

青岛有屋智能家居科技股份有限公司

Qingdao Eoroom Intelligent Technology Co., Ltd.

（山东省青岛市胶州市经济技术开发区汾河路 6 号有住楼 3 楼）

EORCOM 有屋
科技宅 新生活

关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司首次 公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见 落实函的回复报告

联席保荐机构（主承销商）



北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2
座 27 层及 28 层



山东省济南市市中区经七路 86 号

关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

的审核中心意见落实函的回复报告

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 7 月 14 日下发的《关于青岛有屋智能家居科技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》（审核函〔2022〕010622 号）（以下简称“落实函”）已收悉。青岛有屋智能家居科技股份有限公司、中国国际金融股份有限公司、中泰证券股份有限公司会同北京德和衡律师事务所、和信会计师事务所（特殊普通合伙）对相关内容和问题进行了全面、认真的核查，逐项进行了落实和说明，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本落实函回复中的简称或名词的释义与招股说明书中的相同。

本问询函回复中所涉及的 2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月数据均为未经审计数据。

本回复中的字体代表以下含义：

宋体（加粗）：落实函所列问题

宋体：对落实函的所列问题的回复

楷体（加粗）：《招股说明书》补充披露或修改的内容

招股说明书中对落实函中要求披露的回复内容，进行了补充披露。考虑到落实函中回复的完整性，不同问题的回复存在重复内容的情况。因此，招股说明书补充披露时，考虑招股说明书上下文联系及可读性，针对重复的内容进行了适当合并、节略，并按照招股说明书中编号重新进行了编排。

目 录

目 录	3
1、关于研发投入及创业板定位	4
2、关于应收款项	38
3、关于存货	58
4、关于收入季节性情况	72

1、关于研发投入及创业板定位

申报材料及审核问询回复显示：

（1）报告期各期发行人研发费用占营业收入的比例分别为 3.32%、3.14% 及 3.34%，略低于同行业可比企业；发行人为行业内较早布局智能家居领域的公司之一，研发了有屋小智、鞋柜精灵、衣柜精灵等物联网智能家居产品；

（2）2001 年到 2021 年我国房地产行业的住宅开发投资金额、竣工面积、商品房销售面积均呈整体上升态势，但 2021 年住宅新开工施工面积同比下降超 10%，增量市场有所放缓，同时，旧房翻新需求及精装房市场扩容进一步扩容，存量市场持续增长。

请发行人：

（1）补充说明发行人的研发费用是否能满足发行人业务开展、研发设计、人员配备、产品创新的需要；结合同行业可比企业相关数据，说明发行人研发创新程度是否存在优势，发行人智能产品在便利性、智能程度、安全性或相关参数等各方面是否领先；

（2）说明报告期各年度发行人自主研发设计产品数量、型号数量、订单数量、贡献收入及占比的变动情况，发行人设计能力在业内是否具有较强先进性，品牌及产品是否具有较强市场认可度；

（3）进一步说明发行人下游房地产行业 2022 年以来增量、存量规模变化情况，结合发行人业务内容及产品，说明发行人所在市场今年以来发展变化情况，对发行人业务是否将构成重大不利影响；

（4）结合上述内容，进一步说明发行人的核心竞争力，发行人的创新相关情况，发行人是否属于成长型创新创业企业、是否符合创业板定位。

请保荐人发表明确意见，并进一步完善相关专项意见。

回复：

一、补充说明发行人的研发费用是否能满足发行人业务开展、研发设计、人员配备、产品创新的需要；结合同行业可比企业相关数据，说明发行人研发创新程度是否存在优势，发行人智能产品在便利性、智能程度、安全性或相关参数等各方面是否领

先

(一) 补充说明发行人的研发费用是否能满足发行人业务开展、研发设计、人员配备、产品创新的需要

1、报告期内公司研发投入每年超过 1 亿元，且呈增长趋势

公司一贯将研发与技术创新工作置于公司发展的重要位置，持续加大研发投入，努力打造公司的核心竞争力。报告期内，公司研发费用及占当期营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用	14,328.11	11,632.67	10,924.18
营业收入	429,265.91	370,668.17	329,409.68
研发费用/营业收入	3.34%	3.14%	3.32%

随着报告期内公司业务规模增长，为了更好地适应市场需求，满足公司业务发展的需要，公司持续加大研发投入。报告期内，公司研发费用分别为 10,924.18 万元、11,632.67 万元及 14,328.11 万元，研发支出呈现逐年增长的趋势。

随着我国经济的发展、居民人均收入水平的提升及消费理念升级，客户对定制家居产品在外观设计、使用功能等方面提出更多的个性化需求。公司研发部门每年根据市场动态、产品销售分析和公司发展需求，编制年度新产品研发任务、临时性产品研发设计任务及延伸设计任务，针对家具产品在外观设计、工艺结构设计、智能化应用、新材料开发等领域开展相关研发设计工作。稳定的研发设计成果输出对公司的行业竞争力、产品先进性、成本控制等方面提供了重要支持。

2、公司研发费用中“研发人员薪酬”和“研发物料消耗”为主要构成，能够有效保证研发设计、产品创新及人员配备的需要

报告期内，公司研发费用构成与变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	6,465.98	45.13	4,886.15	42.00	4,727.42	43.27
物料消耗	6,425.12	44.84	5,537.25	47.60	5,496.55	50.32
折旧与摊销费用	271.00	1.89	256.70	2.21	219.21	2.01

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
设计开发费	411.82	2.87	374.39	3.22	81.43	0.75
办公、租赁及水电费	315.75	2.20	268.63	2.31	238.16	2.18
其他	438.45	3.06	309.56	2.66	161.40	1.48
合计	14,328.11	100.00	11,632.67	100.00	10,924.18	100.00

报告期内，公司研发费用构成主要以研发人员薪酬及研发物料消耗为主，上述两项合计占比分别为 93.59%、89.60%及 89.97%，基本保持稳定，且与公司业务规模增长相匹配。近年来，随着业务规模的扩大，为更好地保证公司产品竞争力，公司研发重点侧重产品功能研发、产品结构研发和产品设计相结合，因此研发领料消耗有所增多。与此同时，为了更好地适应市场需求，提升企业的核心竞争力，公司持续加大研发投入，研发人员人数稳中有升。公司研发人员主要负责前期调研、设计开发实施、设计开发验证、项目规划与统筹及研发试制等工作。

报告期内，公司核心技术人员、研发人员数量及占比情况如下：

单位：人

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
核心技术人员数量	2	2	2
研发人员数量	495	500	415
员工总人数	4,134	3,722	2,994
研发人员数量占比	11.97%	13.43%	13.86%

报告期内，同行业可比公司研发人员数量占比情况如下：

单位：%

公司名称	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
	研发人员数量占比	研发人员数量占比	研发人员数量占比
顶固集创	10.24	8.60	9.91
志邦家居	16.26	17.69	12.69
我乐家居	10.37	7.64	12.66
金牌厨柜	10.62	10.22	10.38
欧派家居	11.98	13.85	13.23
皮阿诺	12.18	9.93	7.24
尚品宅配	10.77	9.03	12.03

公司名称	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
	研发人员数量占比	研发人员数量占比	研发人员数量占比
好莱客	13.95	12.21	11.49
索菲亚	8.84	9.94	8.17
同行业研发人员数量占比平均值	11.69	11.01	10.87
有屋智能	11.97	13.43	13.86

注 1：数据来源为同行业可比上市公司披露的年度报告；

注 2：研发人员数量占比=研发人员数量/企业员工总数量。

报告期内，公司研发人员数量占比略高于同行业可比公司研发人员数量占比。

报告期内，同行业可比公司研发人员薪酬水平情况如下：

单位：万元

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	研发人员平均薪酬	研发人员平均薪酬	研发人员平均薪酬
顶固集创	10.62	11.24	6.43
志邦家居	16.18	16.00	15.48
我乐家居	20.19	14.53	12.29
金牌厨柜	13.59	11.06	11.37
欧派家居	16.37	13.28	15.64
皮阿诺	11.98	10.57	12.64
尚品宅配	8.91	7.31	6.18
好莱客	9.76	8.77	9.81
索菲亚	13.16	11.08	9.46
同行业研发人员人均薪酬平均值	13.42	11.54	11.03
有屋智能	13.05	11.46	12.54

注：数据来源为同行业可比上市公司披露的年度报告。

报告期内，公司研发人员薪酬水平与同行业可比公司研发人员薪酬水平较为一致。经过多年发展，公司已建立了一套高效的用人激励和竞争机制，并进一步完善研发人员绩效考核制度，公司研发团队人员稳定性较好，且核心技术人员保持相对稳定。同时，公司研发团队在技术研发，生产与研发有机融合及行业发展趋势研判等方面积累了丰富的经验，有效保证了公司研发设计、产品创新等工作的开展。成熟的产品研发管理体系、完善的培训和研发激励机制、逐年提升的研发投入使公司研发水平和创新能力始终处于家居行业的前列。

3、公司研发成果较为丰富

基于已有研发投入，截至 2022 年 2 月 28 日，公司已取得 17 项发明专利、303 项实用新型专利、131 项外观设计专利及 77 项软件著作权，研发成果较为丰富。公司多项专利及核心技术在主营业务及产品中广泛应用，涵盖整体橱柜、定制家具、智能家居等主要产品。公司计划适时进一步增加研发投入，募投项目包括研发中心项目建设，主要围绕网电合一核心技术平台，依托传感器、新材料的研发、应用，打造面向未来的柜体场景化、柜体智能化、板材功能化领先的智慧全屋定制体系，进一步强化核心技术优势。

综上所述，公司的研发投入能够满足公司业务开展、研发设计、人员配备、产品创新的需要。

（二）结合同行业可比企业相关数据，说明发行人研发创新程度是否存在优势，发行人智能产品在便利性、智能程度、安全性或相关参数等各方面是否领先

1、结合同行业可比企业相关数据，说明发行人研发创新程度是否存在优势

近年来，同行业上市公司分别在系统升级、新材料开发及应用、产品智能化等环节开展研究创新工作。通过运用信息系统、物联网等工具打造包括在线设计平台、智能工厂、智能生产车间等现代化设计生产平台。通过探索“无醛添加、防霉抗菌”功能的新材料在产品中的应用，不断推出安全性能更高、更贴合消费者喜好的家具材料，满足消费者对环保及健康等方面的要求。与此同时，部分同行业上市公司逐步开展智能家居产品的研发及推广工作，推出包括具备智能照明、智能安防、智能控制等功能的家居产品。

经查询已披露公开信息，同行业上市公司主要研发创新情况如下：

公司名称	主营业务产品	专利情况	研发创新情况
欧派家居	橱柜、衣柜及配套家具产品、木门等	2021 年末公司及控股子公司共计拥有专利 595 项。	新材料应用： 研发了第二代无醛添加技术，推出了欧派 Health+ 抗菌板和净醛抗菌爱芯板两项核心专利； 产品智能化： 推出七大全宅智能系统（智能照明、智能安防、智能门锁、智能窗帘、智能睡眠、智能影音控制、智能家电控制）、智能主机、智能云平台和智家 365（App）等智能产品，2021 年研发新产品 400 余款； 创新合作： 欧派家居以华为的智能家居物联协议标准作为指定标准，打通多品类智能产品的研发与整合，实现家居智能产品间的互联互通。
索菲亚	衣柜及其配套产	未披露	新材料应用： 在板式家具生产过程中完成气味的控制，通过物

公司名称	主营业务产品	专利情况	研发创新情况
	品、橱柜及其配件、木门等		理方法降低三胺贴面板气味，环保无污染，提升产品在市场的竞争力； 系统升级： 索菲亚打造了 4.0 标准的智能工厂、智能车间，结合柔性化生产线及智能立体仓库，在全流程数据驱动的信息系统架构基础上，实现了基于互联网的研发、销售、智能制造和服务全流程数据驱动的整体解决方案。
尚品宅配	定制家具产品、配套家居产品、软件及技术服务、整装业务等	未披露	系统升级： 新设计系统升级通用 3D 设计、厨衣柜参数化、硬装设计等多个模块，融合 BIM 深化设计模块，成为覆盖面广的综合在线设计平台，提升设计效率以及效果；实现生产系统的智能化研发，全新系统简化了参数化建模流程，降低了参数化库的制作成本。
顶固集创	定制衣柜及配套家居、精品五金、定制生态门等	截至 2021 年 12 月 31 日，公司及子公司已取得 692 项有效专利，其中发明专利 42 项、实用新型专利 433 项、外观设计专利 217 项。	新材料应用： 重视新型环保家具材料的研发，于 2017 年率先运用竹子推出“竹香板”作为定制家具的原材料； 产品智能化： 目前核心智能产品包括智能锁、智能晾衣架、智能毛巾架、智能马桶等，积极对外开展战略合作来推动整屋空间业务的智能化。
金牌厨柜	整体厨柜、整体衣柜、木门、其他配套品等	截至 2021 年底，有效专利及软著 382 项，其中发明专利 10 项，实用新型 201 项，外观专利 139 项，软著 32 件。	产品智能化： 通过不断整合产业资源来提升其在智能家具赛道的竞争力，目前其子公司的智能家具产品种类覆盖玄关、客厅、厨房、卧室和卫浴等。
有屋智能	橱柜及配套产品、定制家具及配套产品、内门墙板等	截至 2022 年 2 月 28 日，公司已取得 451 项有效专利，其中发明专利 17 项、实用新型专利 303 项、外观设计专利 131 项。	产品智能化： 推出使用橱柜杀菌技术、柜内净化技术、语音控制技术为核心技术的有屋小智、橱柜精灵、阳台精灵、鞋柜精灵等一系列具备物联网及智能化属性的产品，实现了衣柜净化、衣物除螨、橱柜驱虫、橱柜除湿、鞋柜杀菌、鞋柜除臭等功能； 系统升级： 生产层面，通过 MES 生产管理化系统自动拆图、自动优化、余料管理、BI 看板等四大核心功能，实现智能制造、智慧工厂； 新材料应用： 持续探索具有“无醛添加、防霉抗菌”功能的新材料在产品中的应用，并不断改进生产工艺，引入“环保静电粉末喷涂工艺”、“粉末涂装技术”、“纳米干镀技术”等新型生产工艺。

注：同行业可比公司数据来源为其上市公司官网及已披露的 2021 年年度报告。

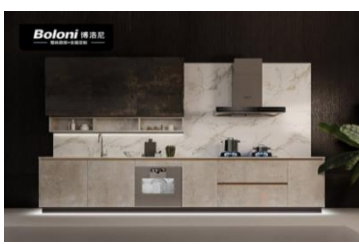
根据上述可比公司披露信息，家居行业上市公司在产品创新、系统升级、新材料应用等方面各有侧重，旨在提高公司运营生产效率，为消费者提供更加智能、环保、便捷的家具产品。公司与同行业上市企业研发创新方向较为一致，除生产及销售系统

建设、新材料开发与应用以外，相较其它同行业可比公司，公司研发创新优势主要体现在产品设计与智能产品应用两方面，具体如下：

（1）产品设计优势

①产品外观设计

伴随居民的消费升级及审美提升，消费者对高端定制家居产品的美观性及时尚性提出更高的要求。公司旗下核心品牌“博洛尼”长期专注于定制家居领域产品设计，以“创新设计”+“德国品质”+“一流环保”为核心优势，始终秉承“为用户提供高品质生活方式解决方案”的使命。公司多次尝试跨界合作，聘请国内外知名设计师、纹样师及摄影师，通过在纹样设计、印花设计、都市时尚设计中寻找色彩搭配及纹样设计灵感，在原有高端家居设计的基础上，融入更多艺术与生活的时尚元素，先后推出了包括尼泊尔、科莫、墨尔本、天空之城、罗马假日等一系列经典的橱柜及定制家居产品，多次获得“最受消费者喜爱的家居品牌”等奖项。公司主要高端定制家居产品设计如下：

产品图示及名称					
尼泊尔系列			科莫系列		
					
墨尔本系列			天空之城系列		
					
罗马假日系列			巴西系列		
					

与此同时，相较其他同行业可比公司，“博洛尼”品牌创新性地提出为用户提供个性化的定制家居私属服务，通过私人定制实现全屋家居产品材质、纹样及花色统一。博洛尼高颜值的烤漆印花打印技术可以将客户提供的图案、照片打印到用户定制的包括橱柜、衣柜、玄关柜等全套家居产品上，满足用户对家居装饰的个性化定制要求。

博洛尼私人定制设计服务如下：



②产品应用场景设计

智能家居场景设计方面，公司以智能场景用户的需求为切入点，分别从用户对产品的物联智能要求、健康管理要求、环境适应要求、自动调节要求、安全提示要求等方面进行调研，在兼具美学设计与高端品质的同时，对不同场景中应安装摆放的智能家居产品以及相应功能进行布局规划，搭建基于不同用户需求的智能家居场景解决方案。以“定制家居”场景中的“厨房空间”为例，公司充分挖掘用户对厨房自主烹饪、存储空间、智能操控、抑菌消毒、安全防护等需求，在行业内率先推出“智慧无人厨房”场景。该场景集合无人厨房系统、智能操控系统、分类储存系统、无感温控系统、抑菌消毒系统等系统，实现了设备之间的互联互通，以及设备与云平台的连接。通过语音识别、手势识别、远程 APP 操控对橱柜、灶台、岛台、机械臂、升降水盆、抽屉拉篮、灯光等多项产品进行物联交互，帮助用户真正意义上地实现“解放双手”。在 STIF2021 国际科创节评选活动中，公司荣获 2021 年度行业创新典范奖，有屋“D9 无人厨房”获评年度产品创新奖。

（2）智能产品应用优势

作为业内较早开始探索智能家居产品的公司之一，公司以用户住宅为平台，积极将物联网及人工智能技术融入到自身产品中。公司结合消费者潜在需求及对行业发展方向的判断，研发了有屋小智、鞋柜精灵、衣柜精灵、橱柜精灵、智能挂衣杆等带有物联网和智能化属性的产品，通过一体化设计有效地解决了智能产品与定制家居产品融合的问题。有屋小智、鞋柜精灵、衣柜精灵、橱柜精灵、智能挂衣杆等产品具有联网、监测、调节等功能，其可根据各自功能定位将监测数据实时上传云端，用户可通过“EOROOM 有屋 APP”实时查看监测数据，并可通过“EOROOM 有屋 APP”或“有屋小智管家”音箱等控制端向各类智能化产品发出指令，各类智能化产品接到指令后会及时调整柜内环境，保证用户的使用舒适度。该模式的开拓实现了智能设备与公司主营的橱柜、衣柜、玄关柜等传统家居产品的结合，使家居产品具备物联网属性，并同步实现高效的远程控制。

综上所述，公司在产品设计及智能化应用等方面具备一定优势。

2、发行人智能产品在便利性、智能程度、安全性或相关参数等各方面是否领先

目前，智能家居行业市场处于高速成长期，同行业多数公司处于战略布局及智能产品研发早期阶段。包括欧派家居、索菲亚、金牌厨柜、顶固集创等在内的同行业上市公司逐渐通过设立研发中心或子公司开展智能家居产品相关研发设计工作，布局智能家居领域。经查询公开信息，同行业上市公司并未列示智能家居产品在便利性、智能化、安全性等方面的参数，故暂时无法直接与公司智能产品性能进行比较。作为业内较早开始探索智能家居产品的公司之一，公司专注于智能产品与传统家居产品的融合与创新，根据用户个性化的需求，结合智能化产品的功能及特点，打造更为贴近消费者生活的定制化智能家居产品。

公司智能产品在便利性、智能程度、安全性等方面的特点或参数如下：

产品大类	产品细类	便利性	智能程度	安全性及相关参数
橱柜及配套产品	智能橱柜 ZX-01	主机安装在杀菌柜顶板预留位置处，接通电源即可自动运行，无需操作。	通过有屋 APP 控制实现橱柜内的消毒杀菌。	1、一款智能杀菌模块，采用环保光触媒材料，在光照下产生氢氧基和活性氧，可以杀灭细菌真菌； 2、对大肠杆菌，黄色葡萄球菌等杀灭杀菌率高达 96%，可有效提高食物等存放时间。
	厨房智能抽屉（导轨）	可手势触摸、语音控制开启/关闭抽屉，增加场景体验的便利性。	产品与有屋 APP 连接，可通过有屋音箱语音控制抽屉开启。	1、负载 30kg，满足抽屉使用需求； 2、遇阻自动感应停止，避免造成伤害。

产品大类	产品细类	便利性	智能程度	安全性及相关参数
	厨房智能高深拉篮	可手势触摸、语音控制开启/关闭抽屉，增加场景体验的便利性。	产品与有屋 APP 连接，可通过有屋音箱语音控制高深拉篮开启。	1、负载 50kg，满足高深拉篮使用需求； 2、遇阻自动感应停止，避免造成伤害。
	厨房升降水盆和龙头	可手势触摸、语音开启升降水盆、升降龙头，增加场景体验的便利性。	产品与有屋 APP 连接，可通过有屋音箱语音控制升降水盆和升降龙头开启。	1、负载 20kg，满足水盆使用需求； 2、遇阻自动感应停止，避免造成伤害。
	智能侧移岛台	可手势触摸、语音开启侧移岛台，增加场景体验的便利性。	产品与有屋 APP 连接，可通过有屋音箱语音控制侧移岛台开启。	1、负载 50kg，满足侧移岛台使用需求； 2、遇阻自动感应停止，避免造成伤害。
定制家居及配套产品	有屋小智 ZF-15DA1	轻触按键即可实现超声波除螨、PTC 加热、空气清新、杀菌消毒功能。	1、可通过触控显示屏或有屋 APP 两种模式进行连接操作； 2、可自动运行、可远程操控、并可实现实时监控柜内环境。	1、紫外线除菌； 2、通过正负离子作用实现空气清新； 3、通过 PTC 加热实现柜内烘干； 4、通过超声波进行除螨。
	智能衣柜 YG-P01（衣柜精灵）	搭配无线遥控触摸面板，操控更便捷。	1、可通过手机 APP 远程智控或中控台触摸屏手控进行操作； 2、中控显示屏与 APP 连接，显示实时天气、温湿度等信息，并设有贴心穿衣小助手，提示穿衣建议； 3、雷达智能感应灯光，感应精准、高效且节能。	1、具备祛味，净化空气、减少静电等功能，灰尘不易附着于衣物的表面上； 2、超声波双核除螨； 3、热风内循环防霉、防潮； 4、高效等离子灭菌，能去除 96% 大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、白色念珠菌、白色葡萄球菌、黑曲霉。
	智能鞋柜 XG-P01（鞋柜精灵）	可手势触摸操控；定时启动，自动灭菌，无需人为操作。	1、可通过触控显示屏或有屋 APP 端两种模式进行操作； 2、可自动运行、可远程操控，实时监控柜内环境。	1、高效等离子灭菌、祛味； 2、智能新风系统，有效除臭； 3、加热除湿，鞋子防潮、防霉； 4、高效杀菌，能去除 96% 大肠杆菌、金黄色葡萄球菌、白色念珠菌、白色葡萄球菌、黑曲霉。

公司智能产品已实现了多数用户现阶段关于便利性、智能化程度以及安全性等方面的需求，随着后续研发中心项目的落成，公司将进一步加强开发新技术、新产品、新工艺的能力，以提升公司在技术创新与智能产品便利性及安全性等方面的优势，从而进一步树立公司品牌形象和市场竞争能力。

二、说明报告期各年度发行人自主研发设计产品数量、型号数量、订单数量、贡献收入及占比的变动情况，发行人设计能力在业内是否具有较强先进性，品牌及产品是否具有较强市场认可度

（一）说明报告期各年度发行人自主研发设计产品数量、型号数量、订单数量、贡献收入及占比的变动情况

因行业定制化特点，不论是零售业务客户或是大宗业务客户，公司均需结合客户的个性化需求、户型结构、预算标准及特殊要求等，对橱柜、家具、内门、墙体等进行整体设计、整体制造，以统一居室空间设计风格，提升用户居住体验，公司一直以来坚持自主研发及原创设计，公司销售产品均为公司自主研发设计。

报告期内，各年度自主研发设计产品数量及贡献收入情况如下：

单位：个、万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
自主研发设计产品数量（款式）	644	560	483
自主研发设计产品产生的收入	419,918.60	359,008.02	322,065.78

注 1：自主研发产品数量按照报告期内公司销售的所有产品款式进行统计；

注 2：因公司主要销售非标准化产品，不同产品款式下因产品颜色、材质、尺寸或结构不同，会形成多个型号，型号数量较为庞大，因此无法直接统计。上述主营业务收入对应公司全部客户订单情况。

公司研发部针对家居产品在外观设计、工艺结构设计、功能更新、智能化应用、新材料开发等领域开展相关研发设计工作，研发且实验成功的新产品投入公司产品库中，供后续设计师根据用户需求定制采用。公司销售终端设计人员按照空间布局、客户的个性化需求等确定每一笔订单的设计方案，并上门测量现场工况、交互客户爱好、定制家具预算等情况，现场展示多种系列产品效果图和 VR 全景图，提供整体家装方面的建议，为客户推荐公司旗下不同风格的定制家具产品款式，待客户最终确定家居设计方案及心仪款式后，公司设计人员传图至公司后台系统，交由公司生产部门组织生产。

存在部分公司智能家居产品，例如“有屋小智”及“语音音箱”等所配备的软件或硬件产品，公司提出需求和设计思路，委托外部硬件公司、物联网平台公司协助生产提供。同时，公司与部分国内外顶尖设计师在产品外观设计等方面开展合作，其提供的部分纹样或色彩搭配供公司设计师结合客户喜好融入产品设计方案中。但上述合作均属于基础的部件或元素开发，是公司整体产品的组成部分，融入到公司产品设计过程中，在公司产品整体框架下发挥作用，最终产品的开发设计由公司自主开展。公司完整研发设计流程包含用户需求端调研、产品设计、柜体结构定义、功能测试、小批验证、产品上市等各个环节，且上述环节均由公司研发设计团队完成。

综上所述，报告期内，公司销售产品均为公司自主研发设计，且公司主营业务收入 100%来自于公司自主研发设计的产品。

（二）发行人设计能力在业内是否具有较强先进性，品牌及产品是否具有较强市场认可度

1、公司的设计能力

公司专注家居领域二十余年，通过不断优化设计理念，建立了完善的设计体系和科学的设计流程。公司的设计优势主要体现在通过对外观、结构、工艺、智能化等角度不断创新，融入更多艺术和时尚元素，从而为消费者提供风格多元、品质优良、便捷智能的现代家居产品，帮助消费者实现更具个人风格的定制家居体验。

经查询同行业上市公司主要设计模式如下：

公司名称	主营业务产品	设计模式
欧派家居	橱柜、衣柜及配套家具产品、卫浴、木门等	以“自主设计”模式为主，设置家居产品研发中心，负责协调和统筹公司的产品和技术开发管理工作，公司专卖店的工作人员根据客户的房屋空间布局及尺寸、个性化喜好、功能等按需设计相应解决方案，并通过公司自主研发的信息化销售系统渲染出效果图，以供客户消费决策。
索菲亚	衣柜及其配套产品、橱柜及其配件、木门等	以“自主设计”模式为主，从产品外观、工艺、材料应用、技术等方面不断提升，完善产品设计。公司专业设计人员以公司专用设计软件（DIYHome），连接公司设计系统大数据，更快地为不同区域、不同需求的消费者提供个性化设计的全屋家具解决方案。
志邦家居	橱柜、衣柜及配套家具产品、卫浴、木门等	以“自主设计”模式为主，依据客户个性化设计需求，为家居消费者提供全屋定制产品及设计服务。通过搭建统一运营的设计师平台“志邦设计谷”，打造专属志邦设计团队互动交流平台，通过该平台系统管理设计团队，实现海量设计案例资源共享，将设计优势及时传递到终端。
皮阿诺	整体橱柜、整体衣柜、木门、其他配套品等	以“自主设计”模式为主，通过与设计师建立资源共享平台，结合设计师作品，更好地满足消费者定制的个性化需求，通过设计师实现公司产品品牌与消费者的深度绑定。

注：同行业可比公司数据来源为其公司官网及披露的 2021 年年度报告。

同行业上市公司主要以“自主设计”模式完成产品的开发设计，部分公司会聘请海内外设计师在产品外观设计等领域展开一定设计合作，通过设计系统结合设计师实地考察情况为客户定制最适宜的全屋家居解决方案。

公司通过持续产品迭代，不断明确品牌及消费群体定位，先后整合意大利、清华美院等设计师资源，分别打造了简约、欧式、轻奢、新中、田园、古典等不同的产品风格，满足各类消费群体的居家审美需求。其中，“博洛尼”品牌定位于中高端市场

的领导者，以“创新设计”+“德国品质”+“一流环保”为核心优势，提供“整体厨房+全屋定制”家居全系统解决方案。“海尔”品牌主要面向时尚消费人群，提供全系列产品风格，包括差异化产品及配套家电，为用户提供省心、放心、舒心一体化服务。同时，公司注重家居产品功能性、消费者生活美学需求及智能科技的融合，积极回应消费者在空间、审美、功能、科技等多方面的诉求，在满足用户基本家居产品功能需求的基础上，为用户提供兼具美学和科技感的消费体验。

公司关于产品设计能力的进一步说明详见本问询回复之“1、关于研发投入及创业板定位”之“一、补充说明发行人的研发费用是否能满足发行人业务开展、研发设计、人员配备、产品创新的需要；结合同行业可比企业相关数据，说明发行人研发创新程度是否存在优势，发行人智能产品在便利性、智能程度、安全性或相关参数等各方面是否领先。”之“（1）产品设计优势”相关内容。

2、品牌及产品市场认可度

公司前身为青岛海尔厨房设施有限公司，其发展历史可追溯至 2001 年，是国内较早进入定制家居行业的企业之一，公司拥有“有屋（EOROOM）”、“博洛尼（Boloni）”、“海尔（Haier）”等知名品牌，覆盖高端用户、中产用户等各层次客群，满足不同消费群体的家居用品需求，塑造了良好的品牌形象，积累了一定规模的客户群体。

“博洛尼”作为公司旗下核心品牌之一，长期专注于定制家居领域产品，自正式进军整体厨房领域到如今的全屋定制，公司始终秉承“为用户提供高品质生活方式解决方案”的使命。公司先后推出了包括尼泊尔、科莫、墨尔本、天空之城、罗马假日等一系列经典的橱柜及定制家居产品，将空间设计与艺术深度结合，打造时尚定制全屋家具，至今已在全国近 400 座城市布局“全屋定制”业务。

与此同时，公司一直高度重视客户服务体验，通过持续完善客户服务体系，建立了基于客户体验的“顾问式营销、体验式营销、口碑式营销”客户营销模式，针对每一位客户，成立由设计师、客户经理、管家、客服人员组成的专项服务团队。公司设计师根据现场工况测量情况、客户提出的家庭生活习惯、花色及纹路需求、定制家具的预算等信息，现场展示多种系列产品效果图和 VR 全景图，提供整体家装方面的基础知识和建议，为客户推荐公司旗下不同风格的定制家具产品。凭借高效、专业的客

户服务质量，公司赢得了客户的广泛认可好评，同时也为新客户的开发奠定了良好基础。“博洛尼”凭借时尚的产品设计理念、一流的产品质量和高效的服务水平在业内树立了良好的产品及品牌形象，并先后获得多项企业荣誉。

其中，博洛尼品牌近年来所获部分荣誉如下：

序号	评定/授予时间	荣誉主体	评定/授予单位	认证/荣誉名称
1	2019 年 12 月	科宝博洛尼	北京市建筑业联合会	北京建设行业诚信企业
2	2019 年 12 月	科宝博洛尼	德商置业优秀供应商评选委员会	2019 年天骄系最受客户喜爱的十大品牌-博洛尼橱柜
3	2020 年 3 月	博洛尼青岛	中国质量检验协会	全国产品和服务质量诚信示范企业
4	2020 年 3 月	博洛尼青岛	中国质量检验协会	全国质量检验稳定合格产品
5	2020 年 7 月	博洛尼青岛	中国室内装饰协会、中国林产工业协会、中国建筑装饰协会、中国建筑装饰装修材料协会等	大雁奖-中国家居产业定制家居领军品牌奖
6	2020 年 12 月	博洛尼青岛	山东省财政厅、山东省工业和信息化厅、山东省科学技术厅	2020 山东省瞪羚企业
7	2021 年	博洛尼青岛	西街传媒、北京商报家居频道	2020-2021 十大优选橱柜（全屋定制）品牌

海尔品牌在时尚消费人群中具有一定知名度，定位于为小资群体、新锐中产、高知人士等人群量身定制理想的生活方式。海尔全屋家居从缔造美好人居出发，从整体厨房单品定制到全屋定制，再到全屋智能场景的完整链条，形成定制化、集成化的产品生态格局；在产品设计风格上针对不同人群，分别打造了简约、欧式、轻奢、新中、田园、古典等产品风格，可满足各类消费群体的居家审美需求。公司经过多年的发展沉淀，终端门店已超过 500 家，销售网络基本覆盖全国 30 个省、自治区、直辖市，已逐步构建了以大中城市为主体的全国性销售网络。海尔全屋定制品牌凭借多年的厚重积淀及多重差异化优势，获得“完美厨房解决方案供应商”、中国环境标志产品认证，并通过 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系认证。为诸多城市打造经典人居范本，备受合作方与消费者肯定。

其中，海尔及有屋品牌近年来所获部分荣誉如下：

序号	评定/授予时间	荣誉主体	评定/授予单位	认证/荣誉名称
1	2019 年 5 月	有屋科技	山东省工业和信息化厅、机械科学研究总院	2019 山东制造·硬科技 TOP50 品牌榜

序号	评定/ 授予时间	荣誉主体	评定/授予单位	认证/荣誉名称
2	2019 年 6 月	有屋科技	青岛市民营经济发展局	青岛市中小企业专精特新产品（技术）
3	2019 年 12 月	海尔全屋	天猫家装、淘宝大学	2019 新零售新锐品牌
4	2020 年 6 月	有屋智能	胡润百富	2020 胡润中国瞪羚企业
5	2021 年 3 月	海尔全屋	网易家居	2021 网易家居 315 服务榜样
6	2021 年 5 月	有屋智能	中国品牌日青岛组委会	2021 年中国品牌日青岛最具成长品牌
7	2021 年 12 月	有屋智能	数央网、数央公益联合国内众多财经及大众媒体	2021 年度行业创新典范奖

公司自成立至今，获得了中国质量检验协会颁发的全国质量和服务诚信优秀企业、全国工商联家居装饰业商会颁发的质量品牌 5A 示范企业等多个奖项，并参与多个本行业相关国家标准及行业标准的制定。目前公司多个品牌协同发展，逐渐在定制家居市场确立了领先地位。

综上所述，公司设计能力在行业内具有较强的先进性，品牌及产品具有较强的市场认可度。

三、进一步说明发行人下游房地产行业 2022 年以来增量、存量规模变化情况，结合发行人业务内容及产品，说明发行人所在市场今年以来发展变化情况，对发行人业务是否将构成重大不利影响

（一）短期来看，受房地产调控政策及新冠肺炎疫情影响，2022 年以来房地产行业景气度有所下降

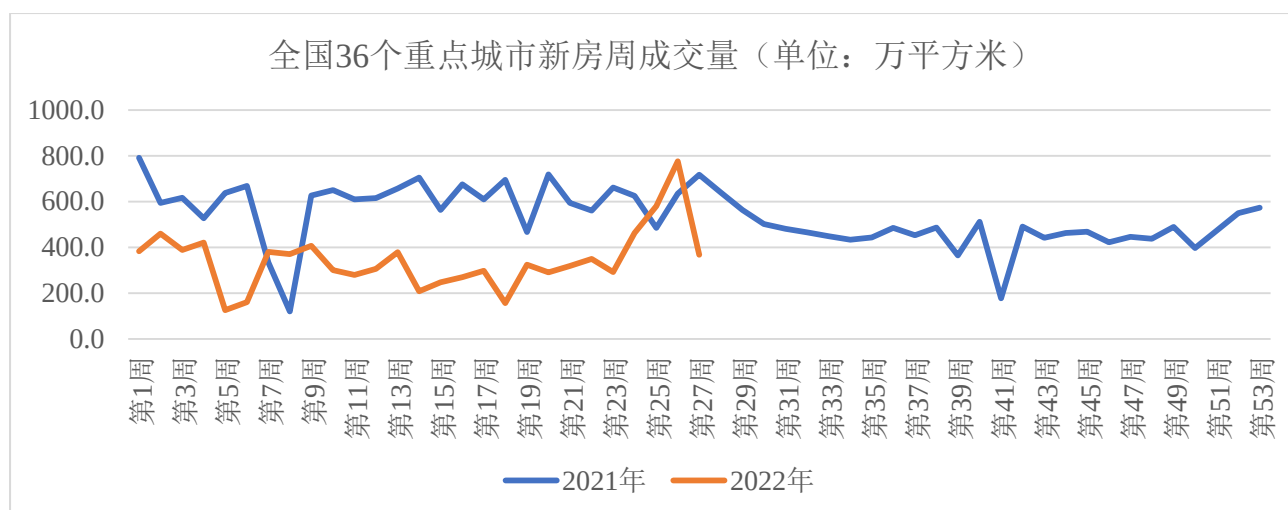
受房地产调控政策影响，同时叠加新冠肺炎疫情影响，2022 年以来房地产行业景气度有所下降。主要数据指标如下：

单位：万平方米

指标	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	同比增长率
商品房销售面积	68,923.04	88,635.35	-22.24%
商品住宅竣工面积	20,858.26	26,253.82	-20.55%
商品住宅新开工施工面积	48,800.48	75,514.87	-35.38%

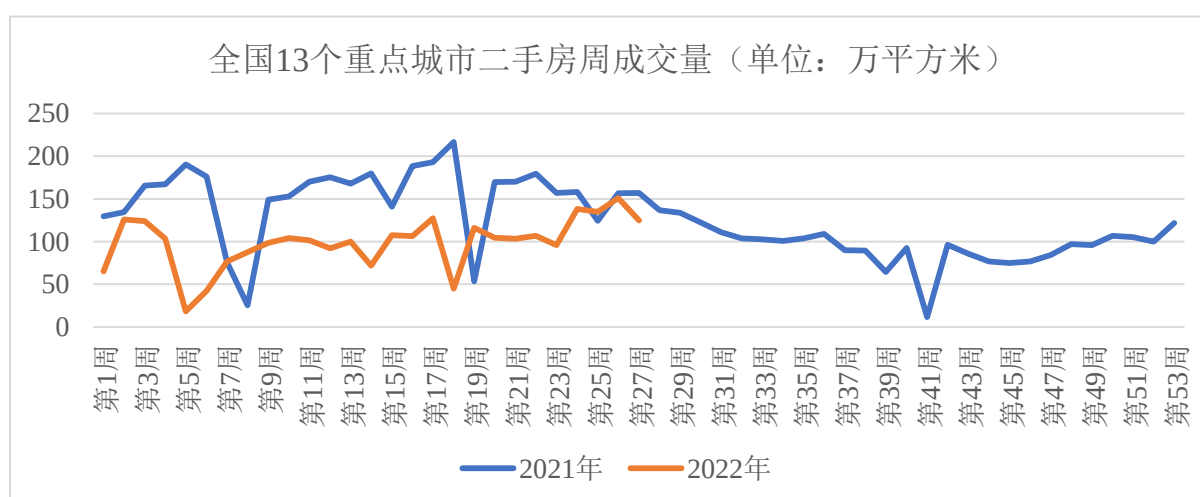
资料来源：wind

由上表数据可以看出，2022 年以来商品住宅新开工施工面积、商品住宅竣工面积和商品房销售面积较去年同期均有所下滑，其中新房及二手房成交情况如下：



资料来源：wind、兴业证券经济与金融研究院

注：图表中 36 个重点城市包括：①一线 4 城：北京、上海、广州、深圳；②二线 10 城：青岛、济南、杭州、南京、宁波、福州、厦门、武汉、成都、苏州；③三线 22 城：泰安、扬州、镇江、江阴、温州、无锡、芜湖、泰州、淮安、常州、金华、连云港、绍兴、盐城、东莞、惠州、韶关、珠海、佛山、汕头、江门、泉州、莆田、岳阳、柳州、赣州



资料来源：wind、兴业证券经济与金融研究院；

注：图表中 13 个重点城市包括：①一线 2 城：北京、深圳；②二线 7 城：杭州、南京、成都、青岛、厦门、南宁、苏州；③三线 4 城：扬州、金华、江门、无锡。

从周成交量可以看出，随着疫情的控制，同时各地陆续对之前的房地产调控政策放松优化，如放松限购限售政策、降低贷款利率、加大公积金支持等，房地产交易量呈改善趋势。

（二）中长期来看，房地产调控政策的不断优化、精装房渗透率的提高和旧房翻新需求的不断释放，将为定制家居需求提供有力支撑

1、房地产调控政策的出发点在于更好地满足购房者的合理住房需求，并非抑制房地产市场发展，随着房地产调控政策的不断优化，房地产行业将呈现良性循环和健康发展态势

2022 年中央经济工作会议及政府工作报告均明确要求：要继续坚持“房子是用来住的、不是用来炒的”定位，出台一系列政策调控房地产市场，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。同时，2022 年国内经济下行压力较大，为发挥地产作为国内经济支柱产业对经济的拉动作用，政府开始逐渐松绑优化房地产调控政策，中央多部委密集表态稳地产，要求以“保交楼、保民生、保稳定”为首要目标，稳地价、稳房价、稳预期，稳健执行房地产调控政策以促进房地产业平稳健康发展和良性循环。其中 2021 年底至今主要的全国性房地产调控政策如下：

时间	出处	政策内容
2021 年 12 月	中央政治局	要求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	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”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	国务院金融委	关于房地产企业，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
2022 年 3 月	财政部	年内不具备扩大房地产税改革试点城市的条件
2022 年 4 月	中央政治局	要坚持“房子是用来住的、不是用来炒的”的定位，支持各地从当地实际出发完善房地产政策，支持刚性和改善性住房需求，优化商品房预售资金监管，促进房地产市场平稳健康发展
2022 年 5 月	央行、银保监会	明确对于贷款购买普通自住房的居民家庭，首套住房商业性个人住房贷款利率下限调整为不低于相应期限贷款市场报价利率减 20 个基点
2022 年 5 月	证监会	积极支持房地产企业债券融资
2022 年 7 月	银保监会	支持地方更加有力地推进“保交楼、保民生、保稳定”工作。一是在地方党委政府领导下，银行保险机构应积极参与相关工作机制，配合压实企业、股东等相关各方责任，银行要积极履行自己的职责，既要遵循市场化、法治化原则，又要主动承担社会责任，千方百计推动“保交楼”。二是指导银行在地方党委政府“保交楼”工作安排的总体

时间	出处	政策内容
		框架下，坚持摸清情况、实事求是、科学分类、精准施策，主动参与合理解决资金硬缺口的方案研究，做好具备条件的信贷投放，协助推进项目快复工、早复工、早交付。三是做好客户服务工作，加强与客户沟通，个性化地满足居民客户的不同需求，信守合同，践行承诺，依法保障金融消费者合法权益。四是有效满足房地产企业合理融资需求，大力支持租赁住房建设，支持项目并购重组，以新市民和城镇年轻人为重点，更好满足刚需和改善型客户住房需求，努力保持房地产市场运行平稳有序
2022 年 7 月	中央政治局	要稳定房地产市场，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，压实地方政府责任，保交楼、稳民生。

同时，郑州、哈尔滨、福州、青岛等地方政府，陆续出台房地产调控政策，主要包括放松限购限售政策、降低贷款利率、加大公积金支持等，以促进房地产业平稳健康发展和良性循环，地产政策持续改善。

房地产调控政策的出发点在于更好满足购房者的合理住房需求，促进房地产业良性循环和健康发展，并非抑制房地产市场发展。房地产业依然是我国的支柱产业之一。

中长期来看，房地产政策导向有利于资金实力雄厚、经营稳健的地产商扩大业务规模，有利于促使房地产行业最终实现持续、稳定、健康发展，进而亦为定制家居市场需求创造稳定持续的增长空间。

2、新建房产精装房渗透率的不断提高有助于大宗业务市场发展

公司大宗业务主要面向新建房产精装修市场，中长期来看，我国精装房渗透率不断提高，大宗业务依然具有较大的市场空间，根据奥维云网数据，精装房渗透率从 2016 年 12%提升至 2020 年 31%，预计在未来精装率增速仍将维持在 6%左右，预计 2025 年到达 41.5%，在政府鼓励精装房的政策推动、房地产商的需求引领和消费者理念转变的多种驱动力量下，精装房渗透率将稳步增长，精装房渗透率的提高有助于公司大宗业务发展。

3、旧房翻新需求的不断释放将为经销和直营业务带来稳定的需求

二手房交易及存量房翻新将为公司带来经销和直营业务机会。二手房购房者通常会在购房后对房屋进行重新装修，且存量房也将产生装修翻新的需求。根据艾瑞咨询发布的《2021 年中国家装行业研究报告》，虽然新屋装修目前仍然为我国家装用户最主要的消费动机，但存量房翻新的家居家装消费动机也逐渐显现，房屋过旧（14.6%）、

审美变化（10.2%）、改善居住环境（10.2%）等与存量房翻新相关的消费动机合计占比已经超过 30%；随着我国城镇化率的持续提升，二手房销售有望逐渐成为我国房地产交易市场的主导力量，首创证券根据城镇人口数量及人均住宅建筑面积等指标进行测算，2021 年我国存量房数量约为 47,055.82 万套，近 15 年的复合增长率约为 5.96%，并预测至 2030 年我国存量房翻新需求占整体家居消费需求比例有望达到 50.49%，未来潜在翻新需求有望显著增长，同时“租房也要装修”或为家居消费提供新的需求增量，因此未来我国二手房及存量房的潜在定制家居消费需求潜力极大，且该部分需求受房地产市场周期的影响较小，将为经销和直营业务提供稳定的市场需求。

4、经过市场需求模型测算，未来 3 年存在装修需求的住宅数量和相应的定制家居需求量仍然呈上升趋势

相关研究报告通过构建市场需求模型，结合增量和存量市场变化对定制家居行业规模进行了预测分析，其中增量市场主要为新住宅竣工所导致的需求，存量市场主要为因二手房翻新及交易所带来的需求，具体如下：

定制家居行业市场规模测算										
类别	项目	单位	2018	2019	2020	2021	2022E	2023E	2024E	2025E
增量市场	新住宅竣工套数①	万套	628.72	647.72	627.71	695.39	647.62	628.57	609.52	590.48
	新住宅竣工面积	万平米	66,015.75	68,011.11	65,910.03	73,016.00	68,000.00	66,000.00	64,000.00	62,000.00
	户均面积	平米/套	105	105	105	105	105	105	105	105
	精装比例		28%	32%	30%	32%	37%	42%	47%	55%
存量市场	二手房翻新套数②	万套	129.00	127.80	126.00	117.90	138.53	142.81	146.83	150.57
	二手房交易套数	万套	430.00	426.00	420.00	393.00	446.86	446.29	444.95	442.86
	二手房翻新率		30%	30%	30%	30%	31%	32%	33%	34%
	二手房/新住宅		68%	66%	67%	57%	69%	71%	73%	75%
	老房翻新套数③	万套	370.00	380.00	390.00	400.00	453.20	509.28	568.23	630.28
	达到年限老房（15 年以上）	万套	3,700.00	3,800.00	3,900.00	4,000.00	4,120.00	4,244.00	4,371.00	4,502.00
	老房翻新率		10%	10%	10%	10%	11%	12%	13%	14%
总市场	需装修住宅数④=①+②+③	万套	1,127.72	1,155.52	1,143.71	1,213.29	1,239.34	1,280.66	1,324.59	1,371.33
基于以上，则：										
市场需求测算	橱柜规模	亿元	951.36	1,013.20	1,079.06	1,173.49	1,223.28	1,292.35	1,366.20	1,445.25

定制家居行业市场规模测算										
类别	项目	单位	2018	2019	2020	2021	2022E	2023E	2024E	2025E
	渗透率		56%	58%	61%	62%	63%	64%	65%	66%
	需求量	万套	634.24	675.47	696.817	752.24	779.16	817.95	8590.25	903.28
	价格	元/套	15,000.00	15,000.00	15,500.00	15,600.00	15,700.00	15,800.00	15,900.00	16,000.00
	衣柜规模	亿元	659.72	691.00	698.81	762.92	801.61	851.64	905.22	962.67
	渗透率		45%	46%	47%	48%	49%	50%	51%	52%
	需求量	万套	507.47	531.54	537.55	582.38	607.28	640.33	675.54	713.09
	价格	元/套	13,000.00	13,000.00	13,000.00	13,100.00	13,200.00	13,300.00	13,400.00	13,500.00
	木门规模	亿元	1,400.00	1,450.00	1,550.00	1,732.58	1,854.06	2,002.96	2,161.73	2,331.26
	木门/住宅		7.76	6.97	6.78	6.80	6.80	6.80	6.80	6.80
	需求量	万套	8,750.00	8,055.56	7,750.00	8,250.38	8,427.54	8,708.51	9,007.20	9,325.03
	价格	元/套	1,600.00	1,800.00	2,000.00	2,100.00	2,200.00	2,300.00	2,400.00	2,500.00
	定制合计	亿元	3,011.08	3,154.20	3,327.87	3,668.99	3,878.95	4,146.95	4,433.15	4,739.18
	增长率			5%	6%	10%	6%	7%	7%	7%

资料来源：国家统计局，贝壳研究院，国信证券经济研究所

综上，随着房地产调控政策的不断优化、精装房渗透率的提高和旧房翻新需求的不断释放，定制家居市场规模未来仍呈现持续增长趋势，行业内领先的公司凭借自身品牌优势、渠道优势以及较好的产品和服务能力，仍可以保持一定的增长速度。

（三）2022 年上半年，公司在下游房地产行业景气度下降和新冠肺炎疫情冲击双重压力下，净利润依然实现增长态势

2022 年上半年，面对下游房地产行业景气度下降和新冠肺炎疫情冲击，公司积极优化经营策略，不断提升自身品牌运营能力，不断进行产品创新、技术创新和模式创新，稳健发展，依然实现较好业绩。

其中从营业收入指标来看，受公司经营策略调整和新冠肺炎疫情影响，公司营业收入规模略微下降，但公司收入结构有所优化，盈利能力得到提升。根据初步财务数据核算结果，公司 2022 年 1-6 月可实现营业收入 190,885.25 万元，同比减少 3.64%；主要系公司为控制应收款项回收风险，综合研判房地产市场最新变化，主动调整了大宗业务经营规模，精选经营状况较好的优质房地产开发商与之合作，控制压缩了与部分信用情况较差的客户的合作规模，叠加新冠肺炎疫情带来的不利影响，公司 2022 年 1-6 月营业收入较 2021 年 1-6 月略微下降；但公司的营业收入结构进一步优化，2022

年 1-6 月公司毛利率较高的博洛尼品牌产品的收入占比较去年同期有所增长，收入结构的优化拉高了整体毛利水平。

其次，从净利润指标来看，公司 2022 年 1-6 月归属于母公司股东的净利润为 8,851.22 万元，较去年同期剔除恒大债权转让事件影响后归属于母公司股东的净利润 7,176.95 万元增长 23.33%；2022 年 1-6 月扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 7,518.66 万元，较去年同期剔除恒大债权转让事件影响后的扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润 6,163.76 万元增长 21.98%。

（四）公司目前在手订单总量充沛，订单和收入结构持续优化

公司在为控制应收账款回收风险主动调整大宗业务经营规模、疫情冲击的背景下，依然订单充沛，随着房地产市场的不断优化和疫情的控制，公司未来订单预计将持续增加，公司收入增长具有可持续性。截至 2022 年 7 月底，公司在手订单金额合计 388,616.77 万元，其中大宗业务在手订单金额合计 363,213.79 万元，且大宗业务在手订单的结构持续优化，具体如下：

单位：万元

大宗业务客户类别	订单金额	占比
央企	190,891.31	52.56%
国企	27,296.83	7.52%
集体所有制	6,383.35	1.76%
民营企业	138,642.30	38.17%
总计	363,213.79	100.00%

如上表所示，公司目前大宗业务在手订单中以中海、保利等央企为主，其订单金额占大宗业务在手订单金额的 52.56%，央企、国企和集体所有制企业的合计订单金额占比达到 61.83%。同时，公司为控制民营企业客户的回款风险，要求根据客户的信用情况对其预收一定货款，其中要求产品安装前预付比例达到 70% 订单金额占比达到 92.47%。

从已实现的大宗业务收入结构来看，公司的客户结构亦在持续优化，公司大宗业务按客户性质分类情况如下：

单位：万元

类别	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
----	--------------	--------	--------	--------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
央企	55,006.59	54.96%	87,284.70	43.67%	50,147.76	26.80%	31,394.34	22.51%
国企	9,860.89	9.85%	18,978.78	9.50%	16,611.78	8.88%	8,284.81	5.94%
集体所有制企业	1,288.50	1.29%	15,760.88	7.89%	21,919.95	11.71%	3,719.90	2.67%
民营企业	33,920.05	33.89%	77,842.86	38.95%	98,454.74	52.61%	96,091.38	68.89%
合计	100,076.04	100.00%	199,867.22	100.00%	187,134.22	100.00%	139,490.44	100.00%

如上表所示，公司大宗业务收入中，央企和国企类客户的收入占比稳步提高，其中央企类客户收入占比从 2019 年的 22.51% 提升至 2022 年 1-6 月的 54.76%，公司的收入结构不断优化，经营更加稳健。

（五）应对当前市场新形势，公司不断优化经营策略，在保持业务增长的同时更加重视应收账款回收风险，提高收入质量和盈利能力，实现稳健发展，房地产市场短期波动对公司业务不构成重大不利影响

在 2022 年房地产景气度有所下降的背景下，一方面，定制家居市场面临短期内房地产项目新开工数量有所降低的形势，市场竞争更加激烈；另一方面，房地产开发商信用分化，部分房地产客户回款速度有所放缓。公司积极优化经营策略，以增强可持续盈利能力，实现稳健发展。具体应对措施如下：

1、坚持多轮驱动、均衡发展策略，多渠道拓展公司盈利来源和发展空间

为拓宽公司盈利渠道和发展空间，公司秉承直营、经销、大宗业务多轮驱动、均衡发展的经营策略，在发展大宗业务的同时，积极持续推进营销网络建设，提升经销商及直营门店的经营能力，更好地满足市场与客户的个性化需求，提高直营和经销业务竞争力和市场占有率，以实现业绩多元化发展，增强公司的抗风险能力，保持未来业务的可持续性增长。

2、精选大宗业务客户开展业务合作，推动大宗业务稳健发展

“三道红线”新规等相关调控政策的推出，在短期内加速了房地产行业的整合进度和行业出清，预计优质房地产开发企业的市场份额将不断提升，基于此，公司将不断优化客户结构，积极开拓经营稳健的优质房地产企业，持续扩大与优质客户的合作业务规模；同时，当前房地产开发企业信用分化，在此背景下，公司在与大宗业务客户建立合作关系前，严格按照公司制定的客户风险评级标准对客户进行评级，精选大宗业务

客户开展业务合作。公司对大宗业务客户风险评估体系如下：

序号	评估依据	评估内容
1	三道红线指标	剔除预收款项后资产负债率、净负债率、现金短债比
2	三道补丁指标	商票违约、权益拿地金额/权益销售金额及近三年经营活动产生的现金流
3	负面新闻资讯	根据搜索的新闻资讯判断
4	融资情况	根据融资利率、融资金额、融资渠道等综合判断
5	工商信息分析	根据企业性质、上市情况、成立时间等综合判断
6	员工情况	关注是否存在欠薪、停薪、裁员、停工、内部集资等问题
7	资产变动情况	关注资产是否存在保全、查封、冻结、批量抵债、出售情形
8	诉讼案件分析	根据诉讼案件整体数量或分析案由及案件事实、与公司业务相关案件的占比等情况综合判断
9	执行案件分析	根据执行的诉讼案件整体数量或分析案由及案件事实等情况综合判断
10	回款情况	根据对公司的历史回款情况、同行业回款情况、楼盘开发及售卖情况等综合判断

公司根据对客户的信用风险评级情况，确定合作意向及相应的付款方式和付款条件。公司 2022 年上半年前十大大宗业务客户中 8 个为央企、国企或集体所有制企业，占前十大大宗业务客户收入总额的比例为 95%左右，且前五大大宗业务客户均为央企，随着公司客户结构的不断优化，公司经营发展将更加稳健。

3、加强信用政策管理，严控货款回收风险

“三道红线”政策出台以后，部分房地产开发企业出现暂时性资金紧张的情形，对上游供应商的付款进度有所放缓，短期内对公司销售回款造成一定影响，公司将更加重视应收账款回收风险，采取了一系列加强内控的措施，具体如下：

（1）密切关注客户信用情况及经营动态，主要采取：①每日专人关注客户的负面新闻、债务违约信息；②每周分析客户全国应收情况，分析客户是否出现全国性拖欠货款情形；③区域人员不定期到项目现场查看地产项目情况并与项目方进行沟通，核实相关情况。

（2）制定实施专项的督促回款计划，细化回款节点，针对合同条款中付款时间由整体到货、整体完工改变为具体到单楼栋、单标段产值，公司专人每周跟进项目动态及其项目实施进度匹配回款进度，严格按照回款节点及时催收款项，对出现债务违约现象或负面新闻的客户进行重点关注，在不影响政策规定的情形下，对违约客户采取施工放缓或停工等措施；同时严格商业承兑汇票的收取条件，原则上只收取经营稳健

的央企或国企出具的商业承兑汇票。

(3) 对确实存在逾期未偿还货款或信用评级大幅下降的客户，公司审慎与之开展新业务，原则上要求发货前需预付货款的 75%左右，安装前预付款金额需能覆盖总成本。

4、持续增强公司产品竞争力，提升市场占有率

受下游房地产行业短期内投资需求降低的影响，房地产开发企业短期内项目开工数量有所降低，开发进度有所延缓，进而导致对定制家居产品的需求暂时性减少，致使公司在短期内面临项目承揽竞争加剧的形势，针对于此，公司积极提升自身品牌运营能力，加大产品研发投入，多渠道拓展消费群体，以更好的产品和服务满足客户需求，增强产品市场竞争力，抢占市场份额，提升品牌影响力和市场占有率。

综上所述：短期来看，受房地产调控政策及新冠肺炎疫情影响，2022 年以来房地产行业景气度有所下降，但从中长期来看，随着房地产调控政策的不断优化、精装房渗透率的提高和旧房翻新需求的不断释放，定制家居需求仍将稳中有增。同时，公司不断优化经营策略，在保持业务增长的同时更加重视应收账款回收风险，提高收入质量和盈利能力，实现稳健发展，下游房地产行业的短暂波动对公司业务不构成重大不利影响。

四、结合上述内容，进一步说明发行人的核心竞争力，发行人的创新相关情况，发行人是否属于成长型创新创业企业、是否符合创业板定位。

公司主要从事定制化整体家居产品的个性化设计、研发、生产、销售和安装服务及物联网技术在上述产品中的应用，产品涵盖了整体橱柜及配套产品、定制家具及配套产品、内门墙板以及配套智能化定制家居产品等。公司成立以来，始终坚持以“创用户最佳体验”为宗旨，不断进行产品创新、模式创新，打造智能家居生态场景，满足不同用户的个性化定制需求。

(一) 核心竞争力

公司的核心竞争力主要体现在创新能力、品牌能力、渠道能力、设计能力以及专业的人才队伍管理体系等方面，具体情况如下：

1、创新能力强，长期专注“智能化”产品开发

公司一贯将研发与技术创新工作置于公司发展的重要位置，在定制家居生产企业中具有较强的技术与研发优势。近年来公司保持较高的研发投入规模，以保证公司技术创新能力的持续提高和丰富。报告期内，公司研发费用投入分别为 10,924.18 万元、11,632.67 万元和 14,328.11 万元，占营业收入的比例分别为 3.32%、3.14%和 3.34%，报告期内公司研发费用金额和占营业收入的比例整体较为稳定，研发投入逐年增加。

经过多年的研发和科技创新，公司已形成多项核心技术专利，多项智能化家居产品研发项目落地转化。通过与前端市场、客户的不断交互，公司在传统柜体内植入智能化产品设计，较早地推出使用橱柜杀菌技术、柜内净化技术、语音控制技术等核心技术的有屋小智、橱柜精灵、阳台精灵、鞋柜精灵等一系列具备物联网及智能化属性的产品，实现了衣柜净化、衣物除螨、橱柜驱虫、橱柜除湿、鞋柜杀菌、鞋柜除臭等功能。截至 2021 年 12 月 31 日，公司共拥有第一类物联网智能产品共计 120 款，第二类触控类产品共计 76 款，第三类智能交互产品共计 60 款。

报告期内三种类别智能产品销售收入及占主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

产品类别	2021 年		2020 年		2019 年	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
物联网产品	22,264.41	5.30%	10,588.14	2.95%	4,054.80	1.26%
触控类产品	22,834.87	5.44%	16,208.11	4.51%	12,570.97	3.90%
智能交互产品	139,430.98	33.20%	105,949.97	29.51%	69,803.14	21.67%
合计	184,530.26	43.94%	132,746.22	36.97%	86,428.91	26.84%

报告期内，公司三类智能产品销售收入占主营业务收入的比重分别为 26.84%、36.97%及 43.94%，呈逐年上升的趋势。目前，智能家居行业市场正处于快速成长期，同行业多数公司处于战略布局及研发早期阶段。公司作为较早探索布局智能家居领域的公司之一，未来公司将持续加大在智能家居产品研发与设计层面的投入，践行“科技宅，新生活”的品牌理念，打造现代科技家居新生态。

截至 2022 年 2 月 28 日，公司已取得 17 项发明专利、303 项实用新型专利和 131 项外观设计专利，并有多项专利正在申请中。经过多年的研发和科技创新，公司已将“整体智能客厅功能系统”、“可实现人机交互的智能家居语音控制系统”、“杀菌柜橱

柜”、“智能客厅电器集成控制系统”等多项技术应用于智能电视柜、智能衣柜、智能玄关柜、智能橱柜等全屋定制产品。此外，包括“一种智能厨房的语音和手势结合的控制方法及控制装置”、“一种手势指令控制方法及智能家居控制系统”、“一种智能厨房多媒体播放系统”在内的多项发明专利正处于实质审查阶段。

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

产品类别	代表产品	对应专利/软著	技术特点及创新点	传统家居特点
橱柜	智能电动抽屉系列	一种智能橱柜抽屉	1、运用复合微硅传感器技术，提升了抽屉尾部压力传感器的灵敏度，用户只需轻触抽屉门便可开关抽屉以取放物品； 2、引入语音传感器，运用语音口令便能控制电动抽屉； 3、利用小型红外光栅实现了防夹手功能。	普通橱柜只具备传统的储存功能，不具备消杀功能且不能自由移动，因而存在使用不便捷、柜内容易滋生细菌、空间利用率不高等痛点。
	智能升降拉篮	一种隐藏式升降收纳柜	1、拉篮内置物联网模块，可连接互联网、发布用户操作命令、反馈设备最新状态至云端控制中心； 2、内置语音识别及手势识别系统，可通过语音或手势指令对其进行控制； 3、结构精巧，可实现嵌入式安装。达到“隐藏”的效果，实现智能化与美观度的完美结合。	
	博洛尼系列升降和移动橱柜	一种厨房电器橱柜	1、该升降和移动橱柜运用触碰感应智能感知周围环境及内部承重，从而控制橱柜的升降启停及移动速度，提高了升降移动橱柜的使用安全性； 2、可下达语音指令，相应指令通过单片机处理后，控制橱柜门的自动开合； 3、该升降和移动橱柜实现了更稳定、更静音、更安全的传动机构，解决了传统升降和传动机构的不稳定、噪音大等痛点，大幅提升了厨房的空间利用率和美观度。	
	智能升降吊柜	带升降柜门的壁柜	一种可智能升降的吊柜，可通过触摸按键或语音口令的方式控制升降架体，解决了橱柜过高导致取用厨具难的痛点。	

产品类别	代表产品	对应专利/软著	技术特点及创新点	传统家居特点
衣柜	升降式挂衣柜	按压式翻转机构及具有该翻转机构的升降式挂衣柜	将翻转、升降等机械机构内置于衣柜中，使得衣柜具备翻转、折叠、滑移等智能功能，提高了理想使用空间以上的柜体空间使用效率，解决了传统衣柜拿取衣物不便捷，不易整理等痛点。	普通衣柜只具备简单的储存功能，且不易整理，便捷度不高。同时无恒温恒湿及消杀系统，容易导致柜内细菌滋生，有异味。
	智能恒温恒湿衣柜	一种智能恒温恒湿酒柜、衣柜恒温恒湿控制系统（在申）	智能恒温恒湿控制系统包括一系列硬件模块和软件控制系统，使得衣柜保持用户设定的温度和湿度，满足客户存放特殊贵重衣物的需求。	
儿童房	智能儿童房	一种智能挂衣杆、一种智能厨房安防报警装置、智能儿童房管理系统软件	1、儿童房应用一种智能挂衣杆，运用等离子杀菌、温湿度感知、热风循环等技术实现衣柜恒温、无菌的功能； 2、儿童房中内置若干物联网传感器，能够检测甲醛、二氧化碳、温湿度等环境参数，一旦参数超标会及时提醒用户，守护孩子的健康。	普通的儿童房不具有环境监测功能，容易对儿童健康造成危害。
酒柜	智能升降酒柜	一种智能升降橱柜、一种智能恒温恒湿酒柜	1、智能调节酒柜的温湿度，提供更加适宜的储存酒类条件； 2、可通过触摸屏或语音口令的方式控制智能升降酒柜的开关，进一步提升酒柜使用的便捷性。	普通酒柜只具备简单的储存功能，不含有智能恒温恒湿系统，无法储存具有特殊储藏要求的酒类。
镜柜	冷藏镜柜	一种冷藏镜柜	采用一种保持镜柜内温度的门板密封技术，用户通过调整镜柜内温度，创造更加适宜存放化妆品及护肤品的空间，可调温度范围为 8-15℃。同时门体内嵌电子温度显示屏，可实时显示温度。	普通镜柜无法调节柜内温度，不宜储存对温度具有较高要求的化妆品及护肤品等。现阶段，部分对存储环境有较高要求的化妆品还需存放于冰箱内保存。
浴柜	魔镜	一种防雾化妆镜	1、当浴室环境处于蒸汽高温潮湿状态下，普通化妆镜的镜片会凝结一层水雾，不易清洁且影响镜子的正常使用，给用户带来不便。而防雾化妆镜将若干矩形镜片并列固定在墙面上，通过利用镜片之间的间隙及滑槽实现镜面防雾化； 2、智能魔镜还可外接电源及连接 WIFI 或其他设备，实现听音乐、看视频、配合外部设备称体重、皮肤检测等功能。	普通卫生间内的浴室柜仅具备收纳物品的单一功能，并且设计及功能较为单一，因而无法满足特定群体使用浴柜的需求。

2、品牌覆盖中高端各层次客群，满足不同消费群体需求

公司拥有“有屋（EOROOM）”、“博洛尼（Boloni）”、“海尔（Haier）”等定制家

居品牌，相较于同行业可比公司对不同种类产品进行品牌划分，公司多维度、多层次的品牌架构可以更加精准覆盖高端用户、中产用户等各层次客群，满足不同消费群体家居用品需求，客户覆盖度层面更具优势。其中，博洛尼品牌定位为中高端市场的引领者，着力打造中高端生活场景，聚焦用户需求和圈层形态。海尔品牌在时尚消费人群中具有一定知名度，定位于为小资群体、新锐中产、高知人士等人群量身定制理想的生活方式。有屋品牌定位于艺术加科技人群，主打智能轻奢产品。

随着公司业务规模的扩大，公司的品牌影响力将进一步增强，最终形成品牌和业务互相推动、相互促进的良性循环。利用博洛尼品牌对高端消费人群及海尔、有屋品牌对时尚消费人群需求的理解和品牌运营经验的积累，使两种品牌互相补充和提升；利用博洛尼、海尔和有屋现有多品牌积累的品牌推广资源，不断提升公司的品牌形象。良好的品牌知名度和美誉度，不仅能够强化现有客户的合作关系，还将为新业务、新产品的推广奠定良好的市场基础，品牌价值已成为公司核心竞争优势之一。

3、产品设计能力出众

公司关于产品设计能力的进一步说明详见本问询回复之“1、关于研发投入及创业板定位”之“一、补充说明发行人的研发费用是否能满足发行人业务开展、研发设计、人员配备、产品创新的需要；结合同行业可比企业相关数据，说明发行人研发创新程度是否存在优势，发行人智能产品在便利性、智能程度、安全性或相关参数等各方面是否领先。”之“（1）产品设计优势”。

4、专业的人才队伍与科学的人才管理体系

公司一直将人才队伍建设作为企业发展的重要战略之一，注重设计、研发、市场、管理等核心队伍的培养与储备，凭借良好的企业文化氛围、培训体系和薪酬制度培养并吸引了大量优秀人才，在人力资源储备与管理方面具备一定竞争优势。公司内部董事、高级管理人员和核心技术人员大多是伴随着我国定制家具行业发展而成长起来的业内专家和精英，对家具制造业及下游相关细分行业的发展历程有着深刻的理解，能够准确把握国内外领先的定制家具产品体系方针和技术发展趋势，为公司制订适宜的发展战略并确保公司在行业内的优势地位和竞争实力。

与此同时，公司建立了完善的人力资源管理体系，对人员录用、员工培训、工资薪酬、福利保障、绩效考核、内部调动、职务升迁等方面工作均有着详细的规定。公

司在日常经营中针对不同类型、不同层次的技术与业务创新，建立相应的激励制度，激发员工工作积极性、主动性和创造性。

（二）产品创新及技术先进性

公司通过不断的技术创新和研发，在工艺设计和产品智能化等方面形成了多项核心技术，主要情况如下：

序号	技术名称	应用领域	技术先进性	对应专利类型	对应专利号	主要功能
1	双气缸翻门支撑装置	精装、全屋定制家具、木作	采用两个气缸利用杠杆原理组成的一种独特的双气缸翻门五金，安装在柜体上面隐藏不可见的位置，可适合超大幅面尺寸的门板，提高美观度。	发明专利	2016102546122	一种双气缸翻门支撑装置。此类装置利用两个气缸利用杠杆原理组成的一种独特的双气缸翻门五金，安装在柜体上面隐藏在不可见位置，柜内看不到任何五金，也没有残留的五金安装孔，整洁美观，安全舒适，具有很好的承重和承受能力，适合超大幅面尺寸的门板。
2	带磁性的柜体连接件及其安装方法	精装、全屋定制家具、木作	解决了现有技术的柜体连接件紧固性不强及不可调节厚度的问题。	发明专利	2016102273553	一种带磁性的柜体连接件及其安装方法，可以提供一种紧固性好且方便调节厚度的家装柜体连接结构。利用带磁性的柜体连接件及其安装方法，解决了现有技术的柜体连接件紧固性不强及不可调节厚度的问题。
3	可辅助照顾宝宝的变形智能客厅沙发模块	家居智能化、变形家具	可实现支座和支撑垫可展开形成沙发上的宝宝椅，也将支座和支撑垫隐藏起来，有效地利用客厅空间和资源。	发明专利	2016110303442	一种变形沙发模块，将宝宝座椅与沙发结合起来。宝宝座椅上的支座和支撑垫可在电动推杆的作用下展开或者隐藏，将宝宝椅和沙发有机结合起来。
4	一种语音识别设备控制方法、语音识别设备和中控服务器	智能家居产品	提供了一种语音识别设备控制方法，包括：接收中控服务器发送的设备控制请求；请求携带用于启动语音识别的控制命令；为所述语音识别电路供电。	发明专利	2017102144928	一种语音识别设备的控制方法，以解决现有技术中存在语音识别设备或机器人的语音识别电路长期处于睡眠状态，导致消耗额外电量、占用处理器资源的问题。
5	隐藏式磁吸导向器系统	全屋定制家具、移动门推拉机构	此磁吸导向器的底座隐藏安装于门板下方对应地面的底部，不会裸露在地面上，使得推拉门的整体更加美观，减少摩擦力，提升安全实用度。	发明专利	2016105437377	作为推拉门以及其他移动机构的主要五金结构，保证门沿着轨道静音滑动，由于导向器隐藏式安装，地面无凸起部分，相比传统产品安全性和稳定性大幅度提高。
6	LED 结构灯具	精装、全屋定制家具	解决现有技术中传统局部照明在每次	实用新型	2013203628102	基于板式家具结构开发一种人体智能开关的条形 LED 灯，即 LED 结构灯。该

序号	技术名称	应用领域	技术先进性	对应专利类型	对应专利号	主要功能
		具、木作	使用家具时都需要人工启动或关闭照明工具，且没有专有的安装结构导致占用柜内空间，同时存在有安全隐患的问题。			LED 结构灯完全适配板式家具，即是装饰照明灯也是柜体结构件。该类灯具，不占用空间且出光位置处于半隐藏状态，形成见光不见灯的效果。
7	玻璃柜	精 装 、 全 屋 定 制 家 具、木作	解决现有技术中无法实现结构上的变化，从而适应不同空间的摆放要求的问题。	实用新型	2013204040028	随着生活水平的提高，衣柜不仅需要储物的功能，同时也需具有展示的功能。因为玻璃柜具有拓展空间视野的功能。本专利通过金属线材和玻璃的结合，即解决了通透问题又解决了结构问题。
8	杀菌柜及橱柜	整体橱柜	本技术能够在柜体内设置控制模块和杀菌模块，杀菌模块与控制模块电连接，并能在控制模块的控制下对柜体内进行杀菌，减少了柜体内的细菌数量。	实用新型	2020200995720	为了保证厨房的整洁有序，往往将刷完的餐具等直接放入柜中，待下次使用时取出。而刷完的餐具等往往来不及晾干，表面残留水分较多，直接放入柜中后使柜体内的湿度增加，加速了细菌的滋生。为了解决这种问题，公司研发部门在橱柜及全屋定制中融合进杀菌模块，提出了一种杀菌柜，以解决现有柜子中细菌较多的问题。
9	基于门板铰链件的连接装置	精 装 、 全 屋 定 制 家 具、整体橱柜、木作	本技术能够有效防止甲醛等有害物质的挥发和水汽的浸入，从而保护门板材料，相应地避免了铰链五金因门板材料的潮湿导致腐蚀生锈失效，延长家具门板的使用寿命。	实用新型	2014204522913	通过该装置可以有效防止甲醛等有害物质的挥发和水汽浸入门板。通过该装置，降低了装修时甲醛的浓度，同时避免铰链五金因门板材料的潮湿导致腐蚀生锈失效，延长家具门板的使用寿命。
10	一种防雾化妆镜	精 装 、 全 屋 定 制 家 具、木作	具有防止妆镜雾化、安全可靠等优点，切中用户痛点。	实用新型	2018210246317	一种防雾化妆镜，可以采用加热的方式，使镜片温度上升，使其与外界温度均衡时，将镜片上的水雾驱除。利用一种防雾化妆镜，解决了一改传统加热除雾的方式，从而提高安全性和可靠性，且能够迅速去除水雾，效率较高。
11	一种嵌入式装饰线条灯	精 装 、 整 体 橱 柜、全屋定制家具、木作	本技术解决传统的厨房、浴室等，只能使用传统的吊灯、镜前灯进行照明，在使用过程中占用空间较大，不够简洁，装饰效果和照明效果较差，且后期安拆较为不便的问题。	实用新型	202020835095X	一种嵌入式装饰线条灯，可以提高厨房、浴室的照明效果和装饰效果，且安拆较为方便的优点，解决了传统的厨房、浴室等，只能使用传统的吊灯、镜前灯进行照明缺陷。
12	一种冷藏镜	精 装 、 全	本技术通过冷藏镜	实用新型	2019202602244	一种冷藏镜柜，将多个气囊组件和磁性

序号	技术名称	应用领域	技术先进性	对应专利类型	对应专利号	主要功能
	柜	屋定制家具、整体橱柜	柜柜门与柜体之间的空隙进行严密密封，避免冷藏镜柜内的冷气泄露，保持冷藏镜柜内的温度。			减、柜体、柜门进行合理设置，实现了冷藏镜柜的柜体、柜门之间的严密密封。通过这种能够保持镜柜内温度的门板密封技术，从而对化妆品及护肤品进行较好的存放，解决了普通镜柜的密封问题。
13	一种可实现人机交互的智能家居语音控制系统	精装、全屋定制家具、整体橱柜	本技术通过语音控制智能部件，连接智能产品，远程操作、提高用户进行人机交互时的体验效果。	实用新型	2017204068197	针对智能家居多数还是物联网的形式导致的家居产品只能被动接受指令，而不能及时给到用户确认反馈，无法实现真正意义上的智能家互动的问题，公司研发部门提出了一种可实现人机交互的智能家居语音控制系统，可通过智能语音机器人下达语音指令，通过路由器将语音指令传到机器人后台服务器，机器人后台服务器将语音指令通过自动解析对语言、逻辑等关系进行分析，最终转化成文字指令，以实现与智能家居的人机交互。
14	一种柜内用空气净化装置	精装、全屋定制家具、整体橱柜	本技术通过柜内净化杀菌技术、除味技术，解决用户内衣、外衣温暖干爽、除菌除味的用户痛点。	实用新型	202022790059.9	随着人们生活质量的提高，公司研发部门针对衣柜、橱柜内物品等在高温或高湿环境中极易发生霉变，细菌滋生等问题，利用正负离子进行净化空气，利用紫外灯进行杀菌消毒，利用 PTC 加热对空气进行加热，利用超声波进行螨虫的抑制等相关技术，研发设计形成该技术。

同时，公司研发团队在技术研发，生产与研发有机融合及行业发展趋势研判等方面积累了丰富的经验，高效保证了公司研发设计、产品创新等工作的有序开展。截至 2021 年 12 月 31 日，公司正在从事的主要研发项目共计 21 项，主要围绕产品智能化升级、结构类升级、健康功能和新产品开发等方面展开，在研项目与行业现有产品相比进一步优化，在研项目具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目名称	应用产品	研发项目拟达到的目的	类别
1	智能健康测量玄关柜的研究与应用	衣柜	提供一款智能健康测量玄关柜，在保留既往玄关柜的基础上，玄关智能健康测量模块和人体红外感应模块，利用中央控制系统和压力传感器，以及红外测温模块，心率血氧传感器检测人体的体重、心率、血氧、体温等，使用户在家就能对自己身体进行基本的检测。	智能类
2	智能联动推拉功能橱柜的研究与应用	橱柜	通过触碰感应、语音指令或者启动智能调节模式，相应指令通过 STM32 单片机处理后，控制橱柜门的自动化开合。	智能类

序号	项目名称	应用产品	研发项目拟达到的目的	类别
3	具有家庭智能药箱功能的储物柜的研究与应用	储物柜	通过控制屏和机械构件，对分类存放的药品细分并在控制屏上记录显示，使得用户能够精确找到某一所需药品，同时更高的密封性设计可以延长药品储存时间。	智能类
4	具有监控报警功能的智能床的研究与应用	智能床	采用自动控制技术、电子信息技术和物联网技术，研发具有健康监控报警功能于一体的智能床，可发出实时警报保障使用者的生命健康安全，提高睡眠质量。	智能类
5	具有升降旋转功能的智能橱柜的研究与应用	橱柜	通过 STM32 中央控制系统、电机驱动系统以及智能管理面板实现橱柜内部不同物品的存取。通过管理面板或语音模块，可将物品存入橱柜指定位置，取用某种物品时，只需在管理面板选择该物品，中央控制系统会自动将所选物品推送至橱柜口。	智能类
6	分区收纳柜的智能化研究	玄关、阳台、衣柜等	为了提高受众的生活健康指数，针对不同的分区（玄关、阳台、衣柜等）设计组合出适合不同分区的智能柜。	智能类
7	智能消杀产品在衣柜中的应用设计	玄关柜、橱柜、衣柜等可以安装功能模块的产品	通过卡固件对功能模块进行容纳固定，设置在隔板上，从而通过隔板将功能模块安装于家具中，克服功能模块没有安装结构的难题，实现功能模块与家具的融合，并有助于防止用户自行拆卸功能模块。	健康类
8	杀菌柜在橱柜中的研发设计	橱柜	为解决餐具清洗后残留水分导致细菌滋生的问题，研发该杀菌柜以解决现有柜体内细菌较多，后续影响用户健康等问题。	健康类
9	一种 PET 门板及具有收纳功能的踏步在橱柜中的应用设计	橱柜	将具有环保特性的 PET 材料应用在橱柜及全屋定制门板上，带给消费者安全、可靠、健康的定制家居产品。	健康类
10	隐藏储物门的研发设计	木门	本项目提供一种隐藏储物门体，以解决现有技术中门体的功能性单一的问题。	功能类
11	一种岩板门板及可移动岛台在橱柜中的应用设计	橱柜	可移动的岛台式设计能够扩充厨房的操作、存储空间，满足使用者与家人、朋友的互动需求，进一步扩展台面的使用面积，创造新的交互空间及场景。	功能类
12	磁吸导向结构件与智能推拉门的研究与应用	博洛尼系列移门	依托现有技术进行升级换代，利用磁吸技术解决导向器造成的安全问题，实现推拉门的智能化体验。	功能类
13	智能减震效果的室内门的研究与应用	木门	门板进入装入槽可抵压抵压板，从而带动活动块向内抵压软质环，通过内腔的设置可使软质环软弹性更好，加强门板和门框本体化减震效果，解决现有多数室内门减震效果较差的问题。	功能类
14	板式家具饰面粘贴材料的研究与应用	墙板	提供一种可以改变饰面板材料瞬间粘接的方式，解决板式家具饰面粘贴材料粘贴位置不准确的问题。	结构类
15	多功能插接式控制衣柜的研发应用	玄关柜、橱柜、衣柜等可以安装功能模块的产品	家居产品中添加功能模块，从而实现智能化控制及享受智能化服务。若不再需要功能模块产品时，用户可自行拆卸，通过多个功能模块集中控制，解决各个功能模块的安装位置不可互换的问题。	结构类

序号	项目名称	应用产品	研发项目拟达到的目的	类别
16	双层抽屉结构的研发设计	抽屉柜	为提高收纳腔空间利用率，设计双层抽屉，即在大抽屉收纳腔的内部设置一个或多个小抽屉，将大抽屉的收纳腔分为上下两部分，提高收纳腔纵向空间的利用率。	结构类
17	不等边拼接玻璃门板的研发设计	玄关柜、餐边柜、橱柜	玻璃门板安装于夹持部，固定件嵌置于凹槽内抵接并卡紧玻璃门板，以实现玻璃门板的固定，同时固定件可以随时取下，以便玻璃门的拆装和移动。	结构类
18	金属框架与板材柜体的结合设计	橱柜	本项目将提供一种用于板材的连接结构，连接结构稳定可靠，并且不需要打孔，可无缝连接，即可降低后期维护成本，又能提高美观性。	结构类
19	户内门的外观造型设计	内门	根据不同风格的装修效果，打造几款不同风格的户内门，打破以往装修的陈旧和无趣，将艺术元素融入户内门设计中，个性化的设计增添新鲜感和趣味性。	外观类
20	可视镜与超高门板的结合设计	玄关柜、衣柜	通过改变门板的结构来解决可视镜变形问题，避免门板变形导致可视镜破碎对用户的伤害，在此基础上对外观效果进行美化。	外观类
21	一款皮革门及悬挂式墙板和衣柜的设计	衣柜、墙板	为增强产品市场竞争力，引入皮革材料在家具中的应用，提升质感；研究开发墙板，家具，户内门一体化家居环境的打造，解决墙板悬挂式柜体的结构问题。	外观类

公司结合用户对于厨房空间、卧室空间、客厅空间、衣帽间等空间的个性化需求，从产品智能化、产品健康化、产品外观、产品结构等多维度开展相关在研项目，对现有产品进行进一步优化升级，致力于为用户带来更加舒适、便利的家具使用体验。

综上所述，结合公司报告期内研发投入金额、人员、在研项目情况、研发创新程度、设计能力、技术先进性等，一方面，公司立足于智能家居产品的创新及产品外观设计的打磨，创造出较多专利成果及畅销产品，并依靠研发设计成果开展生产经营，具备创新、创造、创意特征；另一方面，公司具备研发和设计、产品和服务、市场和渠道等方面的竞争优势。因此，公司属于依靠创新、创造、创意开展生产经营，具备良好成长性的创新企业，符合创业板定位要求。

五、请保荐人发表明确意见，并进一步完善相关专项意见

（一）核查程序

保荐机构主要履行了如下核查程序：

1、访谈公司研发部主要负责人员，了解公司研发部产品研发规划、研发主要内容、研发侧重点、研发人员变动情况及智能产品在便利性、智能程度、安全性相关参数情况等；

2、查阅同行业上市公司 2021 年年度报告及上市公司官网等公开信息，了解同行

业上市公司在研发创新领域开展的相关工作；

3、访谈发行人业务及战略部门主要负责人员，了解发行人设计能力在业内先进性情况，以及品牌和产品市场认可度情况；

4、查阅同行业上市公司 2021 年年度报告及上市公司官网等公开信息，了解同行业上市公司在设计领域的运作模式及相关优势等；

5、访谈发行人管理层，了解公司下游房地产行业 2022 年以来发展变化情况、行业发展变化情况对发行人的影响及应对措施等；

6、查阅政府出台的房地产政策，分析政策导向及对发行人的影响；

7、查阅国家统计局、研究报告等公开数据，分析房地产行业 2022 年以来增量、存量规模变化情况等行业数据，了解房地产行业及定制家居行业发展趋势，分析公司持续经营能力、未来业绩成长性；

8、查看公司 2022 年 1-6 月业绩数据，并分析业绩数据合理性；

9、查看公司截至 2022 年 7 月底的在手订单明细，分析在手订单客户结构情况；

10、对比分析公司 2019 年至 2022 年 6 月大宗业务收入客户结构变化情况；

11、访谈发行人管理层，了解发行人核心竞争力情况、产品技术先进性、在研项目情况等。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人的研发投入能够满足公司业务开展、研发设计、人员配备、产品创新的需要；经与同行业可比公司比较，发行人在产品设计及智能化应用等方面具备一定优势；

2、因行业定制化特点，发行人一直以来坚持自主研发及原创设计，发行人销售产品均为公司自主研发设计；发行人设计能力在业内具有较强的先进性，品牌及产品具有较强的市场认可度；

3、短期来看，受房地产调控政策及新冠肺炎疫情影响，2022 年以来房地产行业景气度有所下降，但从中长期来看，随着房地产调控政策的不断优化、精装房渗透率

的提高和旧房翻新需求的不断释放，定制家居需求仍将稳中有增。同时，公司不断优化经营策略，在保持业务增长的同时更加重视应收账款回收风险，提高收入质量和盈利能力，实现稳健发展，下游房地产行业的短暂波动对发行人业务不构成重大不利影响；

4、结合公司报告期内研发投入金额、研发创新程度、设计能力、技术先进性等，一方面，公司立足于智能家居产品的创新及产品外观设计的打磨，创造出较多专利成果及畅销产品，并依靠研发设计成果开展生产经营，具备创新、创造、创意特征；另一方面，公司具备研发和设计、产品和服务、市场和渠道等方面的竞争优势。因此，公司属于依靠创新、创造、创意开展生产经营，具备良好成长性的创新企业，符合创业板定位要求；

5、保荐机构已在《关于发行人符合创业板定位说明的专项意见》里补充关于发行人研发设计及产品创新的相关内容。

2、关于应收款项

申报材料及审核问询回复显示：

（1）截至 2021 年 12 月 31 日，公司合计持有融创系债权合计 14,707.85 万元。2021 年末，公司对所持融创系应收票据和应收账款按账龄组合计提坏账/减值准备，未作单项计提。根据公开信息，上市公司及拟上市公司中大部分公司在 2021 年报对所持有的融创系债权按单项计提坏账准备。

（2）融创出现流动性紧张情形之后，公司高度重视融创及天津融誉债务风险，通过专人催款、发送律师函等方式积极催收款项，同时，公司积极与融创及天津融誉协商以房抵债方案，以减少坏账损失。截至审计报告出具日（2022 年 4 月 27 日），公司已与融创及天津融誉就商业承兑票据 994.16 万元签署以房抵债协议。

（3）公司 2 年以内账龄组合的应收款项坏账计提比例要低于同行业平均水平。2021 年度，公司应收款项实际损失率为 15.84%，较上年度大幅提升；账龄 1 年以内、1-2 年应收款项基于历史迁徙率计算的账龄组合预期信用损失率分别为 2.62% 和 19.18%，同期实际坏账准备计提比例为 1.00% 和 5.00%。

请发行人：

(1) 补充说明公司在 2021 年度审计报告出具日（2022 年 4 月 27 日）之前已知融创出现流动性紧张情形且与融创及天津融誉协商以房抵债方案的情况下，未对 2021 年末所持融创系应收票据和应收账款作单项计提坏账/减值准备的原因及合理性，是否符合会计准则的相关规定；

(2) 补充说明公司在 2021 年度公司应收款项实际损失率大幅提升，且 2 年以内账龄组合应收款项基于历史迁徙率计算的账龄组合预期信用损失率明显高于实际坏账准备计提比例的情况下，公司 2 年以内账龄组合应收款项坏账准备计提比例仍未相应予以调整的原因、理由，是否充分、谨慎，是否符合会计准则的相关规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请保荐人、申报会计师的内核或质控部门就上述事项履行必要的复核程序并发表复核意见。

回复：

一、补充说明公司在 2021 年度审计报告出具日（2022 年 4 月 27 日）之前已知融创出现流动性紧张情形且与融创及天津融誉协商以房抵债方案的情况下，未对 2021 年末所持融创系应收票据和应收账款作单项计提坏账/减值准备的原因及合理性，是否符合会计准则的相关规定

(一) 会计准则中关于应收债权进行单项计提坏账/减值准备的原则及公司的考虑因素

1、企业会计准则相关规定

根据《企业会计准则》，企业当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：（1）发行方或债务人发生重大财务困难；（2）债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；（3）债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；（4）债务人很可能破产或进行其他财务重组；（5）发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；（6）以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

2、发行人会计政策相关内容

公司严格遵守《企业会计准则》的要求，以预期信用损失为基础，对分类为以摊余成本计量的金融资产、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及财务担保合同，进行减值会计处理并确认损失准备。

对有客观证据表明其已发生减值的应收款项单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备；当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征划分应收款项组合，在组合基础上计算预期信用损失。

3、公司单独进行减值测试并计提坏账的应收款项主要考虑的因素

结合《企业会计准则》的要求，公司对有客观证据表明其已发生减值的应收债权单独进行减值测试，判断计提坏账比例及金额时主要考虑因素如下：

（1）结合宏观经济环境对客户影响程度，通过与客户的直接沟通和查询公开信息方式了解客户本年实际经营情况，是否有确凿证明表明客户发生重大财务困难，造成未来无法清偿债务；

（2）资产负债表日前，客户实际支付货款情况，是否存在逾期未支付货款或者逾期未兑付票据转为应收账款情况，资产负债表日后，是否发生逾期情况，是否会持续或恶化，是否仍能够持续回款；

（3）公司是否与客户就应收款项金额作出让步，是否存在减免情况，客户是否采取其他措施作为解决短期流动性风险的方案，是否可以通过提供抵债资产等方式实现信用增级，抵债资产公允价值是否可以覆盖公司可能的信用损失；

（4）客户的财务危机是否能够解除，以及进一步导致其破产或进行其他财务重组的可能性；

（5）对于存在逾期付款的客户，通过公开信息查询其债务违约情况，是否存在大量债权债务违约，或者获知相关的诉讼情况等判断其偿债能力，结合业务部门与客户沟通情况估计未来可能收取的所有现金流量。

公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，综合考虑上述因素对应收债权未来可能收取的现金流量的影响，以判断其违约风险，并在此

基础上按照单项减值测试的结果计提相应坏账准备。

(二) 公司经对持有的融创及天津融誉的应收债权单项减值测试，认为款项回收可能性较高，并不符合坏账准备单项计提标准

1、资产负债表日至审计报告出具之日，融创并未出现债务公开违约情形且一直在积极致力于解决流动性问题

截至审计报告出具之日（2022 年 4 月 27 日），融创虽然出现流动性紧张的负面新闻，但其积极开展对外转让子公司股权、出售房产项目等盘活资产行为，并未出现债务公开违约情形。直至 2022 年 5 月 12 日，融创公告称其共有 4 笔美元债优先票据利息到期无法支付，金额合计约 1.04 亿美元（约合人民币 7.06 亿元），首次公开宣告其债务违约。后期融创也在积极解决其流动性问题，在 2022 年 7 月 4 日公告中表示，将持续专注于物业项目的竣工交付及销售业绩的提升，保证业务稳定及可持续运营，同时正积极制定有利于所有利益相关方的债务解决方案，并已委任财务顾问及法律顾问以协助评估集团的资本结构及流动性状况。

因此，在审计报告出具之前，融创虽然出现流动性紧张的情形，但融创仍努力保障积极兑付，未明确表示不能清偿债务，公开信息未显示其发生大量债务违约或诉讼的情况，也未出现进一步可能导致破产或进行其他财务重组的情形。

2、截至资产负债表日，公司对融创和天津融誉的应收债权均未逾期，资产负债表日后仍持续回款

截至 2021 年 12 月 31 日，公司持有天津融誉企业管理咨询有限公司（以下简称“天津融誉”）应收账款 5,033.19 万元，应收票据 6,468.39 万元，另持有融创中国控股有限公司（以下简称“融创”）应收账款 1,627.60 万元，应收票据 1,578.68 万元，上述债权均未逾期。

2022 年，融创出现流动性紧张传闻之后，公司高度重视融创及天津融誉债务风险，公司积极进行了催收，融创方面亦积极回应。截至审计报告出具日，对方仍在持续回款。资产负债表日至审计报告出具日，融创及天津融誉回款情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2021 年末余额	期后回款或兑付金额 (截至 2022 年 4 月 27 日)
天津融誉	应收票据	6,468.39	1,180.25

公司名称	项目	2021 年末余额	期后回款或兑付金额 (截至 2022 年 4 月 27 日)
	应收账款	5,033.19	490.00
融创子公司	应收票据	1,578.68	468.98
	应收账款	1,627.60	1,068.09
合计		14,707.86	3,207.32

截至审计报告出具之日，融创及天津融誉期后回款或兑付金额合计 3,207.32 万元，且 2022 年 4 月 1 日“20 融创 01”债券展期成功，其资金紧张状况有所缓解，因此，资产负债表日后融创出现流动性紧张，并不一定导致公司债权会发生损失。

3、审计报告出具之日前，公司为减少风险敞口，同意与融创及天津融誉持续推进以房抵债事宜，且所抵房价值能够覆盖逾期应收债权的金额；截至落实函回复出具之日，多数抵债房源已实现销售回款

虽然融创仍持续回款，但鉴于存在信用风险发生变化的可能性，为减少风险敞口，控制应收债权逾期无法收回的风险，保障金融资产未来现金流入安全，资产负债表日后，公司同意与融创及天津融誉持续推进以房抵债事宜。

(1) 截至审计报告出具之日，抵债房产价值能够覆盖逾期应收债权的金额

截至审计报告出具日，公司已与融创及天津融誉就商业承兑票据 994.16 万元签署以房抵债协议，抵债资产为武汉市江汉区融创玖玺臺住宅 2 套。同时已与融创及天津融誉就 1,717.37 万元商业承兑汇票的以房抵债协议条款达成一致，并已开始履行盖章程序（已于 2022 年 5 月份正式签署完成），其余以房抵债亦持续在谈判和推进。

上述房产具体情况如下：

单位：万元				
楼盘名称	房产位置	类型	债权抵偿金额	抵债房产金额
融创玖玺臺	湖北省武汉市江汉区马场角小路 36 号	2 套住宅	994.16	994.16
融创时代公馆	青岛市胶州市滦河路 9 号 融创时代公馆	16 套住宅 及配套车位	1,717.37	1,760.21
合计			2,711.52	2,754.37

上述房产已经具备证券从业资格的北京中天华资产评估有限责任公司评估，并已出具《青岛有屋科技有限公司拟核实抵债房产市场价值项目资产评估报告》（中天华资评报字[2022]第 10754 号），综合考虑该房产目前状态、周边房产价格及成交情况，评

估价值为 3,161.17 万元，较抵债房产金额 2,754.37 万元增值 14.77%。截至审计报告出具之日，公司持有的融创及天津融誉应收账款均未逾期，商业承兑汇票合计 2,409.43 万元逾期未兑付，上述房产价值能够覆盖所抵偿的应收账款和应收票据，公司并未对应收债权金额作出让步。

(2) 截至本落实函回复出具之日，多数抵债房产已实现销售回款

审计报告出具日至本落实函回复出具之日，公司与融创及天津融誉持续推进以房抵债事宜，并积极处置抵债房产。

截至本落实函回复出具之日，抵债房产具体情况如下：

单位：万元

楼盘名称	房产位置	类型	债权抵偿金额	抵债房产金额	目前状态
融创玖玺臺	湖北省武汉市江汉区马场角小路 36 号	2 套住宅	994.16	994.16	其中 1 套已对外出售，销售金额为 412.34 万元，与抵债金额一致，另外一套拟用于员工宿舍
		2 套商铺	988.21	988.21	拟用于新建门店
融创时代公馆	青岛市胶州市滦河路 9 号	71 套住宅及配套车位	9,194.70	9,209.03	已对外销售，销售金额 9,209.03 万元，与抵债金额一致
合计			11,177.07	11,191.40	

注：关于融创时代公馆抵债房产金额与债权金额之差 14.33 万元，公司后续将通过剩余债权抵偿或直接以款项支付。

如上表所示，截至本落实函回复出具之日，武汉融创玖玺臺商铺拟用于新建门店，住宅拟用于员工宿舍，上述房产已经北京中天华资产评估有限责任公司评估，不存在减值情形；剩余抵债房产已全部实现对外销售，融创时代公馆和融创玖玺臺的房产销售总金额为 9,621.37 万元，上述金额与抵债房产金额一致，未发生减值情形。

关于融创时代公馆抵债房产，公司已将其对外出售给青岛市胶州城市建设发展集团有限公司（以下简称“胶州城发”），并实现销售回款 9,209.03 万元。胶州城发系胶州市国有资产服务中心全资子公司，其基本情况如下：

公司名称	青岛市胶州城市建设发展集团有限公司
统一信用代码	91370281MA3R3BXL5Y
法定代表人	王党辉
注册资本	100,000 万元人民币
成立日期	2019 年 11 月

注册地址	山东省青岛市胶州市九龙街道办事处扬州支路 308 号澄韵大厦		
是否为公司关联方	否		
经营范围	城市基础设施及配套项目投资建设，市政工程，园林绿化工程，环境污染防治工程，防腐保温工程，建筑工程，建筑防水工程，市政公用设施建设工程、设计、施工，水利基础设施投资建设，土地整理、开发，房屋租赁，房地产开发，物业管理，建设工程及材料质量检测鉴定、房屋安全质量鉴定、道路工程检测、园林绿化工程质量检测，工程控制测量、地形测量、城镇规划定线与拨地测量、市政工程测量、线路管道测量;地籍测绘：行政区域界线测绘;房地产测绘，地理信息系统工程，地图编制、专题地图编制，土地登记代理、土地整理复垦开发规划设计、土地规划业务，大地测量数据处理，测绘摄影，互联网地图服务，水土保持，水资源论证，岩土工程勘察，地质勘查(水文地质、工程地质、环境地质调查)，投资策划，企业管理咨询，建设项目投资咨询，工程造价咨询，工程招标代理，新建、扩建、改建工程施工图设计的审查，对外投资，资本运营，会议及展览展示服务，批发、零售：建筑材料。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股权结构	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
	胶州市国有资产服务中心	100,000.00	100.00%

注：上表中工商信息更新至 2022 年 8 月 5 日。

近年来，胶州市大力实施人才强市战略，为吸引人才、解决人才对住房问题的后顾之忧。2018 年以来，胶州政府每年都建设和筹备部分人才公寓，根据《胶州市人才公寓建设和使用管理办法》，市场运作是人才公寓建设的模式之一，可以通过购买商品住房以及租赁、改建存量住房的方式，增加人才公寓建设数量。胶州城发及其下属的青岛胶州人才集团有限公司等子公司具有筹备人才公寓的职能，因此一直在关注人才公寓购买机会。鉴于融创时代公馆位于中国—上海合作组织地方经贸合作示范区，位置较好，且楼盘完工程度较高，属于准现房，满足胶州城发关于人才公寓的具体需求，经公司与胶州城发友好协商，公司将融创时代公馆所抵房产出售给胶州城发，胶州城发将其用作人才公寓。

公司对外出售抵债房产不涉及其他利益安排，抵债房产作价公允，与当地房地产交易价格不存在重大差异，不存在利益输送等情形。以房抵债系公司在债权无法正常收回的背景下财产保全方式之一，公司通过以房抵债形式从房地产开发商处取得房产及后续对外处置房产系收回债权对应款项的方式，公司未主动涉及房地产开发经营业务。

截至本落实函回复出具之日，公司对融创及天津融誉的应收债权尚剩余 1,385.44 万元，除 52.28 万元商业承兑汇票逾期外，其余应收债权均未逾期。公司和融创及天津融誉正积极协商后续应收债权的回款事宜。

综上，资产负债表日之前，公司对融创及天津融誉的应收债权并未发生逾期情形，资产负债表日至审计报告出具之日，融创及天津融誉仍在持续回款，逾期未兑付部分亦通过以房抵债方式覆盖，所抵的房产评估价值大于对应债权金额，且截至目前抵债房产大多数均已实现对外销售，且销售金额与抵债金额一致；另外，在审计报告出具日之前，融创仅是负面传闻较多，并未出现债务公开违约行为。因此，在审计报告日前公司对融创及天津融誉的应收票据和应收账款单独进行减值测试后认为款项回收可能性较高，公司认为，在审计报告日前，对于融创及天津融誉的应收债权并不符合公司坏账准备单项计提的各项考虑因素，保持其按账龄组合计提坏账准备，上述会计处理符合会计准则的规定。审计报告日后公司抵债房产的销售回款也印证了“款项收回可能性较高”的结论。

（三）A 股上市公司中对融创及天津融誉单项计提坏账准备数量很少，同行业可比公司多数未对融创及天津融誉单项计提坏账准备

1、A 股上市公司中对融创及天津融誉债权明确披露单项计提坏账准备的仅有 12 家

经查阅 A 股上市公司中房地产的上游行业上市公司年报，主要包括房屋建筑、装饰装修、园林和绿化工程、专业工程、建材行业、家用电器、家用家居等行业 588 家上市公司（截至 2022 年 7 月 25 日），其中对于融创及天津融誉债权明确披露单项计提的仅有以下 12 家，占比仅为 2.04%，仅少部分上市公司及拟上市公司在 2021 年报对所持有的融创系债权按单项计提坏账准备，经查阅市场公开数据，其他上市公司在 2021 年报中对持有的融创及天津融誉债权明确单项计提坏账情况如下：

序号	公司名称	披露时间	类别	2021 年末余额 (万元)	计提方式	计提比例
1	三棵树	2022/4/30	应收票据	11,761.34	单项计提	15.00%
			应收账款	13,982.31	单项计提	15.00%
2	蒙娜丽莎	2022/4/23	应收票据	1,229.54	单项计提	30.00%
			应收账款	275.44	单项计提	30.00%
3	我乐家居	2022/4/30	应收账款	2,069.50	单项计提	40.00%
			应收票据	2,831.58	单项计提	39.38%
4	瑞和股份	2022/4/30	应收票据	7,733.61	单项计提	50.00%
5	中衡设计	2022/4/28	应收票据	3,521.60	单项计提	50.00%

序号	公司名称	披露时间	类别	2021 年末余额 (万元)	计提方式	计提比例
			应收账款	5,999.42	单项计提	51.12%
6	亚士创能	2022/4/30	应收账款	5,530.60	单项计提	50.00%
7	建艺集团	2022/4/30	应收票据	1,014.94	单项计提	52.11%
			应收账款	1,167.47	单项计提	56.77%
8	中天精装	2022/4/28	应收账款	10,094.34	单项计提	13.00%
9	大丰实业	2022/4/26	应收账款	93.75	单项计提	100.00%
10	零点有数	2022/4/22	应收账款	19.91	单项计提	100.00%
11	郑中设计	2022/4/20	应收票据	212.11	单项计提	80.00%
12	德尔未来	2022/4/20	应收账款	2,823.40	单项计提	20.00%

同时，其他已披露年报的上市公司中“捷顺科技”、“王力安防”和“兔宝宝”对融创债权明确披露采取按组合计提方式。

2、同行业可比公司多数未对融创及天津融誉单项计提坏账准备

经查询同行业可比公司公开信息，顶固集创、我乐家居、金牌厨柜、欧派家居、皮阿诺、好莱客和索菲亚均系融创的供应商，上述公司 2021 年报中仅我乐家居 1 家公司明确披露对融创及天津融誉债权作单项计提，占比为 1/7。

同行业可比公司 2021 年报对融创债权计提坏账的具体情况如下：

公司名称	融创是否为其客户	是否单项计提
顶固集创	是	未明确披露
志邦家居	否	否
我乐家居	是	是
金牌厨柜	是	否
欧派家居	是	未明确披露
皮阿诺	是	否
尚品宅配	未明确披露	否
好莱客	是	未明确披露
索菲亚	是	未明确披露

由上表可知，同行业可比公司多数未明确披露对融创债权单项计提坏账准备。

3、除中天精装明确披露存在抵债房产外，其余对融创及天津融誉进行单项计提的上市公司均未有以房抵债情形的披露，而公司对融创及天津融誉逾期应收债权有抵

债资产全额覆盖

公司名称	披露时间	类别	2021 年末余额 (万元)	计提方式	计提比例	债权逾期情形	是否存在以房抵债情况
三棵树	2022/4/30	应收票据	11,761.34	单项计提	15.00%	其中 15.56 万元逾期未兑付	否
		应收账款	13,982.31	单项计提	15.00%	未明确披露	
蒙娜丽莎	2022/4/23	应收票据	1,229.54	单项计提	30.00%	存在违约情形，具体逾期未兑付金额未披露	未有以房抵债情形的披露
		应收账款	275.44	单项计提	30.00%	未明确披露	
我乐家居	2022/4/30	应收账款	2,069.50	单项计提	40.00%	未明确披露	
		应收票据	2,831.58	单项计提	39.38%	期末 100 万元应收票据到期未兑付	
瑞和股份	2022/4/30	应收票据	7,733.61	单项计提	50.00%	未明确披露	
中衡设计	2022/4/28	应收票据	3,521.60	单项计提	50.00%	存在违约情形，具体逾期未兑付金额未披露	
		应收账款	5,999.42	单项计提	51.12%	未明确披露	
亚士创能	2022/4/30	应收账款	5,530.60	单项计提	50.00%	未明确披露	
建艺集团	2022/4/30	应收票据	1,014.94	单项计提	52.11%	未明确披露	
		应收账款	1,167.47	单项计提	56.77%	未明确披露	
大丰实业	2022/4/26	应收账款	93.75	单项计提	100.00%	未明确披露	
零点有数	2022/4/22	应收账款	19.91	单项计提	100.00%	未明确披露	
郑中设计	2022/4/20	应收票据	212.11	单项计提	80.00%	未明确披露	
德尔未来	2022/4/20	应收账款	2,823.40	单项计提	20.00%	未明确披露	
中天精装	2022/4/28	应收账款	10,094.34	单项计提	13.00%	未明确披露	是
平均计提比例					29.94%		

注：平均计提比例=应收债权计提坏账之和/应收债权余额

由上表可知，除中天精装外的其他单项计提融创债权的上市公司均未有以房抵债情况的披露，公司对融创应收债权逾期部分有抵债资产全额覆盖，与上述单项计提融创应收债权的上市公司存在一定差异。

综上，A 股上市公司中明确披露对融创单项计提坏账准备的数量较少，同行业可比公司多数未明确披露对融创系债权单项计提坏账准备，公司对融创及天津融誉应收

债权的逾期部分有抵房资产全额覆盖，不同公司对融创债权选择不同的计提方式和计提比例，主要因其债权对应的回款情况、对应融创具体项目的开发进度和销售情况、是否存在兜底资产等存在差异所致。

（四）公司拟在 2022 年半年报中对所持有的融创及天津融誉债权中扣除以房抵债且已实现销售回款的剩余债权作单项认定并计提坏账准备，单项计提后公司 2022 年半年度净利润较去年同期增长 23.33%

2022 年 5 月 12 日，融创中国公告称其共有 4 笔美元债优先票据利息到期无法支付，金额合计约 1.04 亿美元（约合人民币 7.06 亿元），首次公开宣告其债务违约情形。鉴于融创已出现债务违约情形，且融创及天津融誉 5 月份和 6 月份回款不及预期，公司出于谨慎性原则，拟在 2022 年半年报中对融创及天津融誉债权按如下计提方式：对以房抵债且期后已实现销售回款的债权按账龄计提坏账准备，对余下债权部分按 40% 比例单项计提坏账准备（上市公司披露的 2021 年末融创应收债权单项计提坏账准备比例平均数为 29.94%）。计提坏账准备后，公司 2022 年 1-6 月实现净利润 8,851.22 万元，较去年同期剔除恒大债权转让事件影响后的净利润 7,176.95 万元增长 23.33%；公司 2022 年 1-6 月扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 7,518.66 万元，较去年同期剔除恒大债权转让事件影响后的扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润 6,163.76 万元增长 21.98%。

综上所述，2021 年审计报告出具日前，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，综合考虑融创应收债权未来可能收取的现金流量，融创出现流动性紧张情形并未导致回款终止且其仍积极解决债务问题，公司与融创及天津融誉协商以房抵债能够覆盖逾期债权，保障公司回款安全，公司对融创及天津融誉的应收票据和应收账款单独进行减值测试后认为款项回收可能性较高，并不符合公司坏账准备单项计提的各项考虑因素，因此对其按账龄组合计提坏账准备。同时，经公开信息查询对融创应收债权进行单项计提的上市公司仅有 12 家，数量较少，多数同行业可比公司亦未明确披露对其进行单项计提。

鉴于 2021 年审计报告出具日之后融创出现公开债务违约，且其 2022 年 5 月份和 6 月份回款不及预期，审慎起见，公司拟在 2022 年半年报对融创及天津融誉债权中以房抵债且已实现销售回款的债权按组合计提坏账准备，扣除以房抵债且已实现销售回款的剩余债权作单项认定并计提坏账准备。

公司关于融创系应收债权的会计处理系在基于各个时期获取的可靠信息基础上，综合考虑未来应收债权回收风险作出的判断，符合会计准则的规定。

二、补充说明公司在 2021 年度公司应收款项实际损失率大幅提升，且 2 年以内账龄组合应收款项基于历史迁徙率计算的账龄组合预期信用损失率明显高于实际坏账准备计提比例的情况下，公司 2 年以内账龄组合应收款项坏账准备计提比例仍未相应予以调整的原因、理由，是否充分、谨慎，是否符合会计准则的相关规定

考虑到应收票据、应收账款和合同资产属于类似债权，此处将应收票据、应收账款、合同资产（以下简称“应收债权”）等相似债权合并分析，具体情况如下：

（一）根据会计准则要求，应收款项坏账准备计提比例调整属于会计估计变更，需要有充分的理由和依据

根据《企业会计准则第 28 号》，会计估计变更是指由于资产和负债的当前状况及预期未来经济利益和义务发生了变化，从而对资产或负债的账面价值或资产的定期消耗金额进行的重估和调整，会计估计变更的情形主要包括赖以进行估计的基础发生了变化或者取得了新的信息、积累了更多经验。

坏账准备计提比例调整属于会计估计变更，上述比例一经确定原则上不得随意更改。一般来说，确实需要更改时，需考虑如下因素：一方面需切合公司的实际经营情况进行会计估计变更，即公司取得了新的充分信息或积累了更多经验，且该实际情况的变化并非暂时的，能够作出较原来更准确的会计估计；另一方面需参考同行业可比上市公司的情况，以免出现因公司主观判断影响申报期数据可比性，进而影响投资者决策。

（二）从公司自身情况来看，鉴于 2021 年下游房地产行业信用分化，公司单项计提坏账准备的金额和比例明显提高，并实现了整体计提金额和比例提高，并不需要调增账龄组合应收款项坏账准备计提比例

当前房地产开发企业信用分化，部分房地产开发企业因融资受限导致出现暂时性流动性紧张的情形，但并非所有房地产开发企业均存在流动性紧张情形，经营稳健的房地产公司的应收债权风险特征未发生明显变化。鉴于公司已对信用情况恶化的客户应收债权单独进行了考虑，其他客户的预期信用损失暂不存在明显变化，公司未对账龄组合坏账准备计提比例进行会计估计变更，采用报告期内一贯的账龄组合计提比例

计提坏账。

1、公司对应收债权坏账准备的计提方法

报告期内，公司对应收债权坏账准备的计提方法如下：

（1）对有客观证据表明其已发生减值的应收债权单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

（2）当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征划分应收债权组合，在组合基础上计算预期信用损失。

组合名称	确定组合的依据	计提方法
风险组合	以应收债权的账龄作为信用风险特征	账龄分析法
无风险组合	合并范围内关联方往来款、应收出口退税等	不计提坏账准备

（3）账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

项目	预期信用损失率		
	应收账款（%）	应收票据（%）	合同资产（%）
1 年以内	1.00	1.00	1.00
1 至 2 年	5.00	5.00	5.00
2 至 3 年	50.00	50.00	50.00
3 年以上	100.00	100.00	100.00

2、报告期各期末，公司应收债权按坏账准备计提方法的分类情况

报告期各期末，公司应收债权按坏账准备计提方法分类情况如下：

单位：万元

时间	项目	账面余额	占总额的比例（%）	坏账准备金额	坏账准备计提比例（%）	账面价值
2021 年 12 月 31 日	单项计提坏账准备的应收债权	6,322.58	4.80	6,322.58	100.00	-
	按组合计提坏账准备的应收债权	125,340.74	95.20	9,420.13	7.52	115,920.61
	合计	131,663.32	100.00	15,742.71	11.96	115,920.61
2020 年 12 月 31 日	单项计提坏账准备的应收债权	300.55	0.17	300.55	100.00	-
	按组合计提坏账准备的应收债权	175,564.00	99.83	7,173.29	4.09	168,390.71
	合计	175,864.55	100.00	7,473.84	4.25	168,390.71

时间	项目	账面余额	占总额的比例 (%)	坏账准备金额	坏账准备计提比例 (%)	账面价值
2019 年 12 月 31 日	单项计提坏账准备的应收债权	-	-	-	-	-
	按组合计提坏账准备的应收债权	140,059.64	100.00	3,762.44	2.69	136,297.20
	合计	140,059.64	100.00	3,762.44	2.69	136,297.20

报告期各期末，公司单项计提坏账准备应收债权的余额分别为 0 万元、300.55 万元和 6,322.58 万元，占比分别为 0、0.17%和 4.80%，其中 2021 年末计提金额和比例均明显增加主要系当前房地产开发企业信用分化，部分房地产开发企业因融资受限导致出现暂时性流动性紧张的情形，公司已对主要房地产开发企业的坏账损失进行了评估，并对部分华夏幸福及恒大子公司等客户的应收账款和应收票据作单项认定并计提了减值准备。同时，2021 年以来，恒大因自身经营管理不善导致其债务违约，为控制恒大流动性危机事件给公司造成的风险，公司于 2021 年 11 月将持有的恒大商业承兑汇票收款权及应收账款转让给金胶州，其中商业承兑汇票金额为 45,344.71 万元，应收账款 5,672.14 万元，上述债权转让价格为 30,100.00 万元，折扣率为 41%。假设 2021 年 12 月 31 日上述债权转让交易尚未完成，且按照转让债权折扣率 41%计提坏账，则公司期末坏账准备自 15,742.71 万元增加至 36,567.92 万元，会大幅提高公司期末坏账准备的计提金额及占比。由于公司在 2021 年内对所持有的恒大应收债权进行了处置，且相关应收款项金额占比较高，公司 2021 年末整体应收款违约风险有所降低。

3、综合来看，公司 2021 年末坏账准备整体计提比例远高于 2020 年末和 2019 年末，且高于实际损失率

报告期各期末，公司应收债权综合计提情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
账面余额	131,663.32	175,864.55	140,059.64
坏账准备金额	15,742.71	7,473.84	3,762.44
综合计提比例	11.96%	4.25%	2.69%

报告期各期末，公司应收债权坏账准备计提金额分别为 3,762.44 万元、7,473.84 万元和 15,742.71 万元，综合计提比例分别为 2.69%、4.25%和 11.96%，在应收债权账面余额明显减少的情况下，2021 年末的坏账准备计提金额和比例相较于 2019 年末和

2020 年末均明显增加，主要系充分考虑了当前房地产开发企业信用风险有所提高的因素。

报告期各期末，在不考虑恒大债权转让损失影响的情形下，公司实际损失率与坏账准备计提比较情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当年核销或转让损失	33.27	48.39	41.25
债权原值期末余额	131,663.32	175,864.55	140,059.65
核销金额占比	0.03%	0.03%	0.03%
期末坏账准备余额	15,742.71	7,473.85	3,762.44
期末坏账准备余额占比	11.96%	4.25%	2.69%

报告期各期末，公司实际发生的应收债权坏账损失分别为 41.25 万元、48.39 万元和 33.27 万元，占期末应收账款的比例均为 0.03%，占比较低；公司应收债权期末坏账准备余额占原值的比例分别为 2.69%、4.25%和 11.96%，高于应收债权损失率。

鉴于公司于 2021 年将部分恒大债权转让给金胶州，形成了部分债权转让损失，如考虑上述因素则 2021 年末的应收债权实际损失率与期末坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度
当年核销或转让损失（未考虑恒大债权转让部分）①	33.27
恒大债权转让损失②	20,825.21
债权核销或转让损失合计③=①+②	20,858.48
债权原值期末余额④	131,663.32
已转让的恒大债权⑤	51,016.85
债权核销或转让金额占比⑥=③/（④+⑤）	11.42%
期末坏账准备余额⑦	15,742.71
期末坏账准备与恒大债权转让损失之和⑧=⑦+②	36,567.92
期末坏账准备占比⑨=⑧/（④+⑤）	20.02%

如考虑恒大债权转让事项影响，则公司 2021 年应收债权核销或转让损失为 20,858.48 万元，占应收债权及已转让恒大债权余额的 11.42%，相比 2020 年应收账款实际损失率大幅提升，主要是由于恒大债权转让的特殊偶发事项导致的，未来持续或普遍发生可能性较低，同时，恒大债权转让形成的损失 20,825.21 万元在公司 2021 年

财务报表上未体现为应收债权减值准备，公司 2021 年末期末坏账计提余额和恒大债权转让损失余额之和为 36,567.92 万元，占债权原值期末余额与已转让的恒大债权余额的 20.02%，高于应收债权损失率 11.42%。

（三）2021 年末，同行业可比公司均未有调增账龄组合坏账准备计提比例的情形

报告期内，同行业上市公司按账龄组合计提应收账款坏账比例情况如下：

报告期内账龄组合坏账计提比例未发生变更的同行业可比公司							
公司简称	时间	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
索菲亚	2019-2021 年各期末	1.00%	5.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
皮阿诺		1.00%	5.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
志邦家居		5.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%	100.00%
金牌厨柜		5.00%	20.00%	40.00%	60.00%	-	100.00%
报告期内账龄组合坏账计提比例发生变更的同行业可比公司							
公司简称	时间	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
顶固集创	2021 年末	3.00%	10.00%	40.00%	80.00%	100.00%	100.00%
	2020 年末	5.00%	30.00%	60.00%	80.00%	100.00%	100.00%
	2019 年末	5.00%	30.00%	60.00%	80.00%	100.00%	100.00%
我乐家居	2021 年末	4.61%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
	2020 年末	4.84%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
	2019 年末	4.94%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%

注：同行业可比公司数据来源于其公开披露的年度报告。其中，欧派家居、尚品宅配、好莱客等按照不同的客户类型确定了不同的坏账准备计提比例，无法从公开信息中获取可比信息，故未纳入比较范围。

由上表可知：报告期内，皮阿诺、索菲亚、志邦家居和金牌厨柜按组合计提的坏账计提比例未发生变更，顶固集创于 2021 年对应收款项坏账准备计提相关会计估计进行变更，其因大宗业务规模及占比提高减少了 1-3 年应收账款的坏账准备计提比例，我乐家居 1 年以内的应收账款坏账准备计提比例呈下降趋势（具体原因未公开披露），整体来看，同行业可比公司账龄组合坏账准备计提比例报告期内均未提高。与发行人类似，同行业可比公司也采取了对部分应收债权作单项认定并计提坏账准备的方式，同时维持了 2019-2021 年度较为平稳的账龄组合坏账计提政策，均不存在调增账龄组合计提比例的情形。

综上所述，公司在 2021 年度公司应收款项实际损失率大幅提升主要是由于恒大债

权转让特殊事项导致的，不具有持续性和普遍性，虽然公司基于历史迁徙率计算的账龄组合预期信用损失率高于实际坏账准备计提比例，但是应收账款客户当前状况及预期未来经济利益和义务未发生普遍一致性变化，不同客户存在实质差异，基于谨慎性考虑，公司在保持账龄组合应收款项坏账准备计提比例不变情况下，对部分风险客户应收债权作单项认定并计提坏账准备，整体计提比例有所提升，具有充分性，该等处理符合会计准则的相关规定，且与同行业可比公司趋于一致。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解公司与融创及天津融誉的合作情况、应收款项催收情况、以房抵债协议签署情况；了解公司应收款项坏账准备计提方法与考虑因素等；

2、从公开信息查询融创的经营情况及信用情况，了解融创债务违约进度及其应对措施；

3、查阅市场公开数据，了解其他上市公司对融创及天津融誉应收款项坏账计提方式；

4、查看天津融誉及融创的应收账款期后回款、应收票据期后兑付的银行回单，复核其期后回款或兑付情况；

5、查看公司与天津融誉及融创签署的以房抵债协议，了解以房抵债执行情况，并审阅评估机构针对以房抵债所涉及房产出具的评估报告，分析房产价格是否足以覆盖被抵偿的债务情况；

6、查阅公司处置以房抵债相关房产的合同；从公开信息查询胶州城发的工商信息；对胶州城发进行走访，访谈了解双方交易背景等具体情况；查阅公司处置房产回款的银行单据；

7、根据坏账计提政策、应收账款账龄明细表重新计算报告期内应收账款坏账准备金额并与财务报表披露金额进行核对；复核管理层认定应收账款减值的依据及减值金额的计算过程；

8、比较分析发行人应收债权坏账准备计提比例与实际损失情况；

9、从公开信息查询同行业可比公司的坏账准备计提比例，分析其账龄组合坏账准备计提比例在报告期内的变化情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、资产负债表日至审计报告出具之日，融创及天津融誉通过回款、以房抵债等方式化解债务问题，同时，其自身未出现债务违约情形且一直在自救。公司对融创及天津融誉的应收票据和应收账款单独进行减值准备测试后认为款项回收可能性较高，对其按账龄组合计提坏账准备，符合会计准则的规定；

2、公司 2 年以内账龄组合应收款项坏账准备计提比例未调整具有合理性，符合会计准则的相关规定。

四、请保荐人、申报会计师的内核或质控部门就上述事项履行必要的复核程序并发表复核意见

（一）保荐人内核和质控部门复核程序

保荐人内核和质控部门主要履行了如下复核程序：

1、查阅项目组对发行人管理层的访谈记录，了解公司与融创及天津融誉的合作情况、应收款项催收情况、以房抵债协议签署情况；了解公司应收款项坏账准备计提方法与考虑因素等；

2、复核项目组从公开信息查询的融创经营情况及信用情况，了解融创债务违约进度及其应对措施；

3、复核项目组提供的市场公开数据查询情况查阅市场公开数据，了解其他上市公司对融创及天津融誉应收款项坏账计提方式；

4、复核项目组获取的天津融誉及融创的应收账款期后回款、应收票据期后兑付的银行回单，复核其期后回款或兑付情况；

5、复核项目组获取的公司与天津融誉及融创签署的以房抵债协议，了解以房抵债执行情况，复核项目组获取的评估机构针对以房抵债所涉及房产出具的评估报告，分析房产价格是否足以覆盖被抵偿的债务情况；

6、复核项目组根据坏账计提政策、应收账款账龄明细表重新计算的报告期内应收账款坏账准备金额，并与财务报表披露金额进行核对；复核管理层认定应收账款减值的依据及减值金额的计算过程；

7、复核项目组获取的发行人处置以房抵债相关房产的合同；从公开信息查询胶州城发的工商信息；复核项目组对胶州城发进行走访的记录；复核项目组获取的发行人处置房产回款的银行单据；

8、复核项目组对发行人应收债权坏账准备计提比例与实际损失情况的比较分析程序；

9、复核项目组提供的公开信息查询同行业可比公司的坏账准备计提比例查询结果，复核其账龄组合坏账准备计提比例在报告期内的变化情况；

10、在第三轮问询函回复、2021 年报数据更新、相关专项说明等审核流程中，对有关融创坏账计提方式、账龄组合应收账款计提比例等部分细节问题进行了充分关注，并提出审核意见，且对项目组的审核意见回复进行了复核确认。

（二）保荐人内核或质控部门复核意见

经复核，保荐人内核和质控部门认为：

1、资产负债表日至审计报告出具之日，融创及天津融誉通过回款、以房抵债等方式化解债务问题，同时，其自身未出现债务公开违约情形且在采取措施自救。公司对融创及天津融誉的应收票据和应收账款单独进行减值准备测试后认为款项回收可能性较高，对其按账龄组合计提坏账准备，符合会计准则的规定；

2、发行人 2 年以内账龄组合应收款项坏账准备计提比例未调整具有合理性，符合会计准则的相关规定。

（三）申报会计师质控部门复核程序

申报会计师已经按照《会计师事务所质量管理准则第 5101 号——会计师事务所对执行财务报表审计和审阅、其他鉴证和相关服务业务实施的质量控制》建立了相应的质量控制制度，同时遵照《中国注册会计师审计准则第 1121 号——对财务报表审计实施的质量控制》委派了项目质量控制复核人员，项目质量控制复核人员针对项目组就发行人大宗业务相关存货跌价准备计提是否充分的核查程序所涉工作底稿进行了复核

验收并履行了质量控制职责。

针对发行人应收款项坏账准备计提充分性方面，申报会计师质控部门对所涉工作底稿进行了复核并执行了以下主要质量控制复核工作：

1、查阅项目组对发行人管理层的访谈记录，了解公司与融创及天津融誉的合作情况、应收款项催收情况、以房抵债协议签署情况；了解公司应收款项坏账准备计提方法与考虑因素等；

2、从公开信息查询融创的经营情况及信用情况，了解融创债务违约进度及其应对措施；

3、查阅市场公开数据，了解其他上市公司对融创及天津融誉应收款项坏账计提方式；

4、复核项目组获取的天津融誉及融创的应收账款本期及期后回款、应收票据本期及期后兑付的银行回单，复核其本期及期后回款或兑付情况；

5、复核项目组获取的公司与天津融誉及融创签署的以房抵债协议，了解以房抵债执行情况，复核项目组获取的评估机构针对以房抵债所涉及房产出具的评估报告，分析房产价格是否足以覆盖被抵偿的债务情况；

6、复核项目组根据坏账计提政策、应收账款账龄明细表重新计算的报告期内应收账款坏账准备金额，并与财务报表披露金额进行核对；复核管理层认定应收账款减值的依据及减值金额的计算过程；

7、复核项目组获取的发行人处置以房抵债相关房产的合同；从公开信息查询胶州城发的工商信息；复核项目组对胶州城发进行走访的记录；复核项目组获取的发行人处置房产回款的银行单据；

8、复核项目组对发行人应收债权坏账准备计提比例与实际损失情况的比较分析程序；

9、从公开信息查询同行业可比公司的坏账准备计提比例，分析其账龄组合坏账准备计提比例在报告期内的变化情况。

（四）申报会计师质控部门复核意见

经复核，申报会计师质控部门认为：

1、资产负债表日至审计报告出具之日，融创及天津融誉通过回款、以房抵债等方式化解债务问题，同时，其自身未出现债务违约情形且一直在自救。公司对融创及天津融誉的应收票据和应收账款单独进行减值准备测试后认为款项回收可能性较高，对其按账龄组合计提坏账准备，符合会计准则的规定；

2、发行人 2 年以内账龄组合应收款项坏账准备计提比例未调整具有合理性，符合会计准则的相关规定。

3、关于存货

申报材料及审核问询回复显示：

报告期各期末，公司存货余额分别为 82,193.62 万元、87,838.46 万元及 110,164.74 万元，主要为发出商品或合同履约成本、库存商品、在产品及原材料。2021 年末，公司的发出商品或合同履约成本跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均水平。

请发行人补充说明 2021 年末公司合同履约成本、库存商品、在产品等存货中所对应大宗业务客户及房地产项目的具体情况，相关客户是否触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻，主要房地产项目目前的开发建设进度，是否存在项目中止或停滞的情形，结合前述情况说明公司相关存货是否存在减值迹象，存货跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请保荐人、申报会计师的内核或质控部门就上述事项履行必要的复核程序并发表复核意见。

回复：

截至 2021 年末，公司大宗业务对应的在产品金额合计 896.95 万元，产成品金额合计 1,813.53 万元，合同履约成本金额合计 73,479.43 万元，具体情况如下：

一、2021 年末公司在产品中所对应大宗业务客户及房地产项目情况

2021 年末公司在产品中所对应大宗业务客户及房地产项目具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户情况	项目名称	金额	占比
1	中国海外发展有限公司	央企，经营和信用状况良好	大连中海海港城三期、东莞中海万江十里溪境、天津中海中信城市广场三期等 7 个项目	510.06	56.87%
2	中国保利集团有	央企，经	儋州保利运动员村、韶关保利中汇	243.18	27.11%

序号	客户名称	客户情况	项目名称	金额	占比
	限公司	营和信用 状况良好	花园和汕尾保利金町湾 C003 地块 等 4 个项目		
3	珠海天志发展置业有限公司	国企，经营和信用 状况良好	珠海保利金湾西湖湿地三期	78.38	8.74%
4	三亚乐家经典装饰材料有限公司	民企，但非风险客户，且期末已预收其 55.93 万元	深圳保达誉都花园、三亚国寿嘉园逸镜别墅	58.29	6.50%
5	广州市城市建设开发有限公司	国企，经营和信用 状况良好	长沙越秀 038 地块	7.04	0.79%
合计				896.95	100.00%

注：风险客户系指涉及触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情形；

公司 2021 年末在产品中所对应大宗业务客户主要为中海、保利等客户，其中国企和央企客户对应的在产品占比为 93.50%。涉及项目主要为大连中海海港城三期、东莞中海万江十里溪境等项目。截至 2022 年 7 月 31 日，公司 2021 年末在成品中所对应大宗业务客户不涉及触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情形，相关房地产项目不存在项目中止或停滞的情形，经存货跌价测试，上述在产品不存在跌价情形。

二、2021 年末公司产成品中所对应大宗业务客户及房地产项目情况

2021 年末公司产成品中所对应大宗业务客户及房地产项目具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户类别	项目名称	金额	占比
1	中国海外发展有限公司	央企，经营和信用状况良好	烟台中海万锦公馆、重庆中海卡福厂厨卫、烟台中海长安云锦等 17 个项目	871.36	48.05%
2	广州珠江建设发展有限公司	国企，经营和信用状况良好	广州智联汽车小镇地块	253.35	13.97%
3	中国保利集团有限公司	央企，经营和信用状况良好	昆明保利方旺、青岛保利双峰北等 9 个项目	213.08	11.75%
4	碧桂园地产集团	民企，但非风险客户	淮安中南铁云路	136.70	7.54%
5	广州市城市建设开发有限公司	国企，经营和信用状况良好	沈阳越秀星汇云锦四期、广州南沙金	107.19	5.91%

序号	客户名称	客户类别	项目名称	金额	占比
			茂灵山岛尖		
6	珠海天志发展置业有限公司	国企，经营和信用状况良好	珠海保利金湾西湖湿地三期	60.91	3.36%
7	重庆招商置地开发有限公司	央企，经营和信用状况良好	重庆招商置地长嘉汇 F2 地块 12 号楼	59.31	3.27%
8	湖北广典建筑工程有限公司	民企，但非风险客户，期末已预收其货款 372.38 万元	武汉兴悦晟汉悦府坤璟天成	47.49	2.62%
9	上海泉大建筑装饰工程有限公司	民企，但非风险客户，期末已预收其货款 2.83 万元	镇江恒润倚山雅筑	19.38	1.07%
10	三亚乐家经典装饰材料有限公司	民企，但非风险客户，且期末已预收其 55.93 万元	三亚海棠湾石药健康小镇三期公寓项目、深圳保达誉都花园和武汉中信泰富滨江金融城二期	19.24	1.06%
11	上海铠韵实业发展有限公司	民企，但非风险客户，且期末已预收其 34.05 万元	杭州华侨城丁桥	15.12	0.83%
12	云南阁瑞城市环境规划设计有限公司	民企，但非风险客户，且期末已预收其 41.59 万元	昆明俊发盛唐城	10.22	0.56%
13	深圳前海润泓供应链有限公司	民企，但非风险客户，且期末已预收其 292.56 万元	佛山颐安灏景湾二、三期	0.18	0.01%
合计				1,813.53	100.00%

注：风险客户系指涉及触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情形；

公司 2021 年末产成品中所对应大宗业务客户主要为中海、广州珠江建设发展有限公司等客户，其中国企和央企客户对应的在产品占比为 86.31%。涉及项目主要为烟台中海万锦公馆、重庆中海卡福厂厨卫等项目。截至 2022 年 7 月 31 日，公司 2021 年末产成品中所对应大宗业务客户不涉及触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情形，相关房地产项目不存在项目中止或停滞的情形，经存货跌价测试，上述产成品不存在跌价情形。

三、2021 年末公司合同履行成本中所对应大宗业务客户及房地产项目情况

(一) 2021 年末公司合同履行成本中所对应前十大大宗业务客户及房地产项目情况

2021 年末公司合同履行成本金额总计 73,479.43 万元，共涉及 346 个客户、871 个项目，其中所对应前十大大宗业务客户及房地产项目具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户类别	项目名称	金额	占比
1	中国海外发展有限公司	央企，经营和信用状况良好	广州中海广钢 225-B 地块学仕里、成都中海麓湖公馆 96 亩地 A 标等 108 个项目	23,711.63	32.27%
2	华润（集团）有限公司	央企，经营和信用状况良好	大连华润大连湾、长春华润万象府二期世家等 21 个项目	9,494.17	12.92%
3	中国保利集团有限公司	央企，经营和信用状况良好	广州保利广钢新城 206 地块、长沙保利香槟国际等 46 个项目	8,545.03	11.63%
4	中国铁建股份有限公司	央企，经营和信用状况良好	重庆中铁寸滩西派城项目二期、成都中铁青秀未遮山三期等 19 个项目	5,743.00	7.82%
5	万科企业股份有限公司	国企，经营和信用状况良好	济南万科时代之光室内门供货及安装工程、青岛万科金域华府三期柜体供货及安装工程等 50 个项目	1,734.27	2.36%
6	海尔集团公司	集体所有制企业，经营和信用状况良好	东方学府一期住宅项目橱柜采购安装、翡翠公园北区户内精装修项目橱柜制作采购工程等 32 个项目	1,649.57	2.24%
7	阳光城集团股份有限公司	民企，触及三条红线，但对应货款已清偿	重庆阳光城中央公园、成都阳光城檀悦和成都阳光城绿野村	1,282.53	1.75%
8	天津融誉企业管理咨询有限公司	民企，存在债务违约情形，2021 年末没有逾期，拟在 2022 年上半年进行跌价计提	启东圆陀角项目 E12 地块橱柜收纳供货及安装、合肥融宁府 K 地块等 26 个项目	1,224.46	1.67%
9	上海张江（集团）有限公司	国企，经营和信用状况良好	上海张江人才公寓、上海张江人才公寓二期	1,194.79	1.63%
10	广州市城市建设开发有限公司	国企，经营和信用状况良好	佛山越秀星汇瀚府、太仓越秀向东岛等 12 个项目	1,096.15	1.49%
小计				55,675.59	75.77%
其余涉及 336 个客户的 552 个项目				17,803.84	24.23%
合计				73,479.43	100.00%

注：风险客户系指涉及触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情形的客户

公司 2021 年末合同履行成本中所对应大宗业务客户主要为中海、华润等客户，其

中前 10 大客户中有 8 家为央企、国企或集体所有制企业，金额占前十大客户合计金额的 95.50%。涉及项目主要为广州中海广钢 225-B 地块学仕里、大连华润大连湾等项目。截至 2022 年 7 月 31 日，上述合同履行成本前十大大宗业务客户中除阳光城集团股份有限公司和天津融誉企业管理咨询有限公司外的其他客户不涉及触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情形，相关房地产项目不存在项目中止或停滞的情形，经存货跌价测试，上述合同履行成本不存在跌价情形。

关于阳光城集团股份有限公司，截至 2021 年 12 月 31 日，已预收其货款 198.10 万元，且期末发出商品对应的货款已在期后清偿，可覆盖公司已发生的合同履行成本，经存货跌价测试，上述合同履行成本不存在跌价情形。

天津融誉企业管理咨询有限公司系融创关联方，截至 2021 年 12 月 31 日，公司除持有天津融誉 1,224.46 万元发出商品外，同时持有融创子公司发出商品 410.71 万元。鉴于融创 2022 年以来出现信用评级下调、债务展期及美元债违约情形，公司高度重视融创回款风险，已通过专人催款、发送律师函等方式积极催收款项，同时公司积极与融创协商以房抵债方案，且已就部分债务签署以房抵债协议，并能够覆盖逾期应收。截至公司 2021 年审计报告出具之日，融创及天津融誉解决债务问题的意愿较强，并通过回款、以房抵债等方式积极化解债务问题，同时，其自身未出现债务公开违约情形且一直在积极自救。基于以上，公司经对融创及天津融誉的合同履约成本进行存货跌价测试后，认为不存在存货跌价情形。鉴于融创已发生债券实质性违约，公司拟在 2022 年上半年对融创部分应收债权作单项计提，同时对相应存货计提跌价。

（二）2021 年末公司合同履行成本所对应大宗业务客户触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情况

除阳光城集团股份有限公司和天津融誉企业管理咨询有限公司外，公司其他合同履行成本大宗业务客户中截至 2022 年 7 月 31 日涉及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情形的主要情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	项目名称	三条红线踩线条数	2021 年末账面余额	2021 年末存货跌价准备金额	存货跌价计提理由
1	江苏中南建设集团股份有限公司	常熟中南金锦三及四期、西安中南上悦城一期等 5 个项	2	879.94	-	截至 2021 年末，已预收其 629.47 万元，且项目处于正常推进阶段，不存在停工情形，预计对应可变现净

序号	公司名称	项目名称	三条红线踩线条数	2021 年末 账面余额	2021 年末存货 跌价准备金额	存货跌价计提理由
		目				值大于成本。同时，中南建设控股股东与华融资产等国企签署了支持中南建设转型发展战略合作协议，根据有关协议，华融资产等公司将针对中南建设在建工程复工复产、优质项目并购、社会与资本合作项目盘活等开展业务，上述事项有助于中南建设经营状态逐步恢复正常。
2	奥园集团有限公司	学仕公馆、永康市北苑区块 SG02-06 地块项目等 8 个项目	未披露	400.05		项目处于正常推进阶段，不存在停工情形，预计对应可变现净值大于成本，且 2022 年仍在持续回款；同时，奥园正积极引入战略投资者、推进债务重组，并将引入绿城为其项目提供代建代管、全过程开发管理服务，以保障项目交付、销售、运营。
3	中梁控股集团有限公司	成都中梁云玺台、安吉翡丽蓝湾项目等 16 个项目	1	249.09		项目处于正常推进阶段，不存在停工情形，预计对应可变现净值大于成本，且 2022 年仍在持续回款；同时，截至公司 2021 年审计报告出具之日，中梁控股未出现债务违约情形，其 2021 年实现收入 761.32 亿元，归属股东净利润 27.03 亿元，2022 年 4 月 28 日首次宣告债务展期，目前正在通过出售资产等积极自救。
4	绿地控股集团股份有限公司	汉阳绿地新都会魔奇公寓、武汉绿地汉南欧洲风情小镇等 11 个项目	2	41.54	11.89	共涉及 11 个项目，其中武汉绿地汉南欧洲风情小镇项目、武汉绿地光谷理想城 171 地块等 4 个项目处于停工状态，已对其全额计提跌价准备，其他项目均处于正常推进状态，预计对应可变现净值大于成本，且 2022 年仍在持续回款。目前正在通过出售资产等方式积极自救。
5	花样年控股集团有限公司	成都花样年花漾锦江	未披露	38.27		货款已预收，同时项目处于正常推进阶段，不存在停工情形，预计对应可变现净值大于成本；花样年目前已引入粤民投另类私募基金管理作为战投，同时积极推进债务重组等事项，以化解债务危机。
6	荣盛房地产发展股份有限公司	胶州荣盛锦绣外滩样板间、嘉兴荣盛华府样板间和济南荣盛华府都市果岭样板间	2	10.12	10.12	预计对应款项无法收回，已全额计提跌价准备。

序号	公司名称	项目名称	三条红线踩线条数	2021 年末 账面余额	2021 年末存货 跌价准备金额	存货跌价计提理由
7	佳兆业集团控股有限公司	南沙佳兆业乌洲村凤鸣山项目展示区（临展与永展）高层样板房、佛山溪悦苑、南沙佳兆业悦江府项目 A15# 楼支持公寓样板房和深圳金沙湾康养公寓项目	未披露	8.14	-	项目处于正常推进阶段，不存在停工情形，预计对应可变现净值大于成本，且 2022 年仍在持续回款；佳兆业目前正在推进债务重组事宜。
8	恒大地产集团有限公司	威宁搬迁扶贫有限公司 Hddf-GC20201001	未披露	3.36	3.36	预计对应款项无法收回，已全额计提跌价准备。
9	华夏幸福基业股份有限公司	华夏一分固安孔雀城、剑桥郡 10 期	3	2.39	2.39	预计对应款项无法收回，已全额计提跌价准备。
10	宝龙地产控股有限公司	永康市解放街重建地块新建项目一标段	1	1.22	-	项目处于正常推进阶段，不存在停工情形，预计对应可变现净值大于成本，且其 2022 年 7 月才出现债务违约情形。
11	祥生地产集团有限公司	湖州悦江南、祥生上湖轩和安吉玖溪花园	3	0.50	-	项目处于正常推进阶段，不存在停工情形，预计对应可变现净值大于成本，且 2022 年仍在持续回款；祥生集团目前正在通过出售资产等化解财务危机。
总计				1,634.63	27.77	

（三）主要房地产项目目前的开发建设进度，是否存在项目中止或停滞的情形

公司 2021 年末合同履约成本中对应大宗业务的项目合计 871 个，金额总计 73,479.43 万元，其中金额 5 万以上的项目共计 376 个，金额合计 72,802.71 万元，占大宗业务合同履约成本总额的 99.08%，截至 2022 年 7 月 31 日，其中 1 个项目目前处于停工状态，系客户宁波齐采联建材有限公司的武汉绿地汉南欧洲风情小镇项目，涉及金额 7.01 万元，公司已对其全额计提减值准备，其他项目均处于正常建设状态。

（四）2021 年末公司大宗业务合同履约成本存货跌价准备计提情况

公司发出商品或合同履约成本主要为已出库尚未安装或已安装但尚未验收的产品，均有对应订单支持，公司根据估计售价减去估计将发生的成本费用和相关税费后的金额确定发出商品及合同履约成本的可变现净值，并将可变现净值与成本相比较以判断是否存在存货跌价情形。具体判断过程如下：

1、客户维度：根据项目对应的大宗业务客户信用情况判断，如判断客户已无力

支付后续项目货款，则对其相应存货全额计提跌价准备

公司首先从客户履约能力维度判断对应存货是否存在跌价情形，主要在基于对客户的还款能力基础上判断其后续履约能力，如客户财务状况恶化，则判断项目对应的货款收回可能性较低，将对其相应的存货全额计提跌价准备。2021 年末，由于部分大宗业务客户经营情况不善，其合同履行成本存在减值情况，公司对其全额计提存货跌价准备，具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称 (集团口径)	客户名称 (单体口径)	项目名称	账面金额	存货跌价 准备金额
1	荣盛房地产发展股份有限公司	河北荣盛建筑材料有限公司	胶州荣盛锦绣外滩样板间、嘉兴荣盛华府样板间和济南荣盛华府都市果岭样板间	10.12	10.12
2	中天控股集团有限公司	浙江中天精诚装饰集团有限公司	绿城卓越傲璇城样板间、新希望丽水天钻家园样板间、奥园成都卡地亚样板间	6.47	6.47
3	恒大地产集团有限公司	威宁搬迁扶贫有限公司	威宁搬迁扶贫有限公司 Hddf-GC20201001	3.36	3.36
4	华夏幸福基业股份有限公司	固安京御幸福房地产开发有限公司	华夏一分固安孔雀城项目	1.78	1.78
5		廊坊京御房地产开发有限公司	剑桥郡 10 期项目	0.61	0.61
6	广州乔峰装饰工程有限公司	广州乔峰装饰工程有限公司	佳兆业中堂水岸风华样板房、珠海奥园翠微 12#地块回迁房	2.36	2.36
7	深圳景源达建设集团有限公司	深圳景源达建设集团有限公司	深圳佳兆业红树湾安居房	1.30	1.30
8	广州市穗盈建材有限公司	广州市穗盈建材有限公司	广州增城奥园中新誉府项目销售样板间	1.09	1.09
9	久運發展有限公司	辽宁东戴河新区当代置业有限公司	当代东戴河·白金海 MOMA 项目	0.65	0.65
10	广州市乾海建筑装饰工程有限公司	广州市乾海建筑装饰工程有限公司	奥园新塘康威广场样板间	0.28	0.28
11	广东和合建设有限公司	广东和合建设有限公司	湛江奥园悦时代样板间	0.24	0.24
合计				28.27	28.27

2、项目维度：根据存货对应的楼盘项目工程建设进度情况判断是否存在跌价情形，如已烂尾或长时间停工，则对其全额计提跌价准备

公司在判断客户履约能力的基础上，进一步分析其楼盘项目工程建设进度情况以

判断其存货是否存在跌价情形，鉴于部分客户虽然整体信用情况未发生恶化，但部分楼盘出现长时间停工甚至烂尾情形，公司对上述楼盘对应的项目全额计提跌价准备；如判断仅为短期停工，则后续楼盘复工后待发出商品满足验收条件后可正常回款，则判断其不存在跌价情形。公司对存在停工情形的楼盘项目对应存货具体分析如下：

单位：万元

序号	客户名称 (集团口径)	客户名称 (单体口径)	项目名称	账面 金额	存货跌价 准备金额	存货跌价准备计 提理由
1	西安宏盛景天建筑工程有限公司	西安宏盛景天建筑工程有限公司	当代境 MOMA 项目	7.28	7.28	长期停工，预计 合同履约成本对 应的收入较难收 回，全额计提跌 价准备
2	绿地控股集团股份 有限公司	宁波齐采联建材有 限公司	武汉绿地汉南欧洲风情小镇项目	7.01	7.01	
3			武汉绿地光谷理想城 171 地块 1#-11#栋项目	3.33	3.33	
4			武汉汉南绿地欧洲风情小镇康 养酒店项目	1.00	1.00	
5			武汉汉南欧洲风情小镇康养酒 店 minibar 项目	0.55	0.55	
6	北京市金龙腾装饰股份有限公司	北京市金龙腾装饰股份有限公司	太原泰禾金尊府三期项目	3.72	3.72	
7	重庆新陆洲装饰工程有限公司	重庆新陆洲装饰工程有限公司	贵阳融创数字安全小镇 31#地块 项目	3.61	3.61	
8	成都天亿启邦房地产开发有限公司	成都天亿启邦房地产开发有限公司	北大资源集团成都公司紫境东 来项目	2.33	2.33	
9	四川祥艺装饰工程有限公司	四川祥艺装饰工程有限公司	北大资源紫境东来项目	1.36	1.36	
10	陕西精睿装饰工程有限公司	陕西精睿装饰工程有限公司	西安卓越坊公寓项目	1.26	1.26	
11	广西文欣投资有限公司	广西丰杰建筑工程有限公司玉林分公司	玉林中鼎城项目	0.70	0.70	
12	湖北赫铭建设工程 有限公司	湖北赫铭建设工程 有限公司	武地融创御央首府 FG 型项目	0.49	0.49	
13			鄂州融创澜岸大观 GI 型项目	0.12	0.12	
14	濮阳市非凡置业有限公司	濮阳上合置业有限公司	璞樾公馆项目	0.17	0.17	
15	南通承悦装饰集团有限公司	南通承悦装饰集团有限公司	果岭岭尚项目 1#地块	2.76	-	已预收其 1.08 万 元，且公司可向 装饰公司追偿相 应货款
16	厦门得高建筑装饰工程有限公司	厦门得高建筑装饰工程有限公司	福建厦门世茂泰禾厦门龙池红 树湾项目	2.23	-	已预收其 1.70 万 元，且公司可向 装饰公司追偿相 应货款
17	南宁市中鼎浩景投资有限公司	南宁市中鼎浩景投资有限公司	中鼎公园首府项目	3.53	-	已预收其 2.20 万 元，且 4 月份已 复工

序号	客户名称 (集团口径)	客户名称 (单体口径)	项目名称	账面 金额	存货跌价 准备金额	存货跌价准备计 提理由
18	重庆尚派装饰工程有限公司	重庆尚派装饰工程有限公司	重庆佳兆业江山和鸣项目	0.91	-	已预收其 0.93 万元
19	湖北长喜装饰设计工程有限公司	湖北长喜装饰设计工程有限公司	武汉丹水池御央首府 HD 型项目	0.56	-	开发商为武汉地控馨盛置业有限公司，第一大控股系武汉国资委旗下的武汉地产集团有限责任公司，楼盘仅为短期停工
合计				42.93	32.92	

注：上表停工项目系在审计报告出具日之前停工，目前当代境 MOMA 项目、福建厦门世茂泰禾厦门龙池红树湾项目及中鼎公园首府项目已复工。

上述项目中，由于当代境 MOMA 项目、武汉绿地汉南欧洲风情小镇等项目存在长期停工情形，综合判断该等项目的合同履约成本对应的收入较难收回，故对其全额计提跌价准备。其他停工项目由于存在部分预收货款或者存在国资股东，综合判断不存在减值情形。

除样板间项目外，公司大宗业务所提供的橱柜等产品一般在楼体建设完毕、内部硬装完成后安装，业务开展时，楼盘项目完工程度已相对较高，较为接近完工交付的状态，因而大宗业务发出商品所在的楼盘项目烂尾风险较低，即使短期停工，亦为开发商或当地政府优先保障交楼的项目，因而长期烂尾停工的可能性较低。2022 年 7 月 28 日，中央政治局召开会议，要求：“要稳定房地产市场，坚持房子是用来住的、不是用来炒的定位，因城施策用足用好政策工具箱，支持刚性和改善性住房需求，压实地方政府责任，保交楼、稳民生。”“保交楼”政策的不断加码将减少房地产烂尾停工情形，相应也减少了公司大宗业务发出商品的跌价风险。同时，在保交楼的政策导向下，开发商为了推动项目及时完工交付，一般会预付部分货款，也相应的减少了发出商品跌价风险。

（五）公司已加强对大宗业务的审批管理，防范大宗业务项目减值情形

鉴于 2021 年部分房地产企业出现流动性紧张导致债务违约的情况，公司加强了对大宗项目的业务审批，主要包括：

1、对新增大宗业务签约前充分论证项目风险。主要通过公司对客户的信用风险评级体系对客户进行评级，主要包括三道红线指标、三道补丁指标、负面新闻资讯、融

资情况、工商信息分析、员工情况、资产变动情况、诉讼案件分析、执行案件分析、回款情况等，确定合作意向及相应的付款方式和付款条件，对判断可能存在信用风险的客户不再合作或者采取先收款后供货的业务合作模式；

2、细化回款节点，针对合同条款中付款时间由整体到货、整体完工改变为具体到单楼栋、单标段产值，公司专人每周跟进项目动态及其项目实施进度匹配回款进度，严格按照回款节点及时催收款项，将五金、台面等短工期施工不影响整体甲方施工进度作为请款筹码，对出现债务违约现象或负面新闻的客户进行重点关注，在不影响政策规定的情形下，对违约客户采取施工放缓或停工等措施；

3、对于以前年度已经签约的风险业务加强项目结算和款项催收工作，以减小信用减值损失和资产减值损失；

4、每日专人关注客户的负面新闻、债务违约信息；区域人员不定期到项目现场查看地产项目情况并与项目方进行沟通，核实相关情况，进一步防控因楼盘烂尾而导致公司产品对应货款无法收回风险。

综上所述，公司已对 2021 年末大宗业务对应的存货进行存货跌价测试，对于存在减值情形的存货已全额计提跌价准备，存货跌价准备计提充分。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解公司存货跌价测试程序及执行情况、主要大宗业务合同履约成本对应项目进度情况；

2、从公开信息查询房地产公司触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情况；

3、获取发行人大宗业务在产品、产成品和合同履约成本等存货明细，查看其对应客户及项目情况；

4、获取并复核发行人大宗业务在产品、产成品和合同履约成本等存货的跌价测试程序，评估其可靠性；

5、查看公司与大宗客户签署的以房抵债协议，了解以房抵债执行情况，并对以房

抵债所涉及房产的价格与备案价、周围二手房价格进行对比，分析房产价格是否足以覆盖被抵偿的债务情况；

6、从公开信息查询融创、阳光城集团股份有限公司、江苏中南建设集团股份有限公司、奥园集团有限公司、中梁控股集团有限公司、绿地控股集团股份有限公司、花样年控股集团有限公司、荣盛房地产发展股份有限公司、佳兆业集团控股有限公司、恒大地产集团有限公司、华夏幸福基业股份有限公司、祥生地产集团有限公司债务违约或流动性紧张情形的进展及应对措施，评估发行人涉及上述客户的存货跌价是否充分；

7、选取大额的发出商品进行现场盘点，并查看了对应的出库单、送货单、运输单、验收单等单据，以确定该商品为 2021 年末的合同履约成本；受疫情影响，保荐机构和申报会计师无法实地盘点部分城市的合同履约成本，通过随机对部分合同履约成本进行了视频盘点作为替代，大宗业务合同履约成本实地盘点和视频盘点金额分别占合同履约成本总额的 39.25%和 22.22%，盘点比例合计 61.47%；

8、通过公开信息查询发行人大宗业务合同履约成本对应项目的开发进度情况，了解其是否存在停工情形；

9、获取公司对 2021 年末大宗业务存货计提跌价准备的计算表及相关资料，了解存货跌价准备计提依据并重新计算，复核计提金额是否准确。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

公司已对 2021 年末大宗业务对应的存货进行存货跌价测试，对于存在减值情形的存货已全额计提跌价准备，存货跌价准备计提充分。

五、请保荐人、申报会计师的内核或质控部门就上述事项履行必要的复核程序并发表复核意见

（一）保荐人内核和质控部门复核程序

保荐人内核和质控部门主要履行了如下复核程序：

1、获取并查阅项目组对发行人管理层的访谈记录，了解公司存货跌价测试程序及执行情况、主要大宗业务合同履约成本对应项目进度情况；

2、复核项目组从公开信息查询的房地产公司触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情况；

3、复核项目组获取的发行人大宗业务在产品、产成品和合同履行成本等存货明细，查看其对应客户及项目情况；

4、复核项目组对发行人大宗业务在产品、产成品和合同履行成本等存货的跌价测试程序的分析程序，评估其可靠性；

5、复核项目组获取的发行人与客户签署的以房抵债协议，了解以房抵债执行情况，并对以房抵债所涉及房产的价格与备案价、周围二手房价格进行对比，分析房产价格是否足以覆盖被抵偿的债务情况；

6、复核项目组从公开信息查询的融创、阳光城集团股份有限公司、江苏中南建设集团股份有限公司、奥园集团有限公司、中梁控股集团有限公司、绿地控股集团股份有限公司、花样年控股集团有限公司、荣盛房地产发展股份有限公司、佳兆业集团控股有限公司、恒大地产集团有限公司、华夏幸福基业股份有限公司、祥生地产集团有限公司债务违约或流动性紧张情形的进展及应对措施，复核项目组评估发行人涉及上述客户的存货跌价充分性的分析过程；

7、复核项目组对大额的发出商品进行现场盘点的盘点记录；

8、复核项目组对主要大宗业务合同履行成本对应项目的开发进度情况的公开信息查询情况，了解其是否存在停工情形；

9、复核项目组获取的公司对 2021 年末大宗业务存货计提跌价准备的计算表及相关资料，复核计提金额是否准确；

10、在首次申报、历次问询函回复、2021 年半年报数据更新、2021 年报数据更新等审核流程中，对有关存货跌价计提充分性等部分细节问题进行了充分关注，并提出审核意见，且对项目组的审核意见回复进行了复核确认。

（二）保荐人内核和质控部门复核意见

经复核，保荐人内核和质控部门认为：

发行人已对 2021 年末大宗业务对应的存货进行存货跌价测试，对于存在减值情形的存货已全额计提跌价准备，存货跌价准备计提充分。

（三）申报会计师质控部门复核程序

申报会计师已经按照《会计师事务所质量管理准则第 5101 号——会计师事务所对执行财务报表审计和审阅、其他鉴证和相关服务业务实施的质量控制》建立了相应的质量控制制度，同时遵照《中国注册会计师审计准则第 1121 号——对财务报表审计实施的质量控制》委派了项目质量控制复核人员，项目质量控制复核人员针对项目组就发行人大宗业务相关存货跌价准备计提是否充分的核查程序所涉工作底稿进行了复核验收并履行了质量控制职责。

针对发行人大宗业务相关存货跌价准备计提充分性方面，申报会计师质控部门对所涉工作底稿进行了复核并执行了以下主要质量控制复核工作：

1、向项目组了解发行人存货构成情况、发行人存货减值测试程序及执行情况、主要大宗业务合同履行成本对应项目进度情况；

2、从公开信息查询房地产公司触及“三道红线”、存在债务违约情况或与流动性相关重大负面新闻情况；

3、复核项目组获取的发行人大宗业务在产品、产成品和合同履行成本等存货明细，查看其对应客户及项目情况；

4、复核项目组对发行人大宗业务在产品、产成品和合同履行成本等存货的跌价测试程序的分析程序，评估其可靠性；

5、复核项目组获取的发行人与大宗客户签署的以房抵债协议，了解以房抵债执行情况，并对以房抵债所涉及房产的价格与备案价、周围二手房价格进行对比，分析房产价格是否足以覆盖被抵偿的债务情况；

6、从公开信息查询融创、阳光城集团股份有限公司、江苏中南建设集团股份有限公司、奥园集团有限公司、中梁控股集团有限公司、绿地控股集团股份有限公司、花样年控股集团有限公司、荣盛房地产发展股份有限公司、佳兆业集团控股有限公司、恒大地产集团有限公司、华夏幸福基业股份有限公司、祥生地产集团有限公司债务违约或流动性紧张情形的进展及应对措施，评估发行人涉及上述客户的存货跌价是否充分；

7、复核项目组对大额的发出商品进行现场盘点的盘点记录；

8、复核项目组对发行人金额主要大宗业务合同履行成本对应项目的开发进度情况的公开信息查询情况，了解其是否存在停工情形；

9、复核项目组获取的公司对 2021 年末大宗业务存货计提跌价准备的计算表及相关资料，复核计提金额是否准确。

（四）申报会计师质控部门复核意见

经复核，申报会计师质控部门认为：

发行人已对 2021 年末大宗业务对应的存货进行存货跌价测试，对于存在减值情形的存货已全额计提跌价准备，存货跌价准备计提充分。

4、关于收入季节性情况

申报材料显示，公司产品销售具有一定的季节性特征，定制家居产品上半年属于销售淡季，下半年属于销售旺季。2020 年第四季度，公司实现主营业务收入 139,749.43 万元，占当年主营业务收入的 38.93%，第四季度占比明显高于其他年度。

请发行人补充说明 2020 年第四季度主营业务收入占比较高的原因及合理性，是否存在提前确认收入的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人补充说明 2020 年第四季度主营业务收入占比较高的原因及合理性，是否存在提前确认收入的情形

（一）受产品特性及下游客户消费习惯影响，公司第四季度主营业务收入占比较高

报告期内，公司主营业务收入季节性变化情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	91,437.79	21.78	57,119.76	15.91	55,673.81	17.29
第二季度	101,907.28	24.27	76,625.81	21.34	70,424.42	21.87
第三季度	105,779.19	25.19	85,513.02	23.82	94,550.76	29.36

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第四季度	120,794.32	28.77	139,749.43	38.93	101,416.79	31.49
合计	419,918.60	100.00	359,008.02	100.00	322,065.78	100.00

报告期各期，公司第四季度主营业务收入占比分别为 31.49%、38.93%及 28.77%，高于前三季度主营业务收入占比。

公司产品销售的季节性特征与产品特性及下游客户消费习惯有关。第四季度是房地产企业交付新房的高峰期，且公司产品多为木质家具，喜干怕湿，客户多选择相对较为干燥的第四季度进行家居装修。受春节影响，公司通常在第一季度销售收入相对较低，从第二季度开始收入不断增长，在第四季度达到全年收入最高点。

（二）2020 年公司大宗业务收入大幅增长，第四季度项目验收较多

大宗业务模式主要是指公司为房地产开发商等大宗用户设计、研发、生产、销售配套整体家居产品的业务。报告期内，公司一直积极拓展大宗用户市场，先后整合了一系列大宗业务相关资产，2020 年大宗业务收入较 2019 年增加 47,643.78 万元，增加 34.16%。

2019 年公司第四季度主营业务收入中大宗业务收入金额为 45,989.27 万元，占第四季度主营业务收入比例为 45.35%，2020 年公司第四季度主营业务收入中大宗业务收入金额为 69,798.91 万元，占第四季度主营业务收入比例为 49.95%，较同期有所增长。由于房地产企业多在第四季度进行产品安装验收与项目结算，导致公司 2020 年第四季度主营业务收入占比较高。2020 年第四季度金地温州桃花岛片区及杭州九堡项目、融创南昌文旅城、济南万科玖唐府二期等多个大宗项目验收结算，从而第四季度收入有所增长。

（三）2020 年第四季度疫情影响减弱导致收入占比增高，与可比公司变动趋势一致

2020 年初国内疫情爆发，受新冠疫情影响，2020 年消费者对于定制家居产品的消费需求有所滞后，多地疫情反复，公司零售销售渠道受限，但 2020 年下半年开始随着疫情影响的逐步淡化，零售客户的消费需求逐渐恢复。报告期各期，公司直营及经销业务各季度收入金额及占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	40,967.20	18.67	21,796.24	12.73	35,449.38	19.46
第二季度	52,125.35	23.75	35,416.92	20.68	40,687.66	22.33
第三季度	59,893.62	27.29	44,290.57	25.86	50,776.33	27.87
第四季度	66,450.60	30.28	69,770.71	40.74	55,285.02	30.34
合计	219,436.77	100.00	171,274.45	100.00	182,198.40	100.00

由上表可以看出，2020 年受疫情影响，上半年零售业务销售收入占比明显低于其他年度，下半年尤其是第四季度随着疫情影响逐渐消除，客户消费需求明显回升，销售收入有所增长。

报告期内，同行业可比公司第四季度营业收入及占比情况如下：

单位：万元、%

股票代码	公司名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
300749.SZ	顶固集创	41,157.21	31.70	31,881.14	36.54	33,136.20	35.64
603801.SH	志邦家居	183,062.44	35.53	146,816.66	38.23	100,416.86	33.90
603326.SH	我乐家居	48,358.33	28.03	58,537.21	36.95	40,693.85	30.55
603180.SH	金牌厨柜	122,825.44	35.62	102,463.55	38.81	73,849.75	34.75
603833.SH	欧派家居	603,971.03	29.55	500,807.85	33.98	399,805.51	29.54
002853.SZ	皮阿诺	50,664.16	27.78	48,349.97	32.37	46,378.47	31.52
300616.SZ	尚品宅配	214,603.68	29.36	213,175.59	32.73	220,322.72	30.34
603898.SH	好莱客	94,230.35	27.95	77,717.54	35.60	66,862.94	30.05
002572.SZ	索菲亚	316,331.79	30.40	325,858.11	39.01	237,451.94	30.89
平均		186,133.83	30.66	167,289.74	36.02	135,435.36	31.91

注：同行业公司数据来源于其披露的年度报告等公开披露信息。

2019 年至 2021 年，同行业可比公司第四季度营业收入占全年营业收入比重分别为 31.91%、36.02%及 30.66%，与公司第四季度主营业务收入占比变动趋势基本一致，不存在较大差异。综合来看，公司 2020 年第四季度主营业务收入占比较高具有商业合理性。

报告期内，公司各业务模式收入确认政策如下：

经销业务：经销业务模式是指通过经销商接收客户订单进行销售，经销商将经客户确认的销售订单传递至公司业务部门，并按照结算价格向公司支付货款，公司即开始根据订单组织生产。公司完成产品生产后，将产品运送至经销商指定的交货地点或由经销商自提，经客户签收后即确认销售收入。

直营业务：通过公司设立的专卖店进行的销售。直营店在收取全款后，将经客户确认的销售订单发送至公司，公司按照订单安排生产，公司完成产品生产后发货，并由公司负责安装，在安装完成客户验收后确认收入。

大宗业务销售：公司为房地产开发商等大宗用户设计研发、生产、销售配套整体家居产品的业务。公司依据客户信用和资金实力等情况，先收取一定比例的货款，然后按照合同计划安排生产、发货、安装和收取货款。公司在产品安装完成，客户验收后确认收入。

上述收入确认方法符合《企业会计准则》要求，与同行业可比公司相比不存在较大差异，报告期内，公司严格执行了收入确认的会计政策，不存在提前确认收入的情形。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了如下核查程序：

- 1、获取发行人报告期各期按季度分类收入明细表，分析 2020 年第四季度收入占比较高的原因，与同行业可比公司季度收入占比进行比较；
- 2、执行收入截止性测试，取得相关合同及关键单据，验证是否存在收入跨期情况；
- 3、访谈发行人管理层及相关业务人员，了解 2020 年第四季度收入占比较高的原因；
- 4、对主要客户执行函证程序，核查当期收入的真实性、准确性和完整性。报告期各期，客户发函金额分别为 248,947.99 万元、314,438.41 万元及 336,368.37 万元，发函比例分别为 94.56%、97.02%及 87.36%，客户回函比例分别为 92.28%、88.67%及 85.16%；
- 5、对主要客户执行访谈程序，并获取营业执照、合同、客户声明及访谈纪要等资

料。报告期各期，已访谈客户金额为 193,798.62 万元、226,369.64 万元及 252,585.18 万元，占当期销售总额比例分别为 60.17%、63.05%及 60.15%；

6、对大宗、直营、经销业务分别进行了合同履行情况核查。针对各业务模式下主要客户，获取其合同、发票、凭证、招投标文件、竣工单、发货单、对账单等全流程文件，核查收入是否真实准确。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

公司 2020 年第四季度主营业务收入占比较高，主要系受产品特性及下游客户消费习惯、大宗业务收入增长、疫情影响所致，与同行业可比公司变动趋势基本一致，公司不存在提前确认收入的情形。

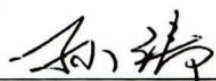
（此页无正文，为《关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中心意见落实函的回复》之签章页）

青岛有屋智能家居科技股份有限公司



（此页无正文，为《关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复报告》之签章页）

保荐代表人签名：



孙 涛



王 静



联席保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复报告》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。

董事长、法定代表人：


李 峰



2022年8月8日

（此页无正文，为《关于青岛有屋智能家居科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中心意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人：



王 丹



杨钧皓

中国国际金融股份有限公司

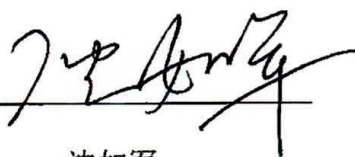
2022年8月8日



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读青岛有屋智能家居科技股份有限公司本次审核中心意见落实函回复的全部内容，了解本回复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，本审核中心意见落实函回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长、法定代表人：_____



沈如军

中国国际金融股份有限公司

2022年8月8日

