



关于常州匠心独具智能家居股份有限公司
申请首次公开发行股票并在创业板上市的
审核中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）



（住所：北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼）

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 2 月 10 日出具的《关于常州匠心独具智能家居股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕010292 号）（以下简称“意见落实函”）已收悉。常州匠心独具智能家居股份有限公司（以下简称“匠心家居”、“发行人”、“公司”）与中信建投证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“保荐人”）、北京市环球律师事务所（以下简称“发行人律师”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就意见落实函所提问题逐条进行了认真讨论、核查和落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本意见落实函回复中的简称与《招股说明书》中简称具有相同含义。

涉及招股说明书的修改、补充披露的内容以**楷体加粗**的方式列示。对招股说明书的引用内容以楷体（不加粗）的方式列示。

本意见落实函回复中，合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目录

1. 关于境内市场和自主品牌。	4
2. 关于产品质量报告和诉讼。	4
3. 关于技术服务。	30
4. 请发行人按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》（以下简称《监管指引》）的规定，真实、准确、完整披露股东信息，并补充出具专项承诺。同时，请更新招股说明书，按要求增加披露信息并简要披露核查情况及结论。	35
5. 关于境外销售收入。	38
6. 关于营业收入及净利润。	38
7. 关于 2020 年全年业绩情况。	49
8. 关于主要供应商。	54

1. 关于境内市场和自主品牌。

申报文件和审核问询回复显示：

（1）发行人是全球智能电动沙发、智能电动床行业重要的 ODM 供应商。报告期内，公司境外收入占比分别为 95.55%、96.08%、96.95%和 98.62%。公司产品销往美国等发达国家市场，客户主要是国际知名家具企业；

（2）公司拥有 MotoMotion、MotoSleep、HHC、Yourway 等具有一定国际知名度的自主品牌；

（3）在美国、欧洲等市场，智能家居市场渗透率和普及率较高；在国内市场，智能家居市场的发展还处于起步阶段。敏华控股等企业已在功能沙发等领域占据一定的市场先机。发行人目前正积极通过多种渠道拓展国内市场。

请发行人：

（1）补充披露发行人是“全球智能电动沙发、智能电动床行业重要 ODM 供应商”的依据，“MotoMotion、MotoSleep、HHC、Yourway 具有一定国际知名度”的依据；

（2）结合发行人主要收入来自于境外的背景和原因，获得境外客户的方式，产品和技术的可替代性，以及主要竞争对手的技术工艺水平、市场占有率等情况，补充披露发行人境外业务的竞争优势及其可持续性，是否存在市场需求萎缩、客户流失等重大经营风险；

（3）补充披露拓展国内市场的情况，国内市场和国外市场经营模式的主要区别，提升自主品牌影响力的主要困难和应对措施。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充披露发行人是“全球智能电动沙发、智能电动床行业重要 ODM 供应商”的依据，“MotoMotion、MotoSleep、HHC、Yourway 具有一定国际知名度”的依据

(一)补充披露发行人是“全球智能电动沙发、智能电动床行业重要 ODM 供应商”的依据

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、行业基本情况及公司竞争状况”之“(六) 发行人产品的市场地位”之“1、国际市场”补充披露如下：

“

多年来，公司凭借较强的研发能力、产品创新能力、质量控制水平和客户服务能力，积极开展以 ODM 模式为主的智能电动沙发、智能电动床研制和销售业务，成为全球智能电动沙发、智能电动床行业重要 ODM 供应商。

1、公司 ODM 业务立足美国市场，覆盖澳大利亚、法国、英国、意大利、加拿大等国家，形成全球化的销售布局。2017 年-2019 年，公司 ODM 外销收入复合增长率达 37.91%，保持快速增长。

2、公司 ODM 业务覆盖众多大型知名家具企业，公司是该等家具企业智能电动沙发、智能电动床产品的核心供应商。美国知名家具行业杂志 Furniture Today 公布的 2019 年度全美零售额前 100 名的家具零售商中，公司与其中 11 家公司建立了 ODM 业务合作关系；其中，全美前 10 名家具零售商中，公司 ODM 业务覆盖 3 家。Furniture Today 杂志公布的 2019 年度全美出货量前 10 名的家具厂商中，公司 ODM 客户覆盖 3 家。具体情况如下：

ODM 客户名称	2019 年度全美零售额前 100 名家具零售商	2019 年度全美零售额前 10 名家具零售商	2019 年度全美出货量前 10 的家具厂商
Ashley Furniture	√	√	√
Bob's Discount	√	√	
Flexsteel			√
Badcock	√		
Factory Direct	√		
American Signature	√		
Hooker Furniture			√
Rooms To Go	√	√	
Raymours	√		
Weekends Only Furniture Outlet	√		
Mor Furniture	√		
Steinhafels Furniture	√		
Haynes Furniture	√		

数据来源：Furniture Today 杂志

综上，公司智能电动沙发、智能电动床的 ODM 业务在全球行业范围内具有优良的口碑和广泛、优质的客户基础，是全球智能电动沙发、智能电动床行业重要 ODM 供应商。

”

（二）补充披露“MotoMotion、MotoSleep、HHC、Yourway 具有一定国际知名度”的依据

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、行业基本情况及公司竞争状况”之“（六）发行人产品的市场地位”之“1、国际市场”补充披露如下：

“

发行人 MotoMotion、MotoSleep、HHC、Yourway 等自主品牌主要涉及智能电动沙发、智能电动床、智能家具配件产品。依托公司多年来在智能家具及其配件领域形成的创新能力、技术积淀和生产经验，公司积极开展自主品牌的培育和推广。

1、公司自主品牌外销业务已覆盖北美、南美、欧洲、澳洲、东南亚、西亚、中国香港等国家和地区，具备全球性销售格局。

2、公司自主品牌产品借助优质客户的销售渠道和品牌影响力，在终端消费市场

场、国际智能家具制造厂商中建立起一定的品牌影响力。

(1) 自主品牌成品

Furniture Today 杂志公布的 2019 年度全美零售额前 100 名的家具零售商中，公司自主品牌成品客户覆盖 15 家；其中，全美前 10 名家具零售商中，公司自主品牌客户覆盖 2 家。上述家具零售商具有广泛的客户基础和良好的商业信誉，是公司自主品牌设计理念和产品质量的有力背书，公司借此提高了自主品牌产品在终端消费者市场的知名度。具体情况如下：

自主品牌成品客户	2019 年度全美零售额前 100 名家具零售商	2019 年度全美零售额前 10 名家具零售商
Mor Furniture	√	
R. G. Willey	√	√
Furniture Mart	√	
Kane's Furniture	√	
City Furniture	√	
Weekends Only Furniture Outlet	√	
Roomplace	√	
Steinhafels Furniture	√	
El Dorado Furniture	√	
Knoxville Wholesale	√	
Ashley Furniture	√	√
Factory Direct	√	
American Signature	√	
Badcock	√	
Haynes Furniture	√	

(2) 自主品牌配件

Furniture Today 杂志公布的 2019 年度全美出货量前 10 的家具厂商中，公司自主品牌配件客户覆盖 4 家。具体情况如下：

自主品牌配件客户	2019 年度全美出货量前 10 的家具厂商
Ashley Furniture	√
La-Z-Boy Inc.	√
Flexsteel	√
Hooker Furniture	√

综上，MotoMotion、MotoSleep、HHC、Yourway 等自主品牌具有一定国际知名度。

”

二、结合发行人主要收入来自于境外的背景和原因，获得境外客户的方式，产品和技术的可替代性，以及主要竞争对手的技术工艺水平、市场占有率等情况，补充披露发行人境外业务的竞争优劣势及其可持续性，是否存在市场需求萎缩、客户流失等重大经营风险

（一）发行人主要收入来自于境外的背景和原因

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（二）主要经营模式”之“3、销售模式”处补充披露如下：

“

发行人主要收入来自于境外的主要背景和原因系：

1、公司实际控制人创业之初即从事外贸业务，公司自2002年成立以来亦一直以外销业务为主。经过多年发展，虽然公司产品线持续升级和丰富，客户基础不断拓展，但公司的主要客户基础和销售渠道仍以境外为主，公司的研发、生产、销售及售后服务体系亦主要建立在外销业务的基础上。境内市场和境外市场存在诸多差异，公司开拓境内市场仍需要一定时间。

2、对于智能电动沙发、智能电动床等产品而言，境外市场更为成熟。以美国为代表的欧美地区是智能电动沙发和智能电动床的发源地，也是全球主要的消费市场，相关产品市场渗透率较高。相比之下，中国市场仍处于起步阶段，消费者教育和市场渗透率的提升仍有待时日。报告期内，同行业可比上市公司主营业务收入中外销占比亦普遍较高，具体情况如下：

公司	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
敏华控股	34.29%	42.73%	51.25%	51.82%
麒盛科技	95.88%	96.07%	95.68%	94.14%
顾家家居	34.25%	43.04%	40.18%	35.62%
中源家居	99.00%	98.90%	99.55%	99.90%
恒林股份	88.42%	83.87%	84.69%	88.48%
平均值	70.37%	72.92%	74.27%	73.99%
发行人	98.62%	96.95%	96.08%	95.73%

注1：可比公司数据来源于其定期报告；

注2：敏华控股主营业务收入外销收入取其中国大陆及港澳以外的地区销售收入。

综上，报告期内发行人收入主要来自于境外具备合理性。

”

（二）获得境外客户的方式

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（二）主要经营模式”之“3、销售模式”处补充披露如下：

“

公司外销主要采用直接销售的模式，通过参加国际行业展会、直接拜访、邀请参观工厂等各种途径直接接触客户并展示产品，让客户了解公司产品的结构与功能、特点与优势，从而获得客户。

”

（三）产品和技术的可替代性

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、行业基本情况及公司竞争状况”之“（十一）产品和技术的可替代性”补充披露如下：

“

1、产品设计创意基于深刻的市场理解，难以简单替代

智能电动家具兼具实用和装饰的功能，研发团队对市场潮流的理解、消费者款式偏好和使用需求的把握，是产品款式设计成败的关键，直接影响到产品适销性。公司研发团队通过与国外研发公司合作，定期参与行业展会，触及国际研发动态和市场潮流前沿，不断更新产品设计理念，在美式家具的研发设计上具有深厚的技术积累。此外，发行人在美国拥有成熟的本地化销售和售后服务团队，多年来坚持本地化销售服务，与客户零距离沟通交流，对美国市场的发展潮流和客户需求具有更为深刻的洞察。

公司产品融合了公司对消费者需求的深刻理解，及在此基础上的创新创意，竞争对手短期内难以简单替代。

2、产品高效、高质量生产依赖于供应链内部垂直整合，难以简单复制

公司成品系在传统静态家具基础上，结合机械技术、电机技术、电子控制技

术和网络技术等，使沙发和床等家具具备了电力驱动和精准控制下的姿势调整、电动按摩和智能控制等功能。多种学科的融合应用使智能家具产品功能具有一定的多样性和复杂性，其生产制造具备一定的技术门槛。

公司不仅具有智能电动沙发、智能电动床成品的生产和组装能力，还具备完整的电机、电控和机构件等核心配件的研发、生产能力，形成了内部垂直整合的供应链体系，保证了产品生产关键环节的自主可控。核心配件的自主研发、生产，可有效控制成本，降低核心技术流失风险，实现生产环节的全程质量跟踪，有效保证了产品质量。

此外，公司通过核心配件的自主生产，更好的实现了成品设计环节与配件制造环节的互联互通，使产品设计更加易于制造、成本可控，同时使产品生产环节更好的贯彻设计理念，显著提高了公司整体设计研发效率。

3、产品质量保障及售后服务优势具有一定壁垒

优良的品质是公司获得消费者信任、赢得市场竞争的基础，是公司业务可持续发展的保障。公司对产品的研发、设计、生产、检验、销售等各个环节实施标准化管理和控制，成功通过 ISO9001: 2015 国际质量管理体系认证，并有多款产品获得欧美市场广受认可的质量安全认证。

公司制定了完善的售后服务体系，美国子公司专门负责境外市场的售后服务，建立了专业的售后服务中心，服务团队核心人员均为行业经验丰富的当地人士。公司在境外市场本地化的售后服务布局，能够有力保证公司与客户沟通无障碍、服务无时差，进而有利于公司建立客户信任与满意度壁垒。

综上，公司产品和技术依赖于长期形成的行业经验积淀、研发生产体系建设、先进的产品质量体系及完善的售后服务体系，具有较强的不可替代性。

”

（四）主要竞争对手的技术工艺水平、市场占有率等情况

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、行业基本情况及公司竞争状况”之“（十二）主要竞争对手的技术工艺水平、市场占有率等情况”补充披露如下：

“

智能家具行业属于现代技术、创新创业与传统行业相结合的典型代表。本行业融合多种学科、多种现代技术的运用，产品款式和功能设计、加工质量具有难以量化的特征；因此，行业内并无通用技术参数可做技术工艺水平比较。

同行业上市公司的市场占有率情况如下：

公司名称	智能电动沙发			智能电动床		
	产品分类	2019 年销售收入（万元）	市场占有率	产品分类	2019 年销售收入（万元）	市场占有率
敏华控股	沙发及配套产品业务	745,146.38	4.30%	-	-	-
中源家居	功能沙发	79,328.51	0.46%	-	-	-
麒盛科技	-	-	-	智能电动床	225,484.35	9.67%
顾家家居	沙发	583,081.81	3.37%	-	-	-
恒林股份	沙发	71,679.78	0.41%	-	-	-
发行人	智能电动沙发	54,877.55	0.32%	智能电动床	28,365.15	1.22%

注 1：敏华控股沙发销售收入包含部分非功能沙发，测算市场占有率偏高

注 2：顾家家居沙发销售收入包括部分非功能沙发，测算市场占有率偏高

注 3：恒林股份沙发销售收入包括部分非功能沙发，测算市场占有率偏高

注 4：根据智研咨询统计数据，2019 年，功能沙发全球市场规模 251 亿美元，智能电动床全球市场规模 33.79 亿美元

注 5：同行业上市公司财务数据来源于其定期报告，其中，敏华控股 2019 年销售收入数据取其 2020 财年（报告期：2019 年 4 月-2020 年 3 月）年报

与主要竞争对手相比，发行人市场占有率尚不具有显著优势；但发行人低附加值 OEM 业务较少，不涉足传统非功能沙发，且兼具智能电动沙发、智能电动床产品线，综合而言具有一定市场优势。

”

（五）发行人境外业务的竞争优劣势及其可持续性，是否存在市场需求萎缩、客户流失等重大经营风险

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、行业基本情况及公司竞争状况”之“（九）发行人的竞争优势与劣势”补充披露如下：

“

1、发行人境外业务的竞争优劣势

（1）发行人境外业务的竞争优势

①销售渠道和客户资源优势

公司一直重视销售渠道的开拓。公司积极参加美国高点家具展、美国拉斯维加斯家具展等全球知名家具展会，直接接触潜在客户，向其推介产品和服务并在行业内积累了较高的知名度。在海外，公司通过与当地知名家具企业的密切合作来共同开发海外市场，进一步拓宽了公司的销售渠道和客户资源。此外，为了及时获取市场信息、加强本地化服务，公司在美国组建了国际化的专业销售、管理团队，美国子公司通过定期与大型家具生产企业、家具零售商沟通，获取智能家具市场销售数据；通过对最终消费者的调查，了解消费者对智能家具的外观、功能、价格的偏好，上述措施有助于公司充分了解客户的痛点和需求，把握市场方向，推出具有市场竞争力的产品。

公司销售渠道公开透明，成本较低，具备可持续性。

公司积累了丰富且稳定的客户资源，与多家国际及美国知名客户建立了长期战略合作关系，包括 Ashley Furniture、Pride Mobility、HomeStretch、Bob's Discount、Flexsteel 等。公司在美国中高端家具零售商中具有优良的口碑和广泛的覆盖，Furniture Today 杂志公布的 2019 年度全美前 100 家家具零售商中，20 家与公司建立了紧密的合作关系。公司有能力直接触达所有重要客户，无需支付高昂的销售代表佣金，与客户建立了良好的粘性。

公司丰富稳定的客户资源优势是公司持续发展的巨大推动力，是公司核心竞争力的重要体现。欧美等发达国家的知名家具企业在选择供应商前，通常对供应商资质有非常严格的审定程序，在审定过程中会对供应商的生产管控、质量管理、售后服务、订单快速响应能力、全球供应能力甚至经营状况等多个方面提出严格要求。供应商一旦通过资质审定，将被纳入到上述家具企业的供应链体系，双方结成较为长期、稳定的战略合作关系。

综上，公司广泛、优质的客户资源具备可持续性。

②设计研发优势

公司一直重视产品设计研发能力的提升，始终坚持自主研发、自主创新。公司在研发体系建设、研发队伍建设、研发设计项目实施、科研设备购置等方面投入了大量的人力物力。经过多年发展，公司建立了一套科学有效、运行良好的研

发体系，组建了一支具有丰富设计经验和良好口碑的国际化设计研发团队。同时公司不断吸收优秀人才，不断加强技术人员培养，以满足公司进一步创新发展的需要。此外，公司根据市场需求定位，选择优秀的研发合作伙伴，不断加强与境内外设计研发机构及高等院校的合作，借助外部科研合作伙伴的力量和资源，共同开发新产品、新技术和新工艺，进一步提升了公司的设计研发能力和自主创新能力。

经过多年的发展，公司拥有较强的自主设计和创新能力，公司及子公司携手家居、美能特机电均为高新技术企业；公司先后被江苏省工业和信息化厅等部门评定为“江苏省认定企业技术中心”、“江苏省认定工业设计中心”；被常州市发展和改革委员会认定为“常州市软体家居智能集成工程研究中心”。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司拥有 131 项境内外专利，其中 6 项发明专利。

公司科学有效的研发体系、经验丰富的研发团队，及深厚的技术积淀是公司未来产品和技术持续创新的基础和有利保障，公司研发优势具备可持续性。

③供应链内部垂直整合优势

公司不仅具有智能电动沙发、智能电动床成品的生产和组装能力，还具备完整的电机、电控和机构件等核心配件的研发、生产能力，形成了内部垂直整合的供应链体系，保证了产品生产关键环节的自主可控。核心配件的自主研发、生产，可有效控制成本，降低核心技术流失风险，实现生产环节的全程质量跟踪，有效保证了产品质量。

此外，公司通过核心配件的自主生产，更好的实现了成品设计环节与配件制造环节的互联互通，使产品设计更加易于制造、成本可控，同时使产品生产环节更好的贯彻设计理念，显著提高了公司整体设计研发效率。

公司智能电动沙发、智能电动床、智能家具配件（机构件）生产车间被常州市工业和信息化局评定为“常州市智能车间”、“常州市示范智能车间”。公司通过工厂智能化进一步推动内部供应链高效整合。

公司掌握核心配件的自主研制能力，供应链内部垂直一体化管理经验丰富。未来，公司将继续重视配件与成品的协同研制，供应链内部垂直整合优势具备可

持续性。

④产品质量及售后服务优势

优良的品质是公司获得消费者信任、赢得市场竞争的基础，是公司业务可持续发展的保障。公司高度重视产品和服务的质量管理，设立了质量管理部，有专职质量控制管理人员，主要负责制定公司质量管理目标以及组织公司内部质量管理相关的策划、实施、监督等工作。

公司对产品的研发、设计、生产、检验、销售等各个环节实施标准化管理和控制，严格依据 GB/T 19001-2016 / ISO9001: 2015 国际质量管理体系标准建立了一套较为完整的企业标准和制度。公司成功通过 ISO9001: 2015 国际质量管理体系认证，并有多款产品获得 UL 认证、GS 认证、CE 认证。

UL 认证、GS/TUV 认证、CE 认证、FCC 认证等均为欧美市场广受认可的质量安全认证，认证条件较为严格，获得相关认证是电子电器类产品进入欧美市场的重要要求。

发行人产品设计优良、质量可靠，多项产品取得了上述认证，并在美国和欧洲市场广泛行销。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人拥有国际质量认证证书 28 份，涉及产品型号逾百种，主要认证情况如下：

产品类别	证书类型
遥控器 (Control Wand)	UL
设备控制器 (Appliance Controls)	UL、CE
动作传感器 (Motion Sensor)	UL
LED 杯托 (LED Cup Holder)	UL
遥控器 (Wireless Wand)	UL、FCC
USB 接口 (USB Port)	UL
LED 连接器 (LED Connector)	UL
控制盒 (Control Box)	UL、FCC、CE
机构件、电机、电控组合 (Full Kit with Mechanisms, Motors and Electronics)	UL、CE
按摩加热系统 (Massage and Heating System)	UL
无线充电器 (Wireless Charger)	FCC、UL
电机 (Motor)	TUV、CE、UL

公司制定了完善的售后服务体系，美国子公司专门负责境外市场的售后服务，建立了专业的售后服务中心。公司通过稳定的产品质量及完善的售后服务制度，进一步赢得了客户的信任与肯定，巩固了现有的合作关系。

公司具备完善的质量控制制度和成熟的售后服务体系，并能有效贯彻执行。
公司产品质量及售后服务优势具备可持续性。

⑤全球生产布局优势

公司目前拥有常州、越南两大生产基地，越南基地已实现大批量出货。全球化的生产布局能够使公司更灵活的利用产能组织生产，更充分的利用各国的生产要素特点降低成本，并帮助公司更好的应对国际贸易争端和关税壁垒。

在目前的国际贸易政策环境下，全球化生产布局仍将节约公司生产要素成本和关税成本，优化公司产能布局，全球生产布局优势具备可持续性。

⑥管理团队优势

公司自设立以来，组建了一支经验丰富、能力突出的国际化管理团队。目前，公司管理团队包括资深设计技术专家、生产管理专家、境外市场营销专家等各个方面的人才。管理团队人员对行业有着深刻的认识，能够敏锐地把握行业内的发展趋势，对公司未来发展进行科学的规划和高效的管理。相关管理人员利用自己在行业内深耕积累的经验优势，为公司未来业绩发展提供了有力保障。

股份公司设立后，公司进一步完善了现代企业管理制度，形成了结构合理、责任明确的内部管理体制。公司股东之间，股东与管理层之间，管理层与员工之间相互监督、相互促进，相互协作，形成了合作与制约的企业管运作体系。

公司核心管理团队稳定，公司治理和内部控制制度健全有效，管理团队优势具备可持续性。

(2) 发行人境外业务的竞争劣势

①产能难以满足市场需求

近年来，公司产品的销量尤其是海外销量增长迅速，现有的生产规模已不能满足公司订单快速增长的需求。生产场地和设备的不足对公司销量的增长造成了不利的影响。为此，公司必须增建厂房、引进生产设备、提高生产自动化水平，扩大生产规模，使公司的产能和订单需求相匹配。

本次发行募投项目“新建智能家具生产基地项目”实施后，公司产能将得到较大幅度提高，产能不足的劣势有望得到缓解。

②资本实力有待加强

公司为实现发展目标，须在产能扩张、品牌运营、新品开发等方面加大投入，而这均需要雄厚的资本实力作为支撑。公司目前主要通过银行贷款进行融资，随着业务的不断拓展，单一的融资渠道已无法满足公司的大规模资金需求。因此，公司有待进一步提升资本实力，为打造成为国际一流的智能家具供应商做好准备。

本次发行上市后，公司资本将得到进一步充实，未来股权融资渠道将进一步拓宽，资本实力不足的劣势有望改善。

③自主品牌知名度有待提升

公司目前境外销售主要通过境外家具厂商将产品推向市场，公司虽然在境外家具企业中有较高知名度，但是自主品牌影响力还不足，直接面向终端客户销售的规模还较小，产品品牌知名度、辨识度仍有提高的空间，与国际知名品牌相比还存在一定的差距。此外，公司目前正大力开拓国内市场。由于进入国内市场较晚，国内品牌知名度的打造仍需要更多的投入。

公司需要在品牌建设方面进行长期的、持续的投入和积累，加大对品牌的宣传力度，以进一步提升公司品牌影响力。

本次发行募投项目“新建营销网络项目”将致力于自有品牌的推广，自主品牌知名度有望得到提高。

”

2、发行人境外业务可持续性，是否存在市场需求萎缩、客户流失等重大经营风险

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、行业基本情况及公司竞争状况”之“（十三）发行人境外业务可持续性”补充披露如下：

“

（1）境外功能沙发、智能电动床市场规模预计平稳增长

根据智研咨询的预测，全球功能沙发市场规模将持续平稳增长，到2026年全球功能沙发市场规模将达到408.77亿美元。

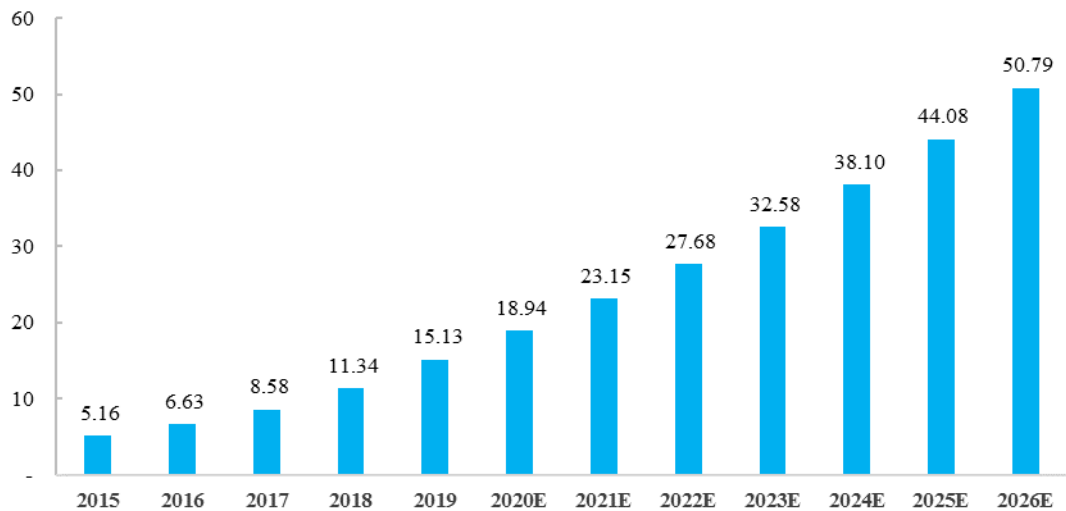
全球功能沙发市场规模(亿美元)



资料来源：智研咨询

根据智研咨询的预测，美国智能电动床市场规模将持续平稳增长，到 2026 年美国智能电动床销售额将达到 50.79 亿美元。

美国智能电动床市场规模(亿美元)



资料来源：智研咨询

综上，智能家具境外市场需求总体保持增长趋势，不存在海外市场需求萎缩的情况。

(2) 新冠疫情未对智能家具行业出口业务造成重大不利影响

新冠疫情在海外传播之初，家具行业出口订单曾受到短期不利影响。受新冠疫情影响，多国采取宽松的货币政策，房地产市场逐步企稳走高，拉动家具出口；

同时，长期居家环境催生消费者改善生活条件的需求，海外家具市场得以提振。智能家具行业出口业务因此逐步企稳改善。

根据海关总署统计数据，2020 年，我国家具及其零件产品出口金额 4,038.56 亿元，同比增长 8.27%。2020 年 12 月，家具及其零件产品出口金额达 491.28 亿元，创单月数据历史新高。

同行业可比上市公司外销占比较高，其销售收入除麒盛科技外均呈现同比增长趋势。其中，恒林股份预告 2020 年度归母净利润同比增加 47.91%-56.12%。同行业可比上市公司最新季报财务数据及其同比变动情况如下：

同行业上市公司	2020 年三季报		上年同期
	销售收入（万元）	同比变动	销售收入（万元）
敏华控股	591,705.18	13.97%	519,195.78
中源家居	80,920.04	6.50%	75,979.35
麒盛科技	157,156.45	-19.19%	194,485.99
顾家家居	854,471.99	9.90%	777,478.55
恒林股份	322,559.92	65.24%	195,210.37

注：敏华控股数据取 2020 年 4 月-2020 年 9 月半年度报告数据；其余上市公司最新季报数据取 2020 年三季报数据。

（3）发行人不存在重大客户流失情况

报告期内，公司存在部分客户新增及减少情形，客户的小幅动态调整具有商业合理性。其中，流失客户主要为小规模乃至一次性客户，整体交易规模较小，对发行人主营业务稳定性不存在重大影响。

公司与主要客户保持良好的合作关系。报告期各期，公司前十大客户合计销售收入占比均在 75%以上，2017 年-2019 年前十大客户合计销售收入复合增长率 15.89%，是公司主营业务收入增长的稳定支撑。报告期内公司前十大客户合作关系稳定，合作历史较长，不存在流失的情形，具体情况如下：

报告期内前十大客户	开始合作时间
Ashley Furniture	2015 年
Jackson Furniture	2011 年
HomeStretch	2014 年
Pride Mobility	2003 年
Bob's Discount	2016 年
Flexsteel	2014 年
Hooker Furniture	2013 年
American Signature	2016 年

Factory Direct	2016 年
R. C. Willey	2011 年
Mor Furniture	2015 年
Raymours	2017 年
Badcock	2019 年

综上，发行人境外业务具备可持续性，市场需求萎缩、客户流失等重大经营风险较低。

”

尽管发行人市场需求萎缩、客户流失等重大经营风险较低，发行人仍在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（六）客户集中度较高的风险”补充披露风险如下：

“

尽管报告期内公司主要客户保持稳定，不存在重大的客户流失情形，但若未来任何原因导致公司主要客户尤其是前五大客户流失，公司的经营业绩将受到显著不利影响。

”

三、补充披露拓展国内市场的情况，国内市场和国外市场经营模式的主要区别，提升自主品牌影响力的主要困难和应对措施

发行人在招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“三、公司未来发展规划及措施”中补充披露如下：

“

（一）拓展国内市场的情况

目前，公司国内市场开拓尚在筹划阶段，公司正在积极论证国内市场开拓的策略和具体方案，尚未取得实质性成果。

（二）国内市场和国外市场经营模式的主要区别

公司将在国内市场开设门店，直接面对终端消费者开展自有品牌销售。国内市场和国外市场经营模式的主要区别为：

经营模式要素	国外市场	国内市场
客户群体	海外家具制造商、零售商	终端消费者
品牌建设	以 ODM 为主	以自主品牌建设和推广为主
获客及营销途径	参加国际行业展会、直接拜访、邀请参观工厂，一般无需开展广告宣传	建设自有门店及加盟店，并通过广告等途径进行品牌推广和产品推介

（三）提升自主品牌影响力的主要困难和应对措施

1、提升自主品牌影响力的主要困难

（1）境内市场开拓经验、自有品牌建设经验相对有限

报告期内，公司境内销售占比不足 5%，境内市场开拓经验相对有限。公司境外经营主要以 ODM 为主，自主品牌建设经验相对有限。公司现有团队的经营管理经验难以直接复制应用于境内自主品牌的开拓。

（2）既有竞争者品牌壁垒

敏华控股、顾家家居等同行厂商凭借多年来在境内市场的开拓积累，已在国内终端消费市场建立起较强的品牌影响力。品牌建设需要消费者口碑的长期积累以及广告营销手段的持续支持，需要大量人力、资金的投入及一定的时间沉淀，存在一定的市场进入壁垒。

2、提升自主品牌影响力的措施

（1）加强市场调研工作

由于境内经验主要以自有品牌的建设推广为主，因此深入调研和理解国内终端消费者对品牌印象的认知习惯，以适合于本土消费者的形式开展品牌建设和推广活动，是公司构建自主品牌的重要因素。

公司将持续、深入地开展国内消费者市场调研工作，通过聘请专业的市场调研机构、协同公司研发部门、销售部门和生产部门共同参与消费者定位、产品款式偏好、功能需求、消费习惯等研究工作，制定相应的品牌建设策略和具体的推广措施。

（2）引进专业的品牌建设团队

由于境内市场自主品牌建设是一项集产品定位、固定资产投资、渠道铺设、

广告营销等工作的系统性工程，具有一定的专业性和复杂度，公司现有人员难以在短期内覆盖所需的技术、经验和渠道，有待引进一批具有丰富境内市场品牌营销经验的人才，以便高效推广品牌，降低试错成本。

公司将积极引进国内市场品牌营销团队，结合公司产品定位、设计理念、目标客户群体等因素，制定针对性、本土化的品牌推广策略，提高终端消费者对新品牌的接受程度。

”

四、核查程序及意见

1、核查程序

保荐机构及发行人律师履行了以下核查程序：

（1）查阅 Furniture Today 杂志，了解发行人主要客户在美国大型家具制造商和零售商中的覆盖情况；

（2）访谈公司管理层，了解发行人主要收入来自于境外的背景和原因；

（3）访谈公司管理层，获取公司参见国际展会、拜访客户、邀请客户参观工厂的相关照片等资料，了解公司获得境外客户的方式；

（4）访谈公司管理层，查阅同行业上市公司公开披露信息，了解公司产品和技术可替代性，主要竞争对手的技术工艺水平、市场占有率等情况；

（5）访谈公司管理层，了解发行人境外业务的竞争优势及其可持续性；查阅海关总署统计数据，了解我国家具出口情况；查阅同行业上市公司公开财务数据，了解其外销情况、新冠疫情背景下业绩情况；

（6）访谈公司管理层，了解公司拓展国内市场的情况、国内市场和国外市场经营模式，及提升自主品牌影响力的主要困难和应对措施。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

发行人境外业务具备可持续性，市场需求萎缩、客户流失等重大经营风险较低。

2. 关于产品质量报告和诉讼。

申报文件和审核问询回复显示：

（1）2019 年 3 月，发行人客户 Flexsteel 就发行人生产的一款开关产品质量问题向美国消费者产品安全委员会提交报告。2019 年 9 月，发行人与 Flexsteel 签署和解协议，发行人支付 10 万美元作为和解金；

（2）2020 年 6 月，Jacqueline Connolly 作为 William Connolly 遗产管理人向包括匠心美国在内的共计四名被告提起产品责任与过失死亡诉讼，诉请的初步赔偿金额为 30,001 美元，涉及的产品由匠心美国出售给客户 Kane Furniture Corporation。

请发行人：

（1）补充披露客户 Flexsteel 向美国消费者产品安全委员会提交报告的主要内容，相关产品的销售情况，是否存在质量问题， Flexsteel 提交报告前未与发行人达成和解的背景和原因；

（2）结合对 Kane Furniture Corporation 的销售、利润占比和后续合作情况，补充披露涉诉事项对发行人与该客户和其他境外客户合作稳定性的影响；

（3）结合美国消费者保护制度和执行情况，补充披露公司产品在美国销售可能涉及的处罚和诉讼风险，并作补充风险提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充披露客户 Flexsteel 向美国消费者产品安全委员会提交报告的主要内容，相关产品的销售情况，是否存在质量问题， Flexsteel 提交报告前未与发行人达成和解的背景和原因；

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“行业基本情况及公司竞争状况”之“（十）公司质量管理情况”之“4、产品质量事件案例”处补充披露如下：

“

（一）Flexsteel 向美国消费者产品安全委员会提交报告的主要内容

Flexsteel 向美国消费者产品安全委员会（“CPSC”）提交报告的主要内容如下：

Flexsteel 的部分零售商、客户报告了电动沙发开关的电气故障问题。该型号开关由 Flexsteel 向匠心家居采购。

Flexsteel 不认为带有这种开关的产品存在实质性质量风险或造成了严重伤害、财产损失或人员伤亡相关的不当风险。尽管如此，Flexsteel 仍基于谨慎性原则，向 CPSC 提交报告。

Flexsteel 销售了约 55,000 件带有这种开关的产品。自 2018 年 6 月至 2019 年 2 月，Flexsteel 收到 11 起关于开关故障的报告，但不存在人身伤害或财产损失相关的报告。唯一的物品损毁情形为开关本身的热损伤，主要涉及电路板及其外壳。由于 Flexsteel 的电动家具可达到 750 华氏度的阻燃标准，因此家具本身不可能在这种小概率的电气故障中受损。

2016 年，美国保险商实验室（“UL”）对上述开关进行了认证；2018 年再次进行了认证。2017 年，UL 还对包含这种开关的一种组合产品进行了认证。

尽管报告故障仅为微量（11/55,000），并且没有发生人身伤害或财产损失，但 Flexsteel 仍与匠心家居共同协作以发现问题根源，并与匠心家居共同确定产品迭代过程中受影响的批次。在得出相关结论前，Flexsteel 将停止相关产品的发货，并基于谨慎性原则制定纠正性行动计划。

（二）相关产品的销售情况

Flexsteel 报告的产品主要为发行人以配件形式向其销售的开关。根据专业第三方机构出具的报告及发行人向美国消费者产品安全委员会提交的报告，自 2017 年 2 月产品起售至 2019 年 3 月提交报告，发行人销售该种开关的情况如下：

项目	最终销售给 Flexsteel	销售给全部客户
数量（件）	76,744	150,978
金额（万元）	453.88	892.91
占同期主营业务收入比重	0.21%	0.41%

注 1：最终销售给 Flexsteel 的开关，多数由发行人销售给高峰创建家私（深圳）有限公司，后者系 Flexsteel 的代工厂

注 2：销售金额根据销售数量乘以单价得出，单价取 2017-2019 年该型号开关的平均单价

（三）是否存在质量问题

根据第三方专业机构的评测，发行人上述产品不存在实质性质量风险；美国消费者产品安全委员会经综合评估后决定结案，亦未认定发行人存在重大质量责任。

综上，发行人向 Flexsteel 销售的开关产品不存在重大质量问题。

（四）Flexsteel 提交报告前未与发行人达成和解的背景和原因

根据美国《消费品安全法》(Consumer Product Safety Act, CPSA), Flexsteel 有义务及时就潜在的产品安全问题向美国消费者产品安全委员会进行报告，无论是否达成和解。

鉴于提交报告的强制性和及时性要求，发行人与 Flexsteel 并未能在提交报告前就产品质量问题形成最终结论。Flexsteel 2019 年 3 月提交报告并向发行人提供详细信息后，发行人随即聘请了专业第三方机构对相关产品进行了评测；2019 年 5 月，上述委员会即决定结案。双方在较短时间内就产品质量责任问题形成了结论。

为增进双方互信，加强合作关系，双方于 2019 年 9 月签署和解协议。发行人向 Flexsteel 支付 10 万美元，用于补偿 Flexsteel 因相关产品质量问题而产生的律师费及潜在的同型号产品更换的售后服务费。

综上，双方未在 Flexsteel 提交报告前达成和解，具有合理性。

”

二、结合对 Kane Furniture Corporation 的销售、利润占比和后续合作情况，补充披露涉诉事项对发行人与该客户和其他境外客户合作稳定性的影响；

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“行业基本情况及公司竞争状况”之“（十）公司质量管理情况”之“4、产品质量事件案例”处补充披露如下：

“

报告期内，发行人对 Kane Furniture 的销售收入及其占主营业务收入比重、

毛利占主营业务毛利比重稳中有升，具体情况如下：

	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
对 Kane Furniture 的销售收入（万元）	574.10	1,033.63	524.99	348.23
占主营业务收入比重	1.26%	0.88%	0.48%	0.39%
占主营业务毛利比重	1.59%	0.95%	0.53%	0.53%

注：Kane Furniture Corporation 商务别名（do business as）Kane's Furniture

在相关诉讼发生后，发行人与 Kane Furniture 后续合作情况良好。2020 年全年，发行人对 Kane Furniture 销售收入 1,112.42 万元（未经审计），相比上年保持稳中有增；截至 2020 年 12 月 31 日，发行人对 Kane Furniture 的在手订单金额为 833.48 万元，后续业务储备充足。

报告期内，发行人与其他客户不存在类似诉讼或事故。

综上，涉诉事项对发行人与 Kane Furniture 和其他境外客户合作稳定性不存在重大不利影响。

”

三、结合美国消费者保护制度和执行情况，补充披露公司产品在美国销售可能涉及的处罚和诉讼风险，并作补充风险提示。

（一）美国消费者保护制度和执行情况

根据美国 Squire Patton Boggs（US）LLP 律师事务所执业律师对相关征询的书面回复，美国消费者保护制度及执行情况如下：

1、立法方面：美国联邦和州两级的各种法律都对消费者保护作出了规定，其中具有广泛适用性的法案包括：① 1972 年《消费品安全法》（“CPSA”），该法案经 2008 年《消费品安全改进法》（“CPSIA”）修订，授权识别具有不合理伤害风险的消费品，并制定相关标准以降低或消除该风险（《美国法典》第 15 章第 2051 条）；② 《联邦贸易委员会法》，该法案禁止不公平、欺骗或欺诈行为（《美国法典》第 15 章第 58 条）；③ 《食品、药品和化妆品法》，该法案主要对食品、药品、医疗器械和化妆品的安全进行监管（《美国法典》第 21 卷第 301 节）。

2、监管机构：消费者产品安全委员会（CPSC）是负责美国消费者保护的主管机构，该机构主要在 CPSA 和 CPSIA 的授权下开展工作，主要负责保护消费者免

受火灾、电气、化学或机械故障造成的损坏、伤害或死亡风险。

3、执行情况

(1) 消费者产品安全委员会 (CPSC) 通过协调召回、评估消费者投诉或行业报告的产品等来解决消费品潜在的“不合理风险”；制定统一的安全标准（部分为强制性标准，部分为自愿性标准）；对产品相关的疾病和伤害进行研究。

(2) 消费者产品安全委员会 (CPSC) 通过消费者热线及其官网获得产品安全举报信息。同时，该机构还与其他机构或行业协会合作收集数据。

(3) 消费品的制造商、进口商、分销商和/或零售商在发生以下情形时必须立即向消费品安全委员会 (CPSC) 提交报告：①可能对消费者造成重大伤害风险的缺陷产品；②造成不合理重伤或死亡风险的产品；③不符合适用的消费品安全规则或 CPSA 或 CPSC 执行的任何其他法规下的任何其他规则、法规、标准或禁令的产品；④儿童（不分年龄）被大理石、小球、乳胶气球或玩具或游戏中的其他小部件呛伤，导致儿童死亡、严重受伤、停止呼吸任何时间，或由医疗专业人员治疗的事件；⑤某些类型的诉讼（即，如果某一特定型号的消费品是联邦或州法院就死亡或严重人身伤害提起的至少 3 起民事诉讼的主体，在《消费品安全法》第 37 (b) 节规定的 24 个月期限内，每一次诉讼都会导致涉及制造商的最终解决方案，或有利于原告的法院判决）。

消费者产品安全委员会 (CPSC) 将对报告进行评估，并与报告人一起确定纠正措施是否适当。当所报告的产品缺陷不会造成实质性的产品危害时，消费者产品安全委员会 (CPSC) 将不会提出纠正措施。

(二) 补充披露发行人产品在美国销售可能涉及的处罚和诉讼风险

发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“六、法律风险”之“(二) 产品质量问题引起的诉讼、处罚和潜在纠纷风险”中补充披露如下，并在“重大事项提示”中进行了补充风险披露：

“

公司产品主要销往美国等发达国家市场，客户主要是国际知名家具企业，其对产品品质要求普遍较高。若公司无法从设计、原材料采购、精细化生产等多个

环节建立起全面、完善的质量控制体系或是相应的质量控制措施未能有效执行，致使出现产品质量问题，可能会对消费者造成人身伤害或财产损失，进而引发质量纠纷、客户索赔、消费者诉讼，导致公司订单减少、市场形象受损乃至失去客户。

同时，公司产品在境外多个区域销售，需要适用多个国家及地区的相关法律法规，存在不能完全满足各销售地区差异化的质量安全要求，从而导致潜在纠纷及诉讼、处罚的风险。

美国 1972 年《消费品安全法》、2008 年《消费品安全改进法》及各州的相关法律法规均对产品质量风险及消费者权益保护做出了规定。美国消费者产品安全委员会在相关法律法规的授权下开展工作，负责保护消费者免受火灾、电气、化学或机械故障造成的损坏、伤害或死亡风险。

公司目前主要市场为美国，在美国销售主要涉及的风险为产品相关的损害赔偿。该等责任主要基于违反保修义务、过失或严格产品责任。其中，产品的设计缺陷、制造缺陷及警告缺陷都可能引起严格产品责任。若公司产品存在缺陷，可能引发损害赔偿，进而遭受有关机构的调查、处罚，甚至面临诉讼。尽管公司购买了产品责任保险，但若发生上述情况，公司仍可能蒙受重大经济损失和声誉损失。

”

四、核查程序及核查结论

1、核查程序

保荐机构及发行人律师履行了以下核查程序：

（1）查阅了美国 1972 年《消费品安全法》、2008 年《消费品安全改进法》等相关法律法规；

（2）查阅了 Flexsteel 及发行人分别向美国消费者产品安全委员会提交的报告，第三方专业机构的评测报告，发行人与 Flexsteel 的和解协议，双方邮件沟通记录，以及美国消费者产品安全委员会的结案通知等文件；

（3）核查了 Flexsteel 开关事件中相关产品的销售明细；

（4）核查了 Kane Furniture 报告期内销售明细、2020 年全年预计销售数据及 2020 年末在手订单情况；

（5）就美国消费者保护相关情况向美国 Squire Patton Boggs （US）LLP 律师事务所执业律师进行了书面征询；

（6）查阅了发行人购买的产品责任保险文件。

2、核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）发行人向 Flexsteel 销售的开关产品不存在重大质量问题；

（2）发行人与 Flexsteel 未在 Flexsteel 向美国消费者产品安全委员会提交报告前达成和解，具有合理性；

（3）Jacqueline Connolly 诉讼事项对发行人与 Kane Furniture 和其他境外客户合作稳定性不存在重大不利影响。

3. 关于技术服务。

申报文件和审核问询回复显示：

（1）报告期内各期，发行人与 A 公司签署《设计和产品开发服务协议》及《专利转让书》；

（2）报告期内，发行人对 A 公司发生的技术服务费用金额分别为 402.27 万元、502.66 万元、506.85 万元和 221.35 万元；

（3）截至目前，A 公司与发行人合作形成的主要成果为一项美国专利。根据双方约定，该专利成果的知识产权完全归属于发行人。

请发行人补充披露：

（1）采取与 A 公司合作模式的原因和合理性，在设计和产品开发服务过程中，发行人和 A 公司分别承担的角色和责权利划分情况，相关合作模式是否符合行业惯例；

（2）形成的美国专利具体情况，该专利是否在产品中进行实际运用，相关产品的销售情况，是否存在知识产权纠纷或潜在纠纷，发行人是否对 A 公司存在重大依赖；

（3）除形成的美国专利外，A 公司提供技术服务的其他成果情况，与 A 公司的合作是否涉及商业贿赂等违法违规情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、公司的技术水平与研究开发情况”之“（四）与其他单位合作研发情况”补充披露如下：

一、采取与 A 公司合作模式的原因和合理性，在设计和产品开发服务过程中，发行人和 A 公司分别承担的角色和责权利划分情况，相关合作模式是否符合行业惯例；

（一）采取与 A 公司合作模式的原因和合理性

A 公司向发行人提供设计和产品开发服务，由协议产生的知识产权将完全归

属于发行人，发行人向 A 公司支付包含固定费用和浮动费用的技术服务费。浮动费用基于合作产品的销售金额及双方合同确定。

A 公司为一家专业的智能家具设计公司，不具备产品的生产和销售能力；发行人虽然拥有专业的设计和开发团队，但内部团队与外部专业机构的合作可以有效互补，增强发行人产品设计开发的综合能力。

综上，发行人与 A 公司的合作方式是双方基于优势互补、产业协同考虑的良好选择，具有合理性。

（二）在设计和产品开发服务过程中，发行人和 A 公司分别承担的角色和责任划分情况

从产品设计开发环节来看，A 公司擅长基于欧美顾客生活习惯进行产品概念设计，发行人则更擅长产品功能设计、配件开发和外观设计。从产品开发的具体方向来看，A 公司擅长智能家具内部金属结构的设计与开发，发行人则在电机、电控、内部木质结构、填充结构、面料运用等方面具有更为丰富的技术积累和经验。

在合作产品的开发过程中，发行人在利用 A 公司设计开发成果的基础上，进一步进行整合开发，形成产品的最终设计，并完成生产和销售。

A 公司申明并保证提供的服务将遵照行业质量最高标准，绝不低于行业质量最低标准。A 公司将使用拥有相关知识、经验、受过训练并有专业资格和资源的人士提供服务，并以迅速、专业、勤勉和娴熟的态度进行服务。由协议产生的知识产权将完全归属于发行人，发行人可以以任何方式使用。A 公司声明放弃对上述知识产权的权益。如任何知识产权可以在中国或其他任何国家注册，服务方将就申请注册向公司提供必要的协助。

发行人须根据合同向 A 公司支付技术服务费。

（三）相关合作模式是否符合行业惯例

同行业上市公司普遍重视开展对外技术合作，具体情况如下：

公司名称	技术合作模式
------	--------

顾家家居	公司已与中国美术学院、杭州电子科技大学等高校成立了产学研合作基地，共同构建产、学、研联合创新体系，全面推进企业和高校的技术合作与交流。 公司将通过加强国际技术合作，引进国外设计人才。
麒盛科技	公司根据市场需求定位，选择优秀的研发合作伙伴，借助外部科研合作伙伴的力量和资源，共同开发新产品、新技术和新工艺，进一步提升了公司的设计研发能力和自主创新能力。近年来，公司与浙江清华长三角研究院、中国电子科技集团公司第三十六研究所等科研机构进行合作，并取得了较好的合作创新效果。
恒林股份	公司研发部与高等院校、科研机构建立技术合作关系，邀请国内外同行专家来厂进行学术交流，并外派技术人员参加国内行业交流和培训，及时掌握国内外同行业动态，拓展技术合作的途径。

综上，发行人与外部机构进行技术合作，符合行业惯例。

二、形成的美国专利具体情况，该专利是否在产品中进行实际运用，相关产品的销售情况，是否存在知识产权纠纷或潜在纠纷，发行人是否对 A 公司存在重大依赖；

（一）形成的美国专利具体情况

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人与 A 公司合作形成一项美国专利，具体情况已申请豁免披露。

（二）该专利是否在产品中进行实际运用，相关产品的销售情况

上述专利已在产品中实际运用，运用到上述专利的产品主要为具有折叠功能的智能电动床，该等产品的具体销售情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
涉及专利产品销售金额（万元）	11,620.02	27,979.38	21,112.04	9,423.26
占主营业务收入比重	25.51%	23.94%	19.42%	10.59%

注：前述专利于 2017 年 4 月申请，2019 年 6 月取得。专利取得前，相关技术已运用于产品

（三）是否存在知识产权纠纷或潜在纠纷

发行人作为上述专利的权利人，已取得专利权证书。根据发行人与 A 公司签订的协议，由协议产生的知识产权将完全归属于发行人，发行人可以以任何方式使用，A 公司声明放弃对上述知识产权的权益。

根据 A 公司出具的书面说明，发行人与 A 公司不存在知识产权相关纠纷或潜在纠纷。

综上，发行人拥有上述专利的完整权利，不存在纠纷或潜在纠纷。

（四）发行人是否对 A 公司存在重大依赖

报告期内，发行人对与 A 公司合作开发的产品销售收入并未形成依赖，大多数收入仍来源于非合作产品。发行人拥有专业的设计开发、生产和销售团队，与 A 公司以外的高等院校、科研院所亦开展各类合作研发活动，具有独立、完整的面向市场经营的能力。此外，发行人对与 A 公司合作协议下形成的知识产权享有完整权利，在技术成果上不依赖于 A 公司。

综上，发行人与 A 公司的合作系良性合作，发行人对 A 公司不存在重大依赖。

三、除形成的美国专利外，A 公司提供技术服务的其他成果情况，与 A 公司的合作是否涉及商业贿赂等违法违规情形。

（一）除形成的美国专利外，A 公司提供技术服务的其他成果情况

除形成的美国专利外，A 公司基于其自有专利技术或其他非专利技术（含申请中的专利）向发行人提供设计开发服务；相关设计开发服务所涉及的产品，部分已推向市场并形成销售。

除形成的美国专利外，A 公司提供的技术服务未形成其他有形或无形资产。

（二）与 A 公司的合作是否涉及商业贿赂等违法违规情形

根据发行人主要客户的访谈确认，发行人不存在对客户进行商业贿赂的情形。

根据 A 公司出具的承诺函，发行人在与 A 公司合作中，不存在商业贿赂等违法违规情形。

发行人根据合同约定向 A 公司支付的技术服务费，不存在大额额外付款或账外付款的情形。

综上，发行人与 A 公司的合作不涉及商业贿赂等违法违规情形。

四、核查程序及核查结论

1、核查程序

保荐机构及发行人律师履行了以下核查程序：

（1）取得并核查了发行人与 A 公司签署的《设计和产品开发服务协议》及《专利转让书》；

(2) 取得并核查了发行人对 A 公司支付技术服务费的付款凭证及费用计算明细;

(3) 取得并核查了 A 公司与发行人合作形成的美国专利证书及相关文件;

(4) 实地考察公司产品, 了解公司产品的设计开发理念、设计开发流程及相关技术应用情况;

(5) 查询了“中国裁判文书网”(http://wenshu.court.gov.cn/)、“国家企业信用信息公示系统”(http://www.gsxt.gov.cn/index.html); 取得了 A 公司出具的关于不存在知识产权纠纷的说明函;

(6) 对发行人相关人员进行访谈, 了解与 A 公司合作情况;

(7) 查阅了同行业上市公司对外技术合作的相关披露信息;

(8) 对发行人主要客户进行了走访和访谈, 核查了发行人报告期内银行流水、销售费用明细、营业外支出明细, 取得了 A 公司出具的关于不存在商业贿赂的说明函。

2、核查结论

经核查, 保荐机构、发行人律师认为:

(1) 发行人与 A 公司的合作方式是双方基于优势互补、产业协同考虑的良好选择, 具有合理性; 发行人与外部机构进行技术合作, 符合行业惯例;

(2) 发行人与 A 公司合作获得的美国专利在产品中已进行实际运用; 发行人与 A 公司不存在知识产权纠纷或潜在纠纷, 发行人对 A 公司不存在重大依赖;

(3) 发行人与 A 公司的合作不涉及商业贿赂等违法违规情形。

4. 请发行人按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》（以下简称《监管指引》）的规定，真实、准确、完整披露股东信息，并补充出具专项承诺。同时，请更新招股说明书，按要求增加披露信息并简要披露核查情况及结论。

请保荐人、发行人律师按照《监管指引》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，提交专项核查说明。

回复：

一、发行人信息披露和承诺情况

（一）发行人已补充出具专项承诺，具体如下：

“

1、本公司不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份；

2、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份情形；

3、本公司不存在以本公司股权进行不当利益输送情形。

”

发行人出具的上述专项承诺在《招股说明书》“附录：与投资者保护相关的承诺函”之“8、其他承诺”补充披露。

（二）根据《监管指引》的要求，发行人对部分事项进行了补充披露，并简要披露核查情况及结论

1、申报前 12 个月内新增股东常州清庙之器（员工持股平台）

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东及实际控制人控制的其他企业的基本情况”及“第五节 发行人基本情况”之“十八、股权激励及员工持股平台相关情况”中详细披露该股东的基本情况、定价依据、关联关系、股份代持情形等情况。

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人股本情况”

之“（五）发行人最近一年新增股东情况”处补充披露如下：

“常州清庙之器与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系。”

2、申报前 12 个月内新增股东及自然人股东入股交易价格明显异常的股东徐梅钧（实际控制人配偶，发行人董事、高管）

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）控股股东及实际控制人的基本情况”及“十、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事”及“十二、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系”处详细披露该股东的基本情况、关联关系等情况。

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人股本情况”之“（五）发行人最近一年新增股东情况”处补充披露如下：

“李小勤与徐梅钧缔结婚姻关系后，向其转让 2% 股权，系夫妻间的财产分配；1,213 元的转让价格系名义对价。

徐梅钧与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系。徐梅钧持股不存在股份代持情形。”

3、核查情况及核查结论

发行人在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人股本情况”之“（九）申请首发上市企业股东信息披露核查情况”处补充披露如下：

“

保荐机构、发行人律师对发行人股东信息披露情况进行了专项核查，核查结论如下：

（1）发行人历史沿革中不存在股份代持情形；发行人已在招股说明书中真实、准确、完整的披露了股东信息。

（2）发行人存在提交申请前 12 个月内新增股东的情况，发行人已在招股说明书中充分披露新增股东的基本情况、入股原因、入股价格及定价依据，新股东

与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员的关联关系均已充分披露，新股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，新增股东不存在股份代持情形。

(3) 根据《股东信息披露指引》第十一条规定，“本指引自发布之日起实施。发布之日前已受理的企业不适用本指引第三项的股份锁定要求。”因此，发行人提交申请前 12 个月内新增股东不适用《股东信息披露指引》第三条第二款关于股份锁定 36 个月的规定。

(4) 发行人历次股权变动中，徐梅钧入股交易价格明显偏低，上述股权转让系实际控制人婚后的家庭内部财产分配，采用了具有一定纪念意义的名义对价，徐梅钧取得发行人股份行为，不涉及《监管指引》第一项、第二项情形；发行人其他股东入股价格均不存在明显异常；发行人现有股东中不存在股权架构为两层以上且为无实际经营业务的公司或有限合伙企业。

(5) 直接或间接持有发行人股份的主体具备法律、法规规定的股东资格，与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排，发行人股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形。

(6) 公司已出具专项承诺，并在招股说明书《招股说明书》“附录：与投资者保护相关的承诺函”之“8、其他承诺”中补充披露了公司股东情况的承诺。

(7) 不存在私募投资资金等金融产品持有发行人股份的情形。

”

二、保荐人、发行人律师已按照《监管指引》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，并另行提交专项核查说明。

5. 关于境外销售收入。

申报材料显示，发行人外销收入占比 95%以上，境外客户主要集中在美国。

请发行人：

（1）补充披露境内外终端市场对发行人产品的需求变化趋势，终端市场容量变化的原因及合理性，是否与发行人销售收入变化保持一致、是否趋于饱和；主要面向境外市场而非境内市场的原因及合理性；

（2）结合上述情况，补充披露发行人是否存在因终端市场需求萎缩而导致的重大经营风险。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

请保荐人、申报会计师就发行人外销收入真实性发表明确意见。

回复：

一、补充披露境内外终端市场对发行人产品的需求变化趋势，终端市场容量变化的原因及合理性，是否与发行人销售收入变化保持一致、是否趋于饱和；主要面向境外市场而非境内市场的原因及合理性

（一）境内外终端市场对发行人产品的需求变化趋势，终端市场容量变化的原因及合理性，是否与发行人销售收入变化保持一致、是否趋于饱和

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、行业基本情况及公司竞争状况”之“（三）行业发展情况及发展趋势”之“6、境内外终端市场情况”中补充披露如下：

“

1、境外市场分析

报告期内，我国家具及其零件出口情况如下：

单位：亿元

	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	出口额	同比变动	出口额	同比变动	出口额	同比变动	出口额
我国家具及其零件出口情况	1,576.11	-12.14%	3,729.94	5.23%	3,544.45	4.72%	3,384.84
发行人外销情况	4.49	-9.68%	11.33	8.47%	10.45	22.63%	8.52

资料来源：海关总署

注：发行人 2020 年 1-6 月出口额同比变动系以 2019 年 1-6 月为基数进行测算。

由上表可知，报告期内，发行人外销收入与境外终端市场需求变动趋势保持一致。2020 年上半年，受新冠疫情影响，全球范围内商品生产、社会生活受到严重影响，境外终端消费需求短期内出现下滑具有合理性。

2020 年下半年，随着全球防疫进入常态化，我国家具及其零件出口实现较大幅度增长，2020 年，我国家具及其零件全年出口额达 4,038.56 亿元，同比增长 8.27%，主要原因系：（1）受新冠疫情影响，多国采取宽松的货币政策促进房地产市场逐步企稳走高，拉动家具出口；（2）长期居家环境催生消费者改善生活条件的需求，海外家具市场得以提振。

根据智研咨询研究报告，境外功能沙发、智能电动床市场规模预计平稳增长。具体参见第 1 题之“二、（五）2、（1）境外功能沙发、智能电动床市场规模预计平稳增”。

2、境内市场分析

报告期内，公司以外销业务为主，境内终端市场对公司业绩影响较小。

根据国家统计局统计数据，2018 年、2019 年，我国家具类商品零售类值分别同比增长 10.1%、5.1%；2020 年 1-6 月，受新冠疫情影响，我国家具类商品零售类值同比下滑 14.1%。

2018 年、2019 年，发行人内销收入同比分别增长 12.18%、下降 16.37%；2020 年 1-6 月，受新冠疫情影响，发行人内销收入同比下降 58.01%。报告期内，发行人主营业务重心在境外市场，内销收入占比 5% 以下，受基数较小的影响，发行人内销收入变动趋势出现较大幅度波动，具有合理性。

随着我国防疫工作取得阶段性成效，国内终端消费市场逐步恢复。根据国家统计局统计数据，2020 年 7 月-2020 年 12 月，我国家具类商品零售类值连续 6 个

月上涨，由 137.1 亿增长至 194.0 亿元，月度复合增长率 5.96%。境内终端市场未见饱和，预计未来仍具备增长空间。

综上，终端市场容量变化具备合理性，终端市场容量与发行人销售收入变化趋势基本一致，未来仍具备增长空间。

”

（二）、主要面向境外市场而非境内市场的原因及合理性

参见第 1 问之“二、（一）发行人主要收入来自于境外的背景和原因”相关回复。

二、结合上述情况，补充披露发行人是否存在因终端市场需求萎缩而导致的重大经营风险

发行人就因终端市场需求萎缩而导致的重大经营风险补充披露内容参见第 1 题之“二、（五）发行人境外业务的竞争优劣势及其可持续性，是否存在市场需求萎缩、客户流失等重大经营风险”相关回复。

三、核查程序及意见

1、核查程序

保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

- （1）查阅海关总署统计数据，了解我国家具出口情况；
- （2）查阅国家统计局统计数据，了解境内家具市场情况；
- （3）查阅智研咨询行业报告，了解智能家具未来市场容量情况；
- （4）访谈公司管理层，了解市场需求萎缩及公司客户流失的风险情况，了解公司主要面向境外市场而非境内市场的原因。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人终端市场容量变化具备合理性，终端市场容量与发行人销售收入变化趋势基本一致，未来仍具备增长空间。

四、保荐人、申报会计师就发行人外销收入真实性的核查程序及意见

1、核查程序

保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

- （1）通过视频或现场接待境外客户进行访谈；
- （2）对外销收入进行函证；
- （3）核查销售数量和出库单匹配情况；
- （4）核查销售数量和物流运输单据匹配情况；
- （5）核查外销收入和出口单据及海关数据的匹配情况；
- （6）核查外销收入与资金划款凭证的匹配情况；
- （7）核查外销收入和中国出口信用保险公司数据匹配情况；
- （8）核查外销收入和出口退税金额匹配情况。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

报告期内，发行人外销收入具备真实性。

6. 关于营业收入及净利润。

审核问询回复显示，发行人 2020 年 1-6 月的营业收入为 45,776.84 万元，同比下降 11.09%；净利润为 8,781.88 万元，同比增长 33.50%。2020 年全年收入预计约为 13.2 亿元，同比增长约 12%；全年净利润预计约为 2.2 亿元，同比增长 98%。

请发行人：

(1) 量化分析并补充披露 2020 年 1-6 月收入同比下降而净利润同比大幅增长的原因及合理性；

(2) 结合 2020 年全年收入、净利润变动的影响因素，量化分析并补充披露 2020 年发行人营业收入与净利润变动不一致的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“(一)报告期内的经营成果概述”之“1、报告期内经营情况概览”处补充披露如下：

“

一、量化分析并补充披露 2020 年 1-6 月收入同比下降而净利润同比大幅增长的原因及合理性

2020 年 1-6 月收入同比下降而净利润同比增长，主要体现为净利润率提高；2020 年 1-6 月，公司净利润率 19.18%，相比 2019 年 1-6 月提高了 6.40 个百分点，具体情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
营业收入（万元）	45,776.84	51,488.31
净利润（万元）	8,781.88	6,578.00
净利润率	19.18%	12.78%

2019 年 1-6 月及 2020 年 1-6 月公司利润表主要科目占营业收入的比例情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	差异（正数表示对净利率正面影响）
毛利率	32.80%	29.99%	2.81%
税金及附加占收入比重	0.78%	1.16%	0.38%
销售费用率	7.49%	7.97%	0.48%
管理费用率	3.43%	3.50%	0.07%
研发费用率	5.06%	5.70%	0.64%
财务费用率	-3.64%	-1.52%	2.12%
所得税费用占营业收入比例	2.18%	0.88%	-1.30%
信用减值损失、资产减值损失及资产处置收益（损失以-号表示）占营业收入比例	0.54%	-0.03%	0.57%
其他收益、营业外收支（损失以-号表示）占营业收入比例	1.14%	0.51%	0.63%
合 计			6.40%

2020 年 1-6 月，公司净利率上升的主要因素包括：

1、毛利率由 2019 年 1-6 月的 29.99%上升为 32.80%。主要由于汇率波动、关税等多重因素综合影响的结果。

（1）汇率波动影响

报告期内，公司外销收入占比 95%以上，主要市场为美国，产品定价以美元为主；美元对人民币汇率波动对主营业务收入产生直接影响，进而影响主营业务毛利率。2020 年 1-6 月汇率波动对毛利率的影响如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
美元结算的销售收入（万美元）	6,393.45	7,294.91
平均汇率	7.03	6.82
汇率影响毛利金额（万元）	1,332.48	
销售收入（万元）	45,776.84	
汇率影响毛利率	2.91%	

注 1：汇率取公司当年确认收入的平均汇率

注 2：汇率影响毛利金额=当期美元结算的销售收入*（当期汇率-上期汇率）

注 3：汇率影响毛利率=汇率影响毛利金额/销售收入

（2）关税影响

公司主营业务毛利率受美国加征关税影响较大。由于公司与客户关税分摊模式不同，关税增加对公司收入、成本的影响模式较为复杂，可能导致产品售价下降（FOB 模式），也可能导致产品售价和产品成本同时上升（上门提货、FOB CDP、送货上门等模式），但无论具体表现形式如何，均最终导致公司毛利下降。2020 年 1-6 月由于越南出货量的提升，发行人关税负担有所降低，具体测算结果如下：

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
关税影响毛利金额（万元）	-1,326.20	-2,484.64
关税影响毛利金额—相比上期变动（万元）	1,158.44	
销售收入（万元）	45,776.84	
关税影响毛利率—相比上期变动	2.53%	

综上，公司 2020 年 1-6 月毛利率较 2019 年 1-6 月影响情况如下：

项 目	2020 年 1-6 月
① 汇率影响	2.91%
② 关税影响	2.53%
测算毛利率影响合计	5.44%
毛利率实际变动幅度	2.81%

汇率及关税对毛利率的影响测算值为 5.44%，高于毛利率实际变动幅度，主要由于 2020 年 1-6 月受疫情影响，公司开工率不足，固定成本分摊对毛利率产生负面影响。

2、研发费用率由 2019 年 1-6 月的 5.70%下降为 5.06%。主要由于受疫情影响，2020 年 1-6 月部分研发项目进度放缓。

3、财务费用率由 2019 年 1-6 月的-1.52%下降为-3.64%。主要由于人民币兑美元汇率进一步贬值，2020 年 1-6 月形成 1,045.25 万元汇兑收益。

4、信用减值损失、资产减值损失及资产处置收益占营业收入比例由 2019 年 1-6 月的-0.03%提高为 0.54%。主要由于 2020 年 6 月末应收账款相比 2019 年末明显降低，按照预期信用损失计提坏账时形成 342.45 万元的信用减值损失（正数为收益）。

5、其他收益、营业外收支占营业收入比例由 2019 年 1-6 月的 0.51%提高为 1.14%。主要由于 2020 年 1-6 月收到与收益相关的政府补助 485.61 万元（正数为收益）。

综上，公司 2020 年 1-6 月收入同比下降而净利润同比大幅增长，主要由于汇率、关税等因素影响，具有合理性。

二、结合 2020 年全年收入、净利润变动的影响因素，量化分析并补充披露 2020 年发行人营业收入与净利润变动不一致的原因及合理性

2020 年度，公司营业收入为 131,813.33 万元，同比上升 12.21%；净利润为 20,413.58 万元，同比增长 80.75%。营业收入增幅低于净利润增幅，主要体现为净利润率提高，具体情况如下：

项 目	2020 年度（经审阅）	2019 年度	同比变动
营业收入（万元）	131,813.33	117,469.88	12.21%
净利润（万元）	20,413.58	11,293.89	80.75%
净利润率	15.49%	9.61%	
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	19,859.67	16,997.53	16.84%
扣非后净利润率	15.07%	14.47%	

注：发行人不存在少数股东损益

2019 年度及 2020 年度公司利润表主要科目占营业收入的比例情况如下：

项 目	2020 年度（经审阅）	2019 年度	差异（正数表示对净利率正面影响）
毛利率	35.41%	32.46%	2.95%
税金及附加占收入比重	0.49%	0.96%	0.48%
销售费用率	7.11%	7.52%	0.41%
管理费用率	2.82%	8.27%	5.44%
研发费用率	5.42%	5.68%	0.26%
财务费用率	2.68%	-2.04%	-4.72%
所得税费用占营业收入比例	1.88%	2.32%	0.44%
信用减值损失、资产减值损失及资产处置收益（损失以-号表示）占营业收入比例	-0.22%	-0.48%	0.26%

其他收益、投资收益及营业外收支 (损失以-号表示)占营业收入比例	0.70%	0.34%	0.36%
合 计			5.87%

2020 年度，公司净利润率上升的主要因素包括：

1、毛利率由 2019 年度的 32.46%上升为 35.41%。主要由于汇率波动、关税等多重因素综合影响的结果。

(1) 汇率波动影响

报告期内，公司外销收入占比 95%以上，主要市场为美国，产品定价以美元为主；美元对人民币汇率波动对主营业务收入产生直接影响，进而影响主营业务毛利率。2020 年汇率波动对毛利率的影响如下：

项 目	2020 年度	2019 年度
美元结算的销售收入（万美元）	18,899.77	16,431.06
平均汇率	6.79	6.90
汇率影响毛利金额（万元）	-1,948.88	
销售收入（万元）	131,813.33	
汇率影响毛利率	-1.48%	

注 1：汇率取公司当年确认收入的平均汇率

注 2：汇率影响毛利金额=当期美元结算的销售收入*（当期汇率-上期汇率）

注 3：汇率影响毛利率=汇率影响毛利金额/销售收入

(2) 关税影响

公司主营业务毛利率受美国加征关税影响较大。由于公司与客户关税分摊模式不同，关税增加对公司收入、成本的影响模式较为复杂，可能导致产品售价下降（FOB 模式），也可能导致产品售价和产品成本同时上升（上门提货、FOB CDP、送货上门等模式），但无论具体表现形式如何，均最终导致公司毛利下降。2020 年由于越南出货量的提升，发行人关税负担有所降低，具体测算结果如下：

项 目	2020 年度	2019 年度
关税影响毛利金额（万元）	-2,312.89	-8,045.43
关税影响毛利金额—相比上期变动（万元）	5,732.54	
销售收入（万元）	131,813.33	

关税影响毛利率—相比上期变动	4.35%	
----------------	-------	--

综上，公司 2020 年度毛利率较 2019 年度影响情况如下：

项 目	2020 年度
① 汇率影响	-1.48%
② 关税影响	4.35%
测算毛利率影响合计	2.87%
毛利率实际变动幅度	2.95%

由上表可知，汇率及关税测算毛利率影响合计 2.87%，与毛利率实际变动幅度 2.95%相当。

尽管 2020 年 1-6 月受疫情影响，公司开工率不足，固定成本分摊对毛利率产生负面影响；但全年来看，下半年收入显著增长，产能利用率明显提升，上述负面影响得到消化。

2、管理费用率由 2019 年度的 8.27%下降为 2.82%。2019 年管理费用率较高，主要由于员工股权激励产生股份支付费用 6,022.50 万元。若剔除股份支付费用，2019 年管理费用率约为 3.14%，仅略高于 2020 年度。

3、2020 年度财务费用率大幅提升，主要由于 2020 年下半年人民币快速升值带来的汇兑损失。该等损失对 2020 年净利润率造成一定的负向影响。

综上，公司 2020 年度净利润同比增长幅度超过营业收入同比增长幅度，主要由于汇率、关税、股份支付费用等因素的综合影响，具有合理性。

”

三、核查程序及意见

1、核查程序

保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

（1）对公司 2019 年 1-6 月、2019 年全年、2020 年 1-6 月的营业收入、净利润实施各项审计程序；对 2020 年全年的营业收入、净利润实施各项审阅程序；（审计、审阅相关程序仅限于申报会计师）

（2）基于对公司财务、销售部门的访谈，以及实施函证，合同订单、收款凭证、报关单、出库单、提单等检查程序的基础上对公司 2019 年 1-6 月和 2020 年 1-6 月之间，以及 2019 年全年和 2020 年全年营业收入的波动实施分析性复核，分析波动的原因以及真实性与合理性；

（3）基于对公司相关负责人的访谈，以及实施毛利率分析、成本结转准确性检查、各项费用原始凭证检查、重要合同检查、截至性测试、各期关税分析、汇率变动分析的基础上，对公司 2019 年 1-6 月和 2020 年 1-6 月之间，以及 2019 年全年和 2020 年全年净利润波动实施分析性复核，分析波动的原因以及真实性与合理性。

2、核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

（1）公司 2020 年 1-6 月份收入同比下降，但净利润同比增长，具有合理性；

（2）2020 年全年营业收入与净利润变动不一致具有合理性。

7. 关于 2020 年全年业绩情况。

请发行人按照《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》的要求，补充披露 2020 年财务数据审阅情况，以列表方式披露①2020 年下半年和 2019 年下半年、②2020 全年和 2019 全年的主要财务信息比较情况，包括但不限于：总资产、所有者权益、营业收入、营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润、经营活动产生的现金流量净额等，并披露纳入非经常性损益的主要项目和金额。若发生较大变化，请披露变化情况、变化原因以及由此可能产生的影响，并在重大事项提示中披露相关风险。在招股说明书重大事项提示中提醒投资者，发行人已披露财务报告审计截止日后经会计师事务所审阅的主要财务信息（如有）及经营状况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、资产负债表日后事项”处补充披露如下：

“

公司财务报告的审计截止日为 2020 年 6 月 30 日，天健会计师对公司 2020 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2020 年 7-12 月和 2020 年 1-12 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表进行了审阅，并出具了《审阅报告》（天健审〔2021〕15-9 号）。

发行人及其董事、监事、高级管理人员出具了专项声明，保证审计截止日后上述经审阅的财务报表不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。发行人负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）出具了专项声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

一、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	变动幅度
资产总额	134,440.19	105,593.64	27.32%
所有者权益	85,413.23	65,475.84	30.45%

注 1：2020 年下半年数据为审阅数

注 2：变动幅度为正数表示 2020 年下半年较 2019 年下半年增加，负数反之

2020 年末，公司资产总额较上年末增加 28,846.55 万元，增幅为 27.32%，主要由于公司经营规模扩大，货币资金、存货等规模增长。

2020 年末，公司所有者权益增加 19,937.39 万元，增幅为 30.45%，主要由于公司留存收益的增加。

二、合并利润表及现金流量表主要数据

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	变动幅度
营业收入	131,813.33	117,469.88	12.21%
营业利润	22,888.26	14,013.71	63.33%
利润总额	22,895.10	14,021.06	63.29%
净利润	20,413.58	11,293.89	80.75%
归属于母公司股东的净利润	20,413.58	11,293.89	80.75%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	19,859.67	16,997.53	16.84%
经营活动产生的现金净流量	23,740.54	11,182.67	1.12 倍
项 目	2020 年 7-12 月	2019 年 7-12 月	变动幅度
营业收入	86,036.49	65,981.57	30.39%
营业利润	13,116.46	7,000.10	87.38%
利润总额	13,116.59	6,989.98	87.65%
净利润	11,631.70	4,715.89	1.47 倍
归属于母公司股东的净利润	11,631.70	4,715.89	1.47 倍
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	11,526.12	10,624.04	8.49%
经营活动产生的现金净流量	13,439.95	905.45	13.84 倍

注 1：2020 年下半年及 2020 年全年数据为审阅数

注 2：变动幅度为正数表示 2020 年下半年较 2019 年下半年增加，负数反之

2020 年全年，公司营业收入较上年增长 14,343.45 万元，增幅为 12.21%；其中，2020 年下半年，公司营业收入较上年同期增长 20,054.92 万元，增幅为 30.39%。2020 年上半年，受新冠疫情影响，公司营业收入有所下滑；2020 年下半年营业收入大幅增长的主要原因系：（1）受新冠疫情影响，多国采取宽松的货币政策促进房地产市场逐步企稳走高，拉动家具出口；（2）长期居家环境催生消费者改善生活条件的需求，海外家具市场得以提振。

2020 年全年及 2020 年下半年，公司营业利润、利润总额、净利润、归属于母公司股东的净利润相比上年同期均显著增长，主要原因包括：（1）营业收入整体增长；（2）2019 年下半年计提了大额股份支付费用，导致当期利润相关指标基数较低。

股份支付相关影响被排除后，2020 年全年，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较上年同期有所增长，与营业收入增幅基本相近；2020 年下半年扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润增幅低于营业收入增幅，主要由于当期人民币快速升值形成大额汇兑损失。发行人已在招股说明书重大事项提示中披露汇率相关风险。

公司 2020 年经营活动产生的现金净流量较上年增加 12,557.87 万元，其中 2020 年下半年经营活动产生的现金净流量较上年同期增加 12,534.50 万元。整体而言公司收款情况良好，现金流状况较为健康。

三、非经常性损益数据

单位：万元

项 目	2020 年 7-12 月	2019 年 7- 12 月	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	0.18	-6.77	17.43	-8.43
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	359.87	150.25	864.24	387.63
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债	42.44		42.44	

和可供出售金融资产取得的投资收益				
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.16	-5.62	6.87	11.84
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-229.21	-6,018.36	-219.40	-6,012.66
小 计	173.44	-5,880.50	711.58	-5,621.62
减:所得税费用(所得税费用减少以“-”表示)	67.87	27.65	157.68	82.03
少数股东损益				
归属于母公司股东的非经常性损益净额	105.57	-5,908.15	553.90	-5,703.65

注：2020 年下半年及 2020 年全年数据为审阅数

“其他符合非经常性损益定义的损益项目”主要为员工股权激励形成的股份支付费用。

除股份支付费用外，非经常性损益对公司经营业绩影响较小。

”

三、发行人在招股说明书“重大事项提示”之“四、审计截止日后主要财务信息及经营状况”中对投资者补充提示如下：

“

经天健会计师审阅，公司 2020 年主要财务数据如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	变动幅度
营业收入	131,813.33	117,469.88	12.21%
归属于母公司股东的净利润	20,413.58	11,293.89	80.75%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	19,859.67	16,997.53	16.84%

注：2020 年度数据为经审阅数据，2019 年度数据为经审计数据

截至本招股说明书签署日，公司各项业务均正常运行，公司经营模式、经营环境均未发生重大不利变化。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、资产负债表日后事项”披露了财务报告审计截止日后经审阅的主要财务信息及经营状况，敬请投资者关注。

”

四、核查程序及意见

1、核查程序

保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

（1）对 2019 年全年的财务报表进行审计；（限于申报会计师）

（2）对 2020 年下半年、2020 年全年的财务报表进行审阅；（限于申报会计师）

（3）复核 2020 年下半年和 2019 年下半年，2020 年全年和 2019 年全年公司主要比较财务信息指标计算的准确性；

（4）通过对相关负责人访谈、查阅可比公司披露信息及相关研究报告、分析汇率波动情况、检查会计记录和凭证等方式，分析 2020 年下半年和 2019 年下半年，2020 年全年和 2019 年全年财务信息指标变动的原因，检查其真实性与合理性；

（5）检查公司财务报告截止日（2020 年 6 月 30 日）后经审阅的主要财务信息和经营状况有无需要进行重大事项提示的情况。

2、核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

公司 2020 年下半年和 2019 年下半年、2020 年度和 2019 年度主要财务信息比较及其变化情况、变化原因以及由此产生的影响，已经恰当披露。

8. 关于主要供应商。

审核问询回复显示，发行人采购原材料种类较多，包括钢材、金属加工件、木制品、填充材料、电子器件、面料等，各种类之间差异较大，需要不同类型的供应商分别提供。报告期内，发行人向前五名供应商的采购比例分别为 26.47%、23.30%、16.79%和 17.82%。

请发行人补充披露各类原材料采购价格是否公允，营业成本是否准确、完整，发行人与各类原材料供应商之间是否存在关联关系。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、各类原材料采购价格是否公允

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、公司采购情况和主要供应商”之“（一）主要原材料采购情况”之“3、主要原材料价格变动情况”披露如下：

“

（一）与同行业公司披露的采购价格对比

发行人主要原材料中，金属加工件、电子器件、电机金属零件等种类和数量繁多，其计算平均单价参考意义较低。其他主要材料采购价格与可比价格比较情况如下：

类别	2020 年 1-6 月	2019 年 度	2018 年 度	2017 年 度	可比价 格	可比价格期 间	可比价格来源
钢材（元/千克）	3.71	3.77	3.88	3.57	3.59	2017 年上 半年	恒林股份招股说明书采购单价
纺织面料-普通面料（元/米）	22.26	22.48	21.72	20.42	19.73	2019 年度	众望布艺招股说明书平板面料销售单价
木制品-板材（元/张）	75.61	74.31	86.58	86.10	86.34	2016 年上 半年	顾家家居招股说明书采购单价
填充材料-海绵（元/立方米）	445.92	509.61	691.72	634.25	657.56	2017 年 8 月-2018 年 7 月	宜华生活 2018 年年度报告的事后审核问询函的回复公告

注 1：顾家家居木制品价格原始单位为元/立方米，根据发行人板材典型尺寸 2440×1220×15mm 换算为元/张

注 2：宜华生活海绵价格原始单位为元/立方英尺，换算为元/立方米

发行人主要原材料采购价格与同行业可比价格相近。

（二）采购单价与大宗商品价格变动情况对比

上述原材料采购单价中，钢材、填充材料-海绵、木制品-板材在各年度采购单价波动较大。

1、钢材

报告期内，发行人钢材采购单价与上期所螺纹钢期货价格走势情况如下：

类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
钢材（元/千克）	3.71	3.77	3.88	3.57
螺纹钢期货平均收盘价（元/千克）	3.46	3.66	3.83	3.48

报告期内，发行人钢材采购价格波动与大宗商品市场波动趋势较为吻合。

2、填充材料-海绵

海绵生产过程所需的主要原材料为甲苯二异氰酸酯（TDI）等化学原料。报告期内，发行人海绵采购单价与 TDI 市场价格走势情况如下：

类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
填充材料-海绵（元/立方米）	445.92	509.61	691.72	634.25
TDI（国产，华东地区）中间价均值（元/吨）	10,568.68	13,182.73	28,100.96	31,544.66

TDI 与海绵之间的价格传导可能存在时滞，同时海绵价格还受到其他原材料乃至国家环保政策的影响；尽管如此，报告期内发行人海绵采购价格（尤其是 2018 年以来的降价）与 TDI 价格波动趋势整体上较为接近。

3、木制品—板材

发行人板材采购价格 2019 年起显著下降，主要由于公司停止采购进口桦木板，在工艺上使用松木逐步替代桦木。报告期内，发行人板材采购价格情况如下：

类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
木制品-板材（元/张）	75.61	74.31	86.58	86.10

木制品-板材（剔除桦木）（元/张）	75.61	74.31	76.30	76.39
桦木（元/张）	-	-	121.66	111.27

剔除桦木后，发行人板材采购价格较为稳定。

根据中国木材网广东鱼珠国际木材市场 2021 年 2 月报价，欧洲进口桦木价格为 2,600 元/m³，按照发行人采购桦木的典型尺寸 1525*2440*12mm 换算，折合 116.10 元/张，与发行人采购的桦木单价较为接近。

综上，发行人各类原材料采购价格公允。

”

二、营业成本是否准确、完整

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（三）营业成本分析”补充披露如下：

“

发行人基于 ERP 系统和标准成本法，建立了较为完善的成本核算体系。

根据发行人的会计核算手册，原材料入库时，按照采购成本记账。原材料被领用时，按照标准成本和实际领用数量计算出库成本。月末将原材料实际成本和标准成本之间的差异，在本期领用金额和期末结存金额之间按比例进行分配。发行人按照“品种法”归集智能电动沙发、智能电动床、智能家具配件等的直接材料、直接人工和制造费用等成本费用项目。车间领料时，按照领料成本（标准单位材料成本）计入“直接材料”或“制造费用”；直接生产人员和间接人员的薪酬费用（标准单位人工费用）计入“直接人工”或“制造费用”；制造相关部门发生的间接费用（标准单位制造费用），发生时计入“制造费用”。月末根据成本核算结果，将完工产品的成本结转至半成品或产成品，结存的生产成本余额即为在产品。月末将生产成本实际材料、人工和制造费用与标准成本之间的差异在本期生产成本结转金额和期末结存金额之间按比例进行分配。库存商品完工入库时，按照完工产成品的标准成本计入；销售出库时，按照标准单位成本和销售出库数量结转。月末将库存商品实际成本和标准成本之间的差异，在本期发出金额和期末结存金额之间按比例进行分配。

为了保证成本核算的准确性，发行人对上述各项存货的标准成本均定期进行维护。发行人采用定期或不定期的方式对原材料、在制品、产成品、低值易耗品等进行严格的盘点，针对需要调整当期成本的事项，均进行了及时的调整。另外，发行人财务部门定期对产品成本的波动进行分析，对于产品不同期间的成本、毛利率异常事项能够及时发现，通过分析进行纠正。

综上，发行人营业成本准确、完整。

”

三、发行人与各类原材料供应商之间是否存在关联关系

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、公司采购情况和主要供应商”之“（三）公司主要供应商情况”补充披露如下：

“

发行人与各类原材料供应商之间不存在关联关系。

”

四、核查程序及核查结论

1、核查程序

保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

（1）核查了发行人报告期内的原材料采购明细；

（2）将发行人采购价格与同行业公司披露的采购价格进行对比分析；将发行人采购单价与大宗商品价格变动情况进行对比分析；

（3）了解了发行人的成本核算方法，对发行人生产成本进行了穿行测试；

（4）对发行人主要供应商进行了访谈，并通过工商信息查询、银行流水核查、发行人关键自然人关联关系调查等方式，核查发行人与原材料供应商之间的关联关系。

2、核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

- (1) 发行人各类原材料采购价格公允，营业成本准确、完整；
- (2) 发行人与各类原材料供应商之间不存在关联关系。

（本页无正文，为《关于常州匠心独具智能家居股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之发行人盖章页）

常州匠心独具智能家居股份有限公司

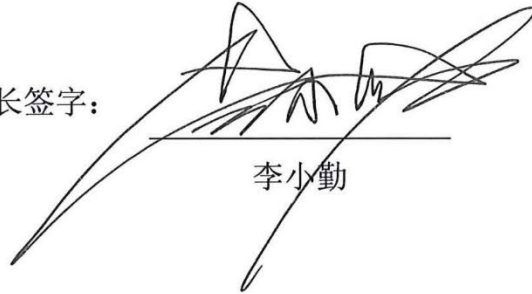


2021年2月26日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于常州匠心独具智能家居股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》的全部内容，确认落实函的回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

发行人董事长签字：



李小勤

常州匠心独具智能家居股份有限公司



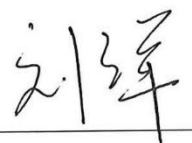
2021 年 2 月 26 日

（本页无正文，为中信建投证券股份有限公司《关于常州匠心独具智能家居股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签字：



吕岩



刘洋

中信建投证券股份有限公司

2021年2月26日



保荐机构董事长声明

本人作为常州匠心独具智能家居股份有限公司保荐机构中信建投证券股份有限公司的董事长，现就本次落实函的回复报告郑重声明如下：

“本人已认真阅读常州匠心独具智能家居股份有限公司本次落实函回复报告的全部内容，了解报告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，本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。”

保荐机构董事长签字：


王常青

