

上海市锦天城律师事务所
关于三问家居股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（四）



锦天城律师事务所
ALLBRIGHT LAW OFFICES

地址：上海市浦东新区银城中路 501 号上海中心大厦 9、11、12 层

电话：021-20511000 传真：021-20511999

邮政编码：200120

上海市锦天城律师事务所
关于三问家居股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
补充法律意见书（四）

案号：01F20160495

致：三问家居股份有限公司

上海市锦天城律师事务所（以下简称“本所”）接受三问家居股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“三问家居”）的委托，并根据发行人与本所签订的《聘请律师合同》，担任发行人首次公开发行股票并在创业板上市事宜（以下简称“本次发行上市”）的专项法律顾问，已依法出具了《上海市锦天城律师事务所关于三问家居股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）、《上海市锦天城律师事务所关于三问家居股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）以及《上海市锦天城律师事务所关于三问家居股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》《上海市锦天城律师事务所关于三问家居股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》《上海市锦天城律师事务所关于三问家居股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（三）》（以下统称“《补充法律意见书》”）。

鉴于深圳证券交易所（以下简称“深交所”）于 2021 年 8 月 24 日下发了审核函〔2021〕011058 号《关于三问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》（以下简称“《落实函》”），要求发行

人及相关中介机构予以落实回复。本所及本所经办律师现根据《落实函》的要求出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书是对《法律意见书》《律师工作报告》和《补充法律意见书》的补充、说明和更正，并构成《法律意见书》《律师工作报告》和《补充法律意见书》不可分割的一部分；本所及本所经办律师在《法律意见书》《律师工作报告》和《补充法律意见书》中所作出的声明事项，同样适用于本补充法律意见书。

本补充法律意见书中所使用的简称，除特别说明者外，与其在《法律意见书》《律师工作报告》和《补充法律意见书》中的含义相同。

正 文

一、《落实函》第 1 题

关于行业定位。审核问询回复显示：

（1）发行人采取外协生产为主、自主生产为辅的生产模式。发行人根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），确定所属行业为批发业（分类代码：F51）；

（2）发行人选取的同行业可比公司中，棒杰股份、健盛集团以自产为主，万代服装以外协生产为主，上述公司所属行业分类为纺织服装、服饰业（C18）。

请发行人：

（1）补充说明发行人与传统纺织服装、服饰业公司在产业政策和行业标准、经营模式、产品特点、核心技术、研发投入等方面的对比情况，同行业公司选取是否准确；

（2）结合主营业务范围、核心竞争力及与同行业公司对比情况，围绕创新、创造、创意的生产经营特点及成长性等情况，说明发行人的行业分类选取是否准确，认定依据是否充分，发行人是否符合创业板定位。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见，并对招股说明书及相关反馈回复意见中行业定位相关表述进行梳理，若有不够明确或不够准确的，请予以修订。

（一）补充说明发行人与传统纺织服装、服饰业公司在产业政策和行业标准、经营模式、产品特点、核心技术、研发投入等方面的对比情况，同行业公司选取是否准确

本所律师查询了同行业公司的相关公告文件，了解了同行业公司的相关情况，并与发行人进行对比；取得了发行人的说明，并对相关高级管理人员进行了访谈。经核查，情况如下：

提供同样产品的公司，由于其发展策略、业务模式和发展阶段的差异，可能处于不同的行业，例如贸易商或生产商。发行人采用对外采购为主、自主生产为辅的模式。报告期内，公司对外采购的销售数量占公司当期销售数量的比例分别为 85.90%、85.39%和 85.43%。

然而，同一层次客户对某一类别产品的评价标准是统一的，因此，向同一层次客户提供同类产品的公司面临同样的竞争，无论是贸易商或是生产商。因此，发行人可比公司的选择标准，主要考虑的是提供的产品和面向的客户的相似性：产品为家纺或服饰，以外销为主、最好客户层次较为接近，注重研发设计等增值环节。

三问家居与可比公司苏美达、棒杰股份、健盛集团和万代服装适用共同的产业政策和行业标准；三问家居与可比公司在经营模式、产品特点、核心技术、研发投入等方面的对比情况如下：

公司名称	经营模式	主营业务及产品特点	核心技术	研发投入	与发行人的重合度
苏美达 600710. SH	设计打样方面，公司围绕主流市场客户需求，以纺织服装技术研发中心为依托，持续创新产品与服务。公司拥有营销团队和资深的技术、设计力量、专业化规模化的生产制造能力以及包括中国中西部和东南亚国家在内的全球供应商网络。纺织服装主要为自产。	苏美达纺织服饰板块，一直专业专注于家用纺织品和家居用品领域。致力于为全球客户提供设计、定制、生产、物流等系统化解决方案。	公司拥有高素质及资深的技术、设计力量，拥有家纺设计、服装设计以及面料开发和打样中心。设计打样方面，围绕主流市场客户需求，以纺织服装技术研发中心为依托，全面整合“产学研”资源，专注于新平台搭建、新产品研发、关键技术突破及应用开发，持续创新产品与服务。	① 设计研发费用占营业收入：0.37% ② 设计研发人员占比：3.10%	① 纺织服装均以外销为主； ② 与发行人的客户有一定重合； ③ 均为客户提供研发设计。

公司名称	经营模式	主营业务及产品特点	核心技术	研发投入	与发行人的重合度
棒杰股份 002634. SZ	公司根据客户的要求或样品对款式、功能、面料的组织结构、原材料的选用等方面进行全部或部分设计并打样，或者直接根据样品打样交客户确认，然后形成生产工艺单，以此作为生产标准及报价基础。 按照订单需求及时排期组织生产、检验并交货，并由品质管理人员和跟单人员及时跟踪反馈，保障产品质量、交期，不断提高公司的综合生产能力。产品主要为自产。	公司以 ODM/OEM 模式主要为国外大型零售商、采购商和品牌商提供无缝服装开发设计和生产制造服务。	公司拥有独立的技术团队，其技术开发的范畴不仅已经参与到下游品牌运营商的新产品设计开发中，还通过产业链延伸拓展至上游纤维的生产开发过程中。经过多年培育，公司与国际主流服装采购商建立了长期合作关系，为 C&A、ALDI、NKD、PUMA、M&S 等大型服装采购商或高端品牌商提供设计服务，多项产品在全球市场具有很强的竞争力。	① 设计研发费用占营业收入：3.08% ② 设计研发人员占比：8.42%	① 均以外销为主； ② 与发行人的客户有一定重合； ③ 均为客户提供研发设计。
健盛集团 603558. SH	公司成立创意研发中心，聘请了韩国设计团队。公司下设的设计研发中心自主设计或根据客户要求设计相关样式。设计完成后进行样品试制，由客户选定试制样品，进而进行大批量生产。 在保证品质的前提下，公司通过生产、研发、采购等服务，为客户提供稳定的品质、准确的交货期和合理的产品价格，成为集生产能力和服务能力为一体的服务制造商。产品主要为自产。	公司专注于无缝服装的设计、研发、生产和营销。公司通过 ODM、OEM 的方式为世界品牌商和零售商自有品牌提供专业服务。	公司成立创意研发中心，聘请了韩国设计团队，领导产品的设计开发。成立了日本设计公司，提升了日本市场产品的设计开发能力与客户服务水平。加强新材料、新面料的开发，主要有罗纹组织、水洗、羊毛、短纤类棉感、环保、泳装、抗 UV、超轻量、组织多样化面料等系列。积极开展自主设计，对各主要客户进行主动推荐。	① 设计研发费用占营业收入：2.91% ② 设计研发人员占比：5.23%	① 均以外销为主； ② 均为客户提供研发设计。

公司名称	经营模式	主营业务及产品特点	核心技术	研发投入	与发行人的重合度
万代服装 ^{注1}	公司以专业化的设计和业务团队为基础，为客户提供从服装设计、面辅料的开发及定购、生产加工和物流管理等一站式服务。公司业务专注于设计研发和对原材料供应商及外协加工厂的甄选和合作。与服装品牌商共同完成款式设计→自主样品研发→自主原材料采购→生产加工（自制生产和委托加工生产相结合）→报关出口或国内销售。产品主要为外协。	公司主要从事梭织服装生产及销售业务，涵盖了服装面料开发、设计开发、订单服务、原料采购、质量管控、生产成品、物流运输、清关配送等服装供应链管理各环节。	公司拥有独立的产品研发中心，其主要工作包括收集流行趋势和潮流信息，并及时获得客户对当季新款的设计需求，设计符合客户要求的新款并制作成衣样品供客户挑选。除此以外产品研发中心也会根据客户需要与客户共同设计新款服装，从而缩短客户新款服装的设计周期。公司采用了包括计算机辅助设计技术和计算机辅助生产 CAM 在内的现代化服装加工生产技术。	① 设计研发费用占营业收入：0.73% ② 设计研发人员占比：4.04%	① 均以外销为主； ② 自产比例较低，以外采或外协为主； ③ 均为客户提供研发设计。
发行人	公司将主要资源投入产业链中附加值较高的原创设计和供应链管理环节。公司建立了一支紧贴市场需求、时尚敏感度高、国际化和多元化兼具的研发设计团队，主要承担包括市场洞察、趋势发布、产品企划、研发设计、打样报价和营销方案的制定。公司以向外部工厂定制采购为主，同时保有小部分自主产能作为样板工厂。公司会根据客户需求为其选择最优的供应链方案完成从打样到订单执行、产品交付全流程服务。	公司以原创设计为核心竞争力，作为服务型贸易商，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。	公司已形成独特的研发创新策略、统一的产品价值标准和时尚设计语言、模块化和矩阵式的设计流程、数字化的研发设计管理，从而构建了成熟、规范及标准化的研发设计体系作为底层基础。公司研发设计人员在底层基础和既有资源之上进行研发创新，并且通过与面料研发、营销企划相结合，推出的原创设计产品满足了客户的需求。	① 设计研发费用占营业收入：1.21% ^{注2} ② 设计研发人员占比：7.65%	-

注 1：截至本补充法律意见书出具日，万代服装尚未披露 2020 年年报，相关数据为 2019 年度及年末数据。苏美达除纺织服饰业务外，还经营机电等大宗贸易业务，上述数据采用合并财务报表数据计算。

注 2：三问家居研发费用主要核算的子公司亮丰新材料的面料研发支出；家纺、服饰业务的设计支出在销售费用中核算；2020 年新增的医护类收入不涉及研发设计。因此，发行人将设计支出及研发费用合并作为设计研发费用，并与剔除医护类收入后的营业收入计算比例。

可见，发行人与选取的同行业可比公司产品类别均为家纺服饰类；面向的客户均主要为国外客户；均通过研发设计等核心竞争力为客户提供具有较高附加值的产品。因此，发行人的可比公司选取准确。

（二）结合主营业务范围、核心竞争力及与同行业公司对比情况，围绕创新、创造、创意的生产经营特点及成长性等情况，说明发行人的行业分类选取是否准确，认定依据是否充分，发行人是否符合创业板定位

本所律师查阅了发行人报告期内的相关收入明细、在手订单统计表、核心研发设计人员名单及简历、面料研发技术清单及相关资料、研发设计费用支出明细以及发行人辅导通过客户验厂的清单、相关客户的验货授权证书、海关 AEO 认证文件以及发行人获得的设计相关奖项或证书等资料；查询了国家海关总署和相关行业协会网站、相关行业分类标准以及相关政策法规，了解了发行人所在行业的外贸出口增长情况、细分行业属性以及发行人与国家最新发展战略的匹配情况；取得了发行人的说明，并对研发设计部负责人、供应链管理部部长及主要供应商、客户进行了访谈。经核查，情况如下：

1、发行人与同行业公司在经营类似主营业务产品的背景下，体现出不同的核心竞争力

发行人系以原创设计为核心竞争力的服务型贸易商，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。发行人自成立之初，即把产品的原创设计、供应链管理和客户的开发与维护等附加值较高的环节作为业务发展重点。公司产品以向合作工厂定制采购为主，仅保有小部分的自有产能作为样板工厂，满足保密打样、精益做工和弹性产能供给的需求。发行人与同行业公司相比，主营业务范围、核心竞争力等的对比如下：

公司名称	所属证监会行业	主营业务及产品特点	核心竞争力
苏美达 600710.SH	F 类，批发和零售业	苏美达纺织服饰板块，一直专业专注于家用纺织品和家居用品领域。致力于为全球客户提供设计、定制、生产、物流等系统化解决方案。	基于长期从事贸易业务对行业和客户理解，苏美达集团在客户的需求基础上，相应进行相关产品的研发、生产和制造，之后利用自身贸易业务的优势和客户基础，完成相关产品的销售。

公司名称	所属证监会行业	主营业务及产品特点	核心竞争力
棒杰股份 002634.SZ	C18, 纺织服装、服饰业	公司以 ODM/OEM 模式主要为国外大型零售商、采购商和品牌商提供无缝服装开发设计和生产制造服务。	业务核心竞争力主要表现在以下方面：①技术及资质优势；②生产规模和能力优势；③营销渠道优势；④信息化管理优势；⑤品牌优势。
健盛集团 603558.SH	C18, 纺织服装、服饰业	公司专注于无缝服装的设计、研发、生产和营销。公司通过 ODM、OEM 的方式为世界品牌商和零售商自有品牌提供专业服务。	业务核心竞争力主要表现在以下方面：①生产制造优势；②完整的上下游产业链；③全球化生产基地布局；④丰富的产业结构；⑤技术及资质优势；⑥市场优势。 其中，低成本、高品质、短交期是健盛集团的最大的核心竞争力。
万代服装	C18, 纺织服装、服饰业	公司主要从事梭织服装生产及销售业务，涵盖了服装面料开发、设计开发、订单服务、原料采购、质量管控、生产成品、物流运输、清关配送等服装供应链管理各环节。	公司业务专注于设计研发和对原材料供应商及外协加工厂的甄选和合作，在确保产品质量的基础上不断优化供应链管理水平和。
发行人	F51, 批发业	公司以原创设计为核心竞争力，作为服务型贸易商，为全球中大型零售商和中高端品牌商提供特色家用纺织品、家居服饰和特色面料产品。	①原创设计能力是公司与客户合作的基础及核心优势； ②供应链管理能力和公司落地设计理念和产品价值交付的可靠保障； ③优质客户资源优势； ④产品结构优势。

近期，创业板已取得批文的与发行人较为相似的公司其主营业务范围、核心竞争力情况如下：

公司名称	所属证监会行业	主营业务及产品特点	核心竞争力
日禾戎美 (已注册，待发行)	F52, 零售业	经营服装的企划设计、供应链管理和销售业务，主要产品包括职业与休闲风格的女装及男装和配饰等。	在互联网平台和自身信息系统的支持下，公司依托线上销售渠道，凭借自身供应链管理能力和，打造柔性供应链体系，实现了小订单，快反应的互联网新零售模式。公司以企划设计和供应链管理为核心竞争力，在信息管理系统的支持下，充分发挥自身渠道优势，坚持为消费者提供高品质、高性价比的产品。
万事利 (已注册，待发行)	C18, 纺织服装、服饰业	公司将中国传统丝绸文化与创意设计、数码印花生产工艺相结合，专业从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售。 主要产品按照客户群体和	针对丝绸文化创意品，公司专注于产品开发与品牌运营环节，以自主设计为主，将中国历史文化符号、元素、图样作为创意设计的源泉，开发出符合当下消费者需求的文化创意产品，通过直销

公司名称	所属证监会行业	主营业务及产品特点	核心竞争力
		是否具备终端消费品牌可分为丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品（非自有终端品牌）。	和分销相结合的模式，以“万事利”等自有终端品牌直接面向消费者，形成了品牌形象、创意设计、营销网络的核心竞争力；针对丝绸纺织制品，公司以数码印花加工为核心，主要通过 OEM 模式向品牌女装客户销售中间产品或服务，由品牌女装客户进一步加工或贴牌后以其自有终端品牌面向消费者，形成了数码印花工艺、供应链管控的核心竞争力。

因此，在经营类似主营业务产品的背景下，发行人根据其核心竞争力而选取的行业分类为批发业（F51），其认定准确并有充分依据。

2、发行人具备创新、创造、创意的生产经营特点，符合创业板定位要求

《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中关于创业板定位的规定如下：“第二条创业板定位于深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，并支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。”

三问家居作为服务型贸易商，自成立之初，即把产品的原创设计、供应链管理等附加值较高的环节为业务发展的重点，并已经发展为自身的核心竞争力。公司具备创新、创造、创意的生产经营特点：

（1）公司以成熟、规范及标准化的底层基础，驱动及支撑研发设计人员进行原创设计，产品满足了客户对创新、创造、创意的需求

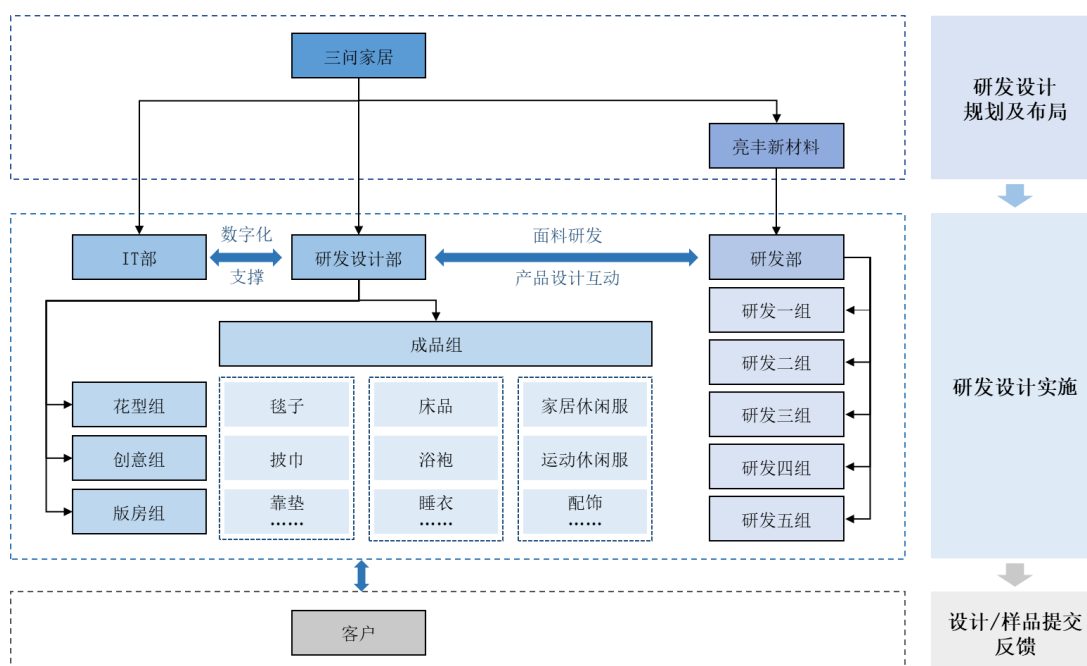
公司在多年服务于国外客户的过程中，已形成独特的研发创新策略、统一的产品价值标准和时尚设计语言、模块化和矩阵式的设计流程、数字化的研发设计管理，从而构建了成熟、规范及标准化的研发设计体系作为底层基础。公司研发设计人员在底层基础和既有资源之上进行研发创新，并且通过与面料研发、营销企划相结合，推出的原创设计产品满足了客户对创新、创造、创意的需求。

1) 公司坚持创新创意的设计理念

公司自成立之初即将原创设计作为努力构建的核心竞争力，原创设计能力是公司与客户合作的基础与核心优势，公司秉持“设计点亮生活，创新引领未来”的理念，坚持双焦点、多品类、全案设计的研发创新策略，并拥有统一的产品价值标准和时尚设计语言。

2) 公司设计模式的创新创意

公司积极探索设计模式创新，以产品设计与面料研发双向驱动产品创新，对研发设计项目进行模块化和矩阵式的流程管理。公司在进行设计活动时，将前端面料和纱线研发规划、中端围绕产品的花型和创意设计、后端版房打样及修改等程序，分解成单个项目模块，以成品组为纵向研发设计线条，花型组、创意组和版房组为横向研发设计线条，组成了研发设计项目的矩阵式管理。模块化和矩阵式的设计流程管理可以高效推进项目进程。



3) 公司利用数字化管理支撑原创设计

公司对研发设计过程中形成的面料和纱线、主题、花型和颜色、工艺等成果和经验沉淀进行数字化管理，通过字段注释的形式，形成有效的电子字典库，可进行快速检索。电子字典库完整记录了每款产品的设计要素等数据，结合客户的选中率，相关数据及信息能够及时反馈到公司。便于公司及时了解并修改以满足

客户的需求，并据此做出迅速的调整。比如公司推出的产品如成为爆款，公司会继续向客户推出类似的热销新产品，数字化的研发设计管理将加速新产品推出的效率和精准度。助力公司为不同客户的个性化需求提供快速精准的解决方案。

公司申报的“创意设计管理的数字化建设与应用”，于2020年12月25日被上海市企业管理现代化创新成果评审委员会评审为“2020年上海市企业管理现代化创新成果”三等奖。

4) 公司将创新创意融合到产业链前端的面料开发

公司在提升家用纺织品和家居服饰产品的研发设计能力的同时，也注重面料技术研发。公司于2018年6月将内部面料部门设置为独立子公司亮丰新材料，专注于纺织面料与功能性面料的研发、供应链管理及销售，围绕特殊的功能性、良好的触感和视觉效果等要素进行面料研发，是公司创新理念向上游的延伸。

公司精准捕捉流行趋势和消费者偏好的家纺服饰原创设计能力与面料研发能力双向驱动，是公司为客户提供持续创新创意的产品的有力保障。

5) 公司将研发设计活动的创新创意向营销企划延伸

近年来，公司积极探索为客户提供产品的营销企划作为研发设计活动的延伸，通过品牌、消费者和品类等市场调研，将营销企划融入到产品设计中。在部分客户的经营实践中取得了较好的市场反馈，为客户带来了一定的收入规模。

例如，公司客户 Vera Bradley 是美国著名的轻奢箱包品牌，以花色布包设计著称，以自然、复古和时尚的风格赢得年轻女性的喜爱。公司根据 Vera Bradley 箱包全棉、印花、绗缝的工艺特点，向其建议进行适当的品类延伸，以女性携带箱包外出的场景作为切入点，很自然地延伸到旅行场景的产品应用，为之提供了“旅行毯”的企划设计。该营销企划使 Vera Bradley 的旅行毯产品赢得了较好的市场反响。最近三年，公司对其收入分别为2,286.30万元、6,056.74万元和4,197.13万元，取得了较高的销售收入。

6) 公司的原创设计能力得到认可，产品满足了客户对创新、创造、创意的需求

公司拥有跨国、跨文化的研发设计团队，以包括研发流程、设计语言和评审标准等成熟、规范的研发设计体系来引导研发设计团队在体系中进行协同及利用既有的资源为客户高效的进行产品研发设计。

报告期内，公司每年自主开发及为客户专案设计的基础图稿数量分别为 8,675 张、11,817 张和 10,859 张，设计能力较强。公司的设计能力得到客户青睐和市场的认可。报告期内，发行人为前十大家纺、服饰类客户提供的原创设计产品收入占对该客户家纺、服饰类产品总收入的比例分别为 81.65%、76.95%和 74.77%。2020 年 12 月 24 日，公司被上海市经济和信息化委员会评定为 2020 年度“上海市设计引领示范企业”。

（2）公司的供应链管理有助于产业链形成良性的业务闭环，利于提高管理效率

1）公司的供应链管理已形成产业链的良性业务闭环

基于长期服务于国外中大型零售商和中高端品牌商客户的经验，依托建立的严格品控制度及供应链管理经验优势，公司与传统的家纺服饰生产工厂合作，共同为国外客户提供高质量的产品。

公司对供应链管理环节进行高度把控，形成了以严格的供应商筛选及通过率近 100%的验厂辅导、精准的供需匹配、严格而统一的质量管理、凭借海关 AEO 高级认证带来的高效货物出运、完善的售后服务、持续提高供应链及供应商的水平等多个环节构成的良性业务闭环。有助于传统家纺服饰产业链的提高与良性发展。

2）公司凭借供应链管理能力，获得了为部分战略客户验货的资格，利于提高供应链管理的效率

在与客户长期合作的过程中，发行人凭借优秀的供应链管理能力和能力，得到了 Target, Nordstrom, Lands' End, Carrefour, J.C. Penney 和 Dunelm 等部分战略性大客户的信任和授权，获得为上述客户进行自主验货的权限。充分体现了公司对国外客户的品质需求的熟练掌握、对合作工厂的质量控制水平以及战略性大客户对

公司供应链管理能力的信任。减少了客户直接或第三方验货的环节，提升了供应链管理效率。

（3）公司在产业链的新旧融合中充分发挥自身的优势，凸显核心竞争力

自 2020 年 10 月开始，我国陆续发布了《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》和《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》等政策法规，要求创新业态模式，促进外贸综合服务企业发展；提高出口产品质量，加强全面质量管理，严把供应链质量关；稳步提高出口附加值；引导企业深耕传统出口市场，创新发展服务贸易，推动传统业态转型升级，促进业态融合创新，不断探索新的外贸业态和模式。

公司在产业链中发挥的作用符合国家的发展战略。自成立以来，三问家居就定位为“以服务为中心”的贸易商，而不仅是“以商品为中心”的贸易商。公司深入挖掘国外零售商和品牌商的产品需求与采购环节信息不对称的痛点，同时结合国内传统的家纺服饰生产企业的过剩的产能供给及较为薄弱的质量管理、设计能力和海外市场开拓能力等实际情况，以自身原创设计和供应链管理助力产业链的设计能力及整体效能的提升。

在赋能于下游客户方面，公司让零售商和品牌商等客户集中精力搞好终端销售和服务，持续为客户提供具有设计内涵、高品质、高性价比和可靠的产品；在赋能于上游供应商方面，公司获取的订单主要向国内众多的纺织服装工厂定制采购，有效利用了长三角地区充裕的纺织服装产能，让生产工厂全力以赴搞好产品的生产制造，助力设计能力和接单能力较弱的传统纺织服装工厂提升产能利用率。公司在产业链中的核心竞争力有助于推动产业链的新旧融合，提高了整个产业链的运行效率，兼具经济效益和社会效益。

综上，发行人在原创设计、供应链管理等方面充分展示了其核心竞争优势，具备创新、创造、创意的生产经营特点，公司符合创业板的定位的要求。

3、发行人的业务具备成长性特点，符合创业板定位要求

（1）发行人所处行业出口增长情况良好，发行人 2021 年家纺、服饰和面料等业务成长性较好

海关总署 2021 年 7 月 13 日发布的数据显示，上半年中国纺织品服装出口保持稳健增长，按人民币和美元计分别比去年同期增长 3.4%和 12.1%，与 2019 年同期比亦保持较快增长，其中，2021 年 1-6 月，纺织服装累计出口 1,400.86 亿美元，较 2020 年同期增长 11.90%，较 2019 年同期增长 12.76%。

2021 年，公司业务紧跟外贸行业的发展趋势，截至 2021 年 6 月末，发行人已实现的收入及在手订单与同期相比有较大增长：

单位：万元

项目	截至 2021 年 6 月末在手 订单金额		截至 2020 年 6 月末在手 订单金额		截至 2019 年 6 月末在手 订单金额	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
非医护类	124,495.50	89.08%	87,943.30	59.09%	88,180.68	100.00%
医护类	15,264.89	10.92%	60,890.46	40.91%	-	-
合计	139,760.39	100.00%	148,833.76	100.00%	88,180.68	100.00%

（2）发行人对未来业务增长有明确而具体的措施

1）专注于优势品类，争取实现单品类销售冠军

公司将继续发挥原创设计优势，集中设计研发力量，争取实现既有优势品类质量和销量的持续突破，在客户面前积极塑造发行人优势品类的良好形象，成为客户靠垫、毯子等单品类的最重要的供应商之一。

2）向既有客户扩展品类

公司将立足于既有客户的长期合作基础，通过研发创新，拓展新品类，为既有客户提供更多产品组合和原创设计产品选择，以提升产品销量。

3）拓展新的欧美文化同源背景的客户

公司将基于长期以来对欧美时尚风向、消费者偏好的深度了解，拓宽市场区域，在诸如南美等更多国家和地区拓展更多的客户。

同时，公司将利用募投项目的实施，加强在上述三方面的投入，持续提升发行人在原创设计及供应链管理方面的优势。通过采取上述措施，公司预计未来的业务能够保持平稳的增长。

综上，公司的家纺、服饰和面料等传统业务具有成长性，符合创业板的定位。

本补充法律意见书正本一份，副本若干份，正、副本具有同等法律效力。

（以下无正文）

（本页无正文，为《上海市锦天城律师事务所关于三问家居股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（四）》之签署页）

上海市锦天城律师事务所



负责人：_____
顾功耘

经办律师：

江志君

经办律师：

张世骏

2021年8月27日