交易而本期没交易的经销商。由于变动的多为小型经销商，通常在其周边一定区域内开展业务，退出后其签约的销售区域往往将引入新经销商或转给其他经销商，一般不存在退出后重新合作的情形。因此按前述标准统计发行人新增及退出经销商能够较好衡量变动情况，具有合理性。

四、说明计提销售返利的具体方法，结合报告期内计提返利与实际执行的差异情况及准确性，说明销售返利计提的充分性。

（一）说明计提销售返利的具体方法

报告期内，发行人主要返利政策如下：

类别	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
首期发货奖	5%	5%	5%	5%
季度任务奖	1-3.5%	1-3.5%	1-3.5%	1-3.5%
年度任务奖	1-3.5%	1-3.5%	1-3.5%	1-3.5%
履约补贴	0.3%及 2,000-16,000元	0.2%及 3,000-15,000元	0.2%及 3,000-12,000元	0.2%及 3,000-12,000元
专卖店装修补贴	以装修补贴协议 具体约定为准	以装修补贴协议 具体约定为准	以装修补贴协议 具体约定为准	3%

其中，各类销售返利具体计提方法如下：

- 1、首期发货奖：一般在1月份发货量达到一定任务量时计提。
- 2、季度任务奖、年度任务奖：根据签约的年度经销合同中大类产品的合同任务额完成情况确定，分别在各季度期后、各年度期后根据经销商的实际销售情况，达到一定的任务额时计提。
- 3、履约补贴：首先，在经销商签订合同确认销售目标且缴纳合同履行保证金后计提0.2%-0.3%作为履约补贴。其次，根据前述年度任务总额的完成度确定，对应补贴额度3,000-12,000元，2022年最高补贴提高至15,000元，2023年1-6月将补贴额度区间调整为2,000-16,000元。
- 4、专卖店装修补贴：2020年在经销商缴纳足额保证金、完成合同任务额的50%以上，且专卖店装修情况得到发行人验收合格时计提，从2021年开始一事一议并以装修补贴协议具体约定为准。

（二）结合报告期内计提返利与实际执行的差异情况及准确性

报告期内，发行人严格依据销售返利政策、与经销商签订的经销协议约定计提销售返利，发行人计提返利与实际执行的差异情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
返利计提金额	3,814.64	7,138.32	13,982.30	12,831.86
返利实际执行金额	1,514.54	7,138.32	13,881.63	12,752.30
实际执行差异金额	2,300.10	-	100.67	79.56
返利兑现率	39.70%	100.00%	99.28%	99.38%

注：数据统计截至2023年8月31日。

如上表所示，2020-2022年发行人各期销售返利计提金额与实际执行金额差

异较小，发行人销售返利计提准确，不存在少计或异常情形。2023年1-6月销售返利计提金额与实际执行金额存在差异，主要因为部分返利项目如年度任务奖等为每月预提，到年底根据经销商全年业绩完成情况核定后方可兑现，导致期中返利兑现率较低。

（三）说明销售返利计提的充分性

发行人对经销商销售返利计提建立了内控制度。发行人财务部门负责核算经销商返利，各月进行系统的计算及维护，系统通过经销发货的出库单生成经销商销售明细，根据经销商签订的对应的合同任务额确定其对应档次的奖励比例并维护进系统，系统根据销售返利计算规则，自动计算销售返利金额，各期计算完毕后，会计进行复核计算，并交由部门主管审核及批准发出。

报告期内，发行人各期销售返利占经销收入比例如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
经销收入	261,218.09	546,752.67	617,432.22	552,508.58
计提返利	3,814.64	7,138.32	13,982.30	12,831.86
返利比例	1.46%	1.31%	2.26%	2.32%

2022年经销商销售返利的计提比例较低，主要是市场需求疲软，经销商任务完成情况不达预期所致，具有合理性。2023年1-6月市场需求有所回暖，经销商销售返利计提比例较去年略有升高。结合前文分析，报告期内发行人各期销售返利计提金额与实际执行金额差异较小，发行人已准确、充分计提销售返利。

五、说明发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方是否存在除产品销售以外的资金往来。

中介机构已按照《监管规则适用指引——发行类第5号》的要求进行资金流水核查，具体核查情况详见专项核查报告。经核查，报告期内发行人及其关联方与经销商及其关联方存在以下资金往来：

1、2020年，发行人关联方新明珠企业集团与广州恒德建材有限公司（以下简称“广州恒德”）协商共同投资贵州省仁怀市茅台镇糊涂酒业（集团）有限公司（以下简称“糊涂酒业”），初始投资时由新明珠企业集团统一以借款方式对投

资标的进行出资并形成债权，其中包括拟代广州恒德出资的 1,100 万元。2021 年 3 月，新明珠企业集团向广州恒德转让前述约定借款份额并收取价款 1,100 万元。2022 年 3 月，经协商广州恒德放弃债转股并退出投资，新明珠企业集团受让广州恒德所持借款份额，并向广州恒德支付借款本金 1,100 万元以及持有期间对应享有糊涂酒业利息收益 89.45 万元。

2、2020 年 8 月，发行人关联方佛山市盛世明珠股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“盛世明珠”）拟在贵州投资酒业项目，广州恒德参与投资，认缴盛世明珠 500 万元出资份额并实缴了 100 万元。2022 年 1 月，经协商广州恒德决定退出持股，新明珠企业集团向广州恒德支付 100 万元受让其全部认缴的盛世明珠份额，之后广州恒德按照出资份额占比支付对应亏损金额 16.78 万元。

除上述情形外，发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方不存在其他除产品销售等正常业务开展以外的资金往来。

六、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人经销商名单，取得并检查发行人向主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的销售明细，统计各期销售额；

2、查阅主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的销售合同；

3、向发行人了解与经销商的合作情况，结合对经销商的实地走访，了解经销商的实际经营情况；

4、结合实地走访，现场查看经销商进销存数据、仓库存货情况，同时对仓库执行盘点程序，抽查部分存货并与进销存记录进行对比核实；

5、通过函证与经销商确认期末库存数据，并与销售额进行匹配分析；

6、访谈发行人前员工唐小梅，了解其在发行人处任职情况，以及成为发行人经销商的背景、原因及合理性；

7、获取发行人经销商销售明细，分析各期经销商新增及退出数量，对应销售收入情况，了解新增及退出原因和合理性；

8、查阅发行人报告期内销售返利政策，并获取经销商销售合同，了解合同约定是否与销售返利政策一致；

9、了解发行人销售返利计提方法及内部控制制度，复核发行人销售返利计提情况，与实际执行情况进行比对，分析销售返利计提的准确性和充分性；

10、结合对发行人及其关联方的银行流水核查，核实发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方的资金往来情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人向主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商销售规模与其经营地点、经营面积、员工数量及业务规模具有匹配性，前述经销商销售发行人产品占其业务收入比例具有合理性，经销商期末库存处于合理水平；

2、发行人前员工唐小梅控制 9 家经销商具有合理性；发行人主要通过业务人员了解经销商销售及库存整体情况；中介机构通过实地走访、仓库监盘、函证等不同方式，了解和核实经销商库存信息，未发现存在明显异常，因此经销商库存信息具备可靠性；

3、发行人经销商整体具有稳定性，报告期内变动比例处于合理水平，新增、退出经销商的标准具有合理性；

4、报告期内，发行人严格依据销售返利政策、与经销商签订的经销协议约定计提销售返利，销售返利计提与实际执行情况差异较小，销售返利计提准确，不存在少计或异常情形；发行人已充分计提对经销商的销售返利；

5、报告期内，发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方存在除产品销售等正常业务开展以外的资金往来，经核查均具有真实商业背景，具备合理性；

6、中介机构对经销商收入的核查符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求，已依规出具专项说明；

7、发行人日常经营活动未高度依赖信息系统，中介机构已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求进行核查并出具专项核查报告；

8、中介机构已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求进行资金流水核查并出具专项核查报告。

10、关于客户和其他业务收入

申报材料显示：

(1) 报告期内，发行人销售金额大幅减少的客户（按照相较上一期销售金额下降幅度超过 50%且减少金额超过 1,000 万元作为统计标准）主要为恒大地产、融创地产、越秀地产等客户，部分客户是因客户资信状况出现波动，发行人为降低风险，主动采取措施，控制与其交易额。

(2) 从前五大陶瓷板材客户横向对比，除中海地产整体价格因结算方式差异而较高外，其他客户不存在显著差异。

(3) 报告期内，发行人其他业务收入分别为 5,372.10 万元、4,249.54 万元、6,394.42 万元、4,166.63 万元，主要来源于废旧物资处置、房产出租等，其他业务贡献的毛利分别为 4,633.16 万元、3,748.03 万元、2,226.90 万元、3,044.90 万元。

请发行人：

(1) 按客户类型或者下降主要原因区分，说明发行人向部分客户销售金额大幅减少的背景及主要影响，相关客户的结算方式、账期及收款等是否存在重大变化，直销收入确认是否谨慎。

(2) 说明对中海地产的具体结算方式及对销售价格的影响，对经销商提供账期的具体情况及合理性，期后回款情况是否正常；结合前述情况说明是否存在通过提供账期刺激销售的情形。

(3) 说明其他业务的主要构成及毛利率水平合理性，废旧物资处置金额的合理性，是否已完整入账；结合生产特点说明是否存在生产废料及其处理情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、按客户类型或者下降主要原因区分，说明发行人向部分客户销售金额大幅减少的背景及主要影响，相关客户的结算方式、账期及收款等是否存在重大变化，直销收入确认是否谨慎。

(一) 按客户类型或者下降主要原因区分，说明发行人向部分客户销售金额大幅减少的背景及主要影响

按照相较上一期销售金额下降幅度超过 50% 且减少金额超过 1,000 万元作为统计标准，作为发行人销售金额大幅减少的客户。报告期内，发行人向部分客户销售金额大幅减少，主要原因可区分为以下几类：

1、因工程客户资信状况原因，发行人主动控制销售金额

该类客户主要为房地产商，为发行人直销客户。发行人向该类客户销售金额大幅减少的背景是：受房地产行业政策调控影响，导致该类客户出现流动性风险和债务危机，发行人认定其存在较大信用风险，并主动控制对其销售规模，因而导致发行人向其销售金额大幅减少。具体情况如下：

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	主要影响
1	恒大地产	2022 年	大型民营房地产商，港股上市公司	2021 年销售额 61,208 万元，2022 年销售额 30,516 万元，下降 50.14%
2	融创地产	2022 年	大型民营房地产商，港股上市公司	2021 年销售额 10,405 万元，2022 年销售额 2,920 万元，下降 71.94%
3	东原地产	2022 年	大型民营房地产商，上市公司迪马股份地产子公司	2021 年销售额 2,766 万元，2022 年销售额 203 万元，下降 92.67%
4	融信集团	2022 年	大型民营房地产商，港股上市公司	2021 年销售额 2,019 万元，2022 年销售额 545 万元，下降 73.01%
5	旭辉集团	2022 年、 2023 年 1-6 月	大型民营房地产商，港股上市公司	2021 年销售额 7,073 万元，2022 年销售额 3,514 万元，下降 50.32%； 2022 年销售额 3,514 万元，2023 年 1-6 月销售额 466.99 万元，年化后下降 73.42%
6	花样年	2021 年	大型民营房地产商，港股上市公司	2020 年销售额 2,454 万元，2021 年销售额 991 万元，下降 59.61%

2、因存量项目需求减少，发行人对工程客户销售金额减少

该类客户主要为房地产商，为发行人直销客户。发行人向该类客户销售金额大幅减少的背景是：发行人与该类客户合作工程项目，因存量合作项目进入后期阶段后需求大幅减少，导致发行人向其销售金额大幅减少。具体情况如下：

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	主要影响
1	华侨城	2023年1-6月	大型国有房地产商，A股上市公司	2022年销售额2,422.48万元，2023年1-6月销售额180.68万元，年化后下降85.08%
2	越秀地产	2022年	大型国有房地产商，港股上市公司	2021年销售额8,868万元，2022年销售额1,507万元，下降83.00%
3	中国铁建	2021年	大型国有综合建设集团，A股上市公司	2020年销售额2,007万元，2021年销售额377万元，下降81.21%
4	保利地产	2021年	大型国有房地产商，A股上市公司	2020年销售额6,846万元，2021年销售额2,054万元，下降69.99%

前述客户与发行人的商业合作关系正常，新的合作协议或采购协议正在商业谈判中，其中发行人与保利地产已完成签署新的战略合作协议，预计未来销售额将会回升。

3、经销商因下游需求波动，向发行人采购金额减少

该类客户主要为经销商。发行人向该类客户销售金额大幅减少的背景是：受报告期内市场需求波动特别是区域内工程项目需求减少影响，该类客户根据其自身销售情况和需求预测减少向发行人采购。具体情况如下：

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	主要影响
1	佛山市璟康陶瓷有限公司	2023年1-6月	经销商	2022年销售额1,363.07万元，2023年1-6月销售额160.82万元，年化后下降76.40%
2	绍兴市上虞冠美贸易有限公司	2023年1-6月	经销商	2022年销售额1,825.20万元，2023年1-6月销售额287.17万元，年化后下降68.53%
3	增城市荔城华泰建筑装饰材料商场	2023年1-6月	经销商	2022年销售额2,332.00万元，2023年1-6月销售额397.52万元，年化后下降65.91%
4	北京普华永利建材有限公司	2022年	经销商	2021年销售额3,528万元，2022年销售额1,242万元，下降64.79%；2022年销售额1,242万元，2023年1-6月销售额27.76万元，年化后下降95.55%
5	赤峰市浪鲸陶瓷有限公司	2022年	经销商	2021年销售额2,843万元，2022年销售额1,017万元，下降64.23%
6	商丘浩然建材有限公司	2022年	经销商	2021年销售额1,422万元，2022年销售额289万元，下降79.71%
7	济南春海棠建材有限公司	2022年	经销商	2021年销售额1,767万元，2022年销售额456万元，下降74.21%
8	深圳萨美特陶瓷建材有限公司	2022年	经销商	2021年销售额1,331万元，2022年销售额246万元，下降81.55%
9	台山市富升建材有限公司	2022年	经销商	2021年销售额1,908万元，2022年销售额872万元，下降54.30%
10	新疆好理想建材有限公司	2022年	经销商	2021年销售额2,137万元，2022年销售额835万元，下降60.94%

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	主要影响
11	浙江培苗装饰材料有限公司	2022年	经销商	2021年销售额2,532万元, 2022年销售额1,223万元, 下降51.69%
12	重庆三辉建材发展有限公司	2021年	经销商	2020年销售额10,931万元, 2021年销售额3,174万元, 下降70.96%
13	德清佳浩陶瓷有限公司	2021年	经销商	2020年销售额2,807万元, 2021年销售额1,231万元, 下降56.15%
14	上海灏顺贸易有限公司	2021年	经销商	2020年销售额1,978万元, 2021年销售额753万元, 下降61.93%
15	青岛东泓天成商贸有限公司	2021年	经销商	2020年销售额1,153万元, 2021年销售额78万元, 下降93.22%

发行人已建立完善的经销商管理体系, 制定《经销商管理规定》制度, 对经销商实施动态管理。发行人每年与经销商签订销售合同, 给予其在特定区域销售发行人产品的权利, 并约定每年每月的销售任务额, 若未达标则有权减少其销售区域或取消合作。

4、发行人与经销商基于各自经营考虑, 减少合作导致销售额下降

该类客户主要为经销商。发行人向该类客户销售金额大幅减少的背景是: 部分经销商因自身经营策略变化, 转行或转向合作其他品牌; 部分经销商因销售情况不达预期, 发行人减少其销售区域或取消合作。具体情况如下:

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	交易影响
1	东莞市东日陶瓷有限公司	2022年	经销商, 2022年停止合作	2021年销售额1,111万元, 2022年销售额92万元, 下降91.68%
2	云浮市粤龙建材有限公司	2022年	经销商, 2022年停止合作	2021年销售额1,135万元, 2022年销售额133万元, 下降88.29%
3	宁波贝诺特装饰有限公司	2021年	经销商, 2022年停止合作	2020年销售额3,132万元, 2021年销售额61万元, 下降98.04%
4	南安广瑞石业有限公司	2021年	经销商, 2022年停止合作	2020年销售额3,081万元, 2021年销售额961万元, 下降68.81%

(二) 相关客户的结算方式、账期及收款等是否存在重大变化

发行人销售金额大幅减少的客户中, 因客户资信状况原因的, 发行人为降低坏账风险, 调整与部分客户的结算方式、账期及收款, 具体情况如下:

相关内容已申请豁免披露。

除上述情况外, 因其他原因导致发行人销售金额大幅减少的, 发行人对相关客户的结算方式、账期及收款不存在重大变化。

(三) 直销收入确认是否谨慎

1、发行人直销收入确认情况

报告期内，发行人直销收入确认情况如下：

销售模式	收入确认方法	收入确认时点	收入确认依据
直销模式	完成交货并经客户验收合格后，相关的经济利益很可能流入，商品控制权已转移，商品的法定所有权已转移时确认收入	客户验收时	销售合同、销售订单、销售出库单、客户验收/签收单

直销模式下，发行人与工程客户签订的合同中一般包括验收条款，发行人在完成交货并经客户验收合格后确认收入，符合《企业会计准则》的相关规定。

2、发行人直销收入确认相关内部控制

发行人制定了《财务管理制度》、《销售业务管理制度》，对发行人销售及财务活动实施管理和控制，保证了其按章有序地开展。同时发行人制定了《内部控制管理制度》，对各个部门、各个经营环节制定了较为详尽的岗位职责分工制度，将各交易业务的授权审批与具体经办人员相分离，任何人不能处理业务流程全过程，内控制度健全并能有效执行。

发行人直销收入对应的销售流程及收入确认相关的内部控制活动如下：

活动	流程和内部控制	相关单据
销售下单	销售人员获取了合同或客户订单信息后在系统中下达销售订单，销售主管根据销售订单复核确认价格、数量、收款方式等信息，经复核确认流转至仓库、物流部门	销售订单
发货出库	仓库、物流等部门对货物作出库运货安排，货物出库后，系统生成销售订单之后会推送至仓管员处并生成客户提货确认单，仓库根据客户提货确认单进行录入，在系统中生成直销出库单，并经仓库主管复核确认	出库单
货物验收	货物运输到指定地点，客户验收货物无误后，在货物验收单上进行签字确认，由运营服务商收集验收单，上传发行人系统并录入相关信息。发行人的应收签收部门将系统中的验收单复审核对销售订单、出库单，并由该部门主管审核，复核无误生成销售确认单，流转至会计部	验收单、销售确认单
收入确认	会计核对销售订单、出库单、验收单、销售确认单等信息后编制收入确认会计分录，经由会计部主管审核后，生成会计凭证	会计凭证

直销模式下，发行人销售流程、收入确认流程内部控制设计合理且得到有效执行，能有效保障发行人直销收入确认的准确性。

3、发行人与同行业可比公司比较

同行业可比公司工程业务对应销售收入确认情况如下：

公司名称	销售模式	收入确认方法	收入确认时点	收入确认依据
马可波罗	工程客户模式	产品运输到工程客户指定的交货地点，并经工程客户或指定验收人验收合格取得产品验收单据，商品控制权转移给工程客户，同时取得结算权利时确认收入	货物发出，并取得书面确认单据与收款依据时	客户合同、订单、签收单、验收单、销售收款单据
蒙娜丽莎	工程业务	根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品后，已经收回货款或取得结算权利且相关的经济利益很可能流入，商品控制权已转移，商品的法定所有权已转移时确认收入	完成交货、货物经验收合格并取得结算权利时确认收入	销售合同、销售订单、销售发票、发运凭证、验收单和结算表
东鹏控股	工程客户直销模式	完成交货、货物验收合格并取得结算权利时确认收入	交付时确认	实物发货单、实物签收单
帝欧家居	工程模式	完成交货、产品经验收合格并取得结算权利时确认收入	完成交货、产品经验收合格并取得结算权利时	销售合同、销售订单、出库单、验收文件

注1：资料来源于同行业可比公司招股说明书、定期披露报告；

注2：可比公司销售模式分类存在差异，因发行人直销模式主要为工程业务，上表主要列示可比公司工程业务销售模式和收入确认情况。

直销模式下，发行人主要为工程业务，与同行业可比公司工程业务相比，发行人收入确认方法、确认时点、确认依据等与同行业可比公司基本一致。

4、发行人直销收入确认谨慎、合理

综上分析，发行人直销收入的确认方法、确认时点、确认依据制定合理，与直销收入确认相关的内控制度健全、合理，并能得到有效执行。同时，发行人直销收入确认政策与同行业可比公司基本一致，符合行业惯例。

因此，发行人直销收入确认谨慎、合理。

二、说明对中海地产的具体结算方式及对销售价格的影响，对经销商提供账期的具体情况及合理性，期后回款情况是否正常；结合前述情况说明是否存在通过提供账期刺激销售的情形。

（一）说明对中海地产的具体结算方式及对销售价格的影响

相关内容已申请豁免披露。中海地产结算方式、账期及付款约定与发行人其他地产客户无明显差异，且回款及时，销售价格、毛利率与发行人其他主要地产客户保利、美的、华润等不存在明显差异。

报告期内，发行人陶瓷板材主要通过经销商销售，房地产商因规模化采购和成本控制需求，较少采购陶瓷板材产品，发行人陶瓷板材主要客户中，除中海地产外均为经销商。不同模式下销售价格存在差异，经销商主要采取现款现货结算，并由经销商自行承担运输费用，而发行人向中海地产销售存在结算信用期，并由发行人承担运输费用及运营服务费，综合影响下发行人对中海地产的销售价格相比较发行人对经销商的销售价格高，具备合理性。

（二）对经销商提供账期的具体情况及合理性，期后回款情况是否正常

发行人与经销商主要采取现款现货结算方式，一般不存在账期。同时，发行人综合考虑经销商合作情况、资信情况、市场地位、经营规模等因素后，对少部分优质经销商提供授信，主要包括鑫明珠建材（深圳）有限公司、广州恒德建材有限公司、杭州稻盛建材有限公司、深圳市华慈实业有限公司等，均属于经营规模较大、与发行人合作历史较长、经营实力强且较为稳定、资金实力较为雄厚的经销商，与发行人不存在关联关系。发行人为经销商提供授信，主要考虑帮助其缓解资金压力，譬如鑫明珠建材（深圳）有限公司 2022 年末存在授信，主要因其承接了部分规模较大的地方工程项目。发行人对经销商授信采用额度上限方式，规定应收款项余额不超过授信额度，超过部分需采取现款现货的结算方式。

报告期内，发行人对经销商提供授信情况如下：

单位：万元

年份	授信经销商数量	合计授信额度	对应销售收入	期末应收款项余额	期后回款率
2023 年 1-6 月	31	21,902.75	26,800.32	17,276.15	58.94%
2022 年	32	23,927.59	65,320.32	19,534.11	88.94%
2021 年	50	22,056.12	83,279.71	14,508.19	98.78%
2020 年	31	17,302.10	57,315.78	13,568.79	99.37%

注：期后回款率统计时间截至 2023 年 8 月 31 日。

2021 年开始，受房地产市场波动影响，发行人部分经销商出现资金紧张的情形，发行人对其中部分合作稳定、资信良好、经营规模较大的经销商给予授信，缓解其资金压力，因而 2021 年授信的经销商数量、授信额度均有所增加。2022 年之后，发行人结合自身资金状况和回款风险考虑，适当减少了授信的经销商数量，同时对部分大经销商（信用风险低）适当增加授信额度，因而整体授信额度

有所增加。

报告期内各期，发行人授信经销商对应授信额度占发行人营业收入的比例分别为 2.21%、2.60%、3.22% 和 **5.97%**，对应销售收入占发行人营业收入的比例分别为 7.32%、9.81%、8.80% 和 **7.30%**，总体占比较低，对发行人影响较小。同时授信经销商对应授信额度占对应销售收入的比例分别为 30.19%、26.48%、36.63% 和 **40.86%**（销售收入年化后计算），控制在合理范围内。报告期各期末，发行人对授信经销商期末应收款项余额未超过授信额度，且期后回款情况正常，不存在重大回款风险。

因此，发行人基于帮助经销商缓解资金压力目的，综合考虑经销商合作情况、资信情况、市场地位、经营规模等因素后对少部分优质经销商提供授信，具备合理性，且期后回款情况正常。

（三）结合前述情况说明是否存在通过提供账期刺激销售的情形

如前文分析，发行人对中海地产等工程客户销售存在结算信用期，区别于发行人向经销商销售情形，符合行业惯例，同时因发行人承担工程客户销售的运输费用及运营服务费，综合影响下导致发行人向中海地产的销售价格高于向经销商的销售价格，具备合理性，不存在通过提供账期刺激销售的情形。

同时，受房地产市场波动影响，发行人部分经销商出现资金紧张的情形，发行人综合考虑经销商合作情况、资信情况、市场地位、经营规模等因素后，对少部分优质经销商提供授信，缓解其资金压力，具备合理性，发行人各期授信经销商对应销售收入占比较低，授信额度合理，期后回款情况正常，不存在通过提供账期刺激销售的情形。

综上，发行人不存在通过提供账期刺激销售的情形。

三、说明其他业务的主要构成及毛利率水平合理性，废旧物资处置金额的合理性，是否已完整入账；结合生产特点说明是否存在生产废料及其处理情况。

（一）说明其他业务的主要构成及毛利率水平合理性，废旧物资处置金额的合理性，是否已完整入账

1、其他业务的主要构成及毛利率水平合理性，废旧物资处置金额的合理性

报告期内，发行人其他业务主要构成如下：

单位：万元、%

项目	2023年1-6月			2022年			2021年			2020年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
废旧物资收入	228.70	20.50	91.04	1,482.66	438.27	70.44	2,106.46	2,931.40	-39.16	1,120.15	-	100.00
租金收入	667.18	42.11	93.69	1,382.39	139.63	89.90	2,463.06	683.87	72.23	629.07	12.73	97.98
软件服务收入	137.32	74.82	45.51	374.33	229.86	38.59	673.97	348.83	48.24	491.92	318.08	35.34
煤副产品收入	197.41	-	100.00	990.80	-	100.00	530.52	-	100.00	451.79	-	100.00
其他	276.30	35.05	87.31	933.52	666.02	28.65	620.41	203.43	67.21	1,556.62	170.69	89.03
合计	1,506.91	172.48	88.55	5,163.70	1,473.78	71.46	6,394.42	4,167.53	34.83	4,249.54	501.51	88.20

报告期内，发行人其他业务收入主要包括废旧物资处置收入、租金收入、软件服务收入、煤副产品销售收入等，涉及成本包括废旧物资未折旧摊销完的账面成本、租赁物业折旧成本、软件服务费等，一般成本金额较小，因而其他业务的毛利率水平整体较高，各期毛利率分别为88.20%、34.83%、71.46%和**88.55%**。其中2021年毛利率水平较低，主要是当年废旧物资处置产生亏损，影响当年其他业务毛利率水平，具备合理性。

报告期内，发行人废旧物资处置主要包括生产淘汰的废旧设备、厂房产线改造拆卸留下的废铁、棚面等。2020年无对应成本金额主要系处置废旧铁砖架、厂房设备日常维修过程产生的废铁以及废胶、废纸皮等，该类物料在购入时已计入成本费用；2021年废旧物资处置金额增加，主要是发行人当年因技术改造直接拆除并报废了三水园区、肇庆园区部分厂房和设备，以及因煤改气集中处置了拆除的煤气站，因相关资产未折旧摊销完的账面成本较高，导致对应处置成本较高，当年废旧物资处置产生亏损。**2023年1-6月，发行人持续降本增效，在不影响生产经营前提下，适当减少生产设施的维修频率，相应的废旧物资处置金额有所降低。**

发行人废旧物资处置通常选取3-5家客户进行询价，并根据废旧物资内容、用途、处置难度、运输方式等进行商业谈判，综合比较后确定处置对象和处置价格，具备公允性、合理性。

报告期内，租金收入主要是发行人出租部分土地、房产的收入，对应成本为出租物折旧摊销成本。2020年下半年开始对外出租部分老旧闲置房产，因使用

年限长，折旧摊销金额小，对应成本低；同时 2020 年末增加出租格莱斯物业厂房，导致 2021 年租金收入明显增加；以及 2021 年末转让格莱斯物业后，2022 年租金收入减少。其中，2021 年租金收入毛利率较低，主要因为格莱斯物业厂房相对较新，当期对应折旧摊销成本有所增加。

报告期内，软件服务收入主要是发行人向经销商收取快绘软件（用于模拟瓷砖铺贴效果和计算瓷砖需求量，可辅助经销商门店拓展客户销售）和经销商系统的使用费以及向供应商收取供应商系统的使用费，对应成本则主要是发行人向软件开发单位租用快绘软件的费用。2022 年和 2023 年 1-6 月软件服务收入下降，主要是受下游市场波动影响，经销商为控制经营成本，减少快绘软件采购所致。

另外，煤副产品收入主要是发行人煤气站产出煤渣和煤焦油等生产废料，2022 年金额有所增加主要系煤焦油市场价格大幅上涨所致，2023 年 1-6 月金额降低主要系发行人增加天然气使用，降低煤气使用，导致煤副产品收入减少；其他收入主要为佛山市新明珠小额贷款有限公司正常业务收入、发行人对经销商提供门店装修等咨询服务收入等，2020 年其他收入金额较高，主要是当期佛山市新明珠小额贷款有限公司形成收入较高，佛山市新明珠小额贷款有限公司已于 2021 年注销。

2、废旧物资处置已完整入账

发行人制定了《废旧物资管理制度》，对废旧物资的管理流程、处置流程、交易规范等进行严格把控，具体如下：

活动	流程和内部控制	相关单据
物资收集	在日常经营活动中出现更替的零部件以及拆除的旧设施设备，由相应管理部门填报《报废/维修申请单》，部门主管审批通过后进行更换或拆除，并将废旧物资交由仓库管理员办理转交手续，并转运到规定的废旧物资仓库。	报废维修申请单
物资处置	1、当出售废旧物资时，废旧物资部填写《废品处理申报单》，提交行政总监审核、总经理审批后，进行变卖处理； 2、废旧物资部与客户联系征询报价，并把相关情况形成报告交由行政总监、总经理审批； 3、由废旧物资管理部填写《废品发货单》交由部门主管、总经理审批，仓管员确认后，安排废旧物资出库。	废品处理申报单、废品发货单
会计核算	废旧物资出入库时，财务人员进行会计核算并交由财务经理审核；收到处置款时，由出纳登记、财务人员进行会计凭证编制，交由财务经理审核。	发货单

经核查，发行人严格执行内部控制制度，废旧物资处置均已完整入账。

（二）结合生产特点说明是否存在生产废料及其处理情况

发行人生产过程中产生的废料主要是粉料、煤渣、煤焦油等，在主要生产过程中的砖坯制造、砖坯施釉、窑炉烧成等流程产生，具体如下：

1、在砖坯生产环节，经过球磨制浆、浆料过筛除铁、喷雾塔制粉、粉料陈腐等生产工艺后形成砖坯，对于成型车间形成的不合格砖坯，通过再次投入球磨循环利用，直至坯料的品质不足以达到发行人要求时形成粉废料，坯料重复利用率较高，坯废料作报废处理。

2、在砖坯施釉环节，将调配后的釉料浇淋于砖坯表面，并完成喷墨印花工序，在此过程中釉料经过回流处理后浇淋，基本不产生废料。

3、在窑炉烧成过程中，公司生产的燃料动力主要由煤、天然气构成，其中煤气站负责水煤浆加工、煤块加工、煤气等制造，为生产车间提供燃料动力，在对煤的加工过程中会形成煤渣、煤焦油等生产废料。煤相关的生产废料处置时，计入到其他业务煤副产品。

4、关于其他生产废料，生产过程中涉及到产生的废纸、废胶等，处置时计入到其他业务废旧物资。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、统计发行人销售额出现大幅减少的客户情况；
- 2、访谈相关业务人员，了解向部分客户销售额大幅减少的背景及影响；
- 3、查阅销售额大幅减少的客户相关合同协议，判断结算方式、账期及收款等重要条款是否发生变更；
- 4、查阅发行人主要客户销售合同，向发行人财务总监了解不同业务收入确认的具体方法、流程控制，并与同行业可比公司进行对比；
- 5、查阅中海地产的销售合同，以及访谈业务人员，了解发行人对中海地产的具体结算方式；

6、统计授信经销商的数量、授信额度、对应销售收入、期末应收款项余额及期后回款情况等数据，以及访谈业务人员，了解经销商授信的具体情况；

7、统计发行人其他业务收入的具体构成，分析毛利率水平波动的合理性；

8、获取报告期内发行人废旧物资处置明细，查阅相关合同，复核废旧物资处置金额的合理性；

9、了解废旧物资处置相关内部控制制度及执行情况；

10、访谈生产主管、财务人员，了解发行人生产过程中产生废料的流程及处理情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人对部分客户销售金额大幅减少，主要原因包括：因工程客户资信状况原因，发行人主动控制销售金额；因存量项目需求减少，发行人对工程客户销售金额减少；经销商因下游需求波动，向发行人采购金额减少；发行人与经销商基于各自经营考虑，减少合作导致销售额下降。其中因客户资信情况原因的，发行人为降低坏账风险，调整了结算方式、账期及收款，除此之外，发行人对其他原因客户的结算方式、账期及收款不存在重大变化。发行人直销收入确认方法、时点、依据制定合理，相关内控制度健全、合理并得到有效执行，直销收入确认政策符合行业惯例，因此直销收入确认谨慎、合理；

2、发行人与中海地产结算方式、账期及付款约定与发行人其他地产客户无明显差异，且回款及时，销售价格、毛利率与发行人其他主要地产客户保利、美的、华润等不存在明显差异。发行人对中海地产等工程客户销售存在结算信用期，符合行业惯例，同时因发行人承担工程客户销售的运输费用及运营服务费，综合影响下导致发行人向中海地产的销售价格高于向经销商的销售价格，具备合理性；发行人综合考虑经销商合作情况、资信情况、市场地位、经营规模等因素后，对少部分优质经销商提供授信，缓解其资金压力，具备合理性，发行人各期向授信经销商销售收入占比较低，授信额度合理，期后回款情况正常；发行人不存在通过提供账期刺激销售的情形；

3、报告期内，发行人其他业务收入主要为废旧物资处置收入、租金收入、软件服务收入、煤副产品销售收入等，毛利率水平合理；发行人废旧物资处置金额合理，且均已完整入账；发行人生产过程中产生的废料主要是粉料、煤渣、煤焦油等，发行人将坏料废料报废，同时将煤副产品、其他废料等对外销售并计入其他业务收入。

11、关于期间费用

申报材料显示：

(1) 报告期内，发行人销售费用中运营服务费分别为 16,020.42 万元、17,461.98 万元、19,202.75 万元、11,330.55 万元，运营服务费占发行人直营模式工程业务收入的比例分别为 11.87%、11.57%、11.17%和 10.95%。

(2) 报告期内，研发费用中直接投入金额分别为 9,539.93 万元、8,306.02 万元、9,182.12 万元、5,905.96 万元。

(3) 2019 年，发行人管理费用中股份支付金额为 11,250.20 万元，主要系实施 2019 年第一次股权激励所致，该次股权激励股权公允价值参考同期外部投资者增资价格来确定，相当于 2019 年扣非后归母净利润的 5.95 倍。

请发行人：

(1) 结合合同对运营服务费的主要约定，说明运营服务费是否与货款回收相挂钩，地产客户是否均有对应服务商，服务费计提是否充分，服务费规模、服务费率与合同约定的匹配性。

(2) 说明研发领料与研发需求匹配性，如何保证研发领料与生产领料严格区分，研发领料形成的成品规模、后续流向及会计处理的合规性。

(3) 结合股权激励股权公允价值相关 PE 倍数，同时期可比公司融资估值情况，说明计算股份支付费用所依据的价格是否公允，股份支付费用是否准确。

(4) 结合 2019 年引入恒大地产（发行人第一大客户）、居然智居等具有产业背景的外部投资者身份，说明该次增资入股价格的公允性，结合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求说明是否构成股份支付。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合合同对运营服务费的主要约定，说明运营服务费是否与货款回收相挂钩，地产客户是否均有对应服务商，服务费计提是否充分，服务费规模、服务费率与合同约定的匹配性。

(一) 结合合同对运营服务费的主要约定，说明运营服务费是否与货款回收相挂钩

报告期内，发行人自营工程业务运营服务合同对运营服务费的主要约定如下：

约定	具体内容
运营服务费	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2020-2021 年：发行人按工程项目实际回笼货款乘以运营服务费率向运营服务商支付运营服务费；如工程项目未能完成合同约定的年任务额的，则运营服务费按 90% 计算 ✓ 2022-2023 年：发行人按工程项目实际回笼货款减去产品交付所需费用（包括加工费、运输费等）后乘以运营服务费率向运营服务商支付运营服务费；如工程项目未能完成合同约定的年任务额的，则运营服务费按 85% 计算

因此，发行人支付运营服务费与货款回收情况相挂钩，支付运营服务费的前提是实际收到工程方回款。

(二) 地产客户是否均有对应服务商，服务费计提是否充分

发行人自营工程模式下房地产客户均有对应运营服务商。房地产客户是建筑陶瓷企业的重要客户，采购规模大，对供应商要求高。因此建筑陶瓷企业与其直接交易，但房地产客户通常项目地遍布全国各地，交易过程中涉及各个项目的供货计划、运输安排、款项催收、售后服务等，对接工作较为繁琐，故建筑陶瓷企业为提高服务质量，一般同时委托运营服务商跟进特定房地产客户或特定项目从产品发货到货款回收的全流程，并在收到房地产客户回款后再向其支付一定比例的运营服务费。运营服务商模式在建筑陶瓷行业普遍存在，同行业可比公司中马可波罗、蒙娜丽莎、东鹏控股也都存在服务商模式。

报告期内，发行人运营服务费计提情况如下：

单位：万元

类别	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
自营工程收入	81,468.07	146,152.98	171,889.74	150,904.38
运营服务费	7,787.15	13,878.81	19,202.75	17,461.98
运营服务费占比	9.56%	9.50%	11.17%	11.57%

在建筑陶瓷行业转型升级的大背景下，发行人为抢占市场先机，同时保持客户粘性，提升客户服务质量，在与运营服务商充分协商的基础上，确定工程项目运营服务费率。报告期内，发行人运营服务费占直销模式下自营工程收入的比例整体保持在一定范围内，2022年运营服务费率有所下降，主要是运营服务合同对运营服务费计算方式进行调整影响所致。

自营工程模式下，发行人向工程客户完成交货并经工程客户验收合格时，确认销售收入，同时计提对应的运营服务费，计提依据为工程客户的验收单，发行人结合与运营服务商签订的运营服务协议中关于运营服务费率的约定，计算需支付的运营服务费金额，发行人运营服务费已充分计提。

（三）服务费规模、服务费率与合同约定的匹配性

发行人在综合考虑工程项目规模、项目地远近、产品交期和客户特殊要求等因素的基础上，与运营服务商具体协商确定运营服务费率。报告期内，发行人各期前五大运营服务商合计运营服务费金额分别为 17,184.84 万元、17,093.11 万元、12,272.16 万元和 **6,135.06 万元**，占发行人各期运营服务费金额的比例分别为 98.41%、89.01%、88.42%和 **78.78%**。对发行人各期前五大运营服务商的运营服务费率与合同约定进行比较如下：

单位：万元

2023年1-6月前五大运营服务商			
运营服务商	运营服务费	运营服务费率	合同约定对应的服务费率区间
广州恒德建材有限公司	3,904.36	9.56%	7%-10%
重庆三辉建材发展有限公司	1,043.78	9.45%	8%-10%
承德东辉家居建材销售有限公司	524.83	9.49%	8%-10%
佛山市众一建材有限公司	382.62	9.85%	8%-11%
天津轩亚名舍建材有限公司	279.46	9.50%	8%-10%
2022年前五大运营服务商			

运营服务商	运营服务费	运营服务费率	合同约定对应的服务费率区间
广州恒德建材有限公司	6,317.53	9.44%	7%-10%
重庆三辉建材发展有限公司	2,054.57	9.48%	8%-10%
深圳市华慈实业有限公司	1,727.25	9.73%	6%-13%
佛山市众一建材有限公司	1,448.15	9.52%	8%-11%
佛山市康威陶瓷有限公司	724.67	9.34%	9%-11%（注1）
2021年前五大运营服务商			
运营服务商	运营服务费	运营服务费率	合同约定对应的服务费率区间
广州恒德建材有限公司	9,912.39	10.83%	9%-12%
重庆三辉建材发展有限公司	3,073.76	11.94%	11%-15%
佛山市众一建材有限公司	2,127.42	10.92%	9%-12%
天津轩亚名舍建材有限公司	1,172.57	12.54%	11%-14%
深圳市华慈实业有限公司	806.97	11.51%	9%-14%
2020年前五大运营服务商			
运营服务商	运营服务费	运营服务费率	合同约定对应的服务费率区间
广州恒德建材有限公司	12,833.43	11.51%	9%-12%
重庆三辉建材发展有限公司	2,063.75	11.74%	11%-15%
佛山市众一建材有限公司	1,531.30	11.44%	9%-12%
天津轩亚名舍建材有限公司	473.58	12.68%	11%-14%
北京普华永利建材有限公司	282.78	11.06%	9%-12%

注 1：佛山市康威陶瓷有限公司运营服务协议约定按照项目利润（工程合同价-产品生产成本费用-运营成本）的 49%/45%/40% 计算运营服务费，2021 年、2022 年 1-9 月对应运营服务费率分别为 10.87%、9.34%，具体详见问询问题第 4 题回复；

注 2：合同约定对应的服务费率区间已剔除含税影响，同时考虑未完成任务额时需按照 85% 或 90% 折算、2022-2023 年预计扣除产品交付费用等影响后，进行取整处理。因不同运营服务商服务的地产客户、项目不同，发行人与其协商后合同约定对应的服务费率区间存在差异；

注 3：同一控制下主体已进行合并处理。

如上表所示，发行人各期前五大运营服务商的运营服务费率与合同约定基本一致，具有匹配性。

二、说明研发领料与研发需求匹配性，如何保证研发领料与生产领料严格区分，研发领料形成的成品规模、后续流向及会计处理的合规性。

(一) 说明研发领料与研发需求匹配性，如何保证研发领料与生产领料严格区分

报告期内，发行人研发项目主要围绕着工艺及技术开发，旨在推出新产品及提升生产效率，研发领料主要是建筑陶瓷研发所需的坯料、釉料、五金机件等耗材，研发领料与研发需求相匹配。

发行人建立了相关内部控制制度，研发活动的物料领用根据研发项目归集与分摊，生产领料根据生产订单归集与分摊，保证研发领料与生产领料严格区分，具体如下：

项目	流程	会计核算
研发活动	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 研发立项：研发项目责任人通过对市场调研、新技术领域的学习及研究，编制并提交《项目立项可行性研究报告》和《立项申请报告》，经研发部门经理、财务部经理、公司总经理审批后开始实施。 ✓ 物料领用：研发部门根据研发项目需求发起研发领料申请，经研发部门负责人审批，仓管员根据经审核的《领料单》发料。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ERP 系统根据研发部门每月领料数量，按照各物料月末一次加权平均出库价格计算当月研发领料金额。 ✓ 财务人员根据 ERP 系统计算的当月研发领料金额计入研发费用总账，并根据各研发项目实际领料情况登记研发项目台账，分别核算各研发项目的物料耗用。
生产活动	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 生产订单：生产部门接到生产订单后进行排单，填写排单计划后交由生产主管审批。 ✓ 物料领用：生产部门根据生产需求发起生产领料申请，经生产主管审批，仓管员根据经审核后的《领料单》安排出库。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ERP 系统根据生产部门每月领料数量，按照各物料月末一次加权平均出库价格计算当月生产领料金额，并在生产订单中核算。

因此，发行人研发活动根据研发项目的需求进行领料，二者相匹配。发行人以 ERP 系统对研发活动和生产活动的物料领用进行管理，相关内部控制制度设计合理，并得到有效执行，能够保证研发领料与生产领料严格区分，不存在研发领料与生产领料混同的情形。

(二) 研发领料形成的成品规模、后续流向及会计处理的合规性

发行人研发过程中形成的主要是废品和部分研制成功的新产品试制品。其中发行人研发过程中产生的不符合预期性能和标准的试制半成品及成品，属于研发

过程中的合理损耗，通常进行破碎报废处置，无需进行会计处理；报告期内研制成功的新产品试制品数量较少，且主要用于发行人展厅装修展示和赠与经销商用于门店新产品样品展示，未实际对外销售产生收入，未进行会计处理。综上，发行人研发活动形成的成品规模较小，后续流向清晰，会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

三、结合股权激励股权公允价值相关 PE 倍数，同时期可比公司融资估值情况，说明计算股份支付费用所依据的价格是否公允，股份支付费用是否准确。

（一）结合股权激励股权公允价值相关 PE 倍数

2019 年发行人实施第一次股权激励，在确定计算股份支付费用所依据的公允价格时，主要参考 2019 年发行人引入外部机构投资者的入股价格。2019 年，外部机构投资者对发行人进行增资，具体情况如下：

投资者	增资金额 (万元)	增资后 持股比例	入股价格 (元/注册资本)	PE (注)
泰兴加华	36,300.00	5.00%	3.4041	5.95
宁波普罗非	14,534.00	2.00%	3.4074	
共青城齐利	14,534.00	2.00%	3.4074	
恒大地产	13,800.00	1.90%	3.4056	
居然智居	7,267.00	1.00%	3.4074	
合计	86,435.00	11.90%	3.4057	

注：PE 系按照外部机构投资者合计增资金额及增资后持有发行人的股权比例换算的发行人 100% 股权价值，与发行人 2019 年扣非后归母净利润 12.21 亿元经计算得到。

（二）同时期可比公司融资估值情况

经检索公开信息，部分同行业或家居建材类可比公司申请上市前引入外部投资者的 PE 情况如下：

公司名称	首次申请 上市时间	入股时间	外部投资者	PE (注 1)
马可波罗	2022 年 5 月	2020 年 11 月	国轩投资	7.43
固克节能 (注 2)	2020 年 10 月	2019 年 09 月	共青城齐利	4.01
		2019 年 09 月	珠海赢股	4.00
		2019 年 09 月	英诺嘉业	4.32
		2019 年 11 月	碧桂园创投	4.64

公司名称	首次申请上市时间	入股时间	外部投资者	PE (注1)
东鹏控股	2017年9月	2017年03月	SCC Growth I Holdco B, Ltd.	3.75
蒙娜丽莎	2016年6月	2015年12月	杨金毛	5.58
		2015年12月	毛红实	5.58
索菲亚	2011年2月	2009年12月	SOHA LIMITED	2.13

注1: PE系按照外部机构投资者合计增资金额及增资后持股比例换算的可比公司100%股权价值,与入股当年可比公司归母净利润经计算得到,数据来源于可比公司招股说明书;

注2: 固克节能对共青城齐利、珠海赢股按照入股价格与同期投资者碧桂园创投入股价格差额部分确认股份支付,对英诺嘉业、碧桂园创投入股未确认股份支付;

注3: 除固克节能外,其他可比公司引入外部投资者均未确认股份支付。

如上表所示,与发行人同时期或相近时期引入外部投资者的固克节能、马可波罗等,对应的PE倍数与发行人不存在重大差异。家居建材行业因所处发展阶段已较为成熟,且预期行业增长率不高,整体估值水平相对较低,同时可比公司上市前引入投资者需考虑流动性折价等因素,因此对应PE倍数较低。

报告期内受房地产市场需求波动和能源价格上涨影响,发行人利润水平有所下降,假设按照2020-2022年扣非后归母净利润9.69亿元、5.50亿元和5.62亿元测算,外部机构投资者增资价格对应PE倍数分别为7.49倍、13.20倍和12.94倍。

(三) 说明计算股份支付费用所依据的价格是否公允

根据《监管规则适用指引—发行类第5号》之“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”规定,确定公允价值,应综合考虑以下因素:(1)入股时期,业绩基础与变动预期,市场环境变化;(2)行业特点,同行业并购重组市盈率、市净率水平;(3)股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标;(4)熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或股权转让价格,如近期合理的外部投资者入股价,但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价;(5)采用恰当的估值技术确定公允价值,但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法,如明显增长预期下按照成本法评估的净资产或账面净资产。判断价格是否公允应考虑与某次交易价格是否一致,是否处于股权公允价值的合理区间范围内。

2019年发行人实施第一次股权激励,在确定计算股份支付费用所依据的公允价格时,主要参考2019年发行人引入外部机构投资者的入股价格,符合“熟

悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格”情形，同时入股价格对应估值情况与同时期或相近时期可比公司申请上市前引入外部投资者的估值情况不存在重大差异，符合“行业特点”。因此，发行人计算股份支付费用所依据的价格具有公允性。

（四）股份支付费用是否准确

2019年，发行人实施第一次股权激励，设立共富管理、同赢管理两个员工持股平台对发行人进行增资，合计增资金额为14,400.00万元，对应注册资本8,530.84万元。本次股权激励为一次授予分期行权，具体情况如下：

分期	业绩考核	服务期	解锁比例	等待期限	分摊依据
第一期	无	无	40%	无	根据业绩考核条件完成情况，在等待期间内按月分摊
第二期	2019年经审计后扣非净利润7亿元，较2018年净利润增长10%		30%	2019年7月至2019年12月	
第三期	2020年经审计后扣非净利润7.7亿元，较2019年净利润目标增长10%		30%	2019年7月至2020年12月	

本次股权激励计划分三期行权，分别对应总激励份额的40%、30%和30%，各期相对独立，作为三个独立的股份支付计划进行处理，前两期在2019年可行权，第三期在2020年可行权。

其中，第一期未设置业绩考核要求，在2019年7月通过董事会决议后即认为激励对象取得认购资格，无等待期限；第二期以2019年业绩作为考核条件，因而激励对象需在2019年12月31日之前为发行人提供服务，等待期限对应为2019年7月至2019年12月；第三期以2020年业绩作为考核条件，因而激励对象需在2020年12月31日之前为发行人提供服务，等待期限对应为2019年7月至2020年12月。

关于股份支付的计算过程如下：

项目	计算过程
计算股份支付的股份数量（万元注册资本）①	8,036.70
股份授予价格（元/注册资本）②	1.69
实际出资金额（万元）③=①*②	13,565.89
股份公允价格（元/注册资本）④	3.44

项目	计算过程	
公允价值总额（万元）⑤=①*④	27,646.25	
股份支付费用总额（万元）⑥=⑤-③	14,080.35	
各期确认股份支付费用金额（万元）	2019年	11,250.20
	2020年	2,830.15

注 1：计算股份支付的股份数量未包括实际控制人李要持有的合伙企业份额对应部分；

注 2：股权授予价格=14,400 万元/8,530.84 万元注册资本=1.69 元/注册资本。

2019 年股份支付摊销金额：包括 2019 年可行权的第一期、第二期对应激励份额，以及 2020 年可行权的第三期对应激励份额在 2019 年的股份支付摊销额，第三期股份支付摊销 18 个月，其中 2019 年摊销 6 个月，具体股份支付摊销金额=14,080.35*（70%+30%*33%）=11,250.20 万元。

2020 年股份支付摊销金额：包括 2020 年可行权的第三期对应激励份额在 2020 年的股份支付摊销额，第三期股份支付摊销 18 个月，其中 2020 年摊销 12 个月，具体股份支付摊销金额=14,080.35*30%*67%=2,830.15 万元。

综上，发行人本次股权激励的股份支付费用准确。

四、结合 2019 年引入恒大地产（发行人第一大客户）、居然智居等具有产业背景的外部投资者身份，说明该次增资入股价格的公允性，结合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求说明是否构成股份支付。

（一）结合 2019 年引入恒大地产（发行人第一大客户）、居然智居等具有产业背景的外部投资者身份，说明该次增资入股价格的公允性

2019 年发行人引入外部机构投资者，入股价格系综合考虑发行人所处行业、成长性、未来盈利能力等多种因素后，与发行人充分协商后确定。关于本次入股价格对应 PE 倍数情况、与同行业公司比较情况、考虑发行人报告期内利润下降后测算的 PE 倍数情况等，详见本问询问题之“三”之“（二）”回复。

外部机构投资者中，泰兴加华的穿透基金管理人系加华资本管理股份有限公司（以下简称“加华资本”），加华资本创立于 2007 年，系专注于中国大消费与现代服务产业投资的专业投资机构，部分投资案例包括东鹏饮料(605499.SH)、来伊份（603777.SH）、爱慕股份（603511.SH）、巴比食品（605338.SH）、洽洽食品（002557.SZ）、加加酱油（002650.SZ）、居然之家（000785.SZ）、美

团点评（03690.HK）等，泰兴加华入股发行人前后，加华资本及其关联方与发行人均未发生购销交易，属于财务投资者，其入股价格具有公允性。

除泰兴加华外，宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产、居然智居作为具有产业背景的外部投资者，其入股价格与泰兴加华基本一致，具有公允性。

综上，发行人本次引入外部机构投资者的增资入股价格具有公允性。

（二）结合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求说明是否构成股份支付

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》之“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”规定，发行人客户、供应商入股的，应综合考虑购销交易公允性、入股价格公允性等因素判断。购销交易价格与第三方交易价格、同类商品市场价等相比不存在重大差异，且发行人未从此类客户、供应商获取其他利益的，一般不构成股份支付。购销交易价格显著低于/高于第三方交易价格、同类商品市场价等可比价格的，客户、供应商入股价格未显著低于同期财务投资者入股价格的，一般不构成股份支付。

发行人本次引入的外部机构投资者中，具有产业背景的外部投资者宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产、居然智居或其关联方报告期内曾与发行人存在购销交易，但购销交易价格与第三方交易价格、同类商品市场价等相比不存在重大差异，且宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产、居然智居的入股价格与同期财务投资者泰兴加华的入股价格基本一致，发行人亦未就入股事宜与宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产、居然智居或其关联方达成业务资源、销售等合作约定，因此符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求，不构成股份支付。

五、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅发行人与运营服务商签署的运营服务协议，了解合同约定，结合发行人运营服务费明细，查看不同运营服务商所服务的工程客户名称、运营服务费计提情况，并抽查发行人支付给运营服务商的运营服务费相关单据；

- 2、获取发行人运营服务费明细，分析自营工程收入与运营服务费匹配情况；
- 3、统计报告期内发行人各期前五大运营服务商运营服务费规模、运营服务费率及与合同约定的匹配情况；
- 4、访谈发行人研发部门负责人，了解发行人与研发相关内部控制制度的运行有效性，了解研发领料与生产领料及相关成本费用的区分标准；
- 5、查阅发行人研发开发管理制度，了解生产成本、研发费用归集情况，核实研发费用的核算是否准确、完整；
- 6、检索可比公司的招股说明书，查看其首次申请上市前引入外部投资者情况，对比分析发行人引入外部机构投资者的入股价格的公允性；
- 7、检查发行人股权激励方案、合伙协议、股东会决议文件等资料。了解发行人股权激励的具体内容，包括但不限于涉及的激励对象范围、入股时间、入股价格、股份锁定安排、解除限制条件等；
- 8、结合发行人引入外部机构投资者、实施股权激励情况，判断是否构成股份支付，检查计算股份支付费用所依据的价格是否公允，检查股份支付的会计处理是否符合企业会计准则的相关规定，检查股份支付费用计算是否准确。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

- 1、发行人支付运营服务费与货款回收情况相挂钩，支付运营服务费的前提是实际收到工程方回款；发行人自营工程模式下房地产客户均有对应运营服务商；发行人向工程客户完成交货并经工程客户验收合格时，确认销售收入，同时计提对应的运营服务费，运营服务费计提充分；发行人运营服务费规模、运营服务费率与合同约定基本一致，具有匹配性；
- 2、发行人研发领料与研发需求相匹配；发行人以 ERP 系统对研发活动和生产活动的物料领用进行管理，相关内部控制制度设计合理，并得到有效执行，能够保证研发领料与生产领料严格区分；发行人研发活动形成的成品规模很小，后续流向清晰，会计处理符合企业会计准则的相关规定；
- 3、发行人计算股份支付费用所依据的价格公允，股份支付费用准确；

4、发行人 2019 年引入外部机构投资者的增资入股价格公允，符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求，不构成股份支付。

12、关于主营业务毛利率

申报材料显示：

(1) 报告期各期，若将 2019 年对外销售运输费调整至主营业务成本，主营业务毛利率分别为 34.38%、34.82%、29.73%、23.26%，2021 年以来毛利率下降，主要系煤和天然气的市场价格持续上涨，对建筑陶瓷行业的整体毛利率水平产生较大影响。

(2) 直销客户中，报告期内，发行人房地产商单价分别为 42.84 元/平方米、42.26 元/平方米、44.87 元/平方米和 42.58 元/平方米，毛利率分别为 45.56%、34.52%、29.29%和 22.43%；对施工单位及家装公司单价分别为 34.64 元/平方米、33.98 元/平方米、35.01 元/平方米和 34.89 元/平方米，毛利率分别为 37.60%、28.22%、24.48%和 19.11%。

请发行人：

(1) 结合原材料价格变动趋势、产品定价等情况分析主营业务毛利率 2021 年以来下降的合理性，是否存在毛利率持续下滑的风险。

(2) 说明直销客户中发行人对两类客户销售单价、毛利率水平存在较大差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合原材料价格变动趋势、产品定价等情况分析主营业务毛利率 2021 年以来下降的合理性，是否存在毛利率持续下滑的风险。

(一)结合原材料价格变动趋势、产品定价等情况分析主营业务毛利率 2021 年以来下降的合理性

报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 34.82%、29.73%、22.88%和 25.64%，发行人主要产品的毛利率情况如下：

项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
陶瓷砖	23.16%	20.51%	27.87%	34.22%
陶瓷板材	31.89%	29.33%	38.12%	41.99%
合计	25.62%	22.87%	29.69%	34.84%

注：发行人主营业务收入中还包括其他产品收入，主要为卫浴产品等销售收入，金额很小，对主营业务毛利率影响很小，不对其进行单独分析。

2020-2022年，发行人主营业务毛利率呈下降趋势，主要是受到陶瓷砖、陶瓷板材销售价格下降以及能源采购成本持续上涨推动生产成本增加所致。2023年1-6月，发行人主营业务毛利率由降转升，主要是能源采购成本有所下降所致，具体分析如下：

1、产品销售定价

报告期内，发行人主要产品的销售均价情况如下：

单位：元/平方米

项目	2023年1-6月		2022年		2021年		2020年
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
陶瓷砖	32.37	-4.62%	33.94	-3.55%	35.19	-0.43%	35.34
陶瓷板材	61.86	-1.86%	63.04	-11.83%	71.50	-34.79%	109.65
合计	37.38	-3.46%	38.72	0.10%	38.68	3.54%	37.36

报告期内，发行人陶瓷砖销售单价基本保持稳定，受下游市场需求波动、行业竞争加剧等因素影响，发行人部分产品以促销价格抢占市场份额，2022年和2023年上半年销售单价略有下降。而陶瓷板材则处于市场快速扩张阶段，发展初期销售单价较高，相较陶瓷砖溢价明显，随着市场不断发展，参与竞争企业增多，且生产成本随着规模效应的显现而下降，因而销售单价持续下降，2022年陶瓷板材销售单价下降幅度有所收窄，2023年上半年基本保持稳定。

报告期内，发行人陶瓷砖销售单价基本保持稳定，陶瓷板材销售单价呈现下降趋势，但陶瓷板材销售单价明显高于陶瓷砖，而发行人报告期内陶瓷板材销售占比持续提升，因而发行人产品整体销售单价保持稳定。

2、原材料及能源价格变动

报告期内，发行人主要产品单位成本情况如下：

单位：元/平方米

项目	2023年1-6月		2022年		2021年		2020年
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
陶瓷砖	24.88	-7.78%	26.98	6.30%	25.38	9.19%	23.24
陶瓷板材	42.13	-5.43%	44.55	0.68%	44.25	-30.44%	63.61
合计	27.81	-6.90%	29.87	9.82%	27.20	11.73%	24.34

2020-2022年，发行人主要产品单位成本持续上涨。对于陶瓷砖，因受能源采购成本上涨影响，从2021年开始单位成本持续上涨。对于陶瓷板材，2021年单位成本明显下降，主要是发行人产量提升带来的规模生产效应显现，以及发行人不断优化原料配方构成，导致能源成本、材料成本、折旧成本水平等下降所致，2022年随着能源采购成本进一步上涨，陶瓷板材单位成本相比2021年有所增加。2023年1-6月，发行人主要产品单位成本下降，主要是能源成本下降所致。

报告期内，发行人主要原材料和能源采购价格变动情况如下：

采购项目	2023年1-6月		2022年		2021年		2020年
	价格	变动	价格	变动	价格	变动	价格
坯料（元/吨）	124.70	1.13%	123.30	-13.00%	141.72	-11.37%	159.90
釉料（元/KG）	2.76	-7.65%	2.99	4.61%	2.86	2.51%	2.79
天然气（元/立方米）	3.60	-14.87%	4.23	33.89%	3.16	47.66%	2.14
煤（元/吨）	1,251.89	-8.76%	1,372.08	23.81%	1,108.20	51.25%	732.69
电（元/千瓦时）	0.68	5.85%	0.64	14.98%	0.56	5.66%	0.53

报告期内，发行人坯料采购价格总体保持稳定，2021年和2022年采购价格有所下降，主要系坯料采购结构变化所致；发行人釉料采购价格总体保持稳定，2022年采购价格有所上升，主要系釉料受上游原材料价格上涨其采购均价有所上涨，2023年1-6月采购价格有所下降，主要系上游原材料价格有所回落；2021年和2022年，发行人天然气、煤采购均价大幅上涨，均系能源市场价格上升所致，2023年上半年已出现回落。报告期内，发行人自产成本中能源成本占比较大，2021年和2022年天然气、煤采购均价大幅上涨，导致发行人生产成本持续上涨，压缩了毛利空间，是2021年和2022年发行人毛利率出现下降的主要原因；2023年上半年天然气、煤采购均价出现回落，有效缓解了发行人生产成本压力，因此毛利率出现回升。

报告期内，假设发行人天然气、煤的采购价格均保持在 2020 年采购价格水平，测算发行人毛利率水平如下：

能源	项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
天然气	采购价格（元/立方米）	3.60	4.23	3.16	2.14
	采购量（万立方米）	11,672.46	23,604.36	25,169.93	12,279.79
煤	采购价格（元/吨）	1,251.89	1,372.08	1,108.20	732.69
	采购量（万吨）	18.72	43.81	58.46	78.86
主营业务成本影响额（万元）		26,781.55	77,364.30	47,626.09	-
主营业务毛利率影响		7.33%	10.49%	5.65%	-
模拟测算主营业务毛利率		32.97%	33.38%	35.38%	34.82%

注 1：主营业务成本影响额=（当期采购价格-2020 年采购价格）*当期采购数量；

注 2：主营业务毛利率影响=主营业务成本影响额/当期主营业务收入；

注 3：模拟测算主营业务毛利率=当期主营业务毛利率+主营业务毛利率影响。

如上表所示，报告期内假设能源价格不变，测算发行人主营业务毛利率基本保持稳定，因此能源价格变动是影响发行人主营业务毛利率变动的主要因素。

（二）是否存在毛利率持续下滑的风险

受国际紧张局势的不确定性影响，全球和中国能源市场供需变动造成能源价格处于波动状态，对发行人毛利率造成了明显不利影响。若未来市场竞争加剧，或原材料和能源价格进一步上升，发行人主要产品毛利率可能面临进一步下滑的风险。发行人具备较为雄厚的盈利基础，报告期内随着生产成本上升，不断优化生产效率，一定程度上能承受和减少上述不利影响。

2023 年上半年，发行人主要能源天然气、煤采购价格相较 2022 年采购价格已有所回落，预计能源价格继续大幅上涨的可能性较小。2023 年上半年发行人主营业务毛利率为 25.64%，相较 2022 年增长 2.76%，发行人毛利率已基本企稳并同比回升。

二、说明直销客户中发行人对两类客户销售单价、毛利率水平存在较大差异的原因及合理性。

报告期内，发行人主要直销客户对应产品单价、毛利率、结算政策、信用政策比较情况如下：

类型	产品单价	毛利率	结算政策	信用政策
房地产商	报告期单价分别为 42.26 元/平方米、44.87 元/平方米、41.77 元/平方米和 39.21 元/平方米	报告期毛利率分别为 34.52%、29.29%、21.32% 和 22.78%	主要包括商业承兑汇票、银行承兑汇票、银行转账	赊销模式，定期对账，按工程进度分期付款，账期因项目不同而有差异，平均账期 1 年左右
施工单位及家装公司	报告期单价分别为 33.98 元/平方米、35.01 元/平方米、35.28 元/平方米和 34.44 元/平方米	报告期毛利率分别为 28.22%、24.48%、16.14% 和 19.08%	主要为银行转账，包括部分银行承兑汇票	赊销模式，定期对账，具体账期在 1-3 个月不等

发行人房地产商和其他直销客户在产品品质和服务要求，以及结算政策和信用政策方面有所不同，是导致销售单价、毛利率水平差异的主要原因。在产品品质和服务要求方面，房地产商对产品品质、生产线产能的配置和保证、销售服务的配备和及时响应均有着相比其他直销客户更高的要求。在结算政策方面，房地产商因其采购规模大，使用多种结算方式，包括商业承兑汇票、银行承兑汇票、银行转账，而施工单位及家装公司因其采购规模相对较小，主要通过银行转账及银行承兑汇票进行结算。在信用政策方面，房地产商因其采购规模大，账期整体显著较长，施工单位及家装公司则因采购规模小，账期整体较短。因产品品质、服务要求差异，以及信用风险差异等原因，发行人向房地产商销售的产品价格整体更高，并对应实现更高的毛利率水平。

综上，发行人不同类型直销客户因其不同的采购特点，导致双方协商形成了不同的供货产品、服务要求以及结算、信用政策，从而在销售单价、毛利率水平上存在较大差异，具有合理性。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、获取发行人的销售明细表，分析发行人主要产品的销售均价、单位成本变动情况，以及对毛利率的影响；
- 2、获取发行人的采购明细表，分析主要原材料、能源采购均价变动情况；
- 3、获取发行人的销售明细表，统计发行人不同类型直销客户销售数据，对比分析，了解差异原因及合理性；

4、查阅发行人不同类型直销客户销售合同及访谈纪要，查询其工商信息，并了解其在结算政策、信用政策等方面的区别。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、**2021 年和 2022 年**发行人主营业务毛利率下降，主要受天然气、煤等能源价格上涨影响，导致发行人生产成本持续上涨，压缩了毛利空间，具有合理性；若未来市场竞争加剧，或原材料和能源价格进一步上升，发行人主要产品毛利率可能面临进一步下滑的风险；**2023 年上半年**天然气、煤采购价格相较 2022 年已有所回落，预计能源价格继续大幅上涨的可能性较小，**2023 年上半年**发行人毛利率已基本企稳并同比回升；

2、发行人不同类型直销客户因其不同的采购特点，导致双方协商形成了不同的供货产品、服务要求以及结算、信用政策，从而在销售单价、毛利率水平上存在较大差异，具有合理性。

13、关于应收账款和应收票据

申报材料显示：

(1) 报告期各期末，发行人对恒大应收款项规模分别为 125,221.09 万元、140,689.15 万元、120,322.83 万元、120,160.16 万元。发行人将恒大认定为存在较大信用风险，从 2020 年末开始对其应收款项单项计提减值准备，2020 年末、2021 年末、2022 三季度末单项计提比例分别为 40.00%、90.00%、90.00%，计提恒大相关减值准备对发行人利润影响较大。

(2) 2019 年，部分经销商与发行人协商通过开具商业承兑汇票的方式支付一部分货款，发行人从相关经销商收取的合计 21,880.00 万元的商业承兑汇票按照票面金额等额转让给关联方叶盛商业保理；2021 年 10 月 31 日，发行人与叶德林签署了四份《债权转让协议》，分别就发行人对广州恒大材料设备有限公司等 4 家债务人合计 58,723.17 万元的应收账款权益等额作价、有条件转让给叶德林。

请发行人：

(1) 说明报告期内发行人是否存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，如存在，说明具体情况，终止确认是否符合《企业会计准则》的规定；2021 年向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益的作价情况、会计处理和主要财务影响，是否终止确认相关应收账款。

(2) 结合恒大集团债务重组进展、期后回款比例，说明 2021 年末对其应收款项按 90%计提坏账的依据及充分性；模拟测算对恒大地产应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人经营业务的影响，是否对满足发行上市条件构成重大不利影响。

(3) 说明 2019 年向关联方叶盛商业保理等额转让相关商业承兑汇票的原因及财务影响，转让定价的公允性，结合票据的实际支付情况，测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期内发行人是否存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，如存在，说明具体情况，终止确认是否符合《企业会计准则》的规定；2021年向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益的作价情况、会计处理和主要财务影响，是否终止确认相关应收账款。

(一) 说明报告期内发行人是否存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，如存在，说明具体情况，终止确认是否符合《企业会计准则》的规定

1、报告期内发行人对应收账款除正常回款以外的终止确认情形

报告期内，发行人存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，全部是发行人应收账款保理业务下无追索权的保理业务，具体情况：

单位：万元

项目	是否有追索权	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
终止确认的应收账款金额	否	6,538.97	14,466.02	20,005.54	16,673.56
与终止确认相关的损失	-	-260.05	-598.44	-1,013.01	-1,129.19
占应收账款期末余额的比例	-	2.31%	5.28%	8.13%	13.52%
平均保理费率	-	3.98%	4.14%	5.06%	6.77%

发行人工程客户主要为各大房地产公司，由于其资金预算及支出、项目结算的审批程序较为严格，导致整体付款期限较长，部分房地产公司资金周转紧张，导致发生付款拖延。因此存在部分房地产公司指定保理机构向供应商进行付款，以及发行人将部分应收账款进行保理，同行业可比公司也存在类似情形。

报告期内，发行人终止确认的应收账款保理主要涉及客户为中海、龙湖、万科等地产客户，保理机构主要包括工商银行、建设银行等商业银行以及深圳市柏霖汇商业保理有限公司、深圳前海联捷商业保理有限公司、深圳市前海一方恒融商业保理有限公司等商业保理公司。报告期内，发行人平均保理费率在3%-7%之间，属于市场正常保理费率水平，具有合理性。

2、终止确认是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第23号—金融资产转移》第七条，“企业在发生金融资产转移时，应当评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：（1）企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当

终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。（2）企业保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当继续确认该金融资产。”

报告期内，发行人对产生的应收账款保理业务，根据是否拥有追索权进行不同的会计处理：（1）对于无追索权的应收账款保理业务，发行人在签订保理合同时暂不进行会计处理，待保理合同签署完毕并收到保理款项后将对应债务人的应收账款予以终止确认；（2）对于附有追索权且期末追索权尚未到期的应收账款保理业务，发行人对应收账款不进行终止确认，按照收到保理款项的金额计入短期借款，同时针对上述应收账款可能存在的信用风险计提坏账准备。

根据《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）文件规定，发行人在应收账款因保理业务终止确认时，将收到的保理款项与应收账款原账面价值之间的差异计入投资收益（损失）列示。

综上，发行人报告期内对应收账款保理业务下无追索权的保理业务，终止确认对应的应收账款，并确认相关损失，符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）2021 年向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益的作价情况、会计处理和主要财务影响，是否终止确认相关应收账款

1、2021 年向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益的作价情况

2021 年 10 月 31 日，发行人与叶德林签署了四份《债权转让协议》，分别就发行人对广州恒大材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广州恒乾材料设备有限公司和海南恒乾材料设备有限公司（以下简称“债务人”）合计 58,723.17 万元的应收账款权益（以下简称“债权标的”）等额作价、有条件转让给叶德林，并约定债权转让款的支付方式为：在叶德林收到债务人任一笔债权标的的偿还款项后 3 个工作日内，叶德林向发行人等额支付债权转让款；在叶德林未收到债务人对债权标的的偿还款项的情况下，叶德林就未收到债务人偿还欠款的对应债权标的的无需向发行人支付任何债权转让款。

发行人向叶德林等额作价转让应收账款权益具体如下：

单位：万元

债务人名称	应收款项			作价金额
	应收账款	应收票据	合计	
广州恒大材料设备有限公司	14,743.37	32,733.50	47,476.87	47,476.87
广州恒乾材料设备有限公司	1,349.71	4,337.38	5,687.09	5,687.09
广州恒隆设备材料有限公司	1,346.85	2,229.19	3,576.04	3,576.04
海南恒乾材料设备有限公司	623.08	1,360.09	1,983.17	1,983.17
合计	18,063.01	40,660.16	58,723.17	58,723.17

截至 2023 年 6 月 30 日，债务人应收款项均已逾期未收回，根据发行人与叶德林签订的《债权转让协议》约定，叶德林未向发行人支付任何债权转让款。

2、会计处理和主要财务影响，是否终止确认相关应收账款

根据《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》第七条，“企业在发生金融资产转移时，应当评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：（1）企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。（2）企业保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当继续确认该金融资产。”

发行人将对债务人的应收账款权益等额作价转让给叶德林后，根据发行人与叶德林签订的《债权转让协议》约定，发行人实际上并未将对债务人的该部分应收账款权益的风险和报酬进行转移，仍保留对该部分应收账款权益的控制，且承担该部分应收账款权益无法收回的风险，因此未终止确认相关应收款项，并对该部分应收款项继续按照发行人账龄计算方法以及坏账计提政策进行后续计量，符合《企业会计准则》的相关规定。

二、结合恒大集团债务重组进展、期后回款比例，说明 2021 年末对其应收款项按 90%计提坏账的依据及充分性；模拟测算对恒大地产应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人经营业务的影响，是否对满足发行上市条件构成重大不利影响。

(一) 结合恒大集团债务重组进展、期后回款比例，说明 2021 年末对其应收款项按 90%计提坏账的依据及充分性

1、恒大集团债务重组进展

2020 年 9 月起，恒大出现大额债务无法偿还，尽管在其随后进行债转股后债务危机暂时缓解，但各种迹象显示恒大的流动性出现明显风险，恒大已实质发生债务危机。

报告期内，恒大资信情况不断恶化，根据权威机构的最新评级结果，标普于 2021 年 9 月 15 日对其信用评定为 CC，穆迪于 2021 年 9 月 7 日对其信用评定为 Ca，评级结果全面下调。

2021 年 12 月 3 日，恒大首次正式公告到期债务无法兑付；2021 年 12 月 6 日，恒大正式公告成立风险化解委员会；2022 年 1 月 26 日，恒大公告计划将于未来 6 个月提出初步重组方案；2023 年 3 月 22 日，恒大发布境外债务重组方案，要求境外债权人于 2023 年 4 月 27 日前选择重组方案并完成重组支持协议的签订，后公告延长期限至 2023 年 5 月 18 日；2023 年 7 月，恒大境外债务重组方案通过法院召集聆讯，公告将于 2023 年 8 月 22 日、23 日召开协议安排会议，届时债权人将对境外债务重组方案进行审议，后公告会议延期至 2023 年 9 月 25 日、26 日召开，并拟于 2023 年 10 月 3 日、5 日、16 日、17 日安排法院批准聆讯；2023 年 9 月 22 日，恒大公告鉴于恒大目前经营情况以及与其顾问及债权人协商，将取消 2023 年 9 月 25 日、26 日协议安排会议的召开，且暂未明确重新召开协议安排会议的时间；2023 年 9 月 24 日，恒大公告由于自身主要附属公司被立案调查，故无法满足债务重组下发行新票据的资格；2023 年 10 月 20 日，恒大公告将取消原定于 2023 年 10 月 16 日、17 日的批准聆讯，并无限延期 2023 年 10 月 3 日、5 日的批准聆讯。根据重组方案说明，基于重组不成功且恒大被迫清算的情况，境外债权人的预估回收率在 2.05%-9.34%之间。目前恒大仍未公

布境内债务重组方案，根据恒大公告说明，2022 年已先后完成 9 支境内公司债券本金（涉及金额 535 亿元）和利息（涉及金额 37.03 亿元）的展期（6 个月至 1 年不等），境内债务重组情况与境外存在较大差异。

2、期后回款比例

报告期各期末，恒大应收款项（包括应收账款和应收商业承兑汇票）的期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应收款项原值	120,458.09	120,281.02	120,322.83	140,689.15
期后回款比例	0.43%	0.48%	0.73%	60.55%

注 1：上述期后回款日期均截至 2023 年 8 月 31 日；

注 2：恒大爆发债务危机后，发行人与恒大采取现款现货方式结算，现款现货模式下现金流入不纳入回款统计范围。

报告期内，恒大回款均为现金，未有其他方式回款。如上表所示，发行人截至 2020 年 12 月 31 日对恒大应收款项余额的期后回款比例为 60.55%。从 2021 年开始，恒大爆发债务危机后基本停止了对供应商前期应收款项余额的支付，因此 2021 年末、2022 年末、2023 年 6 月末恒大应收款项余额的期后回款比例很低。

3、2021 年末对其应收款项按 90% 计提坏账的依据及充分性

发行人结合恒大集团经营情况和债务重组进度、恒大地产对发行人期后回款情况、所持发行人股权质押情况、同行业可比公司减值计提情况等因素，综合判断后确定对恒大应收款项的坏账计提政策。

发行人将恒大认定为存在较大信用风险，从 2020 年末开始对其应收款项单项计提减值准备，具体计提情况如下：

单位：万元

项目	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应收款项原值	120,458.09	120,281.02	120,322.83	140,689.15
减值准备	108,412.28	108,252.92	108,290.54	56,275.66
减值计提比例	90%	90%	90%	40%

2020 年 12 月发行人对恒大应收票据首次出现逾期，发行人从 2020 年末开始对恒大应收款项单项计提减值准备，发行人管理层主要结合对恒大的信用风险

判断，以及期末恒大应收款项期后回款情况，确定减值计提比例为 40%。2021 年末恒大应收款项余额减值计提比例确定为 90%，系考虑了恒大地产以其所持发行人股权提供质押等，以及参考同行业可比公司的减值计提比例情况，充分计提了减值准备。

经查阅招股说明书、上市公司披露公告等，同行业可比公司以及其他恒大供应商上市公司对恒大应收款项单项计提减值准备的具体情况如下：

可比公司	2023 年 1-6 月	2022 年末	2021 年末	2020 年末
马可波罗	未披露	80%	80%	40%
东鹏控股	未披露	未披露	80%	未单项计提
蒙娜丽莎	未披露	未披露	50%	未单项计提
箭牌家居	100%	100%	100%	未单项计提
中衡设计	82.27%	80.96%	80%	未单项计提
江山欧派	80%	80%	20%	未单项计提
皮阿诺	80%	80%	80%	未单项计提
三棵树	未披露	65%	65%	未单项计提
中天精装	100%	100%	100%	未单项计提
发行人	90%	90%	90%	40%

注：数据来源于可比公司招股说明书、定期报告。

与可比公司相比，发行人 2020 年末对恒大应收款项按照 40% 比例单项计提减值，与马可波罗一致；2021 年末进一步将减值计提比例提高到 90%，略高于包括马可波罗、东鹏控股、蒙娜丽莎在内的大部分可比公司。

此外，发行人已加大对恒大应收款项的催收力度，并采用包括恒大地产所持发行人股权质押、法律诉讼等方式，以谋求更好保障发行人的利益。

综上，发行人对恒大应收款项的减值准备计提充分。

（二）模拟测算对恒大地产应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人经营业务的影响，是否对满足发行上市条件构成重大不利影响

模拟测算对恒大应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人报告期内经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2023.06.30 /2023年 1-6月	2022.12.31 /2022年	2021.12.31 /2021年	2020.12.31 /2020年
应收款项①	120,458.09	120,281.02	120,322.83	140,689.15
目前坏账计提比例②	90%	90%	90%	40%
目前坏账计提金额③=①*②	108,412.28	108,252.92	108,290.54	56,275.66
模拟全额计提坏账比例④	100%	100%	100%	100%
模拟测算需计提坏账金额⑤=①*④	120,458.09	120,281.02	120,322.83	140,689.15
模拟测算前后差异金额⑥=⑤-③	12,045.81	12,028.10	12,032.28	84,413.49
递延所得税的影响金额⑦=⑥*25%	3,011.45	3,007.03	3,008.07	21,103.37
目前扣非后归母净利润⑧	40,245.50	56,172.53	55,014.49	96,869.54
模拟后扣非后归母净利润⑨=⑧-⑥+⑦	31,211.14	47,151.46	45,990.28	33,559.42

注：假设按 25% 的企业所得税税率测算递延所得税影响金额。

如上表所示，模拟测算后发行人报告期内扣非后归母净利润金额分别为 33,559.42 万元、45,990.28 万元、47,151.46 万元和 **31,211.14 万元**，不会对发行人满足发行上市条件构成重大不利影响。

三、说明 2019 年向关联方叶盛商业保理等额转让相关商业承兑汇票的原因及财务影响，转让定价的公允性，结合票据的实际支付情况，测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额。

（一）说明 2019 年向关联方叶盛商业保理等额转让相关商业承兑汇票的原因及财务影响，转让定价的公允性

2019 年，发行人部分经销商出于资金周转的需求，与发行人协商通过开具商业承兑汇票的方式支付一部分货款，承兑汇票的承兑方为经销商自身。发行人为保障收款的及时性，与关联方佛山市叶盛商业保理有限公司（以下简称“叶盛商业保理”）、相关经销商签署了不附追索权的《保理合同》，将发行人从相关经销商收取的合计 21,880.00 万元的商业承兑汇票按照票面金额等额转让给叶盛商业保理，并约定在转让票据到期后由相关经销商直接与叶盛商业保理进行结算并支付利息费用，发行人不承担任何保理费用。发行人向叶盛商业保理关联转让的商业承兑汇票明细如下：

单位：万元

经销商（承兑方）	金额	占比
----------	----	----

经销商（承兑方）	金额	占比
重庆三辉建材发展有限公司	6,000.00	27.42%
鑫明珠建材（深圳）有限公司	3,000.00	13.71%
北京远东美居建材有限公司	2,400.00	10.97%
深圳市华慈投资发展有限公司	2,250.00	10.28%
南京茂辉建材有限公司	2,000.00	9.14%
郑州中陶商贸有限公司	1,300.00	5.94%
佛山市众一建材有限公司	1,000.00	4.57%
南通冠领贸易有限公司	900.00	4.11%
郑州金鹏建材有限公司	600.00	2.74%
浙江培苗装饰材料有限公司	600.00	2.74%
北京普华永利建材有限公司	500.00	2.29%
东莞市厚诚建材有限公司	300.00	1.37%
温州市瓯海东日陶瓷有限公司	300.00	1.37%
茂名市广源陶瓷有限公司	200.00	0.91%
玉林市德灿贸易有限责任公司	180.00	0.82%
宁波市可亿建材有限公司	150.00	0.69%
台州市椒江天童建材有限公司	100.00	0.46%
营口中福实业有限公司	50.00	0.23%
广州市弦卓建材有限责任公司	50.00	0.23%
合计	21,880.00	100.00%

关联保理涉及经销商与发行人均无关联关系。在关联保理之前，发行人对相关经销商的应收款项连续计算并按照组合方式计提减值准备，转让前未发生到期无法偿还的情形，未出现需单项计提减值准备的迹象，对发行人应收款项减值准备无重大影响。发行人通过关联方进行保理，主要考虑保障发行人收款的及时性，发行人向叶盛商业保理转让商业承兑汇票后，终止确认该部分应收款项，除此之外对发行人无其他财务影响，前述商业承兑汇票到期后均已及时结清，不存在到期无法偿还的情形，平均保理费率为 5.86%，属于市场正常保理费率水平，具有合理性。因此，发行人向关联方等额作价转让商业承兑汇票，有利于保障发行人利益，转让定价具有公允性。

（二）结合票据的实际支付情况，测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额

前述转让票据到期后，相关经销商已向叶盛商业保理支付并结清了相关货款和利息费用。2020年及之后，发行人未再通过关联方进行应收款项保理。

截至2021年末，全部转让票据均已结清，其中2019年末、2020年末未结清票据余额分别为15,250.00万元、1,600.00万元。测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额如下：

单位：万元

项目	2020.12.31 /2020年	2019.12.31 /2019年
应收款项①	1,600.00	15,250.00
原坏账计提金额②	-	-
模拟测算坏账准备金额③=①*坏账比例	320.00	762.50
模拟测算前后差异金额④=③-②	320.00	762.50
递延所得税的影响金额⑤=④*25%	80.00	190.63
原扣非后归母净利润⑥	96,869.54	122,058.28
调整后扣非后归母净利润⑦=⑥-④+⑤	96,629.54	121,486.40

注1：假设按25%的企业所得税税率测算递延所得税影响金额；

注2：2019年末、2020年末相关票据的账龄分别为1年以内、1-2年，对应的坏账比例（预期信用损失率）分别为5%、20%。

如上表所示，测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额很小，不会对发行人造成重大不利影响。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、取得发行人应收款项保理台账，并与银行流水、应收款项明细进行交叉核对，查阅应收款项保理合同，了解应收款项保理金额、保理费用、是否附追索权以及交易安排；

2、向发行人管理层了解关联交易情况、必要性、合理性；

3、查阅《企业会计准则》中新金融工具准则对于应收款项的相应要求；

- 4、获取发行人报告期各期末应收款项的期后回收情况；
- 5、查阅恒大集团相关公告，向发行人了解与恒大往来情况；
- 6、查阅同行业可比公司招股说明书、定期报告等文件；了解同行业可比公司应收账款、应收票据坏账准备计提政策和具体计提情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，全部是发行人应收账款保理业务下无追索权的保理业务，相关会计处理符合《企业会计准则》规定；2021年发行人向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益，根据合同约定未满足终止确认条件，发行人未终止确认相关应收账款，相关会计处理符合《企业会计准则》规定；

2、发行人结合恒大集团经营情况和债务重组进度、恒大地产对发行人期后回款情况、所持发行人股权质押情况、同行业可比公司减值计提情况等因素，综合判断后确定对恒大应收款项的坏账计提政策；与可比公司相比，发行人2021年末对恒大应收款项减值计提比例为90%，略高于包括马可波罗、东鹏控股、蒙娜丽莎在内的大部分可比公司，减值准备计提充分；模拟测算对恒大应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人报告期内经营业绩的影响，不会对发行人满足发行上市条件构成重大不利影响；

3、2019年发行人向关联方叶盛商业保理等额转让相关商业承兑汇票，主要系考虑发行人收款的及时性，有利于保障发行人利益，转让定价具有公允性；发行人向叶盛商业保理转让商业承兑汇票后，终止确认该部分应收款项，除此之外对发行人无其他财务影响；前述转让票据到期后，相关经销商已向叶盛商业保理支付并结清了相关货款和利息费用；测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额很小，不会对发行人造成重大不利影响。

14、关于存货

申报材料显示：

(1) 发行人存货中，原材料、在产品、发出商品及其他对应库龄均在一年以内，仅库存商品存在库龄超过一年的情况。报告期各期末，库龄超过一年的库存商品金额分别为 6,397.87 万元、8,953.24 万元、11,399.26 万元、12,401.65 万元，对库存商品计提的跌价准备金额分别为 2,108.49 万元、4,022.80 万元、5,524.99 万元、6,484.42 万元。

(2) 报告期各期末，发行人存货减值准备实际计提比例低于马可波罗、东鹏控股。发行人认为东鹏控股 1 年以上的库存商品比例较高，因此其对应的存货跌价准备计提比例较高。

请发行人：

(1) 说明库龄 1 年以上库存商品对应的存货跌价准备金额占比，结合具体构成说明各期末对库存商品计提存货跌价准备的原因，相应原因是否适用未计提跌价准备的其他存货，对毛利率较低的细分产品的存货跌价准备计提是否充分，发行人对存货计提的跌价准备是否充分。

(2) 说明发行人存货跌价准备实际计提比例低于马可波罗、东鹏控股的主要原因，模拟测算按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明库龄 1 年以上库存商品对应的存货跌价准备金额占比，结合具体构成说明各期末对库存商品计提存货跌价准备的原因，相应原因是否适用未计提跌价准备的其他存货，对毛利率较低的细分产品的存货跌价准备计提是否充分，发行人对存货计提的跌价准备是否充分。

(一) 说明库龄 1 年以上库存商品对应的存货跌价准备金额占比，结合具体构成说明各期末对库存商品计提存货跌价准备的原因，相应原因是否适用未计提跌价准备的其他存货

1、说明库龄 1 年以上库存商品对应的存货跌价准备金额占比

报告期各期末，发行人库存商品及跌价准备情况如下：

单位：万元

库存商品								
库龄	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1 年以内	77,713.25	88.23%	97,981.50	91.30%	110,775.66	90.67%	80,982.31	90.04%
1 年以上	10,367.07	11.77%	9,331.46	8.70%	11,399.26	9.33%	8,953.24	9.96%
合计	88,080.32	100.00%	107,312.96	100.00%	122,174.92	100.00%	89,935.55	100.00%
跌价准备								
库龄	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	-	-	-	-	-	-	-	-
1 年以上	4,467.77	100.00%	4,466.85	100.00%	5,524.99	100.00%	4,022.80	100.00%
合计	4,467.77	100.00%	4,466.85	100.00%	5,524.99	100.00%	4,022.80	100.00%
计提比例	5.07%	-	4.16%	-	4.52%	-	4.47%	-

如上表所示，发行人计提跌价准备的库存商品库龄均在 1 年以上，报告期内库存商品跌价准备计提比例分别为 4.47%、4.52%、4.16% 和 5.07%。

2、结合具体构成说明各期末对库存商品计提存货跌价准备的原因

发行人存货跌价准备计提政策：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。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。

建筑陶瓷产品具有耐腐蚀、材质坚固、防火防潮等特点，易于保存，减值总体风险较小。发行人根据历史销售数据以及对未来市场的分析，并结合库存商品的状态确定可变现净值，一般库龄在 1 年以内的库存商品，因市场需求旺盛，不存在无法销售或需要大力度打折销售的情形，可变现净值高于存货成本，无需计提跌价准备；一般库龄超过 1 年的库存商品，在实际销售时预计售价相较成本存在一定折价，发行人在考虑库龄较长的库存商品的跌价准备时，结合其长期未结转的原因及实现销售的可能性，充分计提跌价准备。

报告期各期末，发行人库龄 1 年以上的库存商品具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
陶瓷砖	9,600.58	92.60	8,659.66	92.80	10,720.88	94.05	8,255.44	92.21
陶瓷板材	704.46	6.80	627.51	6.72	624.53	5.48	654.29	7.31
其他	62.03	0.60	44.29	0.47	53.85	0.47	43.51	0.49
合计	10,367.07	100.00	9,331.46	100.00	11,399.26	100.00	8,953.24	100.00

如上表所示，发行人库龄 1 年以上的库存商品主要为陶瓷砖，另有部分陶瓷板材，库龄较长一般是因为样式、花色等消费者偏好原因导致消化较慢。建筑陶瓷产品标准化程度较高，发行人一般根据在手订单情况、未来市场需求预测及历史销售情况进行备货，并保持适当的安全库存，因预期偏差、市场需求变化等，导致部分库存商品库龄超过 1 年。对于长期积压的存货，发行人适时执行产品促销活动，以一定优惠力度的价格进行清理，以减少呆滞存货，降低减值风险。

3、相应原因是否适用未计提跌价准备的其他存货

报告期各期末，发行人除库存商品之外，其他存货包括原材料、在产品、发出商品等库龄均在 1 年以内，具体分析如下：

(1) 原材料：发行人主要原材料市场供应充足，发行人与主要供应商合作关系稳定，每年签订框架协议，具体采购时通过招投标或询价方式确定供应商和采购价格；原材料通用性高，如坭砂、化工料、煤等储存状态良好，不易变质；报告期内可变现净值无明显下跌情形；各期末原材料库龄均在 1 年以内，期

后结转情况良好；无明显减值迹象，未计提减值准备，具有合理性。

(2) 在产品：发行人销售情况良好，与主要客户的合作关系稳定；发行人主要产品生产周期短，期后在产品结转速度快，期间可变现净值发生重大不利变化的可能性很低；无明显减值迹象，未计提减值准备，具有合理性。

(3) 发出商品：发行人发出商品均有对应的客户订单和合同支持；从发货到收入确认时间较短；各期末发出商品余额较低，减值风险较低，未计提减值准备，具有合理性。

综上，发行人对库存商品计提跌价准备的原因，不适用原材料、在产品、发出商品等其他存货，发行人原材料、在产品、发出商品库龄均在1年以内，经减值测试后无明显减值迹象，未计提减值准备，具有合理性。

(二) 对毛利率较低的细分产品的存货跌价准备计提是否充分

报告期内，发行人各类细分产品毛利率水平如下：

项目	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
陶瓷砖	23.16%	20.51%	27.87%	34.22%
其中：瓷质有釉砖	24.41%	21.84%	29.61%	36.26%
瓷质无釉砖	19.59%	17.07%	23.62%	30.53%
陶质砖	17.80%	15.76%	23.02%	30.25%
陶瓷板材	31.89%	29.33%	38.12%	41.99%
合计	25.62%	22.87%	29.69%	34.84%

如上表所示，发行人毛利率相对较低的细分产品主要包括瓷质无釉砖、陶质砖，测算瓷质无釉砖、陶质砖各期末可变现净值情况如下：

单位：万元

项目	瓷质无釉砖				陶质砖			
	2023年6月末	2022年末	2021年末	2020年末	2023年6月末	2022年末	2021年末	2020年末
账面余额	1,552.72	2,080.71	9,581.07	15,257.34	8,753.17	9,177.60	16,698.20	15,805.12
占存货账面余额比例	1.20%	1.40%	5.50%	11.47%	6.77%	6.18%	9.58%	11.88%
毛利率①	19.59%	17.07%	23.62%	30.53%	17.80%	15.76%	23.02%	30.25%
销售费用率②	9.27%	9.03%	8.91%	8.26%	9.30%	9.03%	8.91%	8.26%
税费率③	1.01%	1.12%	0.96%	0.96%	1.01%	1.12%	0.96%	0.96%

项目	瓷质无釉砖				陶质砖			
	2023年6月末	2022年末	2021年末	2020年末	2023年6月末	2022年末	2021年末	2020年末
可变现净值率 ④=①-②-③	9.31%	6.92%	13.75%	21.31%	7.49%	5.61%	13.15%	21.03%
存货跌价准备 计提比率⑤	6.09%	12.86%	8.25%	5.41%	7.22%	9.23%	5.22%	4.07%
计提存货跌价准备 后的可变现净值率 ⑥=④+⑤	15.40%	19.78%	22.00%	26.72%	14.71%	14.84%	18.37%	25.11%

注：销售费用率取发行人报告期各期销售费用及运输成本之和占营业收入的比率，税费率取发行人报告期各期税金及附加占营业收入的比率。

如上表所示，发行人毛利率相对较低的瓷质无釉砖、陶瓷砖产品各期末可变现净值率均大于零，未出现重大减值迹象，考虑计提跌价准备后的可变现净值率均较高。此外，前述低毛利率产品实际对外销售所必要销售费用会显著低于测算用的当年综合销售费用率。因此，发行人对毛利率相对较低的瓷质无釉砖、陶瓷砖产品已充分计提跌价准备。

（三）发行人对存货计提的跌价准备是否充分

如前文分析，报告期各期末，发行人原材料、在产品、发出商品等库龄均在1年以内，经减值测试后不存在明显减值迹象，因而未计提跌价准备；发行人库存商品中，库龄在1年以内的库存商品因市场需求旺盛，不存在无法销售或需要大力度打折销售的情形，因而未计提跌价准备，而库龄在1年以上的库存商品在实际销售时预计售价相较成本存在一定折价，发行人结合其长期未结转的原因及实现销售的可能性，已充分计提跌价准备。

报告期内，发行人存货跌价准备计提比例处于同行业可比公司中间水平，具体比较情况如下：

公司名称	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	全部 存货	库存 商品	全部 存货	库存 商品	全部 存货	库存 商品	全部 存货	库存 商品
马可波罗	未披露	未披露	8.87%	9.68%	7.10%	8.76%	6.77%	10.39%
东鹏控股	9.29%	11.54%	6.67%	8.46%	6.70%	8.64%	10.53%	13.40%
蒙娜丽莎	4.90%	6.62%	4.58%	4.59%	2.09%	4.77%	0.75%	2.15%
帝欧家居	6.33%	9.71%	5.79%	8.27%	2.92%	3.23%	2.54%	4.83%
发行人	3.45%	5.07%	3.01%	4.16%	3.17%	4.52%	3.02%	4.47%

注1：数据来源于可比公司招股说明书、定期披露报告；

注2：同行业可比公司未披露不同库龄库存商品减值信息。

综上，报告期各期末发行人已对存货充分计提跌价准备。

二、说明发行人存货跌价准备实际计提比例低于马可波罗、东鹏控股的主要原因，模拟测算按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响。

(一) 说明发行人存货跌价准备实际计提比例低于马可波罗、东鹏控股的主要原因

发行人存货跌价准备计提比例低于马可波罗、东鹏控股，原因分析如下：

1、东鹏控股

东鹏控股存货跌价准备计提政策：存货跌价准备计提时，判定存货可变现净值主要通过以下方式确定：（1）对于库龄较短的库存商品，其市场需求相对旺盛，主要参照商品市场价格确定对存货的估计售价，可变现净值大多高于存货成本；（2）对于库龄较长的库存商品，考虑到减值风险较高，且清仓销售折扣力度较大，因此所确定的存货估计售价随着实际销售价格的降低而下调。

根据东鹏控股招股说明书，库存商品库龄分布情况如下：

项目	2020年6月末	2019年末	2018年末	2017年末
1年以内	67.38%	68.39%	77.77%	73.60%
1年以上	32.62%	31.61%	22.23%	26.40%

注：数据来源于东鹏控股招股说明书。

如上表所示，东鹏控股1年以上的库存商品比例区间为22%-33%，而发行人报告期内1年以上的库存商品比例区间为8%-11%，相比而言东鹏控股1年以上库存商品比例较高，因此其对应的存货跌价准备计提比例较高。

2、马可波罗

马可波罗存货跌价准备计提政策：资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

经检索，马可波罗除披露其存货跌价准备计提数据外，未披露包括库存商品库龄分布情况等其他有助于分析存货跌价准备计提差异原因的相关信息。

综上，发行人存货跌价准备计提政策与东鹏控股、马可波罗不存在明显差异；发行人存货跌价准备计提比例低于东鹏控股，主要与发行人库存商品库龄分布与东鹏控股存在差异有关；因马可波罗未披露其库存商品库龄分布情况或其他详细信息，暂无法比较分析与发行人存货跌价准备计提比例差异原因。

（二）模拟测算按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响

报告期内，模拟测算发行人按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响情况如下：

单位：万元

项目	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
发行人存货余额①	129,360.66	148,573.83	174,218.83	133,019.53
发行人存货跌价准备余额②	4,467.77	4,466.85	5,524.99	4,022.80
发行人存货跌价准备计提比例	3.45%	3.01%	3.17%	3.02%
马可波罗存货跌价准备计提比例③	未披露	8.87%	7.10%	6.77%
按马可波罗测算存货跌价准备余额④=①*③	未披露	13,178.50	12,369.54	9,005.42
按马可波罗测算存货跌价准备余额差额⑤=④-②	未披露	8,711.65	6,844.54	4,982.63
按马可波罗测算增加当期资产减值损失金额⑥	未披露	1,867.11	1,861.92	-2,775.76
按马可波罗测算税后净利润影响金额⑦=⑥*0.85	未披露	1,587.04	1,582.63	-2,359.39
东鹏控股存货跌价准备计提比例③'	9.29%	6.67%	6.70%	10.53%
按东鹏控股测算存货跌价准备余额④'=①*③'	12,017.60	9,915.17	11,673.98	14,007.73
按东鹏控股测算存货跌价准备余额差额⑤'=④'-②	7,549.84	5,448.32	6,148.98	9,984.93
按东鹏控股测算增加当期资产减值损失金额⑥'	2,101.52	-700.66	-3,835.95	-1,700.94
按东鹏控股测算税后净利润影响金额⑦'=⑥'*0.85	1,786.29	-595.56	-3,260.56	-1,445.80
发行人扣非后归母净利润⑧	40,245.50	56,172.53	55,014.49	96,869.54
按马可波罗测算扣非后归母净利润⑨=⑧-⑦	未披露	54,585.49	53,431.86	99,228.93
按东鹏控股测算扣非后归母净利润⑨'=⑧-⑦'	38,459.21	56,768.10	58,275.04	98,315.33

如上表所示，按马可波罗模拟测算后发行人 2022 年扣非后归母净利润减少 1,587.04 万元，按东鹏控股模拟测算后发行人 2022 年扣非后归母净利润增加 595.56 万元。

综上，模拟测算发行人按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备后，不会对发行人的经营业绩造成明显不利影响。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(一) 核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人各类存货余额明细表，复核其库龄构成情况，了解及分析其波动的原因；

2、了解发行人存货跌价准备计提政策，获取发行人报告期内各期末存货跌价准备计提明细表，复核可变现净值的合理性，核实发行人存货跌价准备计提是否充分、合理；

3、查询同行业可比公司存货跌价准备计提政策、存货跌价准备计提情况，并与发行人进行对比，模拟测算按同行业可比公司实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响。

(二) 核查意见

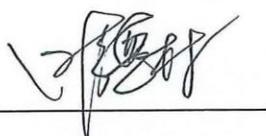
经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人计提跌价准备的库存商品库龄均在1年以上；库龄超过1年的库存商品在实际销售时预计售价相较成本存在一定折价，发行人结合其长期未结转的原因及实现销售的可能性计提跌价准备；库存商品计提跌价准备的原因不适用于原材料、在产品、发出商品等其他存货；发行人已对毛利率相对较低的瓷质无釉砖、陶质砖产品充分计提跌价准备；发行人已对存货充分计提跌价准备；

2、发行人存货跌价准备计提政策与东鹏控股、马可波罗不存在明显差异；发行人存货跌价准备计提比例低于东鹏控股，主要与发行人库存商品库龄分布与东鹏控股存在差异有关；因马可波罗未披露其库存商品库龄分布情况或其他详细信息，暂无法比较分析与发行人存货跌价准备计提比例差异原因；模拟测算发行人按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备后，不会对发行人的经营业绩造成明显不利影响。

(本页无正文, 为新明珠集团股份有限公司《关于新明珠集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件审核问询函的回复》之签章页)

发行人董事长:



叶德林



新明珠集团股份有限公司

2023年12月18日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于新明珠集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件审核问询函的回复》全部内容，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

发行人董事长：_____



叶德林

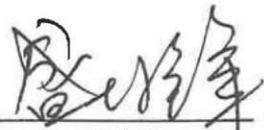


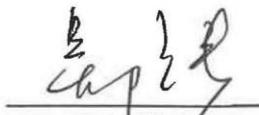
新明珠集团股份有限公司

2023年12月18日

（本页无正文，为《申万宏源证券承销保荐有限责任公司关于新明珠集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：


盛培锋


吴隆泰

申万宏源证券承销保荐有限责任公司



2023年12月18日

保荐人董事长、总经理声明

本人已认真阅读《关于新明珠集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件审核问询函的回复》的全部内容，了解回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐人董事长、总经理：


张剑

申万宏源证券承销保荐有限责任公司



2023年12月18日