



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

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
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**

深圳证券交易所：

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》（以下简称“《问询函》”）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”）等相关方对审核问询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

目录.....	2
问题 1.....	3
问题 2.....	17
问题 3.....	24
问题 4.....	30
问题 5.....	34
问题 6.....	38
问题 7.....	41
问题 8.....	57
问题 9.....	59
问题 10.....	63

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。

答复：

【说明与分析】

(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。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 年度 /2021 年 12 月 31 日	2020 年度 /2020 年 12 月 31 日	2019 年度 /2019 年 12 月 31 日
1	蓝光发展 (600466. SH)	销售金额	64.08	860.40	12.71
		销售金额占比	0.07%	1.41%	0.03%
		应收账款余额	327.66	337.24	143.17
		应收账款净值	-	243.55	107.09
2	泰禾集团 (000732. SZ)	销售金额	-	-	52.53
		销售金额占比	-	-	0.12%

序号	公司名称	项目	2021 年度 /2021 年 12 月 31 日	2020 年度 /2020 年 12 月 31 日	2019 年度 /2019 年 12 月 31 日
		应收账款余额	18.10	18.10	25.06
		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
		应收账款净值	-	-	22.68
4	华夏幸福 (600340. SH)	销售金额	6.85	204.97	-
		销售金额占比	0.01%	0.33%	-
		应收账款余额	7.26	-	-
		应收账款净值	-	-	-
5	泛海控股 (000046. SZ)	销售金额	193.16	-	-
		销售金额占比	0.22%	-	-
		应收账款余额	33.60	-	-
		应收账款净值	-	-	-
6	中国奥园 (3883. HK)	销售金额	655.52	1,259.50	-
		销售金额占比	0.74%	2.06%	-
		应收账款余额	244.11	189.68	-
		应收账款净值	-	180.19	-
7	佳兆业集团 (1638. HK)	销售金额	1,589.17	201.79	-
		销售金额占比	1.79%	0.33%	-
		应收账款余额	504.91	-	-
		应收账款净值	-	-	-
8	花样年控股 (1777. HK)	销售金额	62.87	61.79	-
		销售金额占比	0.07%	0.10%	-
		应收账款余额	42.85	65.50	-
		应收账款净值	-	62.23	-
9	世茂集团 (0813. HK)	销售金额	1,088.08	547.36	869.86
		销售金额占比	1.23%	0.89%	1.90%
		应收账款余额	235.64	112.05	78.25
		应收账款净值	-	104.17	74.34
10	苏宁置业集团 有限公司	销售金额	167.48	-	-
		销售金额占比	0.19%	-	-

序号	公司名称	项目	2021 年度 /2021 年 12 月 31 日	2020 年度 /2020 年 12 月 31 日	2019 年度 /2019 年 12 月 31 日
		应收账款余额	80.42	-	-
		应收账款净值	-	-	-
11	天洋集团	销售金额	-	3.62	-
		销售金额占比	-	0.01%	-
		应收账款余额	91.43	91.43	10.95
		应收账款净值	-	47.44	8.76
12	祥生控股集团	销售金额	681.21	1,046.86	69.54
		销售金额占比	0.77%	1.71%	0.15%
		应收账款余额	308.51	150.40	37.67
		应收账款净值	-	143.78	35.78
13	阳光城 (000671.SZ)	销售金额	843.95	2,550.57	1,179.02
		销售金额占比	0.95%	4.17%	2.58%
		应收账款余额	563.01	353.79	288.89
		应收账款净值	-	330.30	274.44
合计		销售金额	5,352.36	6,736.87	2,183.66
		销售金额占比	6.04%	11.00%	4.78%
		应收账款余额	2,502.86	1,363.55	629.34
		应收账款净值	-	1,126.14	546.90

综上，公司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分别为 2,502.86 万元、0 万元，占比分别为 7.68%、0.00%。公司出现公开市场债务违约或其他违约客户销售金额、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或其他违约客户应收款项，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或其他违约情况以及相关媒体报道。对于出现公开市场债务违约或其他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 12.71 万元、860.40 万元和 64.08 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，公司与之仅新增两个合同，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，出现公开债务违约或其他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 12 月 31 日，发行人针对上述客户的在手订单总额为 3,504.37 万元，占发行人在手订单总金额的 5.48%，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 12 月 31 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。

”

(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 45,387.28 万元、60,504.83 万元、87,746.98 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 90%。

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，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 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，其余 15 家公开披露财务数据，发行人根据 15 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 数据计算结果)	所属类别 (2021 年半年报 数据计算结果)	所属类别 (2020 年年报数 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	香港置地（H78.SG）	0	绿色档	黄色档
15	新希望控股集团有限公司	-	-	-
16	佳兆业集团（1638.HK）	1	黄色档	黄色档

由上表可见，发行人主要客户归入绿色档的有 3 家，与 2020 年年报数据测算的结果数量持平；归入黄色档的有 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一家。总体来说，发行人主要客户在 2021 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

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、政策端等都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 50,770.01 万元、67,759.93 万元及 **83,841.96 万元**，占同期营业收入比例分别为 111.16%、110.68%及 **94.59%**，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 21.41%、26.45%、**39.50%**，与同行业可比公司相比处于较低水平。

2021 年末，应收账款（含合同资产）余额占收入的比例略高，主要是因：发行人主要客户为房地产开发企业，报告期内，在“房住不炒”的政策总基调下，以因城施策与三稳为调控思路，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”，涵盖行政调控、金融、土地、住房、财税等领域的系统性制度逐步建立、健全。在上述调控政策下，报告期内，尤其是 2021 年下半年以来，房地产行业景气度有所下降，房企融资环境持续收紧。发行人作为房地产企业的空间设计、软装陈设服务供应商，受上述因素影响，销售回款进一步放缓，致使发行人 2021 年末应收账款（含合同资产）增幅较大，占比略高。尽管 2021 年受行业因素影响，发行人应收账款（含合同资产）余额占收入的比例有所提升，但相关比例的变化与行业变化趋势一致，且绝对占比低于其他可比公司，总体处于较为良好的状态。

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 16 家，发行人根据 15 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。**报告期各期前十大客户中，发行人对其按照“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 年度	-	-	-	-	-	-
	2020 年度	1,259.50	6.67%	180.19	4.52%	189.68	4.29%
	2019 年度	-	-	-	-	-	-
触及二条红线	2021 年度	-	-	-	-	-	-
	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%
触及一条红线	2021 年度	16,556.28	66.24%	5,846.79	70.40%	6,985.88	71.66%
	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%
触及零条红线	2021 年度	8,437.90	33.76%	2,458.51	29.60%	2,762.85	28.34%
	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%

报告期各期前十大客户中，同时触及三条红线的客户仅有一家，报告期各期前十大客户中触及三条红线客户的销售收入分别为 0 万元、1,259.50 万元、0 万元，占发行人各期收入的比例分别为 0.00%、2.06%、0.00%，占比较小；2021 年，发行人前十大客户中，无触及三条红线的客户。

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 年度	2020 年度	2019 年度
红	中泰设计	12.50%	2.32%	23.97%
	笛东设计	-	3.44%	3.56%
	发行人	-	6.67%	-
橙	中泰设计	5.83%	34.99%	6.14%
	笛东设计	-	4.40%	6.87%
	发行人	-	12.23%	6.95%
黄	中泰设计	81.67%	62.69%	69.89%
	笛东设计	-	48.50%	46.42%
	发行人	66.24%	47.12%	55.56%
绿	中泰设计	-	-	-
	笛东设计	-	43.66%	43.15%
	发行人	33.76%	33.98%	37.50%
三道红线划分	应收账款占比	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
红	中泰设计	9.14%	7.05%	20.04%
	笛东设计	-	5.16%	4.76%
	发行人	-	4.29%	-
橙	中泰设计	25.22%	35.01%	7.48%
	笛东设计	-	7.02%	10.97%
	发行人	-	8.32%	10.12%
黄	中泰设计	65.64%	57.94%	72.47%
	笛东设计	-	51.87%	44.61%
	发行人	71.66%	53.81%	69.32%
绿	中泰设计	-	-	-
	笛东设计	-	35.94%	39.66%
	发行人	28.34%	33.58%	20.56%

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。笛东设计未对其审核问询回复进行年报更新。

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处于合理水平，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或其他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或其他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 18,999.28 万元、23,369.81 万元及 **33,854.00 万元**；华南区域业务收入分别为 8,138.95 万元、13,556.73 万元、**20,997.02 万元**；西南区域业务收入分别为 9,441.77 万元、12,156.05 万元、**14,468.12 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。

【中介机构核查意见】

（一）核查过程

保荐机构、发行人律师、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**或其他违约**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 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

保荐机构、发行人律师、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**或其他违约**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 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**处于合理水平**，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 2

2. 关于实际控制人认定。申报材料及审核问询回复显示：（1）王冠、刘建辉、王兆宝直接及间接持有公司股份占比分别为 35.89%、27.27%、6.99%。

（2）刘建辉率领团队自 2012 年来已八度入围安德马丁国际室内设计大奖，成为该奖项国内最年轻、获奖入围次数最多的设计师之一。（3）刘建辉、王兆宝的股份锁定期为自公司股票上市之日起十二个月内。请发行人：（1）结合王冠、刘建辉、王兆宝在发行人处的任职及主要职能范围，补充说明刘建辉、王兆宝对公司日常生产经营是否构成重大影响；根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 10 的要求，进一步分析仅认定王冠一人为发行人实际控制人的原因及合理性；（2）补充说明报告期各期刘建辉、王兆宝各自下属团队人数、相关团队主要承接或执行业务情况、相关团队贡献的营业收入、利润及其占比情况，分析若上述核心人员及所属主要团队离职是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响，如是，补充说明拟应对措施及其有效性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

（一）结合王冠、刘建辉、王兆宝在发行人处的任职及主要职能范围，补充说明刘建辉、王兆宝对公司日常生产经营是否构成重大影响；根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 10（以下简称“《首发问答》问题 10”）的要求，进一步分析仅认定王冠一人为发行人实际控制人的原因及合理性

1、结合王冠、刘建辉、王兆宝在发行人处的任职及主要职能范围，补充说明刘建辉、王兆宝对公司日常生产经营是否构成重大影响

①王冠、刘建辉、王兆宝三人在发行人处的任职及主要职能范围如下：

姓名	任职	职能范围
王冠	董事长	自发行人设立以来，始终担任董事长（矩阵有限阶段任执行董事兼总经理），主导公司的战略和经营方向，负责经营决策，对发行人重大经营事务、日常经营管理事务有决定权，全方位负责公司发展战略统筹和经营管理。
刘建辉	副董事长、副总经理、总设计师	A.任副董事长：除作为董事本身的职权外，还在董事长不能履职时，根据规定代为履职； B.任副总经理：协助总经理工作，在日常经营中分管公司研发设计相关工作； C.任总设计师：主管研发设计，并负责设计创意理念、设计技术的研究创新。
王兆宝	董事、总经理	A.任董事：在董事及董事会的职权范围内，参与董事会并作出决策； B.任总经理：负责组织实施董事会决议，主持公司整体运营和日常管理工作。

②补充说明刘建辉、王兆宝对公司日常生产经营是否构成重大影响

就刘建辉及王兆宝而言，其均作为公司的董事及高级管理人员，系该董事及高级管理人员本身的职务属性及职务内容决定了刘建辉及王兆宝必然充分参与公司的日常经营，并在其权限范围内对公司的日常经营产生一定影响。但是，上述二人未对发行人日常生产经营构成实际控制，发行人对该二人不构成重大依赖，主要原因为：

第一，刘建辉、王兆宝的董事及高管职务系分别由股东大会选举及/或董事会选聘产生，王冠凭借控制发行人 70.18%的表决权比例，对发行人股东大会、董事会形成绝对控制，即能够决定对刘建辉、王兆宝的任免；第二，发行人经过多年的经营沉淀与市场历练，已发展、建立起一套完善的内部管理体系，涵盖人员管理、业务管理、质量管控、品牌管理等多维度、全方位的管理体系，并以制度的形式明确。该体系、机制的建立运行，确保了发行人日常经营运转的持续、稳定，而不受个别人员的重大影响或依赖。

2、根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题10的要求，进一步分析仅认定王冠一人为发行人实际控制人的原因及合理性

报告期内，认定王冠一人为发行人实际控制人具有合理性，符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题10的要求，具体分析如下：

序号	《首发问答》问题 10	认定王冠一人为实际控制人的原因及合理性分析
1	在确定公司控制权归属时，应当本着实事求是的原则，尊重企业的实际情况，以发行人自身的认定为主，由发行人股东予以确认。	根据发行人及其全体股东的出具的确认证函，发行人及其全体股东均一致确认王冠一人为发行人的实际控制人。
2	保荐机构、发行人律师应通过对公司章程、协议或其他安排以及发行人股东大会（股东出席会议情况、表决过程、审议结果、董事提名和任命等）、董事会（重大决策的提议和表决过程等）、监事会及发行人经营管理的实际运作情况的核查对实际控制人认定发表明确意见。	①关于公司章程规定： 根据公司章程规定，除增加或者减少注册资本、章程的修改等特别决议事项需由出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过外，股东大会作出普通决议，由出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过。王冠凭借控制发行人 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，且无需征集或取得刘建辉或王兆宝的支持。 ②关于董监事提名及任命： 报告期初至发行人进行股份制改制期间，发行人的执行董事兼总经理均由王冠担任；发行人股份制改制时选举第一届董事会成员共 7 名，王冠提名 4 名，（另 3 名董事分别由刘建辉提名 2 名、王兆宝提名 1 名），王冠提名及任命的董事占比超过董事会成员的半数；选举第一届监事会成员共 3 名，除 1 名职工代表监事外，另外 2 名监事均由王冠提名。董事、监事最终任命人员与王冠的提名人员一致，王冠对发行人董事、监事提名及任命具有重大影响力。 ③关于三会运作： 王冠合计控制发行人 70.18%的表决权，足以对发行人股东大会决议产生绝对影响力，且，报告期内不存在股东（大）会审议结果与王冠的意见不一致的情形；王冠提名了包括其在内的过半数董事成员，能够对发行人董事会产生重大影响，报告期内不存在董事会审议结果与王冠的意见不一致的情形；监事会由 3 名监事构成，除 1 名职工代表监事由职工代表大会选举产生，其余两名监事均由王冠提名，且，报告期内监事会作出的决议均经全体监事一致通过。 ④关于发行人经营管理的实际运作情况： 发行人的高级管理人员由董事会决定聘任或解聘事宜，在王冠提名发行人半数以上董事会成员的情况下，王冠可通过董事会影响发行人高级管理人员的选择及聘任，从而实现对发行人日常经营管理的控制。
3	发行人股权较为分散但存在单一股东控制比例达到 30%的情形的，若无相反的证据，原则上应将该股东认定为控股股东或实际控制人。存	①关于王冠的持股情况： 王冠一人持有或控制发行人的股份比例逾 30%。截至基准日，王冠持有（直接及间接）发行人 35.89%的股份，为发行人第一大

序号	《首发问答》问题 10	认定王冠一人为实际控制人的原因及合理性分析
	在下列情形之一的，保荐机构应进一步说明是否通过实际控制人认定而规避发行条件或监管并发表专项意见：①公司认定存在实际控制人，但其他股东持股比例较高与实际控制人持股比例接近的；②第一大股东持股接近 30%，其他股东比例不高且较为分散，公司认定无实际控制人的。	股东（持股比例明显高于刘建辉、王兆宝），王冠作为天玑玉衡投资、几善优合投资、迷凯斯投资、合纵连横咨询的执行事务合伙人控制发行人 40.76%的股份，合计控制发行人 70.18%的股份，其一人即可决定公司重大决策事项（根据公司章程规定需股东所持表决权的三分之二以上通过的事项），对发行人经营管理事项具有绝对控制权。 ②关于刘建辉及王兆宝的持股情况：刘建辉持有（直接及间接）发行人 27.27%的股份，持有公司表决权比例为 22.94%，王兆宝持有（直接及间接）发行人 6.99%的股份，持有公司表决权比例为 5.88%，该二人均无法单独或合计表决通过公司股东大会决议事项，无法对公司股东大会产生实质上的影响力。
4	法定或约定形成的一致行动关系并不必然导致多人共同拥有公司控制权的情况，发行人及中介机构不应为扩大履行实际控制人义务的主体责任范围或满足发行条件而作出违背事实的认定。通过一致行动协议主张共同控制的，无合理理由的（如第一大股东为纯财务投资人），一般不能排除第一大股东为共同控制人。实际控制人的配偶、直系亲属，如其持有公司股份达到 5%以上或者虽未超过 5%但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用，保荐机构、发行人律师应说明上述主体是否为共同实际控制人。共同控制人签署一致行动协议的，应当在协议中明确发生意见分歧或纠纷时的解决机制。	① 关于一致行动关系：王冠、刘建辉、王兆宝之间未签署一致行动协议，不存在法定或约定的一致行动关系。 ② 关于配偶及亲属持股：根据王冠、刘建辉、王兆宝填写的调查表，其配偶或亲属均不持有发行人股份，且未在公司任职。
5	对于作为实际控制人亲属的股东所持的股份，应当比照实际控制人自发行人上市之日起锁定 36 个月。保荐机构及发行人律师应重点关注最近三年内公司控制权是否发生变化，存在为满足发行条件而调整实际控制人认定范围嫌疑的，应从严把握，审慎进行核查及信息披露。	①关于股份锁定：不存在发行人的实际控制人王冠的亲属持有发行人股份的情况，王冠已承诺其持有公司的股份自公司股票上市之日起锁定 36 个月。 ②关于实际控制人变化：截至目前，王冠在最近三年内通过直接或间接方式持有发行人的股份始终超过 30%，始终控制发行人超过 70%的股份；此外，王冠一直担任发行人的执行董事/董事长，并担任天玑玉衡投资、几善优合投资、迷凯斯投资、合纵连横咨询的执行事务合伙人，最近三年内公司控制权不存在变化。

（二）补充说明报告期各期刘建辉、王兆宝各自下属团队人数、相关团队主要承接或执行业务情况、相关团队贡献的营业收入、利润及其占比情况，分析若上述核心人员及所属主要团队离职是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响，如是，补充说明拟应对措施及其有效性

在历史上（报告期以前），刘建辉曾带领团队参与项目执行、获得荣誉奖项。报告期内，刘建辉负责技术研发，王兆宝负责日常经营管理，二人不直接带领业务团队承接或执行业务，不涉及相关团队贡献营业收入的情况，具体业务项目的执行主要由设计总监带领相应的业务团队执行。刘建辉、王兆宝的离职不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响，原因如下：

1、发行人已成为稳定、可持续的创意创新输出平台，而不对个别人员形成依赖

发行人经过多年的经营沉淀与市场历练，已发展、建立起一套完善的内部管理体系，涵盖人员管理、业务管理、质量管控、品牌管理等多维度、全方位的管理体系，并以制度的形式明确。

通过体系化管理，发行人已成为持续、稳定的创意创新输出平台，而不对个别人员形成依赖，具体而言：第一，业务执行层面，通过建立体系化、标准化的项目管控流程，强化项目质量与执行效率管控，确保设计出品的高品质、高效率；第二，人才管理方面，通过股权激励，通过建立公平、合理、公正的绩效管理体系，不断的培养、吸引、凝聚行业内优秀设计师以及经营、管理人才，建立科学合理、稳定持续的人才队伍，打造可持续的创意人才孵化平台；第三，品牌建设层面，发行人经过多年的业务经营，积淀了丰富的设计作品、案例素材、创作经验，获得了丰富的业内荣誉与客户口碑，并进一步形成公司的品牌价值。

因此，上述体系、机制的建立运行，使得发行人发展成为稳定、可持续的创意创新输出平台，确保不会因个别设计师、个别管理人员的更换导致设计效率及设计水平的波动，不存在对个别人员或个别人员的专有技术的依赖。

2、上述核心人员离职不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响

（1）刘建辉、王兆宝的离职风险较小且离职可能性较低

在发行人的经营发展过程中，未形成独属于刘建辉及王兆宝个人客源或个人标识，因二人离职而导致发行人客户及资源流失的风险较小；此外，刘建辉、王兆宝是发行人初创阶段即加盟公司的核心股东，长期以来伴同公司共同成长，深刻地认可发行人的企业文化与实际控制人王冠的战略经营理念。该二人加盟公司至今，与实际控制人、主要经营管理团队、公司员工友好相处，共同奋斗，其自身也获得了经济利益、个人荣誉等方面的回报。因此，无论从个人经济利益或个人情感等方面，该等人员离职的可能性较小。

（2）发行人以各设计总监及其带领的团队作为其业务开展的中坚力量

发行人现聘有具有丰富设计经验的设计总监 **50** 人，该等人员在专业能力 & 行业声誉均有着突出表现，客户反馈良好，设计总监及其带领的团队系发行人业务的主要执行者。随着发行人生产经营规模的扩大，作为中坚力量的设计总监级别的人员也将持续增多，并源源不断地充沛发行人的创新创意设计力量。

（3）发行人已采取措施，进一步防范核心人员离职、减少经济损失

为进一步防范刘建辉、王兆宝等核心人员离职、降低核心人员离职造成的经济影响，发行人通过《劳动合同》及员工持股平台合伙协议对核心人员的保密义务、竞业限制义务、离职后的持股安排、客户资源管理等事项进行了约定，并对违反相关义务约定了违约后果，具体情况如下：

①签订《劳动合同》约定保密义务、在职期间的竞业限制义务

类型	《劳动合同》约定	法律后果
保密义务	员工应长期对如下商业秘密保密： A.从发行人处获知的已经或将要用于（包括尚未公开的）行业或业务中的技术信息，包括但不限于设计方案、设计图纸、作业蓝图、生产制造工业、制造技术等； B.经营信息，包括但不限于公司股份构成和投资情况、公司近远期发展战略、经营方针、重要决议、投资方案、市场分析、产销策略等； C.交易信息，包括但不限于客户名称、客户地址及联系方式、需求信息、定价政策、采购价格、销售价格进货渠道、客户调查报告、客户成交及商谈的价格、招投标中的标底及标书内容。	因违约行为侵犯了发行人商业秘密权利的，应承担违约责任或侵权责任。
在职期间的竞业限制义务	在发行人从业期间不得组织、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。

②员工持股平台关于员工离职的约定

刘建辉、王兆宝作为员工持股平台天玑玉衡、几善优合、迷凯斯的有限合伙人，通过前述持股平台分别合计间接持有发行人 4.33%、1.11%的股份。员工持股平台通过合伙协议对有限合伙人离职时的股份处理、竞业限制以及客户资源等事项进行了约定，并对违反相关义务约定了经济赔偿等违约后果，具体情况如下：

类型	《合伙协议》约定
退伙	有限合伙人发生下列情形之一的，当然退伙： A.作为合伙人的自然人死亡或被依法宣告死亡； B.在本企业中的全部财产份额被法院强制执行； C.与标的公司或其控股子公司的劳动合同关系解除或期满。
竞业限制	A.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； B.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。
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： A.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； B.干扰或破坏发行人与任何现有或潜在客户的任何关系； C.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； D.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。
损害赔偿	退伙合伙人违反约定，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。

综上，上述核心人员及所属主要团队离职不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

【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、查阅了发行人的工商档案资料、发行人现行有效的《公司章程》、发行人出具的说明文件，了解王冠、刘建辉、王兆宝三人在发行人处的任职及主要职能范围；访谈了王冠、刘建辉、王兆宝，并查阅了王冠、刘建辉、王兆宝填写的股东调查表，了解王冠、刘建辉、王兆宝关于实际控制人的认定情况；查

阅了员工持股平台及其各合伙人（发行人间接股东）出具的关于实际控制人认定的确认函；查阅了中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》；

2、查阅了报告期内发行人的历次股东大会会议文件、董事会会议文件、监事会会议文件，了解三会的实际运作情况及董事会成员、监事会成员的提名、任命情况；查阅了发行人的员工花名册、《申报审计报告》及发行人的说明文件，了解研发团队的创收情况；查阅了发行人的组织架构图及说明文件，并访谈了刘建辉及王兆宝，了解刘建辉及王兆宝是否存在下属团队及下属团队（如有）创收等情况。获取了发行人报告期内员工花名册及离职人员明细表、发行人技术人员平均薪酬数据、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。

（二）核查结论

保荐机构、发行人律师核查意见如下：

1、刘建辉作为发行人副董事长、副总经理、总设计师，王兆宝作为发行人董事及总经理，在其权限范围内对公司日常生产经营产生影响，但上述影响未对发行人日常生产经营构成实际控制，发行人对该二人不构成重大依赖；仅将王冠一人认定为发行人实际控制人符合相关监管要求且具有合理性原因。

2、报告期内，刘建辉负责技术研发，王兆宝负责日常经营管理，二人不直接带领业务团队承接或执行业务，不涉及相关团队贡献营业收入的情况，刘建辉、王兆宝的离职不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

问题 3

3. 关于核心技术。申报材料及审核问询回复显示：

（1）发行人共有 3 项发明专利，42 项实用新型专利及 20 项外观设计专利，3 项发明专利均为继受取得。（2）报告期内，发行人涉及使用公司专利的营业收入占当期营业总收入的比例分别为 99.92%、99.37%、98.83%、99.00%。请发行人：（1）补充说明发行人的专利技术在空间设计及软装陈设业务中发挥的具体作用及其重要性水平情况，发行人涉及使用公司专利的营业收入的统计口径；（2）补充说明发行人收购 3 项发明专利的原因及合理性、收购价格的公

允性；上述发明专利在发行人主要产品成果或服务中的具体应用，是否存在因专利权属纠纷导致对发行人生产经营产生重大不利影响的情形；（3）结合发行人所处行业特点和发展趋势、相关核心技术水平及特点、与行业内主要企业的竞争优劣势与市场地位比较等情况，进一步说明发行人自身的创新、创造、创意特征是否突出，是否符合创业板定位。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

（一）补充说明发行人的专利技术在空间设计及软装陈设业务中发挥的具体作用及其重要性水平情况，发行人涉及使用公司专利的营业收入的统计口径；

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及子公司拥有专利 79 项。其中，发明专利 3 项，实用新型专利 45 项，外观设计专利 31 项。发行人专利以实用新型专利和外观设计专利为主，主要系发行人空间设计及软装陈设业务中涉及的墙体结构、吊顶结构等应用型专利，桌子、椅子、沙发、灯具等软装陈设品外观设计专利。发行人主要从事空间设计与软装陈设业务，创新创意设计能力是发行人业务开展的核心竞争力与核心资源要素。发行人专利主要是结合业务经验形成的具体技术方法、设计成果，普遍应用于设计与陈设作品中，对发行人空间设计、软装陈设业务的开展具有综合支持作用。

如前所述，发行人的专利为具体技术方法、设计成果，普遍应用于日常业务中。因此，发行人涉及使用专利的营业收入的统计口径为发行人主营业务中的空间设计业务营业收入、软装陈设业务营业收入。

（二）补充说明发行人收购 3 项发明专利的原因及合理性、收购价格的公允性；上述发明专利在发行人主要产品成果或服务中的具体应用，是否存在因专利权属纠纷导致对发行人生产经营产生重大不利影响的情形；

1、补充说明发行人收购 3 项发明专利的原因及合理性、收购价格的公允性；

发行人收购的 3 项发明专利分别为自然资源在建筑物上的综合利用系统、一种智能家居照明控制方法、一种智能通风散热型楼宇，均为发行人技术储备。随着发行人在空间设计与软装陈设领域的发展，对于行业内的技术方法有着更深的理解，一方面，发行人结合日常业务的开展自主申请相关专利；另一方面，对于发行人看好的相关专利技术，也会考虑从市场上进行收购，应用于发行人项目中或者作为技术储备。

发行人收购 3 项发明专利的价格分别为 2.92 万元、3.50 万元、3.85 万元，均为通过专业第三方代理机构进行谈判后的结果，相关收购价格公允、合理。

2、上述发明专利在发行人主要产品成果或服务中的具体应用，是否存在因专利权属纠纷导致对发行人生产经营产生重大不利影响的情形；

截至目前，发行人的上述发明专利尚未应用于产品成果或服务中，为发行人技术储备。

发行人不会因专利权属纠纷对其生产经营产生重大不利影响。一方面，发行人继受取得上述专利，均已经完成申请人变更，转让双方对专利权属不存在纠纷；另一方面，相关继受专利尚未应用于产品成果或服务中，不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

（三）结合发行人所处行业特点和发展趋势、相关核心技术水平及特点、与行业内主要企业的竞争优劣势与市场地位比较等情况，进一步说明发行人自身的创新、创造、创意特征是否突出，是否符合创业板定位。

发行人自身的创新、创造、创意特征突出，符合创业板定位，具体分析如下：

1、发行人主营业务属于文化创意产业，具有极强的创意创新属性特点

发行人主要从事空间设计与软装陈设业务，根据国家统计局发布的《文化及相关产业分类（2018）》，空间设计与软装陈设行业隶属于“03 文化创意和设计服务”下的“032 设计服务”行业，创意属性鲜明。

空间设计与软装陈设业务不仅是应用工程技术手段的设计过程，更是应用文化、历史、艺术、美学等多个专业学科知识的艺术创作过程，兼具了工程技

术的创新属性和艺术创作的创意属性。空间设计与软装陈设业务充分运用色彩、光影、材质、装饰元素等，赋予人居空间以文化内涵与艺术价值，向空间使用者传达美学、艺术、文化等深层次的精神内涵。

设计创意是空间设计与软装陈设行业的灵魂与核心。优秀的设计创意是设计师对项目进行广泛全面、深入细致的调查研究后的结果，是设计师对创造对象的文化、环境、功能、形式、经济、技术等方面的综合的、深度的提炼。设计创意是一个从无到有的过程，是一家设计公司和设计师多年项目经验积累与艺术沉淀后的创新能力，设计创意能力也是整个空间设计与软装陈设行业的核心竞争力。

2、发行人拥有层次丰富、风格多样的多元化设计产品线，充分彰显了发行人的创意能力

发行人以“回归东方”为核心设计创作理念，开拓了以“新亚洲”为代表的典型设计风格，注重将亚洲元素植入现代建筑语系，并在设计作品中同时展现出传统东方意境和现代设计风格。经过多年的行业深耕与发展，公司打造了“IDM”、“Matrixing 纵横”、“合纵连横”三大服务品牌。

“IDM”品牌以“自然人居”为学术调研方向，形成具有实验性与先锋性的文化研究及创作的良性互动方法及战略思考，坚守“新亚洲”美学，形成可持续性、文化性、艺术性与哲学性的回归东方理念，聚焦城市更新与未来社区，关注乡村建设与“后城市化”发展，着力文化学术与建筑、古建修复和文物保护，形成促进历史文化遗存这一主题与客观之间的兼容关系。

“Matrixing 纵横”品牌以“实现人民对美好生活的向往”为设计出发点，始终思考以设计赋能呼应人居美好生活。目前，发行人已形成诸如“新亚洲风”、“现代典雅”等多元化、多维度、多层次的设计风格，以满足不同客户的多样化需求。“Matrixing 纵横”还致力于通过自身行业影响力，积极参与行业整合升级，力图用智慧与责任展示设计魅力，做人居美好生活的践行者。

“合纵连横”品牌专注于住宅板块，是发行人的标准化服务产品，讲求设计的专业性与科学的管理，是发行人多年艺术沉淀和设计流程逐步成熟之后的产物。“合纵连横”产品标准化且质量稳定，落地精细，服务高效，在近十年的项

目设计及落地实践中，依靠完善的项目操作与管理系统，有效控制项目实施全过程的顺利进行，把控项目的落地品质，实现“快周转”与“落地精细化”的有效平衡，积极应对多元化的市场环境。

凭借着层次丰富、风格多样的多元化设计产品线，发行人持续满足不同客户的多元化需求，为业内持续、稳定的输出高品质作品，充分彰显了发行人的创意能力。

3、发行人的创新创意能力已跻身世界一流水准，在主营业务领域内获得市场诸多认可

根据业内权威杂志《Interior Design》于 2019 年、2020 年、2021、**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。在综合排名领域，排名前三位的是 Gensler、Jacobs、AECOM 三家全球顶尖的设计公司。在住宅领域，与发行人同在榜单中的主要设计公司包括 Steve Leung Design Group、CDC Designs、Marc-Michaels 等全球一流的住宅领域设计公司。

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，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意能力。

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人拥有专利 **79** 项、软件著作权 36 项，是发行人多年设计业务历练形成的沉淀与提炼，并进一步为发行人创意设计工作赋能。

综上，无论在业务规模、创意创新能力、设计品质等方面，发行人均已跻身全球一流水准，在主营业务领域内获得市场诸多认可。

4、通过人才团队管理、体系化流程建设，发行人已成为持续、稳定的创意创新输出平台

发行人经过多年的经营沉淀与市场历练，已发展、建立起一套完善的内部管理体系，涵盖人员管理、业务管理、质量管控、品牌管理等多维度、全方位的管理体系，并以制度的形式明确。

通过体系化管理，发行人已成为持续、稳定的创意创新输出平台，具体而言：第一，业务执行层面，通过建立体系化、标准化的项目管控流程，强化项目质量与执行效率管控，确保设计出品的高品质、高效率；第二，人才管理方面，通过股权激励，通过建立公平、合理、公正的绩效管理体系，不断的培养、吸引、凝聚行业内优秀设计师以及经营、管理人才，建立科学合理、稳定持续的人才队伍，打造可持续的创意人才孵化平台；第三，品牌建设层面，发行人经过多年的业务经营，积淀了丰富的设计作品、案例素材、创作经验，获得了丰富的业内荣誉与客户口碑，并进一步形成公司的品牌价值。

综上所述，发行人自身的创新、创造、创意特征突出，符合创业板定位。

【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、访谈发行人核心技术人员，了解发行人专利技术在业务中发挥的具体作用及其重要性水平；

2、查阅了发行人 3 项发明专利收购合同，了解其收购价格公允性；访谈发行人核心技术人员，了解收购的 3 项发明专利在发行人主要产品或服务中的具体应用；访谈发行人高管人员，了解相关专利是否存在权属纠纷；

3、查阅《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企业发行上市申报及推荐暂行规定》，了解创业板定位的相关规定；查阅公开信息，了解发行人市场地位及其技术水平优势、产品特点。

（二）核查结论

保荐机构、发行人律师核查意见如下：

1、发行人的专利为具体技术方法、设计成果，普遍应用于日常业务中；发行人主营业务中的空间设计业务营业收入、软装陈设业务营业收入均为涉及使

用发行人专利的营业收入；

2、发行人收购 3 项发明专利具有合理性，收购价格公允；发行人收购的发明专利为其技术储备，尚未在具体业务中应用，不会对发行人生产经营产生重大不利影响；

3、发行人自身创新、创造、创意特征突出，符合创业板定位。

问题 4

4. 关于员工。申报材料及审核问询回复显示：（1）报告期各期末，公司在职工的员工总数分别为 164 人、297 人、473 人和 667 人。截至 2021 年 6 月末，发行人存在技术人员 563 名，占总员工人数的 84.41%。（2）发行人对比员工离职率时仅对比了一家同行业上市公司。请发行人：（1）补充说明报告期内发行人员工人数大幅增加的原因，增加员工的专业结构；结合员工的区域分布情况，说明各区域员工人数增长是否与发行人区域营业收入增长相匹配；（2）结合其他同行业上市公司全体员工及设计人员离职率情况，进一步分析说明发行人员工离职率是否与同行业相比存在重大差异。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

（一）补充说明报告期内发行人员工人数大幅增加的原因，增加员工的专业结构；结合员工的区域分布情况，说明各区域员工人数增长是否与发行人区域营业收入增长相匹配

1、补充说明报告期内发行人员工人数大幅增加的原因，增加员工的专业结构

报告期各期末，发行人在职员工的专业结构如下：

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	人数 (人)	占比	人数 (人)	占比	人数 (人)	占比
销售人员	59	8.73%	48	10.15%	17	5.72%
管理及行	52	7.69%	30	6.34%	23	7.74%

政人员						
技术人员	565	83.58%	395	83.51%	257	86.53%
合计	676	100.00%	473	100.00%	297	100.00%

报告期各期末，发行人在职员工人数分别为 297 人、473 人和 676 人，2020 年末、2021 年末相比于上期末分别增加 176 人、203 人，其中，主要为技术人员的增加，分别增加 138 人、170 人，增幅分别为 53.70%、43.04%，增幅较大，主要原因为：第一，业务开展的需要，2019 年、2020 年、2021 年发行人营业收入分别为 45,674.24 万元、61,219.65 万元、88,635.15 万元，增速较快；第二，人才储备的需要，为应对后续业务发展、提升客户服务响应速度，发行人进一步加大了人才培养、储备力度。

从各期增加员工的专业结构来看，主要为技术人员，少数为管理及行政人员和销售人员，主要为满足业务快速发展需求，同时进一步提升对区域市场的响应与开拓力度。

2、结合员工的区域分布情况，说明各区域员工人数增长是否与发行人区域营业收入增长相匹配

报告期内，发行人员工的区域分布情况如下：

区域	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	人数 (人)	占比	人数 (人)	占比	人数 (人)	占比
华南	515	76.18%	400	84.57%	279	93.94%
华东	62	9.17%	37	7.82%	-	-
华北	49	7.25%	36	7.61%	18	6.06%
西南	50	7.40%	-	-	-	-
合计	676	100.00%	473	100.00%	297	100.00%

报告期内，发行人员工主要分布于华南、华北、华东、西南区域，其变动分析如下：

华南区域：华南区域（深圳）是发行人总部所在地，总部人员服务于全国各业务区域。报告期各期末，发行人总部员工人数分别为 279 人、400 人、515 人，呈现快速增长态势，主要系业务发展需要。报告期各期，发行人营业收入

分别为 45,674.24 万元、61,219.65 万元、**88,635.15 万元**，增速较快，与总部员工人数增长相匹配。

华东区域：华东区域（上海）是发行人上海子公司所在地，2019 年、2020 年、**2021 年**，发行人华东区域业务收入分别为 18,999.28 万元、23,369.81 万元、**33,854.00 万元**，呈现快速增长态势。一直以来，华东区域是发行人业务开展的重点区域，为应对区域业务开展、提升响应速度及客户维护拓展需求，发行人 2020 年在上海设立子公司，建立属地化团队开展业务，报告期各期末人数分别为 0 人、37 人、**62 人**，呈现快速上升态势。

华北区域：华北区域（北京）是发行人北京子公司所在地，2019 年、2020 年、**2021 年**，发行人华北区域业务收入分别为 3,268.17 万元、3,485.36 万元、**7,933.96 万元**，呈现稳步增长态势。以北京为核心的华北区域是发行人未来业务发展重点布局的区域，为应对区域业务开展及客户维护拓展需求，发行人 2019 年在北京设立分公司（注：2020 年，发行人北京分公司注销并设立北京子公司），建立属地化团队开展业务，报告期各期末人数分别为 18 人、36 人、**49 人**，呈现快速上升态势。

西南区域：西南区域（成都）是发行人成都分公司所在地，2019 年、2020 年、**2021 年**，发行人西南区域业务收入分别为 9,441.77 万元、12,156.05 万元、**14,468.12 万元**，呈现快速增长态势。以成都为核心的西南区域是发行人未来业务发展重点布局的区域，为应对区域业务开展及客户维护拓展需求，发行人 2021 年上半年在成都设立分公司，建立属地化团队开展业务，报告期各期末人数分别为 0 人、0 人、**50 人**，呈现大幅上升态势。

综上，发行人各区域员工人数增长与发行人区域营业收入增长相匹配，与发行人实际经营需求相匹配。

（二）结合其他同行业上市公司全体员工及设计人员离职率情况，进一步分析说明发行人员工离职率是否与同行业相比存在重大差异。

经公开信息检索，设计公司中，中泰设计（在审企业）、笛东设计（在审企业）、奥雅设计、山水比德等公司也披露了员工离职率等信息，具体情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------	---------

中泰设计 (在审企业)	全体员工离职率	33.56%	31.47%	21.50%
笛东设计	设计人员离职率	-	34.48%	30.85%
奥雅设计	全体员工离职率	-	-	20.53%
山水比德	全体员工离职率	-	24.83%	21.03%
	设计人员离职率	-	27.31%	23.41%
尤安设计	设计人员离职率	-	25.48%	23.17%
矩阵股份	全体员工离职率	13.22%	13.53%	13.41%
	设计人员离职率	12.81%	14.13%	13.18%

注 1：可比公司数据来源于招股说明书、年度报告等公开资料。

注 2：离职率=离职人数/（期末人数+离职人数），奥雅设计披露离职率口径为本年离职人数/（（年初人数+年末人数）/2），上表奥雅设计全部员工离职率已根据其招股说明书披露的员工入职离职情况按发行人离职率计算口径换算

与该等公司相比，发行人全体员工离职率及设计人员离职率都较低，员工整体较为稳定。

【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、查阅了发行人报告期各期末员工花名册，统计了发行人员工专业结构，分析了发行人员工人数增长的原因；统计了发行人报告期各期末员工的区域分布情况，并分析了其与发行人区域营业收入增长是否匹配及原因；

2、获取了发行人报告期内离职人员明细表，查询了同行业上市公司离职率情况。

（二）核查结论

保荐机构、发行人律师核查意见如下：

1、报告期内发行人员工人数大幅增加的主要原因系业务开展和人才储备的需要，增加员工的专业结构主要为技术人员，少数为管理及行政人员和销售人员，发行人各区域员工人数增长与发行人区域营业收入增长相匹配；

2、与同行业的公司相比，发行人全体员工离职率及设计人员离职率都较低，员工整体较为稳定。

问题 5

5. 关于诉讼纠纷。申报材料及审核问询回复显示，发行人“保利成都木综厂”项目所涉及的著作权权属、侵权纠纷系个别业务项目中个别陈设品采购所引致的偶发性事件，不涉及发行人核心设计。请发行人：（1）补充说明发行人历史上及目前软装陈设业务中是否存在仿冒他人设计、侵犯他人知识产权或未经许可使用他人设计的情形，分析发行人需承担的法律及赔偿风险情况；（2）补充说明发行人实施软装陈设业务时采购商品所导致的侵权风险及应对方式，是否对发行人经营业绩产生重大不利影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

答复：

【说明与分析】

（一）补充说明发行人历史上及目前软装陈设业务中是否存在仿冒他人设计、侵犯他人知识产权或未经许可使用他人设计的情形，分析发行人需承担的法律及赔偿风险情况

发行人在软装陈设业务中，针对特定的业务项目、特定的软装空间、个性化的客户需求，为客户提供软装空间的整体方案设计，交付设计方案、设计图纸、相关技术资料，就此而言，发行人历史上及目前不存在仿冒他人设计、侵犯他人知识产权或未经许可使用他人设计的情形。发行人“保利成都木综厂”项目所涉及的著作权权属、侵权纠纷系个别业务项目中个别陈设品采购所引致的偶发性事件，原告李洪波的诉讼请求为：A.立即停止侵权；B.连带赔偿经济损失及维权合理支出共计 60 万元；C.赔礼道歉、消除影响；D.承担诉讼费。

根据《中华人民共和国民事诉讼法》相关规定，即使最终生效判决判定发行人承担责任，其承担的法律及赔偿风险不会超过李洪波诉请，不会对发行人财务状况或经营业绩构成重大影响。

（二）补充说明发行人实施软装陈设业务时采购商品所导致的侵权风险及应对方式，是否对发行人经营业绩产生重大不利影响

1、补充说明发行人实施软装陈设业务时采购商品所导致的侵权风险及应对

方式

为满足客户需求、迎合市场行业特征，发行人实施软装陈设业务时，除提供整体设计方案、设计图纸外，根据客户要求，存在采购家具、灯具、饰品等软装陈设品的情况。

通常情况下，所采购的家具、灯具、饰品等软装陈设品，为日常生活中常见的家居用品、供应商（生产厂商）已稳定生产多年，采购该等商品导致侵权的风险很小。前述“保利成都木棕厂”项目所涉及的侵权纠纷，产生的背景为：该项目为旧城改造项目，为契合历史文化特点，采购以纸张为基础材料、以原木为创作元素的大型陈设物，因在与原木有关的公有领域的表达容易存在相同或近似的部分，从而偶然性地导致发行人采购的 3 件软装陈设品与李洪波的个人原木作品发生侵权纠纷。该纠纷系个别业务项目中个别陈设品采购所引致的偶发性事件，同时，发行人自设立至今，仅发生过 1 次类似纠纷，概率极低。

为降低上述采购商品而可能存在的侵权风险，发行人从内、外两个维度建立防范知识产权侵权的保障措施，具体如下：

①公司内部建立风险识别及防止侵权机制

A. 制定企业知识产权管理制度

发行人制定了包含《知识产权奖励办法》《知识产权管理办法》《企业专利管理办法》《商标管理办法》《技术合同管理办法》等一系列确定知识产权权属、鼓励知识产权成果产出、保障知识产权成果的管理制度，打造自有知识产权体系。

B. 设计师进行行业风险识别及防控

发行人实施软装陈设项目时，由项目设计师会同采购部工作人员挑选所需商品并向第三方询价，第三方报价完成后，项目组编制含陈设商品清单的软装陈设方案逐级提报项目总监审批，项目总监就设计方案及采购商品是否适当、是否存在侵权风险进行识别，存在风格冲突或侵权风险等的，不得采购。

同时，发行人设项目质量审核小组（由公司内部设计经验丰富的设计总监或其他指定人员担任）对项目组采购的商品是否存在侵权风险审核把关，未经

审核同意或按审核意见整改完毕，发行人的作品（软装陈设方案）不得对外提供。

C.公司内部法务的侵权审查

公司内部法务在签署采购合约之前，通过公开网站检索第三方商家是否存在侵权诉讼、侵权舆情作为合同签署的前提；同时对合同进行审核，关注是否存在知识产权侵权承诺及责任承担条款，以保障发行人的利益不受损害。

②建立外部风险防控及防止侵权机制

公司聘请外部法律顾问协助开展知识产权侵权防范工作，形成内外联动防范机制：开展知识产权相关培训工作，不定期对设计师进行合规培训，强化合规意识、侵权风险防范意识；为公司事业部设计师、法务部门提供经常性的咨询服务，协助公司解决重大疑难问题，为在软装陈设业务实施过程中避免侵权风险提供专业支持；如发生知识产权纠纷，结合公司内部知识产权建档资料，妥善协助处理侵权纠纷案件。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“六、法律风险”补充披露如下：

“

报告期内，发行人软装业务执行中，采购个别陈设品时引发侵权纠纷。若公司不能建立有效的保障措施并有效执行，可能会对未来业务开展带来不利影响。

.....

”

2、是否对发行人经营业绩产生重大不利影响

根据客户要求，发行人实施软装陈设方案需向第三方采购商品，所采购的商品可能存在侵权风险，但发行人可通过上述防范侵权管理体系实现对第三方的侵权行为的快速识别，并及时采取有效应对措施，不会对发行人未来业务发展和经营业绩产生重大不利影响。同时，发行人自成立至今，仅上述一个软装项目中的个别陈设品涉及诉讼纠纷，属于偶发性事件，不会对财务状况或经营

业绩构成重大影响。

【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、登陆中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法院公告网、信用中国、国家企业信用信息公示系统网、企查查网、百度网及相关政府主管部门官方网站对发行人进行检索，了解发行人软装陈设业务涉及的诉讼争议情况及负面舆情；访谈发行人的总经理王兆宝，了解发行人实施软装陈设业务采购商品导致的诉讼及赔偿情况、实施软装陈设业务采购商品的内部审核流程以及可能导致的侵权风险及其应对措施；

2、查阅了发行人有关知识产权确认、保护及防范知识产权侵权的内控制度；查阅了外部法律顾问的培训材料、尽调资料等，了解发行人知识产权侵权风险防范的外部法律支持情况。

（二）核查结论

保荐机构、发行人律师核查意见如下：

1、发行人在软装陈设业务中，为客户提供软装空间的整体方案设计，交付设计方案、设计图纸、相关技术资料，就此而言，发行人历史上及目前不存在仿冒他人设计、侵犯他人知识产权或未经许可使用他人设计的情形；根据《中华人民共和国民事诉讼法》相关规定，即使最终生效判决判定发行人承担责任，其承担的法律及赔偿风险不会超过李洪波诉请，不会对发行人财务状况或经营业绩构成重大影响。

2、已说明发行人实施软装陈设业务时采购商品所导致的侵权风险及应对方式；发行人实施软装陈设方案需向第三方采购商品，所采购的商品可能存在侵权风险，但发行人可通过上述防范侵权管理体系实现对第三方的侵权行为的快速识别，并及时采取有效应对措施，不会对发行人未来业务发展和经营业绩产生重大不利影响。同时，发行人自成立至今，仅上述一个软装项目中的个别陈设品涉及诉讼纠纷，属于偶发性事件，不会对财务状况或经营业绩构成重大影

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。

答复：

【说明与分析】

（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 188.26 万元、205.32 万元和 **219.83 万元**，占相应业务成本的比例分别 0.87%、0.68%和 **0.50%**，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。

【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

保荐机构、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。

答复：

【说明与分析】

（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价值。

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。

2019 年至 2021 年，发行人空间设计业务执行的改价金额合计值为 4,941.03 万元，占空间设计业务收入合计值的 5.30%。2019 年至 2021 年，发行人软装陈设业务执行的改价金额合计值为 3,565.95 万元，占软装陈设业务收入合计值的 3.55%。

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
龙华区大浪街道英泰工业中心城市更新项目一二期（I 标段 02-01 及 02-02 地块）	218.54	366.54	366.54	新增设计区域
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	346.08	按照实际工作量结算，实际结算面积减少
融创上海董家渡 12#地块售楼处室内设计装饰装修工程设计合同（上海融创）	235.00	320.00	211.50	新增设计区域
华润南宁西园饭店片区会所项目	262.20	290.70	262.20	新增设计工作量
晗山悦海城室内装饰设计合同	266.66	284.66	63.37	新增设计工作量
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	201.41	新增设计区域
南京红太阳房地产开发有限公司办公楼装修工程精装设计合同书（南京弘阳）	274.62	274.00	274.00	按照实际工作量结算，实际结算面积减少
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
海南远纳和泰佳园项目别墅样板间室内设计（海南远纳）	260.00	265.00	145.75	新增设计区域
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	195.99	新增设计区域
东胜集团棉五二期项目精装设计合同（石家庄东胜）	374.28	253.53	241.79	按照实际工作量结算，实际结算面积减少
合计	4,690.71	5,070.00	3,855.67	

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
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	690.00	685.00	685.00	减少陈设品采购

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
B 户型及洋房精装样板房软装合同				
东原·遵义新蒲项目项目售楼处及别墅样板间软装设计及物品采购布置合同	644.40	684.40	684.40	新增陈设品采购
沈阳华润翡翠城项目售楼处及洋房、高层样板间软装配饰采购合同	620.10	630.69	630.69	新增陈设品采购
金地祝桥项目销售中心及会所软装合同	596.00	609.58	609.58	新增陈设品采购
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
苏州市姑苏区苏地 2017-WG-47 号地块地下会所室内软装工程	480.94	520.17	520.17	新增陈设品采购
南宁华润置地广场生活馆软装设计及陈设采购合同	559.50	510.54	510.54	减少陈设品采购
【无锡经开区吴都路】项目售楼处、会所室内软装设计合同	488.05	501.87	501.87	新增设计区域以及陈设品采购
合计	7,112.44	7,249.22	7,249.22	

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 5.30%、3.55%，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	4,941.03	5.30%

	软装陈设业务	3,565.95	3.55%
--	--------	----------	-------

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、**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。

《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 13 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
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 12 月 31 日，发行人在手订单金额为 63,989.25 万元。其中，华南地区的在手订单金额为 21,225.82 万元，华东地区的在手订单金额为 18,338.75 万元。

预计 2022 年，一方面，华东、华南仍然是发行人的核心主要业务区域，西南区域是重要的补充与增长点；另一方面，受 2022 年以来华东区域疫情的影响、叠加房地产行业景气度的下降，预计 2022 年华东区域业务收入占比有所下降，而华南区域业务收入占比有所提升。

【中介机构核查意见】

(一) 核查程序

保荐机构、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

保荐机构、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，**预计 2022 年，一方面，华东、华南仍然是发行人的核心主要业务区域，西南区域是重要的补充与增长点；另一方面，受 2022 年以来华东区域疫情的影响、叠加房地产行业景气度的下降，预计 2022 年华东区域业务收入占比有所下降，而华南区域业务收入占比有所提升。**

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。

保荐机构、申报会计师、发行人律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	访谈人	被访谈人 姓名、职务
1	华润置地（成都）有限公司	2020 年 11 月 3 日	四川省成都市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	冯晓琳、设计管理部景观装饰中心总监
2	深圳市润投咨询有限公司	2020 年 11 月 2 日	广东省深圳市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	冯琳、设计管理部室内设计高级经理
3	阳光城集团股份有限公司	2020 年 11 月 5 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	俞文璟、产品研发中心室内设计高级总监
4	旭辉集团股份有限公司	2020 年 11 月 6 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	张艳玲、设计管理部室内设计副经理
5	金地（集团）股份有限公司	2020 年 11 月 3 日	广东省深圳市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	王清、产品管理部首席室内设计专业经理
6	绿城中国控股有限公司	2020 年 11 月 13 日	浙江省杭州市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	韩莹、产品管理中心助理总经理
7	招商蛇口工业控股股份有限公司	2020 年 11 月 2 日	广东省深圳市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	李凌、产品管理部展示区设计副总监
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	刘野、研发设计中心部门总监
9	奥园集团（广东）有限公司	2020 年 11 月 3 日	广东省深圳市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	欧阳普、主管室内设计师
10	新城控股集团住宅开发有限公司	2020 年 11 月 4 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	陈利、设计研发中心精装修设计专业副总监
11	祥生地产集团有限公司	2020 年 11 月 3 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	施新颜、产品研发中心精装设计副总师
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	张继、景观装饰中心总经理
13	龙湖集团控股有限公司	2020 年 11 月 2 日	重庆市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	徐宁、总体验师兼室内专业负责人
14	四川蓝光发展股份有限公司	2020 年 11 月 3 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	张禹宁、产品研究院装饰设计副经理
15	万科（成都）企业有限公司	2020 年 11 月 3 日	四川省成都市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	李洪鑫、产品策划部室内设计总监

序号	访谈对象	访谈时间	访谈地点	访谈人	被访谈人 姓名、职务
16	重庆金科房地产开发有限公司	2020 年 11 月 2 日	重庆市	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	成萌、装饰设计师
17	东原房地产开发有限公司	2020 年 11 月 2 日	重庆市	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	徐越吟、产品研发部室内精装高级总监
18	正荣地产集团有限公司	2020 年 11 月 3 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	范发晟、品控部总经理
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	唐文俊、产品研发中心副总经理
20	融信（福建）投资集团有限公司	2020 年 11 月 4 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	周瑜玮、设计研发中心室内总监
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	孙晓娟、设计部设计助理总监
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	戎航、设计管理部设计助理总监
23	保利（成都）实业有限公司	2020 年 11 月 3 日	四川省成都市	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	尹懿竭、高级经理
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	黎灏、设计管理中心总监
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	王国栋、宁常区域副总经理
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	吴汉文、产品管理部高级经理
27	卓越置业集团有限公司	2020 年 11 月 3 日	广东省深圳市	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	赵钰昇、产品策划师
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	简伟杰、设计管理部室内设计副总监
29	青岛昆仑置业有限公司	2020 年 11 月 9 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	刘西明、副总经理
30	上海富力房地产开发有限公司	2020 年 11 月 3 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	崔亚钢、总工室室内设计总监
31	金茂西南企业管理（重庆）有限公司	2020 年 11 月 2 日	重庆市	保荐机构、申报会计师、发行人律师 项目组成员	陶嘉、精装负责人

序号	访谈对象	访谈时间	访谈地点	访谈人	被访谈人 姓名、职务
32	香港置地集团公司	2020 年 11 月 9 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	李成效、室内设计经理
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	吴景昌、精装总监
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	谢惠娟、设计模块负责人
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（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	张晓伟、研发设计中心精装总监
36	青岛银丰工程有限公司	2020 年 11 月 2 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	慕宁、营销副总经理
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	蔡懿、体验部设计中心部门高级经理
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	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	蒋灿、工程部营销中心建设负责人
39	传嘉科技（杭州）有限公司	2022 年 2 月 22 日	浙江省杭州市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	李胜楠、精装修设计
40	龙光集团有限公司	2022 年 2 月 22 日	广东省深圳市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	彭霓、研发设计中心室内设计总监
41	无锡锦富信泰置业有限公司、苏州信富置业有限公司	2022 年 2 月 23 日	江苏省无锡市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	曾博、产品研发部规划及策划高级经理
42	成都城达置业有限公司	2022 年 3 月 17 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	周先生、设计经理
43	常州祥泰房地产开发有限公司	2022 年 2 月 23 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	杨休、精装设计主管
44	南京新怡置房地产开发有限公司	2022 年 2 月 24 日	上海市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	李成效、室内负责人
45	绍兴锦越置业有限公司	2022 年 2 月 25 日	浙江省杭州市	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	范萧铖、室内设计合伙人
46	济南安投实业投资有限公司	2022 年 2 月 25 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	潘光帅、经理
47	港龙发展集团有限公司	2022 年 3 月 3 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师	李俊杰、设计管理部室内设计总监

序号	访谈对象	访谈时间	访谈地点	访谈人	被访谈人 姓名、职务
				项目组成员	
48	深圳市天健（集团）股份有限公司	2022 年 3 月 3 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	吴彦、设计研发部总经理
49	景瑞地产（集团）有限公司	2022 年 3 月 3 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	葛振臣、设计经理
50	沈阳城建风和置业有限公司	2022 年 3 月 4 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	孙海滢、室内设计师
51	无锡福阳房地产开发有限公司	2022 年 3 月 9 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	奚茜、设计经理
52	桐乡市濮院旅游有限公司	2022 年 3 月 10 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	陈英、设计管理部设计副经理
53	南京仁恒置业有限公司	2022 年 3 月 11 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	汤雨奇、室内设计经理
54	海口仁恒房地产有限公司	2022 年 3 月 16 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	王怀胜、总师室设计经理
55	广州越秀集团股份有限公司	2022 年 3 月 11 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	申保琳、设计管理部精装专业经理
56	济南汇远产业园开发有限公司	2022 年 3 月 12 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	胡晓娜、精装设计经理
57	北京远大华创投资有限公司	2022 年 3 月 14 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	何凤、设计经理
58	万达地产集团有限公司	2022 年 3 月 16 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	李敏、精装设计师
59	成都温江鱼凫万盛轨道城市发展有限公司	2022 年 3 月 16 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	陈煜、室内设计经理
60	云南澄江老鹰地旅游度假区有限公司	2022 年 3 月 17 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	黄勇、部门负责人
61	济宁中安融汇房地产有限公司	2022 年 3 月 19 日	视频访谈（因疫情原因）	保荐机构、申报会计师、发行人律师项目组成员	王菲菲、设计管理部室内设计负责人

2019 年至 2021 年，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 68.78%、70.31%、**56.63%**，其中 2021 年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，加之疫情影响，致使 2021 年回函比例降低。其中各期回函不符的金额分别为 1,224.82 万元、394.97 万元、1,404.68 万元，占当期营业收入的比例分别为 2.68%、0.65%、1.58%，占比较小，回函不符主要是客户入账时间性差异导致。针对上述回函不符的情况，中介机构均执行了替代性程序，核查了业务合同、客户验收清单或成果确认函、销售发票、银行回单等相关支持性文件，确认收入的真实性、准确性，相应替代性程序合理、有效。

2019 年至 2021 年，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 59.43%、54.21%、60.13%。其中，因 2021 年受疫情持续影响，地产商客户配合实地走访的意愿较低等，中介机构对部分客户执行了视频访谈程序。其中各期末访谈的客户所涉及的收入金额分别为 18,530.20 万元、28,029.81 万元、35,336.86 万元，占当期营业收入的比例分别为 40.57%、45.79%、39.87%，针对该等未访谈客户，中介机构执行函证、细节性测试（核查了业务合同、客户验收清单或成果确认函等相关支持性文件对相关交易金额进行确认）等补充性程序，执行补充性程序的金额占各期末访谈客户的比例分别为 63.72%、70.27%、48.08%，相应替代性程序合理、有效。

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。

答复：

【说明与分析】

（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。

【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、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

保荐机构、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思设计、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；（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。

答复：

【说明与分析】

（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 70.03%、68.59% 及 66.85%，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	2021 年：总榜全球第 21 名，住宅第 3 名	2020 年、2021 年分别为 110.36 万元、109.65 万元
黄志达设计有限公司	2021 年：总榜全球第 38 名，住宅第 6 名	2020 年、2021 年分别为 131.05 万元、154.80 万元
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	2019 年为 116.35 万元
矩阵股份	2021 年：总榜全球第 23 名，住宅第 2 名	报告期内分别为 137.81 万元、124.01 万元、121.83 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 85%**）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。

【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、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

保荐机构、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。

答复：

【说明与分析】

（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

报告期内，发行人应收账款（含合同资产）期后回收情况与同行业可比公司比较情况如下：

可比公司	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
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%
发行人	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
矩阵股份（截止 2022 年 2 月末）	15.54%	48.83%	69.78%

注：由于霍普股份、尤安设计仅披露截止 2021 年 2-3 月的期后回款数据，出于可比性考虑，采用其 2018 年末至 2020 年末应收账款截止 2021 年 2-3 月的期后回款数据，与发行人 2019 年末至 2021 年末应收账款截止 2022 年 2 月的期后回款数据进行对比。

报告期内，发行人应收账款期后回款情况与同行业可比公司相比，整体处于合理水平，其中，2019 年、2020 年末应收账款期后回款率略低，主要原因为：发行人应收账款（含合同资产）中包括一定金额的质保金，该等质保金系发行人开展软装陈设业务的合同尾款，回收周期相对较长，进而一定程度上拉低了整体回款率。

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，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 1,176.44 万元、4,014.73 万元、**6,708.52 万元**，占当期营业收入比例分别为 2.58%、6.56%、**7.57%**，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

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 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	1,209.89	532.73	-
应收账款（含合同资产）金额	35,013.73	16,194.58	9,780.08
占比	3.46%	3.29%	0.00%

2019 年末、2020 年末及 **2021 年末**，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、532.73 万元及 **1,209.89 万元**，占应

收账款（含合同资产）金额的比例分别为 0.00%、3.29%及 **3.46%**，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。

【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、查阅了发行人报告期各期末应收账款（含合同资产）至 **2022 年 2 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合同等文件，分析发行人计提坏账准备是否充分；

（二）核查结论

保荐机构、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。

董事长、法定代表人： 王冠



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）

保荐代表人签字：



章 睿



王 晓

长江证券承销保荐有限公司

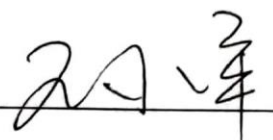
2022年4月17日



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第二轮审核问询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，审核问询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

