



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

北京德和衡律师事务所

关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（三）

德和衡证律意见（2022）第050号



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

目 录

问题一：关于收购海骊住居橱柜资产、木门业务.....	4
问题二：关于转让福汇家 100%股权	9
问题三：关于转让海创全屋 80%股权	20
问题四：关于关联交易.....	26
问题五：关于创业板定位.....	35
问题六：关于特殊权利条款.....	44
问题七：关于品牌管理.....	49



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

北京德和衡律师事务所

关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的

补充法律意见书（三）

德和衡证律意见（2022）第050号

致：青岛有屋智能家居科技股份有限公司

根据本所与青岛有屋智能家居科技股份有限公司（以下简称“有屋智能”“发行人”）签订的《专项法律服务协议》，本所指派郭恩颖律师、丁伟律师等为有屋智能在中华人民共和国境内申请首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市提供专项法律服务。本所律师依据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法(试行)》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》以及《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定，本所出具了《北京德和衡律师事务所关于青岛有屋智能家居科技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》”）、《北京德和衡律师事务所关于青岛有屋智能家居科技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》”）、《北京德和衡律师事务所关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》、《北京德和衡律师事务所关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（二）》。根据深圳证券交易所于2021年12月31日下发的《关于青岛有屋智能家居科技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〕011431号）（以下简称“问询函”），现特就有关法律事宜出具本补充法律意见书。

除非另有所指，本补充法律意见书所使用简称的含义与《法律意见书》和《律师工作报告》所使用简称的含义相同。本所律师在《法律意见书》《律师工作报告》中发表



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

法律意见的前提、声明和假设同样适用于本补充法律意见书。

正 文

问题一：关于收购海骊住居橱柜资产、木门业务

申报材料及审核问询显示：

(1) 2018 年 6 月，发行人收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产。海骊住居及海骊住建主要从事建筑装饰装修等业务，收购前转让方未将橱柜及定制家具业务独立核算，人员和固定资产等经营资产也未在各业务之间明确区分，因此收购标的仅为海骊住居和海骊住建橱柜及定制家具相关的应收账款、存货和应付账款，按照账面价值作价具备合理性和公允性。

(2) 2020 年 6 月，发行人收购海骊住居及其子公司之木门业务。海骊住居及其子公司主要从事建筑装饰装修等业务，其中木门业务有独立的业务部门负责。收购时相关的所有资产、人员已经全部转入公司，符合同一控制下业务合并的条件，故按照木门业务评估值作价收购。

请发行人：

(1) 补充说明 2018 年 6 月收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产所涉应收账款、存货后续回款及销售情况，是否存在减值情形。

(2) 补充说明 2018 年 6 月收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产所涉人员和固定资产的具体情况，是否与海骊住居、海骊住建木门业务存在人员及固定资产重合情形，若是，请进一步说明分两次收购海骊住居橱柜及定制家具、木门业务的原因及合理性。

(3) 补充说明两次收购完成后，海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具、木门业务相关人员、固定资产等经营资产是否已完全置入发行人。

请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述问题发表明确意见。

回复：

一、补充说明 2018 年 6 月收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产所涉应收



账款、存货后续回款及销售情况，是否存在减值情形。

（一）应收账款后续回款及减值情况

2018年6月，发行人收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产，海骊住居系海骊住居控股子公司。其中，海骊住居交割应收账款12,860.23万元，海骊住建交割应收账款137.89万元，合计12,998.12万元。

海骊住居及海骊住建应收账款交割及后续最终客户回款情况如下：

单位：万元

最终客户单位名称	金额	占比	最终客户回款时间
荣盛（徐州）房地产开发有限公司	2,614.27	20.11%	2018年8月-2019年4月
广州恒大材料设备有限公司	2,221.91	17.09%	2018年7月-2020年6月
青岛亿睿装饰工程有限公司	1,100.00	8.46%	2018年8月-2019年11月
深圳市龙城广场房地产开发有限公司	787.72	6.06%	2018年10月
深圳市九州房地产开发有限公司	659.82	5.08%	2019年8月
深圳市地铁集团有限公司	600.00	4.62%	2019年8月
深圳市聚龙湾投资发展有限公司	482.96	3.72%	2018年9月
广州市金仑房地产开发有限公司	456.74	3.51%	2018年8月-2020年3月
广州市万卓置业有限公司	300.00	2.31%	2019年1月
泉州市万科北峰房地产有限公司	296.79	2.28%	2019年8月-2019年12月
佛山市彩管置业有限公司	281.12	2.16%	2018年10月-2019年1月
广州市荣达家用电器有限公司	270.56	2.08%	2019年1月-2019年4月
西安万创置业有限公司	244.52	1.88%	2018年12月
广州花都雅展房地产开发有限公司	204.59	1.57%	2018年8月-2019年1月
深圳时代装饰股份有限公司	203.75	1.57%	2019年4月-2019年5月
东莞市新万房地产开发有限公司	200.00	1.54%	2019年8月
徐州鼎旭置业有限公司	194.31	1.49%	2020年3月-2020年6月
广州市万合房地产有限公司	183.94	1.42%	2018年8月-2020年6月
贵阳万科劲嘉房地产有限公司	166.40	1.28%	2020年6月
长沙市万科房地产开发有限公司	160.88	1.24%	2018年7月-2019年11月
其他公司	1,367.84	10.52%	2018年7月-2020年6月
合计	12,998.12	100.00%	



上述应收账款原为海骊住居、海骊住建前期执行业务形成，相关客户未变更合同约定及回款对象，因此，该等应收账款由最终客户回款至海骊住居、海骊住建，海骊住居和海骊住建与有屋智能对账后于 2018-2020 年陆续转付至有屋智能，截至 2020 年 6 月，海骊住居、海骊住建向有屋智能交割的应收账款已经全部清偿完毕，该等应收账款不存在减值情形。

（二）收购海骊住居、海骊住建存货后续销售情况

发行人于 2018 年 6 月收购海骊住居橱柜及定制家具资产不涉及存货，收购海骊住建橱柜及定制家具资产所涉存货为 1,457.07 万元的后续销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	合计
交割时存货后续转入成本金额	-	45.88	1,411.19	1,457.07
相关项目后续继续投入成本金额	-	49.27	2,624.19	2,673.47
小计	-	95.16	4,035.38	4,130.54
完工后确认收入	-	120.34	5,311.08	5,431.42

上述交割存货主要用于岳阳恒大南湖半岛橱柜项目、临汾恒大华府橱柜项目、兰州恒大山水城橱柜项目、太原恒大御景湾橱柜项目等，该等项目已于 2018 年 7 月至 2019 年 12 月期间全部完工确认收入，其中，交割当年（2018 年）存货销售的金额为 1,411.19 万元，占交割的存货总额的 96.85%，剩余的交割存货于 2019 年度销售完毕。上述交割存货对应项目完工后共确认收入 5,431.42 万元，项目盈利水平正常，交割存货不存在减值情形。

二、补充说明 2018 年 6 月收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产所涉人员和固定资产的具体情况，是否与海骊住居、海骊住建木门业务存在人员及固定资产重合情形，若是，请进一步说明分两次收购海骊住居橱柜及定制家具、木门业务的原因及合理性。

在公司收购前，海骊住居、海骊住建原先从事橱柜及定制家具业务时主要负责销售端业务，海骊住居与海骊住建两个主体自身不拥有橱柜及定制家具的生产厂房、生产设备，因此关于固定资产方面，海骊住居、海骊住建未拥有与橱柜及定制家具相关的厂房、



生产设备等固定资产，关于业务人员方面，海骊住居、海骊住建中主要是销售人员及少量设计人员，其中销售人员同时销售精装业务、橱柜及定制家具业务等，不存在单独销售橱柜及家具业务的人员。公司于 2018 年 6 月收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产时未收购固定资产与人员，主要原因是：（1）从收购操作性角度而言，收购前海骊住居及海骊住建未将橱柜及定制家具业务独立核算，人员和固定资产等经营资产也未在各业务之间明确区分，公司本次收购橱柜及定制家具资产时难以独立区分与橱柜家具业务相关的固定资产与人员；（2）从收购目的角度而言，由于海骊住居及海骊住建未拥有橱柜及定制家具相关的生产类固定资产，仅拥有如电脑、办公桌等办公类固定资产，公司认为该等办公类固定资产无收购必要；此外，海骊住居及海骊住建原先与橱柜业务相关的人员主要系销售和 design 人员，并且销售人员同时销售精装业务，而截至 2018 年 6 月底，公司的全资子公司有屋科技已拥有独立的团队能够进行橱柜及家具业务的设计与销售，公司认为不需要在本次收购中转移相关人员。因此，公司在本次收购时仅收购海骊住居和海骊住建橱柜及定制家具相关的应收账款、存货和应付账款，不涉及固定资产与人员转移。

在公司收购前，海骊住居、海骊住建从事木门业务时也主要负责销售端业务，海骊住居与海骊住建两个主体自身不拥有相关生产厂房、生产设备。海骊住居、海骊住建于 2017 年开始孵化木门业务，建立了独立的设计和销售人员团队，该等人员与其原先橱柜、家居业务的设计和销售人员不存在重合。为了进一步整改公司与控股股东的同业竞争问题，公司于 2020 年 6 月收购海骊住居、海骊住建木门业务，本次木门业务收购标的包括与木门相关的所有资产及木门业务人员。

综上，公司两次分别收购橱柜及定制家具资产、木门业务不存在人员及资产重合的情形。

三、补充说明两次收购完成后，海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具、木门业务相关人员、固定资产等经营资产是否已完全置入发行人。

公司于 2018 年 6 月收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具，鉴于海骊住居和海骊住建未拥有生产厂房、设备等生产类固定资产，并存在办公类固定资产和销售人员与其他业务混同且未在各业务之间明确区分的情况，因此本次收购橱柜及定制家具资产的



标的仅为海骊住居和海骊住建橱柜及定制家具相关的应收账款、存货和应付账款，不涉及固定资产与人员置入。

公司于 2020 年 6 月收购海骊住居、海骊住建木门业务，本次业务收购系整体收购木门业务，包括相关存货等经营资产、人员及销售渠道等。公司与海骊住居、海骊住建于 2020 年 6 月签订木门相关业务转让协议，协议约定：（1）海骊住居、海骊住建需在 2020 年 6 月 29 日前，将中天华资评报[2020]第 10524 号《资产评估报告》所涉及的木门业务转让标的全部移交给公司；（2）海骊住居、海骊住建木门业务相关人员待转让标的交割时同时转移至公司，公司与该等人员签署转移劳动合同。截至 2020 年 6 月，公司已与海骊住居、海骊住建签署《资产交割清单》，海骊住居及海骊住建将包括知识产权、技术诀窍、技术资料、业务运行系统、数据库、所有客户信息、业务渠道、档案资料等全部木门业务资产转移至公司，同时公司与共计 82 名木门业务相关人员签署了转移劳动合同，因此木门业务相关的人员与资产均已完全置入发行人。

除固定资产和人员外，海骊住居、海骊住建与发行人根据协议转让的知识产权主要是与木门业务相关的一种可调门套、一种门套结构、一种卫生间防火门和一种灭火型安全木门 4 项实用新型专利，技术诀窍和技术资料主要是与专利相关的研发、设计资料，相关约定主要目的是为了限制海骊住居、海骊住建继续运用资源从事木门相关业务。该等专利申请时间处于 2012 年至 2019 年期间，主要涉及门体、门套的设计，但是，由于木门设计理念日新月异，收购完成后，根据产品及业务发展需求，发行人未将该部分的知识产权和技术资料实际应用于自身产品中。

海骊住居、海骊住建从事木门业务，围绕销售为核心开展运营，主要模式是：由海骊住居、海骊住建取得客户的木门订单，根据客户的要求下发采购订单至供应商，由供应商进行生产，海骊住居、海骊住建向供应商采购木门成品后再销售给客户。在上述业务模式中，海骊住居、海骊住建主要从事销售业务，未进行生产制造，同时在向供应商采购产品时需要根据客户的要求对供应商生产中涉及的少量技术进行指导，因此海骊住居、海骊住建拥有少量的木门相关专利及技术资料，主要是满足客户需求，与其主要从事销售端业务不存在矛盾。

综上，两次收购完成后，海骊住居、海骊住建木门业务相关人员、资产已完全置入



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

发行人，橱柜及定制家具收购中不涉及人员及资产等经营资产的转移，海骊住居、海骊住建已经不再从事橱柜及定制家具、木门业务。

四、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师主要履行了如下核查程序：

1、取得并查验发行人收购海骊住居、海骊住建橱柜、定制家居资产转让合同及交割明细表；检查发行人与海骊住居和海骊住建对账表；抽样检查最终客户回款情况、海骊住居和海骊住建对发行人付款情况、交割存货的后续完工情况；

2、访谈公司管理层人员，了解两次收购的人员和资产交割情况，取得并查验发行人报告期内花名册；

3、取得并查验发行人收购海骊住居、海骊住建木门业务的转让协议与资产、人员交割名单，取得并查验相关交割人员劳动合同。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、有屋智能 2018 年 6 月收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产所涉应收账款已经全部收回，不存在减值情形；交割日所涉及存货已经陆续完成销售，项目盈利水平正常，不存在减值情形；

2、发行人 2018 年 6 月收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产与 2020 年 6 月收购海骊住居、海骊住建木门业务不存在人员及固定资产重合情形；

3、发行人对海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具的资产收购不涉及相关人员与固定资产，发行人收购海骊住居、海骊住建木门业务的相关人员与资产已完全置入发行人。

问题二：关于转让福汇家 100%股权

申报材料及审核问询显示：

（1）青岛中孚通过招投标程序、市场竞价后以 4,350 万元的价格中标取得福汇家 100%股权。根据北京中天华资产评估有限责任公司出具的中天华资评报字（2021）第



10657 号评估报告，以 2018 年 6 月 30 日为基准日，福汇家股东全部股东权益评估值为 4,219.27 万元，评估增值 2,577.08 万元，增值率为 156.93%。福汇家 2018 年 6 月转让时所持有的生产设备均为公司于 2017 年年底新投产的设备，预计年产能定制橱柜 6 万套、镜柜 12 万套，全线投入生产后预计相应年收入可达 1.2 亿至 1.5 亿元。

(2) 公司与青岛中孚签订的《股权转让协议》中对未来业务订单进行了意向性约定，主要内容为：公司承诺自福汇家股权交割之日起，公司向福汇家下总额不低于人民币 4.5 亿元的生产订单。公司同时承诺关于订单数量双方应友好协商，原则上公司每年向福汇家下达订单不低于人民币壹亿元且不超过人民币壹亿伍仟万元，如超过需福汇家确认。公司向福汇家下达的订单总额直至人民币肆亿伍仟万元完成为止。

(3) 报告期各期，福汇家实现营业收入 9,352.86 万元、16,114.45 万元、6,885.58 万元、3,398.28 万元，与北京中天华资产评估有限责任公司出具的中天华资评报字（2021）第 10657 号评估报告对福汇家的收入预测存在较大差距；其中对发行人销售金额分别为 4,623.59 万元、14,360.00 万元、4,117.04 万元、1,309.07 万元，未达《股权转让协议》中所意向性约定发行人原则上每年向福汇家下达订单不低于人民币壹亿元且不超过人民币壹亿伍仟万元的承诺。

请发行人：

(1) 补充说明青岛中孚的基本情况，青岛中孚及其主要股东与发行人是否存在关联关系，发行人转让福汇家 100% 股权所履行的招投标程序的具体过程。

(2) 进一步说明在自身产能不足的背景下，于 2018 年 6 月转让所持有的生产设备均为 2017 年年底新投产的福汇家 100% 股权的原因及合理性。

(3) 补充说明报告期内发行人向福汇家采购金额未达与青岛中孚签订的《股权转让协议》中意向性约定金额且青岛中孚未表示异议的原因及合理性，发行人与青岛中孚是否存在其他利益安排或潜在纠纷。

(4) 补充说明转让完成后福汇家实际经营状况与中天华资评报字（2021）第 10657 号评估报告中的预测情况是否存在重大差异，评估报告所采用的收益法估值是否合理，结合前述情况说明发行人股权转让价格的公允性。



请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述问题发表明确意见。

回复：

一、补充说明青岛中孚的基本情况，青岛中孚及其主要股东与发行人是否存在关联关系，发行人转让福汇家 100% 股权所履行的招投标程序的具体过程。

（一）补充说明青岛中孚的基本情况，青岛中孚及其主要股东与发行人是否存在关联关系

青岛中孚取得福汇家 100% 股权时，基本情况如下表所示：

公司名称	青岛中孚新型建材科技发展有限公司			
统一社会信用代码	91370281MA3CHDQA9X			
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）			
注册资本	380 万元			
法定代表人	姜吉术			
成立日期	2016 年 09 月			
住所	山东省青岛市胶州市九龙街道办事处云海路 2 号			
经营范围	新型建材技术研发、技术服务、技术咨询及技术转让，石英石、人造石（不含开采）生产与销售，整体橱柜和普通机械设备（不含特种设备）制造、安装、销售，经营本企业自产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）。（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）			
股东	序号	出资人	出资额（万元）	持股比例（%）
	1	张丽君	190.00	50.00
	2	姜吉术	190.00	50.00
	合计		380.00	100.00

注：自青岛中孚取得福汇家 100% 股权至本反馈意见回复出具之日，青岛中孚的股东结构未发生变化。

根据青岛中孚的基本情况及其出具的说明函，并经访谈确认，自青岛中孚取得福汇家 100% 股权至本反馈回复出具之日，青岛中孚及其主要股东与发行人之间不存在关联关系。

（二）发行人转让福汇家 100% 股权所履行的招投标程序的具体过程

2018 年 4 月，青岛福汇家智能家居科技有限公司（曾用名“青岛有屋智能家居设施



有限公司”，以下简称“福汇家”）召开股东会，同意通过招投标的方式转让福汇家 100% 的股权。

2018 年 5 月 23 日，福汇家通过邀标的方式发出《青岛有屋智能家居设施有限公司股权转让通告》（以下简称“《通告》”），以 4,000 万元的起始价征集购买福汇家 100% 股权的意向方。《通告》发出后，福汇家陆续收到青岛弘奥木业有限公司、青岛泰福家厨卫设施有限公司、青岛中孚新型建材科技发展有限公司的报名申请与报价。在沟通投标与报价的过程中，有意向方提出愿以更高的价格购买福汇家股权。在与上述三名意向方沟通后，福汇家将起始价提高到 4,200 万元，并于 2018 年 6 月 1 日发出《青岛有屋智能家居设施有限公司股权转让第二轮通告》（以下简称“《二轮通告》”），上述三名意向方又在 4,200 万元的基础上进行报价。在所有有效报价中，青岛中孚新型建材科技发展有限公司的报价最高，最终以 4,350 万元的价格中标。

青岛中孚新型建材科技发展有限公司中标后，有屋智能召开股东会审议通过将福汇家的股权以 4,350 万元的价格转让给青岛中孚新型建材科技发展有限公司。

二、进一步说明在自身产能不足的背景下，于 2018 年 6 月转让所持有的生产设备均为 2017 年年底新投产的福汇家 100% 股权的原因及合理性。

发行人设立福汇家时是将其作为生产大客户专供产品的工厂，以便满足大客户快速增长的订单需求并降低生产成本。福汇家于 2016 年 11 月成立，成立之初，福汇家无任何生产设备，发行人体系内也无闲置的设备，为尽快满足生产需要，福汇家便采取租赁土地及临时厂房并陆续采购新设备的方式进行生产。

随着房地产行业精装市场渗透率逐年提升，发行人大宗客户的订单增长迅速，2018 年年初，发行人认为福汇家的产能未来将无法满足不同客户订单的需求，拟对福汇家进行升级改造。但是，考虑到一方面福汇家厂房所在土地为胶州市政府（具体主体为青岛胶州湾发展集团有限公司）用地非公司自有，且厂房为过渡期临时厂房，福汇家未来存在不能继续使用土地及厂房的可能，进而给公司的生产经营带来不确定性风险；另一方面，发行人已计划在济阳规划新的智能制造工厂，设计产能较大，未来可为公司提供相当大的产能，同时，出售福汇家后，在市场化的原则下，其可继续为发行人提供 OEM 产品，既能满足公司订单生产需求，又能在一定程度上缓解公司生产经营资金压力。



经过综合考虑，公司认为保留福汇家或对其进行升级改造均已无必要，因此于 2018 年 6 月将福汇家 100% 股权通过招投标的方式转让给青岛中孚新型建材科技发展有限公司。

三、补充说明报告期内发行人向福汇家采购金额未达与青岛中孚签订的《股权转让协议》中意向性约定金额且青岛中孚未表示异议的原因及合理性，发行人与青岛中孚是否存在其他利益安排或潜在纠纷。

（一）补充说明报告期内发行人向福汇家采购金额未达与青岛中孚签订的《股权转让协议》中意向性约定金额且青岛中孚未表示异议的原因及合理性

2020 年上半年，公司向福汇家采购某重要客户的橱柜产品，福汇家出现多次拖延问题，招致客户不满，严重影响公司的客户信誉，因此公司自 2020 年下半年起向福汇家的采购额大幅减少。

上述问题出现后，公司及时与青岛中孚沟通，明确要求只有福汇家提高生产效率，满足交货验收要求，双方未来才有继续合作的可能。青岛中孚考虑到确实因为自身的原因对公司造成较大影响才导致订单量下降，业务订单仅为意向性约定，且未来提升供货效率后，在符合市场化安排的前提下，可继续与企业合作，便未对采购金额未达到《股权转让协议》中的约定表示异议。

（二）发行人与青岛中孚是否存在其他利益安排或潜在纠纷

截至本反馈意见回复出具之日，除发行人子公司有屋科技在与青岛中孚签订的《股权转让协议》中约定意向性采购金额外，发行人与青岛中孚之间不存在其他利益安排。双方均认可《股权转让协议》中采购金额约定仅为意向性约定，非强制性义务，且《股权转让协议》中未约定任何关于意向性采购金额的违约责任，因此，发行人与青岛中孚之间不存在潜在纠纷。

四、补充说明转让完成后福汇家实际经营状况与中天华资评报字〔2021〕第 10657 号评估报告中的预测情况是否存在重大差异，评估报告所采用的收益法估值是否合理，结合前述情况说明发行人股权转让价格的公允性。

（一）福汇家实际经营状况与评估报告中的预测情况差异情况及原因分析



1、2018 年 7-12 月预测值与实际经营情况差异情况及原因分析

单位：万元

项目名称	2018 年 7-12 月预测值	2018 年 7-12 月实际值	差异金额	差异原因分析
营业收入	5,670.00	6,432.49	762.49	预测数据相对谨慎，客户规模增长导致订单量高于预测值
减：营业成本	5,035.31	5,414.48	379.16	预测数据相对谨慎，客户规模增长导致订单量高于预测值
税金及附加	10.01	7.63	-2.38	本期进项税较多，故税金及附加低于预期
销售费用	361.77	326.11	-35.66	与预测值差异小于 10%
管理费用	54.80	628.41	573.60	股权转让完成后新股东将福汇家定位为综合发展的公司，而不只是工厂，招聘了较多管理人员，导致管理费用超出预测值
财务费用	-0.40	6.54	6.94	公司贷款经营形成财务费用-利息支出
资产减值损失				
加：公允价值变动收益				
投资收益				
营业利润	208.50	49.33	-159.17	主要受管理费用超出预期影响
加：营业外收入		21.32	21.32	营业外收入属于非经常项目，无法合理预测
减：营业外支出				
利润总额	208.50	70.65	-137.85	主要受管理费用超出预期影响
所得税费用	52.12	6.69	-45.44	利润总额未达到预期
净利润	156.37	63.97	-92.41	主要受管理费用超出预期影响

福汇家 2018 年 7-12 月实际经营状况与中天华资评报字（2021）第 10657 号评估报告中的预测情况不存在重大差异，其中股权转让完成后新股东将福汇家定位为综合发展的公司，而不只是工厂，招聘了较多管理人员，导致管理费用超出预测值。

2、2019 年度预测值与实际经营情况差异情况及原因分析

单位：万元

项目名称	2019 年预测值	2019 年实际值	差异金额	差异原因分析
营业收入	13,650.00	16,114.45	2,464.45	预测数据相对谨慎，客户规模增长导致订单量高于预测值
减：营业成本	12,285.00	14,151.81	1,866.81	预测数据相对谨慎，客户规模增长导致订单量高于预测值



项目名称	2019 年 预测值	2019 年 实际值	差异金额	差异原因分析
税金及附加	20.03	57.33	37.30	收入规模大于预测值影响相应税费
销售费用	723.54	763.74	40.20	收入规模大于预测值影响相应销售费用
管理费用	121.52	800.05	678.53	股权转让完成后新股东将福汇家定位为综合发展的公司，而不只是工厂，招聘了较多管理人员，导致管理费用超出预测值
财务费用	-0.96	97.41	98.37	公司贷款经营形成财务费用-利息支出
资产减值损失			-	
加：公允价值变动收益			-	
投资收益			-	
营业利润	500.87	244.10	-256.77	主要受管理费用超出预期影响
加：营业外收入		27.56	27.56	营业外收入属于非经常项目，无法合理预测
减：营业外支出		24.36	24.36	营业外支出属于非经常项目，无法合理预测
利润总额	500.87	247.30	-253.57	主要受管理费用超出预期影响
所得税费用	125.22	46.00	-79.22	利润总额未达到预期
净利润	375.66	201.30	-174.36	主要受管理费用超出预期影响

福汇家 2019 年度实际经营状况与中天华资评报字〔2021〕第 10657 号评估报告中的预测情况不存在重大差异，其中股权转让完成后新股东将福汇家定位为综合发展的公司，而不只是工厂，招聘了较多管理人员，导致管理费用超出预测值。

3、2020 年度预测值与实际经营情况差异情况及原因分析

单位：万元

项目名称	2020 年 预测值	2020 年 实际值	差异金额	差异原因分析
营业收入	16,100.00	6,885.58	-9,214.42	多次延迟交货导致客户不满，客户下单量减少，因此业务规模未达到预期
减：营业成本	14,490.00	6,017.56	-8,472.44	多次延迟交货导致客户不满，客户下单量减少，因此业务规模未达到预期
税金及附加	22.88	8.33	-14.55	收入未达到预期影响相应税费
销售费用	510.90	358.76	-152.14	收入未达到预期影响销售费用
管理费用	134.08	807.82	673.74	股权转让完成后新股东将福汇家定位为综合发展的公司，而不只是工厂，招聘了较多管理人员，导致管理费用超出预测值
财务费用	-1.14	84.16	85.30	公司贷款经营形成财务费用-利息支出



项目名称	2020 年 预测值	2020 年 实际值	差异金额	差异原因分析
资产减值损失		-	-	
加：公允价值变动收益		-	-	
投资收益		-	-	
营业利润	943.27	-391.05	-1,334.32	主要受收入规模未达到预期和管理费用超出预期影响
加：营业外收入		432.49	432.49	营业外收入属于非经常项目，无法合理预测
减：营业外支出		11.62	11.62	营业外支出属于非经常项目，无法合理预测
利润总额	943.27	29.82	-913.45	主要受收入规模未达到预期和管理费用超出预期影响
所得税费用	235.82	-	-235.82	利润总额未达到预期影响
净利润	707.46	29.82	-677.64	主要受收入规模未达到预期和管理费用超出预期影响

福汇家 2020 年度实际经营状况与中天华资评报字〔2021〕第 10657 号评估报告中的预测情况存在一定差异，主要系福汇家多次延迟交货导致客户不满，客户下单量减少，因此业务规模未达到预期，另外新股东将福汇家定位为综合发展的公司，而不只是工厂，招聘了较多管理人员，导致管理费用超出预测值。

（二）评估报告采用的收益法估值作为最终评估结论的合理性

1、追溯评估基本原则和考虑的情况

目前行业内，对于追溯评估项目，追溯评估基准日至报告日期间数据如何选取尚无统一定论，行业中也无具体规范或准则要求。从理论讲，真实经济行为发生在追溯评估基准日，追溯评估应该是站在追溯评估基准日的时点，以当时宏观环境、行业现状、企业经营状况为基础结合行业发展趋势，对未来进行的预测，从而客观反映追溯评估基准日时点标的公司市场价值，表达交易双方对当时交易价值的预期。评估过程中对于追溯评估基准日时点可以预见的预判的信息，可以合理在盈利预测中适当体现，对于追溯评估基准日时点不可以预见的信息，如疫情的突发、后期管理团队变更导致的管理效率降低等，理论上不应纳入预测体系内。

（1）所处宏观环境、行业状况



2017 年全国 GDP 总量为 820,754 亿元，较上年增长 6.8%，全年全国居民人均可支配收入 28,228 元，比上年增长 8.7%，全年全国居民人均消费支出 19,853 元，比上年增长 8.4%，得益于城镇化率的不断推进，人均可支配收入不断提升，房地产市场如火如荼，2010 年至 2017 年定制家具行业平均增速超 20%。考虑到当时整体定制家具在家居行业的渗透率为 30%，对比美国、韩国等发达国家 60-70% 的渗透率，仍处于较低水平，有较大的提升空间，标的公司未来发展前景广阔。

(2) 标的公司追溯评估基准日经营现状

福汇家成立于 2016 年底，主要经营橱柜生产加工业务，2017 年开始进行产线的建设与投放，并陆续进行生产并确认收入。由于前期成立时间较短，订单未饱和，产能富余空间较大。

本次追溯评估，站在当时时点，基于行业快速发展的前提下，结合企业在手订单、现有产能情况，在国家现行的有关法律法规及政策、国家宏观经济形势、政治和社会环境无重大变化，企业经营者是负责的，并且公司管理层有能力担当其职务的假设基础上进行的预测，对于基准日时点无法预判的事项未纳入本次盈利预测中。符合追溯评估理论要求及行业习惯，同时与当时企业价值内涵一致。

2、评估报告采用的收益法估值作为最终评估结论的合理性

资产基础法主要基于企业财务报表上的显性资产及负债为基础进行，不能完全反映企业拥有人力资源、企业管理、技术经验等等对公司收益形成贡献的价值，造成资产基础法与收益法评估结果差异较大。

收益法是通过将企业未来收益折算为现值确定资产价值的一种评估方法。收益法的评估技术思路较好地体现了资产的“预期原则”，其未来收益现值能反映企业占有的各项资源对企业价值的贡献，使评估过程能够全面反映企业的获利能力和增长能力，能将企业拥有的各项有形和无形资产及盈利能力等都反映在评估结果中，从而使评估结果较为公允；同时从投资的角度出发，一个企业的价值是由企业的获利能力所决定的，股权投资的回报是通过取得权益报酬实现的，股东权益报酬是股权定价的基础。

根据评估师对被评估单位的企业性质、资产规模、历史经营情况了解，结合对管理



层的访谈，在追溯评估基准日企业具备较为完善的经营规划，未来持续经营能力和风险可量化，具备可采用收益法进行评估的基础。

形成评估增值原因为福汇家从事橱柜业务设计、生产、销售业务，截至追溯评估基准日企业生产线刚刚投产，产能尚未释放，同时业务订单相对稳定可靠，具有较强的获利能力和成长性。收益法估值中涵盖了未能合理量化的人力资源、企业管理、技术经验的优势导致评估增值，符合企业基准日客观情况，评估增值具备合理性。

综上分析，本次评估目的为非关联方之间转让股权的作价公允性验证，收益法评估结果更能公允反映福汇家的股东全部权益价值，评估报告采用的收益法估值作为最终评估结论具有合理性。

（三）发行人股权转让价格的公允性

股权转让完成后，福汇家 2019 年度实际经营状况与中天华资评报字(2021)第 10657 号评估报告中的预测情况不存在重大差异，2020 年度实际经营状况与中天华资评报字(2021)第 10657 号评估报告中的预测情况存在一定差异，主要系福汇家多次延迟交货导致客户不满，客户下单量减少，因此业务规模未达到预期影响。评估报告所采用的评估依据、评估假设和评估方法合理，采用收益法估值作为最终评估结论具有合理性。发行人转让福汇家股权时参与招投标的各方报价与评估报告确认的股东全部权益价值不存在重大差异，说明发行人的股权转让价格获得了市场的认可，发行人股权转让价格具备公允性。

五、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师主要履行了如下核查程序：

1、取得并查验青岛中孚的工商档案，通过企查查、国家企业信用信息公示系统核查青岛中孚的企业公示信息；取得青岛中孚、发行人出具的青岛中孚及其股东与发行人不存在关联关系的说明函；

2、取得并查验福汇家 100%股权转让的招投标资料以及股权转让协议、福汇家及发行人针对福汇家 100%股权转让履行的内部决策文件；



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

3、访谈青岛中孚、青岛泰福家厨卫设施有限公司、青岛弘奥木业有限公司相关负责人，了解福汇家 100%股权招投标相关事宜；

4、访谈福汇家厂房所在地的土地所有权人青岛胶州湾发展集团有限公司，了解该处土地及厂房的产权及出租情况；

5、取得发行人及青岛中孚针对未完成《股权转让协议》中意向性约定但青岛中孚未表示异议及双方不存在其他利益安排或潜在纠纷的说明函；

6、获取股权转让后福汇家实际经营情况与预测情况对比表，分析差异原因合理性；获取评估报告，分析评估报告采用的评估依据、评估假设和评估方法合理性，判断评估报告采用收益法估值作为最终评估结论是否具有合理性；结合评估报告、招投标资料以及股权转让协议判断股权转让价格公允性。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、青岛中孚及其主要股东与发行人之间不存在关联关系，发行人转让福汇家股权已履行内部审议及招投标程序；

2、福汇家成立时，为尽快满足生产需要，福汇家便采用租赁土地及临时厂房并陆续采购新设备的方式进行生产。后因租赁的厂房及土地非公司自有，且已计划在济阳规划新的智能制造工厂，出售福汇家后，在市场化的原则下可继续为发行人提供 OEM 产品，既能满足公司订单生产需求，又能缓解公司生产经营资金压力，因而公司将福汇家 100%股权转让。因此，转让福汇家 100%股权具备合理性；

3、发行人与青岛中孚签订的《股权转让协议》中的约定金额仅为意向性约定非强制性义务，且报告期内发行人向福汇家采购金额未达到约定金额系因福汇家供货效率较低所致，未来提高生产效率，在符合市场化安排的前提下可继续与企业合作，因此青岛中孚未对采购金额未达到《股权转让协议》中的约定表示异议，上述原因具有合理性。除上述情况外，发行人与青岛中孚之间不存在其他利益安排或潜在纠纷；

4、福汇家 2018 年 7-12 月实际经营状况与中天华资评报字〔2021〕第 10657 号评估报告中的预测情况不存在重大差异，福汇家 2019 年度实际经营状况与中天华资评报



字〔2021〕第 10657 号评估报告中的预测情况不存在重大差异，2020 年度实际经营状况与评估报告中的预测情况存在一定差异，主要系福汇家多次延迟交货导致客户不满，客户下单量减少，因此业务规模未达到预期；评估报告采用收益法估值作为最终评估结论具有合理性，发行人股权转让价格具备公允性。

问题三：关于转让海创全屋 80%股权

申报材料及审核问询显示：

（1）2019 年 11 月，发行人子公司海尔全屋向海创全屋转让其与原橱柜、衣柜业务相关的机器人员、采购供应商及相关配套资源等固定资产及配套资产，转让价格为人民币 3,625.43 万元（含税）。以 2019 年 11 月 2 日为评估基准日，经资产基础法评估，海尔全屋的固定资产账面净值为 27,960,420.24 元，评估价值为 31,874,819.69 元。同时约定海尔全屋将其与原橱柜、衣柜等生产业务相关的存货转让给海创全屋，转让价格为 3,879.53 万元，该部分存货转让价格系账面价值。

（2）2019 年 11 月 17 日，海尔全屋将其持有的海创全屋 80%股权转让青岛顺泰智能家居有限公司，该等股权转让对价为 3,400.00 万元。根据《青岛海尔全屋家居有限公司股权转让所涉及青岛海创全屋家居有限公司股东全部权益价值追溯性评估项目资产评估报告》，海创全屋在评估基准日 2019 年 10 月 31 日的净资产账面值（合并口径）为 0.00 万元，采用收益法评估后的股东全部权益资本价值为 4,251.05 万元，评估增值 4,251.05 万元。

（3）2019、2020 年及 2021 年上半年度，海创全屋对发行人的收入金额占其收入的分别为 95.74%、99.25%和 95.36%，报告期内，海创全屋仅为发行人提供 OEM 产品。

请发行人：

（1）补充说明青岛顺泰的基本情况，青岛顺泰及其主要股东与发行人是否存在关联关系，发行人转让海创全屋 80%股权是否履行相关招投标程序，交易相关对价的支付情况。

（2）补充说明海尔全屋向海创全屋转让其与原橱柜、衣柜业务相关的机器人员、



采购供应商及相关配套资源等固定资产及配套资产时采用资产基础法评估，而向青岛顺泰转让海创全屋 80% 股权时采用收益法评估的原因及合理性。

(3) 补充说明海尔全屋向青岛顺泰转让海创全屋 80% 股权时是否针对未来发行人向海创全屋采购 OEM 产品的数量及金额做出承诺及业绩补偿约定，如是，请说明具体内容。

(4) 结合股权转让完成后海创全屋的董事、高管的构成及提名人情况，说明发行人是否仍实际控制海创全屋的生产经营。

请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述问题发表明确意见。

回复：

一、补充说明青岛顺泰的基本情况，青岛顺泰及其主要股东与发行人是否存在关联关系，发行人转让海创全屋 80% 股权是否履行相关招投标程序，交易相关对价的支付情况。

(一) 补充说明青岛顺泰的基本情况，青岛顺泰及其主要股东与发行人是否存在关联关系

青岛顺泰受让海创全屋 80% 股权时基本情况如下表所示：

公司名称	青岛顺泰智能家居有限公司			
统一社会信用代码	91370281MA3R1BG8XK			
类型	有限责任公司（自然人独资）			
注册资本	1,000 万元			
法定代表人	刘建农			
成立日期	2019 年 11 月			
住所	山东省青岛市胶州市经济技术开发区汾河路 6-11 号			
经营范围	生产、销售：镜框、相框、家饰制品、木制品、玻璃制品、塑料制品（不含一次性发泡塑料制品和超薄塑料袋）、金属家具设计、制造、销售及技术服务，产品的批发、安装及售后服务，经营本企业自产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务。（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）			
股东	序号	出资人	出资额（万元）	持股比例（%）
	1	刘建农	1,000.00	100.00



	合计	1,000.00	100.00
--	----	----------	--------

注：自青岛顺泰受让海创全屋 80%股权至本反馈意见回复出具之日，青岛顺泰的股东未发生变化。

根据青岛顺泰基本情况及其出具的说明函，并经访谈确认，自青岛顺泰受让海创全屋 80%股权时至本反馈回复出具之日，青岛顺泰及其主要股东与发行人不存在关联关系。

（二）发行人转让海创全屋 80%股权是否履行相关招投标程序，交易相关对价的支付情况

1、发行人转让海创全屋 80%股权是否履行相关招投标程序

2019 年 11 月，海尔全屋拟将海创全屋 80%股权转让，青岛顺泰的实际控制人刘建农得知该消息后，有意受让海创全屋的股权，便主动与海尔全屋磋商股权转让事宜，经过多次沟通，海尔全屋与刘建农就转让价格达成一致。考虑到未来海创全屋还可继续为发行人提供 OEM 产品，而刘建农从事家居行业多年，具有丰富的家居企业管理经验，能够保证 OEM 产品的质量，发行人便决定将海创全屋 80%的股权转让给刘建农投资设立的青岛顺泰，而未采取招投标的方式。

2、交易相关对价的支付情况

2019 年 11 月 17 日，海尔全屋与青岛顺泰签订《关于青岛海创全屋家居有限公司之股权转让协议》，将海创全屋 80%的股权以 3,400 万元的价格转让给青岛顺泰。该等股权转让款采取分期支付的方式，具体支付情况如下表所示：

股权转让款	支付日期
首笔 700 万元股权转让款	2019 年 12 月 13 日
第二笔 1,000 万元股权转让款	2019 年 12 月 18 日
第三笔 800 万元股权转让款	2020 年 6 月 29 日
最后一笔 900 万元股权转让款	2021 年 4 月 30 日

截至 2021 年 4 月 30 日，顺泰智能青岛顺泰已支付完毕全部股权转让款。

二、补充说明海尔全屋向海创全屋转让其与原橱柜、衣柜业务相关的机器人员、采购供应商及相关配套资源等固定资产及配套资产时采用资产基础法评估，而向青岛顺泰转让海创全屋 80%股权时采用收益法评估的原因及合理性。



海尔全屋向海创全屋转让资产时采用资产基础法评估，而向青岛顺泰转让海创全屋 80% 股权时采用收益法评估，主要原因为两次转让的交易对手方身份不同，资产转让为母公司对全资子公司转让资产，通常应采用账面价值作为作价依据；股权转让为海尔全屋对无关联第三方转让股权，通常应采用公允价值作为作价依据。

（一）海尔全屋向海创全屋转让资产时采用资产基础法评估原因及合理性

2019 年 11 月，海尔全屋与海创全屋签订《资产购买协议》及《补充协议》，约定海尔全屋将其与原橱柜、衣柜业务相关的机器、人员、采购供应商及相关配套资源等固定资产及配套资产转让给海创全屋，转让价格为人民币 3,625.43 万元（含税）；约定海尔全屋将其与原橱柜、衣柜等生产业务相关的存货转让给海创全屋，转让价格为 3,879.53 万元。上述固定资产及配套资产的价格系双方根据“评估值+税费”价格协商确定，青岛瑞泽资产评估事务所（普通合伙）出具《青岛海尔全屋家居有限公司拟对外投资涉及其固定资产价值评估报告》（青瑞评报字[2019]第 1013 号）：以 2019 年 11 月 2 日为评估基准日，经资产基础法评估，海尔全屋的固定资产账面净值为 27,960,420.24 元，评估价值为 31,874,819.69 元。

上述资产转让时海创全屋为海尔全屋全资子公司，转让的目的为了实现集团内资产的统一调拨整合，海尔全屋向海创全屋转让资产时同时确认应收对价，不会影响海创全屋净资产的价值。评估时只需要考虑相关实物资产的实际市场价值，无需涵盖客户资源、人力资源、企业管理、技术经验等附加价值因素，因此采用资产基础法评估是合理的。

（二）海尔全屋向青岛顺泰转让海创全屋 80% 股权时采用收益法评估的原因及合理性

资产基础法主要基于企业财务报表上的显性资产及负债为基础进行，不能完全反映企业拥有人力资源、企业管理、技术经验等对公司收益形成贡献的价值，造成资产基础法与收益法评估结果差异较大。评估基准日海创全屋账面存在与橱柜、衣柜业务相关的固定资产及存货，同时存在自海尔全屋取得上述资产相关的负债，实际净资产为 0。评估师针对海创全屋基准日股东全部权益价值分别采用资产基础法和收益法进行了评估，资产基础法评估结果为 111.38 万元。与收益法评估结果 4,251.05 万元存在较大差异。

收益法是通过将企业未来收益折算为现值确定资产价值的一种评估方法。收益法的



评估技术思路较好地体现了资产的“预期原则”，其未来收益现值能反映企业占有的各项资源对企业价值的贡献，使评估过程能够全面反映企业的获利能力和增长能力，能将企业拥有的各项有形和无形资产及盈利能力等都反映在评估结果中，从而使评估结果较为公允；同时从投资的角度出发，一个企业的价值是由企业的获利能力所决定的，股权投资的回报是通过取得权益报酬实现的，股东权益报酬是股权定价的基础。

根据评估师对被评估单位的企业性质、资产规模、历史经营情况了解，结合对管理层的访谈，在评估基准日企业具备较为完善的经营规划，未来持续经营能力和风险可量化，具备可采用收益法进行评估的基础。

形成评估增值原因为海创全屋从事橱柜、衣柜业务设计、生产、销售业务，业务订单相对稳定可靠，具有较强的获利能力和成长性。收益法估值中涵盖了未能合理量化的人力资源、企业管理、技术经验等的优势导致评估增值，符合企业基准日客观情况，评估增值具备合理性。

转让标的海创全屋股权价值中除了包含财务报表上的显性资产及负债价值外，还应包括人力资源、企业管理、技术经验等附加价值因素，因此采用收益法评估值作为最终的评估结论是合理的。

三、补充说明海尔全屋向青岛顺泰转让海创全屋 80%股权时是否针对未来发行人向海创全屋采购 OEM 产品的数量及金额做出承诺及业绩补偿约定，如是，请说明具体内容。

海尔全屋将海创全屋 80%股权转让给青岛顺泰时，未针对未来发行人向海创全屋采购 OEM 产品的数量及金额做出任何承诺及业绩补偿约定。

四、结合股权转让完成后海创全屋的董事、高管的构成及提名人情况，说明发行人是否仍实际控制海创全屋的生产经营。

2019 年 12 月，海创全屋 80%股权转让完成后，原海尔全屋委派的董事、高管均不再继续任职，青岛顺泰重新提名并任命了董事及高管。具体情况如下表所示：

姓名	职务	提名人	是否与发行人有关联关系
刘建农	董事长兼经理	青岛顺泰	否



杨平	董事	青岛顺泰	否
沙松松	董事	青岛顺泰	否
陈亚琪	财务负责人	青岛顺泰	否

注：自青岛顺泰受让海创全屋股权之日起至本反馈意见回复出具之日，青岛顺泰的上述董事、经理未发生变化，财务负责人虽有变化，但均与发行人无关联关系。

截至本反馈意见回复出具之日，海尔全屋仅持有海创全屋 20%的股权，其余 80%的股权均由青岛顺泰持有，且原海尔全屋委派的董事、高管均不再继续任职，海创全屋现任全部董事、高管均由青岛顺泰提名和任命，因此发行人已不再实际控制海创全屋的生产经营。

五、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师主要履行了如下核查程序：

1、取得并查验青岛顺泰的工商档案、公司章程，通过企查查、国家企业信用信息公示系统核查青岛顺泰的企业公示信息；取得发行人与青岛顺泰及其主要股东不存在关联关系的说明；

2、取得并查验海尔全屋与青岛顺泰智能家居有限公司签订的《关于青岛海创全屋智能家居有限公司之股权转让协议》、股权转让价款支付凭证；

3、访谈发行人负责人及青岛顺泰实际控制人刘建农，了解转让海创全屋的背景及原因；取得并查验发行人及青岛顺泰关于转让海创全屋股权的相关说明；

4、查询海创全屋最新的董高名单，并与发行人关联方清单及员工名册比对，确认该等人员不属于发行人所委派；

5、取得并查验转让资产和股权时的评估报告，与管理层讨论分析两次评估分别采用资产基础法和收益法评估值作为最终评估结论的合理性。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、青岛顺泰及其主要股东与发行人之间不存在关联关系，发行人转让海创全屋 80%



股权未履行招投标程序，全部股权转让款已于 2021 年 4 月 30 日支付完毕；

2、海尔全屋向海创全屋转让其与原橱柜、衣柜业务相关的机器、人员、采购供应商及相关配套资源等固定资产及配套资产时海创全屋为海尔全屋全资子公司，转让的目的为了实现集团内资产的统一调拨整合，故采用资产基础法评估是合理的。青岛顺泰与发行人不存在关联方关系，评估海创全屋股权价值的目的为非关联方之间转让股权的作价公允性验证，转让标的海创全屋股权价值中除了包含财务报表上的显性资产及负债价值外，还应包括人力资源、企业管理、技术经验等附加价值因素，因此采用收益法评估值作为最终的评估结论是合理的；

3、海尔全屋将海创全屋 80%股权转让给青岛顺泰时，未针对未来有屋智能及其子公司向海创全屋采购 OEM 产品的数量及金额做出任何承诺及业绩补偿约定；

4、海尔全屋将海创全屋 80%股权转让给青岛顺泰后，原海尔全屋委派的董事、高管均不再继续任职，海创全屋现任全部董事、高管均由青岛顺泰提名和任命，发行人已不再实际控制海创全屋的生产经营。

问题四：关于关联交易

申报材料及审核问询显示：

（1）发行人向福汇家和海创全屋采购 OEM 产品中，对于恒大订单产品的 OEM 产品，发行人按照“成本”加成的方式对福汇家和海创全屋的产品进行定价。转让前后，发行人向福汇家和海创全屋采购 OEM 产品的定价方式及“加成比例”（价格系数）保持一致。

（2）对于非恒大订单产品，公司通过比价的形式筛选可下单的 OEM 工厂进行生产。福汇家和海创全屋的单项原材料或重要工序的单价定价相同。同时对参与报价的其他厂商包括寿光市富士木业有限公司、青岛和亨源木业有限公司、山东安信木业有限公司、山东科林蒂森家居有限公司、寿光市荣安木业有限公司的产品价格与海创全屋、福汇家同类型产品价格进行比对，福汇家和海创全屋的大部分定价与其他厂商报价基本相当。

请发行人：



(1) 补充说明转让前后发行人向福汇家和海创全屋采购 OEM 产品的定价方式及“加成比例”（价格系数）保持一致的原因及合理性，公允性，转让完成后福汇家和海创全屋是否具有自主定价权。

(2) 补充说明报告期各期发行人针对非恒大订单产品所下单的 OEM 供应商的具体情况，包括采购数量、金额、占比以及单项原材料或重要工序的单价情况，福汇家和海创全屋的单项原材料或重要工序的单价与其他非关联 OEM 供应商是否存在明显差异。

(3) 补充说明报告期内福汇家和海创全屋向发行人销售 OEM 产品的毛利率水平是否符合行业普遍情况。

请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述问题发表明确意见。

回复：

一、补充说明转让前后发行人向福汇家和海创全屋采购 OEM 产品的定价方式及“加成比例”（价格系数）保持一致的原因及合理性，公允性，转让完成后福汇家和海创全屋是否具有自主定价权。

(一) 转让前后发行人向福汇家和海创全屋采购 OEM 产品的定价方式及“加成比例”（价格系数）保持一致的原因及合理性、转让完成后福汇家和海创全屋是否具有自主定价权

1、转让前定价模式的合理性和公允性

2018 年 6 月之前，海骊住居和海骊住建从事橱柜和定制家具的研发和销售，终端客户主要为恒大等大宗业务客户。由于其无生产工厂，产品的生产环节主要委托给外部供应商进行。福汇家转让前为有屋科技的子公司，即胶州工厂，负责生产橱柜、家具产品；海创全屋橱柜、衣柜业务等相关资产自海尔全屋的黄岛工厂受让而得，转让前，黄岛工厂负责生产橱柜、家具产品。对于大宗业务订单，福汇家和黄岛工厂（海尔全屋）除向部分终端大宗客户直接销售外，主要向海骊住居、海骊住建、有屋科技提供橱柜和定制家具产品，进而销售给恒大和其他大宗终端客户。

针对恒大订单产品，福汇家、海尔全屋与海骊住居、海骊住建和有屋科技的橱柜和



镜柜结算方式为：按照公司生产系统中所维护的各原材料的标准采购成本为基础，乘以一定的价格系数。海尔全屋的结算价格为生产系统中的原材料标准成本*价格系数，具体的加成比例（价格系数）已豁免披露。

福汇家和海尔全屋转让前，生产方福汇家、海尔全屋及采购方海骊住居、海骊住建虽为关联方，但作为独立的子公司，公司对其经营状况均有考核，因此，购销双方基于各自的毛利空间，同时参照市场对恒大产品定价模式和“加成比例”（价格系数）进行协商确定，购销双方具备独立性，定价具备合理性和公允性。

2、转让后延续定价模式的原因及合理性

转让后，定价模式的延续和“加成比例”（价格系数）的确定主要基于公司对恒大订单产品的成本管控、市场销售价格的把握和福汇家、海创全屋对产品的生产难度、订单规模，自身生产能力、毛利空间等因素的综合考虑，经过双方谈判、协商而定。

（1）公司历史生产经验提供价格依据

2018年6月，公司因向海骊住居、海骊住建收购海骊住居、海骊住建橱柜及定制家具资产，进而承接恒大订单。由于恒大产品系列一直延续，客户对产品的风格、设计需求较为稳定；部分新产品的升级也是在原有产品的基础上进行，生产流程较为固定；同时，恒大产品的标准化程度相对较高。因此，历史的生产经验使得公司对恒大订单产品的生产流程、成本结构、毛利空间等较为了解，为与福汇家、海创全屋的定价谈判提供了合理的价格依据。

（2）福汇家和海创全屋是否具有自主定价权

转让完成后，福汇家和海创全屋综合考虑恒大产品加工难度、生产成本、订单规模及生产效率等因素，并根据工厂设备的运营情况、产能、运营管理经验，在保障自身利益和未来发展的情况下，与公司协商谈判确定沿用原来的定价模式。定价模型中的“加成比例”（价格系数）系福汇家和海创全屋根据自身生产情况，并结合历史定价模式、考虑各自的毛利率空间，经过商业谈判确定，交易具有独立性，定价具备公允性。

此外，除向公司提供OEM产品外，福汇家和海创全屋同时为其他客户生产橱柜相关产品，其选择客户具备独立性。



因此，福汇家和海创全屋与公司的交易具备独立性，其具有自主定价权。

（3）“加成比例”（价格系数）动态调整机制

转让前后，公司与福汇家、海创全屋沿用原来的定价方式，但定价模型中的“加成比例”（价格系数）并非一直保持不变，而是在后续生产过程中，双方根据产品的生产流程、加工难度、生产成本、订单规模及市场竞争的变化情况进行重新协商、适时调整。报告期内，2018年7月至2019年11月，公司向福汇家采购的橱柜和镜柜一般产品的结算系数与转让前保持不变，但由于恒大订单新增的部分产品加工难度比之前订单要高，因此对于该部分产品的结算价格增加一定的难度系数；2019年12月，考虑到销售市场的变化，公司为提升恒大订单的价格竞争力，经与福汇家协商，对部分产品的结算价格进行了调整，在原来价格系数（含税）的基础上进行下调。

具体的难度系数和下调幅度已申请豁免披露。

综上，转让前后公司向福汇家和海创全屋采购 OEM 产品的定价方式保持一致、“加成比例”（价格系数）的动态调整是双方根据实际生产和销售情况，并结合历史定价模式、各自的毛利率空间，经过商业谈判确定，交易双方相互独立，并自主决策。该定价模式有利于提高工厂效率，也便于公司对恒大订单产品的成本管控，具备合理性。

（二）公允性分析

通过对公司2018年至2021年1-6月向福汇家和海创全屋采购的恒大订单产品金额，采用分层抽样的方式，按照非恒大订单的结算模式进行模拟测算，即将恒大订单产品生产流程拆解为各生产工序，并按照福汇家和海创全屋非恒大订单的各工序加工费单价确定加工费；将恒大订单产品所需的各原材料进行拆解，并按照公司生产系统中所维护的材料采购价格确定材料成本；同时，按照不同的运输距离测算运费。上述成本之和为按照非恒大订单模式模拟测算的订单采购价格，将其与实际按照恒大订单价格系数结算的采购金额进行对比，总体差异率均在3%以内，差异较小，因此公司向福汇家和海创全屋采购的恒大订单产品定价具备公允性。

选取样本订单的具体抽样方法和模拟测算具体过程已申请豁免披露。

二、补充说明报告期各期发行人针对非恒大订单产品所下单的 OEM 供应商的具体



情况，包括采购数量、金额、占比以及单项原材料或重要工序的单价情况，福汇家和海创全屋的单项原材料或重要工序的单价与其他非关联 OEM 供应商是否存在明显差异。

（一）报告期各期发行人针对非恒大订单产品所下单的 OEM 供应商的具体情况，包括采购数量、金额、占比以及单项原材料或重要工序的单价情况

报告期内，对于整体橱柜和定制家具产品，只有福汇家和海创全屋两家 OEM 厂商为公司提供相关产品。对于 OEM 厂商的选取，公司通过对 OEM 厂商的报价、生产能力、产品质量等因素进行比选的方式筛选 OEM 工厂进行生产。报告期内，多家供应商参与报价、竞价，综合考虑竞价情况、工厂生产线的成熟度、加工成本、订单产品质量的稳定性等因素，公司选择福汇家和海创全屋作为发行人的 OEM 厂商。

报告期内，公司针对非恒大订单产品向福汇家和海创全屋采购的具体情况如下：

单位：套、万元/套、万元、%

OEM 厂商	2021 年 1-6 月				2020 年				2019 年			
	数量	单价	金额	占比	数量	单价	金额	占比	数量	单价	金额	占比
福汇家	2,005	0.11	220.88	1.45	2,917	0.21	608.03	2.56	663	0.24	161.56	4.85
海创全屋	86,235	0.17	15,031.13	98.55	120,420	0.19	23,100.52	97.44	18,392	0.17	3,166.30	95.15
合计	88,240		15,252.01	100.00	123,337		23,708.55	100.00	19,055		3,327.86	100.00

注：2018 年福汇家转出后未承接非恒大订单产品的生产

（二）福汇家和海创全屋的单项原材料或重要工序的单价与其他非关联 OEM 供应商是否存在明显差异

报告期内，福汇家和海创全屋为公司橱柜及定制家具产品的 OEM 厂商。但其他厂商包括寿光市富士木业有限公司、青岛和亨源木业有限公司、山东安信木业有限公司、山东科林蒂森家居有限公司、寿光市荣安木业有限公司等参与了公司 OEM 厂商的比选。

对于非恒大订单，公司与 OEM 厂商的结算价格为公司生产系统中（SAP 系统）中所维护的原材料成本及部分外购零部件的成本加上各厂商的加工费。

针对生产过程中所使用的重要原材料成本，公司按照生产系统中（SAP 系统）实时维护的各原材料的平均采购价格与工厂进行结算。



针对加工费，福汇家、海创全屋及其他厂商对生产过程中的重要工序的单价进行报价、参与比选。其中，福汇家和海创全屋重要工序的单价相同。

公司外购 OEM 产品的成本构成中，16MM 和 18MM 橱柜柜体的加工成本占比约 90%，为重要生产工序。报告期内，福汇家、海创全屋与其他厂商包括寿光市富士木业有限公司、青岛和亨源木业有限公司、山东安信木业有限公司、山东科林蒂森家居有限公司、寿光市荣安木业有限公司重要生产工序的价格进行竞比，福汇家和海创全屋对 16MM 和 18MM 橱柜柜体的工序单价略低于其他厂商报价或基本相当；对于其他成本占比较小的工序，福汇家和海创全屋的工序单价与其厂商报价相比，上下均有浮动，但基本上不存在明显差异。因此，选择福汇家和海创全屋作为 OEM 厂商具备合理性和公允性。

福汇家、海创全屋与其他厂商针对重要工序的报价已申请豁免披露。

三、补充说明报告期内福汇家和海创全屋向发行人销售 OEM 产品的毛利率水平是否符合行业普遍情况。

（一）报告期内福汇家和海创全屋向发行人销售的毛利率情况

报告期内，福汇家和海创全屋向发行人销售的毛利率已豁免披露。

（二）同行业可比公司毛利率情况

福汇家和海创全屋为从事木质橱柜、家具生产的工厂，暂无自主品牌，主要根据各大橱柜、家具品牌商的设计、生产需求提供相关产成品或半成品的加工和制造。

由于木质橱柜、家具行业中与福汇家和海创全屋业务相近、只从事生产业务的“工厂”类企业中未有上市公司，通过多方面的比较，选取了 4 家木材加工和 1 家装饰复合材料相关的上市公司作为可比公司进行对比分析，所选取的可比公司与福汇家和海创全屋部分业务处于上下游关系，但均属于家居产品行业，具有一定的可比性。

所选取的可比公司经营的主要产品情况如下：

证券代码	证券简称	证监会行业名称	主营产品类型	主营产品名称
002043.SZ	兔宝宝	制造业-木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	装饰材料：家具板材、五金、科技木皮、胶黏剂等；成品家居产	兔宝宝仿真木、兔宝宝胶合板、兔宝宝胶粘剂、兔宝宝木地板、兔宝宝贴面板、兔宝宝



证券代码	证券简称	证监会行业名称	主营产品类型	主营产品名称
			品：衣柜、橱柜、木门、地板等	细木工板芯材、兔宝宝原木、兔华宝工艺木门、威腾钢琴
600321.SH	正源股份	制造业-木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	人造板及产城融合项目	中（高）密度纤维板、刨花板；工程施工、酒店服务
601996.SH	丰林集团	制造业-木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	人造板及营林造林	纤维板、刨花板、林木
603038.SH	华立股份	制造业-其他制造业	装饰复合材料	饰边条、饰面板
873459	鼎丰股份	制造业-木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业	刨花板	无醛刨花板、E0 级刨花板、E1 级刨花板

同行业可比公司主营业务毛利率情况具体如下：

单位：%

股票代码	公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002043.SZ	兔宝宝	17.40	18.97	17.15	16.68
600321.SH	正源股份	9.59	-22.12	0.42	3.46
601996.SH	丰林集团	24.32	24.25	21.84	21.93
603038.SH	华立股份	11.63	17.59	22.91	26.58
873459.NQ	鼎丰股份	13.35	19.68	24.98	25.21
平均		15.26	20.12	17.46	18.77

注 1：上述数据来源于 WIND 及上市公司披露的年报等公开数据；

注 2：正源股份主要从事人造板及工程业务，工程施工业务模式与福汇家和海创全屋差异较大。因此，2018 年至 2020 年度列示的毛利率为人造板业务的毛利率，因 2021 年末公告各业务模式毛利率（分部之间有抵消），故列示综合毛利率；

注 3：丰林集团主要从事人造板的生产销售及营林造林业务，营林造林业务与福汇家和海创全屋差异较大，因此，2018 年至 2020 年度列示的毛利率为人造板业务的毛利率；因 2021 年末公告各业务毛利率（分部之间有抵消），故列示综合毛利率；

注 4：正源股份 2020 年度受疫情冲击及产品结构变化，人造板业务的毛利率为负，在计算平均值时，将其剔除；

注 5：鼎丰股份正在申报北京证券交易所上市，目前处于二轮问询阶段；其最新财务报告期为 2021 年 1-3 月，因此本表所用毛利率为 2021 年 1-3 月毛利率

报告期各期，福汇家和海创全屋的毛利率均低于上述可比公司的平均毛利率，其中，2018 年、2019 年、2021 年 1-6 月，福汇家的毛利率与上述可比公司的毛利率均值较为接近，差异较小；2020 年，福汇家的毛利率较可比公司的毛利率均值差异较大，系可比公司丰林集团因木材、化工原料等主要原材料成本下降导致毛利率提升较大所致。福汇家报告期各期的毛利率水平与兔宝宝的毛利率水平较为接近。



上述可比公司中，兔宝宝主要产品包含装饰材料和成品家居。其中装饰材料产品收入占比最大，具体包括家具板材、五金、科技木皮、胶黏剂等，主要通过专卖店零售业务以及家装公司、定制家具公司等“小B”业务销售；成品家居产品包括衣柜、橱柜、木门、地板等，主要通过房地产开发商大宗业务模式和兔宝宝家居经销商为主的零售业务模式实现销售。兔宝宝与福汇家和海创全屋的业务模式最为接近，因此毛利率水平接近；同时，兔宝宝拥有自主品牌“兔宝宝”，其不仅从事生产单一环节，因此毛利率略高于福汇家。

正源股份主要从事人造板及工程业务，报告期内的人造板业主要产品为中（高）密度纤维板和正在转型升级中的刨花板；受全国纤维板类产品消费量连续下滑，价格低位运行的影响，正源股份人造板的毛利率持续较低，且低于福汇家。

丰林集团主要从事人造板的生产销售及营林造林业务，“丰林”牌纤维板、刨花板在行业内具有较大影响力。且其具备研发、生产和销售能力，拥有自主品牌，因此，销售毛利率较工厂类企业较高。

华立股份的主营业务包括家居材料业务、产业互联网业务和产业投资业务。其中家居材料业务为公司主要收入来源，主要为装饰复合材料研发设计、生产、销售，主要产品为饰边条、饰面板，主要用于板式家具、室内装潢以及商业空间打造。由于华立股份拥有设计、生产和销售能力，而非简单的代工厂，其报告期内的毛利率稍高于福汇家的毛利率。其毛利率在报告期内的变动主要系产品结构变动所致。

鼎丰股份主要从事刨花板的研发、生产和销售，拥有先进的刨花板产线，提供厚度在 6mm-40mm 之间规格的刨花板，主要应用在全屋定制家具、板式家具、高档橱柜、壁柜、教具和办公家具等不同领域。由于鼎丰股份拥有设计、生产和销售能力，而非简单的代工厂，其报告期内的毛利率高于福汇家的毛利率。

综上，上述公司与福汇家由于细分的产品类型不尽相同，毛利率较福汇家的毛利率上下均有浮动，但均值与福汇家未有较大差异。考虑到福汇家为 OEM 厂商，无品牌 and 研发溢价，其毛利率在行业中处于相对合理的水平。

而报告期各期海创全屋向公司销售的毛利率同福汇家相比较低，主要系：



(1) 同福汇家持续的管理团队不同，海创全屋的管理和运营团队为重新组建的团队，在生产、运营等方面处于磨合期，生产效率未达到满产能的计划效率；同时，2019年12月海创全屋仅独立运营一个月，叠加资产交割、年末盘点等因素，拉低了毛利率；

(2) 2020年2月份，由于新冠疫情爆发，而海创全屋的生产工人多为外地员工，春节假期后无法返回，导致工厂2020年2月至3月处于停产停工状态。后为了生产需要，海创全屋进行临时招工，由于临时用工的工人相关生产经验不足，报废率高、生产效率低，且临时招工的人工成本较高，从而导致人工成本、制造费用及材料成本大幅增加。

上述因素导致海创全屋的毛利率大幅低于福汇家的毛利率。随着疫情缓解及生产效率的逐步提升，海创全屋2021年1-6月的毛利率得到了提升。

综上，报告期内福汇家向公司销售OEM产品的毛利率水平符合行业普遍情况。而海创全屋2019年和2020年的销售毛利率较低，主要系特殊因素造成。

四、核查程序和核查意见

(一) 核查程序

本所律师主要履行了如下核查程序：

1、取得和查阅福汇家和海创全屋在转让前后与发行人的交易合同，了解具体的定价模式和具体价格系数（恒大订单适用）的确定依据及报告期内的变化情况；分析转让前后发行人向福汇家和海创全屋采购OEM产品的定价方式保持一致的原因及合理性；

2、取得和查阅报告期各期发行人针对非恒大订单产品向福汇家和海创全屋下单明细，包括采购数量、金额、单价等信息；

3、取得和查阅报告期各期针对非恒大订单产品的福汇家、海创全屋及其他厂商的重要工序的报价，并对重要工序单价进行对比分析；

4、对报告期各期针对非恒大订单产品参与报价的主要供应商进行实地走访，了解供应商的实际经营情况；

5、取得福汇家和海创全屋报告期各期的财务报表及出具的说明，核实其报告期内



的经营情况；

6、查询福汇家和海创全屋同行业公司可比公司信息，并将其销售毛利率与福汇家和海创全屋的销售毛利率进行对比分析。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、转让前后发行人向福汇家和海创全屋采购 OEM 产品的定价方式保持一致主要系考虑客户对产品的风格、设计需求、产品标准化程度、双方核算效率等多方面因素而致，具备合理性；定价模型中的“加成比例”（价格系数）系福汇家和海创全屋根据自身生产情况，在保障自身利益的情况下与公司协商谈判确定，并根据后续生产成本、销售市场的具体变动进行适时调整，并非一直保持不变，因此，定价模式具备合理性；发行人与海创全屋和福汇家的交易价格是双方结合历史定价模式、考虑各自的毛利率空间，经过商业谈判进行确订，具备公允性，且福汇家和海创全屋具有自主定价权；

2、针对非恒大订单，福汇家和海创全屋的原材料定价方式与其他参与比选的厂商不存在差异；OEM 产品生产过程中的重要工序大部分定价略低于与其他厂商报价或基本相当，存在部分工序单价略高的情形，但均不存在明显差异；

3、报告期内福汇家向发行人销售 OEM 产品的毛利率水平符合行业普遍情况。而海创全屋 2019 年和 2020 年的销售毛利率较低，主要系特殊因素造成，随着疫情缓解及生产效率的逐步提升，海创全屋未来的毛利率预计将逐步提升。

问题五：关于创业板定位

申报材料及审核问询显示：

（1）公司积极探索物联网及人工智能等新技术在传统家居领域中的应用，为满足用户对智能化家居产品的需求，打造智能家居产品的多个应用场景，提升用户智慧生活体验。

（2）公司的智能产品目前主要分为三种类别，橱柜精灵，鞋柜精灵等物联网产品属于一类物联网产品，产品具备连接互联网 APP、用户智能控制或智能交互等核心功能。二类为触控类产品，核心技术主要为通过电控实现自动化需求，或是通过触摸控



制器实现人机交互场景。通过光控、声控、智能感应等核心方式进行交互的产品属于智能交互三类产品。

请发行人：

(1) 补充说明报告期内三种类别智能产品销售数量、收入情况。

(2) 补充说明报告期各期智能化家居产品销售收入金额、占比与同行业可比公司的比较情况，结合相关占比情况说明目前对智能家居的论述是否能代表公司的主营业务，并进一步论证主营业务是否符合创业板定位。

(3) 进一步说明发行人智能化家居产品核心竞争力、技术的先进性。

请保荐人、发行人律师、申报会计师对上述问题发表明确意见。

回复：

一、补充说明报告期内三种类别智能产品销售数量、收入情况。

报告期内三种类别智能产品销售数量、收入情况如下：

单位：万元、套

产品类别	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	销售收入	数量	销售收入	数量	销售收入	数量	销售收入	数量
物联网产品	7,304.82	6,494	10,588.14	10,960	4,054.80	2,692	952.71	453
触控类产品	8,646.39	9,471	16,208.11	47,152	12,570.97	19,232	6,563.31	4,250
智能交互产品	59,360.79	102,725	105,949.97	176,221	69,803.14	102,721	24,158.74	14,549
合计	75,311.99	118,690	132,746.22	234,333	86,428.91	124,645	31,674.76	19,252

第一类物联网产品具备独立连接互联网 APP、物联近场通讯、用户智能控制或智能交互等核心功能。报告期内，公司包含第一类物联网产品的产品销售收入分别为 952.71 万元、4,054.80 万元、10,588.14 万元及 7,304.82 万元，占主营业务收入比重分别为 0.42%、1.26%、2.95%及 3.78%，金额及占比均逐年增长。

通过电控实现自动化需求，或是通过智能控制器、触摸控制器实现人机交互场景的产品属于第二类触控类产品。报告期内，公司包含第二类触控类产品的产品销售收入分别为 6,563.31 万元、12,570.97 万元、16,208.11 万元及 8,646.39 万元，占主营业务收入比重分别为 2.90%、3.90%、4.51%及 4.47%。



通过光控、声控、智能感应等核心方式进行交互的产品属于第三类智能交互产品。报告期内，公司包含第三类智能交互产品的销售收入占比较高，销售收入分别为 24,158.74 万元、69,803.14 万元、105,949.97 万元及 59,360.79 万元，占主营业务收入比重分别为 10.68%、21.67%、29.51%及 30.70%。

报告期内包含以上三种类别智能化产品的销售收入分别为 31,674.76 万元、86,428.91 万元、132,746.22 万元及 75,311.99 万元，占主营业务收入的比重分别为 14.01%、26.84%、36.97%及 38.95%，报告期内公司智能产品所产生的收入持续增长，占主营业务收入比重同步增长。

二、补充说明报告期各期智能化家居产品销售收入金额、占比与同行业可比公司的比较情况，结合相关占比情况说明目前对智能家居的论述是否能代表公司的主营业务，并进一步论证主营业务是否符合创业板定位。

报告期内三种类别智能产品销售收入及占主营业务收入的比重情况如下：

单位：万元、套

产品类别	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
物联网产品	7,304.82	3.78%	10,588.14	2.95%	4,054.80	1.26%	952.71	0.42%
触控类产品	8,646.39	4.47%	16,208.11	4.51%	12,570.97	3.90%	6,563.31	2.90%
智能交互产品	59,360.79	30.70%	105,949.97	29.51%	69,803.14	21.67%	24,158.74	10.68%
合计	75,311.99	38.95%	132,746.22	36.97%	86,428.91	26.84%	31,674.76	14.01%

经查询，同行业可比公司均未单独列示智能化家居产品销售收入，因此无法直接与可比公司进行比较。报告期内，公司三类智能产品销售收入占主营业务收入的比重分别为 14.01%、26.84%、36.97%及 38.95%，呈逐年上升的趋势。截至 2021 年 6 月 30 日，公司共拥有第一类物联网智能产品共计 103 款，第二类触控类产品共计 63 款，第三类智能交互产品共计 58 款。未来公司将继续加大对三类智能产品的研发投入，将更多的物联网产品、触控类产品、智能交互产品融入到智能家居场景中，预计智能家居产品销售收入将会进一步增加。

公司主要从事定制化整体家居产品的个性化设计、研发、生产、销售和安装服务及物联网技术、人工智能技术在上述产品中的应用。近年来，随着物联网、大数据、人工



智能等技术的发展，场景化、智能化、功能化、娱乐化、互动化的智能全屋定制体系逐渐成为定制家居行业新的发展点。公司一改传统制造企业发展路径，将物联网、人工智能等新技术与家居产品相融合，聚焦多元领域为用户提供优质服务，通过打造全场景智慧空间生活方式，实现全屋定制一站式服务。同时公司结合家电融合趋势，在产品中体现智慧收纳、健康环保、智能科技等特点，为用户提供入户空间、客厅空间、餐厅空间、厨房空间、卧室空间、书房空间、儿童房空间、功能房空间和阳台空间等主要应用场景整体智能解决方案，为用户创造便捷、舒适、健康、安全、环保的智能家居环境。

与此同时，随着近两年相关智能家居行业政策陆续出台，包括欧派家居、金牌橱柜、顶固集创等在内的可比公司通过设立专项部门或子公司从事智能家居产品的研发工作，布局智能家居领域。目前，智能家居行业市场处于高速发展期，同行业多数公司处于战略布局及研发早期阶段。公司作为较早探索布局智能家居领域的公司之一，2021 年上半年智能化家居产品销售收入占比达到 38.95%，未来公司将持续加大在智能家居产品研发与设计层面的投入，践行“科技宅，新生活”的品牌理念，打造现代科技家居新生态。综上，智能家居能够代表公司的主营业务。

对公司符合“三创四新”特征，符合创业板定位的具体分析如下：

（一）顺应物联网及人工智能等现代科技发展趋势，打造智能家居新场景

公司以用户住宅为平台，积极将物联网及人工智能技术融入到自身产品中。研发了有屋小智、鞋柜精灵、衣柜精灵、橱柜精灵、智能挂衣杆等带有物联网和智能化属性的产品，通过一体化设计有效地解决了智能产品与定制家具产品融合的问题。有屋小智、鞋柜精灵、衣柜精灵、橱柜精灵、智能挂衣杆等产品具有联网、监测、调节等功能，其可根据各自功能定位将监测数据实时上传云端，用户可通过“EOROOM 有屋 APP”实时查看监测数据，并可通过“EOROOM 有屋 APP”或“有屋小智管家”音箱等控制端向各类智能化产品发出指令，各类智能化产品接到指令后会及时调整柜内环境，保证用户的使用舒适度。该模式实现了智能设备与公司主营的橱柜、衣柜、玄关柜、鞋柜、床头柜等传统家居产品的结合，使家居产品具备物联网属性，并同步实现高效的远程控制。

与此同时，公司专注于智能家居空间场景的打造，以“定制家居”场景中的“厨房空间”为例，公司充分挖掘不同用户对厨房自主烹饪、存储空间、智能操控、抑菌消毒、



安全防护等方面的需求，在行业内推出“智慧无人厨房”场景。公司从单个橱柜产品的设计到厨房空间底层系统的搭建、硬件生态的布局均做了系统性的规划，将“一种可实现人机交互的智能家居语音控制系统”、“一种智能厨房的语音和手势结合的控制方法及控制装置”等多项技术应用于厨房空间，使不同的厨房家居产品能够通过各种传感器来识别用户意图。用户可通过语音识别、手势识别、远程 APP 操控对橱柜、灶台、岛台、机械臂、升降水盆、抽屉拉篮、灯光等多项产品进行物联交互，使智慧厨房突破传统厨房的定义，具备创新、创造、创意属性。在 STIF2021 国际科创节评选活动中，公司荣获 2021 年度行业创新典范奖，有屋“D9 无人厨房”获评年度产品创新奖。

（二）公司重视技术创新和研发，符合创新驱动发展战略的要求

公司的技术创新和研发主要体现在智能家居场景解决方案的设计以及智能家居产品的研发中。在智能家居场景解决方案设计方面，公司以智能场景用户的需求为切入点，分别从用户对产品的物联智能要求、健康管理要求、环境适应要求、自动调节要求、安全提示要求等方面进行调研，在兼具美学设计与高端品质的同时，对不同场景中应安装摆放的智能家居产品以及相应功能进行布局规划，搭建基于不同用户需求的智能家居场景解决方案。

在智能家居产品研发层面，经过多年的研发和科技创新，公司已形成多项核心技术专利，多项智能化家居产品研发项目落地转化。截至 2021 年 9 月 30 日，公司已取得 16 项发明专利、244 项实用新型专利和 113 项外观设计专利，并有多项专利正在申请中。公司现已将“整体智能客厅功能系统”、“可实现人机交互的智能家居语音控制系统”、“杀菌柜橱柜”、“智能客厅电器集成控制系统”等多项技术应用于智能电视柜、智能衣柜、智能玄关柜、智能橱柜等全屋定制产品。公司通过“EOROOM 有屋 APP”或“有屋小智管家”音箱等控制端对各类智能化产品进行控制。此外，包括“一种智能厨房的语音和手势结合的控制方法及控制装置”、“一种手势指令控制方法及智能家居控制系统”、“一种智能厨房多媒体播放系统”在内的多项发明专利正处于实质审查阶段。

（三）丰富产品风格创新设计，加强在新材料、新工艺领域的产品创新

公司旗下“博洛尼”品牌创新性地提出为用户提供个性化的定制家居服务，通过私人定制实现全屋家居产品材质及花色统一。博洛尼高颜值的烤漆印花打印技术可以将客户



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

提供的图案、照片打印到用户定制的家居产品上，满足用户对家居装饰的个性化要求。

博洛尼私人定制设计服务如下：



除此之外，公司积极探索新材料、新工艺在定制家居产品中的应用。为不断满足消费者在绿色环保、空间利用、审美等方面的多样化需求，公司持续探索具有“无醛添加、防霉抗菌”功能的新材料在产品中的应用，有效实现抑菌防霉等效果并不断改进生产工艺，引入“环保静电粉末喷涂工艺”、“粉末涂装技术”等新型生产工艺，有效解决家居产品生产过程中挥发性气体引发的健康及安全问题。

综上，从物联网及人工智能等新技术应用以及新设计与新材料的应用符合创业板关于三创四新的定位。

三、进一步说明发行人智能化家居产品核心竞争力、技术的先进性。

公司坚持以“科技宅，新生活”为品牌理念，依托物联网和人工智能等现代科技的应用以及新材料、新工艺的研发，打造现代科技家居新生态。经过多年技术探索与积累，公司从传统技术改造升级再到智能化产品研发等方面进行深入研究，不断打造自身家居产品的核心竞争力。

报告期内，公司智能化家居产品核心竞争力主要体现在多场景应用、互联互通、功能多样化等方面，具有代表性的智能家居产品及应用场景情况如下：

产品	代表产品	对应专利/软著	技术特点及创新点	传统家居特点
----	------	---------	----------	--------



类别				
橱柜	博洛尼智能电动抽屉系列	一种智能橱柜抽屉	1、运用复合微硅传感器技术，提升了抽屉尾部压力传感器的灵敏度，用户只需轻触抽屉门便可开关抽屉以取放物品； 2、引入语音传感器，运用语音口令便能控制电动抽屉； 3、利用小型红外光栅实现了防夹手功能。	普通橱柜只具备传统的储存功能，不具备消杀功能且不能自由移动，因而存在使用不便、柜内容易滋生细菌、空间利用率不高等痛点。
	智能升降拉篮	一种隐藏式升降收纳柜	1、拉篮内置物联网模块，可连接互联网、发布用户操作命令、反馈设备最新状态至云端控制中心； 2、内置语音识别及手势识别系统，可通过语音或手势指令对其进行控制； 3、结构精巧，可实现嵌入式安装。达到“隐藏”的效果，实现智能化与美观度的完美结合。	
	博洛尼系列升降和移动橱柜	一种厨房电器橱柜	1、该升降和移动橱柜运用触碰感应智能感知周围环境及内部承重，从而控制橱柜的升降启停及移动速度，提高了升降移动橱柜的使用安全性； 2、可下达语音指令，相应指令通过单片机处理后，控制橱柜门的自动开合； 3、该升降和移动橱柜实现了更稳定、更静音、更安全的传动机构，解决了传统升降和传动机构的不稳定、噪音大等痛点，大幅提升了厨房的空间利用率和美观度。	
	智能升降吊柜	带升降柜门的壁柜	本产品是一种可智能升降的吊柜，可通过触摸按键或语音口令的方式控制升降架体，解决了橱柜过高导致取用厨具难的痛点。	
衣柜	升降式挂衣柜	按压式翻转机构及具有该翻转机构的升降式挂衣柜	本产品将翻转、升降等机械机构内置于衣柜中，使得衣柜具备翻转、折叠、滑移等智能功能，提高了理想使用空间以上的柜体空间使用效率，解决了传统衣柜拿取衣物不便捷，不易整理等痛点。	普通衣柜只具备简单的储存功能，且不易整理，便捷度不高。同时无恒温恒湿及消杀系统，容易导致柜内细菌滋生，有异味。
	智能恒温恒湿衣柜	一种智能恒温恒湿酒柜、衣柜恒温恒湿控制系统（在申）	智能恒温恒湿控制系统包括一系列硬件模块和软件控制系统，使得衣柜保持用户设定的温度和湿度，满足客户存放特殊名贵衣物的需求。	
儿童房	智能儿童房	一种智能挂衣杆、一种智能厨房安防报警装置、智能儿童房管理系统软件	1、儿童房应用一种智能挂衣杆，运用等离子杀菌、温湿度感知、热风循环等技术实现衣柜恒温的功能； 2、儿童房中内置若干物联网传感器，能够检测甲醛、二氧化碳、温湿度等环境参数，一旦参数超标会及时提醒用户，守护孩子的健康。	普通的儿童房不具有环境监测功能，容易对儿童健康造成危害。



酒柜	智能升降酒柜	一种智能升降橱柜、一种智能恒温恒湿酒柜	1、智能调节酒柜的温湿度，以便更好地储存酒类； 2、可通过触摸屏或语音口令的方式控制智能升降酒柜的开关，进一步提升酒柜使用的便捷性。	普通酒柜只具备简单的储存功能，不含有智能恒温恒湿系统，无法储存具有特殊储藏要求的酒类。
镜柜	冷藏镜柜	一种冷藏镜柜	采用一种保持镜柜内温度的门板密封技术，用户通过调整镜柜内温度，创造更加适宜存放化妆品及护肤品的空间，可调温度范围为 8-15℃。同时门体内嵌电子温度显示屏，可实时显示温度。	普通镜柜无法调节柜内温度，不宜储存对温度具有较高要求的化妆品及护肤品等。现阶段，部分对存储环境有较高要求的化妆品还需存放于冰箱内保存。
浴柜	魔镜	一种防雾化妆镜	1、当浴室环境处于蒸汽高温潮湿状态下，普通化妆镜的镜片会凝结一层水雾，不易清洁且影响镜子的正常使用，给用户带来不便。而防雾化妆镜将若干矩形镜片并列固定在墙面上，通过利用镜片之间的间隙及滑槽实现镜面防雾化； 2、智能魔镜还可外接电源及连接 WIFI 或其他设备，实现听音乐、看视频、配合外部设备称体重、皮肤检测等功能，引领了多设备协同的浴室智能化发展方向。	普通卫生间内的浴室柜仅具备收纳物品的单一功能，并且设计及功能较为单一，因而无法满足特定群体使用浴柜的需求。

此外，公司不断提升自身研发能力，将包括“一种可实现人机交互的智能家居语音控制系统”及“一种手势指令控制方法及智能家居控制系统”在内的多项专利技术应用到多元化家居场景中。

报告期内，公司智能家居场景下应用的部分创新专利情况如下：

技术名称	对应专利类型	应用场景及产品	技术先进性
一种可实现人机交互的智能家居语音控制系统	实用新型专利	智慧无人厨房/岛台、橱柜、升降水盆、抽屉、拉篮、未来窗等	该系统颠覆了用户日常手动开关柜门抽屉的传统，用户可通过语音指令对柜门、岛台进行相应操控。例如炒菜过程中因油渍水渍沾手不方便拿碗筷或展开餐桌等情况，可通过语音直接下达指令，柜门、岛台等家具会根据相应指令开关或升降调整。
一种手势指令控制方法及智能家居控制系统	发明专利（实质审查）	智慧无人厨房/岛台、橱柜、升降水盆、抽屉、拉篮、未来窗等	1.通过采集用户手势图像，并将识别图像所匹配的控制指令发送给相应目标设备，用户在非手动触控的情况下，仍可对目标设备的运行状态进行控制。 2.颠覆传统开关柜门方式，解决用户在烹饪过程中手上沾满油污或水渍不方便开关柜门等痛点，进一步提升用户使用舒适度。
一种智能厨房的语音和手势结合的控制方法及控制装置	发明专利（实质审查）	智慧无人厨房/岛台、橱柜、升降水盆、抽屉、拉篮、未来窗等	可通过语音和手势对智能厨房中的家居设备发出指令，改变传统手动开关柜门抽屉的方式，在不同的房间也可对相应的智能家居设备进行控制。例如用户因进行其他活动不在厨房时，可隔空发送语音或手势指令对厨房中



技术名称	对应专利类型	应用场景及产品	技术先进性
			的设备及家具进行控制，不仅节约用户时间，同时可以提升整体厨房操作安全性。
一种智能厨房多媒体播放系统	发明专利 (实质审查)	智慧无人厨房/ 岛台、橱柜等	1.用户可通过语音、手势向多媒体播放单元发送指令。在烹饪过程中，若不便进行手动触控，可通过语音或手势指令对多媒体播放系统进行暂停、播放、音量调节等内容控制，丰富用户在烹饪过程中的娱乐性。 2.系统内置厨房烹饪查询功能，解决用户在烹饪过程中手持书本或手机查阅菜谱带来的不便。同时连接可视门铃和房间监控，解决烹饪中无暇开门以及不方便照看老人小孩等问题。
一种智能厨房烹饪控制系统	发明专利 (实质审查)	智慧无人厨房/ 岛台、灶台、橱柜等	1.目前市面上各个烹饪电器设备间相互独立，无法互联互通，该系统拥有一键烹饪模式，可通过一个指令将厨房唤醒，避免用户逐个唤醒电器的繁琐复杂操作，节约用户时间，提高烹饪效率。 2.烹饪结束后，用户可通过一个指令关闭厨房抽屉、拉篮、电气、灯光等设备，降低时间成本，还可有效避免因忘记关门、关电等行为带来的安全隐患，保证用户居家安全。
一种老人用智能守护床	实用新型专利 (实质审查)	智慧卧室/守护床	1、运用自动控制、电子信息技及物联网技术，研发具有健康监控报警功能于一体的智能床。可通过红外测温传感器和压力传感器对 WIFI 模块自动实时采集并分析监控监护对象的心电、血压、脉搏、体温等健康参数，全时守候老年人的健康。 2、智能床内置语音智能系统，可通过语音口令控制不同功能区的推杆电机推动床板，解决了老年群体操作行动不便的切实痛点，同时实现了产品美观与空间高利用率的结合。

与此同时，优秀的生产能力、强大的市场开拓能力和专业稳定的研发团队及管理团队为公司产品核心竞争力的提升以及技术研发提供了有力保障。

生产层面，通过 MES 生产管理系统自动拆图、自动优化、余料管理、BI 看板等四大核心功能，实现真正的智能制造、智慧工厂。通过生产设备与软件对接实现流水线自动化连线生产，解决传统单机、手工生产带来的弊端，实现多产品规模化生产，有效降低人工成本与安全风险。此外，通过 SRM 智能采购系统及 TMS 智能物流系统，实现采购、仓储及物流实时监控，从设计、生产、到发货实现全流程跟踪。通过对各个生产工序数据的收集与分析、优化开料、打孔等生产过程，实现生产效率的提升。

人员层面，公司不断拓宽人才引进渠道，积极引进中高端技术人员、管理人员和研发人员。与此同时，公司将注重技术团队的持续培养，打造一批具有前瞻视角、经验丰富的核心技术团队，实现人才培养、技术研发与公司发展的良性循环。



四、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师主要履行了如下核查程序：

- 1、获取三类智能家居产品明细表，分析对应智能产品销售收入及数量情况；
- 2、访谈公司创新部及产品部相关负责人，了解三类智能产品在公司主营产品中的应用情况；
- 3、获取公司研发项目明细表及相关转化落地成果，分析公司核心技术情况；
- 4、获取公司智能家居场景下应用的相关专利，包括但不限于发明专利、实质审查阶段的发明专利、实用新型专利等，分析相关专利智能化情况。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

报告期内，公司各类智能产品所产生的收入持续增长，公司关于智能家居的论述能够代表公司的主营业务；公司持续在智能家居场景开拓、定制家居产品设计与应用、科技研发投入等方面深耕，主营业务符合创业板定位；公司智能家居产品在多场景应用、互联互通、功能多样化等方面体现了较强的竞争力，同时在产品的智慧收纳、健康环保、智能科技等方面具有一定技术先进性。

问题六：关于特殊权利条款

申报材料及审核问询显示：

发行人 2018 年增资时陆续与 19 位股东所签订投资协议中存在优先购买权、共同出售权、优先清算权、反稀释权、赎回权以及业绩承诺和业绩补偿等特殊权利条款，公司签订约定特殊股东权利协议的责任方主要为刘斥、刘昌龙。

请发行人：

- （1）补充说明刘斥、刘昌龙与发行人的关系，直接或间接持有发行人股份的情况，刘斥、刘昌龙作为公司签订约定特殊股东权利协议的主要责任方的背景及原因；



(2) 结合刘斥、刘昌龙在发行人实际经营运作以及重大事项决策中所起的作用，说明二者是否能对发行人施加重大影响或在发行人重大事项决策上具有特殊地位，发行人是否实际受其控制或受以刘斥、刘昌龙为核心的管理层控制，发行人实际控制人的认定是否准确。

请保荐人、发行人律师对上述问题发表明确意见。

回复：

一、补充说明刘斥、刘昌龙与发行人的关系，直接或间接持有发行人股份的情况，刘斥、刘昌龙作为公司签订约定特殊股东权利协议的主要责任方的背景及原因。

(一) 补充说明刘斥、刘昌龙与发行人的关系，直接或间接持有发行人股份的情况

刘斥、刘昌龙与发行人关系及直接或间接持有发行人股份情况如下表所示：

姓名	曾经与发行人的关系	目前与发行人的关系	直接或间接持有发行人股份情况
刘斥	1、2018年4月-2020年6月担任发行人董事、总经理兼法定代表人； 2、2017年9月-2020年3月，海骊住居系发行人控股股东。自海骊住居成为发行人控股股东后，刘斥就担任海骊住居董事兼总经理； 3、2020年3月，海骊住居存续分立，新设方为有屋家居，有屋家居成为发行人控股股东。刘斥在分立后的海骊住居继续担任董事、总经理，同时在有屋家居担任董事。	1、担任发行人副董事长； 2、担任发行人控股股东有屋家居董事； 3、系发行人实际控制人海尔集团董事局成员； 4、担任发行人关联方海骊住居董事长、总经理兼法定代表人。	刘斥通过有屋家居、海创合、少海之家间接合计持有2.72%发行人股份
刘昌龙	1、2017年9月-2020年3月，海骊住居系发行人控股股东。自海骊住居成为发行人控股股东后，刘昌龙就担任海骊住居副总经理。 2、2020年3月，海骊住居存续分立，新设方为有屋家居，有屋家居成为发行人控股股东。刘昌龙在分立后的海骊住居担任副总经理，在有屋家居担任总经理、法定代表人。	1、担任发行人控股股东有屋家居总经理、法定代表人； 2、担任发行人关联方海骊住居副总经理。	刘昌龙通过有屋家居间接持有0.57%发行人股份。

(二) 刘斥、刘昌龙作为公司签订约定特殊股东权利协议的主要责任方的背景及原因



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

在 2018 年 12 月之前，海骊住居持有发行人 100% 的股份，海尔集团公司系海骊住居的实际控制人。

刘斥、刘昌龙系集团体系内家居版块的主要管理成员，看好家居业务的发展前景，希望能够通过引进社会化资本扩大家居版块规模和实力。在与海尔集团沟通汇报后，海尔集团同意管理层的提议并让刘斥、刘昌龙主导社会化资本的引进工作，同时也要求管理层遵循集团权责一致的管理原则，在主导引进社会化资本进入家居版块的同时，社会化资本要求的特殊权利也应当由管理层作为责任方。刘斥、刘昌龙在家居版块工作多年，对家居业务和公司未来的发展充满信心，同意集团提出的要求，并将上述要求作为社会化资本入股家居版块的条件之一。

2018 年 12 月，经过与众多潜在投资方的沟通谈判，陆续确定了入股发行人的外部股东，而外部股东也均同意由刘斥、刘昌龙作为特殊股东权利条款的责任方。基于上述背景，刘斥、刘昌龙在发行人与外部股东签署投资协议时作为特殊股东权利的责任方。

2020 年 7 月，发行人与约定特殊股东权利的 19 位外部股东分别签署终止协议，将投资协议中的特殊权利条款全部解除，并约定自始不发生法律效力。

二、结合刘斥、刘昌龙在发行人实际经营运作以及重大事项决策中所起的作用，说明二者是否能对发行人施加重大影响或在发行人重大事项决策上具有特殊地位，发行人是否实际受其控制或受以刘斥、刘昌龙为核心的管理层控制，发行人实际控制人的认定是否准确。

（一）结合刘斥、刘昌龙在发行人实际经营运作以及重大事项决策中所起的作用，说明二者是否能对发行人施加重大影响或在发行人重大事项决策上具有特殊地位。

1、持股比例低

截至本反馈意见回复出具之日，刘斥仅通过有屋家居、海创合以及少海之家间接持有 2.72% 发行人股份，持股比例低，且在有屋家居层面持有的股份表决权均已委托给海尔集团控制的海尔卡奥斯，无法通过行使股东权利的方式直接参与发行人实际经营运作以及重大决策或产生重大影响。

截至本反馈意见回复出具之日，刘昌龙仅通过有屋家居层面间接持有 0.57% 发行人



股份，持股比例低，且已将持有的有屋家居股份表决权委托给海尔集团控制的海尔卡奥斯，无法通过行使股东权利的方式直接参与发行人实际经营运作以及重大决策或产生重大影响。

2、所任职位无法直接对发行人施加重大影响

截至本反馈意见回复出具之日，刘斥仅在发行人处担任副董事长、在控股股东有屋家居处担任董事。发行人董事会成员为 11 人，有屋家居董事会成员为 5 人，刘斥在发行人及有屋家居董事会中均仅有 1 票，无法通过行使董事权利的方式对发行人实际经营运作以及重大决策产生重大影响。

刘昌龙未在发行人处担任任何职务，其仅担任发行人控股股东有屋家居总经理和法定代表人，但均是在其董事会或股东大会授权下从事相关工作，因此亦无法通过行使有屋家居总经理、法定代表人职权的方式对发行人实际经营运作以及重大决策产生重大影响。

综上所述，截至本反馈意见回复出具之日，刘斥、刘昌龙无法对发行人施加重大影响，且在发行人重大事项决策上无特殊地位。

（二）发行人是否实际受其控制或受以刘斥、刘昌龙为核心的管理层控制，发行人实际控制人的认定是否准确。

1、发行人是否实际受其控制或受以刘斥、刘昌龙为核心的管理层控制

如本题第一问所述，刘斥、刘昌龙无法对发行人实际经营运作以及重大事项决策产生重大影响，因此刘斥、刘昌龙或以其为核心的管理层无法控制发行人。

2、发行人实际控制人的认定是否准确

截至本反馈意见回复出具之日，海尔集团合计控制公司 43.81%股份的表决权，通过对公司重大事项以及董事、非职工代表监事的提名、任命、高级管理人员选聘和任免等事项作出决策，进而对公司重大的战略规划、未来发展、日常经营决策等经营管理的实际运作均能够发挥决定性影响。自发行人成立之初，海尔集团就是发行人的实际控制人，从未发生变更。

因此，将海尔集团认定为发行人实际控制人准确。



三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师主要履行了如下核查程序：

- 1、取得并查验刘斥、刘昌龙出具的关联方调查表，通过企查查、国家企业信用信息公示系统核查刘斥、刘昌龙的对外投资和在外任职情况；
- 2、访谈刘斥、刘昌龙，了解其作为特殊股东权利责任方的背景及原因；
- 3、取得并查验刘斥、刘昌龙、青岛少海壹号管理咨询企业（有限合伙）与海尔卡奥斯股份有限公司签订的《股份表决权委托协议》；取得并查验青岛海创合股权投资合伙企业（有限合伙）与海尔集团签署的《表决权委托协议》；
- 4、取得并查验发行人报告期内全部股东会/股东大会、董事会、监事会的全套会议文件资料及历次公司章程。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

- 1、刘斥、刘昌龙与发行人或其控股股东之间存在任职及持股关系。截至本反馈意见回复出具之日，刘斥通过有屋家居、海创合、少海之家间接合计持有 2.72% 发行人股权，刘昌龙通过有屋家居间接持有 0.57% 发行人股权；
- 2、刘斥、刘昌龙系海尔集团体系内家居版块主要管理人员，海尔集团同意由其主导社会化资本的引进工作并要求遵循权责一致的管理原则承担相应责任，刘斥、刘昌龙对家居业务和公司未来发展充满信心，因此与 19 位外部股东签署投资协议时作为特殊股东权利的责任方，上述背景及原因具有合理性；
- 3、刘斥仅通过有屋家居、海创合以及少海之家间接持有 2.72% 发行人股权，刘昌龙仅通过有屋家居层面间接持有 0.57% 发行人股权，且刘斥、刘昌龙所任职位无法直接对发行人施加重大影响，因此刘斥、刘昌龙无法对发行人施加重大影响，在发行人重大事项决策上亦无特殊地位；
- 4、刘斥、刘昌龙或以其为核心的管理层无法控制发行人，将海尔集团认定为发



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

行人实际控制人准确。

问题七：关于品牌管理

申报材料及审核问询显示：

公司拥有“有屋（EOROOM）”“博洛尼（Boloni）”“海尔（Haier）”等定制品牌，其中博洛尼品牌业务是通过资产收购并入发行人。

请发行人补充说明品牌运营管理的具体模式，各品牌的实际运营主体以及主要管理团队情况，发行人能否实际控制博洛尼品牌的经营管理，以及维持博洛尼品牌管理团队稳定的具体措施。

请保荐人、发行人律师对上述问题发表明确意见。

回复：

一、请发行人补充说明品牌运营管理的具体模式，各品牌的实际运营主体以及主要管理团队情况，发行人能否实际控制博洛尼品牌的经营管理，以及维持博洛尼品牌管理团队稳定的具体措施。

（一）请发行人补充说明品牌运营管理的具体模式，各品牌的实际运营主体以及主要管理团队情况

公司拥有“有屋（EOROOM）”、“博洛尼（Boloni）”、“海尔（Haier）”等定制家具品牌，覆盖高端用户、中产用户等各层次客群，满足不同消费群体对家居用品的需求。其中，博洛尼品牌定位为中高端市场的引领者，着力打造中高端生活场景，聚焦用户需求和圈层形态。海尔品牌在时尚消费人群中具有一定知名度，定位于为小资群体、新锐中产、高知人士等人群量身定制理想的生活方式。有屋品牌旗下虫洞系列产品定位于艺术加科技人群首选品牌，主打智能轻奢产品。

公司设立品牌战略部统筹品牌运营管理工作，具体职能包括但不限于：

1）在各类媒体渠道进行相应品牌宣传广告，组织统筹各品牌产品发布会、宣传推广、招商展览活动等；

2）定期收集各品牌运营资料数据、经营业绩等信息进行分析，形成品牌管理指导



意见：

3) 定期组织品牌运营会议，对各子公司在开展品牌定位、品牌推广策略等方面产生的偏差进行纠偏，促进达成公司战略目标；

4) 统一设立舆情监控体系，对各品牌的服务质量、口碑维护建立完备的监督机制，最大程度保护终端消费者的利益，维护品牌的美誉度。

鉴于博洛尼、海尔/有屋品牌在产品定位及目标群体定位方面有所不同，公司在制定整体品牌运营及推广计划后，对子公司在品牌宣传、品牌调性、门店设计及装修等方面给予一定独立性空间。与此同时，公司有效发挥“博洛尼”品牌与“海尔”品牌的协同效应，利用博洛尼品牌对高端消费人群及海尔、有屋品牌对小资消费人群需求的理解以及多年积累的品牌运营经验，使两种品牌互相补充和提升；利用博洛尼、海尔和有屋现有多品牌积累的推广资源，不断提升公司的品牌形象。

报告期内，公司各品牌的实际运营主体以及主要管理团队情况如下：

品牌	公司名称	董事会成员/执行董事	监事会成员	管理层成员	生产模式	销售模式
海尔/有屋	海尔全屋	侯雪峰	安丰慧	总经理：侯雪峰	济南工厂：主要负责生产橱柜及配套产品、定制家具及配套产品等	海尔全屋主要负责海尔/有屋品牌全国经销业务销售渠道管理
	有屋科技	王怀高	谢重新	总经理：王怀高		有屋科技主要负责海尔/有屋品牌大宗业务销售渠道管理
博洛尼	博青岛	蔡明、刘斥、蔡兴国、廉景进、施志程	李云玲	总经理：蔡明	吴江工厂、深圳工厂：主要负责生产橱柜及配套产品、定制家具及配套产品、内门墙板配套产品等	1) 博青岛下属北智能主要负责博洛尼品牌直营业务销售渠道管理 2) 博青岛主要负责博洛尼品牌全国经销业务销售渠道管理
	科宝博洛尼	蔡明、施志程、廉景进	李云玲	总经理：孟庆贺	咸宁工厂主要负责生产橱柜及配套产品、定制家具及配套产品等	科宝博洛尼主要负责博洛尼品牌大宗业务销售渠道管理

注：刘斥、廉景进、李云玲、王怀高、侯雪峰、施志程、安丰慧、谢重新为公司委派管理人员。蔡明、蔡兴国、孟庆贺为原博洛尼管理人员。

(二) 发行人能否实际控制博洛尼品牌的经营管理，以及维持博洛尼品牌管理团队稳定的具体措施



公司对博洛尼品牌的经营管理，以及维持博洛尼品牌管理团队稳定的具体措施如下：

1、重大事项决策机制

公司向“博洛尼”系列子公司委派或推荐董事、监事及高级管理人员，其中，向博青岛委派 3 名董事，向科宝博洛尼委派 2 名董事，实现对董事会多数席位的控制。同时公司根据经营需要对委派或推荐的董事、监事及高级管理人员进行调整，上述委派人员负责公司经营计划在博洛尼的具体落实工作，并及时向公司报告博洛尼的经营情况、财务状况及其他重大事项。

公司要求“博洛尼”系列子公司总经理于每年度结束后 15 日内组织编制本年度工作报告及下一年度的经营计划，并经博洛尼董事会批准后上报公司。博洛尼子公司的经营计划需在公司审核批准后方可实施，并定期编制月报、季报、半年度报告等及时将经营情况上报公司。与此同时，公司要求“博洛尼”系列子公司的对外投资、重大合同签订、对外担保等重大事项均需接受公司的指导、批准与监督。

2、核心管理人员安排

公司与博洛尼在日常管理模式和管理经验等方面进行深度交流，在市场开发、产品研发、技术推广、人员管理等多方面给予博洛尼支持。在多个业务条线，分别派驻财务、业务、人力、研发等相关负责人，全面对接博洛尼的日常经营管理及财务规范工作，包括但不限于深度参与销售、采购等核心业务流程，控制印章、银行 U 盾等关键节点，全面梳理相关节点流程、机制，分别从战略、市场、品牌、财务、合规等多方面建立内部风险控制体系，实现对博洛尼的全面控制。

公司对博洛尼品牌实施的具体管理措施如下：

业务板块	管理措施
财务管理	1) 博洛尼执行公司统一制定的财务管理制度及内控管理制度； 2) 向博洛尼派驻财务负责人、审计主管及出纳等财务人员，统筹主持博洛尼财务管理、内控管理、合规运营等相关工作； 3) 对博洛尼账户资金进行统一归集管理，再根据博洛尼相应付款计划进行具体划拨
采购业务	1) 向博洛尼派驻采购业务负责人，统筹供应链管理相关工作； 2) 针对部分原材料采购，博洛尼执行公司集采政策，由公司进行年度联席招标，统一对供应商进行三方招标比价、议价及签署采购合同等流



	程
生产业务	1) 向博洛尼派驻工厂厂长、技术负责人、计划部负责人等统筹博洛尼下属工厂管理运营、技术改进、品质管理等相关工作； 2) 博洛尼与公司生产系统保持统一，执行公司推行的工厂 6S 管理制度，实现工厂物料互相调度，保障各工厂生产供应，缩短供货周期
销售业务	博洛尼与公司互相借鉴销售管理模式和管理经验，互享招商资源，互相补充渠道网点，实现品牌协同效应
人力资源管理	1) 完善人力资源管理体系，研究、设计人力资源管理模式（包含招聘、培训、绩效等）； 2) 统筹人才培养、人才发展及梯队建设工作，辅助博洛尼人力信息化系统建设
技术互通	1) 派驻智能化研发工程师，参与博洛尼智能化产品研发及落地； 2) 实现技术人员互通，共同开展研发项目，专注物联网、人工智能、智能家居场景应用方面的专利研究

3、内部控制制度管理

公司对博洛尼制定了“内部审计监督和检查”制度。对博洛尼定期或不定期实施审计监督，主要包括财务审计、经济效益审计、工程项目审计、重大合同审计、内部控制制度的制订和执行情况审计、单位负责人任期经济责任审计和离任经济责任审计等，确保内部控制管理合规。

4、博洛尼品牌管理团队稳定措施

为保证博洛尼持续发展，博洛尼核心管理人员承诺自入职有屋智能及其子公司之后，需至少在公司系统内任职 60 个月，核心人员承诺在博洛尼任职期间，不得与博洛尼生产或者经营同类产品或从事同类业务、有竞争关系的其他用人单位工作或提供劳务，也不得自主开业生产或者经营同类产品、从事同类业务。与此同时，公司已建立有效的薪酬管理体系、激励机制和人力资源制度，保证公司管理团队及人才系统的稳定。

综上，公司已施行了有效的措施对博洛尼进行业务管理整合，博洛尼目前经营状况良好。同时，公司能够实际控制博洛尼品牌的经营管理，维持博洛尼品牌管理团队的稳定。

二、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师主要履行了如下核查程序：



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

- 1、获取公司各品牌的实际运营主体以及主要管理团队介绍，了解不同主体生产、采购、销售等分工及职能情况；
- 2、获取公司与子公司采购、生产、销售等相关政策；
- 3、访谈公司业务负责人及协调人员，了解公司在财务、采购、生产、销售、研发、人员安排等方面对博洛尼执行的具体管理政策；
- 4、获取博洛尼管理人员签署的承诺函。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

公司拥有“有屋（EOROOM）”、“博洛尼（Boloni）”、“海尔（Haier）”等定制家具品牌，覆盖高端用户、中产用户等各层次客群，满足不同消费群体家居用品需求。公司对各运营主体相关职能及定位明确，对不同主体均派驻相关管理人员参与包括但不限于财务、采购、生产、销售、人力资源等重要环节。公司能够实际控制博洛尼品牌的经营管理，通过采取签署承诺函，建立有效的薪酬管理体系、激励机制等措施维持博洛尼品牌管理团队稳定。

本法律意见书一式三份，经本所经办律师签字并加盖本所公章后生效。

以下无正文。



北京德和衡律师事务所
BEIJING DHH LAW FIRM

（本页无正文，为《北京德和衡律师事务所关于青岛有屋智能家居科技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）》之签署页）



负责人：刘克江

经办律师：郭恩颖

丁 伟

2022 年 3 月 20 日