



关于矩阵纵横设计股份有限公司
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）：



中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 1198 号 28 层

二〇二二年四月

**关于矩阵纵横设计股份有限公司
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**

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 3 月 21 日出具的《关于矩阵纵横设计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“《意见落实函》”）已收悉，长江证券承销保荐有限公司（以下简称“保荐机构”、“长江保荐”）、矩阵纵横设计股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“矩阵股份”）、国浩律师（深圳）事务所（以下简称“发行人律师”）、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对意见落实函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

除另有说明外，本回复报告所用简称与《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招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

审核问询函回复中涉及招股说明书的修改部分，已用楷体加粗予以标明。

目录

问题 1.....	3
问题 2.....	9
问题 3.....	12
问题 4.....	16
问题 5.....	30
问题 6.....	34
问题 7.....	40

问题 1

1. 关于核心团队及实际控制权稳定性。申报材料及审核问询回复显示，王冠、刘建辉、王兆宝三人的持股比例分别为 35.89%、27.27%、6.99%。刘建辉、王兆宝直接持股的股份锁定期为自公司股票上市之日起十二个月内。刘建辉、王兆宝二人通过持股平台分别间接持有发行人 4.33%、1.11%的股份，为防范刘建辉、王兆宝等核心人员离职，发行人通过员工持股平台合伙协议对离职后的持股安排等事项进行了约定。

请发行人：

（1）补充说明发行人员工持股平台合伙协议中针对刘建辉、王兆宝离职对其持有股份的具体处置安排；结合刘建辉、王兆宝的股份锁定安排及在发行人任职经历与发挥的主要作用、合伙协议对离职后持股安排约定的有效性和合理性、其他防范核心人员离职的约定及措施，进一步论证刘建辉、王兆宝股份锁定安排的合理性，发行人是否能够有效保障核心团队人员稳定性；

（2）结合上述三人各自的持股数量、四个员工持股平台的协议安排情况，补充说明三人产生分歧时的解决措施，是否可能导致发行人实际控制权不稳定的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

（一）补充说明发行人员工持股平台合伙协议中针对刘建辉、王兆宝离职对其持有股份的具体处置安排；结合刘建辉、王兆宝的股份锁定安排及在发行人任职经历与发挥的主要作用、合伙协议对离职后持股安排约定的有效性和合理性、其他防范核心人员离职的约定及措施，进一步论证刘建辉、王兆宝股份锁定安排的合理性，发行人是否能够有效保障核心团队人员稳定性；

1、补充说明发行人员工持股平台合伙协议中针对刘建辉、王兆宝离职对其持有股份的具体处置安排

根据天玑玉衡投资、几善优合投资、迷凯斯投资合伙协议的约定，若刘建辉、王兆宝离职时，其作为有限合伙人所持有的合伙企业财产份额的安排如下：

（1）发行人上市前离职

如刘建辉、王兆宝离职，其持有合伙企业的全部财产份额必须转让给普通合伙人（或经普通合伙人同意转让给符合入伙条件的员工），其他合伙人自愿放弃优先购买权。

（2）上市后、锁定期届满前离职，不得退伙

刘建辉、王兆宝如在发行人上市后、锁定期届满前离职，不予退伙，但自离职之日起即不享有获取利润、参与合伙企业表决的权利，此外，应在锁定期届满之日起的第一个自然季度将其持有的合伙企业财产份额所对应的发行人股票全部转让并退伙（法律法规对股东、董事、监事、高管的股票买卖另有特殊规定的，从其规定）。

（3）上市锁定期届满后离职

刘建辉、王兆宝如在上市锁定期届满后离职，其应自离职之日起的第一自然季度将其持有的合伙企业财产份额所对应的发行人股票全部转让并退伙（法律法规对股东、董事、监事、高管的股票买卖另有特殊规定的，从其规定）。

根据上述协议安排，若刘建辉、王兆宝在发行人股票上市后离职，仅可在其锁定期届满后退伙并转让股票，换言之，在锁定期内，刘建辉、王兆宝即使离职也不得买卖股票，同时，刘建辉及王兆宝作为发行人的董事及高级管理人员还应当遵守法律规定的关于股票买卖的限制性规定。

合伙协议对离职后持股安排的约定有效保障了刘建辉、王兆宝在较长时间内的持股稳定性，刘建辉、王兆宝对该等协议签署确认，反映了刘建辉、王兆宝对该等安排认可的同时，进一步体现了该二人无意谋求尽快减持发行人股票或退出对发行人的持股，其作为创始股东，更致力于追求与发行人共同及长远的发展。

2、结合刘建辉、王兆宝的股份锁定安排及在发行人任职经历与发挥的主要作用、合伙协议对离职后持股安排约定的有效性和合理性、其他防范核心人员离职的约定及措施，进一步论证刘建辉、王兆宝股份锁定安排的合理性，发行人是否能够有效保障核心团队人员稳定性

(1) 刘建辉、王兆宝已出具股份锁定补充承诺，将锁定期延长至 36 个月，其股份锁定安排具有合理性

发行人进行首次申报时，刘建辉、王兆宝出具股份锁定承诺，承诺“自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份”，该股份锁定安排是基于该二人作为非控股股东情形下做出的股份锁定承诺，符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》等规定，具有合法合理性。

截至本意见落实函出具之日，刘建辉、王兆宝充分考虑自身并无上市后三年内减持的意愿、及其长期跟随发行人共同成长的初衷，主动补充承诺“自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份”。

刘建辉、王兆宝作为发行人的董事及高级管理人员，除上述锁定承诺外，还应当遵守法律规定的关于股票买卖的限制性规定；且合伙协议对离职后持股安排的约定符合《合伙企业法》《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》等法律法规的要求，亦符合市场惯常安排，同时有效保障了刘建辉、王兆宝在较长时间内的持股稳定性，有助于实现发行人实施员工激励及维护人才资产的目的，具有有效性、合理性。

刘建辉、王兆宝已出具股份锁定补充承诺，将锁定期延长至 36 个月，其目前的股份锁定安排具有合理性。

(2) 发行人通过建立健全长效激励、约束机制的方式，以进一步保障核心团队人员稳定性，具体如下：

A.激励机制

发行人经过多年业务经营，获得了业内荣誉与客户口碑，并进一步形成了品牌价值，能够为核心人员提供充分发挥才能的平台，发行人给予刘建辉、王

兆宝等核心人员在行业内部颇具竞争力的薪酬待遇，吸纳优秀设计人才的同时降低人员流失风险；通过实施股权激励，以核心人员直接或间接持有发行人股份的形式，将个人利益与公司利益紧密捆绑，以增强员工凝聚力、稳定性；通过定期培训及团建活动，营造良好的企业文化氛围，提升员工对企业的认同感。

B.约束机制

发行人通过与核心人员签署《劳动合同》、合伙协议对核心人员在职期间及离职后的竞业限制、离职后的股份退出、客户资源管理、违约法律后果等事项进行约定，从核心人员的个人收入、从业限制、股份管理等方面约束其离职行为，使得防范核心人员离职的约束措施具备有效性、可行性，具体情况如下：

类型	《劳动合同》/《合伙协议》约定	法律后果
在职期间的竞业限制义务	在发行人处从业期间不得组织、计划组织以及参加任何与公司相竞争的企业或活动，包括不得在生产同类产品或经营同类业务且有竞争关系或其他利害关系的公司兼职，不得组建、参股该类单位，不得为该类单位提供咨询服务，不得自己生产、经营与发行人有竞争关系的同类产品或业务。	根据法律规定及合同约定承担违约责任。
竞业限制	持股限制：有限合伙人在与发行人或其下属企业终止聘用关系 3 个月以内，不得在任何竞争性企业（“竞争性企业”指与发行人及其下属企业业务构成竞争的任何营利企业，或在这样的实体中拥有相当利益的企业）中取得 1%及以上的所有权、投票权或利润分享权； 从业限制：从发行人处离职后一年内不得加入竞争性企业，或与从事与发行人及其下属企业的经营活动有关系的客户与供应商建立联系。	离职合伙人违反约定，须就损害作出赔偿。除了被合伙企业除名外，损害赔偿的金额不低于其在发行人处所获得的上一会计年度分红金额。
客户资源管理	有限合伙人离职 12 个月以内，不得直接或间接以任何方式：动员发行人的客户与发行人的竞争性企业合作，或减少、限制与发行人的业务往来； 干扰或破坏发行人与任何现有或潜在客户的任何关系； 动员发行人的任何雇员去申请或接受任何竞争型企业的聘用，如合伙人退伙加入新公司后，发行人雇员在未来一年内无论因何种原因入职该公司，则视为违反本条款约定； 有限合伙人一旦离职，则被要求在离职后六个月内采取措施或一切合理的做法维护发行人的业务、声誉，及与其合作的客户和公司的业务关系。	

综上，刘建辉、王兆宝作为发行人初创阶段即加盟公司并主要管理公司的核心股东、关键人员，已承诺就其直接、间接持有发行人的全部股份自发行人股票上市之日起锁定三十六个月，其目前的股份锁定安排具备合理性。

发行人通过给予具备市场竞争力的薪酬待遇与激励机制、以及有效可行的约束机制的实施，进一步保障了核心团队人员稳定性。

（二）结合上述三人各自的持股数量、四个员工持股平台的协议安排情况，补充说明三人产生分歧时的解决措施，是否可能导致发行人实际控制权不稳定的情形

若三人产生分歧，不会影响王冠作为发行人实际控制人的绝对控制力，具体分析如下：

1、就持股平台而言：合伙协议已针对三人如果产生分歧的情况设计了有效的解决措施，可确保王冠能够对该等持股平台保持绝对控制力

根据天玑玉衡投资、几善优合投资、迷凯斯投资、合纵连横咨询合伙协议约定，王冠一人为该四个合伙企业的普通合伙人并担任执行事务合伙人，刘建辉、王兆宝为天玑玉衡投资、几善优合投资、迷凯斯投资的有限合伙人。根据合伙协议约定，普通合伙人/执行事务合伙人享有的主要权利（或承担的主要义务）包括：1）可自行决定向任意第三方转让其出资份额，或受让有限合伙人退伙时的出资份额；2）就合伙企业的债务承担无限连带责任；3）管理合伙企业的日常事务；4）对外代表合伙企业，办理相关事务并签署相关文件；5）提请召开合伙人会议，并对合伙企业的全部事项享有一票否决权；6）对有限合伙人的入伙、退伙及财产份额的转让事项具有决定权等。

因此，王冠作为执行事务合伙人对合伙企业的日常经营管理事务有决定权，对重大决策事项（需经合伙人会议审议的）又具有一票否决权，即使刘建辉、王兆宝与王冠的意见发生分歧，也不会导致最终表决结果与王冠的意志相背离。此外，王冠作为执行事务合伙人无任期限限制，非因其故意或重大过失行为致使合伙企业受到重大损害，并经其他合伙人一致同意的，执行事务合伙人不予更换。

2、就发行人而言：王冠可控制发行人的股份表决权比例高达 70.18%，保障了王冠对发行人的实际控制地位的同时也避免了产生分歧

王冠直接持有发行人股份比例为 29.41%，此外，其作为天玑玉衡投资、几善优合投资、迷凯斯投资、合纵连横咨询四个持股平台的执行事务合伙人，通过持股平台控制发行人 40.76%的股份，合计控制发行人 70.18%的表决权比例，可单独直接控制股东大会的决策事项的表决结果，避免了发生分歧的可能性。

报告期内，王冠一直担任发行人的董事长或执行董事（有限公司阶段），在发行人进行股份制改制时，发行人董事会半数以上成员由王冠提名，其对董事会能够产生重大影响，并通过董事会对总经理等高级管理人员的聘任或解聘事宜实现对公司日常经营管理的控制。

3、就报告期内发行人所有重大事项的决策情况而言：刘建辉、王兆宝未与王冠在发行人的重大事项上产生分歧，进一步验证了发行人控制权的稳定

经查阅，报告期内发行人所有提交股东（大）会及董事会审议的重大事项决策文件，在历次股东（大）会中，王冠、刘建辉、王兆宝作为股东均出席了会议，除关联股东回避表决的议案外，就提交股东大会审议的各项议案，王冠均发表了“同意”的意见，刘建辉、王兆宝亦一致同意通过；在历次董事会中，除关联董事回避表决的议案外，王冠对各项议案均发表了“同意”的意见，刘建辉、王兆宝亦一致同意通过。从股东（大）会、董事会的运作情况来看，刘建辉、王兆宝未曾与王冠在发行人的重大事项上产生相左意见，发行人控制权稳定。

综上，刘建辉、王兆宝与王冠产生分歧时，不会导致发行人实际控制权不稳定的情形。

【中介机构核查意见】

（一）核查过程

保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

- 1、查阅了持股平台天玑玉衡投资、几善优合投资、迷凯斯投资合伙协议中关于刘建辉、王兆宝离职对其持有股份的处置安排约定；
- 2、查阅了刘建辉、王兆宝出具的关于股份锁定的承诺文件；
- 3、访谈了发行人总经理王兆宝，了解发行人稳定技术人员的具体措施及其有效性，了解技术人员离职对公司的影响；
- 4、查询了刘建辉、王兆宝等核心人员签署的现时有效的《劳动合同》；
- 5、查阅了发行人报告期内历次股东（大）会会议文件、董事会会议文件，了解王冠、刘建辉及王兆宝就公司重大决策事项的表决情况。

（二）核查意见

1、刘建辉、王兆宝股份锁定安排具有合理性，发行人通过给予具备市场竞争力的薪酬待遇与激励机制、以及有效可行的约束机制的实施，进一步保障了核心团队人员稳定性；

2、三人产生分歧时，不会导致发行人实际控制权不稳定的情形。

问题 2

2. 关于主营业务。申报材料及审核问询回复显示，发行人空间设计与软装陈设业务单独定价及招投标，客户对两项业务的供应商分别进行遴选并独立签订合同。报告期内，客户同时向发行人采购两项业务的各期金额占营业收入的比例均超过 50%。

请发行人结合报告期各期客户单独采购空间设计或软装陈设的项目数量、金额及其占比情况，分析说明客户采购软装陈设业务是否以采购空间设计业务为前提；对比同行业公司的定价策略、主要客户、销售渠道等情况，说明发行人单项软装陈设业务的核心竞争力及其可持续性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

（一）结合报告期各期客户单独采购空间设计或软装陈设的项目数量、金额及其占比情况，分析说明客户采购软装陈设业务是否以采购空间设计业务为前提

报告期内，客户单独采购空间设计或软装陈设的项目数量、金额及其占比情况如下：

业务类别	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
单独采购 空间设计 业务	合同数量（个）	604	307	215
	收入确认金额（万元）	34,636.86	16,017.84	11,005.63
	收入确认金额占比	39.08%	26.16%	24.10%
单独采购	合同数量（个）	101	80	57

业务类别	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
软装陈设业务	收入确认金额（万元）	12,243.96	10,491.72	9,841.12
	收入确认金额占比	13.81%	17.14%	21.55%

从两项业务在建筑空间装修装饰过程中的具体定位来看，空间设计业务与软装陈设业务在执行时具有先后顺序，相互独立，客户对两项业务的供应商分别进行遴选。客户在选择空间设计或软装陈设供应商时会评估供应商过往的设计案例、行业内的口碑、执行能力等方面，独立选取空间设计业务供应商与软装陈设供应商。

如上表所示，报告期各期客户单独采购软装陈设业务的数量分别为 57 个、80 个、101 个，客户单独采购软装陈设业务的金额分别为 9,841.12 万元、10,491.72 万元、12,243.96 万元，客户向发行人单独采购软装陈设业务的项目数量及金额均逐年增长，呈现上升趋势。

报告期内，客户同时向发行人采购两项业务的各期金额占营业收入的比例较高，主要是因为：一方面，空间设计、软装陈设两项业务具有较高的协同效应，客户出于设计风格的延续性与一致性、沟通服务的便利性等考虑，前期提供空间设计服务的设计公司进一步提供软装陈设服务更具备竞争优势；另一方面，发行人作为业内一流的设计公司，在空间设计、软装陈设两项业务领域，均具有较高的品牌、创意、技术等综合优势，使得发行人在业务实践中能够为客户提供全方位服务，因而客户同时采购两项业务的收入占比较高。

综上所述，报告期内，客户向发行人单独采购软装陈设业务的项目数量及金额均逐年增长，呈现上升趋势。客户同时向发行人采购两项业务的各期金额占营业收入的比例较高，系业务开展中的自然结果，符合两项业务特点与发行人实际情况。但是，两项业务相互独立，客户独立选择相应供应商，客户采购软装陈设业务不以采购空间设计业务为前提。

（二）对比同行业公司的定价策略、主要客户、销售渠道等情况，说明发行人单项软装陈设业务的核心竞争力及其可持续性

在软装陈设业务领域，与同行业公司（包括杰恩设计、郑中设计、梁志天设计集团等公司的相关业务领域）相比，公司在定价策略、主要客户、销售渠

道上较为相似。关于定价策略，公司与同行业公司均主要通过招投标和商务谈判的方式确定价格，考虑因素包括成本投入、项目难度、竞争情况等因素；关于主要客户，公司与同行业公司的客户均主要为房地产开发商；关于销售渠道，公司与同行业公司均通过自身销售团队与客户直接沟通，形成销售，不存在经销、代理等其他销售模式。

发行人自成立以来即从事空间设计与软装陈设业务，其单项软装陈设业务具有核心竞争力与可持续性，具体分析如下：

1、发行人创新能力突出，获得市场诸多认可

创新创意是软装陈设业务的灵魂，也是软装陈设公司的核心竞争力。公司自成立之初，即把设计的原创性视为公司发展的生命线，高度重视创新创意设计能力，努力培养与发掘一大批具有深度艺术功底与空间设计与软装陈设情怀的优秀设计师，不断开拓进取，为市场打造诸多优秀的原创设计作品。公司的诸多软装陈设作品受到业内的高度肯定，并在国际领域屡获殊荣，多次荣获德国红点设计大奖（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）、安德鲁马丁国际室内设计大奖（Andrew Martin International Interior Design Award）等业内顶尖设计奖项，充分彰显了发行人的创新创意能力。

2、发行人品牌受到行业诸多认可，积累了大量优质客户资源

软装陈设行业的主要下游客户为地产企业。品牌知名度较高的地产企业在供应商的选择上较为谨慎，通常会根据设计企业过往经营业绩、项目经验、品牌美誉度等方面确定项目承接单位，且普遍采用黏合度较高的战略供应商选定和集中采购模式，确立合作关系、形成设计与陈设作品并获得市场认可后，通常会形成长期稳定的战略合作关系。发行人凭借综合竞争优势，与华润置地、旭辉控股、金地集团、绿城中国、万科等众多一线房地产开发商建立了合作关系，积累了大量优质客户资源。

3、发行人所处空间设计与软装陈设行业本身使得两项业务具有协同效应，保障了单项软装陈设业务具有核心竞争力与可持续性

空间设计、软装陈设两项业务具有较高的协同效应，客户出于设计风格的

延续性与一致性、沟通服务的便利性等考虑，前期提供空间设计服务的设计公司进一步提供软装陈设服务更具备竞争优势。发行人通过空间设计业务的执行，能够获取项目信息并与为发行人软装陈设业务团队后续争取该项目的软装陈设业务提供支持。报告期内，发行人空间设计业务收入逐年增长，为软装陈设业务的承接带来较大的协同推动作用。

综上所述，发行人单项软装陈设业务具有核心竞争力与可持续性。

【中介机构核查意见】

（一）核查过程

保荐机构、发行人律师执行了如下核查程序：

- 1、获取了发行人报告期各期客户单独采购空间设计或软装陈设的项目数量、金额及其占比情况；
- 2、查阅了同行业公司招股说明书、定期报告等公告。

（二）核查结论

保荐机构、发行人律师核查意见如下：

- 1、客户独立选择两项业务的供应商，采购软装陈设业务不以采购空间设计业务为前提；
- 2、发行人单项软装陈设业务的核心竞争力及其可持续性。

问题 3

3. 关于募投项目。申报材料及审核问询回复显示，公司本次募集资金为 88,370.84 万元，计划用于总部设计中心建设项目、设计服务网络建设项目、智能设计平台建设项目和信息化建设项目。其中，总部设计中心建设项目、设计服务网络建设项目均涉及新取得房产。2018-2020 年，公司向股东分配现金股利分别为 5,352.56 万元、3,712.96 万元及 9,654.00 万元。

请发行人：

- （1）结合发行人研发及设计模式，自有及租赁房产面积及人员数量等情况，**

量化分析募集资金投资项目中存在较多房产投资的合理性、必要性，是否有利于提升发行人研发能力和持续经营能力；

(2) 补充说明上述取得的房产是否均为自用，是否有对外出租或出售计划，是否涉及房地产开发或经营业务，募集资金是否变相投资于房地产。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

(一) 结合发行人研发及设计模式，自有及租赁房产面积及人员数量等情况，量化分析募集资金投资项目中存在较多房产投资的合理性、必要性，是否有利于提升发行人研发能力和持续经营能力

发行人本次募集资金投资项目存在房产购置计划。其中，总部设计中心建设项目通过在深圳购置办公场地实施；设计服务网络建设项目中，北京、上海、成都等地设计服务网点的办公场所通过购置方式取得。发行人购置办公场所的合理性、必要性如下：

1、通过对自有房产进行个性化设计改造，可充分展现发行人空间设计及软装陈设的品牌形象及创新创意属性

发行人主要从事空间设计与软装陈设业务，为技术与智力密集型企业，设计、创意人才及技术专家的创新创意输出是公司的核心生产力。

截至 2021 年末，发行人及其子公司用于办公的自有房产面积为 1,124.13 平方米，用于办公的租赁房产面积为 3,433.64 平方米。租赁房产由于非发行人自有房产，无法对其进行个性化的设计改造。若是发行人通过对自有房产的办公场所进行个性化设计及改造，一方面，可以作为发行人的代表设计作品和对外部客户的品牌形象推广及设计效果展示，直观体现发行人的设计理念、设计风格、设计水平及创新创意能力，反映公司的企业文化，从而形成良好的外在形象展示效应；另一方面，可以为设计人员提供优质的办公环境和良好的创作氛围，充分激发员工的设计灵感，提升设计效率，从而保障公司创新创意的稳定输出和整体的设计质量。

2、购置房产作为办公场所符合公司经营发展的实际需求

2018 年至 2021 年，发行人营业收入从 28,991.40 万元增长至 88,635.15 万元，相应地，员工人数从 164 人增长至 676 人。随着发行人经营规模的持续扩大、员工人数和业务团队的不断扩充、外地分支机构的经营需要，发行人自有房屋无法满足其业务正常经营的需要，为确保发行人业务发展日益扩大化对办公场所的需要，发行人租赁部分房屋作为办公场所。

截至 2021 年末，发行人及其子公司用于办公的自有房产面积为 1,124.13 平方米，用于办公的租赁房产面积为 3,433.64 平方米。在租赁模式下，一方面，若发行人业务和人员规模快速增长，只能通过新增租赁或整体搬迁的途径解决新增的办公场所需求，而频繁搬迁不利于发行人经营的稳定性。另一方面，租赁物业本身存在不稳定的搬迁风险，导致发行人无法进行长期的场地规划布置。

因此，发行人亟需通过购置房产，形成符合公司业务和人员规模发展趋势和需求的稳定的办公场所，同时消除租赁房产存在的经营风险。

3、购置房产作为办公场所有利于提升发行人研发能力和持续经营能力

发行人作为以创新能力为核心竞争优势的空间设计与软装陈设企业，设计、创意人才及技术专家的创新创意输出是发行人的核心生产力。

发行人本次募集资金投资项目以深圳总部为依托，在包括北京、上海、成都等城市在内的国家区域经济建设核心城市进行全国化设计服务网点的战略规划布局。上述核心城市人才聚集程度及整体素质均处于较高水平，且对于办公场所的稳定性、办公条件及环境也有较高的要求。发行人通过购置房产，形成持续稳定的办公场所，一方面，可以使员工有稳定预期，增强对公司的归属感，从而提升对设计高端人才的吸引力；另一方面，可以充分激发员工的设计灵感，提升设计效率，从而保障发行人创新创意的稳定输出和整体的设计质量，有利于提升发行人研发能力和持续经营能力。

4、购置房产作为办公场所符合设计行业各上市公司的总体募集资金投资方向

近年来，具有一定规模优势的设计企业均倾向于通过购置办公场所提升经

营稳定性及自身品牌形象，同行业可比上市公司首次公开发行股票主要募集资金投资项目中购置办公楼情况如下：

单位：万元

公司名称	主要募投项目	总投资额	购房及工程建设支出	购房及工程建设支出占比
杰恩设计	总部运营中心扩建项目	15,944.43	13,731.90	86.12%
尤安设计	设计网络服务扩建项目	50,711.64	22,451.95	44.27%
	总部设计中心扩建项目	20,215.69	10,300.00	50.95%
	总部基地升级建设项目	36,227.63	23,056.00	63.64%
	研发中心升级建设项目	10,944.52	5,150.00	47.06%
霍普股份	总部运营管理中心扩建项目	19,979.96	17,158.00	85.88%
	设计服务网络新建与升级建设项目	12,929.74	6,876.15	53.18%
矩阵股份	总部设计中心建设项目	58,461.04	35,224.00	60.25%
	设计服务网络建设项目	20,146.57	12,658.00	62.83%

注：上述同行业可比上市公司募投项目情况数据来自各公司招股说明书。

因此，发行人募投项目中购置房产符合同行业可比上市公司的总体募集资金投资方向，具有合理性。

综上所述，发行人本次募集资金投资项目存在较多房产购置计划具有合理性、必要性，且有利于提升发行人研发能力和持续经营能力。

（二）补充说明上述取得的房产是否均为自用，是否有对外出租或出售计划，是否涉及房地产开发或经营业务，募集资金是否变相投资于房地产

2018 年至 2021 年，发行人营业收入从 28,991.40 万元增长至 88,635.15 万元，相应地，员工人数从 164 人增长至 676 人。随着发行人业务规模的持续扩张及员工人数的持续增加，现有办公场地已无法满足发行人经营需求。

如前所述，发行人募投项目建设围绕主营业务开展，拟使用募集资金购置的相关房产均为自用，不存在对外出租或出售计划，不涉及房地产开发或经营业务，募集资金不存在变相投资于房地产的情形。

【中介机构核查意见】

（一）核查过程

保荐人、发行人律师执行了如下核查程序：

1、获取了咨询公司出具的募集资金使用可行性研究报告、租赁房产合同、员工花名册等相关资料，访谈了发行人管理层，了解募集资金投资项目中存在较多房产投资的合理性、必要性，分析是否有利于提升发行人研发能力和持续经营能力；

2、访谈了发行人管理层，了解发行人募投项目中购置房产的使用计划和安排。

（二）核查结论

保荐人、发行人律师核查意见如下：

1、经核查，募集资金投资项目中存在较多房产投资具有合理性、必要性，有利于提升发行人研发能力和持续经营能力；

2、发行人募投项目建设围绕主营业务开展，拟使用募集资金购置的相关房产均为自用，不存在对外出租或出售计划，不涉及房地产开发或经营业务，募集资金不存在变相投资于房地产的情形。

问题 4

4.关于经营业绩。申报材料及审核问询回复显示，截至 2021 年 6 月 30 日，存在债务违约或资金链紧张、经营困难的公司客户应收账款余额、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%。如果未来该等客户资金状况持续恶化，或者公司客户出现更多的公开市场债务违约、资金链紧张情形，将对公司经营业绩带来一定影响。

请发行人：

（1）补充说明 2021 年业绩预计情况，量化分析发行人经营业绩增长是否具有可持续性，业绩变动与同行业可比公司是否存在差异及原因与合理性；如 2021 年业绩预计下滑的，请在风险因素中进一步披露导致业绩下滑的影响因素及其变动情况；（2）结合在手订单、房地产发展周期、公司客户群体特点等情况，进一步分析房地产相关政策对发行人各类业务开展、经营业绩和持续经营能力的影响，发行人采取的应对措施及效果，并充分披露相关风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

(一) 补充说明 2021 年业绩预计情况，量化分析发行人经营业绩增长是否具有可持续性，业绩变动与同行业可比公司是否存在差异及原因与合理性

1、2021 年度业绩预计情况

发行人 2021 年度业绩情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	变动率
	金额	金额	
营业收入	88,635.15	61,219.65	44.78%
净利润	21,985.03	16,023.88	37.20%

注：上述业绩预计中的 2021 年的相关财务数据已经审计；上表中净利润已考虑股份支付的调整。

2021 年度，发行人实现营业收入 88,635.15 万元，较 2020 年度增长 44.78%，实现净利润 21,985.03 万元，较 2020 年度增长 37.20%。发行人的经营业绩保持了良好的增长态势。

2、发行人经营业绩增长具有可持续性

相较 2020 年度，发行人 2021 年度营业收入、净利润均保持了良好的增长态势，未来经营业绩增长具有可持续性，具体分析如下：

第一，房地产行业的稳定发展为发行人业务的下游市场需求创造了稳定、持续、合理的增长空间。

在新型城镇化进程稳步推进、居民住房消费全面升级的宏观背景下，房地产市场逐渐进入平稳发展阶段。据国家统计局数据，2020 年、2021 年，全国房地产开发投资分别为 141,443.00 亿元、147,602.08 亿元，同比去年增幅分别为 7.00%、4.35%，总体呈现“稳中有增”的良性态势，从而为发行人业务的下游市场需求创造了稳定、持续、合理的增长空间。

2021 年 12 月 8 日至 2021 年 12 月 10 日，中央经济工作会议会议指出，要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加强预期引导，探索新的发展模式，坚持租购并举，加快发展长租房市场，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。

2022 年 3 月 16 日，国务院金融稳定发展委员会召开专题会议指出：对于房地产，要及时研究和提出有力有效的防范化解风险应对方案，提出向新发展模式转型的配套措施。当天，央行、银保监会、财政部、证监会、外汇局等部委也积极表态：要稳定房地产，防范风险，促进房地产业良性循环和健康发展。

第二，“房住不炒”定位要求住宅房地产建设回归居住属性，设计品质日益重要，长期来看，为业内领先的设计公司带来了新的发展空间。

“房住不炒”定位要求住宅房地产建设回归居住属性，更加注重以人为本，更加注重居民居住品质与幸福感的提升。房地产商作为提供美好人居服务的市场主体，逐渐改变以往高杠杆的激进的经营模式，行业更加注重高质量发展、房地产回归居住属性，房地产商需要依靠提供优质住宅商品服务和改善经营效率才能获得稳健增长，其中，空间设计与软装陈设是房地产客户提供美好人居服务、开展差异化竞争的重要手段，其设计品质日益重要。

大型房地产企业基于项目品质稳定性、提升品牌形象等因素，更倾向于采用战略供应商选定与集中采购模式，选择创意优秀、出品稳定、响应高效的设计与陈设服务商，形成长期稳定的合作关系，具备综合资源优势的设计与陈设服务商得以获得更多的市场份额。

第三，发行人的综合竞争优势与业内领先地位是发行人业务规模持续增长的强劲内生动力。

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、稳定地为业界输出高品质的设计与陈设作品。根据业内权威杂志《Interior Design》于 2019 年、2020 年、2021 年、2022 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、第 17 位，2019 年至 2021 年住宅领域位列第 1 位、第 2 位、第 2 位。发行人的设计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，在业内树立了良好的用户口碑与品牌影响力。在房地产行业稳定发展、“房炒不住”的宏观背景下，上述综合竞争优势为发行人持续获取业务订单、实现业绩的持

续增长提供了有力的支撑。

第四，发行人主营业务收入持续增长，在手订单充足。

报告期内，发行人空间设计、软装陈设业务收入总体保持了持续的增长态势，截至 2021 年末，发行人两类业务在手订单金额合计为 63,989.25 万元，在手订单较为充裕，业务拓展情况良好，主营业务开展具有可持续性。

综上所述，发行人未来业绩增长具有可持续性。

3、业绩变动与同行业可比公司是否存在差异及原因与合理性

（1）业绩变动与同行业可比公司

发行人业绩变动与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元

公司	项目	2021 年度	2020 年度	变动率
		金额	金额	
杰恩设计	营业收入	-	31,156.55	-
	净利润	-	2,036.35	-
尤安设计	营业收入	95,537.37	92,556.05	3.22%
	净利润	30,400.46	29,228.70	4.01%
霍普股份	营业收入	34,123.15	31,817.58	7.25%
	净利润	4,689.02	7,291.84	-35.70%
矩阵股份	营业收入	88,635.15	61,219.65	44.78%
	净利润	21,985.03	16,023.88	37.20%

注：尤安设计、霍普股份的相关数据取自其公开披露的业绩快报，上述可比公司暂未披露 2021 年年报。

2020 年至 2021 年，尤安设计、霍普股份的营业收入呈现上升趋势，尤安设计的净利润呈现上升趋势，与发行人一致。霍普股份在营业收入增长的情况下、净利润有所下降，主要原因为：一方面，为满足战略发展需求，进一步扩大业务服务领域，该公司对城市更新、室内设计等业务布局增加了相应人力成本，导致营业成本有所增长；另一方面，基于整体房地产调控政策及下游客户信贷环境持续收紧，使得客户回款放缓及收款期延长，该公司 2021 年计提信用减值损失 3,250.83 万元。

2020 年至 2021 年，发行人的业绩增速高于尤安设计、霍普股份，主要原

因为：第一，发行人是业内一流的设计公司，综合竞争力与业务开拓能力较强，发行人于 2018 年初就确立了全国化布局、多元化客户的战略发展方向，报告期内，发行人客户结构较为分散，尽管 2021 年下半年房地产行业景气度有所下降，但发行人凭借较强的客户开拓能力，持续不断的拓展新客户、新领域，进而实现业绩的快速增长；第二，尤安设计第一大客户绿地控股的占比接近 40%，霍普股份第一大客户保利的占比在 50%左右，两家公司客户集中度较高，在新客户拓展的力度方面不及发行人，使得其经营业绩增速较缓。

综上，2021 年，发行人业绩增速整体优于同行业可比公司，与其客户结构较为分散、行业竞争地位较高有关，具有合理性。

（二）结合在手订单、房地产发展周期、公司客户群体特点等情况，进一步分析房地产相关政策对发行人各类业务开展、经营业绩和持续经营能力的影响，发行人采取的应对措施及效果，并充分披露相关风险。

1、结合在手订单、房地产发展周期、公司客户群体特点等情况，进一步分析房地产相关政策对发行人各类业务开展、经营业绩和持续经营能力的影响

（1）回顾历史，房地产行业的周期性波动与宏观经济发展状况、调控政策等因素密切相关

房地产行业是典型的周期性行业，其周期性波动情况与宏观经济发展状况、调控政策等因素密切相关。回顾历史，自 2000 年以来，我国房地产行业经历了多轮政策调控周期：

2008 年，受国际金融危机的负面影响，国内经济承压，经济增速有所下降，房地产行业景气度明显下降，2008 年 2 月销售面积首次出现负增长。2008 年 9 月起，四万亿计划出台，地产调控转向全面宽松，直至 2009 年 12 月国务院发布“国四条”结束。从基本面的恢复情况来看，2008 年 12 月房地产销售下滑趋缓，2009 年 3 月增速转正，此后回归常态。

2012 年，受美债和欧债危机拖累，叠加前期为控制通胀而采取的较为紧缩的货币政策的滞后效应，经济增速有所下降，房地产行业景气度明显下降，房地产销售面积自 2011 年 10 月起连续 8 个月负增长。2012 年 3 月起，先后有 30

多个城市微调楼市政策鼓励合理需求，中央层面以降准降息等金融手段为主，并无全国性的大幅放松。2012 年下半年楼市热度开始提升。2013 年 2 月，国务院发布“新国五条”，强调“坚决抑制投机投资性购房”，此轮放松周期结束。

2014 年，因前期需求端调控持续升级叠加供给端加大供应，房地产供需失衡，库存快速累积，部分城市房价有下行压力。自 2014 年 2 月起销售面积连续 13 个月同比负增长。2014 年 7 月住建部明确提出“千方百计去库存”，房地产调控政策转向宽松。2015 年 4 月销售面积同比增速开始转正，2016 年上半年市场持续升温。直至 2016 年 3 月上海、北京、深圳等热点城市开始收紧调控，此轮政策放松结束。

因此，从历史运行情况来看，房地产行业具有典型的周期性波动特征，且与宏观经济情况、房地产调控政策密切相关。

(2) 报告期内，在“稳中求进”工作总基调下，房地产政策稳健执行，以应对行业新情况，维护市场的平稳健康发展

2017 年以来，我国房地产政策调控进入了新的阶段，在“不将房地产作为短期刺激经济的手段”，坚持“只住不炒”、“抑制非理性需求”的总体原则下，强调扩大并落实“有效供给”，重点调整中长期供给结构，同时保持调控政策连续性、稳定性和一致性，完善房地产长效管理机制。

2020 年，房地产长效机制的轮廓逐步勾勒清晰，即以房住不炒为根本定位，以因城施策与三稳为调控思路，涵盖行政调控、金融、土地、住房、财税等领域的系统性制度。从客户端的“四限”、房企端的“三道红线”、银行端的“两个集中度”、再到政府端的“供地两集中”，长效机制打通了政策闭环，调控已交织成网。

2017-2019 年，房地产销售增速放缓，2019 年销售金额增速回落至个位数。2020 年初受疫情拖累，销售受挫，3-5 月挤压需求释放，成交“V 型”反转，同比跌幅迅速收窄，8 月累计销售金额同比率先回正。至 2020 年底，全国商品房销售金额突破 17 万亿，销售面积 17.6 亿平方米，同比正增长，再创历史新高。新冠疫情冲击下，房地产行业表现出较好的韧性，也是经济稳定的压舱石。

房地产市场的回升，受全球经济复苏带动，并与城市的经济周期形成共振。

2021 年下半年以来，受调控政策和信贷环境收紧影响，房地产市场持续降温。同时，我国经济延续稳步恢复态势，但国内外环境中不稳定不确定因素增多，我国经济仍面临新的挑战 and 下行压力。在“稳中求进”工作总基调下，房地产政策稳健执行，以应对行业新情况，维护市场的平稳健康发展。

2021 年 12 月 6 日，中共中央政治局召开会议分析研究 2022 年经济工作，会议要求“要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，促进房地产业健康发展和良性循环”。

2021 年 12 月 8 日至 2021 年 12 月 10 日，中央经济工作会议会议指出，要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加强预期引导，探索新的发展模式，坚持租购并举，加快发展长租房市场，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。

2021 年 12 月 20 日，央行、银保监会出台《关于做好重点房地产企业风险处置项目并购金融服务的通知》，鼓励银行稳妥有序开展并购贷款业务，重点支持优质的房地产企业兼并收购出险和困难的大型房地产企业的优质项目。该通知是按照市场化方式出清风险的有力举措。

2022 年 3 月 16 日，国务院金融稳定发展委员会召开专题会议指出：对于房地产，要及时研究和提出有力有效的防范化解风险应对方案，提出向新发展模式转型的配套措施。当天，央行、银保监会、财政部、证监会、外汇局等部委也积极表态：要稳定房地产，防范风险，促进房地产业良性循环和健康发展。

未来在坚持“房住不炒”定位的前提下，房地产各项调控政策将不断调整并稳健执行，以促进房地产业健康发展和良性循环。长期来看，房地产市场健康发展的整体态势不会改变。

（3）在房地产行业调控政策背景下，结合发行人下游客户的客群特点，具体分析其对发行人各类业务开展、经营业绩和持续经营能力的影响

发行人下游客户主要为房地产企业，在上述调控政策的影响下，房地产行业的行业生态逐渐变化，一些经营策略过于激进、杠杆过高的房地产企业出现了经营危机，而经营稳健的房地产企业展示出更强大的发展后劲。未来，预计

房地产企业经营将更加注重风险管控、经营策略将更加稳健，行业发展也将更加注重高质量发展。

第一，短期来看，发行人项目执行情况整体正常，经营业绩保持了持续、稳健的发展态势，在手订单金额增长，有力的支撑了未来的持续发展

2021 年下半年以来，部分经营较为激进的房地产商由于面临着各方资金压力，出现部分地产项目停工、项目延期等情况。只有经营稳健、财务实力雄厚的房地产商，在行业景气度下降时，才能保证旗下地产项目的顺利推进。若设计公司的客户选择不够审慎，则可能影响在手项目的执行，进而影响业绩。同时，在行业景气度下降时，土地出让面积降低、购房者购房意愿降低、房地产开发融资难度加大、房地产商开发投资意愿降低，将使得综合实力较差的设计单位的在手订单金额下降，进一步影响持续盈利能力。

2021 年，发行人实现营业收入 88,635.15 万元、净利润 21,985.03 万元，同比增长 44.78%、37.20%，经营业绩保持了持续、稳健的发展态势，同时，截至 2021 年末，在手订单金额为 63,989.25 万元，有力的支撑了未来业绩的增长。发行人经营业绩良好、在手订单充沛，主要原因为：一方面，发行人主要客户为经营稳健、财务实力较强的房地产商，有力的保障了发行人业务开展的持续性、延续性；另一方面，发行人是业内一流的设计公司，在品牌、创意、技术、人才等方面具备较强的综合实力，进而使得发行人业务开拓能力较强，有力支撑了经营业绩的持续增长。

第二，受房地产调控政策影响，房企传统融资渠道延续收紧态势，融资成本持续上升，使得短期内发行人销售回款有所放缓

近年来，在房地产行业调控政策下，部分房地产客户资金链紧张甚至出现信用风险，尤其在 2021 年下半年出现部分房地产商债务违约事件。2021 年末，发行人应收账款（含合同资产）账面余额为 35,013.73 万元，占同期营业收入比例为 39.50%，相比于 2019 年、2020 年的 21.41%、26.45%，上升较快。因此，受前述调整政策影响，短期内发行人销售回款有所放缓。

与同行业可比公司相比，由于杰恩设计、尤安设计、霍普股份尚未披露 2021 年年报，经公开信息检索，选择笛东设计（主要从事园林景观设计及规划

设计，下游客户主要为房地产企业、政府单位）、中泰设计（主要从事建筑设计，下游客户主要为房地产企业）披露的 2021 年数据进行比较。2019 年至 2021 年，笛东设计应收账款账面余额占收入比例分别为 19.37%、25.02%、42.52%，中泰设计应收账款账面余额占收入比例分别为 56.73%、68.74%、89.08%，两家公司均呈现逐年上升趋势，与发行人一致。因此，发行人应收账款账面余额占收入比例与行业变化趋势一致，且绝对占比低于上述公司，总体处于较为良好的状态。

截止 2021 年末，发行人客户中，存在公开市场违约或其他违约的客户的应收账款余额为 2,502.86 万元，占应收账款比例为 7.68%，占比较小。

第三，发行人客群质量整体较好，经营稳健、资信良好，未来将展现出更强大的发展韧性，发行人与该等优质客户的稳定合作有利于保障自身经营业绩的持续、稳健发展

在“三道红线”等政策的作用下，房地产行业的行业生态逐渐变化，一些经营策略过于激进、杠杆过高的房地产企业出现了经营危机，而资金雄厚、经营稳健的房地产商因为市场信誉较好，融资渠道相对多元，偿债能力较强，将在未来竞争格局中占据优势，展示出更强大的发展后劲。

发行人作为业内一流的设计公司，与华润置地等国内领先的房地产企业建立了长期稳定的合作关系，客群质量整体优质、经营稳健、资信良好，该等客户的持续发展将有力支撑发行人业绩的持续性增长。报告期内，发行人前十大客户总计有 16 家。其中，未公开披露财务数据的客户有 1 家，无法对其按照“三道红线”标准分档。发行人对主要客户按照“三道红线”的分档结果来看，归入绿色档的有 3 家，分别是华润置地、招商蛇口、香港置地，未触及红线，整体融资情况良好；归为黄色档的有 10 家，相较于 2020 年年报数据测算结果增加一家；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 1 家。报告期各期前十大客户中，踩中两条红线和三条红线的客户在报告期内的营业收入分别为 1,179.02 万元、3,568.08 万元、0 万元，占当期营业收入的比例分别为 2.58%、5.83%、0.00%；踩中两条红线和三条红线的客户在报告期各期末的应收账款余额分别为 288.89 万元、558.05 万元、0 万元，占各期末应收账款余额的比例分别为 3.26%、4.43%、0.00%。对于上述

客户，发行人均已按照坏账政策充分计提坏账准备。踩中两条红线和三条红线客户在报告期内确认收入金额及应收账款余额均较小。

第四，“房住不炒”定位要求住宅房地产建设回归居住属性，设计品质日益重要，长期来看，为业内领先的设计公司带来了新的发展空间

“房住不炒”定位要求住宅房地产建设回归居住属性，更加注重以人为本，更加注重居民居住品质与幸福感的提升。房地产商作为提供美好人居服务的市场主体，逐渐改变以往高杠杆的激进的经营模式，行业更加注重高质量发展、房地产回归居住属性，房地产商需要依靠提供优质住宅商品服务和改善经营效率才能获得稳健增长，其中，空间设计与软装陈设是房地产客户提供美好人居服务、开展差异化竞争的重要手段，其设计品质日益重要。发行人是业内一流的设计公司，以设计创意为核心竞争力，以“践行人民对美好生活的向往”为目标，持续、稳定地为业界输出高品质的设计与陈设作品，随着房地产行业回归居住属性、对设计作品品质的需求日益提升，将为发行人带来更为广阔的发展空间。

第五，发行人凭借在主营业务领域的综合优势，进一步开拓新的服务业态、优化客户结构，进一步提升持续盈利能力与抗风险能力

2021 年，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。2021 年，发行人拓展了包含阿里巴巴（中国）网络技术有限公司等一系列办公类项目的合作，进一步开拓办公业态的空间设计业务，形成业务收入 3,863.53 万元，较 2020 年办公类业务新增收入 2,481.66 万元。发行人在非房地产领域的业务开拓，进一步完善了业务结构、分散了经营风险，进一步提升持续盈利能力与抗风险能力。

综上，在房地产相关行业政策下，发行人各类业务、经营业绩整体呈现持续、稳定的发展态势，具备良好的持续经营能力。

2、发行人采取的应对措施及效果

（1）提高自身实力，提升设计水平

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。

报告期内发行人不断增强自身设计服务能力，各期末技术人员分别为 257 人、395 人和 565 人，发行人通过人才化的培养，保证发行人全国化设计服务的设计质量，这是发行人有能力持续为大型房地产商提供设计服务的基础条件。

(2) 与大型房地产保持稳定长期合作

发行人与大型地产商客户长期稳定合作是业绩增长的重要保障。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。

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。

(3) 积极拓展新客户，开拓新业务，以获取充足的订单

为了更好地服务客户，发行人加强了对设计服务能力的建设，推行全国化布局。目前，发行人已基本建立了覆盖多区域的空间设计与软装陈设服务网络，在北京、上海和成都等区域中心城市建立了分支机构，可为周边区域的客户提供快速响应的便捷式空间设计与软装陈设服务，持续开拓优质客户、建立长期稳定的战略合作。

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。

发行人目前期末在手订单充足，业务领域多元化，能够驱动公司营业业绩平稳持续增长。报告期内发行人实现营业收入 45,674.24 万元、61,219.65 万元和 88,635.15 万元，扣除非经常性损益后净利润 11,836.92 万元、14,962.83 万元和 21,677.63 万元，营业收入和净利润均保持快速增长。2021 年，发行人实现营业

收入 88,635.15 万元，较 2020 年度增长 44.78%，实现净利润 21,985.03 万元，较 2020 年度增长 37.20%，发行人主营业务持续向好，经营稳定性不断增强。

（4）加强客户的信用管理

发行人积极与相关客户沟通，了解其目前项目运作情况、财务状况，是否具有合同履约能力及回款能力；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；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，发行人主动减少或者停止与其合作项目，控制项目回款风险。截至 2021 年 12 月 31 日，存在债务违约或其他违约的公司客户应收账款余额、应收账款净值、在手订单金额分别为 2,502.86 万元、0 万元、3,504.37 万元，占比分别为 7.68%、0.00%、5.48%。通过上述举措，发行人应收账款整体质量较好，回收情况良好，出现公开债务违约或其他违约的客户应收账款余额及占比较小。

综上，在上述房地产行业政策和趋势的背景下，发行人多管措施同步实施，效果良好，有利于各类业务持续开展、经营业绩稳步增长，保持持续经营能力。

3、充分披露相关风险

随着 2021 年部分房地产企业信用风险事件的影响以及进一步宏观调控政策压力下，不排除房地产行业景气程度及行业所在相关主体的偿债能力有所恶化，导致发行人业务开展和盈利能力受到一定影响。

发行人已在招股说明书“第四节风险因素”披露如下：

“三、经营风险”之“（三）房地产行业调控的风险”：

“公司所属的空间设计与软装陈设行业与房地产行业密切相关。房地产行业具有一定的周期性，受宏观经济形势、产业政策调控影响明显。近年来，我国政府对房地产行业出台了一系列调控政策，如2018年4月央行、银保监会、证监会、外汇局联合发布《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（“资管新规”），2019年5月银保监会发布《关于开展“巩固治乱象成果促

进合规建设”工作的通知》（“23号文”），2020年8月监管部门出台的对房地产企业融资设置“三道红线”的融资新规，2020年12月，人民银行、银保监会公布《关于建立银行业金融机构房地产贷款集中度管理制度的通知》，以及2021年2月自然资源部组织召开会议要求各地采取有效措施引导住宅用地市场理性竞争、2022年3月16日，国务院金融稳定发展委员会召开专题会议等，上述政策和会议从限制房地产企业融资规模、限制房企有息负债规模增长速度、增加保障性住房和普通商品住房有效供给、抑制投资投机性购房需求、促进供应土地的及时开发利用、向新发展模式转型等多个方面进行调控。同时，政府推出的限购、提高交易税费等短期调控政策，也直接影响了商品住宅的短期需求，一定程度上造成了房地产市场成交量的下降。

在上述政策的作用下，公司相关地产商客户出现了经营不善或资金流趋紧的情况，行业内部分房地产企业出现了境内或境外债券违约的情况，未来可能有更多房地产企业出现违约等风险事件。若政府进一步加大对房地产市场调控，可能导致房地产开发企业调整长期经营部署、减少土地投资、推迟项目开发、延长付款周期、增加融资难度，会对公司业务发展、经营业绩、盈利能力、应收账款回款形成不利影响。”

“三、经营风险”之“（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。

房地产行业目前景气度下降，直接影响当年的财务状况，短期内还会持续影响公司的业绩。公司客户中，目前已知出现公开市场债务违约或其他违约的有蓝光发展、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、世茂集团、苏宁置业集团有限公司、天洋集团、祥生控股集团、阳光城。出现公开市场债务违约或其他违约客户的报告期内收入合计数分别为2,183.66万元、6,736.87万元、5,352.36万元，占报告期各期销售收入的比例分别为4.78%、11.00%、6.04%；2021年12月31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2,502.86万元、0万元、3,504.37万元，占比分别为7.68%、0.00%、5.48%。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或其他违约的情形，将对公司经营业绩带来一定的影响。

”

综上，发行人已在招股说明书中充分披露了有关风险，上述相关风险提示充分。

【中介机构核查意见】

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师执行了如下核查程序：

1、对比发行人 2021 年业绩情况，分析发行人经营业绩增长的可持续性；查阅同行业可比公司 2021 年度业绩预告公告，与发行人 2021 年度业绩变动情况进行对比，分析发行人 2021 年度业绩变动情况与同行业可比公司的差异、原因及合理性；

2、结合在手订单、房地产发展周期、公司客户群体特点等情况，查阅行业研究报告、市场统计数据及各地出台的房地产调控政策等行业相关资料，分析房地产相关行业政策对发行人各类业务开展、经营业绩和持续经营能力的影响；访谈发行人管理层，了解发行人对此采取的应对措施及效果；在招股说明书中充分披露相关风险。

（二）核查意见

保荐机构、申报会计师核查意见如下：

1、发行人经营业绩增长具有可持续性；发行人业绩情况与同行业可比公司变动趋势一致，其中，业绩增幅略高，与其客户结构较为分散、行业竞争地位较高有关，具有合理性。

2、在房地产相关行业政策下，发行人各类业务、经营业绩整体呈现持续、稳定的发展态势，具备良好的持续经营能力；披露相关风险充分。

问题 5

5. 关于毛利率。申报材料及审核问询回复显示：（1）报告期内，发行人设计业务人均收入略高于梁志天设计集团、集艾室内设计（上海）有限公司。发行人认为原因之一是公司设计业务超过 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 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。（2）报告期内，公司空间设计项目毛利率整体处于 60%-80%之间，软装陈设项目毛利率整体处于 25%-45%之间。报告期内，公司综合毛利率分别为 50.23%、51.95%、50.05%及 48.94%。

请发行人：

（1）补充说明存在一定比例的酒店、私人住宅、商业等领域设计业务收入导致梁志天设计集团人均收入低于发行人的原因及合理性，分析时请提供相关权威行业数据；（2）量化分析软装陈设业务规模持续增长对发行人毛利率可能带来的影响，发行人未来保持较高综合毛利率以及空间设计业务保持高毛利率的可持续性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

（一）补充说明存在一定比例的酒店、私人住宅、商业等领域设计业务收入导致梁志天设计集团人均收入低于发行人的原因及合理性，分析时请提供相关权威行业数据

2019 年至 2021 年，发行人设计业务的人均收入分别为 137.81 万元、124.01 万元、121.83 万元。经公开信息检索，2021 年梁志天设计集团人均收入约为 109.65 万元，存在一定比例的酒店、私人住宅、商业等领域设计业务收入导致梁志天设计集团人均收入低于发行人，具有合理性，具体分析如下：

报告期内，发行人与梁志天设计集团均从事空间设计业务，而在具体设计的业态领域方面有所区别：发行人设计业务的绝大部分比例（超过 85%）来自于商品住宅的售楼处、样板间领域，而梁志天设计集团约 70%左右的设计业务来自商品住宅的售楼处、样板间领域，30%左右的设计业务来自酒店、私人住宅、商业等领域，酒店、商业等领域设计业务因设计工期长、周转率低，因而人均产值低，进而拉低了梁志天设计集团整体的人均收入。

售楼处、样板间等领域的空间设计业务，单个设计项目的设计面积相对较小，一般不超过 2,000 平米，设计工期相对较短，通常为 3-4 个月，且人力投入相对较少；酒店、商业等领域的设计，单个设计项目的设计面积相对较大，一般为几万乃至几十万平米，设计工期相对较长，通常接近一年，部分项目设计工期甚至长达数年，且人力投入相对较多。因此，与酒店、商业等领域的设计相比，售楼处、样板间领域的空间设计的项目周转率较高，即在相同时间、人力投入下，项目周转频次较高，相应的项目产值规模及产出效率更高。

从量化分析的角度，由于梁志天设计集团未公开披露有关酒店、私人住宅、商业等领域设计业务的明细数据，因而选择可比上市公司杰恩设计（主要从事商业、酒店等领域的设计业务）的有关数据进行比较。

与杰恩设计相比：一方面，发行人（以售楼处、样板间领域为主）的项目设计工期通常为 3-4 个月，而杰恩设计（以商业、酒店等领域为主）通常接近一年，发行人明显短于杰恩设计，项目周转率为杰恩设计的 3-4 倍；另一方面，发行人售楼处、样板间领域设计项目平均合同金额约为 100 万元左右，而杰恩

设计商业、酒店等领域设计项目平均合同金额为 150 万元左右，是发行人的 1.5 倍左右。因此，综合上述因素，售楼处、样板间领域的设计项目的人均收入高于商业、酒店等领域设计项目，前者是后者的 2-3 倍左右。杰恩设计人均收入在 50-70 万元，相对较低。

综上，由于存在一定比例的酒店、私人住宅、商业等领域设计业务收入导致梁志天设计集团人均收入低于发行人，具有合理性。

（二）量化分析软装陈设业务规模持续增长对发行人毛利率可能带来的影响，发行人未来保持较高综合毛利率以及空间设计业务保持高毛利率的可持续性

1、量化分析软装陈设业务规模持续增长对发行人毛利率可能带来的影响

2019 年至 2021 年，发行人综合毛利率分别为 51.95%、50.05%及 49.59%，其中，空间设计、软装陈设业务的收入占比及毛利率情况如下：

业务类别	2021 年		2020 年度		2019 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
空间设计	51.73%	66.85%	42.71%	68.59%	46.37%	70.03%
软装陈设	47.28%	31.03%	56.13%	36.26%	53.01%	36.33%

报告期内，发行人空间设计业务、软装陈设业务的收入占比整体保持稳定，两项业务收入整体呈现同步稳定增长的态势。

报告期内，发行人空间设计业务毛利率显著高于软装陈设业务，若未来发行人软装陈设业务收入占比提升，在各项业务自身毛利率维持不变的情况下，发行人综合毛利率将有所下降。具体量化分析来看，以 2021 年数据为测算基础，软装陈设业务收入占比提升 10 个百分点，发行人综合毛利率将下降 3.5 个百分点左右。

报告期内，空间设计、软装陈设均为发行人重要的业务板块，且两项业务具备较强的协同效应，发行人一直以来秉承两项业务协同发展的战略理念，同步推进两项业务的协同发展，因此，预计未来发行人空间设计、软装陈设两项业务将整体呈现出协同发展的态势，短时期内预计不会出现因软装陈设业务增速较快而引致综合毛利率大幅下降的情况。

2、发行人未来保持较高综合毛利率以及空间设计业务保持高毛利率的可持续性

发行人未来保持较高综合毛利率，具有可持续性，主要原因为：第一，发行人是业内一流的设计公司之一，在业务规模、品牌影响力、创意理念、技术实力等方面具备较强的综合优势，在未来，发行人将继续保持较高的设计水准与收费水平；第二，空间设计、软装陈设均为发行人重要的业务板块，且两项业务具备较强的协同效应，发行人一直以来秉承两项业务协同发展的战略理念，同步推进两项业务的协同发展，因此，预计未来发行人空间设计、软装陈设两项业务将整体呈现出协同发展的态势，短时期内预计不会出现因软装陈设业务增速较快而引致综合毛利率大幅下降的情况。

发行人未来空间设计业务总体仍将保持较高毛利率水平，但可能会在现有基础上略有下降，主要原因为：第一，发行人是业内一流的设计公司之一，在业务规模、品牌影响力、创意理念、技术实力等方面具备较强的综合优势，在未来，发行人将继续保持较高的设计水准与收费水平；第二，发行人空间设计业务目前主要集中于地产售楼处、样板间等领域，毛利率水平较高。在未来，随着发行人在办公、酒店、教育、康养、文化场馆等业态领域的持续拓展，基于该等业态领域毛利率水平相对较低，预计空间设计业务毛利率水平将略有下降，但不会出现重大下滑。

【中介机构核查意见】

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了同行业可比公司的公开资料，对“存在一定比例的酒店、私人住宅、商业等领域设计业务收入导致梁志天设计集团人均收入低于发行人”的原因及合理性进行了分析；

2、结合发行人各项业务结构、未来发展规划等，量化分析软装陈设业务规模持续增长对发行人毛利率可能带来的影响，分析发行人未来保持较高综合毛利率以及空间设计业务保持高毛利率的可持续性。

（二）核查结论

保荐机构、申报会计师核查意见如下：

1、存在一定比例的酒店、私人住宅、商业等领域设计业务收入导致梁志天设计集团人均收入低于发行人，具有合理原因；

2、预计未来发行人空间设计、软装陈设两项业务将整体呈现出协同发展的态势，短时期内预计不会出现因软装陈设业务增速较快而引致综合毛利率大幅下降的情况；发行人未来保持较高综合毛利率，具有可持续性；发行人未来空间设计业务总体仍将保持较高毛利率水平，但可能会在现有基础上略有下降。

问题 6

6. 关于应收账款。申报材料及审核问询回复显示，报告期各期末，公司应收账款（含合同资产）余额分别为 6,625.58 万元、9,780.08 万元、16,194.58 万元及 21,000.55 万元，占营业收入的比例分别为 22.85%、21.41%、26.45%及 55.03%。

请发行人：

结合房地产相关政策对发行人客户的影响、相关客户评级调整等情况，进一步分析发行人可能面临的应收账款风险、坏账准备计提的充分性，以及对公司经营业绩和持续经营能力可能造成的影响，并充分做好风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

1、房地产相关政策

发行人所属的空间设计与软装陈设行业与房地产行业息息相关。房地产行业具有一定的周期性，受宏观经济形势、产业政策调控影响明显。近年来，为解决房价快速非理性上升以及部分市场供需失衡等问题，促进房地产市场平稳健康发展，我国政府陆续颁布并实施了一系列房地产调控政策。2020 年以来，在“稳中求进”的工作总基调下，我国房地产政策不断调整，稳健执行，相关部门坚持“房住不炒”的定位，积极稳妥实施房地产长效机制，不把房地产作为

短期刺激经济的工具和手段，着力稳地价、稳房价、稳预期，积极防范潜在风险。

2020 年 8 月 23 日，住房和城乡建设部官网披露，住建部、央行联合召开房地产企业座谈会，研究进一步落实房地产长效机制，对房地产企业融资设置“三道红线”。“三道红线”旨在保障地产行业的持续健康发展，通过控制房企有息负债规模增长速度，对地产行业融资供给进行结构性调控。具体来看，一是剔除预收款后的资产负债率大于 70%；二是净负债率大于 100%；三是现金短债比小于 1 倍。根据“三道红线”触线情况不同，试点房地产企业分为“红-橙-黄-绿”四档，以有息负债规模作为融资管理的操作目标。如果“三线”均超出阈值为“红色档”，有息负债规模以 2019 年 6 月底为上限，不得增加。而有两项、一项和没有超出阈值的公司，有息负债规模年增速分别设限为 5%、10%和 15%。

档 位	分档依据	有息负债规模增速阈值
红色档	“三线” 均超出阈值	不得增加
橙色档	“二线” 超出阈值	增速不超过 5%
黄色档	“一线” 超出阈值	增速不超过 10%
绿色档	“三线” 均未超出阈值	增速不超过 15%

2020 年 12 月央行、银保监会公布《关于建立银行业金融机构房地产贷款集中度管理制度的通知》，分档设置房地产贷款余额占比和个人住房贷款余额占比两个上限，从资金供给端进一步限制。

2021 年 12 月 6 日，中共中央政治局召开会议分析研究 2022 年经济工作，会议要求“要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，促进房地产业健康发展和良性循环”。

2021 年 12 月 8 日至 2021 年 12 月 10 日，中央经济工作会议会议指出，要坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，加强预期引导，探索新的发展模式，坚持租购并举，加快发展长租房市场，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。

2021 年 12 月 20 日，央行、银保监会出台《关于做好重点房地产企业风险处置项目并购金融服务的通知》，鼓励银行稳妥有序开展并购贷款业务，重点支持优质的房地产企业兼并收购出险和困难的大型房地产企业的优质项目。该

通知是按照市场化方式出清风险的有力举措。

2022 年 3 月 16 日，国务院金融稳定发展委员会召开专题会议指出：对于房地产，要及时研究和提出有力有效的防范化解风险应对方案，提出向新发展模式转型的配套措施。当天，央行、银保监会、财政部、证监会、外汇局等部委也积极表态：要稳定房地产，防范风险，促进房地产业良性循环和健康发展。

在上述调控方向的指引下，现阶段房地产调控政策的核心目的聚焦于控制房价的非理性增长，使房地产行业回归持续、稳定的发展道路，而并未改变房地产行业仍是国民经济重要产业之一的现状，且城市居民对住宅的刚性需求仍持续存在且不断升级，房地产市场整体上仍处于供给小于需求的局面。在新型城镇化进程快速推进、居民住房消费全面升级的宏观背景下，地产长效调控机制使得房地产市场逐渐进入平稳发展阶段。

2、房地产相关行业政策对发行人客户的影响

在“三道红线”等调控政策的影响下，房地产行业融资环境发生变化，行业内部分企业出现流动性风险，甚至出现债务违约的情况。报告期内，发行人主要客户经营情况正常，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。

根据公开市场查询结果，报告期内，发行人客户中蓝光发展、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、世茂集团、苏宁置业集团有限公司、天洋集团、祥生控股集团、阳光城存在公开市场违约或其他违约的情形。截至 2021 年 12 月末，上述客户涉及的相关应收账款余额为 2,502.86 万元，占比为 7.68%，金额及占比均较小。对于上述应收款项期后尚未收回的部分，发行人全额计提了坏账准备，坏账准备计提充分。

3、发行人相关客户评级调整情况

报告期内，发行人前十大客户共计 16 家，根据公开资料显示，前十大客户的主体信用评级情况如下：

序号	公司名称	国内评级机构主体信用评级			国外评级机构主体信用评级		
		2021 年	2020 年	2019 年	2021 年	2020 年	2019 年
1	华润置地	AAA	AAA	AAA	Baa1	Baa1	Baa1

序号	公司名称	国内评级机构主体信用评级			国外评级机构主体信用评级		
		2021 年	2020 年	2019 年	2021 年	2020 年	2019 年
	(1109.HK)						
2	招商蛇口 (001979.SZ)	AAA	AAA	AAA		-	-
3	新城控股 (601155.SH)	AAA	AAA	AAA	Ba2	Ba2	Ba2
4	融创中国 (1918.HK)	AAA	AAA	AAA	Ba3	Ba3	Ba3
5	万科 A (000002.SZ)	AAA	AAA	AAA	Baa1	Baa1	Baa1
6	绿城中国 (3900.HK)	AAA	AAA	AAA	Ba3	Ba3	Ba3
7	金地集团 (600383.SH)	AAA	AAA	AAA	Ba2	Ba2	Ba2
8	中国铁建 (601186.SH)	AAA	AAA	AAA	A3	A3	A3
9	阳光城 (000671.SZ)	AA+	AA+	AA+	Caa2	B1	B2
10	旭辉控股 (0884.HK)	AAA	AAA	AAA	Ba3	Ba3	Ba3
11	中国奥园 (3883.HK)	AA	AAA	AAA	Caa2	B1	B1
12	碧桂园 (2007.HK)	AAA	AAA	AAA	Baa3	Baa3	Ba1
13	金科股份 (000656.SZ)	AAA	AAA	AAA	B1	B1	B1
14	香港置地 (H78.SG)	-	-	-	A3	A3	A3
15	新希望控股集团 有限公司	AAA	AAA	AAA	-	-	-
16	佳兆业集团 (1638.HK)	BB	-	-	Ca	B1	B1

注：信用评级均采用各报告期末时点的评估数据，部分公司未有信用评级数据。其中国内评级机构主体信用评级主要采用中诚信国际信用评级有限责任公司、中诚信证券评估有限公司、联合信用评级有限公司的评级数据，国外评级机构主体信用评级主要采用覆盖公司主要客户较多的穆迪信用评级数据，评级数据来源于 wind 以及上市公司年报。

报告期内，发行人客户中国奥园、阳光城、佳兆业集团存在信用评级下调的情形，除此之外，发行人主要客户信用评级整体比较稳定，不存在信用评级下降的情形。2021 年 12 月 31 日，发行人客户中国奥园、阳光城、佳兆业集团的应收账款余额为 1,312.03 万元，占比为 4.03%，金额及占比均较小。

4、进一步分析发行人可能面临的应收账款风险、坏账准备计提的充分性

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，发行人客户中存在债务违约或其他违约所涉及的应收账款金额及占比较小，不存在较大比例应收账款无法收回的风险。

报告期内，发行人相关坏账准备计提充分，原因为：第一，报告期内，发行人坏账计提比例与同行业可比公司不存在较大差异，坏账计提比例谨慎、合理。第二，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。第三，发行人针对存在公开市场债务或其他违约的客户蓝光发展、华夏幸福、中国恒大、泰禾集团、泛海控股、花样年控股、佳兆业集团、世茂集团、苏宁置业集团有限公司、祥生控股集团、阳光城、中国奥园、天洋集团，全额计提了坏账准备，计提充分、谨慎。综上，发行人主要应收账款回收风险较小，坏账准备计提充分。

5、进一步分析对公司经营业绩和持续经营能力可能造成的影响

报告期内，在“三道红线”等房地产调控政策的影响下，房地产行业融资渠道收紧，这使得发行人下游客户资金面普遍收紧，销售回款有所放缓，部分客户出现流动性风险乃至债务违约的情况。上述情况下，对部分债务违约或其他违约客户单项全额计提坏账准备，对发行人经营业绩带来一定负面影响。

但是，上述情况对发行人经营业绩和持续经营能力未造成重大影响，主要原因为：第一，发行人是业内一流的设计公司，凭借在品牌、创意、技术等方面的综合优势，具备较强的订单获取与业务开展能力，有力的保障了经营业绩的持续稳定增长；第二，发行人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；第三，发行人客户中存在债务违约或其他违约所涉及的应收账款金额及占比较小，不存在较大比例应收账款无法收回的风险。

6、风险提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”补充披露如下：

“五、财务风险”之“（四）应收账款坏账的风险”：

“报告期各期末，公司应收账款（含合同资产）余额分别为9,780.08万元、16,194.58万元和35,013.73万元，总体上因公司业务规模的扩大而有所增加。公司下游客户主要为全国性、跨区域经营的大型地产企业，如果该等客户受宏观经济波动、房地产行业调控政策或者自身经营管理等因素影响，导致实际不能或不能如期支付公司的应收款项，则公司将面临因应收账款余额（含合同资产）增加而引致的营运资金周转及坏账损失风险。同时，报告期内，公司账龄在1年以内的应收账款占比呈下降趋势，账龄在1年以上的应收账款占比有所上升，账龄结构有所拉长。截止2021年12月31日，公司账龄在1年以上应收账款（含合同资产）的金额为8,689.37万元，占比为24.82%，该等应收账款（含合同资产）的账龄相对较长，存在一定回款风险。同时，经公开市场查询，出现债务违约或其他违约的客户包括蓝光发展、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、世茂集团、苏宁置业集团有限公司、天洋集团、祥生控股集团、阳光城，报告期内，公司对该等客户销售收入为14,417.24万元，累计回款12,285.82万元，未回款金额为2,131.42万元，该等应收账款存在相对较高的回款风险。未来若房地产行业调控政策趋严，可能有更多房地产企业出现违约等风险事件，将会导致公司面临较大的应收账款坏账风险。”

综上，发行人已在招股说明书中充分披露了有关风险，上述相关风险提示充分。

【中介机构核查意见】

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了房地产相关行业政策，分析了对发行人客户的影响；搜集了发行人客户的评级情况，分析发行人可能面临的应收账款风险、坏账准备计提的充分性，并结合上述情况及房地产相关行业政策，进一步分析发行人所面临的应收账款坏账损失风险。

（二）核查意见

保荐机构、申报会计师核查意见如下：

1、房地产相关行业政策对发行人客户的影响及相关客户评级调整等情况已列示；发行人不存在较大的应收账款回款风险，相关坏账准备计提充分；不会对公司经营业绩和持续经营能力造成重大不利影响，发行人已在招股说明书中补充披露了所面临的应收账款坏账的风险，相关风险提示充分。

问题 7

7. 关于股份支付。申报文件及审核问询回复显示：发行人于 2018 年对股权激励事项进行了股份支付处理，本次股权激励形式为授予时可立即行权，因此发行人一次性在授予当期确认了相关股份支付费用 23,085.05 万元。

请发行人：

（1）补充说明员工持股平台员工离职后的股权安排，股权激励实施后是否实际出现员工离职情况，相关股份如何处理，转让价格如何约定以及相关会计处理情况；（2）补充说明持股平台员工离职相关规定是否隐含固定的服务期限，首次公开募股成功前离职需对外转让股份的安排是否构成一项服务期限条件；

（3）结合股权激励方案及相关决议、入股协议、服务合同、发行人回购权的期限、回购价格公允性等有关等待期的约定及实际执行情况，补充说明相关约定是否实质上构成隐含的可行权条件，并结合财政部相关股份支付案例说明发行人是否应分期确认股份支付费用。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

（一）补充说明员工持股平台员工离职后的股权安排，股权激励实施后是否实际出现员工离职情况，相关股份如何处理，转让价格如何约定以及相关会计处理情况

根据员工持股平台的相关《合伙协议》：1、员工在上市前离职，其持有的合伙企业的全部财产份额必须转让给普通合伙人（或经普通合伙人同意转让给符合入伙条件的员工）。转让价格：（1）持股时间小于三年的，转让价格为实缴出资额扣除累计分红；（2）持股时间满三年但小于五年的，转让价格为实缴

出资额的 1.5 倍；（3）持股时间满五年的，转让价格为实缴出资额的 2 倍；

（4）如员工因病或意外丧失劳动能力或身故，经合伙人会议通过后，以不低于实缴出资额的 3 倍的价格转让；2、员工在上市后离职，在持股平台的锁定期届满之后将其持有的合伙企业财产份额所对应的发行人股票全部转让并退伙，转让价格参考发行人股票的二级市场价格。

上述股权激励实施后至今，发行人共计 4 名员工离职或退伙并转让所持股权，具体情况如下：

员工姓名	离职/退伙时间	实缴财产份额（万元）	受让人	转让价格及确定依据	公允价值	会计处理
黄强	2019-7-19	1.21	王冠、刘建辉、王兆宝	黄强持股时间小于三年，根据合伙协议，并经转受双方协商，以其实际缴付的出资金额作为退伙作价	15.69 元/出资额	确认股份支付 1,345.13 万元，视同在首次授予日开始分摊
高于蓝	2019-7-19	0.31		高于蓝持股时间小于三年，根据合伙协议，并经转受双方协商，以其实际缴付的出资金额作为退伙作价	15.69 元/出资额	
程俊	2019-9-25	0.76		程俊因意外身故，根据合伙协议，以其实际缴付的出资金额的三倍作为退伙作价	15.69 元/出资额	确认股份支付 666.79 万元，视同在首次授予日开始分摊
陈万慎	2020-7-15	12.76		陈万慎持股时间小于三年，根据合伙协议，并经转受双方协商，以其实际缴付的出资金额作为退伙作价	24.71 元/出资额	确认股份支付 1,512.50 万元，视同在首次授予日开始分摊

（二）补充说明持股平台员工离职相关规定是否隐含固定的服务期限，首次公开募股成功前离职需对外转让股份的安排是否构成一项服务期限条件

1、发行人原股份支付的会计处理方式及其合理性

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》等相关规定：“企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具，应确认相应股份支付费用；以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量；授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。”

根据中国证监会《首发业务若干问题解答》相关规定：“确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。”

发行人原在认定股权激励是否存在隐含的服务期限条件的过程如下：《合伙协议》未约定获取股权激励的对象在特定服务期后才可行权，亦未设立业绩条件作为行权条件，同时也未明确约定激励对象取得股权后在公司的服务期限，即授予即行权、且未对服务期限作出明确约定限制。《合伙协议》中设置了离职退出条款，目的是为了保持高管、核心技术人员和关键岗位员工的持续稳定，并非对激励对象获得股份事项的服务期限有所限制。同时，发行人授予股份的激励对象主要是在发行人工作多年的员工，并不是为了加快上市进程新引入的人员，因此发行人通过持股平台向员工授予股份的目的是对这些员工过去多年为公司提供服务的奖励。

综合考虑上述情况，发行人在首次申报时将历次股权激励认定为在授予日立即可行权的股份支付，一次性计入授予当期的管理费用并作为非经常性损益列示。

2、财政部相关股份支付案例与发行人实际情况的对比

2021年5月18日，财政部会计司发布《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》，发行人股权激励情况与应用案例对比如下：

相关条款	《股份支付准则应用案例》	员工持股平台《合伙协议》	对比分析
离职条款	该股权激励计划及合伙协议未对员工的具体服务期限作出专门约定，但明确约定如果自授予日至甲公司成功完成首次公开募股时员工主动离职，员工不得继续持有持股平台份额，实际控制人将以自有资金按照员工认购价回购员工持有的持股平台份额，回购股份是否再次授予其他员工由实际控制人自行决定	员工在上市前离职，其持有的合伙企业的全部财产份额必须转让给普通合伙人（或经普通合伙人同意转让给符合入伙条件的员工）	《应用案例》中回购方为实际控制人，发行人员工持股平台《合伙协议》中约定回购方为普通合伙人，而股权激励时点，普通合伙人为王冠、刘建辉、王兆宝，刘建辉、王兆宝不是实际控制人。
回购价格	员工认购价	（1）持股时间小于三年的，转让价格为实缴出资额扣除累计分红；（2）持股时间满三年但小于五年的，转让价	《应用案例》中回购价格为员工认购价，发行人员工持股平台《合伙协

相关条款	《股份支付准则应用案例》	员工持股平台《合伙协议》	对比分析
		格为实缴出资额的 1.5 倍； (3) 持股时间满五年的，转让价格为实缴出资额的 2 倍；(4) 如员工因病或意外丧失劳动能力或身故，经合伙人会议通过后，以不低于实缴出资额的 3 倍的价格转让	议》中约定回购价格根据具体情况不同包括原认购价扣除分红、原认购价的 1.5-3 倍。

经过对比，发行人员工持股平台《合伙协议》的有关条款与《股份支付准则应用案例》存在差异，不完全一致。

3、结合近期审核案例，发行人基于审慎原则，对前期股份支付的会计处理进行了更正

经案例检索，近期过会、注册的相关案例中，对类似股份支付的会计处理更正情况如下：

公司名称	首发前员工离职相关规定	会计处理	更正影响
嘉戎技术 (创业板, 已注册)	按原价(部分情况加算同期银行利息)退还股权	2021 年 8 月的信息披露文件中, 于授予日一次性确认; 2022 年 3 月注册问询回复中, 更正为按服务期限摊销。	报告期内, 对净利润的影响比例分别为 10.33%、21.98%、-7.54%、-8.64%。
联特科技 (创业板, 已过会)	按原价退还股权	2021 年 11 月的信息披露文件中, 于授予日一次性确认; 2022 年 2 月审核中心问询回复中, 更正为按服务期限摊销。	报告期内, 对净利润的影响比例分别为 96.73%、-0.97%、-25.54%、-24.36%。
青木股份 (创业板, 已注册)	在相关服务期限未满足前离职, 需按约定的固定价格退还股权	2021 年 12 月的信息披露文件中, 于授予日一次性确认; 2022 年 1 月注册问询回复中, 更正为按服务期限摊销。	报告期内, 对净利润的影响比例分别为 9.93%、0.58%、-1.18%、-0.96%。
华宝新能 (创业板, 已过会)	在约定期限内离职, 按原价加算 6% 的固定收益退还股权	2021 年 11 月的信息披露文件中, 于授予日一次性确认; 2022 年 2 月二轮问询回复中, 更正为按服务期限摊销。	报告期内, 对净利润的影响比例分别为 9.25%、14.92%、-2.45%。
长光华芯 (科创板, 已注册)	实际执行时, 按原价退还股权	2021 年 10 月的信息披露文件中, 于授予日一次性确认; 2022 年 3 月注册问询回复中, 更正为按服务期限摊销。	报告期内, 对净利润的影响比例分别为 0、0、48469.76%、-9.09%。

结合上述案例，发行人基于审慎原则，结合对《应用案例》所表达实质的进一步深入理解，认为发行人实际执行情况与应用案例基本一致，首次公开募股成功前离职需对外转让股份的安排构成一项服务期限条件。发行人结合应用案例的要求对股份支付确认方式进行了更正。

（三）结合股权激励方案及相关决议、入股协议、服务合同、发行人回购权的期限、回购价格公允性等有关等待期的约定及实际执行情况，补充说明相关约定是否实质上构成隐含的可行权条件，并结合财政部相关股份支付案例说明发行人是否应分期确认股份支付费用

如前所述，发行人基于审慎原则，结合对《应用案例》所表达实质的进一步深入理解，对股份支付确认方式进行了更正，由在授予日一次性确认更正为在估计的等待期内进行分期摊销，具体处理方式为：

1、根据持股平台的合伙协议及各合伙人出具的《承诺函》等，激励对象通过受让持股平台份额取得的发行人的股份在发行人首次公开发行股票并上市三年内不得出售。发行人管理层预计于 2022 年 12 月前发行成功，同时结合《股份支付准则应用案例—授予限制性股票》、相关市场案例等，故自合伙企业份额授予之日起摊销至 2025 年 12 月；

2、等待期内每个资产负债表日，管理层根据最新取得的职工人数变动等信息，确定可解锁的份额，并在授予日至可解锁时点平均摊销，在等待期内摊销的股份支付费用计入经常性损益；

3、离职员工等将其持有的合伙份额转让给普通合伙人或其指定的有限合伙人，该部分合伙企业份额对应的股份支付原分摊金额冲回，受让份额对应的股份支付金额视同在首次授予日开始分摊。

具体摊销过程如下：

单位：万元

项 目	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年
期初待摊销金额	15,402.31	17,920.85	20,617.14	-
加：本期确认金额	-	1,512.50	2,011.92	22,826.12
减：终止确认金额	-	786.69	1,690.28	-
本期摊销金额	3,080.46	3,244.35	3,017.94	2,208.98
期末待摊销金额	12,321.85	15,402.31	17,920.85	20,617.14

发行人采用追溯重述法对申报财务报表中相关数据进行更正，对报告期内合并财务报表各科目的影响情况具体如下：

（1）对合并资产负债表的影响

单位：万元

期间	影响科目	更正前金额	更正金额	更正后金额
2020 年 12 月 31 日	资本公积	22,609.47	1,283.53	23,893.00
	盈余公积	964.88	-128.35	836.52
	未分配利润	4,366.52	-1,155.17	3,211.35
2019 年 12 月 31 日	资本公积	23,085.05	-17,599.21	5,485.85
	盈余公积	25.00	1,921.89	1,946.89
	未分配利润	-883.41	15,677.32	14,793.91

(2) 对合并利润表的影响

单位：万元

期间	影响科目	更正前金额	更正金额	更正后金额
2020 年度	管理费用	2,887.31	3,244.35	6,131.66
	营业利润	22,887.76	-3,244.35	19,643.40
	利润总额	22,672.14	-3,244.35	19,427.79
	净利润	19,268.23	-3,244.35	16,023.88
	归属于母公司所有者的净利润	19,268.23	-3,244.35	16,023.88
	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	18,207.18	-3,244.35	14,962.83
2019 年度	管理费用	2,039.08	3,017.94	5,057.01
	营业利润	17,822.16	-3,017.94	14,804.22
	利润总额	17,821.97	-3,017.94	14,804.03
	净利润	15,337.05	-3,017.94	12,319.12
	归属于母公司所有者的净利润	15,337.05	-3,017.94	12,319.12
	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	14,854.85	-3,017.94	11,836.92

上述股份支付费用计量事项属于特殊会计判断事项，对公司日常经营不构成直接影响；本次股份支付确认方式更正主要系发行人基于审慎原则，结合财政部 2021 年 5 月 18 日发布的《应用案例》要求、并作进一步审慎认定所致，并非因发行人会计基础薄弱、内控重大缺陷、盈余操纵、未及时进行审计调整的重大会计核算疏漏、滥用会计政策或者会计估计以及恶意隐瞒或舞弊行为。

本次会计差错更正调整不存在故意遗漏或虚构交易、事项或者其他重要信

息的情况，不存在滥用会计政策或会计估计的情况，不存在操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录等情形，不构成公司在会计基础工作规范及相关内控方面不符合发行条件的情形，符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》、《首发业务若干问题解答》问题 44 和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 28 的相关规定。

与此同时，2020 年、2021 年，公司归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 14,962.83 万元、21,677.63 万元，累计超过人民币 5,000 万元，符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第 2.1.2 条第（一）项的规定，仍然符合发行条件与上市条件。

【中介机构核查意见】

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了员工持股平台有关的合伙协议，了解了股权激励实施后是否实际出现员工离职情况，对相关会计处理进行了了解与分析；

2、结合合伙协议、财政部相关股份支付案例等，对持股平台员工离职相关规定是否隐含固定的服务期限、首次公开募股成功前离职需对外转让股份的安排是否构成一项服务期限条件进行了分析，对相关约定是否实质上构成隐含的可行权条件，并结合财政部相关股份支付案例说明发行人是否应分期确认股份支付费用进行了分析。

（二）核查结论

保荐机构、申报会计师核查意见如下：

1、股权激励实施后实际出现员工离职情况，相关股份处理符合合伙协议约定，相关会计处理合规；

2、根据财政部相关股份支付案例，持股平台员工离职相关规定隐含固定的服务期限，首次公开募股成功前离职需对外转让股份的安排构成一项服务期限条件；

3、相关约定实质上构成隐含的可行权条件，结合应用案例的规定，发行人

将报告期内股份支付费用的确认方式进行了更正，由在授予日一次性确认更正为在估计的等待期内进行分期摊销。经更正调整后，报告期各期确认的股份支付金额的计提准确合理，符合股份支付支付准则和应用案例相关规定；发行人本次会计差错更正调整不存在故意遗漏或虚构交易事项或者其他重要信息的情况，不存在滥用会计政策或会计估计的情况，不存在操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录等情形，不构成公司在会计基础工作规范及相关内控方面不符合发行条件的情形，符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》、《首发业务若干问题解答》问题 44 和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 28 的相关规定，与此同时，本次更正后，发行人仍然符合发行条件与上市条件。

（此页无正文，为《关于矩阵纵横设计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）

董事长、法定代表人：



王 冠

矩阵纵横设计股份有限公司

2022年4月17日

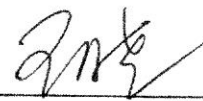


(此页无正文,为《长江证券承销保荐有限公司关于矩阵纵横设计股份有限公司
申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签字盖
章页)

保荐代表人签字:



章 睿



王 晓

长江证券承销保荐有限公司

2022年4月17日



保荐机构总经理声明

本人已认真阅读矩阵纵横设计股份有限公司本次审核中心意见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,审核中心意见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、及时性承担相应法律责任。

总经理: 王承军
王承军

