

关于矩阵纵横设计股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

申请文件的审核问询函的回复

信会师函字[2021]第 ZL056 号

立信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于矩阵纵横设计股份有限公司首次公开发行股票
并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复

信会师函字[2021]第 ZL056 号

深圳证券交易所上市审核中心：

贵所于 2021 年 12 月 9 日出具的《关于矩阵纵横设计股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2021〕011351 号）（以下简称“问询函”）已收悉。作为矩阵纵横设计股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“本公司”）申请首次公开发行股票并在创业板上市的申报会计师，立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“立信”或“申报会计师”）对问询函所提出的与申报会计师相关的问题进行了逐项落实和核查，现回复如下：

本回复的字体：

黑体（加粗）	问询函所列问题
宋体（不加粗）	对问询函所列问题的回复
楷体（加粗）	对招股说明书的修改、补充

目 录

目 录.....	2
问题 1.....	3
问题 6.....	16
问题 7.....	19
问题 8.....	32
问题 9.....	34
问题 10	37

问题 1

1. 关于主营业务。申报材料及审核问询回复显示：（1）空间设计与软装陈设行业下游客户以房地产开发商为主，在房地产宏观调控的背景下，房地产行业进入新的整合期，房企规模分化格局持续加大。经公开市场查询，出现债务违约的房地产客户主要包括蓝光发展、华夏幸福、中国恒大、泰禾集团、泛海控股等。报告期内，发行人前五大客户销售占比分别为 31.30%、25.86%、20.55%、19.13%。（2）报告期内，发行人前十大客户总计有 19 家，未公开披露财务数据的客户有 3 家，16 家客户按照“三道红线”的分档结果来看，归入绿色档的有 4 家，归为黄色档的有 9 家，归为橙色档的有 2 家，归为红色档的有 1 家。（3）2017 年 4 月，住建部印发《建筑业发展“十三五”规划》，明确提出“提高新建住宅全装修成品交付比例”。报告期内，各省市相继出台落地政策，鼓励、支持成品住宅的发展，提升了对空间设计与软装陈设服务的市场需求。请发行人：（1）补充披露发行人针对目前已知出现债务违约的客户各期销售金额及占比、应收账款及其余额情况，针对上述客户应收款项发行人采取的具体措施、实施情况及效果；说明针对上述客户在手订单情况，后续是否继续执行；说明上述客户的经营情况恶化对发行人经营业绩和持续经营能力的具体影响，并作出重大风险提示；（2）补充说明报告期内房地产客户、其他类型客户的收入及占比情况，存在资金链紧张或经营困难的客户及相关业务往来情况、应收账款情况等，进一步结合 2021 年房地产客户财务数据测算“三道红线”划档情况；（3）补充说明房企规模分化格局持续加大情形下，中小型或地方性房地产企业流动性风险方面的变化趋势，发行人回款是否存在异常情况；（4）补充说明纳入一条红线客户后涉及的营业收入、应收账款金额及占比情况，并就一条、两条、三条红线客户营业收入、应收账款占比情况分别与同行业可比公司对比，分析差异及原因与合理性，针对不同类别客户发行人是否采取不同的应对措施；（5）结合发行人主要业务区域的行业政策情况，具体说明精装房渗透率提升对发行人经营业绩的影响。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充披露发行人针对目前已知出现债务违约的客户各期销售金额及占比、应收账款及其余额情况，针对上述客户应收款项发行人采取的具体措施、实施情况及效果；说明针对上述客户在手订单情况，后续是否继续执行；说明上述客户的经营情况恶化对发行人经营业绩和持续经营能力的具体影响，并作出重大风险提示；

1、补充披露发行人针对目前已知出现债务违约的客户各期销售金额及占比、应收账款及其余额情况，针对上述客户应收款项发行人采取的具体措施、实施情况及效果

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（二）各项主要资产分析”之“1、流动资产的构成及变化分析”之“（3）应收票据及应收账款（含合同资产）”之“2）应收账款（含合同资产）”之“③应收账款坏账准备计提情况”补充披露如下：

“

.....

截至本招股说明书签署日，公司客户中目前已知出现公开市场债务违约的有蓝光发展、泰禾集团、中国恒大、华夏幸福、泛海控股、中国奥园、佳兆业集团、花样年控股。报告期内，上述客户的销售金额及占比、应收账款及其余额情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	项目	2021年1-6月/2021年6月30日	2020年度/2020年12月31日	2019年度/2019年12月31日	2018年度/2018年12月31日
1	蓝光发展 (600466.SH)	销售金额	-	860.40	12.71	174.45
		销售金额占比	-	1.41%	0.03%	0.60%
		应收账款余额	282.38	337.24	143.17	143.17
		应收账款净值	-	243.55	107.09	132.29
2	泰禾集团 (000732.SZ)	销售金额	-	-	52.53	-
		销售金额占比	-	-	0.12%	-
		应收账款余额	18.10	18.10	25.06	-

序号	公司名称	项目	2021 年 1-6 月/2021 年 6 月 30 日	2020 年度 /2020 年 12 月 31 日	2019 年度 /2019 年 12 月 31 日	2018 年度 /2018 年 12 月 31 日
		应收账款净值	-	14.48	23.80	-
3	中国恒大 (03333. HK)	销售金额	-	-	-	-
		销售金额占比	-	-	-	-
		应收账款余额	45.36	45.36	45.36	45.36
		应收账款净值	-	-	22.68	36.29
4	华夏幸福 (600340. SH)	销售金额	-	204.97	-	-
		销售金额占比	-	0.33%	-	-
		应收账款余额	-	-	-	-
		应收账款净值	-	-	-	-
5	泛海控股 (000046. SZ)	销售金额	99.40	-	-	-
		销售金额占比	0.26%	-	-	-
		应收账款余额	36.73	-	-	-
		应收账款净值	34.90	-	-	-
6	中国奥园 (3833. HK)	销售金额	11.55	1,259.50	-	-
		销售金额占比	0.03%	2.06%	-	-
		应收账款余额	164.64	189.68	-	-
		应收账款净值	150.49	180.19	-	-
7	佳兆业集团 (1638. HK)	销售金额	764.59	201.79	-	-
		销售金额占比	2.00%	0.33%	-	-
		应收账款余额	306.95	-	-	-
		应收账款净值	291.60	-	-	-
8	花样年控股 (1777. HK)	销售金额	11.66	61.79	-	-
		销售金额占比	0.03%	0.10%	-	-
		应收账款余额	-	65.50	-	-
		应收账款净值	-	62.23	-	-
合计		销售金额	887.20	2,588.46	65.24	174.45
		销售金额占比	2.33%	4.23%	0.14%	0.60%
		应收账款余额	854.16	655.88	213.59	189.38
		应收账款净值	476.98	500.45	153.58	169.38

综上，公司出现公开市场债务违约客户的报告期内收入合计数分别为 174.45 万元、65.24 万元、2,588.46 万元、887.20 万元，占报告期各期销售

收入的比例分别为 0.60%、0.14%、4.23%、2.33%；2021 年 6 月 30 日，上述客户的应收账款余额和应收账款净值分别为 854.16 万元、476.98 万元，占比分别为 4.60%、2.94%。公司出现公开市场债务违约客户销售金额、应收账款余额、应收账款净值及其占比均较小。针对上述出现公开市场债务违约客户应收款项，公司采取的具体措施如下：

(1) 积极与相关客户沟通，了解其目前项目运作情况、财务状况，是否具有合同履行能力及回款能力；

(2) 公司通过定期分析应收账款的账龄、结构、趋势，及时预警坏账风险，充分计提坏账减值准备，协助应收账款主体责任部门清收应收账款；

(3) 公司定期对客户信用状况进行分析，查询主要客户是否存在公开市场债务违约情况以及相关媒体报道。对于出现公开市场债务违约和负面市场信息较多的客户，公司将主动减少或者停止与其合作项目，控制项目回款风险。

以已经公开市场违约客户蓝光发展为例。报告期内，公司对其分别确认收入 174.45 万元、12.71 万元、860.40 万元和 0 万元。2020 年，公司与蓝光发展合作了西安蓝光雍锦湾项目售楼部、郑州雍锦澜庭项目示范区售楼部、样板房及看房大堂等多个项目，当年销售金额达到 860.40 万元。在 2020 年的日常款项催收中，公司应收账款回收责任部门在每月定期应收账款分析过程中，发现该客户存在应收账款回收滞后的情形。公司随即要求业务人员积极与相关客户沟通，了解其目前项目运作情况、财务状况等，并通过网络检索公告、媒体报道、同业交流等方式了解到蓝光发展债务总额较高，资金链紧张相关新闻较多，可能存在债务违约的风险。在汇总、分析上述情况之后，公司适当减少与之的项目合作，2021 年上半年，公司与之仅新增一个合同，公司同时加紧应收账款催收工作，严格控制回款风险。2021 年 7 月，蓝光发展公告称其部分到期债务未能兑付，构成实质性债务违约，公司根据该情况，出于谨慎性考虑，在 2021 年半年报中对其应收账款全额计提坏账准备。

通过上述具体措施的实施，公司应收账款整体质量较好，回收情况良好，出现公开债务违约客户的应收账款余额及占比较小。

”

2、说明针对上述客户在手订单情况，后续是否继续执行；说明上述客户的经营情况恶化对发行人经营业绩和持续经营能力的具体影响，并作出重大风险提示

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人针对上述客户的在手订单总额为 2,673.66 万元，占发行人在手订单总金额的 4.02%，上述客户在手订单金额及占比均较小。发行人就上述客户目前的在手订单与客户积极沟通协商，绝大部分项目仍在正常推进，订单正常执行，少量项目暂停或取消后续阶段工作。

截至 2021 年 6 月 30 日，上述客户的应收账款余额、在手订单的整体金额及占比均较小，对发行人未来经营业绩、财务状况、持续经营能力等不构成重大不利影响。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”补充披露如下：

“
.....

（四）客户经营情况恶化对公司经营业绩影响的风险

“三道红线”政策下，房地产企业融资渠道进一步收紧，资金压力增大，对未来的拿地和开工有一定影响。此外，在“三道红线”、“贷款集中度”管理、“两集中”等房地产融资监管政策的背景下，规模房地产企业特别是排名靠前资金实力较为雄厚的大型房地产企业竞争优势明显，将继续保持稳定发展，市场份额稳中有升，土地资源也进一步向有实力的大型房地产企业集中，大型优质的房地产商将更加注重产品品质，以获得更大的市场竞争优势。但是，部分房地产企业往往因为营运资金管理水平、资本结构安排不合理、盲目扩张、经营亏损、公司治理等因素的影响导致其自身获现能力、筹资能力受到限制，从而致使资金链紧张，存在一定的流动性风险。对于经营效率较低、库存压力大、销售回款与债务规模不匹配的房地产企业会面临更高的信用风险，甚至已经出现公开市场违约。

发行人客户中，目前已知出现公开市场债务违约的有蓝光发展、泰禾集团、中国恒大、华夏幸福、泛海控股、中国奥园、佳兆业集团、花样年控股。出现

公开市场债务违约客户的报告期内收入合计数分别为 174.45 万元、65.24 万元、2,588.46 万元、887.20 万元，占报告期各期销售收入的比例分别为 0.60%、0.14%、4.23%、2.33%；2021 年 6 月 30 日，上述客户的应收账款余额和应收账款净值、在手订单金额分别为 854.16 万元、476.98 万元、2,673.66 万元，占比分别为 4.60%、2.94%、4.02%。虽然上述客户报告期内销售收入、应收账款余额、应收账款净值、在手订单金额均较小，但如果未来该等客户资金状况持续恶化，或者公司客户中出现更多的公开市场债务违约、资金链紧张的情形，将对公司经营业绩带来一定的影响。

”

(二) 补充说明报告期内房地产客户、其他类型客户的收入及占比情况，存在资金链紧张或经营困难的客户及相关业务往来情况、应收账款情况等，进一步结合 2021 年房地产客户财务数据测算“三道红线”划档情况；

1、报告期内公司房地产客户、其他类型客户收入及占比情况

报告期内，发行人空间设计与软装陈设业务收入分别为 28,967.90 万元、45,387.28 万元、60,504.83 万元、37,781.17 万元。其中，绝大多数客户为房地产客户，房地产客户收入在报告期各期占比均超过 95%。

2、存在资金链紧张或经营困难的客户及相关业务往来情况、应收账款情况

经公开信息检索，发行人客户中出现公开市场债务违约的有蓝光发展、泰禾集团、中国恒大、华夏幸福、泛海控股、中国奥园、佳兆业集团、花样年控股，上述客户存在资金链紧张或经营困难的迹象。发行人与上述客户的相关业务往来情况、应收账款情况参见本题第一小问。

3、进一步结合 2021 年房地产客户财务数据测算“三道红线”划档情况；

报告期内，发行人前十大客户总计有 19 家。其中，未公开披露财务数据的客户有 3 家，无法对其按照“三道红线”标准分档，其余 16 家公开披露财务数据，发行人根据 16 家客户公开披露的 2021 年半年报财务数据更新其按照“三道红线”的分档情况如下：

序号	公司名称	触及红线数量 (2021 年半年报)	所属类别 (2021 年半年报)	所属类别 (2020 年年报数)
----	------	-----------------------	---------------------	---------------------

		数据计算结果)	数据计算结果)	据计算结果)
1	华润置地 (1109.HK)	0	绿色档	绿色档
2	招商蛇口 (001979.SZ)	0	绿色档	绿色档
3	新城控股 (601155.SH)	1	黄色档	黄色档
4	融创中国 (1918.HK)	1	黄色档	橙色档
5	万科 A (000002.SZ)	1	黄色档	黄色档
6	绿城中国 (3900.HK)	1	黄色档	黄色档
7	金地集团 (600383.SH)	1	黄色档	绿色档
8	中国铁建 (601186.SH)	1	黄色档	黄色档
9	阳光城 (000671.SZ)	2	橙色档	橙色档
10	旭辉控股 (0884.HK)	1	黄色档	黄色档
11	中国奥园 (3883.HK)	3	红色档	红色档
12	碧桂园 (2007.HK)	1	黄色档	黄色档
13	金科股份 (000656.SZ)	1	黄色档	黄色档
14	路劲 (1098.HK)	0	绿色档	黄色档
15	世茂集团 (0813.HK)	0	绿色档	绿色档
16	香港置地 (H78.SG)	0	绿色档	黄色档
17	广州市水务投资集团有限公司	-	-	-
18	新希望控股集团有限公司	-	-	-
19	杭州金昇房地产开发有限公司	-	-	-

由上表可见，发行人主要客户归入绿色档的有 5 家，相较于 2020 年年报数据测算的结果增加 1 家；归入黄色档的有 9 家，相较于 2020 年年报数据测算结果数量保持不变；归入橙色档的有 1 家，相较于 2020 年年报数据测算结果减少一家；归入红色档的仍然为一家。总体来说，发行人主要客户在 2021 年上半年三道红线分档结果变化较小，主要集中在绿色档、黄色档，整体客户质量较好，财务状况相对稳定。

（三）补充说明房企规模分化格局持续加大情形下，中小型或地方性房地产企业流动性风险方面的变化趋势，发行人回款是否存在异常情况；

1、中小型或地方性房地产企业流动性风险方面的变化趋势

根据中国房地产业协会发布的《中国房地产开发企业综合实力 TOP500 测

评研究报告》显示，2018 年至 2020 年，销售前二十名企业合计的市场占有率分别为 36%、37%、38%，行业集中度呈现上升趋势。在“三道红线”、“贷款集中度”管理、“两集中”等房地产融资监管政策的背景下，房企间分化加剧，央企、国企和一贯追求财务稳健的民营房企具有更大的优势，将继续保持稳定发展，市场份额稳中有升；中小型或地方性房地产企业往往因为营运资金管理、资本结构安排不合理、盲目扩张、经营亏损、公司治理等因素的影响导致其自身获现能力、筹资能力受到限制，从而致使资金链紧张，存在一定的流动性风险。对于经营效率较低、库存压力大、销售回款与债务规模不匹配的中小型或地方型房地产企业会面临更高的信用风险。

央行近期多次召开会议，强调要维护房地产市场的平稳健康发展，维护住房消费者合法权益，以及对信贷层面释放一定的积极信号，或将对稳定市场预期、缓解市场低迷情绪起到重要作用。12 月 11 日召开的“2021-2022 中国经济年会”上提出，加强居民基本住房保障，要坚持“房子是用来住的、不是用来炒的”定位。由于房地产业规模大，上下游产业链条长，今年下半年以来，房地产市场经历了深度调整，下行压力较大，对行业及相关产业链条均带来压力。本次会议同时要求加强预期引导，探索新的发展模式，推进保障性住房建设，支持商品房市场更好满足购房者的合理住房需求，因城施策促进房地产业良性循环和健康发展。预计地方在因城施策下，资金端、政策端等均将发力促进房地产业实现良性循环。

2、发行人回款是否存在异常情况

报告期内，发行人销售商品、提供劳务收到的现金分别为 38,792.19 万元、50,770.01 万元、67,759.93 万元及 39,409.96 万元，占同期营业收入比例分别为 133.81%、111.16%、110.68%及 103.27%，销售商品、提供劳务收到的现金与同期营业收入匹配性较高，整体回款水平较好。

同时，报告期各期末，发行人应收账款（含合同资产）余额占营业收入的比例分别为 22.85%、21.41%、26.45%、27.51%（2021 年上半年数据已年化处理），与同行业可比公司相比处于较低水平。

综上，报告期内，发行人回款情况良好，不存在异常情况。

（四）补充说明纳入一条红线客户后涉及的营业收入、应收账款金额及占比情况，并就一条、两条、三条红线客户营业收入、应收账款占比情况分别与同行业可比公司对比，分析差异及原因与合理性，针对不同类别客户发行人是否采取不同的应对措施；

1、发行人主要客户按照三条红线划分后涉及的财务数据

报告期内，发行人前十大客户总计有 19 家，发行人根据 16 家客户公开披露的 2021 年半年报财务数据对其按照“三道红线”划分。报告期内，发行人向主要客户按照“三道红线”划分后的营业收入、应收账款净值、应收账款余额及其占比情况如下：

单位：万元

客户类型	期间	营业收入		应收账款净值		应收账款余额	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
触及三条红线	2021 年 1-6 月	11.55	0.10%	150.49	3.15%	164.64	3.12%
	2020 年度	1,259.50	6.67%	180.19	4.52%	189.68	4.29%
	2019 年度	-	-	-	-	-	-
	2018 年度	-	-	-	-	-	-
触及二条红线	2021 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-
	2020 年度	2,308.57	12.23%	340.75	8.55%	368.38	8.32%
	2019 年度	1,179.02	6.95%	274.44	10.58%	288.89	10.12%
	2018 年度	-	-	-	-	-	-
触及一条红线	2021 年 1-6 月	6,709.74	60.48%	3,015.83	63.09%	3,384.89	64.04%
	2020 年度	8,891.71	47.12%	2,068.88	51.89%	2,381.51	53.81%
	2019 年度	9,431.76	55.56%	1,776.34	68.50%	1,979.48	69.32%
	2018 年度	5,974.10	55.15%	1,016.50	64.06%	1,071.77	64.10%
触及零条红线	2021 年 1-6 月	4,372.65	39.41%	1,613.94	33.76%	1,735.86	32.84%
	2020 年度	6,412.39	33.98%	1,397.43	35.05%	1,486.26	33.58%
	2019 年度	6,365.47	37.50%	542.38	20.92%	587.25	20.56%
	2018 年度	4,858.77	44.85%	570.20	35.94%	600.28	35.90%

2、与同行业可比公司对比情况

经公开信息检索，同行业公司中仅在审企业中泰设计、笛东设计披露其客户按照“三道红线”标准划分后的营业收入、应收账款情况，发行人与中泰设

计、笛东设计比较情况如下：

三道红线划分	营业收入占比	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
红	中泰设计	22.26%	32.08%	29.00%	25.18%
	笛东设计	2.89%	3.44%	3.56%	8.54%
	发行人	0.10%	6.67%	-	-
橙	中泰设计	1.52%	4.82%	1.78%	19.93%
	笛东设计	5.90%	4.40%	6.87%	7.70%
	发行人	-	12.23%	6.95%	-
黄	中泰设计	76.22%	63.10%	69.21%	54.89%
	笛东设计	46.75%	48.50%	46.42%	48.48%
	发行人	60.48%	47.12%	55.56%	55.15%
绿	中泰设计	-	-	-	-
	笛东设计	44.46%	43.66%	43.15%	35.28%
	发行人	39.41%	33.98%	37.50%	44.85%
三道红线划分	应收账款占比	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
红	中泰设计	34.29%	37.30%	26.49%	29.62%
	笛东设计	4.26%	5.16%	4.76%	15.34%
	发行人	3.12%	4.29%	-	-
橙	中泰设计	4.75%	5.75%	2.19%	19.20%
	笛东设计	5.53%	7.02%	10.97%	24.23%
	发行人	-	8.32%	10.12%	-
黄	中泰设计	60.96%	56.95%	71.32%	51.19%
	笛东设计	51.63%	51.87%	44.61%	38.55%
	发行人	64.04%	53.81%	69.32%	64.10%
绿	中泰设计	-	-	-	-
	笛东设计	38.59%	35.94%	39.66%	21.87%
	发行人	32.84%	33.58%	20.56%	35.90%

注：中泰设计、笛东设计数据均为根据其审核问询回复中数据计算得出。中泰设计计算口径为应收账款及应收票据余额，笛东设计、发行人统计口径为应收账款余额。

由上表可见，发行人一条、两条、三条红线客户营业收入、应收账款占比情况整体优于两家同行业在审公司，营业收入和应收账款主要来自于黄档、绿档客户，客户整体质量良好。

3、针对不同类别客户发行人是否采取不同的应对措施

针对不同类别的客户，发行人采取应对措施，保证经营的持续性和稳定性。一方面，发行人业务人员、应收账款回收部门主动了解客户项目运作情况、是否按照合同条款付款以及应收账款回收情况，及时向公司管理层汇报；另一方面，发行人定期对客户信用状况进行分析，查询主要客户公开市场债务违约情况以及相关媒体报道。

针对红色档、橙色档客户，公司安排业务人员密切关注项目执行和客户资信情况，并采取如下措施：（1）尽量遵循先收取进度款，再交付设计成果或发货的原则开展工作；（2）对于软装陈设项目，争取提高预收款金额；（3）关注项目是否有其他资信较好的房地产开发商合作开发，回款是否有保障；（4）对于公开市场已经出现违约且未及时回款的客户，主动减少或终止与其合作项目。

（五）结合发行人主要业务区域的行业政策情况，具体说明精装房渗透率提升对发行人经营业绩的影响。

早在 2011 年，住建部《关于印发建筑业发展“十二五”规划的通知》中就提出鼓励和推动新建保障性住房和商品住宅全装修交房。2017 年 4 月，住建部印发《建筑业发展“十三五”规划》，明确提出全面制定新建建筑全装修交付的鼓励政策，提高新建住宅全装修成品交付比例，提出到 2020 年，新开工全装修成品住宅面积达到 30%。精装房有效避免了分散装修带来的粉尘和噪声污染、促进装修材料的节约、减少建筑垃圾的产生，符合绿色环保的发展趋势；对消费者而言，精装房减少了装修所需要的精力和时间，消费者对于“拎包入住”的接受度也逐步提高。

在国家级政策的指导下，全国各地纷纷出台省市级政策，鼓励、支持成品住宅的发展，发行人主要业务区域也出台了相关精装房政策，具体情况如下：

区域	省市	各省市精装修政策要点或目标
华东	上海	从 2017 年 1 月 1 日起，外环线以内的城区住宅全装修比例应达到 100%
	江苏	到 2020 年，新建商品房全装修比例达到 50%以上
	浙江	到 2020 年底，全省新建多层和高层住宅全装修比例达到 100%
	安徽	“十四五”期间合肥市将打造绿色建筑全产业链，大力推进建筑全装修，新建居住建筑全装修面积占比达到 50%。

	山东	2017 年社区城市新建高层住宅实行全装修，2020 年新建高层、小高层住宅淘汰毛坯房。
华南	广东	2017 年 4 月起，推进建筑全装修
	海南	2017 年 7 月起，全省实行全装修
西南	四川	到 2020 年，新建住宅全装修比例达到 50%
	云南	2020 年 4 月，逐步推行全装修成品交房

注：数据来源于公开政策检索，参考国元证券研究报告。

在精装房渗透率持续提升的背景下，一方面，多省市进一步加强了样板间监管，对样板间的交付数量、交付质量提出了更高要求；另一方面，房地产企业更加注重售楼处、样板间的品质打造，对主要户型设置样板间，甚至同一户型设置多套样板间，以达到最佳营销效果。随着样板间数量需求的增加以及品质要求的提升，将给发行人经营业绩持续带来积极、正面的影响。

在上述政策影响下，报告期内，发行人华东、华南、西南等主要业务区域的业务收入呈现较快发展态势，具体而言：报告期内，发行人华东区域业务收入分别为 11,394.33 万元、18,999.28 万元、23,369.81 万元及 15,568.05 万元；华南区域业务收入分别为 5,840.50 万元、8,138.95 万元、13,556.73 万元、9,041.70 万元；西南区域业务收入分别为 5,514.26 万元、9,441.77 万元、12,156.05 万元、6,847.80 万元，均呈现持续、稳定的较快发展态势，进而持续带动发行人营业收入的稳步增长。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取了发行人已知出现公开债务违约情形客户的销售收入、应收账款明细，了解发行人针对上述客户应收款项采取的具体措施、实施情况及效果；获取了发行人在手订单明细表，向发行人了解订单后续执行情况；发行人已在招股说明书中对客户经营情况恶化对公司经营业绩影响作出风险提示；

2、获取了发行人分客户类型的收入明细表；通过公开渠道了解出现资金链紧张或经营困难的客户名单并分析其与发行人的业务往来、应收账款情况等；获取了发行人报告期内前十大客户公开披露的 2021 年上半年财务数据，并对其

按照“三道红线”标准重新划档；

3、查询了《中国房地产开发企业综合实力 TOP500 测评研究报告》，了解房企规模分化情况；通过公开信息查询近期房地产调控政策，访谈了发行人高管人员，了解中小型或地方性房地产企业流动性风险方面的变化趋势；查阅了发行人审计报告，分析回款是否存在异常情况；

4、根据发行人主要客户 2021 年上半年财务数据对其按照“三道红线”标准进行分类，分析一条、两条、三条红线客户营业收入、应收账款占比数据与同行业在审公司的比较情况；了解发行人针对不同类别客户采取的应对措施；

5、获取了发行人主要业务区域关于精装房的政策，分析各地精装房政策及精装房渗透率对发行人经营业绩的影响。

（二）核查结论

申报会计师核查意见如下：

1、发行人已在招股说明书中补充披露目前已知出现公开市场债务违约的客户各期销售金额及占比、应收账款及其余额情况，针对上述客户应收款项发行人采取的具体措施、实施情况及效果；发行人上述客户在手订单金额较小，目前仍在正常执行中；发行人已在招股说明书中对客户经营情况恶化对公司经营业绩影响的风险作出提示，相关风险提示充分；

2、发行人客户主要以房地产客户为主；结合 2021 年上半年房地产客户财务数据测算“三道红线”划档情况与 2020 年年报财务数据测算结果变化较小；

3、在房企规模分化格局持续加大情形下，对于经营效率较低、库存压力大、销售回款与债务规模不匹配的中小型或地方型房地产企业流动性较为紧张；发行人回款情况良好，不存在异常情况；

4、发行人一条、两条、三条红线客户营业收入、应收账款占比情况整体优于同行业在审公司，营业收入和应收账款主要来自于黄档、绿档客户，客户整体质量良好；针对不同类别客户，发行人已采取不同的应对措施；

5、发行人主要业务区域关于精装房的政策相继出台落地，精装房渗透率的不断提高，将给发行人经营业绩持续带来积极、正面的影响。

问题 6

6. 关于收入确认。申报材料及审核问询回复显示：（1）对资产负债表日尚未达到合同约定完工阶段的设计工作，发行人对已经发生的设计成本结转当期营业成本，但不确认空间设计项目收入，导致发行人部分项目成本结转与收入确认并不能够完全匹配。（2）对资产负债表日尚未验收的软装陈设项目，发行人对除软装陈设品之外的其他已经发生的成本结转当期营业成本，但不确认软装陈设项目收入，导致发行人部分项目成本结转与收入确认并不能够完全匹配。请发行人：（1）补充说明对资产负债表日尚未达到合同约定完工阶段的设计工作、尚未验收的软装陈设项目结转当期营业成本但不确认收入是否符合《企业会计准则》规定，是否满足收入成本匹配原则，报告期内部分项目成本结转与收入确认不匹配涉及的金额及占比情况；（2）补充说明空间设计业务不同项目各阶段收取的结算价款比例是否保持一致、是否存在显著差异，确定不同项目各阶段比例的具体考量因素，确定的结算价款比例是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充说明对资产负债表日尚未达到合同约定完工阶段的设计工作、尚未验收的软装陈设项目结转当期营业成本但不确认收入是否符合《企业会计准则》规定，是否满足收入成本匹配原则，报告期内部分项目成本结转与收入确认不匹配涉及的金额及占比情况；

1、是否符合《企业会计准则》规定

对资产负债表日尚未达到合同约定完工阶段的设计工作，发行人对已经发生的设计成本结转当期营业成本，但不确认空间设计项目收入；对资产负债表日尚未验收的软装陈设项目，发行人对除软装陈设品之外的其他已经发生的成本结转当期营业成本，但不确认软装陈设项目收入。上述处理符合《企业会计准则》规定，原因为：

在资产负债表日，由于相应的劳务成果尚未经客户确认或验收，即没有明确的证据证明已发生的服务劳务会得到客户的最终认可，因此，基于会计核算的谨慎性原则，对已发生的相应成本结转当期营业成本但不确认收入，符合

《企业会计准则》规定。同时，经公开信息检索，同行业可比公司如霍普股份、尤安设计、建研设计、山水比德、华蓝集团等，均采用上述处理方法，发行人的会计处理与同行业公司一致。

2、是否满足收入成本匹配原则

从整个项目执行周期而言，发行人按照单个项目进行收入确认及成本结转，收入与成本具有配比性，符合权责发生制与收入成本匹配原则的要求。但就单个项目在资产负债表日的时点来看，收入确认及成本结转充分体现了会计核算的谨慎性原则，符合《企业会计准则》规定，但不完全配比。

3、报告期内部分项目成本结转与收入确认不匹配涉及的金额及占比情况

上述成本结转与收入确认不匹配涉及的成本金额分别为 137.97 万元、188.26 万元、205.32 万元和 203.46 万元，占相应业务成本的比例分别为 0.96%、0.87%、0.68%和 1.06%，占比很小，不构成重大影响。

（二）补充说明空间设计业务不同项目各阶段收取的结算价款比例是否保持一致、是否存在显著差异，确定不同项目各阶段比例的具体考量因素，确定的结算价款比例是否符合行业惯例

1、空间设计业务不同项目各阶段收取的结算价款比例是否保持一致、是否存在显著差异

根据发行人与各主要客户签订合同的一般条款，发行人空间设计业务的执行流程一般可划分为概念设计、深化设计、施工图设计、施工配合等阶段，业务合同对各阶段工作任务、结算金额约定明确。

通常情况下，各阶段收入的结算价款比例为：业务承接及概念设计阶段（含定金）20%-30%，深化设计阶段 20%-30%，施工图设计阶段 30%-40%，施工配合阶段 5%-10%。空间设计业务不同项目各阶段收取的结算价款比例整体保持一致、不存在显著差异。

2、确定不同项目各阶段比例的具体考量因素

不同项目各阶段比例的具体考量因素，即各阶段的合同结算价款的金额、比例的确定，系订立合同时，发行人与客户通常参考行业标准，结合设计难度、

复杂程度、建设周期、创新创意要求，综合考虑发行人在该合同各业务阶段的工作量投入量、客户认可的成果价值量，并经双方协商、谈判议定。

3、确定的结算价款比例是否符合行业惯例

报告期各期，发行人空间设计业务各阶段结算价款比例与同行业可比公司、行业标准的对比情况如下：

主要合同阶段	至该阶段累计合同收款比例	同行业可比公司	《建筑装饰设计收费标准》 (2014年版)
业务承接及概念设计阶段	20%-30%	10%-25%	50%
深化设计阶段	40%-60%	44%-62%	
施工图设计阶段	80%-95%	82%-93%	100%
施工配合阶段	100%	100%	

发行人空间设计业务项目确定的结算价款比例与行业标准、同行业可比公司不存在显著差异，符合行业惯例。

【申报会计师核查意见】

(一) 核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅同行业可比公司的招股说明书和年度报告等公开资料，了解同行业可比公司的跨期项目收入核算和成本结转方法，并与发行人进行比较分析；对报告期内部分项目成本结转与收入确认不匹配的金额和占比进行测算；

2、查阅《建筑装饰设计收费标准》（2014 版）获取行业标准，汇总发行人各期主要项目各阶段收取的结算价款比例，并通过招股说明书和年度报告等公开资料获取同行业可比公司对项目各阶段收款比例的约定，对比分析不同项目各阶段收取的结算价款比例的合理性。

(二) 核查结论

申报会计师核查意见如下：

1、对资产负债表日尚未达到合同约定完工阶段的设计工作、尚未验收的软装陈设项目结转当期营业成本但不确认收入的会计处理，是基于会计核算谨慎

性的原则，符合《企业会计准则》规定；从整个项目执行周期而言，发行人按照单个项目进行收入确认及成本结转，收入与成本具有配比性，符合权责发生制与收入成本匹配原则的要求，但就单个项目在资产负债表日的时点来看，不完全配比；报告期内部分项目成本结转与收入确认不匹配涉及的金额和占比很小，对发行人不构成重大影响；

2、发行人空间设计业务不同项目各阶段收取的结算价款比例较为一致，不存在显著差异；发行人确定不同项目各阶段比例的具体考量包含行业标准、设计难度、复杂程度、建设周期、创新创意要求等因素，并综合考虑发行人在该合同各业务阶段的工作量投入量、客户认可的成果价值量；发行人空间设计业务各阶段的结算价款比例符合行业惯例。

问题 7

7. 关于收入。申报材料及审核问询回复显示：（1）空间设计业务 2019 年至 2020 年平均人数由 154 人增长至 211 人，增幅较大，短时期内该等人员的设计产能无法完全释放，致使 2020 年空间设计业务人均收入略有下降。但 2018 年空间设计业务平均人数为 91 人，2019 年增幅也较大，且 2019 年空间设计业务人均收入微升，发行人未予解释。（2）发行人主要从事的地产售楼处、样板间领域空间设计的收费价格为：售楼处 800 元/平米以上，样板间 1,000 元/平米以上。根据中国建筑装饰协会编制的《建筑装饰设计收费标准（2014 年版）》，上述领域的行业收费标准为 300-1,200 元/平米。因此，发行人的设计收费水平处于行业较高水平。（3）2018 年至 2021 年上半年，发行人空间设计业务执行的改价金额合计值为 4,291.26 万元，占空间设计业务收入合计值的 5.64%。2018 年至 2021 年上半年，发行人软装陈设业务执行的改价金额合计值为 3,137.65 万元，占软装陈设业务收入合计值的 3.25%。（4）发行人认为自身是国内业内顶尖的设计公司，房地产行业集中度持续提升进一步促进了以发行人为代表的龙头设计与陈设服务商的市场份额增长。发行人认为，作为深圳公司，但华东地区是其第一大收入来源具有合理性，符合行业整体情况。（5）中介机构对发行人收入执行函证程序涉及的回函金额占营业收入比例分别为 75.79%、68.78%、70.31%、56.16%，执行访谈程序涉及的金额占营业收入比例

分别为 53.43%、57.96%、50.79%、46.70%。请发行人：（1）补充说明 2018-2019 年空间设计业务平均人数与人均收入变动趋势与 2019-2020 年不一致的原因及合理性，发行人对报告期内空间设计业务人均收入变动的解释是否准确客观；（2）补充说明报告期内主要的空间设计项目合同条款关于收费价格的约定，较高的设计收费水平是否影响发行人的获客能力，客观分析发行人保持客户粘性和开拓新客户的主要手段；（3）补充说明报告期内涉及改价项目的合同具体情况、改价前后的收入金额、改价原因等，两类业务各自的改价金额占比相比同行业可比公司是否存在显著差异及原因与合理性；（4）补充说明发行人认为自身是“国内业内顶尖的设计公司”“以发行人为代表的龙头设计与陈设服务商”等说法的具体依据，并结合在手订单，补充说明华东、华南地区未来可能实现的收入情况，是否可能改变发行人收入的地区分布格局。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对客户执行访谈程序的具体时间、地点、对象等，2021 年上半年函证回函金额、访谈金额占营业收入比例均低于其他各期的原因，对回函不符金额、未访谈金额执行的替代程序及有效性。

【发行人回复】

（一）补充说明 2018-2019 年空间设计业务平均人数与人均收入变动趋势与 2019-2020 年不一致的原因及合理性，发行人对报告期内空间设计业务人均收入变动的解释是否准确客观

1、说明 2018-2019 年空间设计业务平均人数与人均收入变动趋势与 2019-2020 年不一致的原因及合理性

2018 年至 2019 年，发行人空间设计业务平均人数由 91 人增加至 154 人，人均收入由 136.98 万元增加至 137.81 万元，人均收入微升，主要原因是：当年新增的人员中，60%以上为设计师及更高级别的业务熟手，通常具有多年工作经验；与此同时，该等人员主要是发行人深圳总部的招聘，入职后对发行人的工作模式、企业文化、团队风格融合度较高，短时间内快速融入企业并创造产值。

2019 年至 2020 年，发行人空间设计业务平均人数由 154 人增加至 211 人，人均收入由 137.81 万元下降至 124.01 万元，主要原因是：当年新增的人员中，

一半以上为设计助理，因其工作经验较少，入职后需经历一段时期的技能培养、经验积累，因而短时间内产出有限。与此同时，新增人员中有 19 人为上海、北京子公司人员，其入职后需要经历一定时期的团队磨合，因而短时间内产出效率受到一定影响。

因此，2018-2019 年空间设计业务平均人数与人均收入变动趋势与 2019-2020 年不一致，具有合理原因。为进一步提升信息披露质量，发行人进一步修订对报告期内空间设计业务人均收入变动的解释。

（二）补充说明报告期内主要的空间设计项目合同条款关于收费价格的约定，较高的设计收费水平是否影响发行人的获客能力，客观分析发行人保持客户粘性和开拓新客户的主要手段

1、报告期内主要的空间设计项目合同条款关于收费价格的约定

报告期内，发行人空间设计业务主要项目收费情况具体如下：

空间设计业务	售楼处（单价:元/㎡）	样板间（单价:元/㎡）
主要项目	680-1,500	1,000-1,500

根据中国建筑装饰协会编制的《建筑装饰设计收费标准》，上述领域的行业收费标准为 300-1,200 元/平米。相较行业标准，发行人的设计收费水平处于行业较高水平。

2、较高的设计收费水平是否影响发行人的获客能力

从行业特性来看，售楼处、样板间的设计费在房地产项目的开发成本中占比极小，但设计品质、落地效果、响应速度在很大程度上影响着房地产项目的销售业绩、运转效率等，因此，房地产企业更看重设计公司的设计实力、出品稳定性、服务质量，而对设计费价格的关注度相对较低。

从合作模式来看，房地产开发商在遴选设计单位时，对于已建立起长期信任合作关系且熟悉其产品定位、项目风格、开发流程、经济价值预期的设计公司，具有很强的采购黏性，该类设计公司能够为房地产开发商提供精准、高效、稳定的高品质设计服务，帮助其实现产品价值、提升运营效率。

从历史经验来看，发行人凭借着前沿的设计理念、优秀的创意能力、扎实

的技术手段，持续、稳定地为客户输出高品质的设计与陈设作品，精准、高效的响应客户需求，与华润置地等优质客户保持着长期稳定的合作关系，深度参与客户产品系列的开发、推广及具体项目的设计工作，熟悉客户的品牌风格、设计理念，并在合作实践中不断沉淀。通过长期深入的合作和充分磨合，发行人与客户在设计理念、项目配合、业务流程等方面建立了较高的默契度和良好的信任基础，形成良性循环，从而有力保障了双方合作的稳定性。

综上，较高的设计收费水平并不影响发行人的获客能力。

3、客观分析发行人保持客户粘性和开拓新客户的主要手段

发行人深耕品牌效应，通过提供高品质设计服务、提升专业化设计实力、提高客户满意度等手段，保持客户粘性，在存量市场中提高市场份额；并通过推行全国化战略、拓宽业务领域、多元化品牌渗透各层级市场、销售团队区域化等手段积极开拓新客户，提高市场占有率。

（1）保持客户粘性的主要手段

1）高品质设计服务的独特性

发行人凭借前沿的设计理念、优秀的创意能力、扎实的技术手段，为客户提供精准、高效、稳定的高品质设计服务，增强其在空间设计和软装陈设业务领域的不可替代性。凭借其出品的稳定性，持续、稳定地为客户输出高品质的设计与陈设作品，精准、高效的响应客户需求，客户粘性得到增强，客户更愿意支付更高的价格以获取高质量、稳定的服务效果。

2）客户满意度的服务理念

发行人秉持“以客户需求为导向，以客户满意为核心”的服务理念，始终坚持为客户提供专业、高效的售前与售后服务，与客户进行设计概念沟通、项目落地后实地走访、售后不定期回访等，确保发行人的设计服务满足客户需求，提高客户满意度。

3）专业化设计团队提升设计实力

专业化、结构合理的人才梯队是发行人设计业务主要的核心竞争力之一。发行人通过优化人才内部培养制度和晋升渠道，吸引和汇聚了优秀的设计团队，

优化人才结构。从海外等国家和地区引进具有现代化设计理念和国际化视野的优秀设计师，实现跨文化的设计团队高效合作，设计风格更加多元化，提升发行人设计团队的整体实力，为客户提供高品质设计服务。

（2）开拓新客户的主要手段

1）推行全国化布局战略

发行人于 2018 年初确立了全国化布局的战略方向，在持续深耕华南区域的同时，先后设立北京矩阵、上海矩阵、成都分公司等覆盖多区域的分支机构，为周边区域的客户提供快速响应的便捷式设计服务，持续开拓优质客户、建立长期稳定的战略合作。

2）拓宽业务领域

发行人在聚焦地产售楼处、样板间的业务领域之外，拓宽业务领域，加大对办公、酒店、教育等新业务领域的市场开拓和人员投入，提升新业务形态占比，积极开拓新业务领域的优质客户。

3）多元化品牌渗透各层级市场

发行人加大对以 IDM 为代表的绝对原创设计品牌、以“矩阵纵横”为代表的空间设计与软装陈设一体化服务品牌和以“合纵连横”为代表的设计咨询服务品牌的建设投入，强化 IDM 高端品牌的引领作用，提升“矩阵纵横”中高端品牌的横向渗透能力，深耕“合纵连横”品牌的下沉市场，扩大发行人的业务覆盖范围，提高市场占有率。

4）区域化销售团队扩大业务半径

发行人于对销售团队实行区域化编制，实行专人专区，激励销售人员在各区域深度开拓新客户，协助全国化战略，扩大业务半径。

（三）补充说明报告期内涉及改价项目的合同具体情况、改价前后的收入金额、改价原因等，两类业务各自的改价金额占比相比同行业可比发行人是否存在显著差异及原因与合理性

1、补充说明报告期内涉及改价项目的合同具体情况、改价前后的收入金额、改价原因等

报告期内，发行人存在合同改价的情形，主要有两个方面原因，一是设计项目实施过程中由于预算金额、开发商设计风格等因素要求新增或减少部分设计内容，或在软装陈设业务执行中新增或取消部分软装陈设品采购，致使合同金额变更的情况；二是发行人与客户根据合同的约定按照实际结算面积进行结算，使得结算金额与原合同约定金额存在差异。

对于空间设计业务的合同改价，发行人根据实际发生的工作量对应的合同金额确认收入；对于软装陈设业务的合同改价，发行人在验收时点按照改价后的合同金额一次性确认收入。

2018 年至 2021 年上半年，发行人空间设计业务执行的改价金额合计值为 4,291.26 万元，占空间设计业务收入合计值的 5.64%。2018 年至 2021 年上半年，发行人软装陈设业务执行的改价金额合计值为 3,137.65 万元，占软装陈设业务收入合计值的 3.25%。

报告期内，发行人空间设计业务改价项目合同金额在 250 万元以上的合同情况如下：

单位：万元

项目名称	合同金额 (变更前)	合同金额 (变更后)	报告期内收入 确认金额 (含税)	改价原因
成都华润二十四城八期项目内装设计合同	450.00	677.18	560.87	新增设计区域
湖北日报杨春湖项目示范区、商墅、大平层、LOFT 公寓硬装	539.16	571.70	122.29	按照实际工作量结算，实际结算面积增加
成都招商天府新区项目售楼处及会所	450.00	362.86	362.86	按照实际工作量结算，实际结算面积减少
广州中铁建坦尾项目售楼处及样板房硬装	388.00	346.08	305.20	按照实际工作量结算，实际结算面积减少
深圳金地大百汇岗厦（天元花园、大百汇广场-超级物业）项目室内设计	263.92	275.92	188.28	新增设计区域
苏州葛洲坝苏地 2017-WG-20 号地块售楼处及样板间项目硬装	261.00	270.90	244.80	新增设计工作量
北郡七期办公楼项目精装修合同	210.00	256.22	256.22	新增设计区域
珠海正方香洲科技创新中心招商中心、会展项目硬装室内设计	237.34	254.71	81.07	新增设计区域

合计	2,799.42	3,015.57	2,121.59	
----	----------	----------	----------	--

报告期内，发行人软装陈设业务改价项目合同金额在 500 万元以上的合同情况如下：

单位：万元

项目名称	合同金额 (变更前)	合同金额 (变更后)	报告期内收入 确认金额 (含税)	改价原因
苏州工业园区 DK20150005 号地块地会所室内软装设计项目项目合同	995.00	1,011.85	1,011.85	新增设计区域
青岛银丰·玖玺城售楼处软装设计项目配饰工程采购合同	857.96	824.80	824.80	减少陈设品采购
东大街 D10 项目售楼中心及样板房软装合同	686.00	708.01	708.01	新增设计面积及陈设品采购
温州乐清项目售楼处及样板房室内装饰工程设计合同	690.50	692.30	692.30	新增陈设品采购
金地马桥项目售楼处、合院 B 户型及洋房精装样板房软装合同（上海金地）	690.00	685.00	685.00	减少陈设品采购
南宁锦麟玖玺项目售楼部、样板房、会所、9#楼架空层泛会所及 8#和 9#楼首层大堂、示范区室外景观软装采购和布展工程	490.00	578.01	578.01	新增陈设品采购
成都新希望锦麟府项目售楼部、样板房及合院软装设计项目深化设计、供货及布展合同	422.09	507.65	507.65	新增设计区域
合计	4,831.55	5,007.62	5,007.62	

报告期内，空间设计业务和软装陈设业务合同改价金额占各自业务总收入的比例较小，分别为 5.64%、3.25%，对发行人经营成果不构成重大影响。

2、两类业务各自的改价金额占比相比同行业可比发行人是否存在显著差异及原因与合理性

经公开信息检索，与发行人同属设计咨询行业的上市公司霍普股份、深水规院、蕾奥规划披露了合同改价信息，比较情况具体如下：

单位：万元

可比公司	业务类型	合同改价金额	合同改价金额占业务收入的比例
------	------	--------	----------------

霍普股份	建筑方案设计	1,021.85	1.24%
深水规院	勘测设计、规划咨询 和项目运营	14,200.81	6.78%
蕾奥规划	规划设计业务、工程 设计业务	2,706.89	2.40%
矩阵股份	空间设计业务	4,291.26	5.64%
	软装陈设业务	3,137.65	3.25%

注：发行人两类业务的合同改价金额占业务收入的比例分别以各类业务的合同改价金额和相应业务的收入总额计算所得。

与同行业公司相比，发行人两类业务各自的改价金额占比处于合理区间，不存在显著差异。

（四）补充说明发行人认为自身是“国内业内顶尖的设计公司”“以发行人为代表的龙头设计与陈设服务商”等说法的具体依据，并结合在手订单，补充说明华东、华南地区未来可能实现的收入情况，是否可能改变发行人收入的地区分布格局

1、补充说明发行人认为自身是“国内业内顶尖的设计公司”“以发行人为代表的龙头设计与陈设服务商”等说法的具体依据

为提高信息披露质量，将上述表述修订为“国内业内一流的设计公司”“以发行人为代表的行业领先的设计与陈设服务商”。

上述表述的具体依据如下：

（1）发行人业务规模已处于业内第一梯队

发行人主要从事空间设计与软装陈设业务，主要服务的项目类别为住宅地产的售楼处、样板间等空间领域。发行人被中国室内装饰协会评为“2019 年、2020 年中国十强室内设计机构”。同时，根据业内权威杂志《Interior Design》于 2019 年、2020 年、2021 年发布的“全球百大设计巨头排行榜（Top 100 Giants）”，发行人综合排名分别位列第 34 位、第 32 位、第 23 位，住宅领域位列第 1 位、第 2 位、第 2 位。

《Interior Design》室内设计杂志创办于 1932 年，迄今有 80 多年的历史，被认为是全球最佳的室内设计专业杂志。自 1932 年起至今，《Interior Design》室内设计杂志作为室内设计领航媒体，不断影响着全球的室内设计师的设计理

念，精心策划、全面剖析经典原创的设计作品是吸引设计师的独特之处，是迄今美国最成功的设计类商业杂志，也是全球室内设计领域发行量最大的杂志，在全球范围内拥有广泛的行业影响力和知名度。

全球百大设计巨头排行榜（Top 100 Giants）是《Interior Design》杂志发布的全球室内设计权威排行榜，在全球室内设计领域拥有强大的公信力和影响力，迄今已有 40 多年历史。每年有位于美国、加拿大、欧洲和亚洲的 2,000 多家设计企业参与排行榜的数据调查。跻身 Top 100 Giants 榜单，已成为世界知名室内设计企业用来判断自身实力和国际竞争力的重要指标。

综上所述，在全球室内设计领域，发行人业务规模处于领先水平，尤其是在住宅领域位居前列。

（2）发行人具备领先的设计创意能力

在全球范围内，室内设计界主要奖项包括世界设计三大奖，即德国红点设计大奖（Red Dot Design Award）、德国 iF 国际设计大奖（iF Design Award）、美国工业设计优秀奖（International Design Excellence Awards），以及被誉为室内设计界“奥斯卡”之称的安德鲁马丁国际室内设计大奖（Andrew Martin International Interior Design Award），发行人的获奖情况如下：

序号	奖项名称	简介	发行人获奖情况
1	德国红点设计大奖（Red Dot Design Award）	德国红点设计大奖 1955 年创建于德国埃森市，作为一项拥有高辨识度与接受度的世界性设计竞赛，每年吸引来自全球各地的制造商及设计师报名参加。60 多年来，该奖项忠实遵循“寻找优良设计与创新”之理念，致力于选拔年度最杰出的产品与项目，是优良设计作品的象征。	昆明阳光城山海美术馆等项目 4 次获奖
2	德国 iF 国际设计大奖（iF Design Award）	德国 iF 国际设计大奖是世界上最负盛名的设计竞赛奖项之一，自 1953 年创立以来，已成为全球公认表彰优良设计的标志。该奖项由 70 多位来自设计、产业与建筑领域的国际专家共同评鉴，参赛设计师、设计机构以及厂商的作品将在这里受到最高标准的考验。	上海金地公元 2040 等项目 6 次获奖
3	美国工业设计优秀奖（International Design Excellence Awards）	美国工业设计优秀奖是由美国商业周刊（BusinessWeek）主办、美国工业设计师协会 IDSA（Industrial Designers Society of America）担任评审的工业设计竞赛。该奖项设立于 1980 年，主要是颁发给已经发售的产品。	桂林棠棣之华销售中心项目获奖

序号	奖项名称	简介	发行人获奖情况
4	安德鲁马丁国际室内设计大奖（Andrew Martin International Interior Design Award）	安德鲁马丁国际室内设计大奖源于英国，1996年由 Martin Waller 先生创立，迄今已成功举办过 24 届。它是国际范围内最具水平、专门针对室内设计和陈设艺术的奖项，凭借其深远的社会影响力，评审团的广泛社会代表性、公平性和高深的行业水准，吸引着全球设计领域的目光。	上海融创山水拾间等项目 8 次入围该奖项

发行人的创新创意设计能力凝聚于设计作品中，在国际空间设计与软装陈设领域内享有较高的美誉并获得诸多认可。发行人设计的作品曾多次获得德国红点设计大奖、德国 iF 国际设计大奖、美国工业设计优秀奖、安德鲁马丁国际室内设计大奖等设计领域内重量级奖项，充分体现了发行人领先的设计创意水平。

（3）发行人长期稳定服务于国内一线房地产企业。

发行人凭借综合竞争优势，与华润置地等众多国内一线房地产企业建立了长期稳定的合作关系，充分体现了发行人的综合服务能力。

2、结合在手订单，补充说明华东、华南地区未来可能实现的收入情况，是否可能改变发行人收入的地区分布格局

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人在手订单金额为 66,481.63 万元。其中，华东地区的在手订单金额为 19,329.31 万元，维持第一大业务区域的优势；华南地区的在手订单金额为 18,654.17 万元，位居第二大业务区域；西南地区是发行人未来部署的重要区域，在手订单金额为 11,874.46 万元。华东、华南、西南地区的在手订单金额占发行人在手订单的比重超过 75%，整体保持稳定态势。

综上，在未来一段时期内，发行人收入的地区分布格局较为稳定。

【申报会计师核查意见】

（一）核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取报告期内发行人新增人员的级别、所属地域，对比分析 2018-2019 年与 2019-2020 年的平均人数与人均收入变动趋势；

2、获取发行人报告期内空间设计业务主要项目合同，汇总合同条款对于收

费价格的约定，判断其设计收费水平；从行业特性、合作模式、历史经验等方面综合分析较高的设计费用是否会影响发行人的获客能力；通过访谈发行人企业高管，获悉其保持客户粘性和开拓新客户的主要手段；

3、获取发行人报告期内主要改价项目的合同具体情况、改价前后的合同金额、收入确认金额、改价原因等，并检查改价的依据是否经审批、是否经对方确认；通过查阅与发行人同属设计咨询行业的上市公司的合同改价信息，对比分析发行人与同行业可比公司的差异；

4、通过公开信息、网站平台获取发行人的获奖情况、客户情况，并结合在手订单，分析发行人未来收入的地区分布格局的稳定性。

（二）核查结论

申报会计师核查意见如下：

1、2018-2019 年空间设计业务平均人数与人均收入变动趋势与 2019-2020 年不一致，具有合理原因，发行人对报告期内空间设计业务人均收入变动的解释进行了进一步修订，以更为准确、客观的披露信息；

2、发行人的设计收费水平处于行业较高水平，较高的设计收费水平并未影响发行人的获客能力，发行人保持客户粘性和开拓新客户的主要手段可促使其在存量、增量市场中扩大市场份额，提高市场占有率；

3、发行人报告期内两类业务涉及合同改价的金额占各自业务总收入的比例较小，对公司经营成果不构成重大影响；与同行业公司相比，发行人两类业务各自的改价金额占比处于合理区间，不存在显著差异；

4、为提高信息披露质量，将发行人对自身认定的表述修订为“国内业内一流的设计公司”“以发行人为代表的行业领先的设计与陈设服务商”，通过分析其业务规模梯队、设计创意能力和综合服务能力等，发行人认为自身是“国内业内一流的设计公司”“以发行人为代表的行业领先的设计与陈设服务商”等说法有明确依据；结合在手订单分析，在未来一段时期内，发行人收入的地区分布格局较为稳定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对客户执行访谈程序的具体时

间、地点、对象等，2021 年上半年函证回函金额、访谈金额占营业收入比例均低于其他各期的原因，对回函不符金额、未访谈金额执行的替代程序及有效性。

申报会计师对报告期内客户执行访谈程序的具体时间、地点、对象如下表所示：

序号	访谈对象	访谈时间	访谈地点
1	华润置地（成都）有限公司	2020 年 11 月 3 日	四川省成都市
2	深圳市润投咨询有限公司	2020 年 11 月 2 日	广东省深圳市
3	阳光城集团股份有限公司	2020 年 11 月 5 日	上海市
4	旭辉集团股份有限公司	2020 年 11 月 6 日	上海市
5	金地（集团）股份有限公司	2020 年 11 月 3 日	广东省深圳市
6	绿城中国控股有限公司	2020 年 11 月 13 日	浙江省杭州市
7	招商蛇口工业区控股股份有限公司	2020 年 11 月 2 日	广东省深圳市
8	深圳融创房地产集团有限公司	2020 年 11 月 2 日	广东省深圳市
9	奥园集团（广东）有限公司	2020 年 11 月 3 日	广东省深圳市
10	新城控股集团住宅开发有限公司	2020 年 11 月 4 日	上海市
11	祥生地产集团有限公司	2020 年 11 月 3 日	上海市
12	四川新希望房地产开发有限公司	2020 年 11 月 3 日	四川省成都市
13	龙湖集团控股有限公司	2020 年 11 月 2 日	重庆市
14	四川蓝光发展股份有限公司	2020 年 11 月 3 日	上海市
15	万科（成都）企业有限公司	2020 年 11 月 3 日	四川省成都市
16	重庆金科房地产开发有限公司	2020 年 11 月 2 日	重庆市
17	东原房地产开发有限公司	2020 年 11 月 2 日	重庆市
18	正荣地产集团有限公司	2020 年 11 月 3 日	上海市
19	中铁房地产集团华东有限公司	2020 年 11 月 6 日	江苏省苏州市
20	融信（福建）投资集团有限公司	2020 年 11 月 4 日	上海市
21	南京世茂房地产开发有限公司	2020 年 11 月 6 日	江苏省南京市
22	杭州世贸嘉年华置业有限公司	2020 年 11 月 5 日	浙江省杭州市
23	保利（成都）实业有限公司	2020 年 11 月 3 日	四川省成都市
24	广州市时代控股集团有限公司	2020 年 11 月 5 日	广东省广州市
25	路劲地产集团有限公司南京分公司	2020 年 11 月 17 日	江苏省南京市
26	南京美的房地产发展有限公司	2020 年 11 月 5 日	江苏省南京市
27	卓越置业集团有限公司	2020 年 11 月 3 日	广东省深圳市

序号	访谈对象	访谈时间	访谈地点
28	中海企业发展集团有限公司华南分公司	2020 年 11 月 2 日	广东省深圳市
29	青岛昆仑置业有限公司	2020 年 11 月 9 日	视频访谈（客户地址为山东省青岛市，因疫情原因进行视频访谈）
30	上海富力房地产开发有限公司	2020 年 11 月 3 日	上海市
31	金茂西南企业管理（重庆）有限公司	2020 年 11 月 2 日	重庆市
32	香港置地集团公司	2020 年 11 月 9 日	上海市
33	建发地产集团（深圳）有限公司	2020 年 10 月 29 日	广东省深圳市
34	秦皇岛市海洋置业房地产开发有限公司	2020 年 11 月 3 日	河北省秦皇岛市
35	青岛天一金服投资管理有限公司	2020 年 11 月 2 日	视频访谈（客户地址为山东省青岛市，因疫情原因进行视频访谈）
36	青岛银丰工程有限公司	2020 年 11 月 2 日	视频访谈（客户地址为山东省青岛市，因疫情原因进行视频访谈）
37	广东佳兆业房地产开发有限公司	2021 年 9 月 14 日	广东省广州市
38	广州珠江实业集团有限公司	2021 年 9 月 27 日	广东省广州市

2018 年至 2021 年 1-6 月，中介机构对发行人收入执行函证程序确认的收入金额占营业收入比例分别为 75.79%、68.78%、70.31%、56.16%，其中 2021 年 1-6 月确认的金额比例较低，主要原因系发行人主要客户为地产商，对公章管理严格，盖章流程较长，且报告期内多次函证地产商客户，使得其回函配合度有所降低，致使 2021 年上半年回函比例降低。

2018 年至 2021 年 1-6 月，中介机构对发行人客户执行访谈程序覆盖的收入金额占营业收入比例分别为 53.43%、57.96%、50.79%、46.70%，其中 2021 年 1-6 月涉及的金额比例相对略低，主要系受 2021 年下半年疫情持续影响，地产商客户配合走访的意愿较低等，导致执行访谈程序覆盖的收入比例略低。

针对回函不符金额、未访谈客户，中介机构核查发行人收入明细表、合同、客户验收单或成果确认函、销售发票、银行回单等相关支持性文件对相关交易金额进行替代性核查，确认收入的真实性、准确性。

问题 8

8. 关于成本。申报材料及审核问询回复显示：（1）报告期各期末，发行人设计人员分别为 116 人、221 人、344 人、495 人，研发人员分别为 25 人、36 人、51 人、68 人。（2）对于设计人员职工薪酬、折旧摊销费等不能直接归属于设计项目的成本，对于职工薪酬、运输物流费等不能直接归属于软装陈设项目的成本，在各项目中进行分摊。请发行人：（1）补充说明是否存在设计人员、研发人员交叉从事设计、研发任务的情况，结合具体项目分析相关成本、费用划分是否准确合理；（2）补充说明不能直接归属于项目的成本的具体分摊方法，是否符合行业惯例和《企业会计准则》相关规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充说明是否存在设计人员、研发人员交叉从事设计、研发任务的情况，结合具体项目分析相关成本、费用划分是否准确合理

报告期内，发行人存在较少设计人员、研发人员身份发生转变的情况。发行人根据该等人员从事设计任务、研发任务所耗费的工月占比，将其薪酬分别计入相应月份的营业成本或研发费用，相关成本、费用划分准确合理。

以发行人员工潘虹为例，2019 年，该名员工 1-3 月参与设计任务，相应的 1-3 月薪酬计入营业成本，而 4-12 月参与“具备特殊防护性功能的家具设计、室内装饰设计模型规范和标准库的研发”研发项目，相应的 4-12 月薪酬计入该研发项目的研发费用，相关成本、费用划分准确合理。

（二）补充说明不能直接归属于项目的成本的具体分摊方法，是否符合行业惯例和《企业会计准则》相关规定

对于不能直接归属于项目的成本，发行人按照项目产值进行分摊。

1、上述分摊方法符合行业惯例

经公开信息检索，2021 年以来挂牌上市的设计公司对于不能直接归属于项目的成本的具体分摊方法如下：

公司名称	具体分摊方法
霍普股份	按照设计项目产值在项目之间进行分摊。
尤安设计	按照工时或项目考核净产值分摊。
建研设计	按照项目工作量产值分摊。
山水比德	按照项目产值或项目收入比重分摊。
华蓝集团	按照工时或项目收入比重分摊。

同行业设计公司多采用项目产值、项目收入等为分摊标准。因此，发行人对于不能直接归属于项目的成本的具体分摊方法，与同行业设计公司相比，不存在重大差异，符合行业惯例。

2、上述分摊方法符合《企业会计准则》相关规定

对于不能直接归属于项目的成本，发行人在成本发生当期直接计入当期损益，不留存货，体现了会计核算的谨慎性原则，且与同行业一致；同时，按照项目产值进行分摊，合理考虑了各项支出与分配标准的关联性，符合发行人实际经营情况，且与同行业一致。

综上，上述分摊方法符合《企业会计准则》相关规定。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、通过查阅发行人的员工名册，访谈财务总监，了解发行人是否存在设计人员、研发人员交叉从事设计、研发任务的情况；

2、通过查阅发行人的会计政策，访谈财务总监，了解发行人对于不能直接归属于项目的成本的具体分摊方法；通过查阅同行业公司公开资料，对比分析成本的具体分摊方法是否符合行业惯例和《企业会计准则》相关规定。

（二）核查结论

申报会计师核查意见如下：

1、报告期各期，发行人存在较少设计人员、研发人员身份发生转变的情况。发行人根据该等人员从事设计任务、研发任务所耗费的工月占比，将其薪酬分

别计入相应月度的营业成本或研发费用，相关成本、费用划分准确合理；

2、对于不能直接归属于项目的成本，发行人按照项目产值进行分摊，符合行业惯例和《企业会计准则》相关规定。

问题 9

9. 关于毛利率。申报材料及审核问询回复显示：（1）发行人空间设计业务毛利率显著高于同行业可比公司，核心原因是发行人与同行业可比公司设计业务的细分领域不同，使得发行人项目周转率高，进而毛利率高。（2）发行人设计业务人均收入显著高于同行业可比公司杰恩设计、尤安设计、霍普股份，略高于处于相同业务领域、同一梯队的设计公司，如香港郑中设计事务所、梁志天设计集团、黄志达设计有限公司、集艾室内设计（上海）有限公司等。请发行人：（1）补充说明与相同细分领域的设计公司毛利率对比情况及差异原因与合理性；（2）结合发展历程、主营业务所在地经济发展水平、设计收费水平、市场占有率、设计能力、竞争优势、行业地位等，补充说明发行人设计业务人均收入高于上述相同业务领域、同一梯队的香港设计公司的原因及合理性；（3）补充说明发行人未来保持高人均收入是否具有可持续性及其具体依据。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充说明与相同细分领域的设计公司毛利率对比情况及差异原因与合理性；

报告期内，发行人空间设计业务毛利率分别为 69.95%、70.03%、68.59%及 67.60%，发行人空间设计业务聚焦于地产售楼处、样板间这一细分领域。

相同细分领域的设计公司中，集艾室内设计（上海）有限公司与发行人最为相似，其绝大部分业务来源于地产售楼处、样板间的空间设计，经公开信息检索，其 2017 年、2018 年的毛利率分别为 68.23%、67.73%，与发行人接近，不存在重大差异。

梁志天设计集团，空间设计业务的细分领域除地产售楼处、样板间之外，

还包括相当比例的私人住宅、商业、酒店、办公等业态。黄志达设计有限公司未公开披露财务数据。经公开信息检索，该等公司未公开披露地产售楼处、样板间领域的业务毛利率。

（二）结合发展历程、主营业务所在地经济发展水平、设计收费水平、市场占有率、设计能力、竞争优劣势、行业地位等，补充说明发行人设计业务人均收入高于上述相同业务领域、同一梯队的香港设计公司的原因及合理性

发行人主要从事地产售楼处、样板间领域的空间设计业务，在业内具有较高的行业地位与品牌知名度。与发行人处于相同业务领域、同一梯队、且以中国为主要业务区域的设计公司主要包括梁志天设计集团、黄志达设计有限公司、集艾室内设计（上海）有限公司等。根据公开资料检索，该等公司的人均收入对比情况如下：

可比公司	业界地位	人均收入（万元）
梁志天设计集团	2020 年：总榜全球第 20 名，住宅类第 1 名	110.36
黄志达设计有限公司	2020 年：总榜全球第 43 名，住宅类第 6 名	131.05
集艾室内设计（上海）有限公司	2019 年：总榜全球第 17，住宅类第 7 名	116.35
矩阵股份	2020 年：总榜全球第 32 名，住宅类第 2 名	报告期内分别为 136.98 万元、137.81 万元、124.01 万元、53.08 万元

注：以上数据摘自业内权威杂志《Interior Design》、上市公司年报；人均收入按照当年人民币兑美元的均价折算。

报告期内，发行人设计业务人均收入与黄志达设计有限公司基本持平，略高于梁志天设计集团、集艾室内设计（上海）有限公司，主要原因为：

第一，业务细分领域的差异。发行人设计业务的绝大部分比例（超过 95%）来自于地产售楼处、样板间领域，而上述可比公司除在地产售楼处、样板间领域外，仍有一定比例的设计业务收入来自于其他领域。例如，梁志天设计集团，根据其公开披露资料，其 30% 以上的设计业务收入来自于酒店、私人住宅、商业等领域，因而使得其人均收入相比于发行人略低；

第二，激励机制的差异。通过股权激励，发行人吸引、集聚了一大批优秀的设计精英人才，公司与创始股东、骨干员工形成了有效的利益绑定，深度激发了员工的工作热情。梁志天设计集团、集艾室内设计（上海）有限公司已于

早年被上市公司收购，其创始股东、核心员工持股比例较低，对核心骨干的激励机制、激励力度不如发行人。具体分析：发行人的股权结构方面，实际控制人王冠直接和间接的持股比例仅为 35.89%，即约 65%的股份为实际控制人之外的核心骨干持有；经公开信息检索，梁志天设计集团，实际控制人之外的核心骨干持股比例不超过 25%；集艾室内设计（上海）有限公司，实际控制人之外的核心骨干持股比例为 20%。因此，发行人核心骨干及员工持股比例明显高于梁志天设计集团、集艾室内设计（上海）有限公司，激励力度更强。因此，与上述公司相比，发行人核心员工的工作积极性更强，因而产出效能更强。

综上，报告期内，发行人设计业务人均收入与黄志达设计有限公司基本持平，略高于梁志天设计集团、集艾室内设计（上海）有限公司，具有合理原因。

（三）补充说明发行人未来保持高人均收入是否具有可持续性及其具体依据

发行人未来保持高人均收入具有可持续性，依据分析如下：

第一，在未来一段时期内，发行人仍然以地产售楼处、样板间为聚焦领域，具有可持续性。一方面，随着房地产调控长效机制的持续健全，房地产业长期、稳定、健康发展为地产售楼处、样板间领域的设计业务市场需求提供了长期、稳定、合理的市场空间；另一方面，发行人在该细分领域已建立了领先的综合优势，发行人持续承接相应业务具备实力基础。

第二，以创始人作为核心、骨干员工持股的股权架构设置，有效保障了对骨干员工的长效激励机制。通过股权激励，发行人吸引、集聚了一大批优秀的设计精英人才，公司与创始股东、骨干员工形成了有效的利益绑定，深度激发了员工的工作热情，形成良性循环，为发行人业务发展夯实了人才基础。

第三，发行人经过多年的业务发展与市场历练，已经形成了标准化、体系化的业务执行流程与内部管控体系，有效确保了持续、稳定的作品输出，有利于持续强化发行人已建立起的创意、技术、品牌等综合优势，巩固、提升市场竞争力与行业地位。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、通过查阅与发行人相同细分领域的设计公司的公开信息，获取其毛利率情况，对比分析差异原因与合理性；
- 2、通过查阅与发行人相同细分领域的设计公司的公开信息，获取其人均收入情况，对比分析差异原因与合理性；
- 3、通过查阅行业资料、可比公司资料，分析发行人未来保持高人均收入的可持续性。

（二）核查结论

申报会计师核查意见如下：

- 1、在相同细分领域的设计公司中，集艾室内设计（上海）有限公司与发行人最为相似，发行人与该公司毛利率不存在重大差异；
- 2、报告期内，发行人设计业务人均收入与黄志达设计有限公司基本持平，略高于梁志天设计集团、集艾室内设计（上海）有限公司，具有合理原因；
- 3、发行人未来保持高人均收入具有可持续性。

问题 10

10. 关于应收账款。申报材料及审核问询回复显示：（1）截至 2021 年 9 月末，报告期各期末发行人应收账款（含合同资产）期后回款占比分别为 78.04%、63.05%、39.88%、20.73%。（2）报告期内，发行人第三方回款金额呈现提升趋势，主要系应收账款保理回款逐年提升所致，发行人应收账款保理回款分别为 1,012.33 万元、1,176.44 万元、4,014.73 万元、3,480.68 万元。（3）对于附有追索权的保理业务，发行人在保理合同生效日未终止确认应收账款，并将取得的保理款项作为负债核算。（4）报告期各期末，发行人货币资金余额分别为 1,002.53 万元、1,636.57 万元、36,851.27 万元及 41,506.86 万元。

请发行人：（1）补充说明期后回款占比与同行业可比公司比较情况及差异原因与合理性，发行人是否面临较大的回款风险；（2）补充说明发行人在货币资金余额快速大幅增长的情况下，仍然通过应收账款保理进行大额回款且金额快速增加的原因及合理性，相关应收账款是否面临较大的回款风险；（3）补充说明报告期内附有追索权的保理业务涉及应收账款金额、占比，是否充分计提坏账准备。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充说明期后回款占比与同行业可比公司比较情况及差异原因与合理性，发行人是否面临较大的回款风险

经公开信息检索，近期披露期后回款数据的设计公司与发行人的应收账款（含合同资产）期后回款比较情况如下：

公司名称	2021年 6月30日	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
建研设计 （截止2021年8月末）	10.57%	36.02%	71.21%	74.92%
中泰设计（在审企业） （截止2021年7月末）	8.90%	37.95%	72.72%	76.56%
笛东设计（在审企业） （截止2021年9月末）	36.60%	57.98%	78.63%	81.06%
霍普股份 （截止2021年2月末）	-	8.22%	66.94%	81.97%
尤安设计 （截止2021年3月19日）	-	13.22%	53.76%	76.48%
矩阵股份 （截止2021年11月末）	24.73%	42.66%	63.17%	78.04%

注：中泰设计仅披露了应收账款和应收票据的期后回款情况。

发行人应收账款（含合同资产）期后回款情况与同行业可比公司相比，不存在较大差异，应收账款期后回款符合行业情况。

报告期内，发行人主要客户经营情况正常，资信情况良好，资金状况及偿债能力总体保持稳定，符合行业特性，未出现资金链及信用情况严重恶化的情形，亦不存在明显偿债风险。同时，报告期各期，发行人经营性现金流量净额与净利润匹配，盈利质量较好，各期应收账款占收入比例低于同行业可比公司，收入回款情况良好。因此，发行人不存在较大的回款风险。

（二）补充说明发行人在货币资金余额快速大幅增长的情况下，仍然通过应收账款保理进行大额回款且金额快速增加的原因及合理性，相关应收账款是否面临较大的回款风险

报告期内，发行人在货币资金余额快速大幅增长的情况下，仍然通过应收账款保理进行大额回款的原因系：在发行人向客户沟通收取应收款项时，部分客户根据其自身的资金安排情况会提出通过保理方式付款，发行人为加快资金回笼速度，对客户意见予以采纳。报告期各期，发行人应收账款保理回款金额分别为 1,012.33 万元、1,176.44 万元、4,014.73 万元、3,480.68 万元，占当期营业收入比例分别为 3.49%、2.58%、6.56%、9.12%，虽然有所增加，但整体规模及占比均较小。受房地产行业调控政策及 2020 年以来的疫情影响，部分房地产企业资金面趋紧，更倾向通过保理的方式向发行人付款，因此，报告期内，发行人通过应收账款保理进行回款的金额快速增加。

报告期内，发行人应收账款不存在较大的回款风险，主要原因为：一方面，报告期各期末，发行人应收账款的主要客户资信情况良好，资金状况及偿债能力总体保持稳定，符合行业特性，未出现资金链及信用情况严重恶化的情形，亦不存在明显偿债风险；另一方面，发行人应收账款期后回款情况符合行业特点，且发行人应收账款规模及其占营业收入的比例均较小，回款情况整体良好。

因此，发行人在货币资金余额快速大幅增长的情况下，仍然通过应收账款保理进行大额回款且金额快速增加的原因真实、合理，相关应收账款不存在较大回款风险。

（三）补充说明报告期内附有追索权的保理业务涉及应收账款金额、占比，是否充分计提坏账准备

报告期各期末发行人附有追索权的保理业务涉及应收账款（含合同资产）金额、占比如下：

单位：万元

账龄	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
附有追索权的保理业务涉及应收账款（含合同资产）金额	582.40	532.73	-	-

应收账款（含合同资产）金额	21,000.55	16,194.58	9,780.08	6,625.58
占比	2.77%	3.29%	0.00%	0.00%

2018 年末、2019 年末、2020 年末及 2021 年 6 月末，发行人附有追索权的保理业务涉及应收账款（含合同资产）金额分别为 0 万元、0 万元、532.73 万元及 582.40 万元，占应收账款（含合同资产）金额的比例分别为 0.00%、0.00%、3.29%及 2.77%，占比较小。

对于附有追索权的保理业务，发行人在保理合同生效日未终止确认应收账款，仍根据原有账龄计提坏账准备，发行人对该部分应收账款坏账计提充分。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了发行人报告期各期末应收账款（含合同资产）至 2021 年 11 月末的回款金额及比例，与同行业可比公司应收账款（含合同资产）期后回款金额占比进行比较，分析是否面临较大的回款风险；

2、向发行人财务总监了解并分析了发行人在货币资金余额快速大幅增长的情况下，仍然通过应收账款保理进行大额回款且金额快速增加的原因及合理性，并分析了相关应收账款是否面临较大的回款风险；

3、查阅了发行人附有追索权的保理业务涉及的同文件，分析发行人计提坏账准备是否充分；

（二）核查结论

申报会计师核查意见如下：

1、发行人应收账款（含合同资产）期后回款情况与同行业可比公司相比，不存在较大差异，应收账款期后回款符合行业情况，回款风险较小；

2、发行人在货币资金余额快速大幅增长的情况下，仍然通过应收账款保理进行大额回款且金额快速增加的原因真实、合理，相关应收账款不存在较大回款风险；

3、报告期内附有追索权的保理业务涉及应收账款金额、占比已列表说明，发行人对该部分应收账款坏账计提充分。

(以下无正文)

（本页无正文，为立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于矩阵纵横设计股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复之签字盖章页）

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：祁涛



中国注册会计师：马玥



二〇二二年二月 16 日