

关于深圳市轻松到家科技股份有限公司 挂牌申请文件第一次反馈意见的回复

主办券商



安信证券股份有限公司
Essence Securities Co., Ltd.

二〇一七年五月

关于深圳市轻松到家科技股份有限公司 挂牌申请文件第一次反馈意见的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵司《关于深圳市轻松到家科技股份有限公司挂牌申请文件的反馈意见》（以下简称“《反馈意见》”）的内容要求，安信证券组织拟挂牌公司、会计师事务所、律师事务所对贵司提出的《反馈意见》进行了认真核查和进一步调查，已逐条落实。现将《反馈意见》的落实情况逐条报告如下：

（本回复说明中的简称与《公开转让说明书》中的简称具有相同含义，“项目组”专指安信证券轻松到家项目组）

序号	字体	含义
1	仿宋	反馈意见所列问题
2	宋体加粗	分别列示反馈意见之各小题
3	宋体不加粗	对反馈意见所列问题之回复
4	楷体加粗	对《公开转让说明书》等申报文件的修改或补充披露部分

一、公司特殊问题

1、报告期公司持续大额亏损。公司最近一期收入下滑，报告期公司收入波动明显。请公司：（1）披露持续亏损的原因及合理性，收入波动的原因及合理性，并说明应对的具体措施及有效性；（2）结合行业状况、市场前景、核心资源要素、核心竞争力、业务发展规划、市场开发能力、新业务拓展情况、资金筹资能力、期后签订合同、期后收入及利润实现情况等，评估公司的持续经营能力。请主办券商和会计师针对以上问题以及公司经营模式是否可持续、公司是否具备核心资源要素和核心竞争力、是否符合“具有持续经营能力”的挂牌条件进行核查并发表明确核查意见。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（八）持续亏损的原因及合理性，收入波动的原因及合理性，及应对的具体措施及有效性”补充披露如下内容：

“报告期内，公司营业收入、净利润等主要财务数据如下：

项目	2016年1-10月	2015年度		2014年度
	金额（元）	金额（元）	增幅（%）	金额（元）
营业收入	15,491,541.00	24,721,492.99	789.94	2,777,886.34
营业利润	-27,186,289.10	-61,133,948.54	-	-2,116,877.16
利润总额	-27,016,264.45	-61,134,048.54	-	-2,116,927.16
净利润	-27,016,367.73	-61,134,048.54	-	-2,116,927.16

1、收入波动原因及合理性

报告期内，公司收入波动明显，收入波动主要受公司竞争战略及业务转型

的影响，具体分析如下：

2014年以销售业务为主，占主营业务收入97.61%，销售的产品主要是空调、空气净化器等产品，由于白色家电销售市场已经定型，线下主要有国美、苏宁等连锁巨头，线上主要有天猫、京东等电商巨头，因此公司在白色家电销售市场的竞争力有限，公司于2014年11月转型做家居后市场服务业务。

2015年度公司在一级资本市场的助力下，实行战略性亏损的竞争策略，大幅度让利客户，如提供价格折扣、优惠套餐、会员充值送积分可兑换礼品等，同时为激励技工的积极性，提供了较有吸引力的提成比例及基本薪酬。该策略在2015年度的市场竞争中取得预期效果，全年实现营业收入2,472.15万元，其中安装、保养、维修业务收入合计占比63.25%，公司业务范围从深圳扩展到北京、上海和广州等一线城市，服务品类拓展到空调、油烟机等近十种家电品类，服务了大批客户，培养了消费者习惯，建立了市场口碑。

2016年一级资本市场趋于理性，公司面临改善盈利状况的压力，为改善盈利情况，公司逐步调整了经营策略：①提高单价，同时降低对消费者补贴；②员工由自营模式逐步调整为自营+外包模式，同时合理优化技工薪水报酬（调整基本底薪及提成比例）；③提高技工的上工效率，通过控单系统合理调配技工上工时间和人效利用率；④拓展服务品类，将业务拓展到建材、家具的保养、维修服务；⑤增加客户粘性，提升单位用户的复购率和客单价等。上述措施取得了积极效果，2016年1-10月公司保养、安装、维修服务实现业务收入合计1,380.42万元，占2015年全年服务业务收入的88.29%，服务业务成本合计1,396.41万元，占2015年全年服务业务成本的40.84%，服务业务的毛利率-1.16%，较2015年服务业务毛利率-118.68%大幅好转，其中贡献公司收入65.03%的保养服务毛利率为2.92%，实现毛利为正的良好局面。2016年1-10月营业收入较2015年下降-923.00万元，主要是因为销售业务收入下降-752.72万元，占比81.55%，销售业务收入下降是公司业务转型的结果，2016年1-10月公司家具服务收入占比由2015年度占比63.25%提高至89.85%。

综上所述，报告期内，公司收入波动是竞争战略和业务转型的合理反映。

2、持续亏损的原因及合理性

报告期内，公司持续亏损，一方面是由于公司竞争战略的影响，具体见收入波动的分析，另一方面与公司期间费用较高有关。

报告期内，公司期间费用率如下表所示：

项目	2016年1-10月	2015年度	2014年度
毛利率(%)	0.04	-67.71	13.30
期间费用率(%)	172.75	177.81	72.26
其中：销售费用率(%)	65.4	58.15	15.72
管理费用率(%)	106.68	118.2	56.37
财务费用率(%)	0.67	1.47	0.17
净利率(%)	-174.39	-247.29	-76.21

2014年度、2015年度和2016年1-10月，公司期间费用占营业收入的比重分别为72.26%、177.81%和172.75%，占比较大，原因包括：①公司2015年才大力拓展服务业务，发展时间较短，收入规模较小；②公司为吸引人才，提供了有竞争力的薪酬，2014年度、2015年度和2016年1-10月，职工薪酬占当期销售费用的比例分别是35.68%、71.11%和74.06%，职工薪酬占当期管理费用的比例分别是73.09%、43.97%和35.86%；③公司研发支出、咨询及中介费较高，2014年度、2015年度和2016年1-10月研发支出分别占当期管理费用的6.76%、14.09%、21.20%，2015年度和2016年1-10月咨询及中介服务费占当期管理费用的11.62%、16.36%，咨询及中介服务费主要是支付给星汉凯旋的财务顾问费用。

报告期内，销售费用明细表如下：

货币单位：元

项目	2016年1-10月	2015年度	2014年度
职工薪酬	7,503,387.46	10,221,638.00	155,778.54
办公通讯及邮费	1,080,015.60	2,610,660.45	202,791.64
租赁及水电费	999,656.38	519,557.21	-
业务招待及差旅费	457,312.99	472,662.04	69,123.16
培训及中介服务费	46,354.86	526,849.30	-

项目	2016年1-10月	2015年度	2014年度
折旧及摊销	38,227.07	13,307.08	-
其他	6,147.15	10,074.04	8,877.00
合计	10,131,101.51	14,374,748.12	436,570.34

2014年度、2015年度和2016年1-10月，公司销售费用占营业收入的比重分别为15.72%、58.15%和65.40%。销售费用主要由职工薪酬组成，2014年度、2015年度和2016年1-10月职工薪酬占当期销售费用的比例分别是35.68%、71.11%和74.06%。2014年公司业务尚属于起步阶段，公司尚着重于内部建设，对市场的开拓力度不大，销售费用较低；2015年职工薪酬增至1,022.16万元、办公通讯及邮费达261.07万元，主要在于公司为拓展业务新招聘了大量市场人员，扩展了北京、上海、广州市场，销售团队持续扩大，因此职工薪酬和办公通讯及邮费增长较快；2016年1-10月，公司销售费用与2015年相比结构基本保持稳定，预计全年销售费用较2015年持平或略有下降。

报告期内，管理费用明细如下：

货币单位：元

项目	2016年1-10月	2015年度	2014年度
职工薪酬	5,927,036.64	12,849,135.12	1,157,326.51
研发费用	3,503,504.60	4,116,058.69	105,810.30
咨询及中介服务费	2,703,747.26	3,396,061.22	-
租赁及水电费	2,322,050.04	5,366,737.46	113,813.94
折旧及无形资产摊销	697,605.99	319,801.75	15,642.09
办公、通讯、宣传及邮费	591,199.46	1,172,202.58	56,922.80
业务招待及差旅费	468,854.39	1,105,201.48	45,719.03
汽车、维修及劳保费	222,379.70	853,442.07	47,381.90
其他	86,811.77	26,413.88	22,593.27
印花税及其他税费	3,732.50	15,228.96	804.22
合计	16,526,922.35	29,220,283.21	1,566,014.06

公司的的管理费用主要为职工薪酬、研发费用、咨询及中介服务费、租赁

及水电费等组成，其中 2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-10 月职工薪酬占当期管理费用的比例分别是 73.09%、43.97%和 35.86%，研发支出分别占当期管理费用的 6.76%、14.09%、21.20%，2015 年度和 2016 年 1-10 月咨询及中介服务费占当期管理费用的 11.62%、16.36%，三项合计分别占当期管理费用的 80.66%、69.68%和 73.42%。

公司研发费用主要为职工薪酬、租赁及水电费等构成，2014 年公司刚开始启动售后服务业务，研发投入较少且主要采用外包方式；2015 年公司设立了技术部，专门从事轻松家电移动客户端软件的研发，随着研发团队的扩大，2015 年研发费用较 2014 年增长了 401.02 万元，2016 年 1-10 月公司继续加强研发。2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-10 月，公司研发费用分别占当期营业收入的 3.81%、16.65%和 22.62%，高强度的研发投入虽然会影响当期净利润率，但可以完善客户端 APP 等软件的功能，提升用户体验，增强公司长期竞争力。

综上所述，报告期内，公司持续亏损，一方面是由于公司竞争战略及业务转型的影响，另一方面是受期间费用较大的影响。

3、应对的具体措施及有效性

公司为提高营业收入、改善盈利状况，采取了如下措施：

（1）拓展服务区域

公司的服务区域从深圳、北京、上海、广州四个一线城市拓展到成都、青岛、厦门等二线城市，公司凭借良好的口碑、优质的服务不断拓展服务区域，为更多区域的客户提供“互联网+”益民服务。

（2）拓展服务品类

报告期内，公司家居服务业务主要包括从安装、保养、维修业务。截止本反馈回复出具之日，公司业务已经拓展到家庭服务品类和企业服务品类两大类，具体如下：

①家庭服务品类



②企业服务品类



未来，公司将根据市场需求适时推出新的服务品类，以拓展服务品类，增加用户粘性。

(3) 拓展渠道资源

公司大力拓展渠道资源，加强与各业务渠道的合作，采取分成等轻量的运营手段，从而降低获客成本。公司积极拓展渠道资源，已经与京东、新美大、58 同城等大流量平台，招商物业、万科物业、碧桂园等大型物业，艾沃、科勒、安吉尔等知名商家，中国人民公安大学、深圳市公安局、南方科技大学等企事业单位，小米、天威视讯、图灵猫等智能家居类知名品牌建立了密切的合作关系。

(4) 多种方式改善盈利情况

公司通过优化调整用户补贴，重点运营部分渠道，提升客单价，不断优化服务流程及标准，实现成本的进一步压缩。其中，压缩成本方面，公司持续迭代优化技工的薪酬结构，更加有效合理派单，盘活技工的空闲时间，增加每日接单量，从而达到实现更少的人完成更多的订单之目标。公司下一步将通过以下手段持续提升毛利率水平：

家庭服务（B2C）：提升客单价；拓展渠道接入数量提升订单密度；优化供

给力量区域配额；优化自营及准自营技工比例；优化技工薪资结构、补贴规则。

品牌售后服务（B2B）：拓展品牌、大客户接入数量提升订单密度（可减少技工远程补贴）；优化技工薪资结构、补贴规则；达到一定规模后，拥有更多两端定价权，对两端价格分阶段调整。

公司上述经营策略已经取得明显效果，2016年1-10月服务业务收入占到2015年全年服务业务收入的88.29%（销售业务收入大幅下降是公司主动进行业务转型的结果）；2016年1-10月服务业务成本占2015年全年服务业务成本的40.84%；2016年1-10月服务业务的毛利率-1.16%较2015年度服务业务毛利率-118.68%大幅好转。

4、公司的持续经营能力分析

公司具有持续经营能力，具体分析如下：

（1）行业状况与市场前景分析

据赛迪网调查统计，2020年全球将会有4.70亿可联网的家用电器，其中我国智能电视渗透率将达到93.00%，智能洗衣机、智能冰箱、智能空调的渗透率将分别增至45.00%、38.00%、55.00%。根据奥维咨询预测，到2020年，智能家电整体产值将破10,000.00亿，其中智能硬件的产值将超过6,000.00亿。可以预见，我国智能家电的前景非常广阔。而家电智能化的同时，也将伴随着安装愈加复杂，售后维修保养更加专业化的趋势，而缺乏相应专业工具和技能的普通消费者显然难以做到，这就给家电后市场带了无限的商机。

2015年9月，国务院发布《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》，首次在政策鼓励O2O发展。随着传统线下行业纷纷触网，纯线上网商走向线下，线上线下融合发展的O2O模式已成为趋势。2015年，中国电子商务市场规模达16.40万亿，其中本地生活服务O2O业务规模达8,797.00亿，在2011-2015年业务规模每年增长率均在33%以上，但是渗透率偏低。预计移动互联网持续的渗透与城市化的推进，O2O服务业在电子商务市场的规模中所占的份额将持续走高，产业规模将是万亿级水平。

因此，公司所处行业发展前景十分广阔，并且公司提供的家庭专业服务

(B2C) 与品牌售后服务 (B2B) 属于“互联网+”益民服务领域，有望使人们的生活更加便捷、舒适、高效，是政府政策鼓励发展的领域。

(2) 核心资源要素与核心竞争力分析

①技术优势：公司核心技术主要是自主研发，公司高度重视技术研发，公司拥有多名资深的软件行业专家，在软件开发领域有着十几年的丰富经验和精湛专业技能。公司基于自主研发的“轻松到家”APP、微信公众号、分销管家等自建渠道提供服务，公司在订单调度处理系统方面处在行业领先水平。

②服务优势：公司有产品团队、服务管理团队对产品和服务进行研发、培训及质量管控；同时，公司统一采用先进的预约派单制和派单到人制，强化了流程管控，用户体验感好，公司研发了专门针对服务人员的 SAAS 系统，进一步提高了人员管理的效率。

③商务拓展与渠道优势：公司汇集一批来自海尔、格力、美的、三星、苏宁、阿里巴巴等国内外知名企业的商务人才，在商务开拓及产业链相关资源整合方面有强大竞争力。

目前，公司在 B2C 方面，与京东、新美大、百度糯米等互联网平台；招商、万科、华润等大型物业公司；深圳市公安局南山分局、成都电信、南方科技大学等企事业单位建立了战略合作关系，承接其家居保养、维修等业务。在 B2B 方面，与雷士、爱华普、泉露、云米、绿米、奥普等品牌厂商开展合作，承接其售后安装及维修业务。

④用户优势：公司始终将客户放在公司发展战略的首位，在发展过程中积累了一大批重要领域的优质客户，客户主要覆盖海量的 C 端用户及政府机构、企事业单位等所有对家居产品售后服务有需求的 B 端用户，涵盖了国民经济的绝大部分领域。

⑤公司具有经营所需的核心资源要素：公司及其子公司具有 25 个商标、1 个域名、2 个已受理专利申请、3 项软件著作权；公司拥有卓越的领导团队和高素质的技工队伍；公司重视研发，2015 年度和 2016 年 1-10 月研发支出分别占当期营业收入的 16.65%、22.61%，自主研发的系统有《轻松到家用户平台》、《轻

松到家师傅平台》、《基于 LBS 的订单调度系统》、《运营分析平台》、《轻松到家平台管理系统》、《轻松到家公众平台》、《轻松到家小程序》、《轻松到家商户平台》、《轻松到家官网》等，公司在订单调度处理系统方面处在行业领先水平，通过移动互联网技术，实现从收单、派单全流程自动化处理，以及服务全流程监控预警处理。

(3) 业务拓展情况

报告期内，公司家居服务业务主要包括从安装、保养、维修业务。截止本反馈回复出具之日，公司业务已经拓展到家庭服务品类和企业服务品类两大类，具体如下：

①家庭服务品类



②企业服务品类



未来，公司将根据市场需求适时推出新的服务品类，以拓展服务品类，增加用户粘性。

(4) 业务发展规划

①拓展服务区域：公司的服务区域已经从深圳、北京、上海、广州四个一线城市拓展到成都、青岛、厦门等二线城市，公司将继续拓展其他二三线城市，为更多区域的客户提供“互联网+”益民服务。

②拓展服务品类：报告期内，公司的家居服务业务主要为安装、保养、维修服务，截止本反馈回复出具之日，公司业务已经拓展到家庭服务品类和企业服务品类两大类。未来，公司将根据市场需求适时推出新的服务品类，以拓展服务品类，增加用户粘性。

③拓展渠道资源：公司大力拓展渠道资源，加强与各业务渠道的合作，采取分成等轻量的运营手段，从而降低获客成本，已经与京东、新美大、58同城等大流量平台，招商物业、万科物业、碧桂园等大型物业，艾沃、科勒、安吉尔等知名商家，中国人民公安大学、深圳市公安局、南方科技大学等企事业单位，小米、天威视讯、图灵猫等智能家居类知名品牌建立了密切的合作关系。

报告期后，公司大力发展 2B 业务，并已经与 53 家企业签订框架协议，具体见本回复期后合同部分。

④多种方式改善盈利情况：公司通过多种途径改善盈利情况，如公司通过优化调整用户补贴，重点运营部分渠道，提升客单价，不断优化服务流程及标准；公司持续迭代优化技工的薪酬结构，更加有效合理派单，盘活技工的空闲时间，增加每日接单量，从而达到实现更少的人完成更多的订单之目标。

（5）资金筹资能力

公司已经完成了天使轮、A 轮、A+轮、B 轮共 4 轮融资，具体如下：

①天使轮（董庭匡、陈桂珍、朱向荣、田芳、星汉凯旋）

2015 年 4 月 10 日，董庭匡、陈桂珍、朱向荣、田芳分别以 135.28 万元、90.25 万元、90.25 万元、50.00 万元的价格受让公司出资额 135.28 万元、90.25 万元、90.25 万元、50.00 万元，转让价格均为 1 元人民币/1 元出资额。

2015 年 6 月 3 日，星汉凯旋分别以 45.00 万元的价格受让公司出资额 45.00 万元，转让价格均为 1 元人民币/1 元出资额。

2015 年 6 月 3 日，吴宵光、汪姜维分别以 20.00 万元、10.00 万元的价格受让公司出资额 20.00 万元、10.00 万元，转让价格均为 1 元人民币/1 元出资额。

②A 轮（吴宵光、汪姜维、光信六号、祥峰资本）

2015 年 7 月 2 日，光信六号以 2,140.88 万元的价格认购公司 133.33 万元新增注册资本本次增资的增资价格为 16.06 元人民币/1 元出资额。

2015 年 7 月 31 日，祥峰资本以 525.00 万美元（折合人民币 3,362.26 万元）认购公司新增注册资本 200.00 万元，本次增资的增资价格为 16.81 元人民币/1 元出资额。

③A+轮（星汉恒泰、雷雨追梦、曾志伟）

2016 年 3 月 22 日，星汉恒泰、雷雨追梦、曾志伟分别以 1,240.00 万元、1,000.00 万元、560.00 万元认购公司 65.61 万元、52.91 万元、29.63 万元的新增注册资本，本次增资的增资价格均为 18.90 元人民币/1 元出资额。

④B 轮（投控东海）

2016 年 9 月 1 日，投控东海以 4,000.00 万元的价格认购公司 221.37 万元新增注册资本本次增资的增资价格 18.07 元人民币/1 元出资额。

综上所述，公司融资能力较强，四轮融资合计 12,743.92 万元；公司股东实力雄厚，既有如光信六号、祥峰资本、星汉恒泰、雷雨追梦等专业投资者，也有曾志伟等社会知名人士。公司凭着领先的商业模式、优秀的领导团队、广阔的发展前景，吸引了众多外部有意向的投资者。另外，公司将根据发展目标，制定合理的融资策略，确保有足够的资金支持运营与扩张。

（6）期后签订合同情况

C 端客户一般通过公司 APP、微信号等直接下单，不会签订合同；B 端客户一般与公司签订框架协议，以实际服务订单为结算依据。

报告期后，公司签订的合同情况如下：

2016 年 11 月签约公司：中山市灯屋灯饰有限公司、中山市东瑞美照明科技有限公司、深圳市维义照明有限公司、广州增城泉露净水设备有限公司、中山市迈博照明电器有限公司、合肥希力电器有限公司、科勒、深圳市七牛电子商务有限公司、中山市木缘人灯饰有限公司、万盛永嘉卫浴专卖店、深圳市梵楠

斯实业有限公司、中山尊阁家居用品有限公司、广州德亿电器有限公司、江门市品拓照明有限公司、深圳市享受美灯饰有限公司、深圳市丰泽圆灯饰有限公司、碧林商贸有限公司、龙禹商贸有限公司、上海博诗环保科技有限公司、深圳圣朗博灯饰照明有限公司、龙凤卫浴工厂店、长沙沐呐洁具有限公司、广东艾沃科技有限公司。

2016年12月签约公司：浙江艺清阁卫浴、江门市东联网络科技有限公司、酷蛙电器有限公司、深圳市宇宸灯饰照明有限公司、欧艺居灯饰、朵美旗舰店、中山市新世源照明有限公司、上海厨卫店、中山市小榄镇东渝照明电器厂、国际品牌卫浴体验馆、柏瑞柏莹建材有限公司、唯木世家、格美汇网络科技有限公司。

2017年1月签约公司：哈尔滨转换电子商务有限公司、北方建材商贸城、广州璇音数码科技有限公司。

2017年2月签约公司：优速水处理、广东唯一卫浴有限公司、中山市鸿壬灯饰有限公司。

2017年3月签约公司：深圳市气象局、南方科技大学物业管理有限公司、深圳市华侨城物业管理有限公司、中山市尼光灯饰有限公司、南安亚美卫浴有限公司、中山市凯图灯饰有限公司、合肥松浦环保科技有限公司、中山市给亮照明电器有限公司、中山米居照明有限公司、中山市给亮照明电器有限公司。

(7) 期后收入及利润实现情况

公司主要财务指标如下表所示：

单位：万元

	2016年度	2016年1-10月	2015年度	2014年度
营业收入	1,777.98	1,549.15	2,472.15	277.79
营业成本	1,845.38	1,548.48	4,145.94	240.83
营业利润	-3,776.89	-2,718.63	-6,113.39	-211.69
净利润	-3,785.87	-2,701.64	-6,113.40	-211.69
毛利率(%)	-3.79	0.04	-67.71	13.30
净利率(%)	-212.93%	-174.39	-247.29	-76.21

备注：2016年度财务数据未经审计

从上述财务数据可见，2016 年度营业收入较 2015 年度减少-694.17 万元，主要是因为公司在做业务转型，空调、空气净化器等销售业务被逐步放弃，公司业务重心放在服务业务。2016 年度服务业务增加 58.53 万元。因此，仅考虑服务业务，公司服务业务收入维持增长。

2016 年度公司多措施改善盈利情况，2016 年度毛利率-3.79%较 2015 万元大幅改善；2016 年度公司亏损 3,785.87 万元，较 2015 年度亏损 6,113.40 万元大幅好转；2016 年度公司净利率-212.93%与 2015 年度净利率-247.29%相当，一方面是由于公司业务转型，销售业务被逐步放弃，营业收入下降；另一方面是 2016 年度公司研发费用、融资顾问费、新三板中介费等支出较高，使得期间费用率维持较高水平。

单位：万元

	2017 年 1-3 月	2016 年 1-3 月
营业收入	315.54	272.82
营业成本	366.56	338.69
营业利润	-768.04	-826.47
净利润	-769.89	-827.95
毛利率 (%)	-16.17	-24.14
净利率 (%)	-243.99	-303.48

备注：2017 年 1-3 月财务数据未经审计

2017 年第一季度，公司营业收入较同期增长 15.66%，保持稳健增长；2017 年第一季度，公司亏损 769.89 万元，较同期亏损 827.95 万元大幅好转，说明公司改善盈利状况的策略效果显著；2017 年度公司毛利率-16.17%、净利率-243.99%均较同期大幅好转。

2017 年第一季度毛利率较 2016 年度第一季度环比下降，主要系技工人力成本影响。2016 年第一季度公司以自营技工为主，固定开支、工资成本高。2017 年第一季度公司已完成技工团队调整，调整为外包技工为主，自营技工为辅，使固定开支、工资成本大幅下降。与此同时，公司不断加强对外包人员的培训、派单流程改进，充分提升外包人效。

因此，从期后收入及利润实现情况看，公司期后收入稳健增长、盈利情况大幅改善。

（8）总结分析

综上所述，从行业状况与市场前景、核心资源要素与核心竞争力、业务拓展情况、业务发展规划、资金筹资能力、期后签订合同情况、期后收入及利润实现情况等多个维度分析，公司具有持续经营能力。”

主办券商回复：

（1）请主办券商和会计师针对以上问题以及公司经营模式是否可持续、公司是否具备核心资源要素和核心竞争力、是否符合“具有持续经营能力”的挂牌条件进行核查并发表明确核查意见。

核查手段：

项目组访谈公司管理层、审计师、律师，查阅公司审计报告、验资报告、查询相关研究报告，查询公司网站、APP、微信号等，获取有关影响公司持续经营能力的相关信息。

核查过程：

公司具有持续经营能力，论证如下：

根据《全国中小企业股份转让系统挂牌业务问答——关于挂牌条件适用若干问题的解答（一）》以及《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》第二款持续经营能力的相关规定，申请挂牌公司存在以下情形之一的，应被认定其不具有持续经营能力：（一）未能在每一个会计期间内形成与同期业务相关的持续营运记录；（二）报告期连续亏损且业务发展受产业政策限制；（三）报告期期末净资产额为负数；（四）存在其他可能导致对持续经营能力产生重大影响的事项或情况。

根据《审计报告》，公司在报告期内有持续的营运记录，其中 2014 年度、2015 年度、2016 年 1-10 月，主营业务收入分别是 2,777,886.34 元、24,721,492.99 元、15,362,842.60 元；2014 年度、2015 年度、2016 年 1-10 月，销售商品、提供劳务收到的现金分别是 3,238,856.05 元、24,430,565.68 元、18,702,238.72 元；2014

年度、2015 年度、2016 年 1-10 月，研发费用分别是 105,810.30 元、4,116,058.69 元、3,503,504.60 元；截至目前，公司注册用户数 489,361 个，下单数 202,136 个，复购数 63,598 个，下单率 41.31%，复购率 31.46%，公司注册用户数量逐步增长；。因此，公司不存在未能在每一个会计期间内形成与同期业务相关的持续营运记录的情况。

根据国家发改委《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 年版）》，公司业务属于“1 新一代信息技术产业”之“1.2 信息技术服务”之“1.2.2‘互联网+’应用服务”，具体定义为：“主要包括‘互联网+’创业创新、协同制造、现代农业、智慧能源、普惠金融、益民服务（教育、医疗、就业、社保、广播电视、智慧社区等领域）、高效物流、电子商务、便捷交通、绿色生态等方面的应用服务。”公司提供的家庭专业服务（B2C）与品牌售后服务(B2B)属于“互联网+”益民服务领域，有望使人们的生活更加便捷、舒适、高效。因此公司不存在报告期连续亏损且业务发展受产业政策限制的情况。

截止 2016 年 10 月 31 日，公司所有者权益合计 42,166,206.22 元，其中归属于母公司的所有者权益 42,166,206.22 元，因此公司不存在报告期期末净资产额为负数的情况。

截止 2016 年 10 月 31 日，公司流动比率 5.28 倍，短期偿债能力较强，不存在无法偿还的到期债务；截止本回复签署之日，对张忠、谭良肖和钱永明的其他应付款合计 300.00 万元已还清，款项性质为投资诚意金；公司无银行借款，不存在无法继续履行重大借款合同中的有关条款情况；公司取得了税务部分的无违规证明，不存在大额的逾期未缴税金；公司主要依靠天使投资人、机构投资者的投资，不存在过度依赖短期借款筹资的情况；公司能够获得供应商的正常商业信用；2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-10 月，公司研发费用分别占当期营业收入的 3.81%、16.65%和 22.62%，公司具有研发、投资所需资金；公司不存在资不

抵债的情况；公司不存在关联方占用公司资金、资产的情况；公司没有营业收入占比超过 10%的子公司，不存在重要子公司无法持续经营且未进行处理的情况；截止 2016 年 10 月 31 日，公司资产中货币资金占比 81.79%，不存在大量长期未作处理的不良资产；公司不存在因对外巨额担保、重大未决诉讼等或有事项引发的或有负债。

公司在经营方面不存在可能导致对持续经营假设产生重大疑虑的事项，如①关键管理人员离职且无人替代；②主导服务/产品不符合国家产业政策；③失去主要市场、特许权或主要供应商；④人力资源或重要原材料短缺。

公司不存在“严重违反有关法律法规或政策；异常原因导致停工、停产；有关法律法规或政策的变化可能造成重大不利影响；经营期限即将到期且无意继续经营；投资者未履行协议、合同、章程规定的义务，并有可能造成重大不利影响；因自然灾害、战争等不可抗力因素遭受严重损失”等情况。

项目组参考《挂牌审查一般问题内核参考要点（试行）》之“6.持续经营能力公司应结合营运记录（可采用多维度界定，如：现金流量、营业收入、交易客户、研发费用、合同签订情况、行业特有计量指标等情况）、资金筹资能力（如：挂牌并发行）等量化指标，以及行业发展趋势、市场竞争情况、公司核心优势（如：技术领先性）、商业模式创新性、风险管理、主要客户及供应商情况、期后合同签订以及盈利情况等方面评估公司在可预见的未来的持续经营能力。”从以下几个方面论证公司持续经营能力：

1、报告期内，公司经营情况分析

报告期内，公司主营业务收入情况如下：

货币单位：元

序号	项目	2016 年 1-10 月		2015 年度		2014 年度	
		营业收入（元）	占比（%）	营业收入（元）	占比（%）	营业收入（元）	占比（%）
1	安装	730,716.20	4.76	1,817,279.50	7.35	3,443.82	0.12

2	维修	3,082,698.39	20.07	1,873,961.70	7.58	203.77	0.01
3	保养	9,990,783.71	65.03	11,944,450.29	48.32	62,854.21	2.26
4	销售	1,558,644.30	10.15	9,085,801.50	36.75	2,711,384.54	97.61
	合计	15,362,842.60	100.00	24,721,492.99	100.00	2,777,886.34	100.00

报告期内，公司毛利率、期间费用率、净利率如下：

项目	2016年1-10月	2015年度	2014年度
毛利率（%）	0.04	-67.71	13.30
期间费用率（%）	172.75	177.81	72.26
其中：销售费用率（%）	65.4	58.15	15.72
管理费用率（%）	106.68	118.2	56.37
财务费用率（%）	0.67	1.47	0.17
净利率（%）	-174.39	-247.29	-76.21

2014年度、2015年度和2016年1-10月主营业务毛利率分别为13.30%、-67.71%和-0.55%（2016年1-10月综合毛利率是0.04%），报告期内，公司毛利率波动较大，主要受公司业务结构及公司战略的影响。

2014年公司毛利率较高，是因为2014年度收入主要来自于销售业务，销售的产品主要是空调、空气净化器等家电产品，销售业务人工成本低，毛利较高，家居保养、安装、维修服务尚未实际展开。

2015年公司大力拓展家电保养、安装、维修服务，其中保养服务贡献了公司近一半的收入，公司业务结构发生较大变化，公司家电售后服务亏损较大的原因，一方面是因为家电后市场在O2O到家服务领域属于模式重、成本大、运营复杂、难标准化的细分领域，为保证服务质量、增加用户粘性，公司未采用平台分流模式，而是采用自营技工的模式，这大大增加了公司的人工成本；另一方面是公司为了迅速开拓市场、获取用户，公司采用了让利客户的战略，如提供价格折扣、优惠套餐、会员充值送积分可兑换礼品等，同时为激励技工的积极性，提供了较有吸引力的提成比例。公司上述战略成功实现了业务转型和市场拓展，一方面2015年营业收入较2014年增幅达到789.94%，且保养、安装、维修等售后服务收入占比达到63.25%；另一方面，公司业务范围从深圳扩展到北京、上海和

广州等一线城市，服务品类拓展到空调、油烟机等近十种家电品类，服务了大批客户，培养了消费者习惯，建立了市场口碑，但上述战略也使得公司人力成本大幅上升、毛利率大幅下降。

2016 年公司大力拓展渠道资源，加强与各异业渠道的合作，采取分成等轻量的运营手段，从而降低获客成本；同时，也在不断补充业务品类及服务区域，扩大用户范围。另外公司不断探索更多的手段，持续加大压缩成本。公司积极拓展渠道资源，已经与京东、新美大、58 同城等大流量平台，招商物业、万科物业、碧桂园等大型物业，艾沃、科勒、安吉尔等知名商家，中国人民公安大学、深圳市公安局、南方科技大学等企事业单位，小米、天威视讯、图灵猫等智能家居类知名品牌建立了密切的合作关系；公司积极拓展业务品类，2016 年 4 月，公司开始提供家居的售后保养、维修、安装服务；公司积极拓展服务区域，2016 年公司的服务区域从深圳、北京、上海、广州四个一线城市拓展到成都、青岛、厦门等二线城市。2016 年 1-10 月公司保养、安装、维修服务实现业务收入合计 1,380.42 万元，占 2015 年全年服务业务收入的 88.29%，服务业务成本合计 1,396.41 万元，占 2015 年全年服务业务成本的 40.84%，服务业务的毛利率-1.16%，较 2015 年服务业务毛利率-118.68%大幅好转，其中贡献公司收入 65.03%的保养服务毛利率为 2.92%，实现毛利为正的良好局面。预计 2016 年全年公司服务业务收入与 2015 年相当，而服务业务成本较 2015 年下降一半左右。

2016 年 1-10 月公司主营业务毛利率-0.55%，较 2015 年度主营业务毛利率-67.71%大幅改善。公司管理层在 2016 年通过减少用户补贴，重点运营部分渠道，提升客单价、以及不断优化服务流程及标准，实现成本的进一步压缩。其中，压缩成本方面，公司持续迭代优化技工的薪酬结构，更加有效合理派单，盘活技工的空闲时间，增加每日接单量，从而达到实现更少的人完成更多的订单之目标。

报告期内，公司主营业务按区域划分的具体情况如下：

地区	2016 年 1-10 月			2015 年度			2014 年度		
	金额 (元)	占比 (%)	毛利率 (%)	金额 (元)	占比 (%)	毛利率 (%)	金额 (元)	占比 (%)	毛利率 (%)
深圳市	11,899,961.53	77.46	18.52	18,274,935.00	73.92	-45.56	2,777,886.34	100.00	13.30
北京市	2,193,336.03	14.28	-51.21	3,675,804.00	14.87	-116.06	-	-	

上海市	747,254.87	4.86	-98.05	1,249,081.99	5.05	-138.97	-	-	
广州市	522,290.17	3.40	-82.85	1,521,672.00	6.16	-123.12	-	-	
总计	15,362,842.60	100.00	-0.55	24,721,492.99	100.00	-67.71	2,777,886.34	100.00	13.30

备注：由于青岛、成都、厦门的业务刚开展，收入较少，未单独列示，统一计入 2016 年 1-10 月深圳市的收入中。

报告期内，公司以深圳市为基地，2015 年将公司业务拓展至北京、上海、广州，实现四个一线城市全覆盖，2016 年公司业务拓展至青岛、成都、厦门等主要二线城市。2014 年度、2015 年度和 2016 年度 1-10 月来自深圳市的收入占比分别是 100.00%、73.92%和 77.46%，其中 2016 年 1-10 月深圳市业务实现了 18.52% 的毛利率。北京、上海、广州地区公司拓展业务开展时间较短，尚未实现正毛利，但深圳地区的成功经验可以应用于其他一、二线城市。

2、行业状况与市场前景分析

据赛迪网调查统计，2020 年全球将会有 4.70 亿可联网的家用电器，其中我国智能电视渗透率将达到 93.00%，智能洗衣机、智能冰箱、智能空调的渗透率将分别增至 45.00%、38.00%、55.00%。根据奥维咨询预测，到 2020 年，智能家电整体产值将破 10,000.00 亿，其中智能硬件的产值将超过 6,000.00 亿。可以预见，我国智能家电的前景非常广阔。而家电智能化的同时，也将伴随着安装愈加复杂，售后维修保养更加专业化的趋势，而缺乏相应专业工具和技能的普通消费者显然难以做到，这就给家电后市场带了无限的商机。

2015 年 9 月，国务院发布《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》，首次在政策鼓励 O2O 发展。随着传统线下行业纷纷触网，纯线上网商走向线下，线上线下融合发展的 O2O 模式已成为趋势。2015 年，中国电子商务市场规模达 16.40 万亿，其中本地生活服务 O2O 业务规模达 8,797.00 亿，在 2011-2015 年业务规模每年增长率均在 33%以上，但是渗透率偏低。预计移动互联网持续的渗透与城市化的推进，O2O 服务业在电子商务市场的规模中所占的份额将持续走高，产业规模将是万亿级水平。

因此，公司所处行业发展前景十分广阔，并且公司提供的家庭专业服务（B2C）与品牌售后服务(B2B)属于“互联网+”益民服务领域，有望使人们的生活更加便捷、舒适、高效，

是政府政策鼓励发展的领域。

3、核心资源要素与核心竞争力分析

①技术优势：公司核心技术主要是自主研发，公司高度重视技术研发，公司拥有多名资深的软件行业专家，在软件开发领域有着十几年的丰富经验和精湛专业技能。公司基于自主研发的“轻松到家”APP、微信公众号、分销管家等自建渠道提供服务，公司在订单调度处理系统方面处在行业领先水平。

②服务优势：公司有产品团队、服务管理团队对产品和服务进行研发、培训及质量管控；同时，公司统一采用先进的预约派单制和派单到人制，强化了流程管控，用户体验感好，公司研发了专门针对服务人员的SAAS系统，进一步提高了人员管理的效率。

③商务拓展与渠道优势：公司汇集一批来自海尔、格力、美的、三星、苏宁、阿里巴巴等国内外知名企业的商务人才，在商务开拓及产业链相关资源整合方面有强大竞争力。

目前，公司在B2C方面，与京东、新美大、百度糯米等互联网平台；招商、万科、华润等大型物业公司；深圳市公安局南山分局、成都电信、南方科技大学等企事业单位建立了战略合作关系，承接其家居保养、维修等业务。在B2B方面，与雷士、爱华普、泉露、云米、绿米、奥普等品牌厂商开展合作，承接其售后安装及维修业务。

④用户优势：公司始终将客户放在公司发展战略的首位，在发展过程中积累了一大批重要领域的优质客户，客户主要覆盖海量的C端用户及政府机构、企事业单位等所有对家居产品售后服务有需求的B端用户，涵盖了国民经济的绝大部分领域。

⑤公司具有经营所需的核心资源要素：公司及其子公司具有25个商标、1个域名、2个已受理专利申请、3项软件著作权；公司拥有卓越的领导团队和高素质的技工队伍；公司重视研发，2015年度和2016年1-10月研发支出分别占当期营业收入的16.65%、22.61%，自主研发的系统有《轻松到家用户平台》、《轻松到家师傅平台》、《基于LBS的订单调度系统》、《运营分析平台》、《轻松到家平台管理系统》、《轻松到家公众平台》、《轻松到家小程序》、《轻松到家商户平台》、《轻松到家官网》等，公司在订单调度处理系统方面处在行业领先水平，通过移动互联网技术，实现从收单、派单全流程自动化处理，以及服务全流程监控预警处理。

4、业务拓展情况

拓展服务品类

报告期内，公司家居服务业务主要包括从安装、保养、维修业务。截止本反馈回复出具之日，公司业务已经拓展到家庭服务品类和企业服务品类两大类，具体如下：

①家庭服务品类



②企业服务品类



未来，公司将根据市场需求适时推出新的服务品类，以拓展服务品类，增加用户粘性。

5、业务发展规划

①拓展服务区域：公司的服务区域已经从深圳、北京、上海、广州四个一线城市拓展到成都、青岛、厦门等二线城市，公司将继续拓展其他二三线城市，为更多区域的客户提供“互联网+”益民服务。

②拓展服务品类：报告期内，公司的家居服务业务主要为安装、保养、维修服务，截止本反馈回复出具之日，公司业务已经拓展到家庭服务品类和企业服务品类两大类。未来，公司将根据市场需求适时推出新的服务品类，以拓展服务品类，增加用户粘性。

③拓展渠道资源：公司大力拓展渠道资源，加强与各业务渠道的合作，采取分成等轻量的运营手段，从而降低获客成本，已经与京东、新美大、58同城等大流量平台，招商物业、万科物业、碧桂园等大型物业，艾沃、科勒、安吉尔等知名商家，中国人民公安大学、深圳市公安局、南方科技大学等企事业单位，小米、天威视讯、图灵猫等智能家居类知名品牌建立了密切的合作关系。

报告期后，公司大力发展 2B 业务，并已经与 53 家企业签订框架协议，具体见本回复期后合同部分。

④多种方式改善盈利情况：公司通过多种途径改善盈利情况，如公司通过优化调整用户补贴，重点运营部分渠道，提升客单价，不断优化服务流程及标准；公司持续迭代优化技工的薪酬结构，更加有效合理派单，盘活技工的空闲时间，增加每日接单量，从而达到实现更

少的人完成更多的订单之目标。

6、资金筹资能力

公司已经完成了天使轮、A轮、A+轮、B轮共4轮融资，具体如下：

①天使轮（董庭匡、陈桂珍、朱向荣、田芳、星汉凯旋）

2015年4月10日，董庭匡、陈桂珍、朱向荣、田芳分别以135.28万元、90.25万元、90.25万元、50.00万元的价格受让公司出资额135.28万元、90.25万元、90.25万元、50.00万元，转让价格均为1元人民币/1元出资额。

2015年6月3日，星汉凯旋分别以45.00万元的价格受让公司出资额45.00万元，转让价格均为1元人民币/1元出资额。2015年6月3日，吴宵光、汪姜维分别以20.00万元、10.00万元的价格受让公司出资额20.00万元、10.00万元，转让价格均为1元人民币/1元出资额。

②A轮（吴宵光、汪姜维、光信六号、祥峰资本）

2015年7月2日，光信六号以2,140.88万元的价格认购公司133.33万元新增注册资本。本次增资的增资价格为16.06元人民币/1元出资额。

2015年7月31日，祥峰资本以525.00万美元（折合人民币3,362.26万元）认购公司新增注册资本200.00万元，本次增资的增资价格为16.81元人民币/1元出资额。

③A+轮（星汉恒泰、雷雨追梦、曾志伟）

2016年3月22日，星汉恒泰、雷雨追梦、曾志伟分别以1,240.00万元、1,000.00万元、560.00万元认购公司65.61万元、52.91万元、29.63万元的新增注册资本，本次增资的增资价格均为18.90元人民币/1元出资额。

④B轮（投控东海）

2016年9月1日，投控东海以4,000.00万元的价格认购公司221.37万元新增注册资本。本次增资的增资价格为18.07元人民币/1元出资额。

综上所述，公司融资能力较强，四轮融资合计12,743.92万元；公司股东实力雄厚，既有如光信六号、祥峰资本、星汉恒泰、雷雨追梦等专业投资者，也有

曾志伟等社会知名人士。公司凭着领先的商业模式、优秀的领导团队、广阔的发展前景，吸引了众多外部有意向的投资者。另外，公司将根据发展目标，制定合理的融资策略，确保有足够的资金支持运营与扩张。

7、期后签订合同情况

C 端客户一般通过公司 APP、微信号等直接下单，不会签订合同；B 端客户一般与公司签订框架协议，以实际服务订单为结算依据。

报告期后，公司签订的合同情况如下：

2016 年 11 月签约公司：中山市灯屋灯饰有限公司、中山市东瑞美照明科技有限公司、深圳市维义照明有限公司、广州增城泉露净水设备有限公司、中山市迈博照明电器有限公司、合肥希力电器有限公司、科勒、深圳市七牛电子商务有限公司、中山市木缘人灯饰有限公司、万盛永嘉卫浴专卖店、深圳市梵楠斯实业有限公司、中山尊阁家居用品有限公司、广州德亿电器有限公司、江门市品拓照明有限公司、深圳市享受美灯饰有限公司、深圳市丰泽圆灯饰有限公司、碧林商贸有限公司、龙禹商贸有限公司、上海博诗环保科技有限公司、深圳圣朗博灯饰照明有限公司、龙凤卫浴工厂店、长沙沐呐洁具有限公司、广东艾沃科技有限公司。

2016 年 12 月签约公司：浙江艺清阁卫浴、江门市东联网络科技有限公司、酷蛙电器有限公司、深圳市宇宸灯饰照明有限公司、欧艺居灯饰、朵美旗舰店、中山市新世源照明有限公司、上海厨卫店、中山市小榄镇东渝照明电器厂、国际品牌卫浴体验馆、柏瑞柏莹建材有限公司、唯木世家、格美汇网络科技有限公司。

2017 年 1 月签约公司：哈尔滨转换电子商务有限公司、北方建材商贸城、广州璇音数码科技有限公司。

2017 年 2 月签约公司：优速水处理、广东唯一卫浴有限公司、中山市鸿壬灯饰有限公司。

2017 年 3 月签约公司：深圳市气象局、南方科技大学物业管理有限公司、深圳市华侨城物业管理有限公司、中山市尼光灯饰有限公司、南安亚美卫浴有限公司、中山市凯图灯饰有限公司、合肥松浦环保科技有限公司、中山市给亮照明电器有限公司、中山米居照明有限公司、中山市给亮照明电器有限公司。

8、期后收入及利润实现情况

公司主要财务指标如下表所示：

单位：万元

	2016 年度	2016 年 1-10 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	1,777.98	1,549.15	2,472.15	277.79
营业成本	1,845.38	1,548.48	4,145.94	240.83
营业利润	-3,776.89	-2,718.63	-6,113.39	-211.69
净利润	-3,785.87	-2,701.64	-6,113.40	-211.69
毛利率 (%)	-3.79	0.04	-67.71	13.30
净利率 (%)	-212.93%	-174.39	-247.29	-76.21

备注：2016 年度财务数据未经审计

从上述财务数据可见，2016 年度营业收入较 2015 年度减少-694.17 万元，主要是因为公司在做业务转型，空调、空气净化器等销售业务被逐步放弃，公司业务重心放在服务业务。2016 年度服务业务增加 58.53 万元。因此，仅考虑服务业务，公司服务业务收入维持增长。

2016 年度公司多措施改善盈利情况，2016 年度毛利率-3.79%较 2015 万元大幅改善；2016 年度公司亏损 3,785.87 万元，较 2015 年度亏损 6,113.40 万元大幅好转；2016 年度公司净利率-212.93%与 2015 年度净利率-247.29%相当，一方面是由于公司业务转型，销售业务被逐步放弃，营业收入下降；另一方面是 2016 年度公司研发费用、融资顾问费、新三板中介费等支出较高，使得期间费用率维持较高水平。

单位：万元

	2017 年 1-3 月	2016 年 1-3 月
营业收入	315.54	272.82
营业成本	366.56	338.69
营业利润	-768.04	-826.47
净利润	-769.89	-827.95
毛利率 (%)	-16.17	-24.14
净利率 (%)	-243.99	-303.48

备注：2017 年 1-3 月财务数据未经审计

2017 年第一季度，公司营业收入较同期增长 15.66%，保持稳健增长；2017 年第一季度，公司亏损 769.89 万元，较同期亏损 827.95 万元大幅好转，说明公司改善盈利状况的策略效果显著；2017 年度公司毛利率-16.17%、净利率-243.99%均较同期大幅好转。

2017 年第一季度毛利率较 2016 年度第一季度环比下降，主要系技工人力成本影响。2016 年第一季度公司以自营技工为主，固定开支、工资成本高。2017 年第一季度公司已完成技工团队调整，调整为外包技工为主，自营技工为辅，使固定开支、工资成本大幅下降。与此同时，公司不断加强对外包人员的培训、派单流程改进，充分提升外包人效。

因此，从期后收入及利润实现情况看，公司期后收入稳健增长、盈利情况大幅改善。

核查结论：

项目组经核查认为，公司报告期内具有持续经营记录、所处行业市场前景广阔并受政策支持、公司具有核心竞争力、业务范围不断拓展、具有明确的发展规划、具有强大的融资能力且股东实力雄厚、期后签订较多的框架合同能够支持公司进一步发展、期后收入稳健增长、盈利能力明显改善，因此公司经营模式可持续、符合“具有持续经营能力”的挂牌条件。

2、关于大额备用金。请公司结合业务实际，补充说明其他应收款中存在关联方“石义刚”大额备用金的原因。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“八、关联方及关联方交易情况”之“（三）关联方交易”补充披露如下内容：

关于石义刚备用金情况的说明：

公司于2016年9月起拓展家居售后服务（B2B业务），目标瞄准天猫等线上平台的安装、维修等业务。由于未来将承接海量订单，需扩大技工队伍的覆盖范围及专业技能，因此公司派遣各商务人员前往全国近200个主要城市洽谈供给端合作事宜。

鉴于出差周期长，费用大，因此公司同意商务部门预借差旅备用金。经差旅预算、财务部审核通过后，由商务部负责人石义刚发起预借差旅费，共借支金额213,345.00元，截止2016年10月31日已发生费用26,790.00元，截止目前，该笔备用金已清理完毕，无其他应收款情况。

该笔款项属于备用金，系经营所需，不属于资金占用，且已与2017年2月清理完毕。

3、报告期公司毛利率波动较大，2015年毛利率为负数。(1) 请公司补充披露营业成本的构成明细，结合销售价格及单位成本的内外部影响因素的变动情况分析并披露各项毛利波动的原因、2015年毛利率为负数的原因；(2) 请结合同行业情况、公司自身优劣势等分析公司毛利率水平与同行业可比公司是否存在重大差异，如存在，请披露原因。请主办券商及会计师：(1) 核查公司毛利率水平以及波动是否合理并发表意见；(2) 针对公司营业成本和期间费用的各组成项目的划分归集是否合规、公司报告期内收入成本的配比关系是否合理核查并发表意见。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“(九) 营业成本的构成明细，结合销售价格及单位成本的内外部影响因素的变动情况分析并披露各项毛利波动的原因、2015年毛利率为负数的原因”补充披露如下内容：

1、报告期各期公司主营业务成本的构成情况如下表所示

项目	2016年1-10月		2015年度		2014年度	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
材料成本	114.84	7.43	472.26	11.39	54.11	22.47
人工成本	1,329.53	86.07	3,536.58	85.30	186.72	77.53
间接费用	100.36	6.50	137.10	3.31	-	-
合计	1,544.74	100.00	4,145.94	100.00	240.83	100.00

报告期内，公司营业成本包括材料成本、人工成本、间接费用。

材料成本：材料成本核算内容系产品销售产品成本以及在提供家电后市场服务时耗用的材料成本。销售产品及提供家电后市场服务对应的材料成本，根

据出库单、月末一次加权平均法结转对应的成本。

人工成本：人工成本核算内容系提供服务技工人员工资、提成、福利费、社保、住房公积金等，工资和提成根据经人力资源部审核确认的工资表，确认人工费入账金额；福利费、社保、住房公积金根据实际发生金额据实列支、入账。

间接费用：间接费用核算内容系提供服务技工人员除工资、材料成本外的其他费用。每月终了，根据实际发生的费用金额入账。

2、结合销售价格及单位成本的内外部影响因素的变动情况分析并披露各项毛利波动的原因

报告期内，公司各项业务的毛利率情况如下：

公司名称	2016年1-10月毛利率(%)	2015年度毛利率(%)	2014年度毛利率(%)
安装	-16.53	-20.80	-85.99
维修	-10.72	-105.41	-85.98
保养	2.92	-135.65	-85.99
销售	4.84	20.01	15.74
主营业务综合毛利率	-0.55	-67.71	13.30

2014年度、2015年度和2016年1-10月主营业务综合毛利率分别为13.30%、-67.71%和-0.55%，报告期内，公司毛利率波动较大，主要受公司业务结构及公司战略的影响。

2014年公司毛利率较高，是因为2014年度收入主要来自于销售业务，公司销售的产品主要系空调、空气净化器等产品，由于这类产品市场竞争充分，定价主要参考市场同类市场价格、成本主要系采购成本，2014年度、2015年度销售业务毛利率分别是15.74%和20.01%，比较稳定，2016年度公司将主要业务专向家居服务业务，销售业务占比从2015年度的36.75%下降至10.15%，公司采用降价促销的策略，销售业务毛利率下降至4.84%。

2014年度由于家居服务（安装、保养、维修）收入占比只有2.39%，家居服务业务毛利率不具有参考性，不做具体分析。

报告期内，由于安装业务的订单主要来源于与厂家签订的安装承揽服务协议，公司一般不会为其提供价格折扣，因此安装服务的定价和成本相对稳定，2015年度和2016年1-10月毛利率分别为-20.80%和-16.53%，基本稳定。

报告期内，公司维修、保养业务的价格一方面受同行业竞争对手的定价策略影响、另一方面受公司提供的价格补贴等促销策略影响，其中2015年每单补贴金额平均为132元、2016年平均每单补贴金额为94元。公司成本主要受人工成本影响，其中2014年度、2015年度、2016年1-10月人工成本占比分别为77.53%、85.30%和86.07%。公司2016年为降低成本，将用工模式由自营模式调整为自营+外包模式，同时合理优化技工薪水报酬（调整基本底薪及提成比例），提高技工的上工效率（通过控单系统合理调配技工上工时间和人效利用率），公司2016年1-10月人工成本1,329.53万元，为2015年度人工成本3,536.58万元的37.59%，公司降低成本的策略较为成功。

3、2015年毛利率为负数的原因

2015年度综合毛利率为-67.71%，较2014年度下降-81.01%，主要系公司主营业务发生变化及公司战略发展发生变化所致。

公司成立于2012年5月，主要从事传统家电销售，在2014年11月创立了轻松到家品牌，并开始了目前的基于移动互联网的到家服务模式。2014年度销售的产品主要是空调、空气净化器等家电产品，销售业务人工成本低，毛利较高，家居保养、安装、维修服务尚未实际展开。

2015年由于公司业务处在起步期，2015年公司大力拓展家电保养、安装、维修服务，其中保养服务贡献了公司近一半的收入，公司业务结构发生较大变化，公司家电售后服务亏损较大的原因，一方面是因为家电后市场在O2O到家服务领域属于模式重、成本大、运营复杂、难标准化的细分领域，为保证服务质量、增加用户粘性，公司未采用平台分流模式，而是采用自营技工的模式，这大大增加了公司的人工成本；另一方面是公司为了迅速开拓市场、获取用户，公司采用了让利客户的战略，如提供价格折扣、优惠套餐、会员充值送积分可兑换礼品等，同时为激励技工的积极性，提供了较有吸引力的提成比例。公司上述战略成功实现了业务转型和市场拓展，一方面2015年营业收入较2014年

增幅达到 789.94%，且保养、安装、维修等售后服务收入占比达到 63.25%；另一方面，公司业务范围从深圳扩展到北京、上海和广州等一线城市，服务品类拓展到空调、油烟机等近十种家电品类，服务了大批客户，培养了消费者习惯，建立了市场口碑，但上述战略也使得公司人力成本大幅上升、毛利率大幅下降。

经核查，公司 2015 年毛利率为负是主营业务调整变化及公司战略发展调整变化的合理反映。

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“结合同行业情况、公司自身优劣势等分析公司毛利率水平与同行业可比公司是否存在重大差异，如存在，请披露原因”补充披露如下内容：

家居后市场是指家电、家具、建材销售以后，用户所需要的各种服务所产生的一系列交易活动总和。这些交易活动主要包括：购买家居以后的初始化安装、调试、设置；使用过程中的保养、维护、软硬件故障的维修与升级、耗材更换、拆装移机等；产品淘汰后的回收或置换。传统家居售后模式存在着信息不透明、品控难、体验差、环节多、成本高、效率低等诸多问题。随着移动互联网的发展，客户对服务的需求逐步从纯线下模式，逐步迁移到 O2O 模式，家居后市场领域中上门维修 O2O 公司逐渐崛起，O2O 模式中，用户可以通过手机 App、官方网站、微信等直接查找并预约维修师傅进行上门维修，师傅也可以通过手机 APP、网站在线接单。用户可以通过线上预约的方式找到就近的、资质好的师傅，向维修师傅描述故障问题，并与师傅约定时间上门维修。此应用通过搭建用户与维修商家、师傅之间的一个沟通桥梁，让用户快速找到自己需要的师傅，让师傅通过此应用能够获得更多的收益，也让顾客的问题能够更快更好的得到解决，家居后市场 O2O 模式相对于传统家居维修行业有“快”、“好”、“划算”等优势。

目前家居后市场的发展前景广阔，面临如本地生活服务 O2O 市场环境不断成熟、家居后市场服务链不断延伸扩展、服务业成为拉动经济增长的新引擎等有利条件。同时，行业尚处于发展初期，行业发展格局尚未定型，各公司凭借自身的比较优势参与市场竞争。

公司在市场竞争中具有如下比较优势：

①**技术优势**：公司核心技术主要是自主研发，公司高度重视技术研发，拥有多名资深的软件行业专家，在软件开发领域有着十几年的丰富经验和精湛专业技能。公司基于自主研发的“轻松到家”APP、微信公众号、分销管家等自建渠道提供服务，公司在订单调度处理系统方面处在行业领先水平。

②**服务优势**：公司有产品团队、服务管理团队对产品和服务进行研发、培训及质量管控；同时，公司统一采用先进的预约派单制和派单到人制，强化了流程管控，用户体验感好，公司研发了专门针对服务人员的SAAS系统，进一步提高了人员管理的效率。

③**商务拓展与渠道优势**：公司汇集一批来自海尔、格力、美的、三星、苏宁、阿里巴巴等国内外知名企业的商务人才，在商务开拓及产业链相关资源整合方面有强大竞争力。

目前，公司在B2C方面，与京东、新美大、百度糯米等互联网平台；招商、万科、华润等大型物业公司；深圳市公安局南山分局、成都电信、南方科技大学等企事业单位建立了战略合作关系，承接其家居保养、维修等业务。在B2B方面，与雷士、爱华普、泉露、云米、绿米、奥普等品牌厂商开展合作，承接其售后安装及维修业务。

④**用户优势**：公司始终将客户放在公司发展战略的首位，在发展过程中积累了一大批重要领域的优质客户，客户主要覆盖海量的C端用户及政府机构、企事业单位等所有对家居产品售后服务有需求的B端用户，涵盖了国民经济的绝大部分领域。

公司也存在如下竞争劣势：

①**规模略小**：公司经过快速发展虽然已取得一定的经营业绩，但业务规模仍略小，整体实力有待进一步提升。

②**融资渠道单一**：公司目前仅在一级资本市场融资，融资渠道单一，主要依靠内部积累和股东投资。募集资金渠道不足限制了公司的规模扩张和长期发展，增加了公司的财务风险。

③**管理水平需进一步提高**：由于公司的快速发展，公司内部管理和外部管

理方面都存在不适应快速发展需要的状况。针对管理水平不适应公司快速发展的问題，公司一方面积极引进优秀人才加盟公司；另一方面，公司有计划地加强管理层的培训，以提高管理团队的管理水平。

全国股转系统主要为创新型、创业型、成长型中小微企业发展服务，全国股转系统的定位于公司目前所处发展阶段非常吻合。如果公司能够成功挂牌，将对公司进一步拓展融资渠道、完善内部控制制度等起到重要作用，有利于公司进一步发展壮大。

目前，家居后市场中上市公司/挂牌公司较少，难以获取可比标的。在已挂牌企业中，逸家洁（代码 836594）的主营业务为通过运营移动互联网平台为中国家庭和企业提供优质高效的保洁及增值服务，主要服务分为：、家居保洁服务、企业保洁服务。逸家洁提供的服务与公司服务类型相似度较大，具有可比性。

逸家洁与公司主要数据对比如下：

单位：万元

	逸家洁（代码 836594）			公司		
	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2016 年 1-10 月	2015 年度	2014 年度
营业收入	1,374.65	205.13	-	1,549.15	2,472.15	277.79
营业成本	5,370.55	8,141.05	1,519.35	1,548.48	4,145.94	240.83
营业利润	-3,995.90	-7,935.92	-1,519.35	-2,718.63	-6,113.39	-211.69
净利润	-3,997.98	-7,946.63	-1,529.90	-2,701.64	-6,113.40	-211.69
毛利率 (%)	4.96	-3,868.73	-	0.04	-67.71	13.30
净利率 (%)	-290.84	-3,873.94	-	-174.39	-247.29	-76.21

备注：逸家洁财务数据来源于东方财富 Choice 数据库。

①2014 年度，逸家洁销售收入为 0，净利润为-1,529.90 万元，不适用毛利率、净利率计算；公司营业收入 277.79 万元，净利润-211.69，毛利率 13.30，净利率-76.21。毛利率差异原因在于公司 2014 年度以销售业务为主，销售业务占比 97.61%。

②2015 年度，逸家洁营业收入 205.13 万元，净利润-7,946.63 万元，毛利率应为-3,868.73%，净利率-3,873.94%；公司营业收入 2,472.15 万元，净利润-6,113.40 万元，毛利率-67.71%，净利率-247.29%。毛利率差异主要原因是逸家洁 2015 年度营业收入太小，只占到公司营业收入的 8.30%，而营业成本为公司的 196.36%。

③2016 年 1-6 月，逸家洁营业收入 1,374.65 万元、净利润-3,997.98 万元、毛利率 4.96%、净利率-290.84%；2016 年 1-10 月，公司营业收入 1,549.15 万元、净利润-2,701.64 万元、毛利率 0.04%、净利率-174.39%。双方毛利率均较 2015 年度大幅上升，并且毛利率较接近，公司净利率较逸家洁更优。

从上述财务数据对比可见，公司与逸家洁的毛利率变动趋势高度相同，两家公司的财务数据均合理反映了行业变动趋势。2014 年度 O2O 家居服务市场逐步开启，众多 O2O 家居服务公司介入市场；2015 年度，在资本市场的推动下，各 O2O 家居服务公司纷纷采用战略性亏损策略，使用高额补贴迅速占领市场；2016 年度，随着资本市场趋于理性，各 O2O 家居服务公司更加重视盈利能力，通过优化补贴结构、压缩人员成本、拓展增值服务、增加用户粘性等多种措施改善盈利能力，毛利率较 2015 年度大幅改善。

主办券商回复：

(1) 核查公司毛利率水平以及波动是否合理并发表意见；

1、报告期内公司毛利率水平如下：

明细	2016 年 1-10 月毛利率 (%)	2015 年度毛利率 (%)	2014 年度毛利率 (%)
主营业务毛利率	-0.55	-67.71	13.30
整体毛利率	0.04	-67.71	13.30

2、报告期内公司各产品毛利率水平如下：

公司名称	2016 年 1-10 月毛利率 (%)	2015 年度毛利率 (%)	2014 年度毛利率 (%)
安装	-16.53	-20.8	-85.99
维修	-10.72	-105.41	-85.98
保养	2.92	-135.65	-85.99
销售	4.84	20.01	15.74

公司名称	2016年1-10月毛利率(%)	2015年度毛利率(%)	2014年度毛利率(%)
主营业务综合毛利率	-0.55	-67.71	13.30

报告期内，公司的主营业务分为家庭专业服务、品牌售后服务与产品销售。其中家庭专业服务有：家居的保养、安装、维修、鲜花订阅等服务产品。品牌售后服务有：售后安装与售后维修。其中，家庭专业服务中的家居保养与维修是报告期内公司收入的主要来源。

2014年度、2015年度、2016年1-10月，公司主营业务综合毛利率分别为13.30%、-67.71%和-0.55%。

(1) 2015年综合毛利率较2014年大幅下降的原因分析

2015年度综合毛利率为-67.71%，较2014年度下降-81.01%，主要系公司主营业务发生变化及公司战略发展发生变化所致。

公司成立于2012年5月，主要从事传统家电销售，在2014年11月创立了轻松到家品牌，并开始了目前的基于移动互联网的到家服务模式。2014年度销售的产品主要是空调、空气净化器等家电产品，销售业务人工成本低，毛利较高，家居保养、安装、维修服务尚未实际展开。

2015年由于公司业务处在起步期，2015年公司大力拓展家电保养、安装、维修服务，其中保养服务贡献了公司近一半的收入，公司业务结构发生较大变化，公司家电售后服务亏损较大的原因，一方面是因为家电后市场在O2O到家服务领域属于模式重、成本大、运营复杂、难标准化的细分领域，为保证服务质量、增加用户粘性，公司未采用平台分流模式，而是采用自营技工的模式，这大大增加了公司的人工成本；另一方面是公司为迅速开拓市场、获取用户，公司采用了让利客户的战略，如提供价格折扣、优惠套餐、会员充值送积分可兑换礼品等，同时为激励技工的积极性，提供了较有吸引力的提成比例。公司上述战略成功实现了业务转型和市场拓展，一方面2015年营业收入较2014年增幅达到789.94%，且保养、安装、维修等售后服务收入占比达到63.25%；另一方面，公司业务范围从深圳扩展到北京、上海和广州等一线城市，服务品类拓展到空调、油烟机等近十种家电品类，服务了大批客户，培养了消费者习惯，建立了市场口碑，但上

述战略也使得公司人力成本大幅上升、毛利率大幅下降。

(2) 2016 年 1-10 月综合毛利率较 2015 年度大幅上升的原因分析

2016 年 1-10 月公司综合毛利率为-0.55%，较 2015 年度上升 67.16%，主要系公司战略发展发生变化所致。

①2016 年，在公司取得一定的品牌效应的情况下，公司逐步缩减客户让利幅度，提高客单价，服务价格逐步恢复正常。

②公司持续迭代优化技工的薪酬结构，更加有效合理派单，盘活技工的空闲时间，增加每日接单量，从而达到实现更少的人完成更多的订单之目标，通过不断优化服务流程及标准，实现成本的进一步压缩。

③公司大力拓展资源渠道，加强与各业务渠道的合作，采取分成等轻量的运营手段，从而降低获客成本，已经与京东、新美大、58 同城等大流量平台，招商物业、万科物业、碧桂园等大型物业，艾沃、科勒、安吉尔等知名商家，中国人民公安大学、深圳市公安局、南方科技大学等企事业单位，小米、天威视讯、图灵猫等智能家居类知名品牌建立了密切的合作关系。

④公司不断补充服务品类，拓展服务区域，扩大客户群体范围，2016 年 4 月，公司开始提供家居的售后保养、维修、安装服务，公司积极拓展服务区域，2016 年公司的服务区域从深圳、北京、上海、广州四个一线城市拓展到成都、青岛、厦门等二线城市。

经核查，我们未发现报告期公司毛利率水平及波动不合理情况，公司毛利率水平波动是主营业务调整变化及公司战略发展调整变化的合理反映。

(2) 针对公司营业成本和期间费用的各组成项目的划分归集是否合规、公司报告期内收入成本的配比关系是否合理核查并发表意见

一、针对公司营业成本和期间费用的各组成项目的划分归集是否合规发表意见

(一) 报告期各期公司按构成内容主营业务成本的构成情况如下表所示

项目	2016 年 1-10 月	2015 年度	2014 年度
----	---------------	---------	---------

	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
材料成本	114.84	7.43	472.26	11.39	54.11	22.47
人工成本	1,329.53	86.07	3,536.58	85.30	186.72	77.53
间接费用	100.36	6.50	137.10	3.31	-	-
合计	1,544.74	100.00	4,145.94	100.00	240.83	100.00

报告期内，公司营业成本包括材料成本、人工成本、间接费用。

1、材料成本的归集

材料成本核算内容系产品销售产品成本以及在提供家电后市场服务时耗用的材料成本。销售产品及提供家电后市场服务对应的材料成本，根据出库单、月末一次加权平均法结转对应的成本。

2、人工成本的归集

人工成本核算内容系提供服务技工人员工资、提成、福利费、社保、住房公积金等，工资和提成根据经人力资源部审核确认的工资表，确认人工费入账金额；福利费、社保、住房公积金根据实际发生金额据实列支、入账。

3、间接费用的归集

间接费用核算内容系提供服务技工人员除工资、材料成本外的其他费用。每月终了，根据实际发生的费用金额入账。

（二）报告期内销售费用明细如下：

项目	2016年1-10月	2015年度	2014年度
职工薪酬	7,503,387.46	10,221,638.00	155,778.54
业务招待及差旅费	457,312.99	472,662.04	69,123.16
折旧及摊销	38,227.07	13,307.08	-
租赁及水电费	999,656.38	519,557.21	-
办公通讯及邮费	1,080,015.60	2,610,660.45	202,791.64
培训及中介服务费	46,354.86	526,849.30	-
其他	6,147.15	10,074.04	8,877.00

项目	2016年1-10月	2015年度	2014年度
合计	10,131,101.51	14,374,748.12	436,570.34

报告期内，公司销售费用主要系职工薪酬、办公通讯及邮费、租赁和水电费、业务招待及差旅费。

职工薪酬核算销售人员的工资、奖金、福利费、社保和住房公积金，工资和奖金根据经人力资源部审核确认的工资表，确认人工费入账金额；福利费、社保、住房公积金根据实际发生金额据实列支、入账。

办公通讯费及邮费、业务招待及差旅费，据实列支入账。

租赁和水电费按照总费用在营业成本、销售费用、管理费用中分摊后入账。

(三) 报告期内管理费用明细如下：

项目	2016年1-10月	2015年度	2014年度
职工薪酬	5,927,036.64	12,849,135.12	1,157,326.51
业务招待及差旅费	468,854.39	1,105,201.48	45,719.03
汽车、维修及劳保费	222,379.70	853,442.07	47,381.90
办公、通讯、宣传及邮费	591,199.46	1,172,202.58	56,922.80
折旧及无形资产摊销	697,605.99	319,801.75	15,642.09
咨询及中介服务费	2,703,747.26	3,396,061.22	
租赁及水电费	2,322,050.04	5,366,737.46	113,813.94
印花税及其他税费	3,732.50	15,228.96	804.22
研发费用	3,503,504.60	4,116,058.69	105,810.30
其他	86,811.77	26,413.88	22,593.27
合计	16,526,922.35	29,220,283.21	1,566,014.06

报告期内，公司管理费用主要系职工薪酬、研发费用、咨询及中介服务费、租赁和水电费、折旧和无形资产摊销。

职工薪酬核算管理人员的工资、奖金、福利费、社保和住房公积金，工资和奖金根据经人力资源部审核确认的工资表，确认人工费入账金额；福利费、社保、住房公积金根据实际发生金额据实列支、入账。

研发费用按照单个项目进行归集核算，据实列支入账。

咨询及中介服务费用据实列支入账。

租赁和水电费按照总费用在营业成本、销售费用、管理费用中分摊后入账。

折旧和无形资产摊销按照所使用的资产所归属的部门，分别列示于销售费用和管理费用。

经核查，公司营业成本和期间费用的各组成项目的划分归集合规。

二、公司报告期内收入成本的配比关系是否合理核查并发表意见

(一) 报告期各期公司按业务类别主营业务收入的构成情况如下表所示

项目	2016年1-10月		2015年度		2014年度	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
安装	73.07	4.76	181.73	7.35	0.34	0.12
维修	308.27	20.07	187.40	7.58	0.02	0.01
保养	999.08	65.03	1,194.45	48.32	6.29	2.26
销售	155.86	10.15	908.58	36.75	271.14	97.61
合计	1,536.28	100.00	2,472.15	100.00	277.79	100.00

(二) 报告期各期公司按业务类别主营业务成本的构成情况如下表所示

项目	2016年1-10月		2015年度		2014年度	
	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)	金额(万元)	占比(%)
安装	85.15	5.51	219.53	5.30	0.64	0.27
维修	341.32	22.10	384.92	9.28	0.04	0.02
保养	969.94	62.79	2,814.72	67.89	11.69	4.85
销售	148.32	9.60	726.77	17.53	228.46	94.86
合计	1,544.74	100.00	4,145.94	100.00	240.83	100.00

报告期内公司主营业成本构成情况如上表所示，2014年度公司基本尚未开展家电后市场服务，主营业务为销售，故材料成本占比较高，销售收入占比当期总收入的比例97.61%，与之对应营业成本金额占比94.86%，匹配一致，无异常；2015年度公司大力开展家电后市场服务，安装、维修、保养服务收入占比63.25%，与之对应的服务成本占比82.47%，收入成本匹配存在异常主要系：①对消费者

采用大折扣促销；②采用全职自营技工，并给出高于行业报酬。2015 年度销售收入占比 36.75%，销售成本占比 17.53%主要系服务成本占比较高，一定程度上拉低销售成本占比所致。2016 年 1-10 月，公司安装、维修、保养等业务服务单价回归正常，相应的技工薪酬也回归正常，从而使得服务收入占当期收入比例、服务成本占当期成本比例一致，对应的销售收入占当期收入比例、销售成本占当期成本比例也一致。

综上所述，公司报告期内收入成本的配比关系合理。

4、请公司补充披露报告期内收入确认的具体方法，包括确认时点、确认依据等；请申报会计师补充核查，对公司收入确认的具体方法是否合理谨慎，是否符合公司经营实际情况，是否符合同行业公司收入确认惯例，是否符合《企业会计准则》的相关规定，并发表意见。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（一）营业收入、利润和毛利率情况”之 1、营业收入的具体确认方法”补充披露如下内容：

1、营业收入的具体确认方法

公司收入包括安装服务收入、维修服务收入、保养服务收入和产品销售收入，报告期内公司提供劳务周期短，在劳务完成时确认为当期营业收入；销售分为需要安装与不需要安装两类，收入确认方法具体如下：

①维修和保养服务

用户通过线上或者线下完成订单支付及预约后、公司根据订单安排工程师上门服务，服务完成且客户验收后，订单系统自动匹配订单状态，财务人员月度筛选“已完成”状态订单确认收入。

②安装服务

公司与厂家签订安装承揽服务协议，公司根据协议预约客户，安排工程师上门安装调试，待安装服务完成且验收无误后，财务人员月度筛选“已完成”状态订单确认收入。

③产品销售

对于需安装的家电销售，公司发货并上门安装调试完成、客户验收合格并取得客户验收单后确认收入，并同时结转成本。

综上所述，公司收入确认的具体方法合理谨慎，符合公司经营实际情况，符合《企业会计准则》的相关规定。

主办券商回复：

请申报会计师补充核查，对公司收入确认的具体方法是否合理谨慎，是否符合公司经营实际情况，是否符合同行业公司收入确认惯例，是否符合《企业会计准则》的相关规定，并发表意见。

公司收入包括安装服务收入、维修服务收入、保养服务收入和产品销售收入，报告期内公司提供劳务周期短，在劳务完成时确认为当期营业收入；销售分为需要安装与不需要安装两类，收入确认方法具体如下：

①维修和保养服务

用户通过线上或者线下完成订单支付及预约后、公司根据订单安排工程师上门服务，服务完成且客户验收后，订单系统自动匹配订单状态，财务人员月度筛选“已完成”状态订单确认收入。

②安装服务

公司与厂家签订安装承揽服务协议，公司根据协议预约客户，安排工程师上门安装调试，待安装服务完成且验收无误后，财务人员月度筛选“已完成”状态订单确认收入。

③产品销售

对于需安装的家电销售，公司发货并上门安装调试完成、客户验收合格并取得客户验收单后确认收入，并同时结转成本。

对于不需要安装的家电销售，在发出货物经客户签收后确认收入。

核查程序：

1、风险评估及内部控制程序

通过询问、查阅公司内部管理制度了解公司与销售收款相关各部门人员设置及岗位职责，了解接受订单、公司派单、上工流程、订单跟踪、结算、售后保障等流程，评价公司内部控制制度设计是否合理、有效。

2、检查主要服务的后台订单

对报告期内收入金额较大的保养、安装、维修等业务服务，取得公司后台数据，选取“已完成”状态的订单，将其金额与账面确认收入的金额进行核对，核实是否当期已完成的订单收入已全部确认、当期确认收入的金额是否与后台数据“已完成”订单金额一致。

3、检查主要销售合同

对报告期内 2B 业务客户，抽取发生额较大的客户，我们取得并抽查其相关的销售合同、发票、送货单、客户验收单等资料。根据销售合同或销售订单条款与实际销售情况进行比对，包括合同订购数量与实际销售数量、合同销售单价与实际售价，并结合出库单、提货单核查了相应的出库情况。

4、对主要客户收入进行函证

对报告期主要客户的销售额进行函证，询证函均由审计人员亲自发出，询证函统一回函至本所。此外，通过全国企业信用信息公示系统，抽查了部分销售客户的工商档案信息，检查其是否存在关联方关系。

5、检查税务资料

根据增值税纳税申报表，估算全年收入，对比分析是否与实际收入存在重大异常。

6、营业收入的分析性程序

将本期的主营业务收入与上期的主营业务收入进行比较，分析按照业务类别的收入金额变动是否异常，比较本期收入指标与公司上期的波动情况，分析其变动趋势是否正常，查明异常现象和重大波动的原因。

7、营业收入的截止性测试

分析报告期各期末及期初月度（2014 年 12 月、2015 年 1 月、2015 年 12 月、

2016年1月及2016年10月)的营业收入占各期营业收入的比例,分析各期末和期初月度是否存在集中确认收入的情况。

对营业收入进行截止性测试,从收入明细账各期期末时点前后抽取凭证检查至对应的订单,同时从报告期各期期末时点前后的订单,检查至收入明细账,核实是否存在跨期收入。

8、检查期后回款情况

检查期后回款情况,确认公司无期后冲回的营业收入,确认公司收入确认的款项能够及时收回。

经核查,对公司收入确认的具体方法合理谨慎,符合公司经营实际情况,符合《企业会计准则》的相关规定。

5、报告期公司存在个人客户及现金收款情形。(1)请公司补充披露报告期内向自然人销售情况,向个人销售内容、合同签订、结算方式、收入确认等情况。(2)请公司补充披露报告期内对个人销售金额及比重。是否存在坐支现金情况,现金收款是否符合内部资金管理办法等相关规定。(3)请公司补充披露相关内部控制,针对现金收款的资金管理制度,是否能够保证现金交易的真实性以及现金入账的完整性。(4)请主办券商及会计师补充说明针对公司现金销售的真实准确完整实施了尽调方法及审计措施,并对交易真实性、收入确认的完整性合规性、核算的规范性发表明确意见。(5)请主办券商就公司为规范现金销售所采取的措施是否充分、有效,相关内部控制是否完善发表意见。

公司回复:

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”

之“（十一）报告期内向自然人销售情况，向个人销售内容、合同签订、结算方式、收入确认等情况”补充披露如下内容：

报告期内，公司主营业务按客户群体划分的具体情况如下：

客户类别	2016年1-10月		2015年度		2014年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
C端	14,897,074.33	96.97	16,668,393.00	67.42	52,756.00	1.90
B端	465,768.27	3.03	8,053,099.99	32.58	2,725,130.34	98.10
总计	15,362,842.60	100.00	24,721,492.99	100.00	2,777,886.34	100.00

备注：通过京东、新美大、58同城等渠道获取的最终客户为C端客户，其收入计入C端收入。

公司B端客户包括企业、政府机关和事业单位，公司2014年主营业务以空调等家电销售为主，收入主要来源于企业和事业单位等B端客户，但自2015年开始大力发展O2O到家服务以后，C端业务收入占比不断上升，目前，C端用户已经成为公司收入的主要来源。

公司主要为C端客户提供保养、维修、安装服务。

保养与维修服务的订单和结算方式主要分为两种：①C端客户直接在公司APP、微信公众号上下单，服务完成后客户通过微信支付、支付宝、会员卡等方式直接付款给公司；②通过京东、新美大、58同城等渠道获取C端订单，公司提供服务后定期与渠道商结算，一般分为月结与半月结两种，公司为渠道商提供分成。

安装服务的订单获取方式主要为公司与厂家签订安装承揽服务协议，公司根据协议预约客户，安排工程师上门安装调试，公司提供服务后定期与渠道商结算，一般分为月结与半月结两种，公司为渠道商提供分成。

公司与渠道商之间签订有框架协议或安装承揽服务协议等协议，与C端客户之间一般不签订书面协议。报告期内，公司只存在一单与个人签约合同的情况，合同签约时间为2015年6月，合同内容为销售并安装月兔空调（型号：KFR-35GW/DY-CA），合同签订主体为黎再新，结算方式为现金结算，最终以实际

送货并安装的验收清单确认 83.64 万元收入。其中，黎再新个人拥有多栋城中村出租屋的转租权，其需要对所出租房屋安装空调，以提高租金，因此向轻松到家进行批量采购。

公司各项服务的收入确认方式如下：

①维修和保养服务

用户通过线上或者线下完成订单支付及预约后、公司根据订单安排工程师上门服务，服务完成且客户验收后，订单系统自动匹配订单状态，财务人员月度筛选“已完成”状态订单确认收入。

②安装服务

公司与厂家签订安装承揽服务协议，公司根据协议预约客户，安排工程师上门安装调试，待安装服务完成且验收无误后，财务人员月度筛选“已完成”状态订单确认收入。

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“(十二) 报告期内对个人销售金额及比重，不存在存在坐支现金情况，现金收款符合内部资金管理辦法等相关规定的说明”补充披露如下内容：

报告期内，公司主营业务按客户群体划分的具体情况如下：

客户类别	2016 年 1-10 月		2015 年度		2014 年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
C 端	14,897,074.33	96.97	16,668,393.00	67.42	52,756.00	1.90
B 端	465,768.27	3.03	8,053,099.99	32.58	2,725,130.34	98.10
总计	15,362,842.60	100.00	24,721,492.99	100.00	2,777,886.34	100.00

备注：通过京东、新美大、58 同城等渠道获取的最终客户为 C 端客户，其收入计入 C 端收入。

大部分 C 端客户使用微信支付、支付宝、会员卡等方式付款，可选择下单时付款或服务完成后付款，少部分 C 端客户选择现金付款。

第三方账户付款占比情况：2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-10 月，公司

第三方账户收款占当期收入的比例分别为 99.64%、79.41%和 93.99%。支付宝实行“N+1”天结算，即次日从支付宝转入公司银行账户；财付通实行“N+7”天结算，即每个 7 日自动从财付通转入公司银行账户。以上的结算规则为第三方支付公司的统一标准。

报告期内，公司现金收款具体占比如下：

货币单位：元

项目	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-10 月
现金收款金额	10,013.06	5,090,555.17	931,690.86
收入金额	2,777,886.34	24,721,492.99	15,491,541.00
现金收款占比 (%)	0.36	20.59	6.01

特别说明：公司财务部在报告期内未接受过任何现金收款，此处现金收款是指技工在提供服务时，向无法在线支付的客户收受现金后，通过网银、财付通等线上方式转账回公司账户。

公司对现金收款制定了比较严格的《资金管理制度》，其中对现金管理的规定如下：“

5.9 现金管理

5.9.1 公司不得以现金方式对外进行结算，杜绝任何现金坐支行为。

5.9.2 对于部分用户及产品存在无法线上支付的情况，允许工程师在提供服务前向用户收取现金，但必须在开始服务前对订单金额进行修改，并注明收款方式。工程师当日现金收款应当日上缴其组长统一管理，并在次日与财务部实时对账，同时间隔 3 至 5 个工作日通过网银方式转回公司。对于未及时上交现金的组长将进行开除处理。

5.9.3 工程师应减少现金收款行为，引导用户进行线上支付，要求每月现金收款比例逐月下降，一旦发现逐月上升趋势且无合理理由者，将对工程师组长进行降级扣除奖金。”

公司要求鼓励客户在线支付，逐步减少现金收款占比，2016 年 1-10 月现金收款占比 6.01%，较 2015 年大幅减少。2016 年 11 月起停止现金收款行为，目

前已无现金收款。

综上所述，公司对现金收款制定了《资金管理制度》并严格执行，不存在坐支现金的情况，公司为规范现金销售所采取的措施充分、有效，相关内部控制完善。公司不断减少现金收款行为，引导用户进行线上支付，2016年11月起停止现金收款行为，目前已无现金收款行为。

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“(十三) 针对现金收款的资金管理制度、及保证现金交易的真实性以及现金入账的完整性的说明”补充披露如下内容：

报告期内，公司现金收款具体占比如下：

货币单位：元

项目	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-10 月
现金收款金额	10,013.06	5,090,555.17	931,690.86
收入金额	2,777,886.34	24,721,492.99	15,491,541.00
现金收款占比 (%)	0.36	20.59	6.01

特别说明：公司财务部在报告期内未接受过任何现金收款，此处现金收款是指技工在提供服务时，向无法在线支付的客户收受现金后，通过网银、财付通等线上方式转账回公司账户。

公司对现金收款制定了比较严格的《资金管理制度》，其中对现金管理的规定如下：“

5.9 现金管理

5.9.1 公司不得以现金方式对外进行结算，杜绝任何现金坐支行为。

5.9.2 对于部分用户及产品存在无法线上支付的情况，允许工程师在提供服务前向用户收取现金，但必须在开始服务前对订单金额进行修改，并注明收款方式。工程师当日现金收款应当日上缴其组长统一管理，并在次日与财务部实时对账，同时间隔 3 至 5 个工作日通过网银方式转回公司。对于未及时上交现金的组长将进行开除处理。

5.9.3 工程师应减少现金收款行为，引导用户进行线上支付，要求每月现

金收款比例逐月下降，一旦发现逐月上升趋势且无合理理由者，将对工程师组长进行降级扣除奖金。”

公司要求鼓励客户在线支付，逐步减少现金收款占比，2016年1-10月现金收款占比6.01%，较2015年大幅减少。2016年11月起停止现金收款行为，目前已无现金收款。

综上所述，公司对现金收款制定了《资金管理制度》并严格执行，公司为规范现金销售所采取的措施充分、有效，相关内部控制完善。公司不断减少现金收款行为，引导用户进行线上支付，2016年11月起停止现金收款行为，目前已无现金收款行为。

公司的订单管理系统能够清晰记录现金收款订单对应的客户名称、联系方式、下单日期、服务完成日期、提供服务的技工名称、服务内容、现金支付给技工后由组长支付至公司网银或财付通的记录，可以保证现金交易的真实性。

公司的资金管理制度要求技工当日现金收款应当日上缴其组长统一管理，并在次日与财务部实时对账，同时间隔3至5个工作日通过网银方式转回公司，可以保证现金入账的完整性。

主办券商回复：

(1) 请主办券商及会计师补充说明针对公司现金销售的真实准确完整实施了尽调方法及审计措施，并对交易真实性、收入确认的完整性合规性、核算的规范性发表明确意见。

核查手段：

项目组实施风险评估及内部控制程序、检查现金收款对应的订单、现金收入的截止性测试。

核查过程：

1、风险评估及内部控制程序

通过询问、查阅公司内部管理制度了解公司与资金管理相关各部门人员设置及岗位职责，评价公司内部控制制度设计是否合理、有效。

2、检查现金收款对应的订单

对报告期内现金收款对应的订单进行检查，检查内容主要包括：现金收款对应的订单下单日期、完成日期、提供服务师傅是否为公司技工、提供服务内容是否与公司实际经营服务业务相符合、现金支付给上门服务师傅后由师傅支付至公司网银或财付通记录等，核实该项服务形成的收入计入恰当的会计期间、该项服务真实性。

3、现金收入的截止性测试

分析报告期各期末及期初月度（2014年12月、2015年1月、2015年12月、2016年1月及2016年10月）的营业收入占各期营业收入的比例，分析各期末和期初月度是否存在集中确认收入的情况。

对现金收入进行截止性测试，从现金收入明细账各期期末时点前后抽取凭证检查至对应的订单，同时从报告期各期期末时点前后的订单，检查至现金收入明细账，核实收入确认是否完整。

核查结论：

经核查，未发现公司现金收入存在不真实性，收入的确认完整合规、核算规范。

（2）请主办券商就公司为规范现金销售所采取的措施是否充分、有效，相关内部控制是否完善发表意见。

核查手段：

项目组实施风险评估及内部控制程序、检查现金销售的内部控制措施。

核查过程：

经核查，报告期内，公司现金收款具体占比如下：

货币单位：元

项目	2014年度	2015年度	2016年1-10月
现金收款金额	10,013.06	5,090,555.17	931,690.86

收入金额	2,777,886.34	24,721,492.99	15,491,541.00
现金收款占比 (%)	0.36	20.59	6.01

特别说明：公司财务部在报告期内未接受过任何现金收款，此处现金收款是指技工在提供服务时，向无法在线支付的客户收受现金后，通过网银、财付通等线上方式转账回公司账户。

公司对现金收款制定了比较严格的《资金管理制度》，其中对现金管理的规定如下：“

5.9 现金管理

5.9.1 公司不得以现金方式对外进行结算，杜绝任何现金坐支行为。

5.9.2 对于部分用户及产品存在无法线上支付的情况，允许工程师在提供服务前向用户收取现金，但必须在开始服务前对订单金额进行修改，并注明收款方式。工程师当日现金收款应当日上缴其组长统一管理，并在次日与财务部实时对账，同时间隔 3 至 5 个工作日通过网银方式转回公司。对于未及时上交现金的组长将进行开除处理。

5.9.3 工程师应减少现金收款行为，引导用户进行线上支付，要求每月现金收款比例逐月下降，一旦发现逐月上升趋势且无合理理由者，将对工程师组长进行降级扣除奖金。”

公司要求鼓励客户在线支付，逐步减少现金收款占比，2016 年 1-10 月现金收款占比 6.01%，较 2015 年大幅减少，并呈现进一步减少的趋势。2016 年 11 月起停止现金收款行为，目前已无现金收款。

核查结论：

公司对现金收款制定了《资金管理制度》并严格执行，公司为规范现金销售所采取的措施充分、有效，相关内部控制完善。公司不断减少现金收款行为，引导用户进行线上支付，2016 年 11 月起停止现金收款行为，目前已无现金收款行为。

6、申报文件显示 C 端客户使用微信支付、支付宝等方式付款。

(1) 请公司补充披露第三方账户是否以公司唯一名义设立，相关收付行为是否符合公司内部资金管理规定；报告期内公司通过第三方账户收付款占比情况，报告期第三方账户与公司账户对应关系，是否具备唯一性，转入银行对公账户的周期和频率；(2) 请主办券商及会计师对上述资金支付行为的合理性（是否存在坐支现金情形）、安全性、真实性，资金管理内控制度设计合理及执行有效性发表意见。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“(十四) 对第三方账户的情况说明”补充披露如下内容：

目前，公司存在 6 个第三方账户，分别为 2 个支付宝账户、4 个财付通账户，其中支付宝账户分别以公司、惟尔天创（全资子公司）名义开户；财付通的主账户以惟尔天创名义开户、另 3 个财付通账户以公司名义开户。

6 个第三方账户的资金将定期全部提现转入公司基本户，第三方账户与公司账户的对应关系存在唯一性，相关收付行为符合公司内部资金管理规定。

第三方账户付款占比情况：2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-10 月，公司第三方账户收款占当期收入的比例分别为 99.64%、79.41%和 93.99%。

转入银行对公账户的周期和频率：支付宝实行“N+1”天结算，即次日从支付宝转入公司银行账户；财付通实行“N+7”天结算，即每个 7 日自动从财付通转入公司银行账户。以上的结算规则为第三方支付公司的统一标准。

主办券商回复：

(1) 是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，对其齐备性、相关业务的合法合规性发表意见。

核查手段：

项目组实施风险评估及内部控制程序、核查资金管理内控制度等。

核查过程：

1、核查程序如下：

(1) 风险评估及内部控制程序

通过询问、查阅公司内部管理制度了解公司销售与收款相关各部门人员设置及岗位职责，评价公司内部控制制度设计是否合理、有效。

(2) 合理性分析

2014 年公司以销售业务为主，客户一般按照合同约定期限内网银付款；2015 年和 2016 年 1-10 月，公司业务以保养、安装、维修等服务业务为主，C 端客户占比较多，大部分 C 端客户使用微信支付、支付宝、会员卡等方式付款，可选择下单时付款或服务完成后付款。

微信支付、支付宝基于其便利性，已经成为一线、二线城市 C 端客户的主流支付方式之一。由于公司业务主要面向 C 端客户，公司与客户群体之间以微信、支付宝方式付款存在合理性。

(3) 安全性分析

支付宝实行“N+1”天结算，即次日从支付宝转入公司银行账户；财付通实行“N+7”天结算，即每 7 日自动从财付通转入公司银行账户，以上的结算规则为第三方支付公司的统一标准，能够保证资金的安全性。

(4) 真实性分析

对于 C 端客户通过微信、支付宝方式付款部分，通过抽取确认收入对应的订单，与账面情况进行匹配；同时，对全年订单执行频率测试，对于同一个订单号出现两次以上（含两次）的订单进行核查，未发现异常，公司收入确认真实。

(5) 资金管理内控制度设计合理及执行有效性

公司制定了资金管理制度，资金管理制度对权责、银行账户管理、网上银行管理、资金集中管理、制取凭证、办理结算业务、登记入账、定期对账、现金管

理等资金管理的主要方面均有详细规定，资金管理内控制度设计合理，符合法律法规要求和公司业务实际需要，公司各部门均严格执行该资金管理制度。

核查结论：

公司 C 端客户以微信支付、支付宝方式付款合理、安全、真实，资金管理内部控制制度设计合理、执行有效。

7、关于会员卡。（1）请公司补充披露会员卡相关管理制度，包括但不限于办理途径、使用范围、充值方法、有效期限、退换政策等；

（2）请公司补充披露报告期各期会员卡销售数量、单价，按照会籍费收入和会员服务收入细化披露报告期内公司收入，说明会籍费与会员卡之间的勾稽关系，是否存在会员卡退回或充值促销等情形并补充披露上述特殊情形下的会计处理方法；（3）请公司补充披露会员管理的相关内控措施，是否制定了投诉应对等风险管理机制；（4）请主办券商及会计师核查报告期是否存在会员卡充值或者促销的情形，并对相关会计处理的合规性和内控制度的有效性发表意见；（5）请主办券商与律师核查上述情况，并对公司会员卡充值销售的合法合规性发表意见。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（十五）对会员卡的情况说明”补充披露如下内容：

报告期内，公司制定了会员管理制度，该制度对办理途径、使用范围、充值方法、有效期限、退换政策有详细规定，具体内容如下：

“一．会员分类：

深圳市轻松到家科技股份有限公司（以下简称“轻松到家”）会员等级分为：

白银会员、黄金会员、白金会员三种。

二. 会员申办途径和条件:

用户通过轻松到家微信服务号和轻松到家 APP 在线充值获取会员资格。

充值 800 元可申请轻松到家白银会员, 每人限办 1 张。

充值 2000 元可申请轻松到家黄金会员, 每人限办 1 张。

充值 5000 元可申请轻松到家白金会员, 每人限办 1 张。

三. 会员的贵宾待遇:

1、轻松到家会员可获得会员折扣享受部分或者全部服务

会员等级/折扣额度			
会员等级	白银会员	黄金会员	白金会员
保养服务	9 折	8 折	7 折
维修服务	-	-	免上门费
安装服务	9 折	8 折	7 折
订阅服务	9.5 折	9 折	8 折
回收服务	加送 5 元保养服务代金券	加送 10 元保养服务代金券	加送 15 元保养服务代金券
租赁服务	租金 9.5 折	免押金+租金 9.5 折	免押金+租金 9 折
轻松商城-轻松优选	满减优惠, 折算折扣 9.8 折	满减优惠, 折算折扣 9.5 折	满减优惠, 折算折扣 9.3 折
轻松商城-轻松智选	每月赠送智选优惠券+指定商品会员特价(不可与优惠券叠加)	每月赠送智选优惠券+指定商品会员特价(不可与优惠券叠加)	每月赠送智选优惠券+指定商品会员特价(不可与优惠券叠加)

2、其它特权:

充值成为轻松到家会员后, 可享受除折扣外的其它特权, 包括但不限于:
 客服优先、会员特殊标志、优先体验新产品、定期代金券、线下活动优先参与

权等。

四. 使用需知:

- 1、轻松到家会员适用于轻松到家提供的所有服务。
- 2、会员折扣可和优惠叠加使用。
- 3、使用账户余额支付可享受会员折扣，会员折扣只对实际支付金额打折，支付时根据会员等级自动计算。
- 4、会员 1 人限办 1 张。
- 5、会员自充值之日起生效，生效后方可正常使用。
- 6、会员有效期限为终身有效。

五、退出规定

- 1、会员有权随时退出。
- 2、会员退出时需拨打轻松到家客服电话 4008110428 进行申请，客服受理后按照公司退款流程申请将用户会员账户内余额如数退回。
- 3、退出会员将通过原充值申请途径获得退回余额。

六、公司将尊重会员的个人隐私，不会公开、透露、泄漏会员登记资料。严禁公司员工公开、透露、泄漏会员登记资料，违者将追究法律责任。

七、本公司拥有会员卡的最终解释权。”

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“(十五)对会员卡的情况说明”补充披露如下内容:

公司 2014 年、2015 年未推行会员卡业务，2016 年公司施行会员卡业务。目前公司会员卡面额有三种，分别为 800.00 元、2,000.00 元、5,000.00 元，其中 2016 年 1-10 月分别销售 513 张、134 张、26 张。

公司会员分为白银会员、黄金会员、白金会员三种，用户通过轻松到家微信服务号和轻松到家 APP 在线充值获取会员资格，其中充值 800.00 元可申请轻

松到家白银会员、充值 2,000.00 元可申请轻松到家黄金会员、充值 5,000.00 元可申请轻松到家白金会员。

会员充值款适用于公司提供的服务，并可享受会员折扣，会员折扣只对实际支付金额打折，支付时根据会员等级自动计算。公司无会籍费收入，即会员充值款可全部用于购买公司服务、无需额外为会员资格付费。

会员有权随时退出，会员退出时需拨打轻松到家客服电话 4008110428 进行申请，客服受理后按照公司退款流程申请将用户会员账户内余额如数退回，退出会员将通过原充值申请途径获得退回余额。报告期内，会员卡存在极个别的退回情况，针对该情况，会计处理为按实际退款额（与会员账户内余额一致）冲减当预收账款。

公司的会员卡为虚拟卡，非实体卡，会员不可对会员卡充值，但可以购买会员卡，公司按实际付款额（与卡面额一致）计入预收账款。报告期内，公司不存在会员卡促销情况，会员需要按照卡面额付款。

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“(十五)对会员卡的情况说明”补充披露如下内容：

公司制定了会员管理制度，会员管理制度对会员分类、会员申办途径和条件、会员权限、使用需知、退出规定、会员隐私保护等有明确规定，客户在购买会员卡时已同意并了解上述内容。

公司会员卡的价值主要体现可享受会员折扣，会员折扣只对实际支付金额打折，支付时根据会员等级自动计算。因此，公司会员不存在购买后无法享受相应折扣的情况。

会员有随时推出权，会员退出时需拨打轻松到家客服电话 4008110428 进行申请，客服受理后按照公司退款流程申请将用户会员账户内余额如数退回，退出会员将通过原充值申请途径获得退回余额。

公司设立客服部，负责售前、售中、售后客服服务和跟进，处理客服投诉。如果会员对公司服务不满意，可以向公司客户部投诉。此外，公司建立了较完善的服务评价体系与售后服务，并对技工进行了系统的服务技能与安全教育培

训，同时，在为技工购买意外险的基础上还为每一单业务购买职业责任险，以降低客户财产安全的风险。

主办券商回复：

（1）请主办券商及会计师核查报告期是否存在会员卡充值或者促销的情形，并对相关会计处理的合规性和内控制度的有效性发表意见。

核查手段：

项目组访谈公司高管，核查会员卡管理制度。

核查过程：

经核查，公司的会员卡为虚拟卡，非实体卡，会员不可对会员卡充值，但可以购买会员卡，公司按实际付款额（与卡面额一致）计入预收账款。报告期内，公司不存在会员卡促销情况，会员需要按照卡面额付款。公司会计处理符合企业会计准则要求。

公司制定了会员管理制度，会员管理制度对会员分类、会员申办途径和条件、会员权限、使用需知、退出规定、会员隐私保护等有明确规定，客户在购买会员卡时已同意并了解上述内容。

公司会员卡的价值主要体现可享受会员折扣，会员折扣只对实际支付金额打折，支付时根据会员等级自动计算。因此，公司会员不存在购买后无法享受相应折扣的情况。

会员有随时推出权，会员退出时需拨打轻松到家客服电话 4008110428 进行申请，客服受理后按照公司退款流程申请将用户会员账户内余额如数退回，退出会员将通过原充值申请途径获得退回余额。

公司设立客服部，负责售前、售中、售后客服服务和跟进，处理客服投诉。如果会员对公司服务不满意，可以向公司客户部投诉。此外，公司建立了较完善的服务评价体系与售后服务，并对技工进行了系统的服务技能与安全教育培训，同时，在为技工购买意外险的基础上还为每一单业务购买职业责任险，以降低客户财产安全的风险。

核查结论：

综上所述，报告期内公司不存在会员卡充值或者促销的情形，相关会计处理符合企业会计准则规定，会员卡相关内控制度合理有效。

(2) 请主办券商与律师核查上述情况，并对公司会员卡充值销售的合法合规性发表意见。

核查手段：

项目组访谈公司高管、律师，核查会员卡管理制度、查询相关法律法规。

核查过程：

1、会员卡销售的相关规定

2011年5月，国务院办公厅转发人民银行监察部等部门《关于规范商业预付卡管理意见》（国办发〔2011〕25号）；2012年9月，商务部发布了《单用途商业预付卡管理办法（试行）》（商务部令2012年第9号）；2013年1月，商务部发布《关于进一步贯彻落实〈单用途商业预付卡管理办法（试行）〉的通知》。上述文件对商业企业预付卡销售备案、预付卡面额、期限、实名登记、资金管理等做出相关规定，主要内容为：

(1) 发卡主体及发卡类型

从事零售业、住宿和餐饮业、居民服务业的企业法人在中华人民共和国境内开展单用途商业预付卡。

发卡企业主要分为规模发卡企业、集团发卡企业、品牌发卡企业。

(2) 备案及资金管理

集团发卡企业应在开展单用途卡业务之日30日内，向工商登记注册地省、自治区、直辖市人民政府商务主管部门备案；预收资金余额不得超过其上一会计年度本集团营业收入的30%；存管资金比例不低于上一季度预收资金余额的30%，可以使用担保预收资金的保证保险、银行保函等方式冲抵全部或部分存管资金。

(3) 实名购卡

个人或单位购买(含充值,下同)记名卡的,或一次性购买1万元(含)以上不记名卡的,发卡企业或售卡企业应要求购卡人及其代理人出示有效身份证件,并留存购卡人及其代理人姓名或单位名称、有效身份证件号码和联系方式。

(4) 非现金购卡

单位一次性购买单用途卡金额达5,000元(含)以上或个人一次性购卡金额达5万元(含)以上的,以及单位或个人采用非现场方式购卡的,应通过银行转账,不得使用现金,发卡企业或售卡企业应对转出、转入账户名称、账号、金额等进行逐笔登记。发卡企业和售卡企业应严格按照国家有关规定开具发票。

(5) 限额购卡

单张记名卡限额不得超过5,000元,单张不记名卡限额不得超过1,000元。单张单用途卡充值后资金余额不得超过前款规定的限额。

(6) 有效期

记名卡不得设有效期;不记名卡有效期不得少于3年。发卡企业或售卡企业对超过有效期尚有资金余额的不记名卡应提供激活、换卡等配套服务。

2、公司会员卡管理情况

公司目前发行了仅适用于由轻松到家提供服务的会员卡,即单用途预付卡,并制定了会员管理制度,该制度对办理途径、使用范围、充值方法、有效期限、退换政策有详细规定。

根据公司提供的会员管理制度等文件、公司管理人员的访谈笔录并经公司书面确认,公司用户通过轻松到家微信服务号和轻松到家APP在线实名注册获取会员资格,对姓名、身份证号码、手机号码等相关信息进行登记,并通过银行转账的方式购买会员卡,且对会员使用转账方式购卡的,对其转出、转入账户名称、账号、金额等进行逐笔登记;会员卡面额分别为800.00元、2,000.00元、5,000.00元,面值未超过5,000.00元,且会员卡未限定有效期;公司自2016年起开始施行会员卡业务,报告期内,公司会员卡销售合计808,400元,占公司2015年度

营业收入的 3.27%，公司存管资金比例不低于上一季度预收资金余额的 30%。

经核查，公司未能在开展会员卡业务之日 30 日内向主管商务部门申请备案，且截至本反馈回复出具日，公司尚未完成该等备案，尚未签署资金存管协议，根据公司出具的书面说明，公司未能在规定期限内完成备案的原因系公司未能及时了解备案程序，目前正在积极办理备案过程中，并将尽快推进备案程序办理。根据《单用途商业预付卡管理办法（试行）》第三十六条的规定，发卡企业未在规定期限内办理备案或违反资金存管规定的，由违法行为发生地县级以上地方人民政府商务主管部门责令限期改正；逾期仍不改正的，处以 1 万元以上 3 万元以下罚款。根据公司出具的书面说明并经查询广东省商务厅（<http://www.gddoftec.gov.cn>）、深圳市经济贸易和信息化委员会（<http://www.szjmxw.gov.cn>）、深圳市南山区经济促进局（<http://www.szns.gov.cn/jcj/index.html>）的官方网站，截至本反馈回复出具日，公司未曾收到商务部门的责令限期改正通知，也不存在被商务部门行政处罚的记录。

此外，根据公司出具的书面说明、工商部门出具的证明并经查询深圳法院网上诉讼服务平台等网站，截至本反馈回复出具日，公司不存在因会员卡消费服务引起的消费者投诉、诉讼纠纷、行政处罚等情形。公司及实际控制人李伟对此出具承诺：公司将严格按照法律、法规规定落实会员管理制度，保障消费者权益，就开展会员卡业务事项尽快办理备案程序，如公司因开展会员卡业务未及时办理备案或违反资金存管规定的，导致被相关政府主管部门行政处罚或产生其他损害公司利益的情形，实际控制人李伟愿意承担由此造成的经济责任。

综上所述，券商认为，虽然公司开展会员卡业务未及时办理备案及资金存管方面的瑕疵，但鉴于公司已制定了严格规范的会员管理制度，且公司会员卡销售金额占营业收入比重较小，资金及现金流状况较好，能够有效保障会员权益，截至本反馈回复出具日，公司尚未收到主管商务部门的责令改正通知，也不存在因此而引起消费者投诉、诉讼纠纷及政府主管部门行政处罚的情形，且实际控制人已就此出具承诺，因此，公司开展会员卡业务未及时备案的情形，不会对公司造成重大不利影响。

8、请公司说明报告期初至申报审查期间，公司是否存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形，若存在，请公司披露资金占用情况，包括且不限于占用主体、发生的时间与次数、金额、决策程序的完备性、资金占用费的支付情况、是否违反相应承诺、规范情况。请主办券商、律师及会计师核查前述事项，并就公司是否符合挂牌条件发表明确意见。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“八、关联方及关联方交易情况”之“(四) 关于公司是否存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情况说明”补充披露如下内容：

①报告期初至本反馈回复之日，其他应收控股股东、实际控制人及其关联方款项情况如下：

2014 年度

货币单位：元

关联方	与公司关系	期初余额	本期增加	本期收回	期末余额	说明	发生次数
拓源天创投资	实际控制人李伟控制的企业	0 元	2014 年 11 月 24 日 发生 10,000,000.00	2014 年 12 月 3 日 发生 269,609.21. 00	9,730,390.79	未缴足的出资款	1 次
合计		0	10,000,000.00	269,609.21.00	9,730,390.79		

2015 年度

货币单位：元

关联方	与公司关系	期初余额	本期增加	本期收回	期末余额	说明	发生次数
拓源天创投资	实际控制人李伟控制的企业	9,730,390.79	(1) 2015 年 6 月 5 日发生 2,000,000.00 ; (2) 2015 年	(1) 2015 年 5 月 15 日发生 3,000,000.00; (2) 2015 年 6 月 4 日发生	0	未缴足的出资款、资金往来款	3 次增加, 5 次收回

			6月17日发生 2,000,000.00 ; (3) 2015年 7月1日发生 269,609.21	4,256,250.00; (3) 2015年6 月5日发生 4,443,750.00; (4) 2015年6 月8日发生 300,000.0; (5) 2015年6 月11日发生 2,000,000.00;			
合计		9,730,390.79	4,269,609.21	14,000,000.0	0		

公司对拓源天创投资的其他应收款主要系未实缴的出资款，形成及归还情况如下：

2014年11月12日，拓源投资分别以1.00元的价格受让原股东张建、郑琳持有的60.00%、40.00%的股权，1.00元受让的原因系有限公司注册资本未实缴且经营状况不理想。本次股权转让完成后，拓源投资成为拥有有限公司100.00%的唯一股东，需履行股东出资责任，负责将1,000.00万元注册资本补足，因此形成有限公司对拓源投资1,000.00万元的其他应收款。

2014年度拓源天创投资合计向有限公司汇入269,609.21元，截至2014年12月31日，公司对拓源天创投资的其他应收款余额为9,730,390.79元。

2015年1月1日至2015年7月1日，有限公司向拓源天创投资分3笔合计汇入拆借资金4,269,609.21元，拓源天创投资分5笔合计向公司归还拆资金以及投资款14,000,000.00元，至此，拓源天创投资上述1,000.00万元投资款已全部补足。

2015年7月1日至本反馈意见回复之日，不存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情况。

②关于石义刚备用金情况的说明

公司于2016年9月起拓展家居售后服务（B2B业务），目标瞄准天猫等线上平台的安装、维修等业务。由于未来将承接海量订单，需扩大技工队伍的覆盖范围及专业技能，因此公司派遣各商务人员前往全国近200个主要城市洽谈供给端合作事宜。

鉴于出差周期长，费用大，因此公司同意商务部门预借差旅备用金。经差旅预算、财务部审核通过后，由商务部负责人石义刚发起预借差旅费，共借支

金额 213,345.00 元，截止 2016 年 10 月 31 日已发生费用 26,790.00 元，截止目前，该笔备用金已清理完毕，无其他应收款情况。

该笔款项属于备用金，系经营所需，不属于资金占用，且已与 2017 年 2 月清理完毕。

③关于内部控制制度的说明

有限公司阶段，关联方资金往来主要由董事会、股东会审议，上述未实缴的出资款、资金拆解款均未约定资金占用费；股份公司成立后，公司建立了《关联交易决策制度》等一系列的内部控制制度。公司严格按照《公司章程》、三会议事规则、《关联交易决策制度》等内控制度履行了关联方交易的决策审批程序，不存在违反相应承诺、规范的情况。

综上所述，报告期内，公司存在未缴足的出资款、关联方资金往来的情况，截止 2015 年 7 月 1 日，关联方占资已全部收回；2015 年 7 月 1 日至本反馈回复之日，公司未发生关联方占资的情形。公司内部控制制度健全，截止本反馈回复之日不存在控股股东、实际控制人及其关联方占款的情况，符合挂牌条件。

主办券商回复：

核查手段：

项目组访谈公司高管、审计师，核查审计报告、银行流水。

核查过程：

报告期内，公司其他应收款中存在未缴足的股东出资款、关联方资金往来及关联方预借的备用金等，具体信息详见公司回复部分。

经核查，公司未缴足的股东出资款、关联方资金往来已在 2015 年 7 月 1 日前清理完毕，2015 年 7 月 1 日至本反馈意见回复之日，不存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情况。

经核查，石义刚预借的备用金，系经营所需，不属于资金占用，且已清理完毕，无其他应收款情况。

经核查，有限公司阶段，关联方资金往来主要由董事会、股东会审议，上述未实缴的出资款、资金拆解款均未约定资金占用费；股份公司成立后，公司建立

了《关联交易决策制度》等一系列的内部控制制度。公司严格按照《公司章程》、三会议事规则、《关联交易决策制度》等内控制度履行了关联方交易的决策审批程序，不存在违反相应承诺、规范的情况。

核查结论：

综上所述，截止本反馈回复之日不存在控股股东、实际控制人及其关联方占款的情况，且公司已经建立健全了相关内部控制制度，符合挂牌条件。

9、请主办券商及律师按照《关于对失信主体实施联合惩戒措施的监管问答》核查并说明：（1）申请挂牌公司及法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员，以及控股子公司是否为失信联合惩戒对象，公司是否符合监管要求，主办券商及律师是否按要求进行核查和推荐；（2）前述主体是否存在因违法行为而被列入环保、食品药品、产品质量、税收违法和其他领域各级监管部门公布的其他形式“黑名单”的情形，结合具体情况对申请挂牌公司是否符合“合法规范经营”的挂牌条件出具明确意见。

主办券商回复：

核查手段：

项目组访谈公司高管、律师，核查相关网站，核查无违法违规证明等。

核查过程：

1、经查询深圳市主要监管部门（工商、税务、环保、食品药品、产品质量及其他相关部门）的官方网站、公司及子公司的信用报告、中国执行信息公开网（<http://shixin.court.gov.cn/>）、“信用中国”网站（<http://www.creditchina.gov.cn/>）、全国企业信用信息公示系统（<http://gsxt.saic.gov.cn/>）、证券期货市场失信信息公开查询平台（<http://shixin.csrc.gov.cn/honestypub>），截至本反馈回复出具之日，公司、法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及控

股子公司均未被列入深圳市相关主要监管部门的失信联合惩戒对象名单。

2、经查询深圳市主要监管部门（工商、税务、环保、食品药品、产品质量及其他相关部门）的官方网站、中国执行信息公开网（<http://shixin.court.gov.cn/>）、“信用中国”网站（<http://www.creditchina.gov.cn/>）、全国企业信用信息公示系统（<http://gsxt.saic.gov.cn/>）、证券期货市场失信信息公开查询平台（<http://shixin.csrc.gov.cn/honestypub>），截至本反馈回复出具之日，公司、法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及控股子公司均未被列入前述主要监管部门公布的“黑名单”。

根据相关政府部门出具的证明、深圳市市场监督管理局（商事主体信用信息平台）公示的商事主体信用信息以及公司的书面确认，券商认为，公司依法开展境内经营活动，经营行为合法、合规，最近 24 个月内不存在因违反国家法律、行政法规、规章的行为受到刑事处罚或者适用重大违法违规情形的行政处罚，公司符合《业务规则》第 2.1 条第（三）款和《基本标准指引》第三条规定的关于“合法规范经营”的挂牌条件。

核查结论：

综上所述，公司符合监管要求，主办券商及律师已按要求进行核查和推荐；公司是否符合“合法规范经营”的挂牌条件。

10、请主办券商及律师补充核查：（1）公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否在私募股权投资基金中持有权益，上述股东出资公司是否符合章程或协议合同规定，出资资金与管理人资产或管理人管理的其他基金或资产是否有效分离，上述股权是否清晰。（2）公司原股东、公司与机构投资者之间是否存在“对赌”等投资价格调整、优先权、反稀释、拖带权、认沽权等特殊条款或利益安排；若有分析公司及该等条款对公司控制权、权益、公司治理的影响，股东之间是否存在（或潜在）纠纷及其对公司治理及正常运营的影响。（3）公司机构股东中是否存在国有企业，若存在，其国有股出资及转让程序的合规性，公司是否需要取得国有股权设置批复。

主办券商回复：

核查手段：

项目组访谈律师、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员，查询私募股权投资基金的章程或协议合同，查询相关网站；查询增资条款、查询特殊条款；查询相关法律法规。

核查过程：

项目组履行分析程序如下：

（一）私募股权投资基金情况

（1）经核查，在公司的机构股东中，仅投控东海、光信六号两家机构股东属于私募股权投资基金，公司的其他股东均不属于私募股权投资基金。

公司控股股东、实际控制人为李伟，公司董事、监事、高级管理人员为李伟、付裕、蒋露洲、吕薇、徐颖、汪姜维、方龙祥、谢青显、石义刚、韩昆、梁树杨。

经查阅投控东海、光信六号的合伙协议并经公司控股股东、实际控制人、董

事、监事、高级管理人员的书面确认，公司控股股东、实际控制人董事、监事、高级管理人员未在投控东海、光信六号持有相关权益。

(2) 经核查，在公司的机构股东中，仅投控东海、光信六号两家机构股东属于私募股权投资基金，公司的其他股东均不属于私募股权投资基金。经查阅投控东海、光信六号的合伙协议、基金托管协议，投控东海、光信六号向公司投资符合前述合伙协议的约定。

(3) 投控东海的管理人为深圳市投控东海投资有限公司，经查询中国证券投资基金业协会信息公示系统的相关信息，截至本反馈回复出具之日，深圳市投控东海投资有限公司除发行了投控东海这一个基金产品外，未发行其他基金产品。

光信六号的管理人为嘉兴光信投资管理合伙企业（有限合伙），经查询中国证券投资基金业协会信息公示系统的相关信息，截至本反馈回复出具之日，嘉兴光信投资管理合伙企业（有限合伙）除发行了光信六号外，还发行了另外五个基金产品，分别为：嘉兴光信一号投资合伙企业（有限合伙）、嘉兴光信二号投资合伙企业（有限合伙）、嘉兴光信三号投资合伙企业（有限合伙）、嘉兴光信七号投资合伙企业（有限合伙）、天津光信股权投资基金合伙企业（有限合伙）。

投控东海、光信六号的管理人深圳市投控东海投资有限公司、嘉兴光信投资管理合伙企业（有限合伙）已分别出具书面承诺：截至本反馈回复出具之日，其管理的基金的财产独立于基金管理人、基金托管人的自有财产，不会归入基金管理人、基金托管人的自有财产；基金的债权与不属于基金的债务，不得相互抵销，不同基金的债权不得相互抵销；非因基金本身承担的债务，债权人不得对基金财产主张强制执行；基金托管人对托管的基金已独立设置账户，且不同于基金管理人的账户；在基金的存续期间内，作为基金管理人，其将严格按照中国基金业协会发布的《私募投资基金管理人内部控制指引》要求，保证：基金财产与基金管理人固有财产之间、不同基金财产之间、基金财产和其他财产之间要实行独立运作，分别核算，确保不同基金之间在名册登记、账户设置、资金划拨、账簿记录等方面相互独立。

综上，券商认为，上述机构股东出资公司符合其合伙协议的约定，股东向公

公司的出资资金与其管理人资产或管理人管理的其他基金或资产已有效分离，该等股东持有公司的股权清晰。

（二）特殊条款说明

经核查，在公司与股东中，仅光信六号、祥峰投资与投控东海享有（或曾享有）特殊的股东权利安排，具体情形如下：

1、光信六号、祥峰投资曾享有的特殊股东权利安排

根据李伟、董庭匡、陈桂珍、朱向荣、田芳、吴宵光、汪姜维、星汉凯旋、华创立持、新科立享、光信六号、祥峰投资和拓源有限于 2015 年 7 月 10 日签署的《深圳市拓源天创实业发展有限公司之增资协议》，以及李伟、董庭匡、陈桂珍、朱向荣、田芳、吴宵光、汪姜维、星汉凯旋、华创立持、新科立享、光信六号和祥峰投资于 2015 年 7 月 10 日签署的《深圳市拓源天创实业发展有限公司合资经营合同》和《深圳市拓源天创实业发展有限公司章程》，光信六号与祥峰投资曾经享有的特殊股东权利安排如下：

（1）股权的转让、质押及其他变更

A、在合资公司（系指拓源有限）合格 IPO 完成之前，任何股东直接或间接地出售或以其他方式转让其在合资公司中所持有的股权，须经其他方事先书面同意；但光信六号与祥峰投资在事先通知其他股东并尊重其他股东优先购买权的情况下可不受该限制。

合格 IPO 指依据中国的法律法规，合资公司在转制完成后其股票在中国国内证券交易所的包括主板、创业板、中小企业板及全国中小企业股份转让系统在内的各板块上公开挂牌交易；或在合资公司经重组成为一家境外控股公司的全资子公司后，将境外控股公司的股票依据其他国家、地区的法律法规在境外证券交易所公开挂牌交易，且上市应满足适用的证券法律法规规定并获得上市地有关证券交易所的批准。

B、在合格 IPO 完成之前，管理层股东不得，且管理层股东应确保新科立享的任何合伙人不得，向任何人（含原股东内部任何一方）转让、质押或以任何方式直接或者间接地处置其持有的全部或部分的合资公司股权或其所附的任何权

益。如确须转让或质押上述股权，须经合资公司未转让股权的其他股东及合资公司全体董事表决同意，且管理层股东及其委派董事应确保：

a、受让方(或质权人)以书面形式承诺其在取得股权转让方所持有的全部或部分出资后将承担股权转让方在增资协议、本合同以及公司章程下的义务；

b、合资公司的生产经营活动以及本合同、增资协议的履行均不会因此受到重大不利影响。

C、当合资公司经重组受控于一家境外控股公司并准备境外上市时，投资方有权将其持有的合资公司的股权变更为境外控股公司的同等比例的股权或可转换优先股，原股东、境外控股公司以及原股东为境外上市而设立或控制的其他公司应签署必要文件或履行必要配合手续以使各方实现本条所述股权变更。

D、为避免疑义，原股东为实施经董事会一致事先书面同意的员工股权激励计划而进行的股权转让以及其他经投资方事先明确书面同意的股权转让情形不受投资方的优先购买权和共同出售权的限制。

(2) 投资方（光信六号和祥峰投资）特别股权安排

退出条件：在合资公司成立后，如出现以下情况之任何一种：

A、若合资公司未能在增资协议项下交割日后的五年内完成合格 IPO；

B、公司或者关键人员严重违反其在增资协议的相关规定，并给投资方造成重大损失的；

则投资方有权根据本合同提出要求退出其在合资公司的投资。

如出现上述规定的任何一种情况后，除非各方在收到投资方要求退出投资的通知（以下称“退出通知”）后三十日内另行达成协议，否则，任何投资方有权选择管理层股东回购投资方持有的公司股权。回购方式包括但不限于将投资方在公司中的股权（“退出股权”）按照本合同规定的价格出售给管理层股东或者由公司或管理层股东指定的第三方。

退出价格=该投资方投资款+(该投资方投资款×10%×n)。

本公式中，“n”为该投资方向合资公司支付投资款之日起至该投资方收到相

关退出股权价款之日期间累计的年份数，不足一年的按时间比例计算。

（3）增资及减资

在合营期限内，合资公司注册资本的任何增加或减少，必须经董事会一致同意，并报审批机关审批。收到审批机关的批准后，合资公司应向登记机关办理注册资本变更登记手续。各方在此同意，合资公司增加注册资本时，投资方在同等条件下有权优先按其持股比例认缴新增注册资本，以便保持其在合资公司所持有的股权比例在合资公司增加注册资本后不发生变化；原股东应确保届时通过董事会决议及签署相关法律文件使投资方行使本条所述优先认购权。尽管有上述约定，投资方董事不得对公司引进的不低于投资方本次融资条件的任何后续融资投反对票，并不得对公司因该后续融资而作出的包括增加公司注册资本、修改公司章程（合资合同）、委派董事人选等事项投反对票。

（4）反稀释

A、交割日后，在投资方同意的前提下，如合资公司以低于 3500 万美元的增资前估值进行增资扩股，则在进行该等增资扩股时，每一投资方所持的合资公司的股权比例应调整如下（“反稀释调整后的权益比例”）：
$$\text{反稀释调整后的权益比例} = \frac{\text{该投资方的全部增资款}}{\text{下一轮增资前公司估值} + \text{下一轮新股东的增资认购款}}$$

B、为实现本条所述投资方反稀释调整后的权益比例，可以由投资方以人民币 1 元的名义价格或法律允许的最低对价向合资公司认购调整所需的股权，或由管理层股东以人民币 1 元的名义价格或其他法律允许的最低价格向投资方转让调整所需的股权，或由合资公司及管理层股东以现金形式补偿投资方并同意投资方用于对合资公司的增资，具体方式应由投资方选择确定，合资公司和管理层股东对此承担连带责任。在该调整完成前，合资公司不得实施该次新增注册资本或增发新的与股权相关的任何证券（包括但不限于可转债）。

C、在下列情况下，投资方不享有本条项下的反稀释权：

合资公司为实施经董事会一致事先书面同意的员工股权激励计划而进行的增资或发行股权期权，以及为实施董事会一致事先书面同意向银行或其他金融机

构进行的增资。

(5) 董事会

董事会应由五名董事组成，其中管理层股东委派三名董事（其中应包括李伟），祥峰和光信六号分别委派一名董事。董事长最初由李伟担任。

A、合资公司的下列事项须经出席会议的所有董事一致通过方可作出决定：

- a、公司章程的修改；
- b、合资公司的中止、解散、清算或变更公司形式；
- c、合资公司注册资本的增加、减少；以及
- d、合资公司的合并、分立。

B、合资公司及其任何分子公司的下列事项需经董事会的三分之二以上董事（其中应包括投资方委派的两名董事）通过方可作出决定：

- a、进行股权回购；
- b、任何改变投资方权利或者给予公司其他股东比投资方权利更优惠权利的行为；
- c、终止或改变其任何现有业务；
- d、出售、抵押、质押或以其他方式处置其全部或部分资产；
- e、合资公司董事会人数、选举方式或任职期限的变化；
- f、与任何合资公司股东、董事、高级管理人员及其它关联方之间的关联交易；
- g、对外提供任何形式的担保，以合资公司或其分支机构的资产进行抵押或产生任何形式的物权担保，或提供任何单独或合计超过 300 万元人民币的贷款；
- h、设立子公司或合资企业，进行任何单独或合计超过 300 万元人民币的对外投资，但经董事会批准的商业计划和预算中已明确了对外投资项目的投资对象、投资方式、投资价格及条件的投资项目除外；

- i、向股东进行股息分配、利润分配或改变股息支付政策；
- j、任何单独或合计超过 300 万元人民币的借款的承担或产生；
- k、对合资公司年度预算、商业计划书的批准与修改；
- l、合资公司以低于 3500 万美元的投前估值进行新的融资；

m、除已经被董事会批准的支出，以及经董事会批准的商业计划和预算中已明确了对外投资项目的投资对象、投资方式、投资价格及条件的投资支出外，任何其他金额单独或合计超过 300 万元人民币的开支；

- n、任免合资公司首席财务官；
- o、设定或修改任何员工激励股权安排、参股计划或利润分享计划等；以及
- p、指定或变更审计师。

除上述规定事项外的其他事项，董事会可采取简单多数通过决议。

C、对于需投资方董事特别同意才能通过的事项，如果经过两次书面通知，投资方委派的董事仍未出席，那么任意三名董事即可召开会议并通过决议，但是两次书面通知的间隔不得少于十天。

(6) 清算

经营期满或提前终止合营，合资公司应依法进行清算。合资公司财产在分别支付清算费用、职工的工资、社会保险费用和法定补偿金，缴纳所欠税款，清偿合资公司债务之后的剩余财产，应按照如下顺序和方法在合资公司各股东之间进行分配：

由每一投资方按比例取得按以下公式计算得出的清算优先财产：（以下称为：“清算优先权”）：

优先清算财产 = 该投资方投资款 + (该投资方投资款 × 10% × n)。

本公式中，“n”为增资协议项下交割日至该投资方收到相关优先清算财产之日期间累计的年份数，不足一年的按时间比例计算。

之后，剩余财产由投资方以外的其他股东按届时的持股比例进行分配。

各方同意，若合资公司被第三方全面收购，导致李伟丧失对合资公司的控制权，或者合资公司超过 50% 的股权发生转移，或者合资公司出售其大部分或全部重要资产，或者合资公司将其大部分或全部知识产权转让或独家且不可撤销地许可给第三方的情况下，视为清算发生，投资方应按上述清算优先权的约定优先获得偿付。

(7) 提前终止事件

如果发生以下任何事件，经董事会一致通过和审批机关批准，可以提前解散合资公司并提前终止本合同：

A、合资公司发生严重亏损，并且董事会认为继续经营不符合合资公司的最佳利益；

B、合资公司因发生持续超过一年的不可抗力事件，而无力继续经营，但本合同另有约定的除外；

C、各方一致同意提前解散合资公司；或

D、中国的有关法律、法规规定的，其它可能导致提前终止的情况。

(8) 为符合有关境内上市的审核要求，投资方根据本合同以及公司章程或其他约定了股东权利的法律文件享有的一切优先权利自合资公司向中国证监会递交正式上市申报材料时自动中止；若合资公司上市申请被否决或合资公司上市申报材料被撤回，或在提交上市申报材料后十八个月或者投资者认可的其它时间之内合资公司未完成上市，则自否决之日或撤回之日或前述期限届满之日起该等优先权利即自行恢复，且对中止期间投资者在上述法律文件项下的优先权利具有追溯力，有关期间自动顺延。

2、投控东海享有的特殊股东权利安排

根据投控东海以及李伟、朱向荣、陈桂珍、董庭匡、田芳、曾志伟、吴宵光、汪姜维、新科立享、华创立持、祥峰投资、光信六号、星汉恒泰、雷雨追梦、星汉凯旋签署于 2016 年 9 月 1 日签署的《深圳市轻松到家科技股份有限公司增资扩股（补充）协议》，投控东海享有的特殊股东权利安排如下：

（1）业绩承诺

李伟为公司实际参与经营和管理的股东，并且是公司实际控制人。实际控制人向投控东海保证：本次增资完成后，公司在未来两年即 2017 年、2018 年和 2019 年保证年度经营指标应至少达到以下指标：

A、投资完成后，2017 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间，公司年度营业总收入分别达到：2017 年度营业总收入达到 2016 年度的 200%；2018 年度营业总收入达到 2017 年度的 150%。

B、投资完成后，2017 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间，公司的年度核心用户（付费）数分别达到 2017 年度 50 万，复购用户数不少于 5 万；2018 年度核心用户（付费）数 100 万，复购用户数不少 15 万。

C、投资完成后，2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，公司 2017 年、2018 年和 2019 年三个年度费用增长别控制在：2017 年度费用不高于 2016 年度费用的 140%，2018 年度费用不高于 2017 年度费用的 130%，2019 年度费用不高于 2018 年度费用的 130%。费用=销售费用+管理费用。

（2）补偿

基于上述业绩承诺，实际控制人向投控东海做出以下承诺：

若公司在 2017 年度、2018 年度两个年度中的任一会计年度的年度实际营业总收入未达到前述业绩承诺所列条款金额的 90%，则实际控制人将以现金形式或股权无偿划转形式给予投控东海及时、充分、有效地补偿。

如果实际控制人选择现金形式进行补偿，现金补偿计算标准如下：

A、2017 年度现金补偿金额为： $(1-2017 \text{ 年度当年经审计年度实际营业总收入}/2017 \text{ 年度保证营业总收入}) * (\text{投控东海实际投资金额})$ 。

B、2018 年度现金补偿金额为： $(1-2018 \text{ 年度当年经审计年度实际营业总收入}/2018 \text{ 年度保证营业总收入}) * (\text{投控东海实际投资金额})$ 。

累积补偿金额以投控东海实际投资额为上限。

实际控制人有权优先在二级市场抛售对应市值的股票对投控东海进行补偿，

且累积补偿金额以投控东海实际投资额为上限。

如果实际控制人选择股权无偿划转形式进行补偿，划转比例（补偿比例）计算标准如下：

A、2017 年度股权补偿比例为：（1-2017 年度当年经审计年度实际营业总收入/2017 年度保证营业总收入）*（投控东海持股比例）

B、2018 年度股权补偿比例为：（1-2018 年度当年经审计年度实际营业总收入/2018 年度保证营业总收入）*（投控东海持股比例）

C、双方同意，如发生本协议第 3.2 条所述情形，投控东海应在公司相关年度审计报告出具之日起 30 个工作日内向实际控制人提出要求补偿的书面通知，实际控制人应在收到该等书面通知之日起 90 个工作日内完成补偿事宜。

（4）如实际控制人未能按时将年度补偿及时足额支付给投控东海，则投控东海有权就应付未付的金额向实际控制人按日万分之五收取应支付补偿价款的违约金。

（5）上市承诺

实际控制人将尽最大努力，促使公司达到证券交易所主板（含中小板）、创业板、战略新兴板等 IPO（首次公开发行并上市）条件的情况下在中国境内成功实现 IPO（因政策因素或者其他不可抗力因素的除外）；或：

实际控制人将尽最大努力，促使公司达到境外证券交易所（限定香港联交所、纽约交易所、纳斯达克交易所）等 IPO 条件的情况下在境外成功实现 IPO（因政策因素或者其他不可抗力因素的除外）。

（6）回购安排

A、各方一致确认并同意，以下任何一项事件发生投资方均有权要求实际控制人（以下简称“回购方”）回购其股权：

a、公司在自投控东海投资之日（以实际交割日为准）起计 5 年内未能在中国境内证券交易所主板（含中小板）、创业板、战略新兴板等成功 IPO 或公司未能在自投控东海投资之日起计 5 年内未能在境外证券交易所（限定香港联交

所、纽约交易所、纳斯达克交易所) 成功 IPO;

b、公司聘请的证券公司以任何书面形式提示公司已达到证券交易所主板(含中小板)、创业板、战略新兴板等 IPO 的条件, 且投资方建议启动证券交易所上市程序, 但实际控制人或控股股东无正当理由不及时启动 IPO 上市程序;

c、实际控制人出现重大个人诚信问题, 尤其是公司出现投资方不知情的帐外现金销售收入时;

d、实际控制人发生严重行政或刑事违法行为, 并且对公司申请公开发行和上市构成实际性障碍;

e、2017 年起, 公司承诺期内任一年度末的当年亏损金额达到当年末净资产金额的 50%。

本条所述“年度末”指该年度的 12 月 31 日; 本条所述“当年亏损金额”指公司在承诺期内每一年的合并资产负债表中“未分配利润”科目中当年产生的亏损金额; 本条所述“当年末净资产金额”指公司在承诺期内每一年的合并资产负债表中“归属于母公司所有者权益合计”科目中的净资产金额。

公司在承诺期内累计亏损金额及净资产金额以股转系统或证券交易所平台公布的企业财务年报中数据为准;

f、公司与其关联公司进行有损于投资人的交易或担保行为;

g、公司或实际控制人出现严重违反与投资方之间签署的增资入股协议或本协议相关内容的重大违约事件, 且经投资方书面催告后三十(30)个自然日内而仍未能充分补救的;

h、公司与其他第三方签署增资协议, 其投前估值低于本轮投后估值的;

i、在本协议有效期内, 控股股东、实际控制人出售公司的任何股权、股份及股东权益导致其丧失控制权的; 但控股股东、实际控制人为员工股权激励除外(如果投控东海对外转让股份, 控股股东或实际控制人可以相同比例转让相应的股份);

j、控股股东或实际控制人拟低价出售其在公司中的部分或全部出资或股份

的。

B、回购方应在收到投资方书面通知后三(3)个月内购买投资方持有的全部股权及向投资方全额支付回购价，无论投控东海股权是否已完成工商变更登记。

C、投资方行使售股权而应收取的回购价应为按照下列公式计算得出之款项：

$$\text{回购价} = \text{投资方缴付的增资价款} \times (1 + 10\% \times T) - M$$

其中，T 为自交割日始至投资方收妥全部回购价款项之日止的连续期间的具体公历日天数除以固定数额 365 所得出之累计年份数，不足一年的按时间比例计算。M(如有)为自交割日始至投资方收妥全部回购价款项之日止的连续期间内，投资方实际收到的业绩补偿、因本次增资而拥有的股权收到的任何现金收益和从实际控制人、丙方处获得的其他任何补偿、赔偿等收益。

各方在此特别确认并同意，通过本条所确定的回购价体现了投资方所持退出权益的公允价格。

(7) 清盘补偿权

在公司必须清盘的前提下，在遵守相关法律法规的情况下，若必须按法律程序按照股东股权比例进行分配，投资方根据其自身股权比例分配所得的剩余财产价值低于其对公司的投资款加上公司应付未付红利的，实际控制人同意公司将控股股东根据其股权比例应分配的剩余财产价值直接分配补偿给投资方损失的部分（因不可抗力因素导致的清盘除外，且控股股东的补偿额仅以其能够在公司清盘中所取得的剩余财产为限）。

(8) 若为配合公司上市需要，各方在公司向中国证监会递交 IPO 之申请日（或之间），或在被兼并收购的谈判中，暂停执行第三条及第四条，经各方友好协商，可予以中止执行。实际控制人和公司理解该等变动将不违背投资方签署本协议目的。

各方同意并确认，上述条款如果根据前款约定被解除、中止或暂停执行，应在下述任一情形发生之日起重新溯及生效：

A、公司公开发行股票并上市申请未被受理、被劝退、被撤回、或未获得中国证监会发审委审核通过或核准。

B、根据上述约定重新生效的条款在公司重新向中国证监会提交申报文件之日起可以再行暂停、中止，并且仍将适用上述约定。

3、特殊权利条款的后续进展

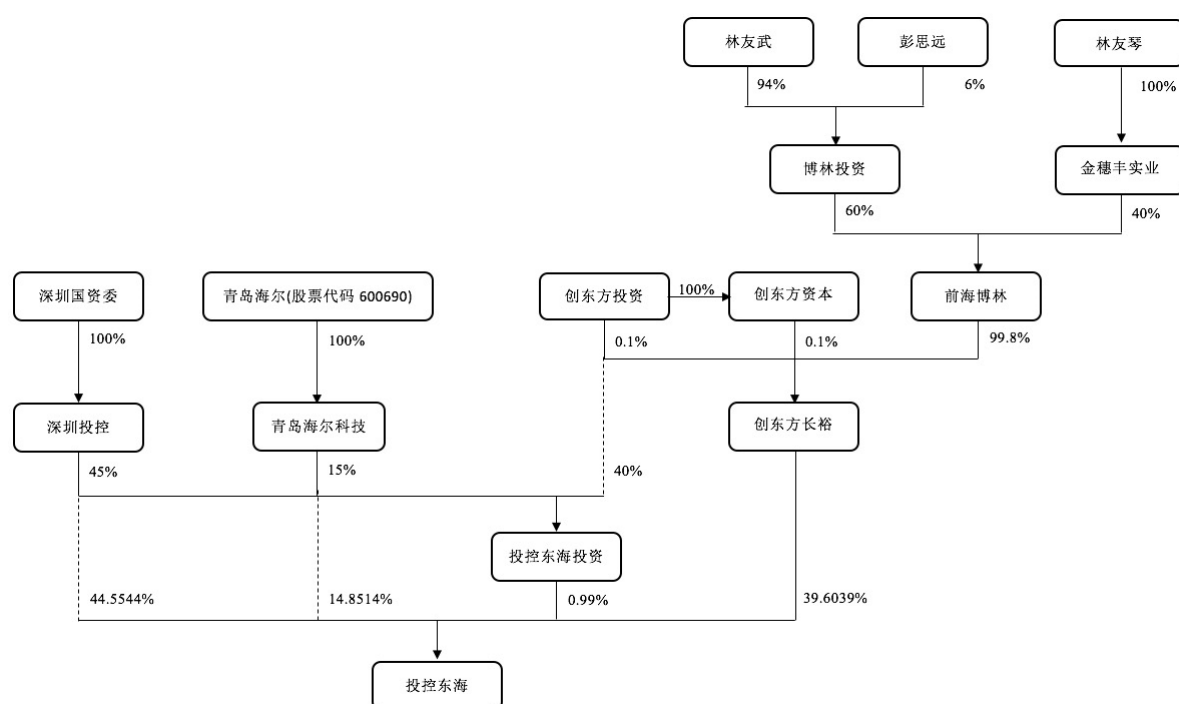
对于光信六号和祥峰投资于上述协议和章程享有的股东特殊权利，2016年6月23日，拓源有限董事会通过决议，决定终止上述协议和章程的上述条款，并签署新的《发起人协议》和《公司章程》；同时，光信六号和祥峰投资出具书面声明，确认上述条款不再有效。2016年7月6日，前述新的《发起人协议》和《公司章程》经深圳市南山区经济促进局批准生效。因此，光信六号和祥峰投资因上述增资事项曾享有的特殊股东权利已经终止，不会对公司控制权、股东权益、公司治理及正常运营产生不利影响，股东之间不存在（或潜在）纠纷；光信六号、祥峰投资与公司、公司其他股东之间并没有其他特殊权利安排。

对于投控东海于上述协议享有的股东特殊权利，（1）因该等股东特殊权利条款的权利义务承受主体仅为公司实际控制人李伟，而不包括公司；（2）且包含前述条款之《深圳市轻松到家科技股份有限公司增资扩股（补充）协议》由各方当事人自愿签署、系其真实意思表示，未损害公司及其债权人或其他第三方的利益；（3）前述条款约定未违反《公司法》、《合同法》等法律法规的强制性规定，亦未违反全国股份转让系统公司出具的“股转系统公告[2016]63号”《挂牌公司股票发行常见问题解答（三）—募集资金管理、认购协议中特殊条款、特殊类型挂牌公司融资》规定的关于认购协议之特殊条款的要求；（4）公司实际控制人李伟已出具书面承诺：如果出现上述《深圳市轻松到家科技股份有限公司增资扩股（补充）协议》约定的业绩补偿、回购股份事项，投控东海要求李伟承担股份回购、现金或股权划转等相关义务的，李伟将根据双方协商的最终结果，优先采取包括但不限于自筹资金回购、引进新投资者等措施解决有关上述业绩补偿、回购股份，不会影响李伟在公司的实际控制人地位，保证不会因回购事项对公司经营或公司治理造成负面影响。因此，投控东海在上述协议约定的特殊权利条款未违反相关法律法规的规定；投控东海因上述增资事项而享有相关特殊股东

权利，不会对公司控制权、股东权益、公司治理及正常运营产生不利影响，股东之间不存在（或潜在）纠纷。

（三）国有股东查询

经查询深圳市市场监督管理局（商事主体信用信息平台）公示的商事主体登记及备案信息，公司机构股东共有 8 名，分别为新科立享、华创立持、投控东海、祥峰投资、光信六号、星汉恒泰、雷雨追梦。经核查，前述机构股东中，仅投控东海存在国有股东出资的情形。通过国家企业信用信息公示系统及深圳市市场和质量监督管理委员会商事主体信用平台的查询，投控东海的股权结构如下：



注：深圳投控系指深圳市投资控股有限公司；青岛海尔科技系指青岛海尔科技投资有限公司；投控东海投资系指深圳市投控东海投资有限公司；创东方长裕系指深圳市创东方长裕投资企业(有限合伙)；深圳国资委系指深圳市人民政府国有资产监督管理委员会；创东方投资系指深圳市创东方投资有限公司；创东方资本系指深圳市创东方资本管理有限公司；前海博林系指深圳市前海博林股权投资基金有限公司；博林投资系指深圳博林投资控股有限公司；金穗丰实业系指深圳金穗丰实业有限公司。

如上图所示，投控东海共有 4 名机构股东，其中 1 名为国有股东（即：深圳投控），直接持有投控东海 44.5544% 的股权，通过“投控东海投资”间接持有投控东海 0.4455%。根据《关于实施<上市公司国有股东标识管理暂行规定>有关

问题的函》（国资厅产权[2008]80号）规定，国有法人股东持有投控东海的出资额未达到或超过 50.00%，不符合应当标注国有股东标识的情形，因此，投控东海不属于国有股东，其持有公司的股权不属于国有股，公司无需取得国有股权设置批复。。

核查结论：

综上，券商认为，上述机构股东出资公司符合其合伙协议的约定，股东向公司的出资资金与其管理人资产或管理人管理的其他基金或资产已有效分离，该等股东持有公司的股权清晰。

光信六号和祥峰投资因上述增资事项曾享有的特殊股东权利已经终止，不会对公司控制权、股东权益、公司治理及正常运营产生不利影响，股东之间不存在（或潜在）纠纷；光信六号、祥峰投资与公司、公司其他股东之间并没有其他特殊权利安排。

投控东海在上述协议约定的特殊权利条款未违反相关法律法规的规定；投控东海因上述增资事项而享有相关特殊股东权利，不会对公司控制权、股东权益、公司治理及正常运营产生不利影响，股东之间不存在（或潜在）纠纷。

公司机构股东不存在国有股东，无需取得国有股权设置批复。

11、关于股权激励。请公司补充披露：公司股权激励具体实施方案及行权情况，行权的变更登记情况，是否存在纠纷或潜在纠纷。请主办券商及律师就股权激励方案及执行的合法合规情况发表明确意见。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第一节 基本情况”之“三、公司股权基本情况”之“（八）关于股权激励情况的说明”补充披露如下内容：

公司的股权激励具体实施方案系以符合约定条件的公司员工认购华创立持有的公司股权来实施，根据华创立分别与付裕等 15 名公司员工签订的《深

圳市拓源天创实业发展有限公司股权期权协议》，华创立持与付裕等 15 名公司员工作出如下股权激励约定：

序号	姓名	职务	协议签订日期	有权认购华创立持有公司的股权比例	股权认购行权期以及行权价格	丧失行权资格的情况
1	付裕	董事	2015年11月20日	1%	员工对华创立持有公司股权的认购行权期为：1、公司成功上市起三年内；或 2、员工在公司连续工作满五年后。行权期内，员工应一次性行权，行权期最长不得超过三年。 认购股权的总对价为 1 元。	员工尚未实际行使股权认购权之前，出现下列情况之一，自始不享有股权行权资格： 1、因辞职、辞退、解雇、退休、离职等原因与公司解除劳动合同关系的； 2、丧失劳动能力或民事行为能力或者死亡的； 3、因违法被追究刑事责任的； 4、履行职务时，存在违反《公司法》或者《公司章程》，损害公司利益的行为； 5、执行职务时的错误行为，致使公司利益受到重大损失的； 6、没有达到规定的业务指标、盈利业绩，或者经公司认定对公司亏损、经营业绩下降负有直接责任的；
2	韩明	销售总监	2016年4月12日	0.8%		
3	石义刚	副总经理	2015年8月3日	0.7%		
4	张俊	技术总监	2016年4月12日	0.5%		
5	韩昆	副总经理	2016年4月16日	0.4%		
6	周雄志	技术部员工	2016年6月28日	0.3%		
7	何悟	行政部经理	2015年11月25日	0.2%		
8	杨斌	法务总监	2016年4月4日	0.2%		
9	方龙祥	综合部经理	2015年11月20日	0.1%		
10	蔡生喜	工程师	2015年11月24日	0.1%		
11	谢青显	渠道部经理	2015年11月28日	0.1%		
12	陈镇伟	运营部经	2015年11	0.1%		

		理	月 30 日		7、存在其他重大违反公司规章制度的行为。
13	田锋	服务部经理	2015 年 11 月 30 日	0.1%	
14	张芷婷	客服专员	2016 年 4 月 11 日	0.1%	
15	李淑	法务专员	2016 年 4 月 16 日	0.1%	

根据公司与目前仍在公司任职的上述员工的确认，上述“公司成功上市”系指公司新三板挂牌或者首次公开发行股票并在境内证券交易所上市，截至本反馈回复出具之日，在上述 15 名员工中，有 5 名员工已从公司离职，已丧失股权行权资格；另因公司尚未在新三板挂牌、同时没有员工符合连续工作满五年的条件，截至本反馈回复出具之日，尚未有员工具备股权认购行权资格，亦无需相应办理行权的工商变更登记。

因此，上述《深圳市拓源天创实业发展有限公司股权期权协议》确定的公司股权激励方案合法、有效；截至本反馈回复出具之日，前述股权激励方案的执行不存在纠纷或潜在纠纷事项，不会对公司股权清晰构成不利影响。

主办券商回复：

核查手段：

项目组访谈了公司管理层、股权激励对象，查询股权激励协议。

核查过程：

项目组履行分析程序如下：

经核查，公司的股权激励具体实施方案系以符合约定条件的公司员工认购华创立持有的公司股权来实施，根据华创立分别与付裕等 15 名公司员工签订的《深圳市拓源天创实业发展有限公司股权期权协议》，内容详见公司回复。

根据公司与目前仍在公司任职的上述员工的确认，上述“公司成功上市”系指公司新三板挂牌或者首次公开发行股票并在境内证券交易所上市，截至本反馈

回复出具之日，在上述 15 名员工中，有 5 名员工已从公司离职，已丧失股权行权资格；另因公司尚未在新三板挂牌、同时没有员工符合连续工作满五年的条件，截至本反馈回复出具之日，尚未有员工具备股权认购行权资格，亦无需相应办理行权的工商变更登记。

核查结论：

上述《深圳市拓源天创实业发展有限公司股权期权协议》确定的公司股权激励方案合法、有效；截至本反馈回复出具之日，前述股权激励方案的执行不存在纠纷或潜在纠纷事项，不会对公司股权清晰构成不利影响。

12、请主办券商及律师进一步核查公司是否需要并已经取得 ICP 经营许可，对公司业务资质的齐备性、公司业务合规性发表意见；核查公司业务是否属于外商投资产业限制业务，对外商投资公司的合规性发表意见。

主办券商回复：

核查手段：

项目组访谈公司管理层、律师，查询相关法律法规和政府网站。

核查过程：

1、有关 ICP 经营许可的相关规定

《中华人民共和国电信条例》（国务院令第 291 号）第七条规定“经营电信业务，必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。”

《互联网信息服务管理办法》（国务院令第 292 号）第三条规定“互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动。非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。”第四条规定“国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服

务实行备案制度。未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。”

2、公司是否需要取得 ICP 经营许可

通过查阅公司报告期内主要业务合同以及登录公司控股子公司（惟尔天创）官方网站以及公司相关手机 APP、微信公众号平台、淘宝等平台查询，并经走访深圳市通信管理局相关工作人员，（1）公司的经营范围为“日用百货、通讯产品、家用电器的批发、进出口以及相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理及其他专项规定管理的商品，按国家有关规定办理申请），上述产品的技术开发、技术咨询、上门安装与维修业务，家居家电维修保养（以上法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）”；报告期内，公司主营业务为“家庭专业服务（B2C）与品牌售后服务（B2B）；家庭专业服务产品涵盖家居的保养、安装、维修、鲜花订阅等服务产品，通过自建销售渠道（如 APP、自营门店）与分销平台（如招商物业、淘宝）为用户提供专业的家庭服务；品牌售后服务产品包含售后安装与售后维修，为品牌厂家提供专业的售后服务保障；同时轻松到家利用服务场景，成为品牌厂家的主要入户推广销售渠道”。（2）公司开展前述业务的主要网络渠道为：①手机 APP、微信公众号平台开展（自建销售渠道）；②通过第三方网页平台（如招商物业、淘宝）开展；公司未利用自身网站（惟尔天创）直接从事商品销售；亦未利用企业自身网站（惟尔天创）为其他交易方有偿提供信息或者网页制作等服务活动。

（3）公司在互联网及移动互联网应用方面实际从事的业务为利用互联网、APP 客户端、微信平台等为客户提供公司服务/产品的预约、下单、支付等服务，实际上属于线下销售线上化。

综上，根据《互联网信息服务管理办法》的相关规定，公司不存在通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动的情形，不属于经营性互联网信息服务，因此，公司无需取得《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》（ICP 证）。

3、公司业务资质的齐备性、公司业务合规性

经核查，公司及其子公司持有如下证书：

(1) 根据深圳市服务行业协会 2015 年 8 月 12 日向公司核发的证书编号为 15-0499B 的《维修企业技术等级证书》，技术等级：二级，业务范围：日用电器、机电制冷设备，有效期至 2016 年 8 月 12 日。该证书为深圳市服务行业协会颁发证书，非公司业务开展的前置性证书，虽然该证书已过期，但不影响公司业务的正常开展。

(2) 公司子公司已取得 1 个域名，具体如下：

序号	域名	注册人	备案/许可证号	审核通过日期
1	www.uyess.com	惟尔天创	粤 ICP 备 14094223 号	2014 年 12 月 10 日

因此，公司的经营范围和主营业务符合有关法律、法规和规范性文件的规定，公司在其登记的经营范围内从事业务，并已取得相关资质证书，不存在超越资质、范围经营的情况；截至本反馈回复出具之日，公司不存在相关资质将到期的情况；公司从事的主营业务已取得了相应的资质证书，公司业务遵守法律、行政法规和规章的规定，符合国家产业政策以及环保、质量、安全等要求。

4、公司业务是否属于外商投资产业限制业务

公司的主营业务为家庭专业服务（B2C）与品牌售后服务(B2B)；家庭专业服务产品涵盖家居的保养、安装、维修、鲜花订阅等服务产品，通过自建销售渠道（如 APP、自营门店）与分销平台（如招商物业、淘宝）为用户提供专业的家庭服务；品牌售后服务产品包含售后安装与售后维修，为品牌厂家提供专业的售后服务保障；同时轻松到家利用服务场景，成为品牌厂家的主要入户推广销售渠道。

根据证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业属于“I64 互联网和相关服务”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754—2011），公司所处行业属于“I6490 其他互联网服务”；根据全国股份转让系统公司 2015 年发布的《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司属于“I6490 其他互联网服务”；根据全国股份转让系统公司 2015 年发布的《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司属于“17101010 互联网软件与服务”。

根据《外商投资产业指导目录（2015 年修订）》，公司业务属于“（二十

二) 计算机、通信和其他电子设备制造业”中“253.软件产品开发、生产”，公司从事上述业务未被列入《外商投资产业指导目录（2015年修订）》规定的“限制”或“禁止”类外商投资产业目录。

综上，公司业务不属于外商投资产业限制或禁止的业务。

核查结论：

根据《互联网信息服务管理办法》的相关规定，公司不存在通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动的情形，不属于经营性互联网信息服务，因此，公司无需取得《中华人民共和国电信与信息服务业务经营许可证》（ICP证）。

公司的经营范围和主营业务符合有关法律、法规和规范性文件的规定，公司在其登记的经营范围内从事业务，并已取得相关资质证书，不存在超越资质、范围经营的情况；截至本反馈回复出具之日，公司不存在相关资质将到期的情况；公司从事的主营业务已取得了相应的资质证书，公司业务遵守法律、行政法规和规章的规定，符合国家产业政策以及环保、质量、安全等要求。

公司业务不属于外商投资产业限制或禁止的业务。

13、关于公司的应用程序，请主办券商及律师对公司通过移动互联网应用程序提供信息服务是否符合《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的规定进行逐条核查并详细分析，对公司通过移动互联网应用程序提供信息服务的业务合规性，是否存在被警示、暂停发布、下架应用程序的风险，是否影响公司持续经营能力发表明确意见。请公司补充披露上述内容。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第二节 公司业务”之“三、公司业务相关的关键资源要素”之“(七) 关于公司应用程序的情况说明”补充披露如下内容：

1、《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的相关规定

公司作为移动互联网应用程序提供者，需遵守《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的如下主要规定：

《移动互联网应用程序信息服务管理规定》第七条规定，移动互联网应用程序提供者应当严格落实信息安全管理责任，依法履行以下义务：

(1) 按照“后台实名、前台自愿”的原则，对注册用户进行基于移动电话号码等真实身份信息认证。

(2) 建立健全用户信息安全保护机制，收集、使用用户个人信息应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集使用信息的目的、方式和范围，并经用户同意。

(3) 建立健全信息内容审核管理机制，对发布违法违规信息内容的，视情采取警示、限制功能、暂停更新、关闭账号等处置措施，保存记录并向有关主管部门报告。

(4) 依法保障用户在安装或使用过程中的知情权和选择权，未向用户明示并经用户同意，不得开启收集地理位置、读取通讯录、使用摄像头、启用录音等功能，不得开启与服务无关的功能，不得捆绑安装无关应用程序。

(5) 尊重和保护知识产权，不得制作、发布侵犯他人知识产权的应用程序。

(6) 记录用户日志信息，并保存六十日。

《移动互联网应用程序信息服务管理规定》第九条规定，互联网应用商店服务提供者和移动互联网应用程序提供者应当签订服务协议，明确双方权利义务，共同遵守法律法规和平台公约。

2、公司对上述规定的执行情况

公司的移动互联网应用程序（APP）名称为“轻松到家”，公司向用户提供前述应用程序下载并使用的方式有两种，第一种为微信公众号，第二种为设置在互联网应用商店（比如苹果、小米、三星、华为手机应用市场）；公司对于前述应用程序在落实《移动互联网应用程序信息服务管理规定》信息安全管理责

任事项具体体现如下：

(1) 用户通过注册手机号码且验证后方能成为公司注册会员；

(2) 用户注册时，需点击同意 APP 程序嵌入的电子用户协议，该协议已明示公司收集用户个人信息的目的、方式和范围，且用户点击同意后方能继续注册成为会员；

(3) APP 并未设置相关栏目用于注册会员留言或发布相关信息；

(4) 用户在下载并注册 APP 时，用户可以点击是否同意开启收集地理位置、读取通讯录等功能，该 APP 不会主动开启与服务无关的功能，未捆绑安装无关应用程序；

(5) 公司的上述 APP 系自主研发，未侵犯他人知识产权；

(6) 公司的上述 APP 的后台系统具备相应功能，能够记录用户的订单操作记录等信息，且保存时间不低于六十日。

此外，公司向互联网应用商店（比如苹果、小米、三星、华为手机应用市场）提交 APP 时，均系通过网络申请，公司已在系统上点击确认同意相关电子注册协议，明确了与对方的权利义务。

3、结论意见

公司通过移动互联网应用程序开展相关业务未违反相关法规的规定，未从事危害国家安全、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益等法律法规禁止的活动，未利用上述 APP 制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容，因此，公司通过移动互联网应用程序开展相关业务合法、合规，不存在被警示、暂停发布、下架应用程序的风险，在报告期内正常开展经营活动，具有持续经营能力。

主办券商回复：

(1) 是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，对其齐备性、相关业务的合法合规性发表意见。

核查手段：

项目组访谈律师、公司高管、法务人员、技术人员，查询《移动互联网应用程序信息服务管理规定》。

核查过程：

项目组履行分析程序如下：

1、《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的相关规定

公司作为移动互联网应用程序提供者，需遵守《移动互联网应用程序信息服务管理规定》的如下主要规定：

《移动互联网应用程序信息服务管理规定》第七条规定，移动互联网应用程序提供者应当严格落实信息安全管理责任，依法履行以下义务：

(1) 按照“后台实名、前台自愿”的原则，对注册用户进行基于移动电话号码等真实身份信息认证。

(2) 建立健全用户信息安全保护机制，收集、使用用户个人信息应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集使用信息的目的、方式和范围，并经用户同意。

(3) 建立健全信息内容审核管理机制，对发布违法违规信息内容的，视情采取警示、限制功能、暂停更新、关闭账号等处置措施，保存记录并向有关主管部门报告。

(4) 依法保障用户在安装或使用过程中的知情权和选择权，未向用户明示并经用户同意，不得开启收集地理位置、读取通讯录、使用摄像头、启用录音等功能，不得开启与服务无关的功能，不得捆绑安装无关应用程序。

(5) 尊重和保护知识产权，不得制作、发布侵犯他人知识产权的应用程序。

(6) 记录用户日志信息，并保存六十日。

《移动互联网应用程序信息服务管理规定》第九条规定，互联网应用商店服务提供者和移动互联网应用程序提供者应当签订服务协议，明确双方权利义务，共同遵守法律法规和平台公约。

2、公司对上述规定的执行情况

公司的移动互联网应用程序（APP）名称为“轻松到家”，公司向用户提供前述应用程序下载并使用的方式有两种，第一种为微信公众号，第二种为设置在互联网应用商店（比如苹果、小米、三星、华为手机应用市场）；公司对于前述应用程序在落实《移动互联网应用程序信息服务管理规定》信息安全管理责任事项具体体现如下：

（1）用户通过注册手机号码且验证后方能成为公司注册会员；

（2）用户注册时，需点击同意 APP 程序嵌入的电子用户协议，该协议已明示公司收集用户个人信息的目的、方式和范围，且用户点击同意后方能继续注册成为会员；

（3）APP 并未设置相关栏目用于注册会员留言或发布相关信息；

（4）用户在下载并注册 APP 时，用户可以点击是否同意开启收集地理位置、读取通讯录等功能，该 APP 不会主动开启与服务无关的功能，未捆绑安装无关应用程序；

（5）公司的上述 APP 系自主研发，未侵犯他人知识产权；

（6）公司的上述 APP 的后台系统具备相应功能，能够记录用户的订单操作记录等信息，且保存时间不低于六十日。

此外，公司向互联网应用商店（比如苹果、小米、三星、华为手机应用市场）提交 APP 时，均系通过网络申请，公司已在系统上点击确认同意相关电子注册协议，明确了与对方的权利义务。

核查结论：

根据相关政府部门出具的证明及公司的书面确认并经核查，截至本反馈回复出具之日，公司通过移动互联网应用程序开展相关业务未违反相关法规的规定，未从事危害国家安全、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益等法律法规禁止的活动，未利用上述 APP 制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容，因此，公司通过移动互联网应用程序开展相关业务合法、合规，不存在被警示、暂停发布、

下架应用程序的风险，在报告期内正常开展经营活动，具有持续经营能力。

14、关于经营数据，请公司补充披露公司主要网站、APP、公众号等的主要运营数据，包括但不限于：网页访问量（PV、UV、IP）、APP 下载量、微信公众号关注度、注册用户数、付费用户数、日\月活跃用户、留存率、平均每用户获取成本、转化率、平均每付费用户收入。请主办券商及申报会计师核查公司披露数据的准确性，并核查上述指标趋势与财务会计核算的收入趋势变动是否一致。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“(十六) 对经营数据的说明”补充披露如下内容：

1、报告期内，公司业务分为安装、保养、维修和销售业务，不同业务的订单获取方式不同：销售业务主要以空调、空气净化器等家电销售为主，收入主要来源于企业和事业单位等 B 端客户订单；安装服务的订单主要来源于公司与厂家签订安装承揽服务协议；保养与维修服务的订单和结算方式主要分为两种：①C 端客户直接在公司 APP、微信公众号下单；②通过与轻松到家合作的互联网平台（如：淘宝、大众点评等）、物业、企业等渠道下单。

由于不同的订单获取方式，销售和安装业务收入对公司网站、APP、公众号等的主要运营数据不敏感。

2、C 端的保养、维修等上门服务，属于低频服务，因此网页访问量（PV、UV、IP）、APP 下载量、日\月活跃用户数、留存率、转化率、与相关业务收入无明显相关性，不适用公司经营实际。

公司 APP、微信号等主要运营数据如下：

	2015 年度/2015 年 12 月 31 日	2016 年 1-10 月/2016 年 10 月 31 日
--	--------------------------	--------------------------------

累计微信服务号关注用户数（个）	374, 131	382, 406
累计注册用户数（个）	174, 799	236, 111
累计付费用户数（个）	89, 784	146, 356
平均每个订单的获取成本（元）	132.00	94.00

备注：平均每个订单的获取成本为每单补贴金额

主办券商回复：

核查手段：

项目组访谈公司高管、技术人员，核查指标提取程序，复核指标支持凭证。

核查过程：

1、报告期内，公司业务分为安装、保养、维修和销售业务，不同业务的订单获取方式不同：销售业务主要以空调、空气净化器等家电销售为主，收入主要来源于企业和事业单位等 B 端客户订单；安装服务的订单主要来源于公司与厂家签订安装承揽服务协议；保养与维修服务的订单和结算方式主要分为两种：① C 端客户直接在公司 APP、微信公众号下单；②通过与轻松到家合作的互联网平台（如：淘宝、大众点评等）、物业、企业等渠道下单。

由于不同的订单获取方式，销售和安装业务收入对公司网站、APP、公众号等的主要运营数据不敏感。

2、C 端的保养、维修等上门服务，属于低频服务，因此网页访问量（PV、UV、IP）、日\月活跃用户数与相关业务收入无明显相关性。

公司 APP、微信号等主要运营数据如下：

	2015 年度/2015 年 12 月 31 日	2016 年 1-10 月/2016 年 10 月 31 日
累计微信服务号关注用户数（个）	374, 131	382, 406
累计注册用户数（个）	174, 799	236, 111
累计付费用户数（个）	89, 784	146, 356

平均每个订单的获取成本（元）	132.00	94.00
----------------	--------	-------

备注：平均每个订单的获取成本为每单补贴金额

如上表所示，公司 2016 年 10 月 31 日累计微信服务号关注用户数、累计注册用户数、累计付费用户数分别较 2015 年 12 月 31 日增长了 2.21%、35.08% 和 63.01%；同时公司对每单的补贴从 2015 年度的 132 元下降到每单 94 元。

公司保养、维修收入受上述指标的综合影响，与单个指标无并且对应关系。2016 年 1-10 月保养、维修收入合计较 2015 年度下降 5.39%，主要与公司减少补贴相关。

核查结论：

综上所述，公司披露的运营指标真实，公司保养、维修收入受上述指标的综合影响，与单个指标无并且对应关系。

15、请公司补充披露线下门店分布和经营情况。请主办券商核查。

公司回复：

公司在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（十七）对线下门店的说明”补充披露如下内容：

公司于2016年9月开始尝试经营实体店，希望通过线下门店获取更多订单。因超市的购物人群、场景与家居服务的需求重叠度较高，且超市的天然优质流量，所以公司首选门店位于深圳市蛇口沃尔玛内。在较短的营业期间内，该实体店就在超市周边的生活区建立了一定的品牌影响力，树立了较好的品牌形象。为了更好的利用超市的线下流量、获得更多的订单，2017年3月公司决定暂时停止该实体店的运营，并对其进行重新设计打造。公司计划在新的实体店内，植入更多产品、增设更多的智能化工具，从而提升坪效，更好的获客。

主办券商回复：

核查手段：

项目组访谈公司高管，查访线下门店。

核查过程：

项目组履行分析程序如下：

经核查，公司于 2016 年 9 月开始尝试经营实体店，首家门店位于深圳市蛇口沃尔玛内，该门店为公司带来了一定的线下流量，但由于开业时间较晚，对报告期内公司业绩的影响较小，2017 年 3 月公司决定暂时停止该实体店的运营。

核查结论：

除上述深圳市蛇口沃尔玛门店外，报告期内，公司未开设其他门店，但未来不排除公司继续开设线下门店的可能性。

16、请主办券商、会计师结合业务数据、财务数据、账户管理情况等核查公司是否存在刷单情形而导致的收入不真实，请说明对消费者真实性的核查程序。

主办券商回复：

核查手段：

项目组访谈公司高管、财务人员、审计师，查询审计报告、实施风险评估程序、对公司后台全年订单执行核对程序、对公司后台全年订单执行频率测试等。

核查过程：

核查程序：

1、风险评估及内部控制程序

通过询问、查阅公司内部管理制度了解被审计单位与销售收款相关各部门人员设置及岗位职责，了解接受订单、公司派单、上工流程、订单跟踪、结算、客户维护、售后保障等流程，评价被审计单位内部控制制度设计是否合理、有效。

2、对公司后台全年订单执行核对程序

取得报告期内公司确认各类收入对应的全年后台订单，将后台订单数据与账面确认收入数据核对是否一致，核实收入的准确性。

3、对公司后台全年订单执行频率测试

取得报告期内公司确认各类收入对应的全年后台订单，按照消费者电话号码对全年订单进行数据透视，对消费者电话号码出现两次以上（含两次）的订单进行逐笔分析，主要系：两名或以上技工上门服务时、消费者改约上门服务时间时、消费者有多处房产时或消费者代朋友下单等情况时，该电话号码会出现多次，核查后，无异常。

4、对消费者单笔订单进行检查

取得报告期内公司确认各类收入对应的全年后台订单，从所有订单记录中随机抽取若干笔（根据淡旺季原因及公司消费者群体的特殊性，共抽取 165 笔），登录公司系统，查看与该笔订单相关的详细内容，与后台导出清单进行核对，经核对，未发现异常。

5、对消费者单笔付款进行检查

取得报告期内所有消费者付款记录，从所有收款记录中抽取若干笔（根据淡旺季原因及公司消费者群体的特殊性，共抽取 165 笔），将消费者付款情况与后台服务订单中的记录进行匹配核对，同时与公司收款记录匹配核对，未发现异常。

6、客户回访制度

取得公司客户回访制度，同时取得公司最近的客户回访记录，客户回访记录中主要包括：公司是否有提供服务、提供的何种服务、工程师是否准时上门、对公司提供的服务是否满意等内容，经核查，未发现异常。

经核查，未发现公司存在刷单情形而导致的收入不真实情形，未发现消费者不真实情形。

核查结论：

经核查，未发现公司存在刷单情形而导致的收入不真实情形，未发现消费者不真实情形。

二、申报文件的相关问题

请公司和中介机构知晓并检查《公开转让说明书》等申请文件中包括但不限于以下事项：

(1) 中介机构事项：请公司说明并请主办券商核查公司自报告期初至申报时的期间是否存在更换申报券商、律师事务所、会计师事务所的情形，如有，请说明更换的时间以及更换的原因；请主办券商核查申报的中介机构及相关人员是否存在被监管机构立案调查的情形。

【公司回复】

自报告期初至申报时的期间不存在更换申报券商、律师事务所、会计师事务所的情形。

【主办券商回复】

自报告期初至申报时的期间不存在更换申报券商、律师事务所、会计师事务所的情形。

(2) 多次申报事项：请公司说明是否曾申报 IPO 或向全国股转系统申报挂牌，若有，请公司说明并请主办券商核查下述事项：是否存在相关中介机构更换的情形；前次申报与本次申报的财务数据、信息披露内容存在的差异；前次申报时公司存在的问题及其规范、整改或解决情况。

【公司回复】

公司不存在曾经申报 IPO 或向全国股转系统申报挂牌。

(3) 申报文件形式事项：为便于登记，请以“股”为单位列示股份数；请检查两年一期财务指标简表格式是否正确；历次修改的文件均请重新签字盖章并签署最新日期；请将补充法律意见书、修改后的公开转让说明书、推荐报告、审计报告（如有）等披露文件上传到指定披露位置，以保证能成功披露和归档。

【公司回复】

已按上述要求核查并更新申报文件。

(4) 信息披露事项：请公司列表披露可流通股股份数量，检查股份解限售是否准确无误；请公司按照上市公司、国民经济、股转系统的行业分类分别列示披露公司所属行业归类；请公司披露挂牌后股票转让方式，如果采用做市转让的，请披露做市股份的取得方式、做市商信息；申请挂牌公司自申报受理之日起，即纳入信息披露监管。请知悉全国股转系统信息披露相关的业务规则，对于报告期内、报告期后、自申报受理至取得挂牌函并首次信息披露的期间发生的重大事项及时在公开转让说明书中披露；请公司及中介机构等相关责任主体检查各自的公开披露文件中是否存在不一致的内容，若有，请在相关文件中说明具体情况。

【公司回复】

已按上述要求复核上述信息披露事项，上述事项已按照要求正确披露。

(5) 反馈回复事项：请公司及中介机构注意反馈回复为公开文件，回复时请斟酌披露的方式及内容，若存在由于涉及特殊原因申请豁免披露的，请提交豁免申请；存在不能按期回复的，请于到期前告知审查人员并将公司或主办券商盖章的延期回复申请的电子版发送至审查人员邮箱，并在上传回复文件时作为附件提交。

【公司回复】

公司不存在豁免披露事项。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》及《公开转让说明书内容与格式指引》补充说明是否存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

【回复】

公司、主办券商、律师、会计师对照《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》及《公开转让说明书内容与格式指引》等相关规定补充核查，认为不存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

请你们在 10 个工作日内对上述反馈意见逐项落实，并通过全国股份转让系统业务支持平台上传反馈意见回复材料全套电子版（含签字盖章扫描页），反馈督查报告作为反馈回复附件提交。若涉及对公开转让说明书的修改，请以楷体加粗说明。如不能按期回复的，请及时向我司提交延期回复的申请。

经签字或签章的电子版材料与书面材料具有同等法律效力，在提交电子版材料之前请审慎、严肃地检查报送材料，避免全套材料的错误、疏漏、不实。

我司收到你们的回复后，将根据情况决定是否再次向你们发出反馈意见。如发现中介机构未能勤勉尽责开展反馈工作，我们将对其行为纳入执业质量评价，并视情况采取相应的自律监管措施。

（以下无正文）

(本页无正文,为《关于深圳市轻松到家科技股份有限公司挂牌申请文件第一次反馈意见的回复》之签字盖章页)

内核专员: 苗青梅
苗青梅

项目负责人: 蔡成巨
蔡成巨

项目小组成员: 王健 张敬衍 于勇
王健 张敬衍 于勇

武彬 刘聪
武彬 刘聪

安信证券股份有限公司
安信证券股份有限公司
(盖章)
4403040332
2017年5月12日

(本页无正文,为《关于深圳市轻松到家科技股份有限公司挂牌申请文件第一次反馈意见的回复》之签字盖章页)

法定代表人签名: _____



李伟

深圳市轻松到家科技股份有限公司



(盖章)

2017年5月12日