

关于矩阵纵横设计股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

申请文件的审核问询函的回复

信会师函字[2021]第 ZL042 号

立信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于矩阵纵横设计股份有限公司首次公开发行股票
并在创业板上市申请文件审核问询函的回复

信会师函字[2021]第 ZL042 号

深圳证券交易所上市审核中心：

贵所于 2021 年 7 月 8 日出具的《关于矩阵纵横设计股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2021〕010797 号）（以下简称“问询函”）已收悉。作为矩阵纵横设计股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“本公司”）申请首次公开发行股票并在创业板上市的申报会计师，立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“立信”或“申报会计师”）对问询函所提出的与申报会计师相关的问题进行了逐项落实和核查，现回复如下：

本回复的字体：

黑体（加粗）	问询函所列问题
宋体（不加粗）	对问询函所列问题的回复
楷体（加粗）	对招股说明书的修改、补充

问题 8

8. 关于收入确认。申报材料显示，发行人空间设计业务一般可以分为概念设计、深化设计、施工图设计、施工配合等业务阶段。公司在向客户提交阶段工作成果并经客户确认后，按照合同约定的对应阶段结算款项，确认收入实现；软装陈设业务在所有软装陈设品安装、布置完毕后，所打造的室内空间经过客户验收后，确认收入实现。请发行人：（1）补充说明空间设计业务与软装陈设业务彼此是否存在依赖，相关业务可否单独开展；是否存在同时为客户提供两项服务的情况，如是，请说明如何签署合同、如何区分不同业务收入；（2）结合新收入准则规定的按时段履约法确认收入的三个条件，论证并补充说明发行人空间设计业务按照合同约定付款金额及比例确认收入是否符合相关规定；（3）补充说明空间设计业务合同约定的付款金额、收入确认金额与发行人实际收款金额是否存在差异，如是，请说明差异的具体情况与原因与合理性；（4）补充说明空间设计业务完工进度的确认依据、软装陈设业务的收入确认方法在报告期内是否发生变化，如是，请说明原因及合理性；（5）补充说明发行人空间设计业务、软装陈设业务一般的实施周期，与同行业可比公司是否存在较大差异，如是，请说明原因及合理性；（6）补充说明新收入准则实施对公司主要财务指标有无重大影响，发行人关于收入确认政策与同行业可比公司差异的比较是否客观、合理；（7）补充说明空间设计业务及软装陈设业务的合同定价方式，各项成本的结转方式、与收入确认进度是否匹配；（8）结合典型业务合同，补充说明发行人主要业务收入确认的方法、过程及相应会计处理，是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并详细说明对各主要项目完工进度的核查方法及核查结论。

【发行人回复】

（一）补充说明空间设计业务与软装陈设业务彼此是否存在依赖，相关业务可否单独开展；是否存在同时为客户提供两项服务的情况，如是，请说明如何签署合同、如何区分不同业务收入

1、空间设计业务与软装陈设业务彼此是否存在依赖，相关业务可否单独开

展

空间设计业务与软装陈设业务不存在依赖，相关业务可单独开展，主要原因如下：

第一，在业务类型上，空间设计业务与软装陈设业务是可以独立区分的不同业务。空间设计，是指建筑物的室内空间在装修装饰之前，设计者按照装修装饰目标，就空间的功能定位、风格定义、美感呈现等进行创造性的构思，并用图纸和文件表达出来的过程。软装陈设，是指在已完成硬装的室内空间的基础上，对空间内的软装元素进行设计、定制、装饰、布置，最终为客户打造出可供直接使用的空间。空间设计与软装陈设是建筑空间装修装饰过程的两个环节，相关业务可独立开展。

空间设计与软装陈设在建筑空间装修装饰过程中的具体定位如下：



注：黄色圆框内为公司从事的业务范围

第二，在业务获取方式上，根据行业惯例，客户认定空间设计业务、软装陈设业务为两项业务，通常对空间设计项目、软装陈设项目分别进行委托、招投标，划分为两类业务合同。

第三，在业务执行中，发行人空间设计业务与软装陈设业务，分属于不同事业部运作，相互独立地接受客户委托，独立签署业务合同。

第四，在财务核算方面，空间设计业务和软装陈设业务由两个事业部承做，独立核算，独立运作。

综上，空间设计业务与软装陈设业务不存在依赖，相关业务可单独开展。

2、是否存在同时为客户提供两项服务的情况，如是，请说明如何签署合同、如何区分不同业务收入

报告期内，发行人存在同时为客户提供两项服务的情况，各期合同数量、

金额及占比情况如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
合同数量（个）	242	337	253	149
收入确认金额（万元）	22,813.30	33,995.28	24,540.53	18,117.17
收入确认金额占比	60.46%	56.19%	54.07%	62.54%

报告期内，两项业务单独开展，独立签署合同，独立核算，独立区分不同业务收入。

（二）结合新收入准则规定的按时段履约法确认收入的三个条件，论证并补充说明发行人空间设计业务按照合同约定付款金额及比例确认收入是否符合相关规定

1、结合新收入准则规定的按时段履约法确认收入的三个条件，发行人在新收入准则下其履约义务属于在某一时段内履行履约义务

根据《企业会计准则第14号-收入》第十一条，满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

- （1）客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益；
- （2）客户能够控制企业履约过程中在建的商品；

（3）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。其中，具有不可替代用途，是指因合同限制或实际可行性限制，企业不能轻易地将商品用于其他用途。有权就累计至今已完成的履约部分收取款项，是指在由于客户或其他方原因终止合同的情况下，企业有权就累计至今已完成的履约部分收取能够补偿其已发生成本和合理利润的款项，并且该权利具有法律约束力。

对空间设计业务合同进行评估，发行人识别其履约义务满足条件（3），即满足其商品具有不可替代用途，及有权就累计至今已完成的履约部分收取款项的条件，具体识别和认定的依据如下：

A、企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途

发行人空间设计业务的项目主要为地产行业的售楼处、样板间等领域，针

对特定地产客户的特定楼盘项目提供定制化的服务，通常包括售楼处及样板间等空间进行综合性设计，提供设计依据或参考的设计文件和图纸等。空间本身具有个性化的典型特性，每个项目的设计均需要根据特定项目的市场定位、客户需求、经济指标等多种因素进行综合评判和设计。

因此，发行人空间设计业务合同约定的设计任务、设计成果，为个性化非标准定制服务，难以轻易地将设计成果用于其他用途，即发行人履约过程所提供的设计服务具有不可替代用途。

B、企业有权就累计至今已完成的履约部分收取能够补偿其已发生成本和合理利润的款项，并且该权利具有法律约束力

在发行人与客户签订的业务合同中，明确约定了各阶段环节应收取的款项，同时，针对客户终止合同，通常就发行人“有权就累计至今已完成的履约部分收取款项”进行了明确约定，具体包括：

①在合同签订后，甲方要求终止或解除合同，乙方未开始设计工作的，甲方不支付任何费用；乙方已开始设计工作的，甲方应根据乙方已进行的实际工作量，支付相应的设计费用。

②在合同履行期间，发包人要求终止或解除合同，设计人未开始工作的，不退还发包人已付的定金；已开始设计工作的，发包人应根据设计人已进行的实际工作量，不足一半时，按该阶段设计费的一半支付，超过一半时，按该阶段设计费的全部支付。

因此，根据签署的业务合同条款约定等，发行人在整个合同期间内有权就累计已完成的履约部分收取款项，并且该权利具有法律约束力，且该等款项能够补偿发行人已经发生的成本和合理利润。

此外，该等合同从合同性质来看属于承揽合同。根据《中华人民共和国合同法》（以下简称“《合同法》”）的规定，承揽合同是承揽人按照定作人的要求完成工作，交付工作成果，定作人给付报酬的合同。

根据《合同法》（2021年1月1日失效）268条规定：“定作人可以随时解除承揽合同，造成承揽人损失的，应当赔偿损失。”根据《合同法》第113

条规定：“当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定，给对方造成损失的，损失赔偿额应当相当于因违约所造成的损失，包括合同履行后可以获得的利益，但不得超过违反合同一方订立合同时预见到或者应当预见到的因违反合同可能造成的损失。”此外，对于《合同法》第 268 条所述损失赔偿的范围，全国人大常委会法制工作委员会编写的《中华人民共和国合同法释义》中明确为：“1、承揽人已完成的工作部分所应当获得的报酬；2、承揽人为完成这部分工作所支出的材料费；3、承揽人因合同解除而受到的其他损失。”

根据《民法典》（2021 年 1 月 1 日起施行）中承揽合同章节第 782 条规定：“定作人应当按照约定的期限支付报酬。对支付报酬的期限没有约定或者约定不明确，依据本法第五百一十条的规定仍不能确定的，定作人应当在承揽人交付工作成果时支付；工作成果部分交付的，定作人应当相应支付。”此外，虽然《民法典》第 787 条赋予了承揽合同的定作人在承揽人完成工作前可以随时解除合同，但是造成承揽人损失的，应当赔偿损失。因此，当触发客户单方终止合同的情形时，除本应当适用双方已在合同所约定的内容外，公司也依法有权向客户请求支付相关费用。

因此，除发行人合同条款中约定的针对客户终止合同时的合格收款权外，《合同法》、《民法典》的相关规定，亦为发行人主张要求客户补偿其已完成的工作部分应当获得的报酬、所支出的费用及因合同解除而受到的其他损失提供了法律保障。

综上，发行人空间设计业务履约过程中所提供的劳务具有不可替代用途，且在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项，并且该权利具有法律约束力，所收取款项能够补偿已经发生的成本和合理利润，即该项业务可以认定为在某一时段内履行的履约义务。

2、发行人空间设计业务按照合同约定付款金额及比例确认收入符合相关规定

发行人的空间设计业务一般可以分为概念设计、深化设计、施工图设计、施工配合等业务阶段。发行人在向客户提交阶段工作成果并经客户确认后，按照合同约定的对应阶段的结算款项，确认收入。在新收入准则下，适用《企业

会计准则第 14 号—收入》（财会【2017】22 号），采用五步法确认收入：

① 第一步：识别合同。

合同的五个必要条件：合同已被审批；双方承诺将履行各自的义务；已明确各方的权利和义务；有明确的支付条款；具有商业实质；很可能收回对价。

发行人向客户提供空间设计服务，会与客户签订独立的业务合同，该合同经双方审批并盖章生效、双方承诺将履行各自的义务。合同条款明确约定了双方的权利和义务、支付条款，合同具有商业实质，发行人因履行该合同、为客户提供空间设计服务而有权取得的对价很可能收回。综上，发行人与客户签订的业务合同，满足合同的五个必要条件。

② 第二步：识别履约义务。

根据业务合同的约定，发行人向客户提供地产的售楼处、样板间的空间设计服务，该设计服务是合同的履约义务。如前所述，该履约义务属于在某一时段内履行的履约义务。

③ 第三步：确定交易价格。

发行人与客户签署的业务合同中明确约定了发行人提供的空间设计服务的价格，以及业务执行各阶段环节所应收取的价款。

④ 第四步：分摊交易价格。合同中包含两项或多项履约义务的，企业应当在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。企业不得因合同开始日之后单独售价的变动而重新分摊交易价格。

发行人向客户提供的空间设计服务是一项完整的单项履约义务，故不涉及交易价格的分摊。

⑤ 第五步：收入确认时点或期间。

如前所述，发行人提供的空间设计服务属于在某一时段内履行的履约义务。

《企业会计准则—14 号收入》第十二条规定：对于在某一时段内履行的履约义务，企业应当在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能

合理确定的除外。企业应当考虑商品的性质，采用产出法或投入法确定恰当的履约进度。其中，产出法是根据已转移给客户的商品对于客户的价值确定履约进度。

发行人与客户签订的业务合同中，明确约定了各阶段环节的收款金额、比例，该等阶段环节的收款金额、比例，真实反映了各阶段性成果对于客户的价值量以及相应的履约进度，可识别、可计量，并经双方认可。

因此，当阶段性工作量完成、向客户交付对应阶段的设计文件并经客户认可后，以应收取的合同结算款项确认收入，即按照合同付款节点约定比例作为履约进度确认收入，符合相关规定。

综上所述，发行人空间设计业务的收入确认符合《企业会计准则》的相关规定。

（三）补充说明空间设计业务合同约定的付款金额、收入确认金额与发行人实际收款金额是否存在差异，如是，请说明差异的具体情况与合理性

发行人空间设计业务合同约定的付款金额、收入确认金额（含税）与发行人实际收款金额一致，不存在差异。在业务实际执行中，因客户付款审批进度、资金面情况等因素，实际收款进度往往滞后于收入确认进度。

（四）补充说明空间设计业务完工进度的确认依据、软装陈设业务的收入确认方法在报告期内是否发生变化，如是，请说明原因及合理性

发行人的空间设计业务一般可以分为概念设计、深化设计、施工图设计、施工配合等业务阶段。合同对各阶段工作任务、工作成果、结算金额约定明确。发行人按照合同约定的各阶段要求提供设计服务，在完成阶段性设计工作并经客户确认后，以合同约定付款金额及比例作为完工进度的确认依据。

发行人软装陈设业务的收入确认方法为：在所有软装陈设品安装、布置完毕后，所打造的室内空间经过客户验收后，确认收入的实现。

报告期内，发行人空间设计业务完工进度的确认依据、软装陈设业务的收入确认方法均未发生变化。

(五) 补充说明发行人空间设计业务、软装陈设业务一般的实施周期，与同行业可比公司是否存在较大差异，如是，请说明原因及合理性

发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计业务和软装陈设业务。

1、空间设计业务一般的实施周期，与同行业可比公司是否存在较大差异，如是，请说明原因及合理性

(1) 空间设计业务一般的实施周期

空间设计业务的设计周期主要为自设计条件具备开始正式实施概念设计、深化设计到全部施工图设计完成，通过施工图审查并完成改图，向甲方提交设计文件的工作周期，不包含施工配合至竣工验收的工作周期，主要系项目施工配合至竣工验收的工作周期受甲方等其他因素影响较大，且项目之间的特性因素致使变动较大。

发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计业务，通常情况下，设计周期为3-4个月。

(2) 与同行业可比公司不存在较大差异

经公开信息检索，梁志天设计集团主要从事地产售楼处、样板间等领域的室内设计业务，设计周期为3-4.5个月，与发行人基本一致。因此，发行人空间设计业务一般的实施周期与同行业、同领域的可比公司相比，不存在较大差异。

发行人空间设计业务一般的实施周期与杰恩设计、尤安设计、霍普股份的比较情况如下：

可比公司	主要领域	设计周期
杰恩设计	主要从事商业、办公、地铁等领域的室内设计	1年左右乃至更长
尤安设计	从事住宅、公共建筑领域的建筑方案设计	通常6-9个月
霍普股份	从事住宅、公共建筑领域的建筑方案设计	通常6-9个月
矩阵股份	从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计	通常3-4个月

经比较，发行人空间设计业务一般的实施周期低于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，主要系所从事设计业务的具体细分领域的差异所致，具体分析如下：

发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计业务，单个设计项目的面积相对较小，一般不超过 2,000 平米，因而设计工期相对较短；

杰恩设计主要从事商业、办公、轨道交通等领域的室内设计，尤安设计、霍普股份主要从事住宅、公共建筑领域的建筑方案设计，该等公司单个设计项目的面积相对较大，一般为几万乃至几十万平米，且报审报批流程相对复杂，因而设计工期相对较长。

综上，发行人空间设计业务一般的设计周期为 3-4 个月，与同行业、同领域可比公司不存在较大差异。发行人空间设计业务的设计周期低于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，主要系所从事设计业务的具体细分领域的差异所致，具有合理性。

2、软装陈设业务一般的实施周期，与同行业可比公司是否存在较大差异，如是，请说明原因及合理性

发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的软装陈设业务，软装陈设业务一般的执行周期为 4-6 个月。经公开信息检索，梁志天设计集团主要从事地产售楼处、样板间等领域的软装陈设业务，执行周期为 4-6 个月，与发行人一致。因此，发行人软装陈设业务一般的执行周期与同行业、同领域的可比公司相比，不存在较大差异。

(六) 补充说明新收入准则实施对公司主要财务指标有无重大影响，发行人关于收入确认政策与同行业可比公司差异的比较是否客观、合理

1、新收入准则实施对发行人主要财务指标有无重大影响

新收入准则实施前后，发行人收入确认的具体原则、方法均未发生变化。新收入准则实施对发行人主要财务指标无重大影响。

新收入准则实施对发行人的影响主要为对财务报表科目的影响，具体而言：

第一，应收账款与合同资产的重分类。发行人软装陈设业务中的质保金款项在新收入准则实施前计入应收账款。新收入准则实施后，发行人将拥有的、无条件向客户收取对价的权利作为应收账款列示，将拥有的、有条件向客户收取对价的权利（提供免费的质保义务）作为合同资产列示；

第二，预收账款和合同负债的重分类。空间设计、软装陈设业务在业务承接阶段，通常会收取合同首期款项作为预收款。新收入准则实施后，该等款项属于预收款项性质，发行人已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债列示。

除上述对财务报表科目列示的影响外，新收入准则的实施未对发行人具体的收入确认方法、原则构成影响，对发行人的主要财务指标无重大影响。

2、发行人关于收入确认政策与同行业可比公司差异的比较是否客观、合理

发行人主要从事空间设计及软装陈设业务，A股暂无完全可比的同行业上市企业。综合考虑公司的业务模式、核心竞争能力、下游客户结构等因素，选取主营业务为建筑设计或室内设计、以创新创意设计能力为核心竞争力、下游客户主要为房地产企业的A股上市公司作为参照公司，分别为杰恩设计、尤安设计、霍普股份。

(1) 空间设计业务与同行业可比公司差异的比较

1) 发行人空间设计业务与同行业可比公司相比，收入确认原则一致，不存在重大差异

2018年至2019年，发行人适用原收入准则，采用完工百分比确认收入，同行业可比公司的业务收入确认原则，均按照完工百分比法确认收入，与发行人一致。

2020年1月1日起，发行人适用新收入准则，其业务合同符合在某一时段内履行的履约义务，按产出法确认收入，与同行业可比公司杰恩设计、尤安设计、霍普股份一致。

2) 发行人空间设计业务与同行业可比公司相比，收入确认的具体方法不存在重大差异

报告期内，发行人按照合同约定的对应阶段的结算款项确认收入，与尤安设计、霍普股份一致。杰恩设计采用综合比例进度法确认收入，与发行人存在差异。

发行人空间设计业务与可比公司的完工进度确认原则与具体收入确认方法

如下表所示：

公司名称	新收入准则下的收入确认原则	完工进度确认方法	具体收入确认方法
杰恩设计	时段履约法	综合比例进度法	建筑室内设计业务：资产负债表日，公司以设计项目的工作量实际完工进度为确认基准，按照设计合同总金额乘以工作量实际完工进度，计算已完成的合同金额，扣除以前会计期间累计完成的合同金额，并扣除相应增值税后确认为该项目的当期收入；
尤安设计	时段履约法	合同节点法	建筑设计业务：建筑设计方案设计合同，一般情况下分为业务承接、概念、方案、深化、施工图和施工配合等6个合同节点；公司根据合同履约节点，在完成合同约定的阶段性履约义务，向客户提交设计成果并取得成果确认文件（包括工作量确认函或相关第三方的批准文件等）时，根据合同约定的对应履约阶段金额确认收入。
霍普股份	时段履约法	合同节点法	建筑设计业务：根据与各主要客户签订合同的一般条款，建筑设计业务的执行流程一般可划分为概念规划设计、方案设计、初步设计、施工图提资、施工配合服务等多个阶段。在公司向委托方提交阶段性设计成果，获得客户出具的工作成果确认函后，确认相应阶段的劳务收入。公司依据合同的约定，结合客户出具的确认文件，以应收取的相应阶段的合同结算价款为收入确认金额。
矩阵股份	时段履约法	合同节点法	空间设计业务：根据合同约定，业务一般可以分为概念设计、深化设计、施工图设计、施工配合等业务阶段。公司在向客户提交阶段工作成果并经客户确认后，按照合同约定的对应阶段的结算款项，确认收入的实现。

综上所述，发行人空间设计业务收入确认政策、收入确认具体方法与同行业可比公司相比，不存在重大差异，发行人关于收入确认政策与同行业可比公司差异的比较客观、合理。

（2）软装陈设业务与同行业可比公司差异的比较

目前 A 股暂无以软装陈设业务为主要业务的上市公司。经检索，杰恩设计、郑中设计从事少量的软装陈设业务，具有一定的可比性。

报告期内，发行人软装陈设业务的收入确认方法为：在所有软装陈设品安装、布置完毕后，所打造的室内空间经过客户验收后，确认收入。与上述公司的比较情况如下：

公司名称	新收入准则下的收入确认原则	具体收入确认方法
杰恩设计	时点法	软装饰品销售业务在所有软装饰品安装、摆放完毕，并经客户确认后确认收入。
矩阵股份	时点法	软装陈设业务：在所有软装陈设品安装、布置完毕后，所打

		造的室内空间经过客户验收后，确认收入的实现。
郑中设计	时点法	软装：根据合同约定完成货物提供及摆放，并经客户验收后确认收入。

注：郑中设计主要从事建筑装饰工程施工业务，其业务板块之一的软装业务与发行人的软装陈设业务相似，因而列为比较对象。

报告期内，发行人软装陈设业务的收入确认政策与方法，与同行业可比公司一致。发行人关于收入确认政策与同行业可比公司差异的比较客观、合理。

（七）补充说明空间设计业务及软装陈设业务的合同定价方式，各项成本的结转方式、与收入确认进度是否匹配

1、空间设计业务及软装陈设业务的合同定价方式

发行人主要通过招投标或直接委托方式获取业务项目。招投标项目通常是在客户控制价范围内，结合市场情况、业务策略、项目难度、竞争情况等因素，确定投标价格；对于客户直接委托的业务，根据业主具体项目设计需求、项目难度、市场情况等因素，协商议定合同金额。

2、各项成本结转方式，与收入确认进度是否匹配

（1）空间设计业务

报告期内，发行人的空间设计业务按照项目进行收入确认和成本归集核算。在收入确认方面，在完成合同对应阶段的工作量，并取得客户提供的成果确认函等完工进度证明后，发行人确认收入。在成本结转方面，与业务相关的所有成本计入当期营业成本，期末不存在存货。

因此，对于资产负债表日已完工阶段的设计工作，相应项目的收入已经确认，与该项目相关的所有成本已结转。对资产负债表日尚未达到合同约定完工阶段的设计工作，发行人对已经发生的设计成本结转当期营业成本，但不确认空间设计项目收入。

综上，发行人按照单个项目进行收入确认及成本结转，收入、成本与项目匹配；但在资产负债表日，部分尚未完工阶段的设计工作成本已发生并结转，但收入尚未达到确认条件，该等原因导致发行人部分项目成本结转与收入确认并不能够完全匹配。

(2) 软装陈设业务

报告期内，发行人的软装陈设业务按照项目进行收入确认和成本归集核算。在收入确认方面，在完成合同约定的服务内容，并取得客户提供的验收文件后，发行人确认收入。在成本结转方面：软装陈设品成本按照项目归集存货，在项目确收收入的同时结转成本；除软装陈设品之外的其他成本均计入当期营业成本，期末不存在存货。

因此，对于资产负债表日已验收完毕的软装陈设项目，相应项目的收入已经确认，与该项目相关的所有成本已结转。对资产负债表日尚未验收的软装陈设项目，发行人对除软装陈设品之外的其他已经发生的成本结转当期营业成本，但不确认软装陈设项目收入。

综上，发行人按照单个项目进行收入确认及成本结转，收入、成本与项目匹配；但在资产负债表日，尚未验收的软装陈设项目，除软装陈设品之外的其他成本已发生并结转，但收入尚未达到确认条件，该等原因导致发行人部分项目成本结转与收入确认并不能够完全匹配。

(八) 结合典型业务合同，补充说明发行人主要业务收入确认的方法、过程及相应会计处理，是否符合《企业会计准则》规定

发行人的主要业务为空间设计和软装陈设。

1、空间设计业务收入确认的方法、过程及相应会计处理，是否符合《企业会计准则》规定

发行人空间设计业务确认方法是依据合同的约定，结合客户出具的确认文件，以应收取的相应阶段的合同结算价款为收入确认金额。收入确认的具体时点是在发行人向委托方提交阶段性设计成果，获得客户出具的工作成果确认函后，确认相应阶段的劳务收入。

发行人空间设计业务一般分为概念设计、深化设计、施工图设计、施工配合等阶段，以发行人某一典型合同为例，各个阶段收入确认的方法、过程和相应的会计处理如下：

单位：万元

项目阶段内容	占总设计费比例	设计费金额	确认依据
业务承接及概念设计阶段	20%	74.62	客户出具概念设计成果确认函后，确认含税收入 74.62 万元
深化设计阶段	30%	111.92	客户出具方案深化设计成果确认函后确认含税收入 111.92 万元
施工图设计阶段	40%	149.23	客户出具施工图设计成果确认函后确认含税收入 149.23 万元
施工配合阶段	10%	37.31	工程相关配合工作完成后确认含税收入 37.31 万元

注：选取的合同为《成都华润时光里项目公共空间室内设计合同》，为 2018 年空间设计业务的第一大项目

由上表可知，发行人在向客户提交阶段工作成果并经客户确认后，按照合同约定的对应阶段的结算款项，在相应阶段确认收入的实现。

发行人空间设计业务的收入确认方法符合《企业会计准则》规定，具体分析如下：

（1）2018 年至 2019 年，发行人空间设计业务收入确认方法符合《企业会计准则第 14 号——收入》（2006 年）的相关规定

①《企业会计准则》相关规定

在 2018 年至 2019 年，发行人适用《企业会计准则第 14 号——收入》（2006 年）。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2006 年）第十条规定，企业在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，应当采用完工百分比法确认提供劳务收入。完工百分比法，是指按照提供劳务交易的完工进度确认收入与费用的方法。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2006 年）第十一条规定，提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：（一）收入的金额能够可靠地计量；（二）相关的经济利益很可能流入企业；（三）交易的完工进度能够可靠地确定；（四）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

②发行人收入确认符合《企业会计准则》的相关规定

2018 年至 2019 年，发行人空间设计业务采用完工百分比法确认收入，在完成合同对应阶段的工作量，并取得客户提供的完工进度证明（包括工作量确

认函)后,根据合同约定的结算金额确认相应阶段的收入金额。

2018年至2019年,发行人按照完工百分比法确认空间设计业务收入;完工进度,按照经客户验收确认的已完成工作量对应的合同金额及其比例确定,符合《企业会计准则第14号——收入》(2006年)的相关规定,具体分析如下:

在资产负债表日,根据合同约定及取得的成果确认文件,发行人提供的劳务成果对应的合同完工阶段收款金额能够可靠计量,符合《企业会计准则》关于收入金额能够可靠地计量要求。

在资产负债表日,根据合同约定及取得的成果确认文件,客户应当按照合同约定履行相应的合同付款义务,符合《企业会计准则》关于收入确认中相关经济利益很可能流入企业的要求。

在资产负债表日,根据合同约定及取得的成果确认文件,已完成工作量对应的合同金额及其完工进度能够可靠地确定,符合《企业会计准则》关于收入确认中交易的完工进度能够可靠地确定的要求。

在资产负债表日,对于发行人已经取得成果确认文件对应的空间设计工作,发行人发生的成本主要包括职工薪酬、辅助设计费、差旅交通费、折旧摊销费,发行人已将该等已发生的成本计入营业成本,符合《企业会计准则》关于收入确认交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量的要求。

综上,2018年至2019年,发行人空间设计业务收入确认符合《企业会计准则》的相关规定。

(2)自2020年1月1日起,发行人收入确认符合《企业会计准则第14号——收入》(财会【2017】22号)的相关规定,具体可详见问题8之(二)“结合新收入准则规定的按时段履约法确认收入的三个条件,论证并补充说明发行人空间设计业务按照合同约定付款金额及比例确认收入是否符合相关规定”的有关回复。

综上,报告期内,发行人空间设计业务的收入确认方法符合《企业会计准则》规定。

2、软装陈设业务收入确认的方法、过程及相应会计处理,是否符合《企业

会计准则》规定

以发行人 2018 年软装陈设业务的第一大项目《金地集团东南区域公司软装合同（金地杭州下湘湖售楼处及样板房软装采购）》为例：该合同签订于 2018 年 4 月，合同金额 891.26 万元；该合同于 2018 年 10 月取得客户出具的验收文件，确认含税收入 891.26 万元。

发行人软装陈设业务的收入确认方法符合《企业会计准则》规定，具体分析如下：

报告期内，发行人软装陈设业务的收入确认方法为在所有软装陈设品安装、布置完毕后，所打造的室内空间经过客户验收后，确认收入。

在客户验收确认的时点：一方面，发行人已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方、既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权、也没有对已售出的商品实施有效控制、收入的金额能够可靠地计量、相关的经济利益很可能流入、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量；另一方面，发行人已经履行了合同中的履约义务，客户取得了相关商品控制权。

综上，报告期内，发行人软装陈设业务的收入确认方法符合《企业会计准则》规定。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、向发行人的财务总监、商务总监了解发行人的主要业务开展情况，合同签订方式、签订过程，同时获取发行人同时提供两项业务的项目清单，与当期总收入进行比较；

2、获取了报告期内主要项目的合同，查验了发行人与客户关于履约义务、付款进度等条款的约定；

3、访谈发行人的财务总监，了解报告期内发行人主要业务的收入确认依据和确认方法；

4、获取了发行人主要业务项目的实施周期明细清单，并与同行业可比公司的披露的设计周期进行比较；

5、获取了新收入准则实施后对合并报表的具体影响金额，同时获取了同行业可比公司披露的收入确认政策、具体确认方式、合同收款比例，并与发行人进行比较；

6、向发行人的商务总监了解发行人主要业务的合同定价方式；

7、向发行人的财务总监了解发行人主要业务的各项成本结转方式，以及成本与收入进度的匹配性；

8、获取了报告期内主要项目合同，查验了发行人与客户关于履约义务、合同付款比例等条款的约定，并与发行人对应收入确认过程作比较；访谈财务总监，了解主要业务的会计处理；

9、对报告期内主要项目的收入确认情况进行了实质性测试，查阅了业务合同、客户出具的确认文件，并函证项目信息、项目执行进度状态等，复核项目完工进度及收入确认的真实性、准确性、完整性。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、报告期内，发行人空间设计业务与软装陈设业务不存在依赖，相关业务可单独开展，发行人存在同时为客户提供两项服务的情况，两项业务独立签署合同，独立核算，独立区分不同业务收入；

2、发行人空间设计业务按照合同约定付款金额及比例确认收入符合相关规定；

3、发行人空间设计业务合同约定的付款金额、收入确认金额（含税）与发行人实际收款金额一致，不存在差异。在业务实际执行中，因客户付款审批进度、资金面情况等因素，实际收款进度往往滞后于收入确认进度；

4、报告期内，空间设计业务完工进度的确认依据、软装陈设业务的收入确认方法在报告期内未发生变化；

5、发行人空间设计业务、软装陈设业务的一般实施周期与同行业、同领域可比公司相比不存在较大差异；

6、报告期内，新收入准则对发行人主要财务指标无重大影响，发行人关于收入确认政策与同行业可比公司的差异比较具有客观性、合理性；

7、发行人主要业务的合同定价方式符合发行人的业务特征。发行人按照单个项目进行收入确认及成本结转，收入、成本与项目匹配，但在资产负债表日，部分项目成本结转与收入确认并不能够完全匹配；

8、发行人主要业务的收入确认方法、过程及相应会计处理，符合企业会计准则的规定；

9、报告期内，发行人各主要项目的完工进度及收入确认真实、准确、完整

问题 9

9. 关于收入。申报材料显示：（1）报告期内，发行人空间设计业务的收入分别为 12,396.26 万元、21,177.14 万元及 26,144.70 万元，2019 年及 2020 年较上年增幅分别为 70.83%、23.46%；软装陈设业务的收入分别为 16,571.64 万元、24,210.14 万元及 34,360.14 万元，2019 年及 2020 年较上年增幅分别为 46.09%、41.92%。（2）受传统春节、低温冰雪气候等因素的影响，下游行业的上半年业务开展低于下半年。因此，空间设计与软装陈设行业具有一定的季节性。请发行人：（1）补充说明房地产行业长期调控对发行人业务、经营模式及持续经营能力的影响，相关的应对措施及有效性；量化分析房地产调控趋严的政策环境下空间设计、软装陈设业务收入仍持续大幅增长的原因及合理性，收入变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异，如是，请说明原因及合理性。（2）补充说明软装陈设业务是否可以区分服务收入、陈设品收入，如是，请说明报告期内软装陈设业务明细收入构成及占比，以及陈设品收入占主营业务收入的比例。（3）补充说明报告期内空间设计业务人均收入、软装陈设业务人均收入及变动情况、变动原因与合理性，与同行业可比公司是否存在显著差异及合理性，发行人相比同行业可比公司的竞争优势。（4）补充说明发行人作为深圳公司，但华东地区是发行人第一大收入来源的原因及合理性，是否符合行业整体情况；量化分析主营业务收入在各地区变动的的原因及合理性。（5）补充说明报告期内

发行人业务收入季节分布情况，是否存在期末提前确认收入情形；与同行业可比公司收入季节性分布是否存在显著差异，如是，请说明原因及合理性。（6）补充说明报告期内通过招投标和客户直接委托方式获取业务的合同数量、金额及占比，是否存在应履行公开招投标程序而未履行的情形，如是，请说明金额和占比情况、未履行相关程序的原因。（7）补充说明报告期内是否存在合同改价情形，改价的原因及涉及金额、占比；是否存在合同约定金额与实际结算金额不一致的情况，出现差异的原因及金额、占比；同行业可比公司是否存在前述类似情况。（8）以表格列示报告期内空间设计业务、软装陈设业务主要项目名称、客户名称、合同金额、合同履行期间、项目所处阶段及进度、确认收入阶段及金额、确认收入的外部依据、实际收款情况等，并结合 2020 年末在手订单情况，说明业绩增长是否可持续。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并详细说明对收入真实性和截止性的核查过程、方法、占比及结论，说明所选取核查方法的可执行性、所选取样本量是否充分的依据。

【发行人回复】

（一）补充说明房地产行业长期调控对发行人业务、经营模式及持续经营能力的影响，相关的应对措施及有效性；量化分析房地产调控趋严的政策环境下空间设计、软装陈设业务收入仍持续大幅增长的原因及合理性，收入变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异，如是，请说明原因及合理性

1、房地产行业长期调控对发行人业务、经营模式及持续经营能力的影响，相关的应对措施及有效性

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

从长期看，房地产调控政策有利于房地产行业持续、健康、稳定地发展。但是短期内，在政策持续收紧、土地调控升级、融资政策趋严的环境下，地产企业融资难度、融资成本均明显升高。在此背景下，房地产行业集中程度正在

加速，销售持续向龙头企业集中；中小房企资金链风险加大，该部分资金流动性压力可能会向其前端行业传导。房地产行业长期调控政策对房地产行业短期发展造成压力，但有利于行业长期健康发展。

在上述调控方向的指引下，现阶段房地产调控政策的核心聚焦于控制房价的非理性增长，使房地产行业回归持续、稳定的发展道路，而并未从根本上影响房地产行业作为国民经济重要产业的地位，且城市居民对住宅的刚性需求仍持续存在且不断升级，房地产市场整体上仍处于供给小于求的局面。在新型城镇化进程快速推进、居民住房消费全面升级的宏观背景下，房地产行业长效调控机制促使市场逐渐进入平稳发展阶段。2018年至2020年，全国房地产开发投资额分别为120,164.75亿元和132,194.26亿元、141,443.00亿元，同比增长9.44%、10.01%、7.00%，总体呈现“稳中有增”的良性态势。

（1）房地产政策调控对发行人业务、经营模式及持续经营能力的影响

1）房地产行业调控使房地产企业更为集中，为发行人带来了新的增长机遇

在房地产宏观调控的背景下，房地产行业进入新的整合期，行业内资本实力较强、具有品牌影响力的大中型房地产企业的销售规模及集中度进一步提升，房企规模分化格局持续加大。

下游房地产行业集中度的提升很大程度上将促进空间设计和软装陈设行业集中度的提升。国内领先房地产开发行业，对于空间设计和软装陈设服务商在品牌、经验、设计能力、服务水平等方面的要求不断提高，与龙头房企的合作壁垒亦将持续提升。发行人与华润置地、阳光城、旭辉控股、金地集团、绿城中国、融创中国、万科等国内领先的房地产企业建立了长期稳定的合作关系，上述房地产企业市场份额的提升，将为发行人带来新的增长机遇。

2）精装住宅比例的结构性提升为软装陈设业务的发展提供了新的驱动力

2017年4月，住建部印发《建筑业发展“十三五”规划》，明确提出“提高新建住宅全装修成品交付比例，为用户提供标准化、高品质服务”。报告期内，各省市相继出台落地政策，鼓励、支持成品住宅的发展。2019年2月《住宅项目规范（征求意见稿）》中提出“城镇新建住宅建筑应全装修交付”，进一步加

速全装修交付进程。

报告期内，随着上述住宅全装修政策的推进，精装房渗透率持续提升，房地产开发商更为重视售楼处与样板间的品质打造，以求取得卓越的营销效果、塑造品牌形象，从而进一步提升了对创意优秀、品质稳定的软装陈设服务的市场需求。

3) 房地产行业调控短期内对发行人销售回款造成一定影响

随着房地产行业调控政策的持续深化，房企传统融资渠道延续收紧态势，融资成本持续上升。2018年4月央行、银保监会、证监会和外汇局联合发布《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》、2019年5月银保监会发布《关于开展“巩固治乱象成果促进合规建设”工作的通知》，房地产行业前端融资成本提高，融资渠道进一步受限，一定程度上影响了房地产企业对于上游供应商的付款及时性，短期内对发行人销售回款造成一定影响。

综上，在房地产调控趋严的政策环境下，发行人营业收入及净利润均呈现逐年上升的趋势，房地产行业长期调控政策未对发行人业务、经营模式以及持续盈利能力造成重大不利影响。

(2) 发行人相关的应对措施及有效性

1) 积极拓展新兴业务领域

为有效缓解房地产市场调控带来的潜在风险，发行人重视文化学术类建筑、古建修复、办公、教育、康养等领域，报告期内，发行人计划加强创新创意研发项目，进一步扩充设计人才，加速推动新业务领域的市场开拓，提升发行人的核心竞争力及持续经营能力。发行人多元化业务的开拓，有效缓解房地产市场调控带来的潜在风险。

2) 在房地产行业头部效应集中化的背景下，深耕品牌效应，在存量市场中提高市场份额

发行人与头部房地产企业华润、保利、绿城、旭辉、金地、金茂等企业签订战略合作伙伴，保持长期合作伙伴关系，着重提高市场份额。

3) 精装住宅比例的结构提升，注重软装陈设服务品质打造

在上述住宅全装修政策的推进下，发行人重视并提升软装陈设业务的服务品质和创新要求，塑造更高的品牌要求，报告期内发行人的软装陈设业务持续提升，产值增幅明显。报告期内，软装陈设业务的收入分别为 16,571.64 万元、24,210.14 万元、34,360.14 万元及 21,440.87 万元，2019 年、2020 年同比增长 46.09%、41.92%，呈现良好的发展态势。

综上，发行人积极拓展新兴业务领域，深耕品牌效应，在存量市场中提高市场份额，并注重软装陈设服务品质打造，随着相关措施的深化推进，相应成效将逐步显现。

2、量化分析房地产调控趋严的政策环境下空间设计、软装陈设业务收入仍持续大幅增长的原因及合理性，收入变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异，如是，请说明原因及合理性

(1) 量化分析房地产调控趋严的政策环境下空间设计、软装陈设业务收入仍持续大幅增长的原因及合理性

报告期内，发行人空间设计、软装陈设业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度		2019年度		2018年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
空间设计	16,340.30	26,144.70	23.46%	21,177.14	70.83%	12,396.26
软装陈设	21,440.87	34,360.14	41.92%	24,210.14	46.09%	16,571.64

报告期内，在房地产调控趋严的政策环境下空间设计、软装陈设业务收入仍持续大幅增长，主要原因为：

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

2019 年、2020 年，全国房地产开发投资分别为 132,194.26 亿元、141,443.00 亿元，同比去年增幅分别为 10.01%、7.00%，其中，住宅投资分别为 97,070.75 亿元、104,446.00 亿元，同比去年增幅分别为 14.03%、7.60%，总体呈现“稳中有增”的良性态势，从而为发行人业务的下游市场需求创造了稳定、持续、合理的增长空间。

第二，精装住宅比例的结构性提升进一步拓宽了软装陈设业务的市场空间

2017年4月，住建部印发《建筑业发展“十三五”规划》，明确提出“提高新建住宅全装修成品交付比例，为用户提供标准化、高品质服务”。报告期内，各省市相继出台落地政策，鼓励、支持成品住宅的发展。2019年2月，住建部发布《住宅项目规范（征求意见稿）》，提出“城镇新建住宅建筑应全装修交付”，进一步加速全装修交付进程。2020年，全国多个省市相继出台政策，加强对精装修住宅的监管力度，要求“全装修商品房的，应按不同户型和交付标准分别设置交付标准样板房”。

在上述背景下，房地产开发商更为重视售楼处与样板间的品质打造，从数量与品质两个层面提出了更高的要求，从而进一步提升了对创意优秀、品质稳定的软装陈设服务的市场需求。

第三，房地产行业集中度的持续提升进一步促进了以发行人为代表的龙头设计与陈设服务商的市场份额的增长。

在房地产行业宏观调控的背景下，房地产行业进入新的整合期，行业内资本实力较强、具有品牌影响力的大中型房地产企业的销售规模与集中度进一步提升，房企规模分化格局持续加大。大型房地产企业基于项目品质稳定性、提升品牌形象等因素，更倾向于采用战略供应商选定与集中采购模式，选择创意优秀、出品稳定、响应高效的设计与陈设服务商，形成长期稳定的合作关系。因此，房地产行业集中度的持续提升进一步促进了相应设计与陈设服务行业集中度的提升，具备综合资源优势的设计与陈设服务商得以获得更多的市场份额。

第四，顺应行业形势，发行人坚定执行全国化布局、多元化客户的战略发展方向，取得了良好成效，进一步带动了业绩的持续增长。

发行人于2018年初确立了全国化布局的战略方向，在持续深耕华南区域的同时，大力拓展华东、西南等区域的业务，持续开拓优质客户、建立长期稳定的战略合作。报告期内，发行人凭借着综合竞争优势与业内领先地位，市场开拓取得良好成效，进一步带动了业绩的持续增长。

具体量化分析如下：

1) 空间设计业务

2018年至2019年，空间设计业务收入由12,396.26万元增加至21,177.14万元，增加了8,780.88万元，增幅为70.83%，增幅较大，主要原因为：

第一，2018年，受限于有限的人员规模，发行人空间设计的业务规模相对较小，收入仅为12,396.26万元，因而以2018年为基数计算的2018年-2019年的增长率数据相对较高；

第二，西南、华东、华南等区域市场开拓成效显著。2018年至2019年，西南区域业务收入由2,306.93万元增加至5,090.04万元，增加了2,783.11万元，增幅为120.64%，主要是因发行人西南区域业务规模在2018年相对较小，2019年发行人大力拓展以成都、重庆为核心的西南业务市场，拓展置地（香港）、华夏阳光、成都星辉创展集团、阳光城、融创中国、中粮集团等新地产商客户，上述客户在2019年新增收入确认为2,560.21万元；2018年至2019年，华东区域业务收入由4,852.67万元增加至7,236.66万元，增加了2,383.99万元，增幅为49.13%，主要是因发行人积极扩展华东区域新客户，与融创中国、融信中国、葛洲坝、阳光城、仁恒集团等大型房地产企业签订了空间设计业务协议，2019年华东区域新增客户确认收入合计为1,708.52万元；2018年至2019年，华南区域业务收入由3,248.67万元增加至5,289.99万元，增加了2,041.32万元，增幅为62.84%，主要是因发行人积极布局以深圳为核心，辐射华南区域的营销服务网络，深耕存量客户，与华润置地、鸿荣源、时代中国等大型房地产企业持续合作，该等客户在华南区域2019年业务收入较2018年新增1,747.94万元，直接带来了收入增长。

2019年至2020年，空间设计业务收入由21,177.14万元增加至26,144.70万元，增加了4,967.55万元，主要是因华南、华东等区域市场开拓成效显著。2019年至2020年，华南区域业务收入由5,289.99万元增加至7,777.65万元，增加了2,487.66万元，增幅为47.03%，主要是因2020年发行人与龙光集团、方圆地产、佳兆业、深圳市宏发投资集团有限公司等新增客户签订了空间设计业务协议，业务新增客户的收入为2,078.29万元；2019年至2020年，华东区域业务收入由7,236.66万元增加至8,866.99万元，增加了1,630.33万元，增幅为

22.53%，主要是因 2020 年发行人与上海毓旭企业管理、江西省旅游集团、众安集团、中交地产等新增客户签订了空间设计业务协议，业务新增客户的收入为 1,674.15 万元。

2021 年 1-6 月，发行人空间设计业务收入为 16,340.30 万元，相比于 2020 年度的 26,144.70 万元，占比为 62.50%，呈现出良好的发展态势，主要是因发行人进一步加强与存量客户的深度合作，并在全国各主要区域市场积极拓展新客户业务。2021 年 1-6 月，在华东区域，发行人空间设计业务收入为 5,425.40 万元，相比于 2020 年度的 8,866.99 万元，占比为 61.19%，其良好的发展态势主要是因发行人进一步加强了与新城控股、世茂集团、万科、中交地产、金地集团、融创中国等存量客户的业务合作力度，与上述客户的空间设计业务收入为 3,398.30 万元，相比于 2020 年度的 5,826.37 万元，占比为 58.33%；同时，发行人积极拓展华东区域新增客户金螳螂、江苏隽达房地产开发有限公司、金隅集团等，新增客户确认空间设计业务收入为 2,027.09 万元。2021 年 1-6 月，在华南区域，发行人空间设计业务收入为 5,074.86 万元，相比于 2020 年度的 7,777.65 万元，占比为 65.25%，其良好的发展态势主要是因发行人进一步加强了与华润置地、龙光集团、中国铁建、万科、深圳市佰亨置业有限公司等存量客户业务合作力度，与上述客户的空间设计业务收入为 2,884.21 万元，相比于 2020 年度的 4,765.45 万元，占比为 60.52%；同时，发行人积极拓展华南区域新增客户佳兆业集团、广州市水务投资集团有限公司、三亚颂和湖畔实业有限公司、深圳立润地产经营有限公司等，新增客户确认空间设计业务收入为 1,989.78 万元。2021 年 1-6 月，在西南区域，发行人空间设计业务收入为 2,733.06 万元，相比于 2020 年度的 4,283.44 万元，占比为 63.81%，其良好的发展态势主要是因发行人进一步加强了与招商蛇口、万科、迪马股份、置地（香港）投资有限公司、华润置地、新希望控股集团有限公司等存量客户的业务合作力度，上述客户确认空间设计业务收入 2,079.54 万元，相比于 2020 年度的 2,685.22 万元，占比为 77.44%。

2) 软装陈设业务

2018 年至 2019 年，发行人软装陈设业务收入由 16,571.64 万元增加至

24,210.14 万元，增加了 7,638.50 万元，增幅为 46.09%，业务规模保持平稳高速增长，主要是因华东区域市场开拓成效显著。2018 年至 2019 年，华东区域软装陈设业务收入由 6,541.67 万元增加至 11,667.02 万元，增加了 5,125.35 万元，增幅为 78.35%，主要是因 2019 年，发行人提升华东区域存量客户的市场份额，如承接中国铁建、新城控股、华润置地、新城控股、新希望集团、金地集团等客户新的项目，存量客户业务收入较 2018 年增加了 3,468.06 万元；同时开拓了银丰地产、义乌市中梁创置业有限公司、青岛天一仁和房地产集团有限公司，2019 年新增客户收入确认 1,740.52 万元。

2019 年至 2020 年，发行人软装陈设业务收入由 24,210.14 万元增加至 34,360.14 万元，增加了 10,150.00 万元，增幅为 41.92%，业务规模保持平稳高速增长，主要是因华东、西南等区域市场开拓成效显著。2019 年至 2020 年，华东区域软装陈设业务收入由 11,667.02 万元增加至 14,348.16 万元，增加了 2,681.14 万元，增幅为 22.98%。主要是因 2020 年，发行人进一步开拓了融信中国、碧桂园、祥生控股、融创中国、绿地控股等新客户，该等新客户在华东区域实现的软装陈设业务收入金额为 3,851.14 万元；2019 年至 2020 年，西南区域软装陈设业务收入由 4,346.53 万元增加至 7,856.74 万元，增加了 3,510.21 万元，增幅为 80.76%，增幅较快，主要是因为发行人一方面进一步加强了与万科、阳光城、绿城中国、旭辉控股、招商蛇口等存量客户的业务合作，上述客户较 2019 年增加业务收入 2,383.09 万元，另一方面进一步开拓了西南区域的新客户如南宁锦麟置业、成都恒基隆置业、中粮集团等，新增客户创收 1,635.99 万元。

2021 年 1-6 月，发行人软装陈设业务收入为 21,440.87 万元，相比于 2020 年度的 34,360.14 万元，占比为 62.40%，呈现出良好的发展态势，主要是因发行人进一步加强与存量客户的深度合作，并在全国各主要区域市场积极拓展新客户业务。2021 年 1-6 月，在华东领域，发行人软装陈设业务收入为 10,044.47 万元，相比于 2020 年度的 14,348.16 万元，占比为 70.01%，其良好的发展态势主要是因发行人进一步加强了与金地集团、绿城中国、中国铁建、新城控股、融创中国、世茂集团等存量客户的业务合作力度，与上述客户的软装陈设业务收入为 5,035.58 万元，相比于 2020 年度的 4,689.00 万元，占比为 107.39%；同时，发行人积极拓展华东区域新客户常州祥泰房地产开发有限公司、万科、中

国平安、卓越集团投资有限公司、祥生控股集团等，新增客户确认软装陈设业务收入为 5,008.88 万元。2021 年 1-6 月，在华南区域，发行人软装陈设业务收入为 3,757.13 万元，相比于 2020 年度的 5,311.44 万元，占比为 70.74%，其良好的发展态势主要是发行人积极拓展软装陈设业务新客户广州市水务投资集团有限公司、方圆地产、金辉集团、新希望控股集团有限公司、佳兆业集团等，新增客户确认软装陈设业务收入为 3,082.26 万元。2021 年 1-6 月，在西南领域，发行人软装陈设业务收入为 4,106.30 万元，相比于 2020 年度的 7,856.74 万元，占比为 52.26%，其良好的发展态势主要是因发行人进一步加强了与云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司、置地（香港）投资有限公司、招商蛇口、融创中国、金融街、旭辉控股等存量客户的业务合作力度，与上述客户的软装陈设业务收入为 2,406.11 万元，相比于 2020 年度的 2,164.36 万元，占比为 111.17%；同时，发行人积极拓展西南区域软装陈设业务新客户北京远大华创投资有限公司、重庆盛毓锦鑫房地产开发有限公司、重庆东垠源房地产开发有限公司等，新增客户确认软装陈设业务收入为 1,700.19 万元。

综上，房地产调控趋严的政策环境下空间设计、软装陈设业务收入仍持续大幅增长，具有合理性。

(2) 收入变动趋势与同行业可比公司是否存在显著差异，如是，请说明原因及合理性

同行业可比公司的营业收入变化趋势具体如下：

可比公司	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额（万元）	金额（万元）	变动率	金额（万元）	变动率	金额（万元）
杰恩设计	16,045.28	31,156.55	-20.04%	38,963.11	14.02%	34,173.21
尤安设计	46,280.98	92,556.05	8.34%	85,430.23	17.10%	72,957.09
霍普股份	15,863.72	31,817.58	19.33%	26,664.14	10.43%	24,145.15
矩阵股份	38,162.04	61,219.65	34.04%	45,674.24	57.54%	28,991.40

报告期内，尤安设计、霍普股份的营业收入呈现逐年上升趋势，与发行人报告期内收入变动趋势一致。杰恩设计 2020 年较 2019 年收入有所下降，主要是因为 2020 年杰恩设计商业类地产收入占营业收入的比重较高，为 36.53%，受疫情影响较为严重，商业类地产因疫情影响需求大大减少，其收入出现明显

下降。

报告期内，发行人业务收入增速高于尤安设计、霍普股份，主要原因为：

第一，2018年，发行人空间设计业务收入为12,396.26万元，软装陈设业务收入为16,571.64万元，与同行业公司相比，业务规模均较小，因而以2018年为基数计算的增长率较高；

第二，如前所述，发行人软装陈设业务受精装住宅有关的政策利好，市场空间进一步扩展，因而相比于同行业可比公司而言，增速更快；

第三，发行人是国内业内顶尖的设计公司，具备业内领先的综合竞争优势，具有较强的业务开拓能力，进一步有力的支撑了发行人业绩的快速增长。

综上，房地产调控趋严的政策环境下发行人空间设计、软装陈设业务收入仍持续大幅增长，具有合理原因，收入变动趋势与同行业可比公司不存在显著差异，业绩增速较快具有合理性。

（二）软装陈设业务是否可以区分服务收入、陈设品收入，如是，请说明报告期内软装陈设业务明细收入构成及占比，以及陈设品收入占主营业务收入的比例

软装陈设业务是为客户提供软装空间的从设计至落地实施的综合化业务，除为客户提供陈设品的采购之外，还提供软装方案设计、陈设品定制化、落地执行等综合化服务，并与陈设品的采购、布置、交付过程深度融合。在软装陈设业务的定价过程中，发行人与客户结合客户自身预算情况、陈设品定制化需求、市场竞争情况等多方面因素，对软装陈设项目进行综合性报价与议价，进而确定合同金额。合同金额综合反映了陈设品采购成本、综合服务附加值、客户预算限制、市场竞争强度等多方面因素，因而通常情况下，无法独立区分服务收入、陈设品收入的金额及占比。

（三）报告期内空间设计业务人均收入、软装陈设业务人均收入及变动情况、变动原因与合理性，与同行业可比公司是否存在显著差异及合理性，发行人相比同行业可比公司的竞争优势

1、报告期内空间设计业务人均收入、软装陈设业务人均收入及变动情况、

变动原因与合理性

报告期内，发行人空间设计业务人均收入、软装陈设业务人均收入及变动情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度			2019年度			2018年度	
	平均人数(人)	人均收入(万元)	平均人数(人)	人均收入(万元)	变动率	平均人数(人)	人均收入(万元)	变动率	平均人数(人)	人均收入(万元)
空间设计	308	53.08	211	124.01	-10.02%	154	137.81	0.61%	91	136.98
软装陈设	163	131.67	104	329.07	0.36%	74	327.90	-6.01%	48	348.88

注：平均人数为月度加权平均人数。

2018年至2020年，空间设计业务人均收入、软装陈设业务人均收入整体保持平稳，不存在较大波动。2020年空间设计业务人均收入略有下降，主要原因为：2020年，为应对业务规模的扩张，发行人进行了较大规模的人员招聘，空间设计业务2019年至2020年平均人数由154人增长至211人，增幅较大，该等新进人员级别相对较低，入职后需经历一段时期的技能培养、经验积累、团队融入与磨合，因此短时期内该等人员的设计产能无法完全释放，致使2020年空间设计业务人均收入略有下降。

2021年1-6月，空间设计业务人均收入为53.08万元，软装陈设业务人均收入为131.67万元，整体保持合理水平。

2、与同行业可比公司是否存在显著差异及合理性

软装陈设业务是为客户提供软装空间的从设计至落地实施的综合化业务，业务收入综合体现了软装陈设品的采购、安装、布置成本以及相应的设计附加值等。因此，发行人软装陈设业务的人均收入与同行业设计公司无可比性。

空间设计业务人均收入与同行业可比公司的比较情况如下：

(1) 报告期内，发行人空间设计业务，与相同业务领域、同一梯队的设计公司相比，发行人人均收入处于合理范围。

发行人主要从事地产售楼处、样板间领域的空间设计业务，在业内具有较高的行业地位与品牌知名度。发行人与相同业务领域、同一梯队的设计公司的

人均收入对比情况如下：

可比公司	业界地位	人均收入（万元）
香港郑中设计事务所	2020年：总榜全球第18名，住宅类第5名	103.46
梁志天设计集团	2020年：总榜全球第20名，住宅类第1名	110.36
黄志达设计有限公司	2020年：总榜全球第43名，住宅类第6名	131.05
集艾室内设计（上海）有限公司	2019年：总榜全球第17，住宅类第7名	116.35
矩阵股份	2020年：总榜全球第32名，住宅类第2名	报告期内分别为136.98万元、137.81万元、124.01万元、53.08万元

注：以上数据摘自业内权威杂志《Interior Design》、上市公司年报；人均收入按照当年人民币兑美元的均价折算。

发行人与相同业务领域、同一梯队的设计公司相比，人均收入处于合理范围，不存在显著差异。

（2）报告期内，发行人空间设计业务人均收入高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，是发行人所从事的主营业务所属的业态领域以及发行人的业界地位所决定的，具有合理性。

报告期内，发行人空间设计业务人均收入与杰恩设计、尤安设计、霍普股份的比较情况如下：

可比公司	指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	人均收入（万元）	-	46.10	63.92	67.03
尤安设计	人均收入（万元）	-	91.44	88.50	96.39
霍普股份	人均收入（万元）	-	80.35	81.56	93.16
矩阵股份	人均收入（万元）	53.08	124.01	137.81	136.98

报告期内，发行人空间设计业务人均收入高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，是发行人所从事的主营业务所属的业态领域以及发行人的业界地位所决定的，具有合理性，具体分析如下：

第一，发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计，与杰恩设计、尤安设计、霍普股份相比，发行人的项目周转率高。

发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计业务，单个设计项

目的设计面积相对较小，一般不超过 2,000 平米，设计工期相对较短，通常为 3-4 个月，且人力投入相对较少；尤安设计、霍普股份主要从事住宅、公共建筑领域的建筑方案设计，单个设计项目的设计面积相对较大，一般为几万乃至几十万平米，设计工期相对较长，通常为 6-9 个月，且人力投入相对较多；杰恩设计主要从事商业、办公、轨道交通等领域的室内设计，单个设计项目的设计面积相对较大，一般为几万乃至几十万平米，设计工期相对较长，通常接近一年，对于酒店、办公、轨道交通等领域的部分设计项目，设计工期甚至长达数年，且人力投入相对较多。

因此，与上述可比公司相比，发行人的项目周转率较高，即在相同时间、人力投入下，项目周转频次较高，相应的业务产值规模及产出效率更高。

第二，发行人是行业内顶尖的设计公司，设计收费水平较高。

发行人主要从事的地产售楼处、样板间领域的空间设计的收费价格为：售楼处 800 元/平米以上，样板间 1,000 元/平米以上。根据中国建筑装饰协会编制的《建筑装饰设计收费标准（2014 年版）》，上述领域的行业收费标准为 300-1,200 元/平米。因此，发行人的设计收费水平处于行业较高水平。

与杰恩设计、尤安设计、霍普股份相比，发行人的设计项目的设计面积较小，但设计单价较高。尤安设计、霍普股份主要从事住宅、公共建筑领域的建筑方案设计，设计单价在 15-30 元/平米，杰恩设计主要从事商业、办公、轨道交通等领域的室内设计，设计单价在 60-220 元/平米。因此，发行人的设计单价显著高于上述可比公司。

第三，如前所述，结合发行人项目周转率高、收费水平高的特点，量化分析发行人设计业务人均收入较高的合理性。

报告期内，发行人与前述可比公司的主要项目运营指标的对比情况如下：

可比公司	指标	2021年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
杰恩设计	项目周转率：设计工期通常接近一年，部分项目长达数年，项目周转率较低； 设计项目平均合同金额约为 150 万元左右				
	人均收入（万元）	-	46.10	63.92	67.03
尤安设计	人均项目执行数量（个）	-	1.08	1.02	1.03

	在执行项目平均收入确认金额（万元）	-	84.67	86.76	93.58
	人均收入（万元）	-	91.44	88.50	96.39
霍普股份	人均项目执行数量（个）	-	1.01	1.04	0.97
	在执行项目平均收入确认金额（万元）	-	79.55	78.42	96.04
	人均收入（万元）	-	80.35	81.56	93.16
矩阵股份	人均项目执行数量（个）	1.23	2.48	2.61	2.40
	在执行项目平均收入确认金额（万元）	43.00	49.99	52.81	57.13
	人均收入（万元）	53.08	124.01	137.81	136.98

注：上表数据根据相关可比公司公开披露信息整理得到。人均项目执行数量=当年在执行的項目数量/平均人数；在执行项目平均收入确认金额=当年设计业务收入/当年在执行的項目数量；人均收入=人均项目执行数量×在执行项目平均收入确认金额。

与杰恩设计相比：一方面，发行人的项目设计工期通常为 3-4 个月，明显短于杰恩设计，项目周转率为杰恩设计的 3-4 倍，是发行人人均收入高于杰恩设计的核心原因；另一方面，尽管发行人单个设计项目的设计面积较小、但设计单价较高，使得发行人设计项目平均合同金额与杰恩设计差距不大，发行人设计项目平均合同金额约为 100 万元左右，而杰恩设计为 150 万元左右，是发行人的 1.5 倍左右。因此，发行人设计业务人均收入高于杰恩设计、且在杰恩设计的 2-3 倍左右，具有合理性。

与尤安设计、霍普股份相比：一方面，发行人的人均项目执行数量是尤安设计、霍普股份的 2-3 倍左右，充分体现出发行人的项目周转率较高，是发行人人均收入高于上述公司的核心原因；另一方面，尽管发行人单个设计项目的设计面积较小、但设计单价较高，使得发行人在执行项目的平均收入贡献与尤安设计、霍普股份差距不大，报告期内，发行人在执行项目平均收入确认金额为 50 万元左右，而尤安设计、霍普股份在 75-95 万元左右，是发行人的 1.5-2 倍左右。因此，发行人设计业务人均收入高于尤安设计、霍普股份、且为其 1.5 倍左右，具有合理性。

综上，经过量化分析，发行人空间设计业务人均收入处于合理区间，人均收入高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，具有合理性。

综上，报告期内，发行人空间设计业务与相同业务领域、同一梯队的设计

公司相比，人均收入处于合理范围，不存在显著差异。人均收入高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，具有合理性。

3、发行人相比同行业可比公司的竞争优势

相比于前述同行业可比公司，发行人的主要竞争优势如下：

第一，发行人与相同业务领域、同一梯队的设计公司，如梁志天设计集团、集艾室内设计（上海）有限公司、黄志达设计有限公司等相比，发行人业务规模相对较大；

第二，与 A 股可比设计公司杰恩设计、尤安设计、霍普股份相比，就各自在所属业务细分领域而言，发行人的业界影响力、创新创意能力、规模等综合实力相对较强。

（四）发行人作为深圳公司，但华东地区是发行人第一大收入来源的原因及合理性，是否符合行业整体情况；量化分析主营业务收入在各地区变动的原因及合理性

1、发行人作为深圳公司，但华东地区是发行人第一大收入来源的原因及合理性，符合行业整体情况

（1）华东地区是全国经济发达地区，房地产开发投资处于全国领先，创造了较大的市场空间

华东地区经济发达，GDP 总量接近全国的四成，并且华东区域的四省一市拥有全中国最大的城市群——长三角城市群，城镇化进程、稳定的人口净流入使得华东区域住宅市场较为巨大。2018 至 2020 年，华东地区房地产开发投资额分别为 45,602.80 亿元、50,121.31 亿元和 54,181.34 亿元，华南地区房地产开发投资额分别为 19,131.36 亿元、21,002.75 亿元、22,500.03 亿元，华东地区房地产开发投资额及下游市场明显高于华南地区。

（2）发行人于 2018 年初确立了全国化布局的战略方向，在持续深耕华南区域的同时，大力拓展华东等区域的业务，持续开拓优质客户、建立长期稳定的战略合作，有利于发行人分散经营风险，实现高质量、可持续增长

报告期内，发行人积极拓展华东区域的业务，华东区域业务收入分别为11,394.33万元、18,999.28万元、23,369.81万元及15,568.05万元，2019、2020年同比增幅分别为66.74%、23.00%，呈现快速增长的趋势。发行人先后与金地集团、旭辉控股、新城控股、华润置地建立了深度合作关系，发行人在华东区域进一步开拓了中粮集团、世茂股份、绿地控股、新城控股等优质客户。

(3) 与同行业公司较为一致，符合行业特征

经公开信息检索，以下游住宅地产领域的创新创意设计为主营业务的设计公司奥雅设计、山水比德（均从事住宅景观设计），注册地分别为深圳、广州，华东区域为其第一大业务收入来源，与发行人一致。

综上，发行人作为深圳公司，但华东地区是发行人第一大收入来源具有合理性，符合行业整体情况。

2、量化分析主营业务收入在各地区变动的原因及合理性

发行人主营业务收入在各地区变动的原因及合理性分析如下：

报告期内发行人在各大区域的业务占比情况如下表所示：

单位：万元

区域	2021年1-6月		2020年度			2019年度			2018年度	
	营业收入	占比	营业收入	同比	占比	营业收入	同比	占比	营业收入	占比
华东	15,568.05	40.80%	23,369.81	23.00%	38.17%	18,999.28	66.74%	41.60%	11,394.33	39.30%
华南	9,041.70	23.70%	13,556.73	66.57%	22.14%	8,138.95	39.35%	17.82%	5,840.50	20.15%
西南	6,847.80	17.95%	12,156.05	28.75%	19.86%	9,441.77	71.22%	20.67%	5,514.26	19.02%
华中	2,506.58	6.57%	4,263.04	23.37%	6.96%	3,455.62	256.44%	7.57%	969.47	3.34%
华北	1,648.75	4.32%	3,485.36	6.65%	5.69%	3,268.17	106.63%	7.16%	1,581.68	5.46%
西北	1,277.93	3.35%	3,103.34	74.47%	5.07%	1,778.74	21.21%	3.89%	1,467.45	5.06%
东北	1,219.18	3.20%	1,285.32	117.22%	2.10%	591.72	-73.39%	1.30%	2,223.70	7.67%
境外	47.31	0.12%	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	38,157.29	100.00%	61,219.65	34.04%	100.00%	45,674.24	57.54%	100.00%	28,991.40	100.00%

(1) 华东区域

报告期内，发行人华东区域业务收入分别为11,394.33万元、18,999.28万元、23,369.81万元及15,568.05万元，2019、2020年同比增幅分别为66.74%、

23.00%，呈现快速增长的趋势，主要原因为：

第一，报告期内，华东区域房地产投资稳中有增，为发行人空间设计、软装陈设业务创造了良好的外部环境。2018 至 2020 年，华东地区房地产开发投资额分别为 45,602.80 亿元、50,121.31 亿元和 54,181.34 亿元，同比增长分别为 11.85%、9.91%、8.10%。

第二，发行人积极拓展华东区域新客户，同时深耕存量客户，持续扩大空间设计、软装陈设业务。2018 年至 2019 年，发行人华东区域的收入由 11,394.33 万元增长到 18,999.28 万元，增长了 7,604.95 万元，主要原因是：一方面，空间设计领域，发行人积极扩展华东区域新客户，与融创中国、融信中国、葛洲坝、阳光城、仁恒集团等大型房地产企业签订了空间设计业务协议，2019 年华东区域新增客户确认收入合计为 1,708.52 万元；另一方面，软装陈设业务领域，2019 年，发行人提升华东区域存量客户的市场份额，如承接中国铁建、新城控股、华润置地、新城控股、新希望集团、金地集团等客户新的项目，上述存量客户业务收入较 2018 年增加了 3,468.06 万元。

2019 年至 2020 年，发行人华东区域的收入由 18,999.28 万元增长到 23,369.81 万元，增长了 4,370.53 万元，主要原因是：一方面，空间设计领域，2020 年，发行人与上海毓旭企业管理、江西省旅游集团、众安集团、中交地产等新增客户签订了空间设计业务协议，业务新增客户的收入为 1,674.15 万元；另一方面，软装陈设领域，2020 年，发行人进一步开拓了融信中国、碧桂园、祥生控股、融创中国、绿地控股等新客户，该等新客户在华东区域实现的软装陈设业务收入金额为 3,851.14 万元。

2021 年 1-6 月，发行人华东区域的收入为 15,568.05 万元，相比于 2020 年度的 23,369.81 万元，占比为 66.62%，呈现出良好的发展态势。主要原因是：一方面，空间设计领域，2021 年 1-6 月，发行人进一步加强了与新城控股、世茂集团、万科、中交地产、金地集团、融创中国等存量客户业务合作力度，与上述客户的空间设计业务收入为 3,398.30 万元，相比于 2020 年度的 5,826.37 万元，占比为 58.33%；同时发行人积极拓展区域新增客户金螳螂、江苏隼达房地产开发有限公司、金隅集团等，新增客户确认空间设计业务收入为 2,027.09 万

元。另一方面，软装陈设领域，2021年1-6月，发行人进一步加强了与金地集团、绿城中国、中国铁建、新城控股、融创中国、世茂集团等存量客户的业务合作力度，与上述客户的软装陈设业务收入为5,035.58万元，相比于2020年度的4,689.00万元，占比为107.39%；同时，发行人积极拓展华东区域软装陈设业务新客户常州祥泰房地产开发有限公司、万科、中国平安、卓越集团投资有限公司、祥生控股集团等，新增客户确认软装陈设业务收入为5,008.88万元。

（2）华南区域

报告期内，发行人华南区域业务收入分别为5,840.50万元、8,138.95万元、13,556.73万元、9,041.70万元，2019、2020年同比增幅分别为39.35%、66.57%，增长较快，主要原因为：

第一，报告期内，华南区域房地产投资稳中有增，为发行人华南区域的业务开拓创造了良好的外部环境。2018至2020年，华南地区房地产开发投资额分别为19,131.36亿元、21,002.75亿元、22,500.03亿元，同比增长分别为13.79%、9.78%、7.13%。

第二，发行人积极拓展华南区域新客户，与存量客户的深度合作，持续扩大空间设计、软装陈设业务。2018年至2019年，发行人华南区域的业务收入由5,840.50万元增长到8,138.95万元，增长了2,298.45万元，主要原因是发行人在空间设计领域积极布局以深圳为核心，辐射华南区域的营销服务网络，深耕存量客户，与华润置地、鸿荣源、时代中国等大型房地产企业持续合作，该等客户在华南区域2019年业务收入较2018年新增1,747.94万元。

2019年至2020年，发行人华南区域的业务收入由8,138.95万元增长到13,556.73万元，增长了5,417.78万元，主要原因是：一方面，空间设计领域，2020年发行人与龙光集团、方圆地产、佳兆业集团有限公司、深圳市宏发投资集团有限公司等新增客户签订了空间设计业务协议，与华南区域空间设计业务的新增客户合计确认2,078.29万元；另一方面，发行人积极拓展华南区域软装陈设业务新客户，与深圳市成润投资发展有限公司、龙湖集团、时代中国控股、卓越集团投资有限公司、保利地产等房地产开发企业建立合作，该等客户2020年在华南地区实现的软装陈设业务收入为3,134.69万元。

2021年1-6月，发行人华南区域的收入为9,041.70万元，相比于2020年度的13,556.73万元，占比为66.70%，呈现出良好的发展态势，主要原因是：一方面，空间设计领域，2021年1-6月，发行人与进一步加强了与华润置地、龙光集团、中国铁建、万科、深圳市佰亨置业有限公司等存量客户的业务合作力度，与上述客户的空间设计业务收入为2,884.21万元，相比于2020年度的4,765.45万元，占比为60.52%；同时，发行人积极开拓新客户佳兆业集团、广州市水务投资集团有限公司、三亚颂和湖畔实业有限公司、深圳立润地产经营有限公司等，新增客户确认空间设计业务收入为1,989.78万元；另一方面，软装陈设领域，2021年1-6月，发行人积极拓展华南区域软装陈设业务新客户广州市水务投资集团有限公司、方圆地产、金辉集团、新希望控股集团有限公司、佳兆业集团等，新增客户确认软装陈设业务收入为3,082.26万元。

（3）西南区域

报告期内，发行人西南区域业务收入分别为5,514.26万元、9,441.77万元、12,156.05万元、6,847.80万元，2019、2020年同比增幅分别为71.22%、28.75%，总体增长较快。

第一，报告期内，西南区域房地产投资稳中有增，为发行人西南区域的业务开拓创造了良好的外部环境。2018至2020年，西南地区房地产开发投资额分别为11,294.33亿元、13,715.46亿元、15,239.25亿元，同比增长分别为11.42%、21.44%、11.11%。

第二，发行人积极拓展西南区域新客户，进一步加强与存量客户的合作。2018年至2019年，发行人西南区域的业务收入由5,514.26万元增长到9,441.77万元，增长了3,927.51万元，主要原因是：一方面，空间设计领域，发行人西南区域业务规模在2018年相对较小，2019年发行人大力拓展以成都、重庆为核心的西南业务市场，拓展置地（香港）、华夏阳光、成都星辉创展集团、阳光城、融创中国、中粮地产等新地产商客户，上述客户在2019年新增收入确认为2,560.21万元；另一方面，软装陈设领域，2019年发行人大力拓展置地（香港）、中国铁路集团、旭辉控股等新地产商客户，上述客户在2019年新增收入确认为2,159.70万元。

2019 年至 2020 年，发行人西南区域的业务收入由 9,441.77 万元增长到 12,156.05 万元，增长了 2,714.28 万元，主要原因是在软装陈设业务领域，一方面，发行人进一步加强了与万科、阳光城、绿城中国、旭辉控股、招商蛇口等存量客户的业务合作，上述客户较 2019 年增加业务收入 2,383.09 万元，另一方面进一步开拓了西南区域的新客户如南宁锦麟置业、成都恒基隆置业、中粮集团等，新增客户创收 1,635.99 万元。

2021 年 1-6 月，发行人西南区域的收入为 6,847.80 万元，相比于 2020 年度的 12,156.05 万元，占比为 56.33%，呈现出良好的发展态势，主要原因是：一方面，空间设计领域，2021 年 1-6 月，发行人进一步加强了与招商蛇口、万科、迪马股份、置地（香港）投资有限公司、华润置地、新希望控股集团有限公司等存量客户的业务合作力度，上述客户确认空间设计业务收入 2,079.54 万元，相比于 2020 年度的 2,685.22 万元，占比为 77.44%；另一方面，软装陈设领域，2021 年 1-6 月，发行人进一步加强了与云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司、置地（香港）投资有限公司、招商蛇口、融创中国、金融街、旭辉控股等存量客户的业务合作力度，上述客户确认软装陈设业务收入为 2,406.11 万元，相比于 2020 年度的 2,164.36 万元，占比为 111.17%；同时，发行人积极拓展西南区域软装陈设业务新客户北京远大华创投资有限公司、重庆盛毓锦鑫房地产开发有限公司、重庆东垠源房地产开发有限公司等，新增客户确认软装陈设业务收入为 1,700.19 万元。

（4）华中区域

报告期内，发行人华中区域业务收入分别为 969.47 万元、3,455.62 万元、4,263.04 万元、2,506.58 万元，2019、2020 年同比增幅分别为 256.44%、23.37%，总体增长较快。

2018 年至 2019 年，发行人华中区域业务收入由 969.47 万元增长到 3,455.62 万元，增长了 2,486.15 万元，主要是因发行人在软装陈设领域的业务开拓成效显著，进一步开拓了正荣地产、中国金茂、建发股份、金科股份等新客户，上述客户在 2019 年新增收入确认为 2,037.72 万元；

2019 年至 2020 年，发行人华中区域业务收入由 3,455.62 万元增长到

4,263.04 万元，增长了 807.42 万元。发行人保持稳定增长态势，主要是因发行人与旭辉控股、金地集团保持稳中有增的合作关系，上述客户在 2020 年较上年度收入增长 643.62 万元。

2021 年 1-6 月，发行人华中区域的收入为 2,506.58 万元，相比于 2020 年度的 4,263.04 万元，占比为 58.80%，呈现出良好的发展态势，主要原因是一方面，空间设计领域，2021 年 1-6 月，发行人积极拓展区域新客户世茂集团、新城控股、绿地控股等，新增客户确认空间设计业务收入为 812.15 万元；另一方面，软装陈设领域，2021 年 1-6 月，发行人积极拓展区域新客户龙湖集团、佳兆业集团、绿城中国等，新增客户确认软装陈设业务收入为 1,407.60 万元。

（5）华北区域

报告期内，发行人华北区域业务收入分别为 1,581.68 万元、3,268.17 万元、3,485.36 万元、1,648.75 万元，2019、2020 年同比增幅分别为 106.63%、6.65%，总体增长较快。

其中，2018 年至 2019 年增长尤为明显。发行人华北区域业务收入由 1,581.68 万元增长到 3,268.17 万元，增长了 1,686.49 万元，主要是因发行人在软装陈设领域的业务开拓成效显著，发行人通过进一步开拓与旭辉控股、首创置业等新增客户的合作，在该地区新增业务开拓收入为 1,281.02 万元。

2021 年 1-6 月，发行人华北区域的收入为 1,648.75 万元，相比于 2020 年度的 3,485.36 万元，占比为 47.31%，主要原因是：一方面，空间设计领域，2021 年 1-6 月，发行人积极拓展区域新客户远洋集团、呼和浩特万达地产开发有限公司、泛海控股、北京合力运兴置业有限公司等，新增客户确认空间设计业务收入为 750.01 万元；另一方面，软装陈设领域，2021 年 1-6 月，发行人积极拓展区域新增客户北京城安辉泰置业有限公司、北京懋源控股股份有限公司等，新增客户确认软装陈设业务收入为 466.03 万元。

（6）西北区域

报告期内，发行人西北区域业务收入分别为 1,467.45 万元、1,778.74 万元、3,103.34 万元、1,277.93 万元，2019 年、2020 年同比增幅分别为 21.21%、

74.47%，总体增长较快。

2018年至2019年，发行人西北区域业务收入由1,467.45万元增长到1,778.74万元，增加了311.29万元，主要是因发行人在空间设计领域的业务开拓成效显著，发行人在西北区域开拓正荣地产、碧桂园、华润置地等新客户，上述新增客户收入新增收入为761.78万元。

2019年至2020年，发行人西北区域业务收入由1,778.74万元增长到3,103.34万元，增加了1,324.60万元，主要是因发行人在空间设计领域的业务开拓成效显著，发行人进一步开拓新客户，与正荣地产、中国奥园、中国铁建等客户展开软装陈设项目合作，在2020年确认收入新增1,057.69万元。

2021年1-6月，发行人西北区域的收入为1,277.93万元，相比于2020年度的3,103.34万元，占比为41.18%，主要原因是：一方面，空间设计领域，2021年1-6月，发行人积极拓展区域新客户招商蛇口、陕西印象西府文化发展有限公司、中国铁建、旭辉控股等，新增客户确认空间设计业务收入为556.86万元；另一方面，软装陈设领域，2021年1-6月，发行人积极拓展区域新客户招商蛇口、广东顺德创喜邦盛家居有限公司等，新增客户确认软装陈设业务收入为591.89万元。

（7）东北区域

报告期内，发行人东北区域业务收入分别为2,223.70万元、591.72万元、1,285.32万元、1,219.18万元，2019、2020年同比增幅分别为-73.39%、117.22%，整体呈波动趋势，主要是因东北区域业务规模总体较小，受单个项目金额影响较大。

2018年收入较高，主要是因当期发行人与华润置地合作了沈阳华润长安里项目、长安桥项目、万象府项目等，与旭辉控股合作了沈阳旭辉团结路59号地块项目等，上述项目在2018年实现了收入1,835.22万元。

2020年收入较高，主要是因当期发行人与华润置地合作了沈阳东窑项目、长春华润中心项目、沈阳双瑞项目等，与阳光城合作了沈阳雅宾利售楼处设计项目、于洪燃气项目示范区设计项目等，上述项目在2020年实现了收入

866.96 万元。

2021 年 1-6 月，发行人东北区域的收入为 1,219.18 万元，相比于 2020 年度的 1,285.32 万元，占比为 94.85%，呈现出良好的发展态势，主要是因当期发行人与得翼投资（大连）有限公司合作了沈阳郡源城建项目、紫金桃源项目等，与阳光城合作了和平 101 项目、于洪燃气售楼处软装设计项目等，上述项目在 2021 年 1-6 月实现了收入 961.99 万元。

（8）境外区域

2021 年 1-6 月，发行人子公司香港矩阵开展了两项软装陈设品销售业务，实现收入 47.31 万元。

综上，报告期内发行人在各区域的业务收入波动具有合理性。

（五）报告期内发行人业务收入季节分布情况，是否存在期末提前确认收入情形；与同行业可比公司收入季节性分布是否存在显著差异，如是，请说明原因及合理性

报告期内各年度，发行人业务收入季节分布情况如下：

单位：万元

时间	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
第一季度	13,741.56	36.01%	8,518.12	13.91%	7,438.72	16.29%	4,223.48	14.57%
第二季度	24,420.48	63.99%	15,433.04	25.21%	11,549.62	25.29%	6,445.78	22.23%
第三季度	-	-	17,213.72	28.12%	12,133.02	26.56%	8,146.95	28.10%
第四季度	-	-	20,054.76	32.76%	14,552.89	31.86%	10,175.18	35.10%
总计	38,162.04	100%	61,219.65	100.00%	45,674.24	100.00%	28,991.40	100.00%

如上表所示，发行人报告期各期上半年营业业绩低于下半年，其中第一季度较少，第四季度较多，第二、三季度基本保持平均水平。首先，发行人和下游房地产客户因春节假期等因素影响，已签约项目的生产和销售因假期停工而进度延缓，从而影响收入确认；其次，房地产企业通常会在开年即第一季度进行全年战略规划，随后进入土地购置、规划、设计、施工、开盘销售等环节，使得发行人业务在第一季度进入淡季；第三，发行人下游房地产客户普遍于结

算周期末对于工作进行验收，相关工作集中于第四季度，造成发行人第四季度收入略高于其他季度。

报告期内，发行人空间设计业务与软装陈设业务均按照《企业会计准则》中收入确认政策进行会计处理，能够真实地反映发行人收入季节性的特征，符合行业特征，不存在期末提前确认收入的情况。

报告期内各年度，同行业可比公司的收入季节性分布如下：

单位：万元

可比公司	时间	项目	营业收入			
			2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	第一季度	金额	6,138.59	5,542.82	8,307.46	6,238.40
		占全年比重	38.26%	17.79%	21.32%	18.26%
	第二季度	金额	9,906.69	6,991.69	8,226.80	9,351.58
		占全年比重	61.74%	22.44%	21.11%	27.37%
	第三季度	金额	-	8,526.67	10,323.21	8,982.04
		占全年比重	-	27.37%	26.49%	26.28%
	第四季度	金额	-	10,095.37	12,105.64	9,601.20
		占全年比重	-	32.40%	31.07%	28.10%
尤安设计	第一季度	金额	15,584.22	14,261.88	15,402.89	11,525.21
		占全年比重	33.67%	15.41%	18.03%	15.80%
	第二季度	金额	30,696.76	26,503.32	18,919.27	18,171.98
		占全年比重	66.33%	28.63%	22.15%	24.91%
	第三季度	金额	-	21,897.96	19,019.29	17,658.79
		占全年比重	-	23.66%	22.26%	24.20%
	第四季度	金额	-	29,892.88	32,088.78	25,601.12
		占全年比重	-	32.30%	37.56%	35.09%
霍普股份	1-6月	金额	15,863.72	13,183.51	10,270.71	9,307.87
		占全年比重	100.00%	41.43%	38.52%	38.55%
	7-12月	金额	-	18,634.07	16,393.44	14,837.28
		占全年比重	-	58.57%	61.48%	61.45%
矩阵股份	第一季度	金额	13,741.56	8,518.12	7,438.72	4,223.48
		占全年比重	36.01%	13.91%	16.29%	14.57%
	第二季度	金额	24,420.48	15,433.04	11,549.62	6,445.78

可比公司	时间	项目	营业收入			
			2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
		占全年比重	63.99%	25.21%	25.29%	22.23%
	第三季度	金额	-	17,213.72	12,133.02	8,146.95
		占全年比重	-	28.12%	26.56%	28.10%
	第四季度	金额	-	20,054.76	14,552.89	10,175.18
		占全年比重	-	32.76%	31.86%	35.10%

注：上述数据根据招股说明书、年报等公开信息获取，霍普股份未披露其季度数据，以半年数据列示；2021年1-6月的季度收入比重为占半年度收入金额比重。

由上表分析可知，发行人与同行业可比公司的收入季节性波动特征一致，不存在明显差异。

（六）报告期内通过招投标和客户直接委托方式获取业务的合同数量、金额及占比，是否存在应履行公开招投标程序而未履行的情形，如是，请说明金额和占比情况、未履行相关程序的原因

按照获取设计业务项目的类型划分，发行人的业务收入构成及占比情况如下：

单位：万元

项目		2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
招投标	金额（万元）	18,743.45	32,511.43	26,579.17	15,336.60
	比例	49.61%	53.73%	58.56%	52.94%
	项目数量（个）	228	346	274	151
直接委托	金额（万元）	19,037.72	27,993.40	18,808.11	13,631.30
	比例	50.39%	46.27%	41.44%	47.06%
	项目数量（个）	284	378	251	144

发行人获取项目的方式包括招投标模式和客户直接委托模式两种方式。

报告期内，发行人通过招投标模式获取设计业务项目，实现的设计业务收入分别为 15,336.60 万元、26,579.17 万元、32,511.43 万元、18,743.45 万元，占合计业务收入的比例分别为 52.94%、58.56%、53.73%、49.61%，对应服务的项目数量分别为 151 项、274 项、346 项、228 项。

报告期内，发行人通过直接委托模式获取方案设计业务项目所实现的收入

分别为 13,631.30 万元、18,808.11 万元、27,993.40 万元、19,037.72 万元，占合计业务收入的比例分别为 47.06%、41.44%、46.27%、50.39%，对应服务的项目数量分别为 144 项、251 项、378 项、284 项。

根据《中华人民共和国招标投标法》、《工程建设项目招标范围和规模标准规定》、《必须招标的工程项目规定》等相关法规，国家机关、事业单位以及国有控股企业，该等性质的客户发包的设计报酬金额在法定招标最低数额以上（2018 年 6 月 1 日之前为 50 万元以上，之后为 100 万元以上）的工程设计业务时需履行招标程序。

在招投标模式项下，根据客户发出的招标文件，发行人已按照《招标投标法》等相关法律法规的规定参与投标；在客户直接委托模式项下，根据客户发出的询价文件或邀请发行人参与的竞争性谈判，发行人已按客户的要求履行了相关报价或谈判等程序。

因此，发行人获取项目的方式符合招标投标相关法律法规的规定和相关客户的采购政策要求，不存在应履行公开招投标程序而未履行的情形。

（七）报告期内是否存在合同改价情形，改价的原因及涉及金额、占比；是否存在合同约定金额与实际结算金额不一致的情况，出现差异的原因及金额、占比；同行业可比公司是否存在前述类似情况

1、发行人是否存在合同改价情形，改价的原因及涉及金额、占比；是否存在合同约定金额与实际结算金额不一致的情况，出现差异的原因及金额、占比

报告期内，发行人存在合同改价的情形，主要有两个方面原因，一是设计项目实施过程中由于预算金额、开发商设计风格等因素要求更改或取消部分设计内容，或在软装陈设业务执行中新增或取消部分软装陈设品采购，致使合同金额变更的情况；二是发行人与客户根据合同的约定按照实际结算面积进行结算，使得结算金额与原合同约定金额存在差异。

2018 年至 2021 年上半年，发行人空间设计业务执行的改价金额合计值为 4,291.26 万元，占空间设计业务收入合计值的 5.64%。2018 年至 2021 年上半年，发行人软装陈设业务执行的改价金额合计值为 3,137.65 万元，占软装陈设业务

收入合计值的 3.25%。

报告期内，发行人涉及合同金额变更的项目相应有条款规定或与客户重新签订补充协议，并按照变更结算单、补充协议金额进行结算，因此合同约定金额与实际结算金额不存在差异。

2、同行业可比公司是否存在类似情况

合同改价情况属于设计行业惯常发生的现象，同行业可比公司杰恩设计、尤安设计、霍普股份均存在合同改价的情况。

（八）以表格列示报告期内空间设计业务、软装陈设业务主要项目名称、客户名称、合同金额、合同履行期间、项目所处阶段及进度、确认收入阶段及金额、确认收入的外部依据、实际收款情况等，并结合 2020 年末在手订单情况，说明业绩增长是否可持续

1、报告期内空间设计业务、软装陈设业务主要项目名称、客户名称、合同金额、合同履行期间、项目所处阶段及进度、确认收入阶段及金额、确认收入的外部依据、实际收款情况

报告期内，发行人空间设计业务、软装陈设业务的收入确认外部依据均为客户出具的确认文件，主要项目名称、客户名称、合同金额、合同履行期间、项目所处阶段及进度、确认收入的阶段及金额、实际收款情况列示如下：

(1) 空间设计业务前十大项目情况

① 2021年1-6月空间设计业务前十大项目情况如下：

单位：万元

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额	合同履行期间	报告期内各期确认收入金额				截至2021年6月30日累计确认收入(含税)	报告期内项目进度				截止至2021年9月30日收款进度	
					2018年度	2019年度	2020年度	2021年1-6月		2018年度	2019年度	2020年度	2021年1-6月	累计收款金额(含税)	累计收款进度
1	广州臻通实业发展有限公司	华润广州增城新塘立交住宅项目示范区硬装	478.37	2021年至今	-	-	-	361.03	382.69	-	-	-	施工图阶段已完成，施工配合中	382.69	100.00%
2	广东现代建筑设计与顾问有限公司	深圳龙光总部中心项目展示区室内(硬装)设计合同	582.86	2020年至今	-	-	109.97	329.92	466.29	-	-	概念阶段已完成，深化阶段中	施工图阶段已完成，施工配合中	466.29	100.00%
3	大理茶博院产业有限公司	大理茶博院展示中心及样板房室内装饰设计合同	359.75	2020年至今	-	-	-	288.48	305.79	-	-	-	施工图阶段已完成，施工配合中	71.95	23.53%
4	苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司	苏州金螳螂招商局集团妈湾营销中心室内设计硬装	240.00	2021年至今	-	-	-	215.09	228.00	-	-	-	施工图阶段已完成，施工配合中	144.00	63.16%
5	江苏隽达房地产开	盐城合景泰富青年路项目售楼处及会	231.65	2021年至今	-	-	-	207.61	220.07	-	-	-	施工图阶段已完	202.36	91.95%

	发有限公司	所硬装设计											成, 施工配合中		
6	遵义东原励合房地产开发有限公司	遵义东原新蒲项目售楼处及别墅样板间硬装	236.75	2020年至今	-	-	-	201.02	213.08	-	-	-	施工图阶段已完成, 施工配合中	142.05	66.67%
7	徐州金宸晟置业有限公司	徐州新城大龙湖 BC 项目社区门厅, 中叠户型室内设计合同	211.30	2020年至2021年	-	-	-	199.34	211.30	-	-	-	竣工验收	43.06	20.38%
8	上海金隅京浦房地产开发有限公司	上海金隅杨浦区江浦社区 R-09 地块项目售楼处会所样板间精装修工程设计	337.82	2021年至今	-	-	-	191.22	202.69	-	-	-	深化阶段已完成, 施工图阶段中	202.69	100.00%
9	广州珠江外资建筑设计院有限公司	广州珠江实业增城区永宁街塔岗村公安村 83101234A20019 地块售楼部硬装	210.31	2020年至今	-	-	-	178.56	189.27	-	-	-	施工图阶段已完成, 施工配合中	147.21	77.78%
10	中铁房地产集团(广西)有限公司	广西中铁建 GC2020-56、GC2020-57 地块项目营销中心、创意样板房硬装	201.36	2020年至今	-	-	-	170.97	181.23	-	-	-	施工图阶段已完成, 施工配合中	181.23	100.00%
总计			3,090.17	-	-	-	109.97	2,343.24	2,600.41	-				1,983.53	76.28%

② 2020 年度空间设计业务前十大项目情况如下:

单位: 万元

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额	合同履行	报告期内各期确认收入金额	截至 2021 年	报告期内项目进度	截止至 2021 年 9 月 30 日收款进度
------	------	------	------	------	--------------	-----------	----------	-------------------------

				期间	2018年度	2019年度	2020年度	2021年1-6月	6月30日累计确认收入(含税)	2018年度	2019年度	2020年度	2021年1-6月	累计收款金额(含税)	累计收款进度
1	成都天府招商轨道城市发展有限公司	成都招商天府新区项目售楼处及会所	362.86	2020年至2021年	-	-	322.64	19.68	362.86	-	-	施工图阶段已完成,施工配合中	竣工验收	362.05	99.78%
2	成都华润置地驿都房地产有限公司	成都华润未来之城一期项目售楼部	370.45	2019年2021年	-	-	314.53	34.95	370.45	-	-	施工图阶段已完成,施工配合中	竣工验收	370.45	100.00%
3	西安锦谦置业有限公司	西安178亩锦麟天钻院项目示范区装饰设计合同	434.43	2020年至今	-	-	284.39	-	301.45	-	-	深化阶段已完成,施工图阶段中	深化阶段已完成,施工图阶段中	285.54	94.72%
4	柳州轨道润投置业发展有限公司	柳州华润静兰项目售楼部及样板间硬装	319.00	2020年至今	-	-	266.76	-	282.77	-	-	施工图阶段已完成,施工配合中	施工图阶段已完成,施工配合中	270.34	95.61%
5	南京万智源置业有限公司	世茂集团兴智科技城售楼处动影像内容设计与制作服务合同	271.96	2020年至今	-	-	233.96	-	248.00	-	-	施工图阶段已完成,施工配合中	施工图阶段已完成,施工配合中	106.56	42.97%
6	深圳市润	深圳华润售楼处	409.00	2019	-	154.34	231.51	-	409.00	-	深化	竣工验	-	409.00	100.00%

	投咨询有限公司	标准化项目硬装		年至2020年							阶段已完成, 施工图阶段中	收			
7	无锡福阳房地产开发有限公司	无锡经开区吴都路项目售楼处、会所室内硬装设计合同	245.00	2020年至今	-	-	219.58	-	232.75	-	-	施工图阶段已完成, 施工配合中	施工图阶段已完成, 施工配合中	-	-
8	沈阳华润置地紫云府房产有限公司	沈阳东窑项目售楼处、洋房样板间及社区大堂精装修设计	228.15	2020年至今	-	-	204.47	-	216.74	-	-	施工图阶段已完成, 施工配合中	施工图阶段已完成, 施工配合中	216.74	100.00%
9	重庆蓝城两江实业发展有限公司	重庆蓝城两江田园牧歌碧朗湾小镇中心硬装	270.00	2020年至今	-	-	201.51	-	213.60	-	-	部分区域施工图阶段已完成, 施工配合中	部分区域施工图阶段已完成, 施工配合中	114.00	53.37%
10	深圳市创勇企业管理有限公司	深圳华润坪山盘松路项目售楼处、样板房、幼儿园硬装	415.46	2020年至今	-	-	197.73	-	209.59	-	-	售楼处、样板间施工图阶段已完成, 施工配合中; 幼儿园概念设计阶段中	售楼处、样板间施工图阶段已完成, 施工配合中; 幼儿园概念设计阶段中	203.31	97.00%

												儿园概念设计阶段中			
总计			3,326.31	-	-	154.34	2,477.08	54.63	2,847.21	-			2,337.99	82.12%	

③ 2019 年度空间设计业务前十大项目情况如下：

单位：万元

项目 编号	客户名称	项目名称	合同金额	合 同 履 行 期 间	报告期内各期确认收入金额				截至 2021 年 6 月 30 日累计确 认收入 (含税)	报告期内项目进度				截止至 2021 年 9 月 30 日收款进度	
					2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年 1-6 月		2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年 1-6 月	累计收款 金额 (含税)	累计收 款进度
1	西昌月亮 之上旅游 发展有限 公司	西昌万科 17 度 C01 将军会馆项 目硬装	340.00	201 9 年 至 今	-	288.68	-	-	306.00	-	施工 图阶 段已 完成, 施工 配合 中	施工 图阶 段已 完成, 施工 配合 中	施工 图阶 段已 完成, 施工 配合 中	306.00	100.00%
2	重庆远冲 实业有限 公司	重庆融创大竹林 项目售楼处室内 硬装设计	467.03	201 9 年 至 今	-	264.36	132.18	-	420.33	-	深化 阶段 已完 成, 施工 图阶 段中	施工 图阶 段已 完成, 施工 配合 中	施工 图阶 段已 完成, 施工 配合 中	420.33	100.00%

3	乐清华德力置业有限公司	温州融信乐清项目售楼处样板房硬装	281.00	2019年至今	-	251.84	-	-	266.95	-	施工图阶段已完成, 施工配合中	施工图阶段已完成, 施工配合中	施工图阶段已完成, 施工配合中	266.95	100.00%
4	西安正弘丰置业有限公司	西安正荣紫阙台项目售楼部、会所室内设计	288.92	2019年至2020年	-	231.68	40.89	-	288.92	-	施工图阶段已完成, 施工配合中	竣工验收	-	288.92	100.00%
5	葛洲坝(苏州)房地产开发有限公司	苏州葛洲坝苏地2017-WG-20号地块售楼处及样板间项目硬装	270.90	2019年至今	-	223.47	7.47	-	244.80	-	售楼处、样板间主体施工图阶段已完成, 局部概念方案调整中	施工图阶段已完成, 施工配合中	施工图阶段已完成, 施工配合中	244.80	100.00%
6	四川府河	成都保利木综厂	243.97	201	-	207.15	-	-	219.57	-	施工	施工图	施工图	219.57	100.00%

	华益置业有限公司	项目售楼处室内硬装设计		9年至今							阶段已完成,施工配合中	阶段已完成,施工配合中			
7	南宁西园润成房地产开发有限公司	华润南宁西园饭店片区会所项目	262.20	2019年至2020年	-	197.89	49.47	-	262.20	-	施工图阶段已完成,施工配合中	竣工验收	-	262.20	100.00%
8	重庆亿尊投资有限公司	新城重庆花溪项目展示区硬装室内设计合同	227.69	2018年至2021年	-	193.85	-	20.95	227.69	-	施工图阶段已完成,施工配合中	施工图阶段已完成,施工配合中	竣工验收	205.48	90.25%
9	昆明通盈房地产开发有限公司	昆明阳光城翠峰公园翠峰小筑项目售楼处硬装	213.70	2019年至今	-	191.52	-	-	203.02	-	施工图阶段已完成,施工配合中	施工图阶段已完成,施工配合中	施工图阶段已完成,施工配合中	203.02	100.00%

10	重庆怡置北郡房地产开发有限公司	北郡七期办公楼项目精装修合同	256.22	2018年2021年	-	178.30	43.60	19.81	256.22	-	办公楼主体施工图阶段已完成，施工配合中，部分办公区域处于概念设计阶段	施工图阶段已完成，施工配合中	竣工验收	256.22	100.00%
合计			2,851.63	-	-	2,228.74	273.61	40.76	2,695.70	-			2,673.49	99.18%	

④ 2018年度空间设计业务前十大情况如下：

单位：万元

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额	合同履行期间	报告期内各期确认收入金额				截至2021年6月30日累计确认收入(含税)	报告期内项目进度				截止至2021年9月30日收款进度	
					2018年度	2019年度	2020年度	2021年1-6月		2018年度	2019年度	2020年度	2021年1-6月	累计收款金额(含税)	累计收款进度
1	成都华润置	成都华润时光里	373.08	2017	246.37	-	35.20	-	373.08	施工图	施工图	竣工验	-	373.08	100.00%

	地和兴房地产开发有限公司	项目公共空间室内设计合同		年至2020年							阶段已完成，施工配合中	阶段已完成，施工配合中	收			
2	东莞市润地房地产有限公司	东莞润地松朗花园项目室内设计合同	275.00	2018年至2021年	220.52	-	25.94	12.97	275.00	施工图阶段已完成，施工配合中	施工图阶段已完成，施工配合中	施工配合结束，竣工验收中	竣工验收	275.00	100.00%	
3	济南华置房地产开发有限公司	华润置地济南万象天地一期地块室内公区设计合同	440.00	2018年至今	207.55	166.04	-	-	396.00	深化阶段已完成，施工图阶段中	施工图阶段已完成，施工配合中	施工图阶段已完成，施工配合中	施工图阶段已完成，施工配合中	396.00	100.00%	
4	广州南沙中铁实业发展有限公司	广州中铁建坦尾项目售楼处及样板房硬装	346.08	2018年至今	193.96	93.96	-	-	305.20	深化阶段已完成，施工图阶段中	施工图阶段已完成，施工配合中	施工图阶段已完成，施工配合中	施工图阶段已完成，施工配合中	305.20	100.00%	
5	南京红太阳房地产开发有限公司	南京红太阳房地产开发有限公司办公楼装修工程精装设计合同书	274.00	2018年至2020年	181.35	-	77.14	-	274.00	深化阶段已完成，施工图阶段中	深化阶段已完成，施工图阶段中	竣工验收	-	123.58	45.10%	
6	义乌市中梁	金地集团东南区	230.90	2018	174.26	43.57	-	-	230.90	施工图	竣工验收	-	-	230.90	100.00%	

	创置业有限公司	域公司室内精装修设计合同		年至2019年							阶段已完成，施工配合中	收				
7	杭州金昇房地产开发有限公司	金地集团东南区域公司室内精装修设计合同	228.50	2018年至2019年	172.45	43.11	-	-	228.50	施工图阶段已完成，施工配合中	竣工验收	-	-	228.50	100.00%	
8	华润置地（成都）发展有限公司	成都华润二十四城八期项目内装修设计合同	450.00	2017年至今	169.81	127.36	-	-	405.00	深化阶段已完成，施工图阶段中	施工图阶段已完成，施工配合中	施工图阶段已完成，施工配合中	施工图阶段已完成，施工配合中	405.00	100.00%	
9	平潭阳光国航置地有限公司	三盛·国际海岸售楼部样板房室内装饰设计合同	173.60	2018年至2019年	155.58	8.19	-	-	173.60	施工图阶段已完成，施工配合中	竣工验收	-	-	164.92	95.00%	
10	贵州龙里天宸房地产开发有限公司	贵阳金科龙里示范区售楼部装饰设计合同	170.10	2018年至2019年	152.45	8.02	-	-	170.10	施工图阶段已完成，施工配合中	竣工验收	-	-	170.10	100.00%	
合计			2,961.26	-	1,874.30	490.25	138.28	12.97	2,831.38	-			2,672.28	94.38%		

(2) 软装陈设业务前十大项目情况

① 2021年1-6月软装陈设业务前十大项目情况如下：

单位：万元

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额 (含税)	合同履行 期间	收入确认金 额	截至当期 末项目 进度	截止至 2021年9月30 日收款进度	
							累计收款金 额(含税)	累计收款 进度
1	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	万科抚仙湖项目 714 会所软装工程合同	739.51	2020 年至 2021 年	654.43	已验收	565.23	76.43%
2	广州珠江建设发展有限公司	广州珠江实业增城区永宁街塔岗村公安村 83101234A20019 地块营销中心软装	706.62	2021 年	637.72	已验收	600.63	85.00%
3	绵阳远大房地产开发有限责任公司	绵阳远大蔚蓝海岸项目示范区售楼部及样板间软装采购合同	609.55	2020 年至 2021 年	539.42	已验收	449.01	73.66%
4	无锡福阳房地产开发有限公司	【无锡经开区吴都路】项目售楼处、会所室内软装设计合同	501.87	2020 年至 2021 年	452.93	已验收	390.44	77.80%
5	重庆怡置北郡房地产开发有限公司	重庆怡置北郡商业项目 B7-1/B7-4 地块-工作包 2 商业特色区、商业 Mall 出入口灯具项目独立装饰工程合同	496.90	2020 年至 2021 年	439.73	已验收	459.92	92.56%
6	苏州京园房地产投资有限公司	苏州市姑苏区苏地 2017-WG-47 号地块地下会所室内软装工程	480.94	2020 年至 2021 年	425.61	已验收	456.89	95.00%
7	河北赢胜房地产开发有限公司	石家庄龙湖河冶项目售楼处软装	465.60	2021 年	420.20	已验收	372.48	80.00%
8	烟台绿晟置业有限公司	烟台兰园小区项目一期 24#楼软装设计及软装采购合同	449.90	2020 年至 2021 年	398.14	已验收	365.50	81.24%
9	常州祥泰房地产开发有限公司	常州天境项目售楼处室内软装项目采购与摆放合同	433.65	2020 年至 2021 年	383.76	已验收	411.97	95.00%

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额 (含税)	合同履行 期间	收入确认金 额	截至当期 末项目 进度	截止至 2021 年 9 月 30 日收款进度	
							累计收款金 额 (含税)	累计收款 进度
10	南京新怡置房地产开发 有限公司	南京香港置地 G84 金陵中环售楼 处项目软装	429.40	2021 年	380.00	已验收	343.52	80.00%
总计			5,313.94	-	4,731.94	-	4,415.58	83.09%

② 2020 年度软装陈设业务前十大项目情况如下：

单位：万元

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额 (含税)	合同履行 期间	收入确认金 额	截至当期 末项目 进度	截止至 2021 年 9 月 30 日收款进度	
							累计收款金 额 (含税)	累计收款 进度
1	乐清华德力置 业有限公司	温州融信乐清项目售楼处及样板房 室内装饰工程设计合同	692.30	2019 年至 2020 年	624.76	已验收	690.50	99.74%
2	上海旗胜房地 产开发有限公司	金地马桥项目售楼处、合院 B 户型 及洋房精装样板房软装合同	685.00	2019 年至 2020 年	606.19	已验收	616.00	89.93%
3	南宁锦麟置 业有限公司	南宁锦麟玖玺项目售楼部、样板 房、会所、9#楼架空层泛会所及 8#和 9#楼首层大堂、示范区室外 景观软装采购和布展工程	578.01	2019 年至 2020 年	521.31	已验收	383.36	66.32%
4	昆明通盈房地 产开发有限公司	昆明阳光城滇池半山花园项目售楼 处软装	530.00	2020 年	478.35	已验收	455.91	86.02%

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额 (含税)	合同履行 期间	收入确认金 额	截至当期 末项目 进度	截止至 2021 年 9 月 30 日收款进度	
							累计收款金 额 (含税)	累计收款 进度
5	南通启仁置业有限公司	南通融创启东售楼处软装	502.95	2019 年至 2020 年	445.09	已验收	427.51	85.00%
6	成都恒基隆置业有限公司	成都新希望锦麟府项目售楼部、样板房及合院软装设计项目深化设计、供货及布展合同	507.65	2018 年至 2019 年	443.50	已验收	482.27	95.00%
7	南京万智源置业有限公司	世茂集团兴智科技城售楼处及样板房室内软装设计及采购	492.45	2020 年	435.80	已验收	393.96	80.00%
8	成都昌谦房地产开发公司	成都旭辉金牛区 102 亩项目示范区售楼处及样板间 (含首层大堂) 软装	450.26	2020 年	398.46	已验收	427.75	95.00%
9	南宁西园润成房地产开发有限公司	华润南宁西园会所软装项目	444.79	2019 年至 2020 年	393.62	已验收	376.78	84.71%
10	宝鸡焯坤置业有限公司	宝鸡蓝光 302 亩售楼部及样板间软装	431.29	2019 年至 2020 年	389.24	已验收	354.31	82.15%
合计			5,314.70	-	4,736.32	-	4,610.15	86.74%

③ 2019 年度软装陈设业务前十大项目情况如下:

单位: 万元

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额 (含税)	合同履行 期间	收入确认 金额	截至当期 末项目 进度	截止至 2021 年 9 月 30 日收款进度
------	------	------	--------------	------------	------------	-------------------	----------------------------

							累计收款金额（含税）	累计收款进度
1	中铁房地产集团苏州置业有限公司	苏州工业园区 DK20150005 号地块地会所室内软装设计项目项目合同	1,011.85	2018 年至 2019 年	877.23	已验收	982.12	97.06%
2	三亚国美旅业有限公司	三亚国美海棠湾项目示范区软装设计项目设计及供货合同	927.29	2018 年至 2019 年	803.36	已验收	791.55	85.36%
3	银丰工程有限公司	青岛银丰·玖玺城售楼处软装设计项目配饰工程采购合同	824.80	2018 年至 2019 年	727.76	已验收	824.80	100.00%
4	义乌市中梁创置业有限公司	金地义乌项目售楼处及样板房软装采购	609.88	2018 年至 2019 年	529.87	已验收	609.88	100.00%
5	重庆怡置北郡房地产开发有限公司	重庆香港置地北郡四期 59#独栋别墅样板间设计、安装工程	518.00	2019 年	458.41	已验收	518.00	100.00%
6	四川府河华益置业有限公司	成都保利木综厂项目 2208 户型软装设计及采购	485.10	2019 年	429.29	已验收	339.57	70.00%
7	太原旭凰房地产开发有限公司	太原旭辉 SG-11 地块售楼处室内软装	479.92	2019 年	424.71	已验收	383.22	79.85%
8	南京金晟房地产开发有限公司	南京金地 G04 项目售楼处及样板房项目软装设计与采购合同-售楼处前场	480.74	2018 年至 2019 年	417.67	已验收	433.54	90.18%
9	南京京瑞房地产投资有限公司	南京中铁建雨花台区 2017G70 地块项目售楼处软装	416.96	2019 年	376.30	已验收	416.96	100.00%
10	德清京盛房地产开发有限公司	德清中铁建【2017】535 地块售楼处软装	412.27	2019 年	364.84	已验收	412.27	100.00%
合计			6,166.81	-	5,409.44	-	5,711.91	92.62%

④ 2018 年度软装陈设业务前十大项目情况如下：

单位：万元

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额 (含税)	合同履行期 间	收入确认 金额	截至当期 末项目进 度	截止至 2021 年 9 月 30 日收款进度	
							累计收款金 额 (含税)	累计收 款进度
1	杭州金昇房地产开发 有限公司	金地集团东南区域公司软装合同 (金地杭州下湘湖售楼处及样板房 软装采购)	891.26	2018 年	768.33	已验收	891.26	100.00%
2	沈阳润地房地产有 限公司	沈阳华润长安里项目售楼处样板间 软装配饰采购合同	867.68	2018 年	746.07	已验收	867.68	100.00%
3	成都新希望置业有 限公司	东大街 D10 项目售楼中心及样板 房软装合同	708.01	2017 年至 2018 年	615.11	已验收	672.40	94.97%
4	合肥冠升置业投资 有限公司	合肥华邦蜀山别院销售中心、195 户型样板间软装设计项目供货安装 工程合同	478.40	2017 年至 2018 年	410.08	已验收	478.40	100.00%
5	惠州市辰邦实业有 限公司	新城惠州明显花园项目售楼处、样 板房及大堂装饰室内设计合同	415.36	2018 年	377.77	已验收	415.36	100.00%
6	重庆金碧茂置业有 限公司	重庆礼嘉项目示范区营销中心软装 工程	434.87	2018 年	375.86	已验收	392.40	90.23%
7	华润置地(沈阳) 有限公司	沈阳华润万象府售楼处及大洋房首 层、高层样板间外走廊项目软装配 饰采购合同	406.37	2018 年	350.32	已验收	406.37	100.00%
8	天津市淀兴房地产 开发有限公司	新城天津小淀项目售楼处及样板间 室内装饰设计合同	405.38	2018 年	345.48	已验收	386.68	95.39%
9	重庆亿尊投资有限 公司	新城重庆花溪项目展示区室内情景 合同	383.66	2018 年	333.33	已验收	383.65	100.00%
10	平潭长福文化地产 有限公司	金地集团东南区域公司软装合同 (长福麒麟海湾三、四期 (2011G020 南地块)住宅	364.45	2018 年	314.18	已验收	364.45	100.00%

项目编号	客户名称	项目名称	合同金额 (含税)	合同履行期 间	收入确认 金额	截至当期 末项目进 度	截止至 2021 年 9 月 30 日收款进度	
							累计收款金 额 (含税)	累计收 款进度
合计			5,355.44	-	4,636.53	-	5,258.65	98.19%

注：累计收款金额的截止日期为 2021 年 9 月 30 日，累计收款进度为累计收款金额（含税）与截止至 2021 年 6 月 30 日的收入（含税）金额的比值。

2、截止 2021 年 6 月 30 日，发行人在手订单充沛，有力支撑未来业绩的增长

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人在手订单金额为 66,481.63 万元，有力支撑了未来业绩的稳定增长。

(九) 请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并详细说明对收入真实性和截止性的核查过程、方法、占比及结论，说明所选取核查方法的可执行性、所选取样本量是否充分的依据。

申报会计师履行了以下主要核查程序：

1、针对收入真实性的核查过程、方法、占比

(1) 抽取报告期各期空间设计、软装陈设两类业务大额收入项目，核查其业务合同、发票、软装陈设业务的验收清单、空间设计业务的阶段成果确认函、银行回款等，核查报告期各期大额收入项目，核查范围及比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
抽查收入的金额	24,146.44	35,911.44	29,166.26	15,740.69
营业收入	38,162.04	61,219.65	45,674.24	28,991.40
占比	63.27%	58.66%	63.86%	54.29%

(2) 综合考虑往来余额、收入发生额、合同金额选取报告期各期主要客户，对其执行函证程序，对报告期主要客户营业收入进行函证，发函比例及回函比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	38,162.04	61,219.65	45,674.24	28,991.40
发函金额	31,544.00	50,635.11	36,662.93	26,333.6
发函金额占营业收入比例	82.66%	82.71%	80.27%	90.83%
回函金额	21,427.97	43,045.25	31,416.00	21,972.71
回函金额占营业收入比例	56.16%	70.31%	68.78%	75.79%

(3) 按收入确认金额选取各报告期各期主要集团客户，执行访谈程序，了

解客户合作背景、主要合同的签订及履约情况、交易发生的真实性、交易价格的公允性等，核查范围及比例如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
走访客户收入的金额	17,823.15	61,219.65	45,674.24	28,991.40
营业收入	38,162.04	31,092.83	26,472.57	15,489.19
占比	46.70%	50.79%	57.96%	53.43%

2、针对收入截止性的核查过程、方法、占比

抽取报告期各期资产负债表日前后一个月内各十笔大额销售收入项目，核查其记账凭证、外部确认文件等，核查是否存在跨期情况。

3、核查结论

申报会计师核查意见如下：

报告期内，发行人收入真实、准确。申报会计师所选取的针对收入真实性、截止性的核查方法均具有可执行性，所选取的样本量充分。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、取得发行人报告期内的财务数据，了解发行人经营业绩及主要财务指标变化情况，核查了报告期主要客户、收入变动情况，对变动情况及其合理性进行了分析；查阅了房地产行业知名上市公司年报，分析了房地产行业长期调控对房地产行业经营情况、发行人及同行业可比公司经营业绩的影响；

2、访谈财务总监、总经理，了解业务的具体架构，分析相关业务的业态属性；

3、获取发行人经会计师审计后的财务数据，分析了人均收入的变动情况，变动原因及合理性；查阅了同行业可比公司的招股说明书，对比发行人及同行业可比公司人均设计业务收入变动情况，进一步分析了报告期内人均设计业务收入较高、与同行业可比公司存在较大差异的原因及合理性，以及发行人相对

同行业可比公司的竞争优势；

4、获取了发行人报告期内的项目收入明细表，分析了华东地区是发行人第一大收入来源的原因及合理性，对比分析行业整体情况；以及分析了主营业务收入在华东地区、华南地区、西南地区等地区变动的原因和合理性；

5、获取了发行人报告期内的项目收入季节明细表，分析了发行人业务收入季节分布情况，查阅了同行业可比公司的招股说明书，对比分析与同行业可比公司收入季节分的差异情况；

6、获取了发行人报告期内的项目收入明细表，查询了《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》等法律、法规及规范性文件，对发行人报告期内以招投标方式和直接委托方式获取的项目情况、履行的相应程序、是否存在应履行招投标程序而未履行的情形、是否存在违反招投标有关法律法规及规范性文件规定的情形进行了统计分析和核查；

7、统计报告期内发行人已签订的业务合同发生改价的具体情况、原因、金额等，分析合同约定金额与实际结算金额的差异情况，查阅了同行业可比公司的招股说明书，分析了同行业可比公司是否存在类似情况；

8、统计了发行人报告期内两类业务主要项目、客户名称、合同金额、合同履行期间、项目所处阶段及进度、确认收入阶段及金额、确认收入的外部依据、实际收款情况等，结合 2021 年年中在手订单情况，分析业绩增长的可持续性。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、房地产行业长期调控对发行人业务发展、日常经营、业务回款有一定影响，发行人已制定了相应的应对措施并有效执行。房地产调控趋严的政策环境下空间设计、软装陈设业务收入仍持续大幅增长，具有合理性，收入变动趋势与同行业可比公司不存在显著差异；

2、通常情况下，软装陈设业务不可区分为服务收入、陈设品收入；

3、报告期内，发行人空间设计、软装陈设业务人均收入总体稳定，变动具

有合理性。报告期内，发行人空间设计业务与相同业务领域、同一梯队的设计公司相比，人均收入处于合理范围，不存在显著差异。人均收入高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，具有合理性。

4、华东地区是发行人第一大收入来源具有合理性，符合行业整体情况；报告期内主营业务收入在各地区变动具有合理性；

5、报告期内发行人业务收入季节分布具有合理性，不存在期末提前确认收入情形；与同行业可比公司收入季节性分布无明显差异；

6、报告期内，发行人主要通过招投标和直接委托方式获取客户，发行人客户中应履行招标的项目均履行了招投标程序；

7、报告期内，发行人存在合同改价情形，改价占比不大；不存在合同约定金额与实际结算金额不一致的情况，同行业可比公司存在类似情况。

8、发行人在手订单充沛，业绩增长具有可持续性。

问题 10

10. 关于客户。申报材料显示：（1）公司主要客户群体为房地产开发商，业务涵盖办公、酒店、教育、康养、文化场馆等业态领域。报告期内，发行人向前五大客户销售占比分别为 31.30%、25.84%、20.55%。（2）公司的项目因设计难度、项目体量、项目定位、所在区域、竞争情况不同而销售价格有所区别。

（3）报告期内，发行人存在客户与供应商重叠、客户与竞争对手重叠的情形。请发行人：（1）补充说明获客方式，报告期内的客户类型、数量、销售金额及占比，前五大客户变化原因；（2）补充说明在前五大客户销售金额小幅增长、占比逐年下滑的情况下，报告期内营业收入持续大幅增长的原因及合理性；（3）补充说明向主要客户提供同一类服务的销售单价、毛利率是否存在重大差异，如是，请说明原因及合理性；（4）补充说明报告期内是否存在资金链紧张或经营困难的客户，如是，请说明涉及的客户名称、收入金额、应收账款、坏账准备计提等情况；（5）补充说明房地产客户按“三道红线”融资新规的分类情况及具体影响，是否可能对发行人业务开展和持续经营能力产生重大不利影响；（6）补充说明报告期内客户与供应商重叠情形下涉及的销售、采购定价是否公

允及依据；(7) 按照空间设计、软装陈设，分别列示报告期内前十大客户(合并口径)的基本情况，包括但不限于所在地、成立时间、主营业务、与发行人合作背景、合作历史、是否存在关联关系、发行人对其销售或服务内容、收入金额及占比等。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明就发行人与客户之间关联关系的核查情况、关联关系是否已完整披露。

【发行人回复】

(一) 补充说明获客方式，报告期内的客户类型、数量、销售金额及占比，前五大客户变化原因

报告期内，发行人获客方式主要有招投标和直接委托两种，发行人的客户类型分为国企客户（包括央企、国企、事业单位等国有企事业单位）和民企客户。报告期内，发行人的客户类型、数量、销售金额及占比情况如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
国企客户数量（个）	81	131	108	59
国企客户销售金额（万元）	7,991.18	14,556.40	12,236.61	6,983.59
销售金额占比	20.94%	23.78%	26.79%	24.09%
民营客户数量（个）	332	422	300	171
民营客户销售金额（万元）	30,170.85	46,663.25	33,437.63	22,007.81
销售金额占比	79.06%	76.22%	73.21%	75.91%

报告期内，发行人前五大客户变化原因如下：

(1) 2019年相较于2018年前五大客户变化

2019年前五大客户相较于2018年新增了中国铁建、新城控股，减少了新希望控股集团有限公司、金地集团，具体变化原因如下：

①中国铁建

报告期内，发行人进一步加大了对该客户业务项目的拓展力度，2019年合作了苏州工业园区DK20150005号地块、南京中铁建雨花台区2017G70地块等

项目，合计收入金额上升至前五大，因此在 2019 年为发行人第二大客户。

②新城控股

报告期内，发行人进一步加大了对该客户业务项目的拓展力度，2019 年合作了新城肇庆和昱花园项目、新城安丘湖畔樾山项目等项目，合计收入金额上升至前五大，因此在 2019 年为发行人第三大客户。

③新希望控股集团有限公司

2018 年、2019 年，发行人向新希望控股集团有限公司（以下简称“新希望集团”）销售金额分别为 1,158.70 万元、1,199.67 万元，双方合作一直较为稳定。但是，由于报告期内发行人进一步加强了新客户的拓展与合作力度，且营业收入增幅较快，因而使得新希望集团的排名有所下降。

④金地集团

报告期内，金地集团分别为发行人的第五大、第六大、第五大客户，双方一直保持战略合作。2019 年金地集团退出发行人前五大客户，为发行人第六大客户，排名波动属于正常范围之内，双方合作依旧保持稳定。

(2) 2020 年相较 2019 年前五大客户变化

2020 年前五大客户相较于 2019 年新增了阳光城、绿城中国、金地集团，减少了中国铁建、新城控股、金科股份。

①阳光城

阳光城为发行人 2019 年新开拓的客户，2019 年、2020 年，发行人向阳光城的销售金额分别为 1,179.02 万元、2,308.57 万元。报告期内，发行人进一步加大了对该客户业务项目的拓展力度，合作项目数量逐渐增多，2020 年合作了昆明阳光城滇池半山花园、阳光城佛山区域公司绿岛湖地块三等项目，合计收入金额上升至前五大，因此新增为发行人 2020 年第二大客户。

②绿城中国

报告期内，发行人进一步加大了对该客户业务项目的拓展力度，2020 年合作了通州台湖生活体验馆及样板间、成都绿城凤起朝鸣等项目，合计收入金额

上升至前五大，因此在 2020 年为发行人第四大客户。

③金地集团

报告期内，金地集团分别为发行人的第五大、第六大、第五大客户，双方一直保持战略合作。2019 年金地集团退出发行人前五大客户，为发行人第六大客户，排名波动属于正常范围之内，双方合作依旧保持稳定。

④中国铁建

2019 年、2020 年，发行人向中国铁建销售金额分别为 1,975.53 万元、713.90 万元。2019 年，发行人与中国铁建合作了 8 个项目，其中多个项目单项金额较大，在当年确认收入金额较高，使得中国铁建成为发行人前五大客户。2020 年，发行人与中国铁建仍有 6 个合作项目，但单个项目收入确认金额均未超过 200 万元，使得中国铁建当年退出前五大客户。

⑤新城控股

2019 年、2020 年，发行人向新城控股销售金额分别为 1,605.75 万元、1,157.93 万元，合作的项目数量分别为 12 个、13 个。但是，由于发行人 2020 年与新城控股合作项目的单个项目收入确认金额较小，加之报告期内发行人进一步加强了新客户的拓展与合作力度，营业收入增幅较快，因而使得新城控股的排名有所下降。

⑥金科股份

2018 年、2019 年，金科股份分别为发行人第三大、第五大客户，2020 年以来，发行人与金科股份的合作项目数量有所减少，使得金科股份 2020 年退出前五大客户。

(3) 2021 年 1-6 月相较 2020 年前五大客户变化

2021 年 1-6 月前五大客户相较于 2020 年新增了招商蛇口、新城控股、融创中国、万科 A，减少了阳光城、旭辉控股、绿城中国、金地集团，具体变化原因如下：

①招商蛇口

报告期内，公司进一步加大了对该客户业务项目的拓展力度，2021 年上半年合作了西安招商长安玺售楼处、重庆招商长嘉汇项目 F2 组团 16 号楼 A 户型样板间等项目，合计收入金额上升至前五大，因此在 2021 年上半年为公司第二大客户。

②新城控股

报告期内，公司进一步加大了对该客户业务项目的拓展力度，2021 年上半年合作了天宁公司常州云翌花园、徐州新城大龙湖 BC 项目社区门厅、中叠户型室内设计等项目，合计收入金额上升至前五大，因此在 2021 年上半年为公司第三大客户。

③融创中国

报告期内，公司进一步加大了对该客户业务项目的拓展力度，2021 年上半年合作了苏桃三期 28C05 样板间、成都隆基泰和售楼处、样板间等项目，合计收入金额上升至前五大，因此在 2021 年上半年为公司第四大客户。

④万科 A

该客户一直与公司保持稳定的合作关系，2021 年上半年与公司合作了南通万科振美地块售楼处项目、盐城万科盐渎路北·文港南路西售楼处等项目，合计收入金额上升至前五大，因此在 2021 年上半年为公司第五大客户。

⑤阳光城

2020 年，阳光城为发行人第二大客户，2021 年上半年，发行人与阳光城的合作项目数量有所减少，使得阳光城 2021 年上半年退出前五大客户。

⑥旭辉控股

2020 年，旭辉控股为发行人第三大客户，2021 年上半年，发行人与旭辉控股的合作项目数量有所减少，使得旭辉控股 2021 年上半年退出前五大客户。

⑦绿城中国

该客户 2020 年为发行人第四大客户，2021 年 1-6 月双方合作了烟台兰园小区项目一期、济南绿城诚园项目生活体验馆及样板房等项目，为发行人 2021 年上

半年第六大客户，此后双方保持稳定的合作关系，排名波动属于正常范围之内。

⑧金地集团

报告期内，金地集团分别为发行人的第五大、第六大、第五大、第七大客户，双方一直保持战略合作。2021年1-6月金地集团退出发行人前五大客户，为发行人第七大客户，排名波动属于正常范围之内，双方合作依旧保持稳定。

（二）补充说明在前五大客户销售金额小幅增长、占比逐年下滑的情况下，报告期内营业收入持续大幅增长的原因及合理性

2018年至2020年，发行人前五大客户销售金额小幅增长、占比逐年下滑，但营业收入持续大幅增长，具有合理性，具体分析如下：

发行人于2018年初就确立了全国化布局、多元化客户的战略发展方向，在持续深耕华南区域的同时，大力拓展华东、西南等区域的业务，持续开拓优质客户、建立长期稳定的战略合作，有利于进一步优化客户结构、分散经营风险，实现高质量、可持续增长。

2018年至2020年，发行人凭借着综合竞争优势与业内领先地位，在维持与既有主要客户合作规模相对稳定的情况下，持续拓展新客户，并加深与既有非主要客户的合作力度：一方面，持续拓展新客户，2019年、2020年，发行人新增主要地产客户有龙湖地产、阳光城、葛洲坝、中国铁建、佳兆业、祥生控股集团等，为发行人带来新增业务收入；另一方面，加深与既有非主要客户的合作力度，如中国铁建、绿城中国、招商蛇口等，在2018年至2020年收入金额均有一定幅度的增长。

在上述举措下，2018年至2020年，发行人客户结构的多元化程度持续提升，前五大客户的合作规模整体保持稳定，但因客户数量与业务规模持续提升，因而前五大客户占比有所下降。

2021年1-6月，发行人前五大客户销售金额为7,301.31万元，相比于2020年前五大客户全年销售金额，占比为55.89%，整体呈现良好的发展态势。与此同时，前五大客户销售金额占比为19.13%，相比于2020年的20.55%略有下降，意味着发行人客户集中度进一步略有下降。

(三) 补充说明向主要客户提供同一类服务的销售单价、毛利率是否存在重大差异，如是，请说明原因及合理性

发行人空间设计或软装陈设业务向主要客户的销售单价与毛利率总体保持稳定，不存在重大差异。

(1) 空间设计业务

报告期各期，发行人空间设计业务前五大客户共计 12 名，其销售单价的主要区间及毛利率情况如下：

序号	客户名称	销售单价 (元/m ²)		毛利率
		售楼处	样板间	
1	客户 A	900-1,300	1,100-1,400	71.85%
2	客户 B	700-1,200	1,100	70.66%
3	客户 C	700-1,200	1,200-1,400	71.57%
4	客户 D	700-900	1,000	73.37%
5	客户 E	800-900	1,000-1,200	67.90%
6	客户 F	750-900	850-1,100	74.18%
7	客户 G	700-1,000	1,300-1,500	69.95%
8	客户 H	700-1,000	1,400	69.40%
9	客户 I	700-1,000	1,000-1,300	66.56%
10	客户 J	700-950	1,000-1,200	72.40%
11	客户 K	800-1,350	1,200-1,500	68.72%
12	客户 L	1,000-1,200	1,000-1,700	65.28%

(2) 软装陈设业务

报告期各期，发行人软装陈设业务前五大客户共计 12 名，其销售单价的主要区间及毛利率情况如下：

序号	客户名称	销售单价 (元/m ²)		毛利率
		售楼处	样板间	
1	客户 a	2,000-3,000	3,000-5,000	38.55%
2	客户 b	1,900-3,000	3,000-4,000	33.40%
3	客户 c	2,500-4,500	3,000-5,000	38.95%

4	客户 d	2,300-3,000	2,800-4,500	34.46%
5	客户 e	1,900-2,800	2,800	38.21%
6	客户 f	2,000-2,500	4,000	38.08%
7	客户 g	2,700	4,400	33.78%
8	客户 h	2,200-2,900	2,900-3,500	29.41%
9	客户 i	2,200-3,200	3,500-4,000	36.53%
10	客户 j	4,500	4,500-5,000	43.30%
11	客户 k	2,200-3,500	3,300-5,000	39.81%
12	客户 l	2,200-3,000	2,800-5,600	33.07%

(四) 补充说明报告期内是否存在资金链紧张或经营困难的客户，如是，请说明涉及的客户名称、收入金额、应收账款、坏账准备计提等情况

报告期内，发行人主要客户经营情况正常，资金状况及偿债能力总体保持稳定，未出现异常情形。根据公开市场查询结果，发行人客户中蓝光发展、泰禾集团、中国恒大、华夏幸福、泛海控股存在债务违约情形，存在资金链紧张或经营困难的迹象，上述客户在报告期内的销售收入、应收账款及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	项目	2021年1-6月 /2021年6月 30日	2020年度 /2020年12月 31日	2019年度 /2019年12月 31日	2018年度 /2018年12月 31日
1	蓝光发展 (600466.SH)	销售收入	-	860.40	12.71	174.45
		应收账款余额	282.38	337.24	143.17	143.17
		坏账准备	282.38	93.69	36.08	10.88
2	泰禾集团 (000732.SZ)	销售收入	-	-	52.53	-
		应收账款余额	18.10	18.10	25.06	-
		坏账准备	18.10	3.62	1.25	-
3	中国恒大 (03333.HK)	销售收入	-	-	-	-
		应收账款余额	45.36	45.36	45.36	45.36
		坏账准备	45.36	45.36	22.68	9.07
4	华夏幸福 (600340.SH)	销售收入	-	204.97	-	-
		应收账款余额	-	-	-	-
		坏账准备	-	-	-	-

序号	公司名称	项目	2021年1-6月 /2021年6月 30日	2020年度 /2020年12月 31日	2019年度 /2019年12月 31日	2018年度 /2018年12月 31日
5	泛海控股 (000046.SZ)	销售收入	99.40	-	-	-
		应收账款余额	36.73	-	-	-
		坏账准备	1.84	-	-	-

报告期内，发行人向上述客户的销售金额分别为 174.45 万元、65.24 万元、1,065.37 万元、99.40 万元，占营业收入的比例分别为 0.60%、0.14%、1.74%、0.24%，占比较小。截至 2021 年 6 月 30 日，上述客户应收账款余额为 382.57 万元，金额较小，对发行人影响较小。

(五) 补充说明房地产客户按“三道红线”融资新规的分类情况及具体影响，是否可能对发行人业务开展和持续经营能力产生重大不利影响

1、发行人主要房地产客户按“三道红线”融资新规的分类情况及具体影响

2020 年 8 月，监管部门出台房地产融资新规，设置“三道红线”控制房地产企业有息债务的增长，具体来看，一是剔除预收款后的资产负债率大于 70%；二是净负债率大于 100%；三是现金短债比小于 1 倍。根据“三道红线”触线情况不同，试点房地产企业分为“红-橙-黄-绿”四档，以有息负债规模作为融资管理的操作目标。如果“三线”均超出阈值为“红色档”，有息负债规模以 2019 年 6 月底为上限，不得增加。而有两项、一项和没有超出阈值的公司，有息负债规模年增速分别设为 5%、10% 和 15%。

档位	分档依据	有息负债规模增速阈值（同 2019 年 6 月底相比）
红色档	“三线”均超出阈值	不得增加
橙色档	“二线”超出阈值	增速不超过 5%
黄色档	“一线”超出阈值	增速不超过 10%
绿色档	“三线”均未超出阈值	增速不超过 15%

报告期内，发行人前十大客户总计有 19 家。其中，未公开披露财务数据的客户有 3 家，无法对其按照“三道红线”标准分档，其余 16 家公开披露财务数据的客户报告期内营业收入分别为 10,832.87 万元、16,976.25 万元、18,872.17 万元、11,082.40 万元，占当期营业收入的比例分别为 37.37%、37.17%、

30.83%、29.06%，其按照“三道红线”的分档情况如下：

序号	公司名称	触及红线数量	所属类别
1	华润置地（1109.HK）	0	绿色档
2	阳光城（000671.SZ）	2	橙色档
3	旭辉控股（0884.HK）	1	黄色档
4	绿城中国（3900.HK）	1	黄色档
5	金地集团（600383.SH）	0	绿色档
6	融创中国（1918.HK）	2	橙色档
7	招商蛇口（001979.SZ）	0	绿色档
8	中国奥园（3883.HK）	3	红色档
9	新城控股（601155.SH）	1	黄色档
10	碧桂园（2007.HK）	1	黄色档
11	中国铁建（601186.SH）	1	黄色档
12	金科股份（000656.SZ）	1	黄色档
13	香港置地（H78.SG）	1	黄色档
14	新希望控股集团有限公司	-	-
15	杭州金昇房地产开发有限公司	-	-
16	万科 A（000002.SZ）	1	黄色档
17	路劲（1098.HK）	1	黄色档
18	世茂集团（0813.HK）	0	绿色档
19	广州市水务投资集团有限公司	-	-

注：数据来源于 Wind，所有指标均根据相关公司 2020 年年报数据计算

由上表可见，发行人主要客户归入绿色档的有 4 家，分别是华润置地、金地集团、招商蛇口、世茂集团，未触及红线，整体融资情况良好；归为黄色档的有 9 家，分别是旭辉控股、绿城中国、新城控股、碧桂园、中国铁建、金科股份、香港置地、万科 A、路劲，仅触及一条红线；归为橙色档的有 2 家，分别是阳光城、融创中国，触及两条红线；归为红色档的仅有中国奥园 1 家。

其中，踩中两条红线和三条红线的客户在报告期内的营业收入分别为 0 万元、2,498.46 万元、4,984.48 万元、2,600.00 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.00%、5.47%、8.14%、6.81%；踩中两条红线和三条红线的客户在报告期各期末的应收账款余额分别为 0 万元、559.29 万元、816.79 万元、783.63 万元，

占各期末应收账款余额的比例分别为 0.00%、5.72%、5.66%、4.22%。踩中两条红线和三条红线客户在报告期内确认收入金额及应收账款余额均较小，对发行人财务不构成重大影响。

2、“三道红线”融资新规是否可能对发行人业务开展和持续经营能力产生重大不利影响

“三道红线”融资新规不会对发行人业务开展和持续经营能力产生重大不利影响，主要原因为：

第一，“三道红线”规定房地产企业分档，体现了鼓励房地产企业回归经营、避免激进扩张的监管思路。在“三道红线”的约束下，房地产企业需要提高销售及回款的速度，保证经营性现金流充沛，而非长期依靠“借新还旧”维持资金周转。该政策的推出与实施，根本目的是为了抑制房地产市场的投机购房行为，保持房地产市场的健康发展，不会改变整个行业向前发展的总体趋势，而且从长期来看有助于控制房地产泡沫化，促进房地产行业平稳和可持续发展。

第二，“三道红线”融资新规的实施，进一步加速了房地产行业的结构性调整，资信情况良好、经营稳健、抗风险能力高、现金流充裕的行业优质房企将获得更大的发展空间，进而为包括发行人在内的服务于头部房企的优质设计服务供应商创造了良好的增长机遇。

第三，如前所述，报告期各期，发行人主要客户中踩中两条红线和三条红线的客户的收入、应收账款金额及占比均较小，不会对发行人财务状况构成重大影响。

因此，“三道红线”融资新规并不会对发行人业务开展和持续经营能力产生重大不利影响。

（六）补充说明报告期内客户与供应商重叠情形下涉及的销售、采购定价是否公允及依据

发行人报告期内客户与供应商重叠情形下涉及的销售、采购定价公允，具体分析如下：

第一，报告期内，发行人存在客户与供应商重叠的情形。客户与供应商重

叠情形下涉及的销售、采购，均为一方交易金额较小，不存在报告期内向单个客户或供应商采购与销售累计金额均超过 50 万元的情形。有关销售与采购分属不同的业务性质，发行人内部分属不同的业务部门实施，客户内部也分属不同的业务部门对接管理，彼此基于市场化原则，独立履行相应的定价程序。

第二，客户销售方面，发行人主要通过招投标和直接委托的方式获取业务。招投标模式下，通常是在招标控制价范围内，结合市场情况、业务策略、设计难度、竞争情况等因素，确定投标价格。客户通过招标比选，并经协商谈判，确定销售价格；在直接委托模式下，根据业主具体项目设计需求、设计难度、市场情况等因素，经过竞争性谈判议定价格。因此，发行人与客户的定价均是基于市场化原则决定，价格公允、合理。

第三，供应商采购方面，发行人内部建立了严格的采购管理制度，并建立了供应商库，充分考察供应商的产品质量、售后服务、响应速度等。在具体定价环节，发行人听取多家供应商报价，综合评定价格、供应商履约能力等因素后确定最后价格与入围供应商。发行人向供应商采购的价格是根据市场化原则，双方谈判的结果，价格公允、合理。

(七) 按照空间设计、软装陈设，分别列示报告期内前十大客户(合并口径)的基本情况，包括但不限于所在地、成立时间、主营业务、与发行人合作背景、合作历史、是否存在关联关系、发行人对其销售或服务内容、收入金额及占比等

1、空间设计业务前十大客户基本情况

报告期内，发行人空间设计业务前十大客户（合并口径）基本情况如下：

(1) 2021 年 1-6 月前十大客户

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额 (单位: 万元)	收入占比
1	华润置地 (1109.HK)	香港	1996/ 09/24	房地产开发销售、不动产经营及轻资产管理	通过招投标首次开始合作，合作开始于 2015 年	否	空间设计	1,563.88	9.57%
2	招商蛇口 (001979.SZ)	广东深圳	1992/ 2/19	房地产开发、园区社区的开发建设与运营	通过招投标首次开始合作，合作开始于	否	空间设计	824.08	5.04%

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额 (单位:万元)	收入占比
				以及相关企业的投资管理	2016年				
3	新城控股 (601155.SH)	江苏常州	1996/ 6/30	房地产开发与销售	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2018年	否	空间设计	701.70	4.29%
4	万科A (000002.SZ)	深圳	1984/ 5/30	房地产开发和物业服务	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2010年	否	空间设计	554.03	3.39%
5	世茂集团 (0813.HK)	香港	2004/ 10/29	房地产开发、物业投资及酒店经营业务	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2017年	否	空间设计	387.54	2.37%
6	龙光集团 (03380.HK)	深圳	2008/ 4/1	实业项目投资咨询	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2017年	否	空间设计	355.20	2.17%
7	佳兆业集团 (2910.HK)	深圳	2007/ 8/2	房地产开发与经营	通过招投标首次开始合作,合作开始于2020年	否	空间设计	315.58	1.93%
8	览海控股(集团)有限公司	上海	2003/ 9/25	投资管理、房地产开发经营	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2020年	否	空间设计	288.48	1.77%
9	迪马股份 (600565.SH)	重庆	1997/ 10/9	房地产开发及专用车制造	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2015年	否	空间设计	265.64	1.63%
10	远洋集团 (3377.HK)	香港	2007/ 3/12	物业发展及物业投资	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2017年	否	空间设计	246.00	1.51%
合计								5,502.12	33.67%

(2) 2020年前十大客户

单位:万元

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
1	华润置地 (1109.HK)	香港	1996/ 9/24	房地产开发销售、不动产经营及轻资产管理	通过招投标首次开始合作,合作开始于2015年	否	空间设计	3,358.57	12.85%
2	新希望控股集团有限公司	四川成都	1997/ 1/9	股权投资、项目投资、投资管理等	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2016年	否	空间设计	809.67	3.10%
3	招商蛇口 (001979.SZ)	广东深圳	1992/ 2/19	房地产开发、园区社区的开发建设与运营	通过招投标首次开始合作,合作开始于	否	空间设计	745.18	2.85%

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
				以及相关企业的投资管理	2016年				
4	旭辉控股 (0884.HK)	上海	2011/ 5/20	房地产开发、 房地产投资及 物业管理业务	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2018年	否	空间设计	653.55	2.50%
5	新城控股 (601155.SH)	江苏常州	1996/ 6/30	房地产开发与 销售	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2019年	否	空间设计	649.71	2.49%
6	融创中国 (1918.HK)	天津	2007/ 4/27	物业开发及投资、 文旅城建设及运营以及 物业管理服务等	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2016年	否	空间设计	497.98	1.90%
7	金地集团 (600383.SH)	广东深圳	1988/ 1/20	房地产开发经营及 物业管理服务等	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2015年	否	空间设计	482.39	1.85%
8	阳光城 (000671.SZ)	福建福州	1991/ 8/12	房地产开发与 销售	通过招投标首次开始合作，合作开始于2018年	否	空间设计	450.90	1.72%
9	绿城中国 (3900.HK)	浙江杭州	2005/ 8/31	房产品开发及 生活综合服务供应	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2018年	否	空间设计	415.27	1.59%
10	龙湖集团 (0960.HK)	北京	2007/ 12/21	房地产开发、 商业运营、住 房租赁及物业管理服务	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2019年	否	空间设计	410.67	1.57%
合计								8,473.88	32.41%

(3) 2019年度前十大客户

单位：万元

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
1	华润置地 (1109.HK)	香港	1996/ 9/24	房地产开发销售、 不动产经营及轻资产管理	通过招投标首次开始合作，合作开始于2015年	否	空间设计	4,004.23	18.91%
2	融创中国 (1918.HK)	天津	2007/ 4/27	物业开发及投资、 文旅城建设及运营以及 物业管理服务等	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2016年	否	空间设计	1,010.20	4.77%
3	旭辉控股 (0884.HK)	上海	2011/ 5/20	房地产开发、 房地产投资及 物业管理业务	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2018年	否	空间设计	745.64	3.52%

4	阳光城 (000671.SZ)	福建福州	1991/ 8/12	房地产开发与 销售	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2018年	否	空间设计	713.78	3.37%
5	金科股份 (000656.SZ)	重庆	1994/ 3/29	房地产开发、 物业管理及机 电设备安装等	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2014年	否	空间设计	588.53	2.78%
6	香港置地 (H78.SG)	香港	1989/ 3/16	房地产投资、 管理和开发	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2018年	否	空间设计	449.48	2.12%
7	正荣地产 (6158.HK)	上海	2014/ 7/21	房地产开发及 物业管理服务 等	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2018年	否	空间设计	437.23	2.06%
8	金地集团 (600383.SH)	深圳	1988/ 1/20	房地产开发经 营及物业管理 服务等	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2015年	否	空间设计	380.34	1.80%
9	世茂集团 (0813.HK)	香港	2004/ 10/29	房地产开发、 物业投资及酒 店经营业务	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2017年	否	空间设计	345.67	1.63%
10	华夏阳光	云南昆明	2003/ 9/22	房地产开发和 经营	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2018年	否	空间设计	303.73	1.43%
合计								8,978.84	42.40%

(4) 2018年前十大客户

单位：万元

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在 关联 关系	销售或服 务内容	收入 金额	收入 占比
1	华润置地 (1109.HK)	香港	1996/ 9/24	房地产开发销售、 不动产经营及轻资产 管理	通过招投标首次开始合作, 合作开始于2015年	否	空间设计	1,502.60	12.12%
2	建发股份 (600153.SH)	福建厦门	1998/ 6/10	供应链运营及 房地产开发	通过招投标首次开始合作, 合作开始于2016年	否	空间设计	495.62	4.00%
3	旭辉控股 (0884.HK)	上海	2011/ 5/20	房地产开发、 房地产投资及 物业管理业务	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2018年	否	空间设计	472.71	3.81%
4	金科股份 (000656.SZ)	重庆	1994/ 3/29	房地产开发、 物业管理及机 电设备安装等	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2014年	否	空间设计	448.39	3.62%
5	金地集团 (600383.SH)	广东深圳	1988/ 1/20	房地产开发经 营及物业管理 服务等	通过竞争性谈判首次开始合作, 合作开始于2015年	否	空间设计	410.37	3.31%

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
6	中国铁建 (601186.SH)	北京	2007/ 11/5	建筑工程承包、房地产开发、勘察设计 及咨询等	通过招投标首次开始合作， 合作开始于2017年	否	空间设计	336.13	2.71%
7	新希望控股集团 有限公司	四川成都	1997/ 1/9	股权投资、项目投资、投资管理 等	通过竞争性谈判首次开始合作， 合作开始于2016年	否	空间设计	326.82	2.64%
8	绿城中国 (3900.HK)	浙江杭州	2005/ 8/31	房产品开发及生活综合服务 供应	通过竞争性谈判首次开始合作， 合作开始于2018年	否	空间设计	294.34	2.37%
9	世茂集团 (0813.HK)	香港	2004/ 10/29	房地产开发、物业投资及酒店 经营业务	通过竞争性谈判首次开始合作， 合作开始于2017年	否	空间设计	293.91	2.37%
10	三盛控股 (2183.HK)	香港	2012/ 1/5	物业开发及物业投资	通过竞争性谈判首次开始合作， 合作开始于2017年	否	空间设计	292.87	2.36%
合计								4,873.74	39.32%

2、软装陈设业务前十大客户基本情况

报告期内，发行人软装陈设业务前十大客户（合并口径）基本情况如下：

(1) 2021年1-6月前十大客户

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额 (单位： 万元)	收入占比
1	绿城中国 (3900.HK)	浙江杭州	2005/ 8/31	房产品开发及生活综合服务 供应	通过竞争性谈判首次开始合作， 合作开始于2018年	否	软装陈设	1,025.76	4.78%
2	融创中国 (1918.HK)	天津	2007/ 4/27	物业开发及投资、文旅城建设 及运营以及物业管理服务等	通过竞争性谈判首次开始合作， 合作开始于2016年	否	软装陈设	880.84	4.11%
3	新城控股 (601155.SH)	江苏常州	1996/ 6/30	房地产开发与销售	通过竞争性谈判首次开始合作， 合作开始于2019年	否	软装陈设	835.46	3.90%
4	金地集团 (600383.SH)	深圳	1988/ 1/20	房地产开发经营及物业管理 服务等	通过竞争性谈判首次开始合作， 合作开始于2015年	否	软装陈设	789.34	3.68%
5	招商蛇口 (001979.SZ)	广东深圳	1992/ 2/19	房地产开发、园区社区的开发 建设与运营以及相关企业	通过招投标首次开始合作， 合作开始于2016年	否	软装陈设	750.15	3.50%

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额 (单位:万元)	收入占比
				的投资管理					
6	中国铁建 (601186.SH)	北京	2007/ 11/5	建筑工程承包、房地产开发、勘察设计及咨询等	通过招投标首次开始合作,合作开始于2017年	否	软装陈设	735.21	3.43%
7	得翼投资(大连)有限公司	辽宁大连	2014/ 1/22	项目投资	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2019年	否	软装陈设	688.32	3.21%
8	常州祥泰房地产开发有限公司	江苏常州	2020/ 6/10	房地产开发经营	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2020年	否	软装陈设	662.32	3.09%
9	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	云南玉溪	2000/ 9/4	度假村、房地产开发经营	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2019年	否	软装陈设	654.43	3.05%
10	广州市水务投资集团有限公司	广东广州	2008/ 12/12	市政公用工程施工、房地产开发经营	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2021年	否	软装陈设	637.72	2.97%
合计								7,659.54	35.72%

(2) 2020年前十大客户

单位:万元

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
1	阳光城 (000671.SZ)	福建福州	1991/8 /12	房地产开发与销售	通过招投标首次开始合作,合作开始于2018年	否	软装陈设	1,857.67	5.41%
2	华润置地 (1109.HK)	香港	1996/9 /24	房地产开发销售、不动产经营及轻资产管理	通过招投标首次开始合作,合作开始于2015年	否	软装陈设	1,671.34	4.86%
3	旭辉控股 (0884.HK)	上海	2011/5 /20	房地产开发、房地产投资及物业管理业务	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2018年	否	软装陈设	1,635.49	4.76%
4	绿城中国 (3900.HK)	浙江杭州	2005/8 /31	房产品开发及生活综合服务供应	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2018年	否	软装陈设	1,087.18	3.16%
5	金地集团 (600383.SH)	深圳	1988/1 /20	房地产开发经营及物业管理服务等	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2015年	否	软装陈设	968.23	2.82%

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
6	融创中国 (1918.HK)	天津	2007/4/27	物业开发及投资、文旅城市建设及运营以及物业管理服务等	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2016年	否	软装陈设	918.43	2.67%
7	碧桂园 (2007.HK)	广东佛山	2006/1/10	房地产开发、建筑、装修及装饰、物业管理及酒店经营业务	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2019年	否	软装陈设	914.50	2.66%
8	祥生控股集团 (2599.HK)	上海	2019/12/13	物业开发和销售	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2019年	否	软装陈设	863.63	2.51%
9	中国奥园 (3883.HK)	广东广州	2007/3/6	物业发展及物业投资业务	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2018年	否	软装陈设	859.60	2.50%
10	蓝光发展 (600466.SH)	四川成都	1993/5/18	房地产开发和经营	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2015年	否	软装陈设	808.70	2.35%
合计								11,584.78	33.72%

(3) 2019年度前十大客户

单位: 万元

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
1	中国铁建 (601186.SH)	北京	2007/11/5	建筑工程承包、房地产开发、勘察设计咨询等	通过招投标首次开始合作,合作开始于2017年	否	软装陈设	1,697.78	7.01%
2	新城控股 (601155.SH)	江苏常州	1996/6/30	房地产开发与销售	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2019年	否	软装陈设	1,368.61	5.65%
3	华润置地 (1109.HK)	香港	1996/9/24	房地产开发销售、不动产经营及轻资产管理	通过招投标首次开始合作,合作开始于2015年	否	软装陈设	1,138.91	4.70%
4	金地集团 (600383.SH)	深圳	1988/1/20	房地产开发经营及物业管理服务等	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2015年	否	软装陈设	1,070.96	4.42%
5	金科股份 (000656.SZ)	重庆	1994/3/29	房地产开发、物业管理及机电设备安装等	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2014年	否	软装陈设	903.76	3.73%

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
6	新希望控股集团有限公司	四川成都	1997/1/9	股权投资、项目投资、投资管理等	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2016年	否	软装陈设	897.24	3.71%
7	旭辉控股(0884.HK)	上海	2011/5/20	房地产开发、房地产投资及物业管理业务	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2018年	否	软装陈设	841.82	3.48%
8	国美控股集团有限公司	北京	2001/5/25	零售、互联网、金融、研发智造、地产、投资等	通过招投标首次开始合作，合作开始于2018年	否	软装陈设	803.36	3.32%
9	香港置地(H78.SG)	香港	1989/3/16	房地产投资、管理和开发	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2018年	否	软装陈设	772.85	3.19%
10	银丰地产	山东济南	2001/4/24	房地产开发经营	通过招投标首次开始合作，合作开始于2018年	否	软装陈设	727.76	3.01%
合计								10,223.05	42.23%

(4) 2018年前十大客户

单位：万元

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
1	华润置地(1109.HK)	香港	1996/9/24	房地产开发销售、不动产经营及轻资产管理	通过招投标首次开始合作，合作开始于2015年	否	软装陈设	2,160.43	13.04%
2	旭辉控股(0884.HK)	上海	2011/5/20	房地产开发、房地产投资及物业管理业务	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2018年	否	软装陈设	1,363.59	8.23%
3	金科股份(000656.SZ)	重庆	1994/3/29	房地产开发、物业管理及机电设备安装等	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2014年	否	软装陈设	942.46	5.69%
4	新希望控股集团有限公司	四川成都	1997/1/9	股权投资、项目投资、投资管理等	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2018年	否	软装陈设	831.88	5.02%
5	杭州金昇房地产开发有限公司	浙江杭州	2017/10/17	房地产开发经营、房屋租赁代理等	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2018年	否	软装陈设	768.33	4.64%
6	万科A(000002.SZ)	深圳	1984/5/30	房地产开发和物业服务	通过竞争性谈判首次开始合作，合作开始于2010年	否	软装陈设	750.71	4.53%

序号	公司名称	所在地	成立时间	主营业务	合作背景与合作历史	是否存在关联关系	销售或服务内容	收入金额	收入占比
7	新城控股 (601155.SH)	江苏常州	1996/ 6/30	房地产开发与销售	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2018年	否	软装陈设	701.07	4.23%
8	金地集团 (600383.SH)	深圳	1988/ 1/20	房地产开发经营及物业管理服务等	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2015年	否	软装陈设	616.02	3.72%
9	路劲 (1098.HK)	香港	1996/ 5/9	经营及管理收费公路,经营房地产发展及投资业务	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2015年	否	软装陈设	511.76	3.09%
10	华邦地产	安徽合肥	2009/ 8/6	房地产开发、投资、销售及咨询服务	通过竞争性谈判首次开始合作,合作开始于2017年	否	软装陈设	410.08	2.47%
合计								9,056.34	54.65%

【申报会计师核查意见】

(一) 核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取了发行人收入大表，分析报告期内客户类型、数量、销售金额及占比；访谈发行人实际控制人、高管人员，了解发行人获客方式及报告期内前五大客户变化原因；

2、访谈发行人实际控制人、高管人员，了解发行人前五大客户小幅增长、占比逐年下滑的情况的原因，发行人收入大幅增长是否具备合理性；

3、获取了发行人报告期内前五大客户空间设计、软装陈设业务的销售单价与毛利率情况。分析销售单价、毛利是否存在重大差异；

4、查询了国家企业信用信息公示系统、天眼查、中国裁判文书网、百度等网站，了解发行人是否存在资金链紧张或经营困难的客户；列表说明了发行人客户中资金链紧张客户的客户名称、收入金额、应收账款、坏账准备计提等情况；

5、查询与分析了“三道红线”融资新规，按照新规对发行人主要客户进行分类；分析了“三道红线”新规是否对发行人业务开展和持续经营能力产生重

大不利影响；

6、获取了发行人客户与供应商重叠情形下销售、采购明细表，访谈了发行人实际控制人、高管人员，了解与上市客户、供应商的销售、采购是否公允及定价依据；

7、获取了发行人按空间设计、软装陈设分类的收入大表，获取报告期各期前十大客户（合并口径）年度报告，访谈了发行人实际控制人、高管人员，了解与上述客户的合作背景与历史、是否存在关联关系等；

8、对主要客户进行走访，核实其与发行人是否存在关联关系；对报告期各期前五十大客户进行工商信息查询；获取董监高填写的调查表，确认与客户是否存在关联关系。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、发行人获客方式主要为招投标和直接委托，已补充说明报告期内的客户类型、数量、销售金额及占比；发行人前五大客户存在变化情形，具有合理原因，不会对发行人经营产生重大不利影响；

2、发行人报告期内营业收入持续大幅增长主要系发行人持续加大新客户开拓力度以及与客户之间合作深度加强，具有合理性；

3、发行人向主要客户提供同一类服务的销售单价与毛利率总体保持稳定，存在一定差异，但不存在重大差异；

4、发行人报告期内存在资金链紧张或经营困难的客户，已补充说明涉及的客户名称、收入金额、应收账款、坏账准备计提等情况

5、已补充说明发行人房地产客户按“三道红线”融资新规的分类情况及具体影响，对发行人业务开展和持续经营能力不会产生重大不利影响；

6、发行人报告期内客户与供应商重叠情形下涉及的销售、采购定价公允；

7、已按照空间设计、软装陈设，分别列示报告期内前十大客户(合并口径)的基本情况；

8、申报会计师已就发行人与客户之间关联关系进行充分核查，关联关系已完整披露；

问题 11

11. 关于供应商。申报材料显示：（1）公司采购内容主要为与项目执行相关的陈设品采购、辅助设计服务等项目型采购，以及日常经营所需要的办公用品、计算机软硬件、差旅服务、员工福利等非项目型采购。（2）陈设品采购主要系公司软装陈设业务执行中采购的家具、灯具等陈设品，报告期各期采购金额分别为 11,950.40 万元、15,020.86 万元、20,662.52 万元；辅助设计服务主要系公司空间设计业务与软装陈设业务执行中，出于项目执行效率等考虑，将部分非关键性的设计工作委托外部单位协助，报告期各期采购金额分别为 915.72 万元、1,871.89 万元、1,924.93 万元。（3）报告期内，发行人向前五大供应商采购金额占比分别为 36.97%、32.59%、31.02%。其中，深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司的实际控制人与公司实际控制人曾经控制的矩阵基金共同投资成立深圳市羽梵悦渡室内装饰设计有限公司，羽梵悦渡于 2018 年 12 月注销。请发行人：（1）补充说明报告期内向前五大供应商采购的主要内容、前五大供应商变化原因，分别列示陈设品采购、辅助设计服务的前五大供应商名称、金额及占比；（2）补充说明陈设品、辅助设计服务采购价格与市场公允价格比较情况，如存在较大差异，请分析原因及合理性；（3）补充说明采购辅助设计服务的具体内容，是否涉及发行人核心业务环节，2019 年采购金额大幅增长、2020 年增幅较小的原因及合理性，与业务规模是否匹配；（4）补充说明悦渡空间实际控制人的基本情况，是否曾为公司员工，与发行人实际控制人是否存在关联关系或潜在关联关系，发行人向悦渡空间采购的价格是否公允，是否存在为发行人代垫成本费用或利益输送情形；（5）补充说明羽梵悦渡的成立背景、股权结构、业务开展情况，与发行人是否存在业务或资金往来，如是，请说明具体情况；（6）补充说明报告期内存在成立或合作时间较短即成为发行人前五大供应商的原因及合理性；（7）列表说明前五大供应商的基本情况，包括但不限于名称、所在地、成立时间、主营业务、与发行人的合作背景和合作历史、是否存在关联关系等。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明就发行人与供应商之间关联关系的核查情况、关联关系是否已完整披露，并就发行人与供应商之间交易的公允性、是否存在供应商为发行人代垫成本费用或利益输送情形发表明确意见。

【发行人回复】

(一) 补充说明报告期内向前五大供应商采购的主要内容、前五大供应商变化原因，分别列示陈设品采购、辅助设计服务的前五大供应商名称、金额及占比

1、向前五大供应商采购的主要内容、前五大供应商变化原因

报告期内，发行人向前五大供应商采购的主要内容、前五大供应商变化原因如下：

单位：万元

2021年1-6月				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市灏鑫家具有限公司	家具	914.36	7.47%
2	东莞市品趣家居有限公司	家具	683.50	5.58%
3	深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司	窗帘、面料	650.34	5.31%
4	深圳市现代风家居文化有限公司	家具	482.87	3.94%
5	深圳市方钜公共艺术有限公司	雕塑	264.74	2.16%
合计			2,995.81	24.47%
2020年度				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市灏鑫家具有限公司	家具	2,779.70	12.31%
2	深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司	窗帘、面料	1,551.76	6.87%
3	东莞市品趣家居有限公司	家具	1,448.52	6.41%
4	深圳市森乔斯空间设计有限公司	家具、窗帘、饰品等	726.33	3.22%
5	东莞市品尚空间雕塑有限公司	雕塑	500.17	2.21%
合计			7,006.49	31.02%

2019 年度				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市灏鑫家具有限公司	家具	2,743.54	16.24%
2	深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司	窗帘、面料	932.65	5.52%
3	东莞市汇创家具有限公司	家具	840.55	4.98%
	东莞市创域实业有限公司	家具		
4	中山市卓异照明有限公司	灯具	545.02	3.23%
5	深圳市尚剑工坊家具有限公司	家具	443.66	2.63%
合计			5,505.41	32.59%
2018 年度				
序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市灏鑫家具有限公司	家具	2,543.44	19.77%
2	深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司	窗帘、面料	763.25	5.93%
3	深圳市汇汇千贸易有限公司	灯具	659.42	5.13%
4	中山市卓异照明有限公司	灯具	441.96	3.44%
5	东莞市汇创家具有限公司	家具	348.10	2.71%
	东莞市创域实业有限公司	家具		
合计			4,756.17	36.97%

注：东莞市汇创家具有限公司、东莞市创域实业有限公司系同一实际控制人控制。

报告期内，发行人前五大供应商主要以陈设品供应商为主，相关产品市场竞争充分、供应商充足，发行人择优选择合作供应商与之合作。报告期内，发行人前五大供应商变化原因如下：

第一，发行人采购部定期对已合作的供应商进行打分评比，综合供应商的产品质量、售后服务、响应速度等给出评分。对于评分较高的供应商则会保持或加大合作力度，例如 2021 年 1-6 月新增供应商深圳市现代风家居文化有限公司、深圳市方钜公共艺术有限公司，2020 年新增前五大供应商深圳市森乔斯空间设计有限公司、东莞市品尚空间雕塑有限公司均为较为优质的陈设品供应商，随着双方合作的不断加深，发行人在对其考核时评分较高，于是加大采购量，使其新增为发行人前五大供应商。对于评分较低的供应商，发行人则会减少与其合作的项目数量，例如 2020 年退出前五大供应商的东莞市汇创家具有限公司、

东莞市创域实业有限公司、中山市卓异照明有限公司、深圳市尚剑工坊家具有限公司，2019年退出的前五大供应商深圳市汇汇千贸易有限公司均为发行人前期合作较好的供应商，后续其产品质量、服务售后服务、响应速度等方面有所下降，发行人对其考核评分下降，于是减少了采购量，使其退出发行人前五大供应商。

第二，随着发行人业务规模不断扩大，采购金额逐年增加，发行人持续开拓新供应商，引入竞争，保证项目所需陈设品的供应。2019年新增前五大供应商深圳市尚剑工坊家具有限公司、2020年新增前五大供应商东莞市品趣家居有限公司均为发行人新引入的家具供应商，加之合作情况良好、发行人采购部对其评分较高，于是逐步扩大采购金额，使其新增为发行人前五大供应商。

2、陈设品采购前五大供应商

报告期内，陈设品采购的前五大供应商名称、金额及占比情况如下：

单位：万元

2021年1-6月			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市灏鑫家具有限公司	914.36	7.47%
2	东莞市品趣家居有限公司	683.50	5.58%
3	深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司	650.34	5.31%
4	深圳市现代风家居文化有限公司	482.87	3.94%
5	深圳市方钜公共艺术有限公司	264.74	2.16%
合计		2,995.81	24.47%
2020年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市灏鑫家具有限公司	2,779.70	12.31%
2	深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司	1,551.76	6.87%
3	东莞市品趣家居有限公司	1,448.52	6.41%
4	深圳市森乔斯空间设计有限公司	726.33	3.22%
5	东莞市品尚空间雕塑有限公司	500.17	2.21%
合计		7,006.49	31.02%
2019年度			

序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市灏鑫家具有限公司	2,743.54	16.24%
2	深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司	932.65	5.52%
3	东莞市汇创家具有限公司	840.55	4.98%
	东莞市创域实业有限公司		
4	中山市卓异照明有限公司	545.02	3.23%
5	深圳市尚剑工坊家具有限公司	443.66	2.63%
合计		5,505.41	32.59%
2018 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	东莞市灏鑫家具有限公司	2,543.44	19.77%
2	深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司	763.25	5.93%
3	深圳市汇汇千贸易有限公司	659.42	5.13%
4	中山市卓异照明有限公司	441.96	3.44%
5	东莞市汇创家具有限公司	348.10	2.71%
	东莞市创域实业有限公司		
合计		4,756.17	36.97%

注：东莞市汇创家具有限公司、东莞市创域实业有限公司系同一实际控制人控制。

3、辅助设计服务采购前五大供应商

报告期内，辅助设计服务的前五大供应商名称、金额及占比情况如下：

单位：万元

2021 年 1-6 月			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	深圳市擎天筑室内设计有限公司	95.80	0.78%
2	深圳羽东设计有限公司	82.42	0.67%
3	上谷室内设计（深圳）有限公司	67.47	0.55%
4	深圳市一峰装饰设计有限公司	61.20	0.50%
5	深圳市多次方机电顾问有限公司	59.64	0.49%
合计		366.54	2.99%
2020 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	深圳羽东设计有限公司	247.81	1.10%

2	深圳市狼图腾空间设计有限公司	134.68	0.60%
3	深圳市擎天筑室内设计有限公司	131.05	0.58%
4	深圳市一峰装饰设计有限公司	97.26	0.43%
5	上谷室内设计（深圳）有限公司	59.05	0.26%
合计		669.85	2.97%
2019 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	深圳市一峰装饰设计有限公司	204.42	1.21%
2	深圳市艺源室内设计有限公司	141.14	0.84%
3	深圳羽东设计有限公司	139.30	0.82%
4	深圳市逸尚东方室内设计有限公司	129.50	0.77%
5	深圳市狼图腾空间设计有限公司	106.58	0.63%
合计		720.95	4.27%
2018 年度			
序号	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
1	深圳市一峰装饰设计有限公司	96.51	0.75%
2	深圳市中饰南方建设工程有限公司	73.62	0.57%
3	深圳市狼图腾空间设计有限公司	64.89	0.50%
4	深圳市帝筑深化设计有限公司	58.04	0.45%
5	深圳康成机电顾问有限公司	45.69	0.36%
合计		338.76	2.63%

（二）补充说明陈设品、辅助设计服务采购价格与市场公允价格比较情况，如存在较大差异，请分析原因及合理性

发行人陈设品、辅助设计服务采购价格与市场公允价格比较不存在较大差异，采购价格公允，主要原因为：第一，发行人与报告期内的主要供应商不存在关联关系，发行人主要采购的陈设品、辅助设计服务市场供应充足、充分竞争，发行人与供应商按照市场化原则进行询价、议价、谈判，进而确定采购价格，以确保采购价格的公允性。第二，发行人内部建立了严格的采购管理制度，建立了供应商库，充分考察供应商的产品质量、售后服务、响应速度等。在具体定价环节，发行人听取多家供应商报价，综合评定价格、供应商履约能力等因素后确定最后价格与入围供应商。

（三）补充说明采购辅助设计服务的具体内容，是否涉及发行人核心业务环节，2019 年采购金额大幅增长、2020 年增幅较小的原因及合理性，与业务规模是否匹配

1、辅助设计服务的具体内容，辅助设计服务不涉及发行人核心业务环节

发行人采购的辅助设计服务主要为施工图、效果图辅助设计。其中，施工图设计是根据确定具体的空间方案，结合建筑、消防、电气等专业图纸，制作供现场施工的图纸，把空间方案和全部设计结果表达出来，作为施工制作的依据，使之完全能够实施落地。效果图设计是指通过 3D 效果图制作软件，对空间的造型、结构、色彩进行形象化的表达，来展现设计师的创意构思及预期达到的空间效果。

创新创意设计能力是空间设计与软装陈设领域的核心，概念设计、深化设计是创意凝聚度较高的环节，是发行人业务的核心环节，而施工图与效果图设计分别是为了设计方案落地和预期效果展示的辅助环节，不涉及发行人核心业务环节。

施工图与效果图辅助设计环节是较为成熟的设计环节，市场上专业的供应商充足，不涉及发行人核心业务环节。发行人出于提升项目执行效率、提高项目经济效益等因素的考虑，向相关专业辅助设计供应商采购。

2、发行人 2019 年辅助设计服务采购金额大幅增长、2020 年增幅较小主要系公司增加了内部辅助设计部门人数，提高了产能，与业务规模相匹配

发行人涉及辅助设计服务采购的业务主要是空间设计业务。发行人内部组建了施工图、效果图团队，专门从事相关设计活动。但是，随着发行人空间设计业务规模的不断扩大，会造成发行人内部施工图、效果图团队的产能跟不上业务规模的扩张，加之施工图、效果图设计市场上专业化团队较多，价格透明，在发行人施工图、效果图团队产能饱和的情况下，会向外部供应商采购相关服务。

2018 年至 2019 年，发行人采购辅助设计服务金额由 915.72 万元增长至 1,891.91 万元，增幅为 106.60%，增幅较大，主要原因为：①2019 年空间设计

业务收入增幅为 70.83%，增幅较大，相应的辅助设计服务需求较大；②发行人 2019 年末施工图、效果图团队人员为 36 人，团队人员多为新人，业务能力尚不熟练，产能有限，无法满足业务开展需要，为保证项目执行效率，发行人加大了对外采购辅助设计服务的规模。

2019 年至 2020 年，发行人采购辅助设计服务金额由 1,891.91 万元增长至 1,932.05 万元，增幅为 2.12%，增幅较小，主要原因为：①2020 年空间设计业务收入增幅为 23.46%，增幅有所放缓，对辅助设计服务的增量需求有所减少；②发行人 2020 年末施工图、效果图团队人员达到 47 人，随着施工图、效果图团队人数的扩充以及业务熟练度的不断提升，内部产能有所提高，从而降低了对外采购辅助设计服务的需求。

综上所述，发行人 2019 年辅助设计服务采购金额大幅增长、2020 年增幅较小，具有合理原因，与业务规模相匹配。

（四）补充说明悦渡空间实际控制人的基本情况，是否曾为公司员工，与发行人实际控制人是否存在关联关系或潜在关联关系，发行人向悦渡空间采购的价格是否公允，是否存在为发行人代垫成本费用或利益输送情形

1、补充说明悦渡空间实际控制人的基本情况，是否曾为公司员工，与发行人实际控制人是否存在关联关系或潜在关联关系

悦渡空间实际控制人为孟莉，其基本情况如下：

孟莉，女，中国国籍，身份证号码：430903198811*****，无境外永久居留权。曾任深圳市千百度装饰材料有限公司业务经理、羽梵悦渡总经理，现任深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司总经理。

经向孟莉本人及发行人实际控制人访谈，孟莉本人未曾在发行人任职，与发行人实际控制人不存在关联关系或潜在关联关系。

2、发行人向悦渡空间采购的价格是否公允，是否存在为发行人代垫成本费用或利益输送情形

发行人向悦渡空间采购的价格公允，不存在为发行人代垫成本费用或利益输送情形，具体分析如下：

第一，发行人与悦渡空间不存在关联关系，双方均为不同的利益主体，相关交易价格的形成根据市场价格协商确定。

第二，发行人内部建立了严格的采购管理制度及供应商库，在充分考察供应商的产品质量、售后服务、响应速度之后与供应商按照市场化原则进行询价、议价、谈判，经采购审批，进而确定采购价格。

第三，选取向悦渡空间采购的典型产品与市场价格进行比较：以香格里拉帘为例，发行人向悦渡空间的采购单价为 110 -320 元/平方米；经公开信息检索，同类产品市场单价为 80-399 元/平方米。发行人向悦渡空间采购价格与市场价格相比不存在重大差异，采购价格公允。

（五）补充说明羽梵悦渡的成立背景、股权结构、业务开展情况，与发行人是否存在业务或资金往来，如是，请说明具体情况

1、补充说明羽梵悦渡的成立背景、股权结构、业务开展情况

2017 年 7 月，王冠控制的矩阵基金与孟莉共同投资设立羽梵悦渡，孟莉持有 70%股权，矩阵基金有 30%股权。羽梵悦渡成立的背景为：羽梵悦渡的主营业务为窗帘、布艺等室内家居配套产品的制作及销售，属于软装陈设业务的上游产业或产品之一。一方面，王冠看好该行业的发展前景，同时认可孟莉在该行业的业务资源与经验，因而有意向在该行业有所布局；另一方面，孟莉认可王冠在软装行业的业务资源，希望通过共同投资的形式创造协同效应。因此，二人经过协商，共同投资设立羽梵悦渡。

2017 年，羽梵悦渡处于试运营阶段，2018 年，羽梵悦渡未开展经营并注销。

2、与发行人是否存在业务或资金往来，如是，请说明具体情况

经核查发行人与羽梵悦渡报告期内银行流水，发行人与羽梵悦渡在报告期内不存在业务或资金往来。

2018 年上半年，羽梵悦渡实际控制人孟莉向发行人实际控制人王冠支付 25.25 万元，主要为羽梵悦渡 2017 年试运营期间的分红款。除上述情况外，报告期内，发行人及其实际控制人、关联方、董监高，与孟莉不存在资金往来。

（六）补充说明报告期内存在成立或合作时间较短即成为发行人前五大供应商的原因及合理性

报告期内，发行人前五大供应商中，东莞市品趣家居有限公司、东莞市汇创家具有限公司、东莞市创域实业有限公司、中山市卓异照明有限公司、深圳市尚剑工坊家具有限公司成立或合作时间较短即成为发行人前五大供应商，具体原因及合理性如下：

（1）部分此前发行人合作的陈设品供应商业务人员独立成立自己的公司，发行人基于此前与该业务人员的良好合作，经采购部前期考察其公司产品质量、售后服务、履约能力等因素后，与其开展合作。中山市卓异照明有限公司、深圳市尚剑工坊家具有限公司实际控制人分别为发行人此前合作的灯具供应商、家具供应商业务人员，其成立公司后与发行人随即开始合作，双方基于此前合作的基础，磨合期较短，使其成为发行人前五大供应商。

（2）部分供应商旗下名牌较多，产品覆盖面广，其同一控制下多家公司合并采购金额后成为发行人前五大供应商。东莞市汇创家具有限公司、东莞市创域实业有限公司为同一控制下的两家公司，分别于 2017 年、2018 年开始合作，合并采购金额后为发行人 2018 年、2019 年第五大、第三大供应商。该公司旗下拥有多个家具品牌，产品覆盖面广，品类齐全，经发行人前期考察后其产品质量、售后服务、履约能力等因素后，分别与 2017 年、2018 年开始合作。经过一段时间的合作之后，该公司的综合服务能力得到充分认可，加入了发行人战略供应商库，发行人开始逐步加大与其合作力度。

（3）随着发行人业务规模的不断扩大，发行人持续开拓新供应商，引入竞争，保证项目所需陈设品的供应。东莞市品趣家居有限公司为发行人主动开拓的新家具供应商，发行人经前期考察其产品质量、售后服务、履约能力等因素后，于 2019 年初步开始合作。经过一段时间的合作之后，该公司的综合服务能力得到充分认可，加入了发行人战略供应商库，开始逐步加大与其合作力度，使其成为发行人前五大供应商。

(七) 列表说明前五大供应商的基本情况，包括但不限于名称、所在地、成立时间、主营业务、与发行人的合作背景和合作历史、是否存在关联关系等

报告期内，发行人前五大供应商基本情况如下：

序号	名称	所在地	成立时间	主营业务	与发行人的合作背景和合作历史	是否存在关联关系
1	东莞市灏鑫家具有限公司	广东省 东莞市	2014/3/14	家具、装饰品的生产与销售	该公司主要从事家具的定制、生产，2016 与公司开始合作	否
2	深圳市悦渡空间室内装饰设计有限公司	深圳市 福田区	2016/5/12	布艺、窗帘产品销售	该公司主要从事布艺、窗帘等产品的销售，2016 与公司开始合作	否
3	东莞市品趣家居有限公司	广东省 东莞市	2018/5/3	家具、装饰品的生产与销售	该公司主要从事家具、装饰品的生产与销售，2019 年开始合作	否
4	深圳市森乔斯空间设计有限公司	深圳市 罗湖区	2012/9/21	家具、灯具、家居饰品、工艺品的设计及销售	该公司主要软装陈设品销售，与公司 2016 年开始合作	否
5	东莞市品尚空间雕塑有限公司	广东省 东莞市	2017/5/15	木雕、根雕、石雕、艺术品、工艺品的设计、生产与销售	该公司主要从事雕塑创作与生产，与公司 2018 年开始合作	否
6	东莞市汇创家具有限公司	广东省 东莞市	2013/9/25	家具、皮具、玩具、家居饰品的研发、生产与销售	该公司主要从事家具产品的生产、销售。与公司 2017 年开始合作	否
7	东莞市创域实业有限公司	广东省 东莞市	2001/9/21	家具、皮具、玩具、家居饰品的研发、生产与销售	该公司主要从事家具产品的生产、销售。与公司 2018 年开始合作	否
8	中山市卓异照明有限公司	广东省 中山市	2018/4/17	照明灯具、灯用电器附件及其他照明器具生产、加工、销售。	该公司主要从事灯具的生产、加工、销售，与公司 2018 年开始合作	否
9	深圳市尚剑工坊家具有限公司	深圳市 坪山区	2019/1/7	家具销售、设计、维修	该公司主要从事家具产品的生产、销售，与公司 2019 年开始合作	否
10	深圳市汇汇千贸易有限公司	深圳市 罗湖区	2014/1/14	灯具产品销售	该公司主要从事灯具产品销售，与公司 2015 年开始合作	否

序号	名称	所在地	成立时间	主营业务	与发行人的合作背景和合作历史	是否存在关联关系
11	深圳市现代风家居文化有限公司	深圳市龙岗区	2005/8/3	软装配饰、室内外装潢的设计与咨询	该公司主要从事家具产品的销售，与公司2016年开始合作	否
12	深圳市方钜公共艺术有限公司	深圳市罗湖区	2014/7/11	家具、室内装饰、环境艺术、艺术品设计	该公司主要从事雕塑创作与生产，与公司2016年开始合作	否

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取了发行人报告期内采购明细表，访谈发行人高管人员、采购部门负责人，了解发行人前五大供应商采购的主要内容、前五大供应商变化的原因；

2、获取了与主要陈设品、辅助设计服务供应商采购合同，了解采购单价，访谈了发行人高管人员、采购部门负责人，了解发行人采购政策及采购价格与市场公允价格比较情况；

3、查阅了辅助设计服务采购合同，了解采购具体内容，访谈了发行人高管人员，了解2020年辅助设计服务采购金额增幅较小的原因；

4、访谈了悦渡空间实际控制人孟莉，确认其与发行人实际控制人是否存在关联关系或潜在关联关系，了解悦渡空间与发行人交易的价格是否公允，查阅了发行人与悦渡空间的采购合同，与其他供应商同类产品采购单价进行比较；

5、网络检索了羽梵悦渡的工商信息，访谈了发行人高管与羽梵悦渡实际控制人，了解双方成立羽梵悦渡的背景。查阅了发行人、羽梵悦渡银行流水、财务报表，了解、双方是否存在业务或资金往来；

6、查阅了发行人报告期内前五大供应商的工商资料，向发行人采购部门了解与前五大供应商开始合作的时间，访谈发行人高管与采购部门负责人，了解部分供应商成立或合作时间较短即成为发行人前五大供应商的原因及合理性；

7、网络检索了发行人前五大供应商工商资料，访谈发行人高管，了解其与发行人的合作背景和合作历史、是否存在关联关系；

8、对主要供应商进行走访，核实其与发行人是否存在关联关系、双方交易价格是否公允、是否存在为发行人代垫成本费用或利益输送情形；对报告期各期前五十大供应商进行工商信息查询；获取董监高填写的调查表，确认与供应商是否存在关联关系。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、发行人报告期内向前五大供应商采购的内容真实、金额准确，前五大供应商变化具有合理原因；发行人已列示陈设品、辅助设计服务前五大供应商名称、金额及占比；

2、发行人陈设品、辅助设计服务采购价格与市场公允价格比较不存在较大差异，采购价格公允；

3、发行人已补充说明辅助设计服务的具体内容，不涉及发行人核心业务环节，2019年采购金额大幅增长、2020年增幅较小，具有合理原因，与业务规模相匹配；

4、发行人已补充说明悦渡空间实际控制人孟莉基本情况，孟莉未曾在发行人任职，与发行人实际控制人不存在关联关系或潜在关联关系；发行人向悦渡空间采购的价格公允，孟莉及悦渡空间不存在为发行人代垫成本费用或利益输送情形；

5、发行人已补充说明羽梵悦渡的成立背景、股权结构、业务开展情况；羽梵悦渡与发行人不存在业务往来或资金往来；

6、发行人前五大供应商存在成立或合作时间较短即成为前五大供应商的情形，均具有合理原因；

7、发行人已列表说明前五大供应商基本情况，发行人与前五大供应商均不存在关联关系；

8、申报会计师已就发行人与供应商之间关联关系进行充分核查，关联关系已完整披露；发行人与供应商之间交易价格公允、不存在供应商为发行人代垫

成本费用或利益输送情形。

问题 12

12. 关于营业成本。申报材料显示，报告期内，公司营业成本分别为 14,429.63 万元、21,945.82 万元及 30,576.87 万元。公司主营业务成本由空间设计成本、软装陈设成本及其他成本构成。（1）补充说明计入营业成本的员工薪酬水平及变动情况，与行业水平、当地平均水平的比较情况，如存在较大差异，请说明原因及合理性；（2）补充说明报告期内设计人员和研发人员的数量、划分标准，区分营业成本与研发费用中职工薪酬的方法及合理性；（3）补充说明报告期内自有运力、外购运力的使用情况，自有运力与外购运力单位成本的比较情况，外购运力的明细价格与市场公允价格比较情况，如存在较大差异，请分析原因及合理性；（4）补充说明报告期内空间设计业务成本中辅助设计费、软装陈设业务成本中运输搬运费与对应业务收入的匹配性；（5）补充说明各类业务成本的归集和核算方法是否符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司比较情况，如存在差异，请分析原因及合理性；各项成本归集是否准确、完整。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并就发行人成本计算的准确性和完整性、是否存在少计成本或第三方代垫成本的情形发表明确意见。

【发行人回复】

（一）计入营业成本的员工薪酬水平及变动情况，与行业水平、当地平均水平的比较情况，说明原因及合理性

1、计入营业成本的员工薪酬水平及变动情况

项目	指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
矩阵股份	员工薪酬（万元）	5,288.40	7,993.48	5,465.62	3,385.96
	平均人数（人）	418	272	191	115
	人均薪酬（万元/人）	12.66	29.37	28.58	29.55

注：平均人数为月度加权平均人数

2018年至2020年，发行人计入营业成本的员工薪酬水平整体较为稳定。

2021年上半年发行人计入营业成本的人均薪酬为12.66万元，处于合理水平。

2、与行业水平、当地平均水平的比较情况

(1) 与同行业平均水平比较情况

同行业可比公司杰恩设计、霍普股份、尤安设计均以设计及研发人员（统称技术人员）为计算口径披露人均薪酬，为保持相同口径，发行人的人均薪酬也以技术人员计算人均薪酬。

报告期内，发行人技术人员平均薪酬与同行业工资对比情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	-	20.86	24.87	27.33
霍普股份	-	30.32	29.23	35.80
尤安设计	-	35.05	33.76	37.02
矩阵股份	13.89	32.89	31.96	34.41

注：可比公司数据摘自相关公司年度报告或招股说明书等公开资料

由上表分析，发行人计入营业成本的员工人均薪酬处于同行业合理水平。

(2) 与当地平均水平比较情况

报告期内，发行人计入营业成本的员工薪酬水平与当地平均水平比较情况如下：

单位：万元

指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
矩阵股份人均薪酬	12.66	29.37	28.58	29.55
深圳市城镇私营单位就业人员平均薪酬	-	7.46	7.02	6.36

数据来源：深圳市城镇私营单位就业人员平均薪酬的数据来源于深圳市统计局网站

由上表可见，报告期内，发行人计入营业成本的员工薪酬水平远高于深圳市城镇私营单位就业人员平均薪酬水平，与发行人智力密集型、知识密集型行业的定位相符。

（二）报告期内设计人员和研发人员的数量、划分标准，区分营业成本与研发费用中职工薪酬的方法及合理性

发行人以创新创意设计能力为核心竞争力，研发团队由资深的设计师担任。报告期各期末，发行人设计人员分别为 116 人、221 人、344 人、495 人，研发人员分别为 25 人、36 人、51 人、68 人。

设计人员和研发人员的划分标准为：根据相应人员所从事的业务活动来划分。其中，研发人员主要由资深的设计师担任，该等人员主要从事具体设计技术、设计方法与设计手段、产品外观与呈现形式等方面的研究、提炼、归纳；设计人员直接深度参与具体的业务项目，主要从事图纸绘制、成果资料的编制、与客户的项目沟通等。相应研发人员、设计人员的薪酬分别计入研发费用、营业成本。

综上，报告期内，发行人设计人员和研发人员的划分标准清晰、明确，区分营业成本与研发费用中职工薪酬的方法合理。

（三）报告期内自有运力、外购运力的使用情况，自有运力与外购运力单位成本的比较情况，外购运力的明细价格与市场公允价格比较情况，分析原因及合理性

报告期内，发行人无自有运力，外购运力的明细价格与市场公允价格比较情况如下：

运费计费规则	运输车型	到达城市（深圳发车）	价格（元/次）	市场公允价格（元/次）
整车	以 9.6 米为例	北京	10,000-14,500	9,500-14,500
		上海	5,500-11,800	5,300-12,000
		成都	7,500-15,500	7,200-16,000

注：市场公允价格来源于市场第三方物流供应商报价信息

经比较，发行人外购运力的价格与市场公允价格比较不存在重大差异。

（四）报告期内空间设计业务成本中辅助设计费、软装陈设业务成本中运输搬运费与对应业务收入的匹配性

1、空间设计业务成本中辅助设计费与对应业务收入的匹配性

单位：万元

业务板块	项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
空间设计	辅助设计费	1,201.85	1,924.93	1,742.39	915.72
	空间设计业务收入	16,340.30	26,144.70	21,177.14	12,396.26
	占比	7.36%	7.36%	8.23%	7.39%

辅助设计费系发行人在设计业务执行过程中，委托具备专业能力的单位进行协助设计，主要为施工图、效果图辅助设计。报告期内，发行人辅助设计费分别为 915.72 万元、1,742.39 万元、1,924.93 万元及 1,201.85 万元，随着发行人空间设计业务规模的不断扩大，辅助设计费用持续增加。

报告期内，发行人辅助设计费占空间设计业务收入的比重分别为 7.39%、8.23%、7.36%、7.36%，整体稳定，略有波动。其中，2019 年度发行人辅助设计费占比有所提升，主要系当年空间设计业务规模大幅增长，对施工图、效果图的需求相应增大，在内部设计团队产能相对饱和的情况下，增加了对外采购施工图、效果图的采购比重。

2. 软装陈设业务成本中运输搬运费与对应业务收入的匹配性

单位：万元

业务板块	项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
软装陈设	运输搬运费	679.84	1,257.02	690.62	567.12
	软装陈设业务收入	21,440.87	34,360.14	24,210.14	16,571.64
	占比	3.17%	3.66%	2.85%	3.42%

运输搬运费系发行人在业务执行中，将所采购的家具、灯具等陈设品运输至项目现场，并完成安装、布置、摆放等发生的有关支出。报告期内，发行人运输搬运费分别为 567.12 万元、690.62 万元、1,257.02 万元、679.84 万元，随发行人软装陈设业务规模的不断扩大，运输搬运用费用持续增加。

报告期内，发行人运输搬运费占软装陈设业务收入的比重分别为 3.42%、2.85%、3.66%、3.17%，整体稳定，略有波动。相较 2018 年度，2019 年度发行人运输搬运费占比有所下降，主要系发行人进一步扩充了供应商数量，加强了供应商管理以实现成本优化管理、提高业务效率，使得运输搬运费占比有所下

降。

2020 年度较 2019 年度运输搬运费占比有所提升，主要原因为：当年受疫情影响，复工复产时间较晚、运输搬运人员组织协调难度增大，加之当年软装陈设业务增速较快、复工复产后项目工期较紧，使得相应的搬运人员劳务支出成本有所上升。

综上，发行人空间设计业务成本中辅助设计费、软装陈设业务成本中运输搬运费与对应业务收入匹配，具有合理性。

（五）各类业务成本的归集和核算方法是否符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司比较情况，如存在差异，请分析原因及合理性；各项成本归集是否准确、完整

1、各类型业务的成本归集和核算方法，符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司的比较情况

（1）各类型业务成本的归集和核算

1) 空间设计业务成本的归集和核算

报告期内，发行人空间设计业务成本的核算方法为按照单个项目为对象归集核算，根据项目成本属性进行归集核算。

发行人空间设计项目成本主要包括设计职工薪酬、辅助设计费、差旅交通费、折旧摊销费等。发行人按照单个设计项目为核算对象归集各类项目成本。其中辅助设计费、差旅交通费等能够直接归属于设计项目的成本直接归集计入该设计项目；对于设计人员职工薪酬、折旧摊销费等不能直接归属于设计项目的成本，在各设计项目中进行分摊。

2) 软装陈设业务成本的归集和核算

报告期内，发行人软装陈设业务成本的核算方法为按照单个项目为对象归集核算，根据项目成本属性进行归集核算。

发行人软装陈设项目成本主要包括软装陈设品、职工薪酬、运输搬运费（包括运输物流费、装卸搬运费）、差旅交通费等。发行人按照单个设计项目为

核算对象归集各类项目成本。其中软装陈设品、装卸搬运费、差旅交通费等能够直接归属于设计项目的成本直接归集计入该设计项目；对于职工薪酬、运输物流费等不能直接归属于项目的成本，在各项目中进行分摊。

综上，报告期内，发行人按照单个项目进行成本归集核算，符合发行人业务实际情况和所属行业特点，符合《企业会计准则》规定。

(2) 成本的归集和核算方法与同行业可比公司比较情况

发行人与同行业可比公司的成本核算方法比较情况如下：

序号	可比公司	成本归集、核算方法	资料来源
1	杰恩设计	公司建筑室内设计业务营业成本主要包括职工薪酬、合作设计支出、房屋租赁费、差旅及办公费、图文制作费等。	招股说明书
2	尤安设计	按照单个项目为对象归集核算，根据项目成本属性进行归集核算。 建筑设计业务的成本核算方法为，在各报告期将已经发生的所有设计成本计入当期营业成本，期末不存在存货。 发行人项目成本主要包括设计人员薪酬、设计外协采购、模型图文制作、租赁与物业费用、差旅费、折旧与摊销。发行人按照单个设计项目为核算对象归集各类项目成本。 其中设计外协采购、模型图文制作、差旅费等能够直接归属于设计项目的成本直接归集计入该设计项目；对于设计人员薪酬、租赁与物业费用、折旧与摊销等不能直接归属于设计项目的成本，在各设计项目中进行分摊。	招股说明书
3	霍普股份	对每个建筑设计项目进行独立的收入和成本核算。与设计项目相关的所有的成本支出均计入当期营业成本、期末不存在存货。 报告期内，公司项目成本主要包括职工薪酬、项目合作服务费、图文制作服务费、差旅交通费等，公司针对每个建筑设计项目进行独立的收入和成本核算。 其中职工薪酬中的项目奖金、项目合作服务费、图文制作服务费、差旅交通费、办公费等能够直接归属于设计项目的成本，直接归集到该项目成本中，对于不能直接归集到具体项目的成本如职工固定薪酬、房租及物业水电费、摊销及折旧费等当期设计项目中分摊。 设计人员人工薪酬包括固定薪酬、绩效奖金两部分。对于固定薪酬，按月计提发放，按照设计项目产值在项目之间进行分配。对于项目绩效奖金，根据公司项目绩效考核政策，计算出各设计项目的绩效奖金，直接归集至各个项目。	招股说明书

由上表可知，除杰恩设计未明确说明其成本归集与分配的方法外，同行业可比公司均按照单个项目进行成本归集与核算，且与设计业务相关的成本均计入当期营业成本，期末不存在存货。

综上，发行人成本的归集和核算方法与同行业可比公司不存在重大差异。

2、各项成本归集准确、完整

如前所述，报告期内，发行人空间设计、软装陈设业务成本的核算方法为按照单个项目为对象归集核算，各项成本归集准确、完整。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取发行人的营业成本的员工薪酬、平均人数，计算人均薪酬，分析员工薪酬的变动情况；通过公开信息查阅发行人同行业可比公司的招股说明书、年度报告等文件，了解同行业公司的人员人数、平均薪酬等情况，通过公开信息查阅发行人当地工资平均水平，比较分析发行人与行业水平、当地平均水平是否存在差异；

2、核查了发行人设计人员、研发人员的数量、划分标准，判断是否存在人员重叠，对发行人营业成本和研发费用中职工薪酬的划分进行核查；

3、获取了发行人的运输费用外部运力的具体情况，通过比较其与市场上同类物流商的明细价格，分析其价格公允性；

4、依据辅助设计费、运输搬运费以及分别对应的空间设计业务、软装陈设业务当期收入的审定金额，计算占比，访谈发行人的总经理，分析前述占比变动的情况及匹配性

5、访谈发行人的财务总监，了解和评价了发行人各类业务成本归集与核算制度和具体方法；通过对主要项目的成本穿行测试，核查成本归集与核算的准确性；通过公开信息查阅发行人同行业可比公司的招股说明书、年度报告等文件，比较发行人与同行业可比公司的成本核算方法是否存在差异。

6、获取报告期内收入成本明细表，通过成本穿行测试对主要项目的相关单据进行核查，检查成本的准确性；获取了发行人控股股东、实际控制人、董监高及出纳人员报告期内的个人银行流水，关注是否存在关联方或其他第三方为

发行人承担成本或代垫费用的情况。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、报告期内，发行人计入营业成本的员工薪酬水平及变动具有合理性；与同行业可比公司相比不存在较大差异，高于当地平均薪酬水平，符合行业特征，具有合理性。

2、发行人设计人员和研发人员相互独立，单独核算职工薪酬，发行人成本与研发费用中职工薪酬划分合理；

3、报告期内，发行人外购运力充足，与市场公允价格不存在较大差异；

4、报告期内空间设计业务成本中辅助设计费、软装陈设业务成本中运输搬运费与对应业务收入相匹配。

5、发行人各类业务成本的归集和核算方法符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司一致，各项成本归集准确、完整。

6、报告期内，发行人成本核算准确、完整，不存在少计成本或第三方代垫成本等情形。

问题 13

13. 关于毛利率。申报材料显示：（1）报告期内，公司综合毛利率分别为 50.23%、51.95%及 50.05%。（2）报告期内，公司空间设计业务毛利率分别为 69.95%、70.03%及 68.59%，与相同行业、相同领域的集艾室内设计（上海）有限公司不存在较大差异，但高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份等同行可比公司，主要原因包括：第一，公司设计业务的项目周转率高于同行可比公司；第二，公司是行业内顶尖的设计公司，设计收费水平及利润率更高。（3）公司软装陈设业务毛利率分别为 35.50%、36.33%及 36.26%，发行人认为相比同行可比公司处于合理水平。请发行人：（1）补充说明项目周转率对空间设计业务毛利率的具体影响，如何体现发行人设计收费水平更高，在收费水平更高的情况下如何保持发行人对客户的粘性；（2）补充说明软装陈设业务中服务

收入、陈设品收入的毛利及占比、毛利率情况；在空间设计业务毛利率显著高于同行业可比公司的情况下，软装陈设业务毛利率与同行业可比公司差异较小的合理性；（3）补充说明报告期内主要项目或合同的毛利率情况，同一类型项目毛利率是否存在显著差异，如是，请说明原因及合理性；（4）补充说明综合毛利率与同行业可比公司比较情况，如存在较大差异，请说明原因及合理性；（5）结合上述情况，进一步量化分析发行人空间设计业务毛利率明显高于同行业可比公司平均水平的原因及合理性；（6）补充说明选取同行业可比公司的具体考虑，未将其他设计类上市公司列为同行业可比公司的原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充说明项目周转率对空间设计业务毛利率的具体影响，如何体现发行人设计收费水平更高，在收费水平更高的情况下如何保持发行人对客户的粘性

1、项目周转率对空间设计业务毛利率的具体影响

项目周转率是指在相同时间、人力投入下，设计项目的周转次数。项目周转率与毛利率成正相关关系，即：项目周转率越高，相同时间、人力投入下，可运转的项目数量越多，相应的项目产值及利润率越高。

发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计业务，单个设计项目的设计面积相对较小，一般不超过 2,000 平米，设计工期相对较短，通常为 3-4 个月，且人力投入相对较少；尤安设计、霍普股份主要从事住宅、公共建筑领域的建筑方案设计，单个设计项目的设计面积相对较大，一般为几万乃至几十万平米，设计工期相对较长，通常为 6-9 个月，且人力投入相对较多；杰恩设计主要从事商业、办公、轨道交通等领域的室内设计，单个设计项目的设计面积相对较大，一般为几万乃至几十万平米，设计工期相对较长，通常接近一年，对于酒店、办公、轨道交通等领域的部分设计项目，设计工期甚至长达数年，且人力投入相对较多。

因此，与上述可比公司相比，发行人的项目周转率较高，即在相同时间、

人力投入下，项目周转频次较高，相应的业务产值规模及产出效率更高。

2、如何体现发行人设计收费水平更高

报告期内，通常情况下，发行人主要从事的地产售楼处、样板间领域的空间设计的收费价格为：售楼处 800 元/平米以上，样板间 1,000 元/平米以上。根据中国建筑装饰协会编制的《建筑装饰设计收费标准（2014 年版）》，上述领域的行业收费标准为 300-1,200 元/平米。因此，发行人的设计收费水平处于行业较高水平。

3、在收费水平更高的情况下如何保持发行人对客户的粘性

售楼处、样板间的设计费在房地产项目的开发成本中占比极小，但设计品质、落地效果、响应速度在很大程度上影响着房地产项目的销售业绩、运转效率等，因此，房地产企业更看重设计公司的设计实力、出品稳定性、服务质量，而对设计费价格的关注度相对较低。

房地产开发商在遴选设计单位时，对于已建立起长期信任合作关系且熟悉其产品定位、项目风格、开发流程、经济价值预期的设计公司，具有很强的采购黏性，该类设计公司能够为房地产开发商提供精准、高效、稳定的高品质设计服务，帮助其实现产品价值、提升运营效率。

发行人凭借着前沿的设计理念、优秀的创意能力、扎实的技术手段，持续、稳定地为客户输出高品质的设计与陈设作品，精准、高效的响应客户需求，与华润置地、阳光城、旭辉控股等优质客户保持着长期稳定的合作关系，深度参与客户产品系列的开发、推广及具体项目的设计工作，熟悉客户的品牌风格、设计理念，并在合作实践中不断沉淀。通过长期深入的合作和充分磨合，发行人与客户在设计理念、项目配合、业务流程等方面建立了较高的默契度和良好的信任基础，形成良性循环，从而有力保障了双方合作的稳定性。

（二）补充说明软装陈设业务中服务收入、陈设品收入的毛利及占比、毛利率情况；在空间设计业务毛利率显著高于同行业可比公司的情况下，软装陈设业务毛利率与同行业可比公司差异较小的合理性

软装陈设业务是为客户提供软装空间从设计至落地实施的综合化业务，除

为客户提供陈设品的采购之外，还提供软装方案设计、陈设品定制化、落地执行等综合化服务，并与陈设品的采购、布置、交付过程深度融合。在软装陈设业务的定价过程中，发行人与客户结合客户自身预算情况、陈设品定制化需求、市场竞争情况等多方面因素，对软装陈设项目进行综合性报价与议价，进而确定合同金额。合同金额综合反映了陈设品采购成本、综合服务附加值、客户预算限制、市场竞争强度等多方面因素，因而通常情况下，无法独立区分服务收入、陈设品收入的金额及占比。

在空间设计业务毛利率显著高于同行业可比公司的情况下，软装陈设业务毛利率与同行业可比公司差异较小，具有合理性，主要原因为：

发行人空间设计业务毛利率显著高于同行业可比公司，核心原因是发行人与同行业可比公司设计业务的细分领域不同，使得发行人项目周转率高，进而毛利率高。而相比于空间设计业务，软装陈设业务有所不同，发行人与同行业可比公司杰恩设计、郑中设计的软装陈设业务的主要细分领域，均为房地产项目的售楼处、样板间，业务细分领域一致，因而毛利率差异较小。

(三) 补充说明报告期内主要项目或合同的毛利率情况，同一类型项目毛利率是否存在显著差异，如是，请说明原因及合理性；

发行人的主营业务为空间设计与软装陈设业务，同一业务类型的毛利率波动主要为项目间的个性化的影响，因此将对同一类型的主要项目做细化分析。

1、报告期内空间设计业务主要项目毛利率

① 2021年1-6月空间设计业务前十大项目毛利率

序号	业态	项目名称	客户名称	收入 (万元)	毛利率
1	售楼处、样板间	华润广州增城新塘立交住宅项目示范区硬装	广州臻通实业发展有限公司	361.03	70.15%
2	售楼处、样板间	深圳龙光总部中心项目展示区室内（硬装）设计合同	广东现代建筑设计与顾问有限公司	329.92	74.23%
3	售楼处、样板间	大理茶博院展示中心及样板房室内装饰设计合同	大理茶博院产业有限公司	288.48	75.01%
4	售楼处、样板间	苏州金螳螂招商局集团妈湾营销中心室内设计硬装	苏州金螳螂建筑装饰股份有限公司	215.09	70.95%
5	售楼处、样板间	盐城合景泰富青年路项目售楼处及会所硬装设计	江苏隽达房地产开发有限公司	207.61	71.02%

6	售楼处、样板间	遵义东原新蒲项目售楼处及别墅样板间硬装	遵义东原励合房地产开发有限公司	201.02	67.61%
7	售楼处、样板间	徐州新城大龙湖 BC 项目社区门厅, 中叠户型室内设计合同	徐州金宸晟置业有限公司	199.34	75.10%
8	售楼处、样板间	上海金隅杨浦区江浦社区 R-09 地块项目售楼处会所样板间精装修工程设计	上海金隅京浦房地产开发有限公司	191.22	70.50%
9	售楼处、样板间	广州珠江实业增城区永宁街塔岗村公安村 83101234A20019 地块售楼部硬装	广州珠江外资建筑设计院有限公司	178.56	64.87%
10	售楼处、样板间	广西中铁建 GC2020-56、GC2020-57 地块项目营销中心、创意样板房硬装	中铁房地产集团(广西)有限公司	170.97	73.75%

② 2020 年度空间设计业务前十大项目毛利率

序号	业态	项目名称	客户名称	收入(万元)	毛利率
1	售楼处、样板间	成都招商天府新区项目售楼处及会所	成都天府招商轨道城市发展有限公司	322.64	77.87%
2	售楼处、样板间	成都华润未来之城一期项目售楼部	成都华润置地驿都房地产有限公司	314.53	73.59%
3	售楼处、样板间	西安 178 亩锦麟天钻院项目示范区装饰设计合同	西安锦谦置业有限公司	284.39	73.12%
4	售楼处、样板间	柳州华润静兰项目售楼部及样板间硬装	柳州轨道润投置业发展有限公司	266.76	72.06%
5	售楼处、样板间	世茂集团兴智科技城售楼处动影像内容设计与制作服务合同	南京万智源置业有限公司	233.96	59.52%
6	售楼处、样板间	深圳华润售楼处标准化项目硬装	深圳市润投咨询有限公司	231.51	77.48%
7	售楼处、样板间	无锡经开区吴都路项目售楼处、会所室内硬装设计合同	无锡福阳房地产开发有限公司	219.58	70.66%
8	售楼处、样板间	沈阳东窑项目售楼处、洋房样板间及社区大堂精装修设计	沈阳华润置地紫云府房地产有限公司	204.47	68.30%
9	文旅	重庆蓝城两江田园牧歌碧朗湾小镇中心硬装	重庆蓝城两江实业发展有限公司	201.51	40.54%
10	售楼处、样板间	深圳华润坪山盘松路项目售楼处、样板房、幼儿园硬装	深圳市创勇企业管理有限公司	197.73	76.82%

③ 2019 年度空间设计业务前十大项目毛利率

序号	业态	项目名称	客户名称	收入(万元)	毛利率
1	酒店	西昌万科 17 度 C01 将军会馆项目硬装	西昌月亮之上旅游发展有限公司	288.68	28.35%
2	售楼处、样板间	重庆融创大竹林项目售楼处室内硬装设计	重庆远冲实业有限公司	264.36	76.78%
3	售楼处、样板间	温州融信乐清项目售楼处样板房硬装	乐清华德力置业有限公司	251.84	77.67%

4	售楼处、样板间	西安正荣紫阙台项目售楼部、会所室内设计	西安正弘丰置业有限公司	231.68	78.16%
5	售楼处、样板间	苏州葛洲坝苏地 2017-WG-20 号地块售楼处及样板间项目硬装	葛洲坝（苏州）房地产开发有限公司	223.47	67.02%
6	售楼处、样板间	成都保利木综厂项目售楼处室内硬装设计	四川府河华益置业有限公司	207.15	75.81%
7	售楼处、样板间	华润南宁西园饭店片区会所项目	南宁西园润成房地产开发有限公司	197.89	61.51%
8	售楼处、样板间	新城重庆花溪项目展示区硬装室内设计合同	重庆亿尊投资有限公司	193.85	73.78%
9	售楼处、样板间	昆明阳光城翠峰公园翠峰小筑项目售楼处硬装	昆明通盈房地产开发有限公司	191.52	70.51%
10	办公	北郡七期办公楼项目精装修合同	重庆怡置北郡房地产开发有限公司	178.30	52.93%

④ 2018 年度空间设计业务前十大项目毛利率

序号	业态	项目名称	客户名称	收入（万元）	毛利率
1	售楼处、样板间	成都华润时光里项目公共空间室内设计合同	成都华润置地和兴房地产开发有限公司	246.37	75.05%
2	售楼处、样板间	东莞润地松朗花园项目室内设计合同	东莞市润地房地产有限公司	220.52	77.51%
3	售楼处、样板间	华润置地济南万象天地一期地块室内公区设计合同	济南华置房地产开发有限公司	207.55	73.13%
4	售楼处、样板间	广州中铁建坦尾项目售楼处及样板房硬装	广州南沙中铁实业发展有限公司	193.96	71.30%
5	办公	南京红太阳房地产开发有限公司办公楼装修工程精装设计合同书	南京红太阳房地产开发有限公司	181.35	57.09%
6	售楼处、样板间	金地集团东南区域公司室内精装修设计合同（义乌西江雅苑项目示范区室内设计）	义乌市中梁创置业有限公司	174.26	75.75%
7	售楼处、样板间	金地集团东南区域公司室内精装修设计合同（金地杭州下湘湖）	杭州金昇房地产开发有限公司	172.45	73.41%
8	售楼处、样板间	成都华润二十四城八期项目内装设计合同	华润置地（成都）发展有限公司	169.81	77.29%
9	售楼处、样板间	三盛·国际海岸售楼部样板房室内装饰设计合同	平潭阳光国航置地有限公司	155.58	73.64%
10	售楼处、样板间	贵阳金科龙里示范区售楼部装饰设计合同	贵州龙里天宸房地产开发有限公司	152.45	71.68%

报告期内，发行人空间设计业务的毛利率分别为 69.95%、70.03%、68.59% 及 67.60%。在项目执行中，因项目个性化因素，项目毛利率存在一定波动，整体处于 60%-80%之间。

1) “重庆蓝城两江田园牧歌碧朗湾小镇中心硬装” 2020 年度毛利率为 40.54%，“北郡七期办公楼项目精装修合同” 2019 年度毛利率为 52.93%，“南京

红太阳房地产开发有限公司办公楼装修工程精装设计合同书”2018年度毛利率为57.09%，上述项目毛利率低于平均毛利率，主要系发行人主要为住宅房地产售楼处、样板间等提供空间设计服务，工期相对较短，项目周转率高，地产售楼处、样板间的项目毛利率大多处于60%-80%之间，而上述项目均为文旅类、办公类等，设计面积大、项目周期较长、人力投入相对较高，致使该项目毛利率较低。

2)“西昌万科17度C01将军会馆项目硬装”2019年度毛利率为28.35%，毛利率相对较低，主要系发行人着手打造的古建筑改造项目，是新领域拓展的战略型项目，合同定价相对较低且修复周期较长；同时，因该项目为古建筑改造，在业务执行中，需如实还原古建筑的建筑风格、历史文化特点，技术执行较为复杂，因而将机电技术、标识设计、灯光设计等委托具备专业能力的单位完成，辅助设计费为125.06万元，致使该项目毛利率较低。

2、报告期内软装陈设业务主要项目毛利率

① 2021年1-6月软装陈设业务前十大项目毛利率

序号	业态	项目名称	客户名称	收入(万元)	毛利率
1	售楼处、样板间	万科抚仙湖项目714会所软装工程合同	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	654.43	46.24%
2	售楼处、样板间	广州珠江实业增城区永宁街塔岗村公安村83101234A20019地块营销中心软装	广州珠江建设发展有限公司	637.72	37.09%
3	售楼处、样板间	绵阳远大蔚蓝海岸项目示范区售楼部及样板间软装采购合同	绵阳远大房地产开发有限责任公司	539.42	40.00%
4	售楼处、样板间	【无锡经开区吴都路】项目售楼处、会所室内软装设计合同	无锡福阳房地产开发有限公司	452.93	35.73%
5	售楼处、样板间	重庆怡置北郡商业项目B7-1/B7-4地块-工作包2商业特色区、商业Mall出入口灯具项目独立装饰工程合同	重庆怡置北郡房地产开发有限公司	439.73	39.07%
6	售楼处、样板间	苏州市姑苏区苏地2017-WG-47号地块地下会所室内软装工程	苏州京园房地产投资有限公司	425.61	25.39%
7	售楼处、样板间	石家庄龙湖河冶项目售楼处软装	河北赢胜房地产开发有限公司	420.20	35.13%
8	售楼处、样板间	烟台兰园小区项目一期24#楼软装设计及软装采购合同	烟台绿晟置业有限公司	398.14	30.60%
9	售楼处、样板间	常州天境项目售楼处室内软装项目采购与摆放合同	常州祥泰房地产开发有限公司	383.76	37.05%

序号	业态	项目名称	客户名称	收入(万元)	毛利率
10	售楼处、样板间	南京香港置地 G84 金陵中环售楼处项目软装	南京新怡置房地产开发有限公司	380.00	32.27%

② 2020 年度软装陈设业务前十大项目毛利率

序号	业态	项目名称	客户名称	收入(万元)	毛利率
1	售楼处、样板间	温州融信乐清项目售楼处及样板房室内装饰工程设计合同	乐清华德力置业有限公司	624.76	40.25%
2	售楼处、样板间	金地马桥项目售楼处、合院 B 户型及洋房精装样板房软装合同	上海旗胜房地产开发有限公司	606.19	47.82%
3	售楼处、样板间	南宁锦麟玖玺项目售楼部、样板房、会所、9#楼架空层泛会所及 8#和 9#楼首层大堂、示范区室外景观软装采购和布展工程	南宁锦麟置业有限公司	521.31	26.86%
4	售楼处、样板间	昆明阳光城滇池半山花园项目售楼处软装	昆明通盈房地产开发有限公司	478.35	42.74%
5	售楼处、样板间	南通融创启东售楼处软装	南通启仁置业有限公司	445.09	41.87%
6	售楼处、样板间	成都新希望锦麟府项目售楼部、样板房及合院软装设计项目深化设计、供货及布展合同	成都恒基隆置业有限公司	443.50	22.34%
7	售楼处、样板间	世茂集团兴智科技城售楼处及样板房室内软装设计及采购	南京万智源置业有限公司	435.80	43.27%
8	售楼处、样板间	成都旭辉金牛区 102 亩项目示范区售楼处及样板间（含首层大堂）软装	成都昌谦房地产开发有限公司	398.46	33.19%
9	售楼处、样板间	华润南宁西园会所软装项目	南宁西园润成房地产开发有限公司	393.62	41.35%
10	售楼处、样板间	宝鸡蓝光 302 亩售楼部及样板间软装	宝鸡焯坤置业有限公司	389.24	33.22%

③ 2019 年度软装陈设业务前十大项目毛利率

序号	业态	项目名称	客户名称	收入(万元)	毛利率
1	售楼处、样板间	苏州工业园区 DK20150005 号地块地会所室内软装设计项目项目合同	中铁房地产集团苏州置业有限公司	877.23	25.66%
2	售楼处、样板间	三亚国美海棠湾项目示范区软装设计项目设计及供货合同	三亚国美旅业有限公司	803.36	30.36%
3	售楼处、样板间	青岛银丰·玖玺城售楼处软装设计项目配饰工程采购合同	银丰工程有限公司	727.76	21.38%
4	售楼处、样板间	金地义乌项目售楼处及样板房软装采购	义乌市中梁创置业有限公司	529.87	54.47%
5	售楼处、样板间	重庆香港置地北郡四期 59#独栋别墅样板间设计、安装工程	重庆怡置北郡房地产开发有限公司	458.41	18.23%

序号	业态	项目名称	客户名称	收入(万元)	毛利率
6	售楼处、样板间	成都保利木综厂项目 2208 户型软装设计及采购	四川府河华益置业有限公司	429.29	43.38%
7	售楼处、样板间	太原旭辉 SG-11 地块售楼处室内软装	太原旭凰房地产开发有限公司	424.71	26.34%
8	售楼处、样板间	南京金地 G04 项目售楼处及样板房项目软装设计与采购合同-售楼处前场	南京金晟房地产开发有限公司	417.67	42.44%
9	售楼处、样板间	南京中铁建雨花台区 2017G70 地块项目售楼处软装	南京京瑞房地产投资有限公司	376.30	40.37%
10	售楼处、样板间	德清中铁建【2017】535 地块售楼处软装	德清京盛房地产开发有限公司	364.84	38.39%

④ 2018 年度软装陈设业务前十大项目毛利率

序号	业态	项目名称	客户名称	收入(万元)	毛利率
1	售楼处、样板间	金地集团东南区域公司软装合同(金地杭州下湘湖售楼处及样板房软装采购)	杭州金昇房地产开发有限公司	768.33	43.30%
2	售楼处、样板间	沈阳华润长安里项目售楼处样板间软装配饰采购合同	沈阳润地房地产有限公司	746.07	41.50%
3	售楼处、样板间	东大街 D10 项目售楼中心及样板房软装合同	成都新希望置业有限公司	615.11	31.76%
4	售楼处、样板间	合肥华邦蜀山别院销售中心、195 户型样板间软装设计项目供货安装工程合同	合肥冠升置业投资有限公司	410.08	42.12%
5	售楼处、样板间	新城惠州明显花园项目售楼处、样板房及大堂装饰室内设计合同	惠州市辰邦实业有限公司	377.77	34.61%
6	售楼处、样板间	重庆礼嘉项目示范区营销中心软装工程	重庆金碧茂置业有限公司	375.86	41.00%
7	售楼处、样板间	沈阳华润万象府售楼处及大洋房首层、高层样板间外走廊项目软装配饰采购合同	华润置地(沈阳)有限公司	350.32	53.44%
8	售楼处、样板间	新城天津小淀项目售楼处及样板间室内装饰设计合同	天津市淀兴房地产开发有限公司	345.48	34.24%
9	售楼处、样板间	新城重庆花溪项目展示区室内情景合同	重庆亿尊投资有限公司	333.33	37.16%
10	售楼处、样板间	金地集团东南区域公司软装合同(长福麒麟海湾三、四期住宅)	平潭长福文化地产有限公司	314.18	53.23%

报告期内，发行人软装陈设业务的毛利率分别为 35.50%、36.33%、36.26% 及 34.98%。软装陈设业务所打造的空间以及呈现的人居环境各异，因项目个性化因素，项目毛利率存在一定波动，整体处于 25%-45%之间。

1) “金地马桥项目售楼处、合院 B 户型及洋房精装样板房软装合同” 2020

年度毛利率为 47.82%，“金地义乌项目售楼处及样板房软装采购”2019 年度毛利率为 54.47%，金地集团东南区域公司软装合同（长福麒麟海湾三、四期住宅）”2018 年度毛利率为 53.23%，主要是因为：第一，上述项目均为金地集团在华东区域的重点项目，整体定价相对较高；第二，发行人与金地长期深度合作，在金地集团内部口碑较好，且发行人对金地楼盘的风格定位、产品偏好深度了解，因此在具体项目执行中，执行效率及成本管控效率较高，故项目毛利率相对较高。

2) “沈阳华润万象府售楼处及大洋房首层、高层样板间外走廊项目软装配饰采购合同”2018 年度毛利率为 53.44%，主要是因沈阳华润万象府为当地标杆项目，定位为别墅系列高端楼盘，合同定价相对较高，故项目毛利率相对较高。

3) “成都新希望锦麟府项目售楼部、样板房及合院软装设计项目深化设计、供货及布展合同”2020 年度毛利率为 22.34%，“重庆香港置地北郡四期 59#独栋别墅样板间设计、安装工程”2019 年度毛利率为 18.23%，上述项目毛利率相对较低，主要系新希望地产和香港置地均为发行人在西南区域重点开拓的重要客户，在项目执行过程中，因甲方要求较高，多次反复调整软装执行方案，同时部分陈设品为进口定制，成本较高，相应毛利率较低。

4) “青岛银丰·玖玺城售楼处软装设计项目配饰工程采购合同”2019 年度毛利率为 21.38%，主要系该项目规模较大，在项目执行过程中，为提高项目执行效率，委托具有专业能力的单位辅助设计，辅助设计费为 129.50 万元，故项目毛利率较低。

（四）补充说明综合毛利率与同行业可比公司比较情况，如存在较大差异，请说明原因及合理性

报告期各期，发行人综合毛利率分别为 50.23%、51.95%、50.05%及 48.94%，总体稳定，年度间略有波动。公司与同行业可比公司综合毛利率比较如下：

可比公司	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
杰恩设计	40.18%	43.79%	51.53%	52.16%
尤安设计	49.85%	49.79%	48.82%	49.64%

霍普股份	48.48%	48.10%	51.87%	52.31%
矩阵股份	48.94%	50.05%	51.95%	50.23%

报告期内，发行人综合毛利率与同行业可比公司相比，不存在较大差异。

2018年、2019年，与杰恩设计相比，发行人综合毛利率不存在重大差异。2020年、2021年1-6月，杰恩设计毛利率有所下降，原因是杰恩设计主要从事商业地产领域的室内设计，2020年以来商业类地产受疫情影响较为严重，其收入出现明显下降，而人员成本等存在一定刚性，因而使得毛利率有所下降。

（五）结合上述情况，进一步量化分析发行人空间设计业务毛利率明显高于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

报告期内，发行人空间设计业务毛利率分别为69.95%、70.03%、68.59%及67.60%，与可比公司毛利率比较情况如下表所示：

可比公司	业务领域	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
集艾室内设计（上海）有限公司	主要从事地产售楼处、样板间等的空间设计	2017年、2018年的毛利率分别为68.23%、67.73%			
矩阵股份	主要从事地产售楼处、样板间等的空间设计	67.60%	68.59%	70.03%	69.95%
杰恩设计	主要从事商业、办公、地铁等领域的室内设计	39.96%	44.72%	53.08%	53.15%
尤安设计	主要从事住宅、公共建筑的建筑方案设计	49.88%	49.79%	48.82%	49.64%
霍普股份	主要从事住宅的建筑方案设计	48.48%	48.10%	51.87%	52.31%

注：集艾室内设计（上海）有限公司是上市公司东易日盛（002713）的控股子公司，东易日盛主要从事家装业务，而集艾室内设计（上海）有限公司所从事的地产售楼处、样板间等空间设计业务与发行人一致。集艾室内设计（上海）有限公司所属的设计板块业务占东易日盛的业务比例较小，其公开资料仅披露了2017年、2018年的业务毛利率。

发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计业务，业务毛利率与相同行业、相同领域的集艾室内设计（上海）有限公司相比，不存在较大差异。

与杰恩设计、尤安设计、霍普股份相比，发行人设计业务毛利率较高，这是发行人所从事的核心业务领域的业态属性以及发行人的业界地位所决定的，具有合理性，具体分析如下：

第一，发行人设计业务毛利率高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，核心

原因是人均收入高

报告期内，发行人设计业务人均指标与杰恩设计、尤安设计、霍普股份的比较情况如下：

单位：万元

可比公司	指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	人均收入	-	46.10	63.92	67.03
	人均成本	-	25.48	29.99	31.41
	毛利率	-	44.72%	53.08%	53.15%
尤安设计	人均收入	-	91.44	88.50	96.39
	人均成本	-	45.91	45.29	48.54
	毛利率	-	49.79%	48.82%	49.64%
霍普股份	人均收入	-	80.35	81.56	93.16
	人均成本	-	41.70	39.24	44.46
	毛利率	-	48.10%	51.87%	52.31%
矩阵股份	人均收入	53.08	124.01	137.81	136.98
	人均成本	17.20	38.95	41.30	41.16
	毛利率	67.60%	68.59%	70.03%	69.95%

注：可比公司数据摘自相关公司年度报告或招股说明书等公开资料

发行人人均成本高于杰恩设计，略低于尤安设计，与霍普股份相当，而人均收入远高于上述可比公司。因此，发行人设计业务毛利率高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，核心原因是人均收入高。

第二，与相同业务领域、同一梯队的设计公司相比，发行人人均收入处于合理范围

发行人主要从事地产售楼处、样板间领域的空间设计业务，在业内具有较高的行业地位与品牌知名度。发行人与相同业务领域、同一梯队的设计公司的人均收入对比情况如下：

可比公司	业界地位	人均收入（万元）
香港郑中设计事务所	2020年：总榜全球第18名，住宅类第5名	103.46
梁志天设计集团	2020年：总榜全球第20名，住宅类第1名	110.36
黄志达设计有限公司	2020年：总榜全球第43名，住宅类第6名	131.05

集艾室内设计（上海）有限公司	2019年：总榜全球第17，住宅类第7	116.35
矩阵股份	2020年：总榜全球第32名，住宅类第2名	报告期内分别为136.98万元、137.81万元、124.01万元、53.08万元

注：以上数据摘自业内权威杂志《Interior Design》、上市公司年报；人均收入按照当年人民币兑美元的均价折算。

发行人与相同业务领域、同一梯队的设计公司相比，人均收入处于合理范围。

第三，发行人设计业务人均收入高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，是发行人所从事的主营业务所属的业态领域以及发行人的业界地位所决定的，具有合理性

1、发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计，与杰恩设计、尤安设计、霍普股份相比，发行人的项目周转率高

发行人主要从事地产售楼处、样板间等领域的空间设计业务，单个设计项目的设计面积相对较小，一般不超过 2,000 平米，设计工期相对较短，通常为 3-4 个月，且人力投入相对较少；尤安设计、霍普股份主要从事住宅、公共建筑领域的建筑方案设计，单个设计项目的设计面积相对较大，一般为几万乃至几十万平米，设计工期相对较长，通常为 6-9 个月，且人力投入相对较多；杰恩设计主要从事商业、办公、轨道交通等领域的室内设计，单个设计项目的设计面积相对较大，一般为几万乃至几十万平米，设计工期相对较长，通常接近一年，对于酒店、办公、轨道交通等领域的部分设计项目，设计工期甚至长达数年，且人力投入相对较多。

因此，与上述可比公司相比，发行人的项目周转率较高，即在相同时间、人力投入下，项目周转频次较高，相应的项目产值规模及产出效率更高。

2、发行人是行业内顶尖的设计公司，设计收费水平较高

发行人主要从事的地产售楼处、样板间领域的空间设计的收费价格为：售楼处 800 元/平米以上，样板间 1,000 元/平米以上。根据中国建筑装饰协会编制的《建筑装饰设计收费标准（2014 年版）》，上述领域的行业收费标准为 300-1,200 元/平米。因此，发行人的设计收费水平处于行业较高水平。

与杰恩设计、尤安设计、霍普股份相比，发行人的设计项目的设计面积较小，但设计单价较高。尤安设计、霍普股份主要从事住宅、公共建筑领域的建筑方案设计，设计单价在 15-30 元/平米，杰恩设计主要从事商业、办公、轨道交通等领域的室内设计，设计单价在 60-220 元/平米。因此，发行人的设计单价显著高于上述可比公司。

3、如前所述，结合发行人项目周转率高、收费水平高的特点，量化分析发行人设计业务人均收入较高的合理性

报告期内，发行人与前述可比公司的主要项目运营指标的对比情况如下：

可比公司	指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	项目周转率：设计工期通常接近一年，部分项目长达数年，项目周转率较低； 设计项目平均合同金额约为 150 万元左右				
	人均收入（万元）	-	46.10	63.92	67.03
尤安设计	人均项目执行数量（个）	-	1.08	1.02	1.03
	在执行项目平均收入确认金额（万元）	-	84.67	86.76	93.58
	人均收入（万元）	-	91.44	88.50	96.39
霍普股份	人均项目执行数量（个）	-	1.01	1.04	0.97
	在执行项目平均收入确认金额（万元）	-	79.55	78.42	96.04
	人均收入（万元）	-	80.35	81.56	93.16
矩阵股份	人均项目执行数量（个）	1.23	2.48	2.61	2.40
	在执行项目平均收入确认金额（万元）	43.00	49.99	52.81	57.13
	人均收入（万元）	53.08	124.01	137.81	136.98

注：上表数据根据相关可比公司公开披露信息整理得到。人均项目执行数量=当年在执行的项目数量/平均设计师人数；在执行项目平均收入确认金额=当年设计业务收入/当年在执行的项目数量；人均收入=人均项目执行数量×在执行项目平均收入确认金额。

与杰恩设计相比：一方面，发行人的项目设计工期通常为 3-4 个月，明显短于杰恩设计，项目周转率为杰恩设计的 3-4 倍，是发行人人均收入高于杰恩设计的核心原因；另一方面，尽管发行人单个设计项目的设计面积较小、但设计单价较高，使得发行人设计项目平均合同金额与杰恩设计差距不大，发行人设计项目平均合同金额约为 100 万元左右，而杰恩设计为 150 万元左右，是发行人的 1.5 倍左右。因此，发行人设计业务人均收入高于杰恩设计、且在杰恩

设计的 2-3 倍左右，具有合理性。

与尤安设计、霍普股份相比：一方面，发行人的人均项目执行数量是尤安设计、霍普股份的 2-3 倍左右，充分体现出发行人的项目周转率较高，是发行人人均收入高于上述公司的核心原因；另一方面，尽管发行人单个设计项目的设计面积较小、但设计单价较高，使得发行人在执行项目的平均收入贡献与尤安设计、霍普股份差距不大，报告期内，发行人在执行项目平均收入确认金额为 50 万元左右，而尤安设计、霍普股份在 75-95 万元左右，是发行人的 1.5-2 倍左右。因此，发行人设计业务人均收入高于尤安设计、霍普股份、且为其 1.5 倍左右，具有合理性。

综上，经过量化分析，发行人设计业务人均收入处于合理区间，毛利高于杰恩设计、尤安设计、霍普股份，具有合理性。

（六）补充说明选取同行业可比公司的具体考虑，未将其他设计类上市公司列为同行业可比公司的原因

发行人主要从事空间设计及软装陈设业务，主要服务的项目类别为住宅地产的售楼处、样板间等空间领域。发行人以创新创意设计能力为核心竞争力，下游客户基本为房地产企业。目前国内 A 股暂无完全可比的同行业上市公司。

发行人选取同行业参照公司，主要考虑发行人与可比公司在细分业务领域、核心竞争能力、下游客户结构等方面的相似性。目前 A 股上市公司中，主要从事建筑领域相关设计业务的公司为：华阳国际、筑博设计、华蓝集团、华图山鼎、杰恩设计、尤安设计、霍普股份。其中，华阳国际、筑博设计、华蓝集团、华图山鼎主要从事建筑全过程设计，业务侧重于施工图等后端设计环节，业务强项是综合服务能力与工程技术能力，下游客户为政府、事业单位、房地产开发商；杰恩设计、尤安设计、霍普股份主要从事建筑方案设计或建筑室内设计，业务侧重于概念方案等原创设计环节，业务强项是创新创意设计能力，下游客户基本为房地产开发商。

因此，杰恩设计、尤安设计、霍普股份与发行人的业务相似性更高，未将其他设计类上市公司列为同行业可比公司具有合理性。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取了发行人的项目周期、收费情况，通过公查阅同行业可比公司的招股说明书、年度报告等公开资料，对比分析发行人与同行业可比公司的项目周转率、客户粘性等；

2、通过查阅同行业可比公司的招股说明书、年度报告等公开资料，对比分析发行人与同行业可比公司细分业务领域对毛利率的影响；

3、获取发行人收入成本明细表，分析主要客户毛利率及综合毛利率波动情况；

4、通过查阅同行业可比公司的招股说明书、年度报告等公开资料，对比分析发行人与同行业可比公司综合毛利率情况；

5、通过了解发行人人均产值、项目执行情况等，对发行人毛利率的合理性进行分析；通过了解发行人所处行业的业务特点、发展情况，并结合可比公司情况，对比分析发行人空间设计业务与同行业可比公司毛利率水平。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、项目周转率对空间设计业务毛利率具有正向影响，发行人设计收费水平较高，并在收费水平更高的情况下保持发行人对客户的粘性，具有合理性；

2、在空间设计业务毛利率显著高于同行业可比公司的情况下，软装陈设业务毛利率与同行业可比公司差异较小，具有合理性；

3、报告期内，与同行业可比公司相比，发行人的综合毛利率处于合理水平，不存在较大差异；

4、报告期内，发行人同一类型项目毛利率总体不存在显著差异，部分项目毛利率偏高或偏低，具有合理原因；

5、发行人空间设计业务毛利率高于同行业可比公司平均水平，具有合理性；

6、发行人选取同行业可比公司的具体考虑具有合理性，未将其他设计类上市公司列为同行业可比公司具有合理原因。

问题 14

14. 关于期间费用。申报材料显示，发行人期间费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用、财务费用。公司 2018 年期间费用率较高，主要系公司在 2018 年确认股份支付金额 23,085.05 万元，计入当期管理费用。扣除该股份支付金额后，公司期间费用金额分别为 3,627.40 万元、5,441.64 万元及 7,656.48 万元，占当期营业收入的比重分别为 12.51%、11.91%及 12.51%。请发行人：

(1) 补充说明报告期内销售人员、管理人员、研发人员的数量和平均薪酬情况，与同行业可比公司比较情况，若存在较大差异，请分析原因及合理性；(2) 补充说明报告期内释相艺术从事摄影服务的成本费用发生情况及其会计处理，发行人与释相艺术是否存在业务往来，相关费用如何结算；(3) 补充说明研发费用中社会中介服务费的含义及其会计处理的合规性，是否存在研发支出资本化、应计入营业成本的支出计入研发项目的情况；(4) 补充说明报告期内计入财务费用中“其他”的保理业务具体情况、涉及的具体资产，相关会计处理的合规性，保理业务是否附有追索权，是否发生过保理业务纠纷；(5) 根据公开资料，尤安设计整体收入规模大于发行人，但发行人解释销售费用率、管理费用率、研发费用率低于同行业可比公司的原因时均提及自身“整体业务收入规模较大”，请核对相关说法的准确性，量化、客观分析发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司的差异及原因与合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并就是否存在关联方或其他第三方为发行人承担成本或代垫费用的情况发表明确意见。

【发行人回复】

(一) 补充说明报告期内销售人员、管理人员、研发人员的数量和平均薪酬情况，与同行业可比公司比较情况，若存在较大差异，请分析原因及合理性

1、报告期内销售人员、管理人员、技术人员的数量和平均薪酬情况

报告期内，发行人销售人员、管理人员、技术人员的数量和平均薪酬如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	平均人数	平均薪酬	平均人数	平均薪酬	平均人数	平均薪酬	平均人数	平均薪酬

	(人)	(万元)	(人)	(万元)	(人)	(万元)	(人)	(万元)
销售人员	50.17	14.90	33.58	30.16	16.58	36.75	10.33	37.95
管理人员	45.83	23.73	29.33	47.27	20.67	46.13	14.25	35.27
技术人员	470.67	13.89	315.25	32.89	227.50	31.96	138.00	34.41

注：由于同行业可比公司仅披露了技术人员（包括研发人员、设计人员）的薪酬、人数情况，出于可比性的考虑，此处以技术人员为口径列举相关数据。

报告期内，发行人业务规模不断扩大，销售人员、管理人员和技术人员的数量持续上升。

2018年至2020年，发行人销售人员的平均薪酬分别为37.95万元、36.75万元、30.16万元，有所下降，主要原因为：报告期内，发行人处于快速扩张阶段，招聘了较多销售助理人员，其起始薪酬水平较低，拉低了销售人员平均薪酬水平。2021年1-6月，发行人销售人员的平均薪酬为14.90万元，总体上处于合理水平。

报告期各期，发行人管理人员的平均薪酬分别为35.27万元、46.13万元、47.27万元，整体呈现上升趋势，主要原因系报告期内，发行人引入了财务总监、董事会秘书等薪酬较高的高管人员，拉高了管理人员平均薪酬。2021年1-6月，发行人管理人员的平均薪酬为23.73万元，总体上处于合理水平。

2018年至2020年，发行人技术人员的平均薪酬分别为34.41万元、31.96万元、32.89万元，有小幅度的波动，但总体上保持在稳定水平；2021年1-6月，技术人员的平均薪酬为13.89万元，总体上处于合理水平。

2、与同行业可比公司比较情况

（1）销售人员平均薪酬

报告期内，发行人与同行业可比公司销售人员的平均薪酬比较如下：

单位：万元

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	-	32.98	31.82	30.15
霍普股份	-	26.82	25.72	37.96

尤安设计	-	25.15	25.45	22.03
平均值	-	28.32	27.66	30.05
矩阵股份	14.90	30.16	36.75	37.95

如上表所示，报告期各期，发行人销售人员的平均薪酬分别为 37.95 万元、36.75 万元、30.16 万元及 14.90 万元，总体处于合理区间，与同行业可比公司不存在较大差异。

(2) 管理人员平均薪酬

报告期内，发行人与同行业可比公司管理人员的平均薪酬比较如下：

单位：万元

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	-	36.84	40.40	24.92
霍普股份	-	48.98	48.86	52.38
尤安设计	-	34.41	34.45	32.20
平均值	-	40.08	41.24	36.50
矩阵股份	23.73	47.27	46.13	35.27

如上表所示，报告期内，发行人管理人员的平均薪酬分别为 34.41 万元、46.13 万元、47.27 万元及 23.73 万元，总体处于合理区间，与同行业可比公司不存在较大差异。

(3) 技术人员平均薪酬

报告期内，发行人与同行业可比公司技术人员的平均薪酬比较如下：

单位：万元

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	-	20.86	24.87	27.33
霍普股份	-	30.32	29.23	35.80
尤安设计	-	35.05	33.76	37.02
平均值	-	28.74	29.29	33.38
矩阵股份	13.89	32.89	31.96	34.41

注：由于同行业可比公司仅披露了技术人员（包括研发人员、设计人员）的薪酬、人数情况，出于可比性的考虑，此处以技术人员为口径列举相关数据。

如上表所示，报告期内，发行人技术人员平均薪酬分别为 34.41 万元、

31.96 万元、32.89 万元以及 13.89 万元，总体处于合理区间，与同行业可比公司不存在较大差异。

（二）补充说明报告期内发行人子公司释相艺术从事摄影服务的成本费用发生情况及其会计处理，发行人与释相艺术是否存在业务往来，相关费用如何结算

报告期内，发行人销售费用中摄影宣传费分别为 185.07 万元、83.18 万元、13.30 万元及 0.67 万元，有所下降，主要原因为：发行人于 2019 年成立子公司释相艺术，专门从事摄影等服务，致使 2019 年、2020 年对外采购的摄影宣传服务有所减少。

2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，释相艺术从事摄影服务的成本费用分别为 205.56 万元、493.55 万元、297.81 万元。在合并报表层面，报告期内，释相艺术发生的相关成本费用计入相应的业务成本。

报告期内，发行人向子公司释相艺术采购摄影服务，2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月的交易金额分别为 172.49 万元、495.63 万元、267.48 万元，发行人与释相艺术在开展业务时会针对具体的项目签订摄影服务合同，相关款项按月或按季结算。

（三）补充说明研发费用中社会中介服务费的含义及其会计处理的合规性，是否存在研发支出资本化、应计入营业成本的支出计入研发项目的情况

报告期内，发行人研发费用中社会中介服务费主要为研发项目的专家咨询费以及专利申请的代理费。根据《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火【2016】195 号）、《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号），研发费用的归集范围中“其他费用”包括技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高新科技研发保险费，研发成果的检索、论证、评审、鉴定、验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费，会议费、差旅费、通讯费等，因此发行人将与研发活动直接相关的社会中介服务费计入研发费用符合政策的规定，相关会计处理具备合规性。

报告期内，发行人不存在研发支出资本化的情况，不存在应计入营业成本

的支出计入研发项目的情况。

（四）补充说明报告期内计入财务费用中“其他”的保理业务具体情况、涉及的具体资产，相关会计处理的合规性，保理业务是否附有追索权，是否发生过保理业务纠纷

1、报告期内计入财务费用中“其他”的保理业务具体情况、涉及的具体资产

报告期内，计入财务费用中“其他”的保理业务，主要系发行人出于加速资金回笼的目的，将应收账款转让予保理机构，相应的手续费计入财务费用，所涉及的具体资产情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	保理机构名称	应收账款余额	保理费用	是否具有追索权
2021 年1-6 月	成都传媒文化置业有限公司	深圳市鹏泰商业保理有限公司	282.14	11.90	否
	成都天府招商轨道城市发展有限公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	20.86	0.82	否
	成都万科天新置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	41.55	1.72	否
	成都越陆置业有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	78.90	4.82	否
	成都招商远康房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	28.04	1.00	是
	成都招商远康房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	18.69	0.66	是
	成都招商远康房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	4.11	0.16	是
	成都中万锦天置业有限公司	深圳市鹏泰商业保理有限公司	11.14	0.44	否
	成都中万锦天置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	11.14	0.47	否
	佛山市南海区万星房地产有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	36.20	1.41	否
	广东省信托房产开发有限公司	中国工商银行股份有限公司深圳罗湖支行	49.62	1.56	否
	贵州昌行房地产开发有限公司	招商财富资产管理有限公司	26.45	1.80	否
	贵州和哲房地产开发有限公司	招商财富资产管理有限公司	28.28	1.93	否

年份	客户名称	保理机构名称	应收账款余额	保理费用	是否具有追索权
	海南天街商业管理有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	29.07	1.59	否
	江苏隽达房地产开发有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	92.66	6.13	否
	昆明同冠房地产开发有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	12.14	0.60	否
	柳州轨道润投置业发展有限公司	润鑫商业保理(天津)有限公司	74.41	4.84	是
	柳州轨道润投置业发展有限公司	润鑫商业保理(天津)有限公司	103.75	6.74	是
	柳州轨道润投置业发展有限公司	润鑫商业保理(天津)有限公司	96.09	6.25	是
	南通万楚房地产有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	14.33	0.58	否
	南通万楚房地产有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	53.66	2.19	否
	南通万楚房地产有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	48.75	2.00	否
	秦皇岛市海洋置业房地产开发有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	24.48	1.21	否
	秦皇岛市海洋置业房地产开发有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	85.20	4.21	否
	秦皇岛市海洋置业房地产开发有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	229.85	10.46	否
	秦皇岛市海洋置业房地产开发有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	42.60	1.94	否
	绍兴金翎置业有限公司	深圳前海融达商业保理有限公司	50.00	4.69	是
	深圳市创勇企业管理有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	57.18	2.85	否
	四川万科眉州置业有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	104.81	4.23	否
	四川智云合顺置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	158.08	6.82	否
	四川智云合顺置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	13.58	0.59	否
	太仓市鑫玖房地产开发有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	70.60	3.12	否
	西安锦谦置业有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	433.88	26.48	否
	西安招航房地产有限公司	中国工商银行深圳蛇口支行	201.70	7.88	否
	西安招航房地产有限公司	中国工商银行深圳蛇口支行	54.44	2.12	否

年份	客户名称	保理机构名称	应收账款余额	保理费用	是否具有追索权
	西安招航房地产有限公司	中国工商银行深圳蛇口支行	58.71	2.29	否
	西安招麟房地产有限公司	中国工商银行深圳蛇口支行	69.43	2.71	否
	西安招麟房地产有限公司	中国工商银行深圳蛇口支行	106.59	4.16	否
	西安招麟房地产有限公司	中国工商银行深圳蛇口支行	2.43	0.10	否
	西安招麟房地产有限公司	中国工商银行深圳蛇口支行	54.51	2.17	否
	徐州硕立房地产开发有限公司	深圳前海融达商业保理有限公司	12.70	1.24	是
	徐州硕立房地产开发有限公司	深圳前海融达商业保理有限公司	16.82	1.62	是
	盐城万悦盐南置业有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	178.80	6.71	否
	盐城万悦盐南置业有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	30.88	1.20	否
	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	59.00	2.43	否
	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	55.00	2.35	否
	云南盛商房地产开发有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	21.75	1.08	否
	云南盛商房地产开发有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	17.40	0.82	否
	中山市长丰创展有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	81.61	4.03	否
	重庆怡置招商房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	16.24	0.58	是
	重庆怡置招商房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	19.88	0.71	是
	重庆怡置招商房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	8.75	0.33	是
	重庆怡置招商房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	24.36	0.90	是
	重庆怡置招商房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	29.82	1.16	是
	重庆长川置业有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	36.90	2.12	否
	重庆招商依城房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	39.82	1.48	是
	重庆招商依城房地产开发有限公司	建信融通有限责任公司	38.92	1.46	是

年份	客户名称	保理机构名称	应收账款余额	保理费用	是否具有追索权
	合计		3,668.72	177.86	-
2020年度	毕节正罡置业有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	60.20	3.43	否
	毕节正罡置业有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	37.63	2.71	否
	成都昌谦房地产开发有限公司	深圳联合保理有限公司	7.00	0.49	否
	成都绿城都会房地产开发有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	57.00	3.03	否
	成都万川置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	84.69	4.21	否
	成都万华锦新置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	77.68	3.93	否
	成都万华锦新置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	18.13	0.85	否
	成都万华锦新置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	18.13	0.94	否
	成都万科川府置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	26.48	0.92	否
	成都万科南城置业有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	72.12	3.77	否
	成都万科蓉丰置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	77.68	3.86	否
	成都中万锦天置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	103.08	4.60	否
	成都中万锦天置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	11.14	0.38	否
	成都中万锦天置业有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	8.38	0.28	否
	佛冈中意置业有限责任公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	13.00	1.04	否
	佛冈中意置业有限责任公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	10.96	0.88	否
	佛山市时代冠恒房地产开发有限公司	声赫（深圳）商业保理有限公司	17.70	1.42	否
	广东省信托房产开发有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	89.32	3.91	否
	贵州昌行房地产开发有限公司	招商财富-金源招旭2号单一资产管理计划	138.80	9.54	否
	合肥光煜房地产开发有限公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	104.44	7.83	否
合肥荣丰房地产开发有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	46.81	2.81	否	

年份	客户名称	保理机构名称	应收账款余额	保理费用	是否具有追索权
	河南和羽置业有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	179.00	12.53	否
	济南泉意置业有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	62.40	3.27	否
	青岛锦昊嘉辉置业有限公司	北京一方商业保理有限公司	22.95	1.09	否
	陕西万怡置业有限公司	深圳市前海融通商业保理有限公司	82.50	6.33	否
	深圳市创勇企业管理有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	80.77	3.44	否
	四川智云合顺置业有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	116.72	4.14	否
	四川智云合顺置业有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	13.58	0.63	否
	太仓市鑫玖房地产开发有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	247.10	13.92	否
	太原旭凰房地产开发有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	6.74	0.43	否
	太原旭凰房地产开发有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	5.71	0.40	否
	太原旭凰房地产开发有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	4.04	0.28	否
	天津瑞和置业有限公司	江铜国际商业保理有限责任公司	15.51	0.93	否
	天津兴泰吉昌置业有限公司	深圳联合保理有限公司	8.53	0.51	否
	天津兴泰吉昌置业有限公司	深圳联合保理有限公司	1.15	0.07	否
	万科中西部城镇建设发展有限公司	深圳市柏霖汇商业保理有限公司	13.35	0.60	否
	无锡兴卓置业有限公司	招商财富-金源招旭1号单一资产管理计划	108.23	7.44	否
	武汉盛全置业有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	60.72	4.22	否
	西安锦谦置业有限公司	深圳市前海平裕商业保理有限公司	260.66	15.91	否
	西安招航房地产有限公司	中国工商银行深圳蛇口支行	108.89	4.19	否
	西昌月亮之上旅游发展有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	233.18	12.59	否
	西昌月亮之上旅游发展有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	53.39	1.79	否
	西咸新区绿城颐观房地产有限公司	深圳市前海融通商业保理有限公司	224.07	16.42	否

年份	客户名称	保理机构名称	应收账款余额	保理费用	是否具有追索权
	咸宁奥华置业发展有限公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	89.98	6.33	否
	徐州美彰房地产开发有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	73.88	5.17	否
	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	295.80	12.88	否
	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	深圳银泰保理有限公司	95.80	1.03	否
	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	200.00	12.48	否
	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	61.32	4.15	否
	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	46.00	2.17	否
	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	40.00	1.75	否
	云南澄江老鹰地旅游度假村有限公司	深圳银泰保理有限公司	20.00	0.96	否
	长沙正泽置业有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	46.33	2.78	否
	郑州隆瑞置业有限公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	58.30	1.98	否
	郑州隆瑞置业有限公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	39.25	1.33	否
	重庆华葡房地产开发有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	84.31	4.01	否
	柳州轨道润投置业发展有限公司	华润融资租赁有限公司	270.08	17.56	是
	柳州轨道润投置业发展有限公司	华润融资租赁有限公司	57.04	3.71	是
	柳州轨道润投置业发展有限公司	华润融资租赁有限公司	116.78	7.59	是
	柳州轨道润投置业发展有限公司	润鑫商业保理(天津)有限公司	88.84	5.77	是
		合计		4,673.24	263.60
2019年度	佛山市时代冠恒房地产开发有限公司	前海结算商业保理(深圳)有限公司	169.80	13.58	否
	成都绿城都会房地产开发有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	131.50	6.42	否
	宁波和发置业有限公司	深圳联合保理有限公司	134.70	12.39	否
	合肥金郡房地产开发有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	69.60	3.80	否
	佛山市时代冠恒房地产开	前海结算商业保理(深	67.92	5.43	否

年份	客户名称	保理机构名称	应收账款余额	保理费用	是否具有追索权
	发有限公司	圳)有限公司			
	杭州绿城东和置业有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	61.32	2.99	否
	遵义葳骏房地产开发有限公司	重庆市金科商业保理有限公司	62.16	5.10	否
	重庆金碧茂置业有限公司	中化商业保理有限公司	41.32	3.29	否
	成都绿城都会房地产开发有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	38.00	1.99	否
	重庆金碧茂置业有限公司	中化商业保理有限公司	35.18	2.80	否
	安顺金科澳维房地产开发有限公司	重庆市金科商业保理有限公司	32.07	2.63	否
	安顺金科澳维房地产开发有限公司	重庆市金科商业保理有限公司	30.09	2.47	否
	沈阳昌胜置业有限公司	深圳联合保理有限公司	22.02	1.54	否
	遵义葳骏房地产开发有限公司	重庆市金科商业保理有限公司	20.05	1.64	否
	佛冈中意置业有限责任公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	20.00	1.60	否
	遵义葳骏房地产开发有限公司	重庆市金科商业保理有限公司	18.80	1.54	否
	成都万华锦新置业有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	18.13	0.99	否
	佛冈中意置业有限责任公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	11.20	0.90	否
	佛冈中意置业有限责任公司	深圳前海联易融商业保理有限公司	8.80	0.70	否
	合计		992.65	71.81	-
2018年度	新疆中万火炬房地产开发有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	284.96	18.92	否
	重庆金碧茂置业有限公司	中化商业保理有限公司	261.60	23.10	否
	天津市淀兴房地产开发有限公司	逸锟商业保理(天津)有限公司	188.00	19.74	否
	肇庆市鼎泰房地产有限公司	逸锟商业保理(天津)有限公司	63.00	6.62	否
	天津新城创置房地产开发有限公司	逸锟商业保理(天津)有限公司	63.00	6.62	否
	杭州绿城东和置业有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	41.70	2.75	否
	秦皇岛市远豪房地产开发有限公司	深圳前海联捷商业保理有限公司	38.64	2.76	否
	成都绿城都会房地产开发	深圳市前海一方恒融商	38.00	2.49	否

年份	客户名称	保理机构名称	应收账款余额	保理费用	是否具有追索权
	有限公司	业保理有限公司			
	新疆中万火炬房地产开发有限公司	深圳市前海一方商业保理有限公司	30.00	1.92	否
	杭州绿城东和置业有限公司	深圳市前海一方恒融商业保理有限公司	27.80	1.78	否
	重庆鼎茂置业有限公司	中化商业保理有限公司	26.15	0.95	否
	成都新希望置业有限公司	新希望（天津）商业保理有限公司	2.94	0.21	否
	合计		1,065.78	87.84	-

2、报告期内发行人对保理业务的会计处理具备合规性

根据《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》第五条的规定：“金融资产终止确认，是指企业将之前确认的金融资产从其资产负债表中予以转出。金融资产满足下列条件之一的，应当终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且该转移满足本准则关于终止确认的规定。”

报告期内，根据应收账款是否具有追索权，发行人对保理业务分别进行不同的会计处理。对于无追索权的保理业务，在保理合同生效日，发行人不再拥有相应的应收账款的收款权利，且保理机构等应收账款受让方无追索权，发行人对该部分应收账款终止确认，并将收到的保理款项与应收账款的差额确认为财务费用。对于附有追索权的保理业务，发行人在保理合同生效日未终止确认应收账款，并将取得的保理款项作为负债核算。

综上，报告期内发行人针对保理业务的会计处理具备合规性。

2、保理业务是否附有追索权，是否发生过保理业务纠纷

报告期内，发行人有部分保理业务附有追索权，具体情况参见本文审核问询函回复“问题 14”之“（四）补充说明报告期内计入财务费用中“其他”的保理业务具体情况、涉及的具体资产，相关会计处理的合规性，保理业务是否附有追索权，是否发生过保理业务纠纷”之“1、报告期内计入财务费用中“其他”的保理业务具体情况、涉及的具体资产”，报告期内，发行人未发生过保理业务纠纷。

（五）根据公开资料，尤安设计整体收入规模大于发行人，但发行人解释销售费用率、管理费用率、研发费用率低于同行业可比公司的原因时均提及自身“整体业务收入规模较大”，请核对相关说法的准确性，量化、客观分析发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司的差异及原因与合理性

发行人解释销售费用率、管理费用率、研发费用率低于同行业可比公司的原因时均提及：“软装陈设业务涉及陈设品的采购、布置、交付等，因而整体业务收入规模较大”。上述表述的合理性分析如下：

第一，在提供相同设计价值的情况下，相比于“纯设计类业务”，软装陈设业务的整体业务收入规模更大

发行人营业收入主要来自于空间设计业务、软装陈设业务，其中，空间设计业务与同行业可比公司杰恩设计、尤安设计、霍普股份的主营业务相类似，基本为“纯设计类业务”，而软装陈设业务有所不同。软装陈设业务除提供设计服务外，同时包含陈设品的采购、布置、交付，进而形成完整的软装空间成果交付客户。因此，在提供相同设计价值的情况下，相比于“纯设计类业务”，软装陈设业务的整体业务收入规模更大；

第二，相比于“纯设计类业务”，软装陈设业务尽管收入规模更大，但相应的额外费用投入不高

软装陈设业务的核心竞争力与核心价值是软装空间的创新创意设计能力，发行人根据客户需求、结合软装空间的设计方案，仅对陈设品进行采购、布置、交付，而不是生产、制造，因而相应的费用投入不高，具体而言：

其一，销售费用方面，在业务获取过程中，客户看中认可的是发行人在软装领域的设计能力，而不是陈设品生产、制造能力，与此同时，客户考虑到软装陈设品的选购与软装设计方案高度关联、且种类较多，出于便利性考虑委托发行人一并完成。因此，陈设品采购、布置、交付对应的业务收入，是依托于发行人提供的设计价值的基础上产生的增量业务收入，发行人无需针对该部分收入额外投入销售费用或投入有限。

其二，管理费用方面，软装陈设业务与“纯设计类业务”相似，均以业务项目为载体，下游行业与客户群体、项目运营模式等均具有相似性，因此，在企业战略管理以及人力资源、财务、运营、行政等内部管理方式方面均高度相似。如前所述，陈设品采购、布置、交付对应的业务收入，是依托于发行人提供的设计价值的基础上产生的增量业务收入，发行人针对该部分收入发生的额外管理投入有限。

其三，研发费用方面，发行人以创新创意设计为核心竞争力，研发的目标领域主要针对具体设计技术、设计方法与设计手段，而不是针对陈设品的采购、布置、交付。

综上，相比于同行业可比公司的“纯设计类业务”，发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率相对略低，具有合理性。

为了更为清晰的披露发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司的差异原因，发行人在招股说明书中，将原表述“软装陈设业务涉及陈设品的采购、布置、交付等，因而整体业务收入规模较大”修订为：“软装陈设业务涉及陈设品的采购、布置、交付等，**该部分业务是依托于发行人提供的设计价值的基础上产生的增量业务收入，且发行人无需针对该部分收入额外投入费用或投入有限**”。

为了更好的满足与同行业“纯设计类业务”公司的可比性，发行人软装陈设业务收入以“软装陈设业务收入-陈设品采购成本-陈设品运输搬运支出”后的“软装陈设业务净收入”为口径进行模拟测算、量化分析，具体如下：

1、发行人销售费用率与同行业可比公司的比较情况

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	3.42%	4.54%	4.68%	5.41%
尤安设计	1.52%	1.86%	2.09%	2.24%
霍普股份	4.26%	4.17%	4.99%	5.37%
矩阵股份	3.23%	3.07%	2.70%	3.16%
矩阵股份（模拟测算）	4.64%	4.43%	3.80%	4.65%

报告期各期，发行人经模拟测算的销售费用率分别为 4.65%、3.80%、

4.43%和 4.64%，与同行业可比公司相比，总体处于合理区间，不存在显著差异。

2、发行人管理费用率与同行业可比公司的比较情况

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计（剔除股份支付）	13.10%	14.17%	10.97%	9.65%
尤安设计（剔除股份支付）	6.78%	5.78%	6.49%	5.97%
霍普股份（剔除股份支付）	6.33%	7.47%	7.94%	8.34%
矩阵股份（剔除股份支付）	4.98%	4.72%	4.46%	3.45%
矩阵股份（剔除股份支付后模拟测算）	7.17%	6.81%	6.28%	5.08%

报告期内，发行人经模拟测算的管理费用率分别为 5.08%、6.28%、6.81% 和 7.17%，与同行业可比公司相比，2018 年与 2019 年，发行人模拟测算的管理费用率偏低，主要原因系报告期初，公司整体管理团队架构较为简单，人数较少。报告期内，公司强化管理，先后充实管理团队，引入了财务总监、董秘等高管人员，团队迅速扩充。而同行业可比公司报告期期初已经是上市公司或曾经为新三板公司，管理团队本身较为健全，因而相应薪酬支出较高，管理费用率较高。

3、发行人研发费用率与同行业可比公司的比较情况

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
杰恩设计	2.74%	5.43%	5.03%	5.27%
尤安设计	4.60%	4.92%	5.28%	6.08%
霍普股份	5.97%	6.25%	7.52%	8.49%
矩阵股份	3.51%	4.25%	4.34%	5.34%
矩阵股份（模拟测算）	5.05%	6.13%	6.11%	7.86%

报告期各期，发行人模拟测算的研发费用率分别为 7.86%、6.11%、6.13% 和 5.05%，与同行业可比公司相比，总体处于合理区间，不存在显著差异。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了发行人员工花名册，核实成本费用中的职工薪酬工资、社保及公积金是否与账面一致；分析不同类别员工人数、平均薪酬变动的原因，通过招股书、年报获取可比公司平均薪酬数据，与发行人的薪酬进行比较，分析是否存在差异以及差异的原因；

2、查阅了发行人子公司释相艺术的财务报表，向财务人员和业务人员了解发行人与释相艺术的业务往来情况；

3、查阅了发行人研发费用中社会中介服务费有关的合同，分析了其计入研发费用的合理性，了解发行人于研发费用的会计核算方法，是否存在研发支出资本化情形，关注研发费用的归集与核算是否符合《企业会计准则》；

4、获取保理合同等相关资料，检查与保理业务相关的应收账款对应的实际收款银行流水凭证，分析了发行人保理业务的处理是否符合《企业会计准则》，查阅了保理合同确认相关保理业务是否有追索权，向财务人员了解发行人在报告期内是否存在保理业务纠纷；

5、模拟测算了发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率，并与同行业可比公司进行对比，分析了差异的原因以及合理性；

6、获取了发行人控股股东、实际控制人、董监高及出纳人员报告期内的个人银行流水，关注是否存在关联方或其他第三方为发行人承担成本或代垫费用的情况。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、报告期内发行人销售人员、管理人员和研发人员的数量与平均薪酬变动与发行人实际经营情况相匹配，与同行业可比公司相比不存在较大差异；

2、发行人子公司释相艺术的成本费用发生情况已列示，相关会计处理合规，

发行人与释相艺术存在业务往来，相关款项定期结算；

3、发行人研发费用中社会中介服务费用的会计处理具备合规性，报告期内，发行人不存在研发支出资本化的情况、亦不存在应计入营业成本的支出计入研发项目的情况；

4、报告期内计入财务费用中“其他”的保理业务具体情况、涉及的具体资产已经列示，相关会计处理具备合规性，报告期内，发行人部分保理业务附有追索权，未发生过保理业务纠纷；

5、发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司相比不存在重大差异，管理费用率略低，具有合理原因；

6、报告期内，不存在通过关联方或其他第三方为发行人承担成本或代垫费用的情况。

问题 15

15. 关于应收账款和应收票据。申报材料显示：（1）2019 年末至 2020 年末，公司应收票据的账面价值分别 433.27 万元和 957.76 万元，2018 年公司未有应收票据。公司应收票据由银行承兑汇票和商业承兑汇票构成，占当期营业收入比例较低。（2）报告期各期末，公司应收账款（含合同资产）余额分别为 6,625.58 万元、9,780.08 万元及 16,194.58 万元，占营业收入的比例分别为 22.85%、21.41%及 26.45%。（3）报告期内，公司账龄在 1 年以内的应收账款占比分别为 96.41%、74.45%、76.43%。（4）2020 年末，公司存在合同资产，账面价值为 1,764.56 万元，系 2020 年适用新会计准则规定，确认公司软装陈设业务应收取的质保金款项。请发行人：（1）按照空间设计业务、软装陈设业务，补充说明应收账款构成情况并分析变动原因，与对应业务收入是否匹配；（2）补充说明报告期内公司账龄在 1 年以内的应收账款占比呈下降趋势的原因及合理性，公司账龄结构与同行业可比公司比较情况，信用政策是否发生重大变化或调整及原因，账龄在 1 年以上应收账款的具体情况；（3）补充说明报告期各期末应收账款至及反馈意见回复日的回款金额及比例，与同行业可比公司应收账款期后回款金额占比的比较情况，是否存在回款障碍；（4）补充说明应收账

款是否存在账龄较长、回收风险较大的情形，应收账款对象中是否存在资金链紧张的房地产企业，如存在，请说明涉及的应收账款金额、占比、坏账准备计提是否充分及发行人的应对措施；（5）结合上述情况及房企融资政策，进一步补充说明发行人所面临的房地产行业调控风险、应收账款坏账损失风险，相关风险提示是否充分，坏账准备计提是否充分；（6）补充说明报告期内应收票据逾期的具体情况，商业承兑汇票是否存在承兑风险，应收票据坏账准备计提是否充分，是否存在转让、背书或贴现情形；（7）补充说明将质保金确认为合同资产是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明各期末应收账款的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例、函证是否存在差异及处理意见，并发表明确意见。

【发行人回复】

（一）按照空间设计业务、软装陈设业务，补充说明应收账款构成情况并分析变动原因，与对应业务收入是否匹配

报告期内，发行人应收账款（含合同资产）余额与营业收入构成情况如下：

单位：万元

业务类别	2021年6月30日 /2021年1-6月		2020年12月31日 /2020年度		2019年12月31日 /2019年度		2018年12月31日 /2018年度	
	应收账款 (含合同 资产)余 额	营业收入	应收账款 (含合同 资产)余 额	营业收入	应收账款 (含合同 资产)余 额	营业收入	应收账款 (含合同 资产)余 额	营业收入
空间设计 业务	9,541.78	16,340.30	6,862.12	26,144.70	4,048.31	21,177.14	2,700.74	12,396.26
软装陈设 业务	11,431.20	21,440.87	9,326.59	34,360.14	5,723.42	24,210.14	3,924.84	16,571.64
其他业务	27.56	376.13	5.87	714.81	8.35	286.97	-	23.50
合计	21,000.55	38,157.29	16,194.58	61,219.65	9,780.08	45,674.24	6,625.58	28,991.40

1、空间设计业务的应收账款（含合同资产）余额情况

2018年末至2019年末，空间设计业务的应收账款（含合同资产）余额从2,700.74万元增加至4,048.31万元，增幅为49.90%，同期空间设计业务收入增幅为70.83%，趋势保持一致，空间设计业务的应收账款（含合同资产）余额随

着业务收入的增长而有所上升。

2019 年末至 2020 年末，空间设计业务的应收账款（含合同资产）余额从 4,048.31 万元增加至 6,862.12 万元，增幅为 69.51%，主要原因为：第一，空间设计业务收入的同步增长带动。2019 年至 2020 年，空间设计业务的收入增幅为 23.46%；第二，发行人下游客户基本为房地产企业，报告期内，随着房地产行业调控政策的持续深化，房地产行业融资渠道持续趋紧、监管趋严、融资成本进一步上升，叠加 2020 年以来的疫情影响，使得房地产企业生产经营受一定影响，资金面趋紧，付款进度有所放缓，使得发行人销售回款有所放缓，应收账款增幅较大。

2021 年 6 月末，空间设计业务的应收账款（含合同资产）为 9,541.78 万元，同期空间设计业务收入为 16,340.30 万元，总体上处于合理水平。

2、软装陈设业务的应收账款（含合同资产）余额情况

2018 年末至 2019 年末，软装陈设业务的应收账款（含合同资产）余额从 3,924.84 万元增加至 5,723.42 万元，增幅为 45.83%，同期软装陈设业务收入增幅为 46.09%，趋势保持一致，软装陈设业务的应收账款（含合同资产）余额随着业务收入的增长而有所上升。

2019 年末至 2020 年末，软装陈设业务的应收账款（含合同资产）余额从 5,723.42 万元增加至 9,326.59 万元，增幅为 62.95%，主要原因为：第一，软装陈设业务收入的同步增长带动。2019 年至 2020 年，软装陈设业务的收入增幅为 41.92%；第二，发行人下游客户基本为房地产企业，报告期内，随着房地产行业调控政策的持续深化，房地产行业融资渠道持续趋紧、监管趋严、融资成本进一步上升，叠加 2020 年以来的疫情影响，使得房地产企业生产经营受一定影响，资金面趋紧，付款进度有所放缓，使得发行人销售回款有所放缓，应收账款增幅较大。

2021 年 6 月末，软装陈设业务的应收账款（含合同资产）为 11,431.20 万元，同期软装陈设业务收入为 21,440.87 万元，总体上处于合理水平。

综上，报告期内，发行人空间设计业务、软装陈设业务的应收账款（含合同资产）的变动具有合理原因，与对应业务收入、行业情况等因素相匹配。

（二）补充说明报告期内公司账龄在 1 年以内的应收账款占比呈下降趋势的原因及合理性，公司账龄结构与同行业可比公司比较情况，信用政策是否发生重大变化或调整及原因，账龄在 1 年以上应收账款的具体情况

1、报告期内发行人账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比呈下降趋势的原因及合理性

报告期内，发行人账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比分别为 96.41%、74.45%、79.00%、78.97%，整体呈现下降趋势，主要原因为：发行人下游客户基本为房地产企业，报告期内，随着房地产行业调控政策的持续深化，房地产行业融资渠道持续趋紧、监管趋严、融资成本进一步上升，以及 2020 年以来受疫情影响，房地产企业生产经营受一定影响，复工复产时间较晚、内部资金付款审批有所放缓，使得发行人销售回款有所放缓，账龄结构拉长，进而使得发行人账龄在 1 年以内的应收账款占比有所下降。

报告期内，发行人与同行业可比公司的账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比的比较情况如下：

公司名称	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
杰恩设计	47.55%	49.70%	62.75%	69.51%
尤安设计	66.31%	63.37%	62.32%	60.28%
霍普股份	73.99%	75.75%	83.00%	94.01%
矩阵股份	78.97%	79.00%	74.45%	96.41%

注：杰恩设计未披露 2020 年 12 月 31 日、2021 年 6 月 30 日合同资产的账龄情况，故列示其应收账款账龄结构情况。

报告期各期，杰恩设计、霍普股份的账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比均呈现下降趋势，尤安设计的账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比整体偏低，总体稳定，发行人的账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比的变化趋势与同行业可比公司相比，不存在重大差异。

综上，报告期内发行人账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比呈

下降趋势，具有合理性。

2、公司账龄结构与同行业可比公司比较情况

报告期内，发行人与同行业可比公司的账龄结构的比较情况如下：

公司名称	账龄	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
杰恩设计	一年以内	47.55%	49.70%	62.75%	69.51%
	一年以上	52.45%	61.96%	37.25%	30.49%
尤安设计	一年以内	66.31%	63.37%	62.32%	60.28%
	一年以上	33.69%	36.63%	37.68%	39.72%
霍普股份	一年以内	73.99%	75.75%	83.00%	94.01%
	一年以上	26.01%	24.25%	17.00%	5.99%
矩阵股份	一年以内	78.97%	79.00%	74.45%	96.41%
	一年以上	21.03%	21.00%	25.55%	3.59%

注：杰恩设计未披露 2020 年 12 月 31 日、2021 年 6 月 30 日合同资产的账龄情况，故列示其应收账款账龄结构情况。

与同行业可比公司相比：第一，报告期各期，杰恩设计、霍普股份的账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比均呈现下降趋势，尤安设计的账龄在 1 年以内的应收账款占比总体稳定，发行人的账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比的变动趋势与同行业可比公司相比，不存在重大差异；第二，与同行业可比公司相比，发行人的账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比较高，账龄结构较好。

3、信用政策是否发生重大变化或调整及原因

报告期内，发行人信用政策未发生重大变化或调整。

4、账龄在 1 年以上应收账款（含合同资产）的具体情况

截止至 2021 年 6 月末，发行人账龄在 1 年以上应收账款（含合同资产）的主要客户如下：

单位：万元

序号	客户名称	金额	占比
1	蓝光发展	245.51	5.56%

2	新城控股	227.22	5.14%
3	温州万誉置业有限公司	166.18	3.76%
4	华润置地	165.92	3.76%
5	迪马股份	151.44	3.43%
合计		956.27	21.65%

该等客户应收账款账龄相对较长，主要原因为：第一，报告期内，随着房地产行业调控政策的持续深化，房地产行业融资渠道持续趋紧、监管趋严、融资成本进一步上升，融资渠道进一步受限，导致房地产开发商资金紧张，支付能力下降，一定程度上影响了部分地产商对于上游供应商的回款能力；第二，2020年以来，房地产行业受疫情冲击，生产经营受到一定影响，进一步使得其回款周期有所延长。

（三）补充说明报告期各期末应收账款至及反馈意见回复日的回款金额及比例，与同行业可比公司应收账款期后回款金额占比的比较情况，是否存在回款障碍

报告期各期末发行人应收账款（含合同资产）期后回收情况如下：

单位：万元

账龄	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
应收账款（含合同资产）余额	21,000.55	16,194.58	9,780.08	6,625.58
期后回款金额	4,352.71	6,458.31	6,166.62	5,170.58
占比	20.73%	39.88%	63.05%	78.04%

注：回款统计截至2021年9月末。

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

公司名称	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
霍普股份（截止2021年2月末）	-	8.22%	66.94%	81.97%
尤安设计（截止2021年3月19日）	-	13.22%	53.76%	76.48%
矩阵股份（截止2021年9月末）	20.73%	39.88%	63.05%	78.04%

注：杰恩设计未披露期后回款数据。

报告期各期，发行人应收账款期后回款情况与同行业可比公司相比，不存在较大差异，应收账款期后回款情况符合行业情况，不存在重大回款障碍。

（四）补充说明应收账款是否存在账龄较长、回收风险较大的情形，应收账款对象中是否存在资金链紧张的房地产企业，如存在，请说明涉及的应收账款金额、占比、坏账准备计提是否充分及发行人的应对措施

截止 2021 年 6 月末，发行人账龄在 1 年以上应收账款（含合同资产）的金额为 4,416.69 万元，占比为 21.03%，总体占比较小，符合行业特点。

房地产行业为资金密集型行业，房地产开发企业通常存在资产负债率高，短期偿债压力较大的特点，资金链紧张是很多房地产开发企业都会遇到的情形。但总体看来，报告期内，发行人主要客户经营情况正常，资信情况良好，资金状况及偿债能力总体保持稳定，符合行业特性，未出现资金链及信用情况严重恶化的情形，亦不存在明显偿债风险。

根据公开市场信息，报告期内，发行人的客户中，蓝光发展、泰禾集团、中国恒大、华夏幸福、泛海控股曾存在债务违约的情形，在其集团层面出现资金周转困难的迹象。截止2021年6月末，上述客户涉及的相关应收账款情况如下：

单位：万元

客户名称	应收账款余额（含合同资产）	占比	期后回款金额	账龄				坏账准备计提金额
				0-1年	1-2年	2-3年	3-4年	
蓝光发展 (600466.SH)	282.38	1.34%	-	36.86	102.35	118.36	24.80	282.38
泰禾集团 (000732.SZ)	18.10	0.09%	-	-	18.10	-	-	18.10
中国恒大 (03333.HK)	45.36	0.22%	-	-	-	-	45.36	45.36
华夏幸福 (600340.SH)	-	0.00%	-	-	-	-	-	-
泛海控股 (000046.SZ)	36.73	0.17%	36.73	36.73	-	-	-	1.84
合计	382.57	1.82%	36.73	73.60	120.45	118.36	70.16	347.67

注：期后回款统计截至 2021 年 9 月末。

截止至2021年6月末，发行人对上述客户的应收账款余额及占比相对较小。发行人出于谨慎性原则，对于上述应收款项期后尚未收回的部分，全额计提了坏账准备，计提充分、谨慎。

针对上述情况，发行人的应对措施包括：第一，对客户的资信情况、还款安排进行密切跟踪、积极沟通，最大限度的争取尽早收回应收款项；第二，审慎评估相应回款风险，进行风险提示，并进行相应会计处理。

（五）结合上述情况及房企融资政策，进一步补充说明发行人所面临的房地产行业调控风险、应收账款坏账损失风险，相关风险提示是否充分，坏账准备计提是否充分

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”补充披露如下：

“三、经营风险”之“（三）房地产行业调控的风险”：

“公司所属的空间设计与软装陈设行业与房地产行业密切相关。房地产行业具有一定的周期性，受宏观经济形势、产业政策调控影响明显。近年来，我国政府对房地产行业出台了一系列调控政策，如 2018 年 4 月央行、银保监会、证监会、外汇局联合发布《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（“资管新规”），2019 年 5 月银保监会发布《关于开展“巩固治乱象成果 促进合规建设”工作的通知》（“23 号文”）以及 2020 年 8 月监管部门出台的对房地产企业融资设置“三道红线”的融资新规，上述政策从限制房地产企业融资规模、限制房企有息负债规模增长速度、增加保障性住房和普通商品住房有效供给、抑制投资投机性购房需求、促进供应土地的及时开发利用等多个方面进行调控。同时，政府推出的限购、提高交易税费等短期调控政策，也直接影响了商品住宅的短期需求，一定程度上造成了房地产市场成交量的下降。未来，若政府进一步加大对房地产市场调控，可能导致房地产开发企业调整长期经营部署、减少土地投资、推迟项目开发、延长付款周期、增加融资难度，会对公司业务发展、经营业绩、盈利能力、应收账款回款形成不利影响。

房地产行业为资金密集型行业，房地产开发企业通常存在资产负债率高、短期偿债压力较大的特点，资金链紧张是行业普遍情形。经公开市场查询，出

现债务违约的房地产客户主要包括蓝光发展、华夏幸福、中国恒大、泰禾集团、泛海控股等，报告期内，公司对该等客户销售收入为 1,398.46 万元，累计回款 1,137.06 万元，随着房地产调控政策的持续深化，若公司主要客户出现资金链断裂、债务违约等负面事项，将对公司业务发展、应收账款回收形成不利影响。”

“五、财务风险”之“（四）应收账款坏账的风险”：

“报告期各期末，公司应收账款（含合同资产）余额分别为 6,625.58 万元、9,780.08 万元、16,194.58 万元和 21,000.55 万元，总体上因公司业务规模的扩大而有所增加。公司下游客户主要为全国性、跨区域经营的大型地产企业，如果该等客户受宏观经济波动、房地产行业调控政策或者自身经营管理等因素影响，导致实际不能或不能如期支付公司的应收款项，则公司将面临因应收账款余额（含合同资产）增加而引致的营运资金周转及坏账损失风险。同时，报告期内，公司账龄在 1 年以内的应收账款占比呈下降趋势，账龄在 1 年以上的应收账款占比有所上升，账龄结构有所拉长。截止 2021 年 6 月末，公司账龄在 1 年以上应收账款（含合同资产）的金额为 4,416.69 万元，占比 21.03%，该等应收账款（含合同资产）的账龄相对较长，存在一定回款风险。同时，经公开市场查询，出现债务违约的房地产客户主要包括蓝光发展、华夏幸福、中国恒大、泰禾集团、泛海控股等，报告期内，发行人对该等客户销售收入为 1,398.46 万元，累计回款 1,137.06 万元，未回款金额为 261.40 万元，该等应收账款存在相对较高的回款风险。”

综上，发行人已在招股说明书中充分披露了有关风险，上述相关风险提示充分。

报告期内，发行人相关坏账准备计提充分，原因为：第一，报告期内，发行人坏账计提比例与同行业可比公司不存较大差异，坏账计提比例谨慎、合理。第二，发行人主要客户经营情况正常，资信情况良好，资金状况及偿债能力总体保持稳定，符合行业特性，未出现资金链及信用情况严重恶化的情形，亦不存在明显偿债风险。第三，发行人针对曾存在公开市场债务违约的客户蓝光发

展、华夏幸福、中国恒大、泰禾集团，全额计提了坏账准备，计提充分、谨慎。综上，发行人主要应收账款回收风险较小，坏账准备计提充分。

（六）补充说明报告期内应收票据逾期的具体情况，商业承兑汇票是否存在承兑风险，应收票据坏账准备计提是否充分，是否存在转让、背书或贴现情形

报告期内，发行人发生逾期的应收票据均为商业承兑汇票，逾期的具体情况如下：

出票人	票据金额 (万元)	出票日	到期日
湖南梦东方文化发展有限公司	76.65	2019-01-15	2020-01-14
		2020-01-16	2020-07-16
湖南梦东方文化发展有限公司	3.83	2020-01-17	2020-07-17

截止目前，上述商业承兑汇票仍未兑付，存在一定承兑风险。但是，上述发生逾期的应收票据整体金额较小，对发行人财务状况不构成重大影响。

报告期内，针对商业承兑汇票，发行人按照与应收账款类似的信用风险特征（账龄）进行坏账计提，并按照账龄连续计算的原则计提坏账准备，相应坏账准备计提充分。针对上述逾期商业承兑汇票，发行人已将其转入应收账款核算，并按照账龄连续计算的原则计提坏账准备，相应坏账准备计提充分。

报告期内，发行人不存在应收票据转让、背书或贴现情形。

（七）补充说明将质保金确认为合同资产是否符合《企业会计准则》规定

根据《企业会计准则第14号—收入》相关规定：企业应当根据本企业履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。企业拥有的、无条件（即，仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利应当作为应收款项单独列示。合同资产，是指企业已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素。

发行人软装陈设业务在履行完合同约定的履约义务后，经客户验收合格后，取得客户出具的确认文件，并交付给客户，控制权实现转移，并根据应收合同金额全额（预期有权收取的对价金额）确认收入。发行人将拥有的、无条件向

客户收取对价的权利作为应收账款列示，将拥有的、有条件向客户收取对价的权利（提供免费的质保义务）作为合同资产列示。

因此，发行人将质保金确认为合同资产符合《企业会计准则》规定。

（八）各期末应收账款的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例、函证是否存在差异及处理意见

1、各期末的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例

申报会计师对报告期内发行人主要客户期末应收账款情况执行了函证程序，各期末应收账款函证情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款期末余额（含合同资产）	21,000.55	16,194.58	9,780.08	6,625.58
发函金额	14,487.24	13,038.69	8,334.59	5,614.64
发函金额占期末应收账款余额（含合同资产）比例	68.99%	80.51%	85.22%	84.74%
回函确认金额	10,651.99	10,971.43	7,286.08	4,513.68
回函确认金额占应收账款（含合同资产）期末余额比例	50.72%	67.75%	74.50%	68.13%

2、函证回函差异及处理意见

报告期内，申报会计师对发行人应收账款执行函证程序，针对函证回函的差异情况，均已对函证差异进行核实，回函差异主要原因是客户入账时间差异所致，发行人报告期各期末应收账款（含合同资产）余额确认无误。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了发行人空间设计业务、软装陈设业务的应收账款（含合同资产）情况，对两类业务对应的应收账款（含合同资产）的变动原因以及与对应业务收入是否匹配等进行了分析；

2、查阅了发行人以及同行业可比公司的应收账款（含合同资产）的账龄结构，对发行人账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比呈下降趋势的原因及合理性进行了分析，并与同行业可比公司对比分析，向发行人财务总监了解信用政策是否发生重大变化或调整；

3、查阅了发行人报告期各期末应收账款（含合同资产）至及反馈意见回复日的回款金额及比例，与同行业可比公司应收账款（含合同资产）期后回款金额占比进行比较，分析存在回款障碍；

4、查阅发行人应收账款（含合同资产）的帐龄表，分析发行人应收账款（含合同资产）是否存在账龄较长、回收风险较大的情形，查阅了公开市场信息，分析发行人应收账款对象中是否存在资金链紧张的房地产企业，并了解相应的应收账款（含合同资产）金额、占比、坏账准备计提是否充分及发行人的应对措施；

5、结合上述情况及房企融资政策，进一步分析发行人所面临的房地产行业调控风险、应收账款（含合同资产）坏账损失风险；

6、查阅了发行人报告期内应收票据逾期的具体情况，分析商业承兑汇票是否存在承兑风险，应收票据坏账准备计提是否充分，了解发行人是否存在转让、背书或贴现情形；

7、对报告期各期的应收账款（含合同资产）情况执行函证程序，对于将质保金确认为合同资产是否符合《企业会计准则》规定进行了分析。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、报告期内，发行人空间设计业务、软装陈设业务对应的应收账款（含合同资产）构成及其变动具有合理原因，与对应业务收入匹配；

2、报告期内发行人账龄在 1 年以内的应收账款（含合同资产）占比呈下降趋势，具有合理原因，发行人账龄结构与同行业可比公司比较不存在重大差异，发行人信用政策未发生重大变化或调整；

3、发行人报告期各期末应收账款（含合同资产）至及反馈意见回复日的回款情况良好，与同行业可比公司相比不存在重大差异，不存在重大回款障碍；

4、截止 2020 年末，发行人存在账龄在 1 年以上的应收账款（含合同资产），总体占比较小，符合行业特点。应收账款（含合同资产）对象中存在资金链紧张的房地产企业，涉及的应收账款（含合同资产）金额、占比均较小，坏账准备计提充分，发行人已制定了相应的应对措施；

5、发行人已在招股说明书中补充披露了所面临的房地产行业调控风险、应收账款坏账损失风险，相关风险提示充分，坏账准备计提充分；

6、报告期内，发行人存在应收票据逾期的情况，但整体金额及占比较小。相应逾期商业承兑汇票存在一定的承兑风险，应收票据坏账准备计提充分，不存在转让、背书或贴现情形；

7、将质保金确认为合同资产符合《企业会计准则》规定；

8、申报会计师对报告期内发行人主要客户期末应收账款（含合同资产）情况执行了函证程序，相关程序有效。报告期各期末，发行人应收账款（含合同资产）真实、准确。

问题 16

16. 关于财务规范性申报材料显示，报告期内，发行人存在通过个人卡进行收付款、关联方资金拆借等情形，第三方回款占营业收入的比例分别为 7.70%、4.18%及 7.44%。请发行人：（1）补充说明通过个人卡进行收付款的账户数量、账户具体情况，相关账户纳入财务核算的情况；（2）补充说明关联方资金占用是否支付利息，利息是否公允，是否损害公司利益和其他中小股东利益；（3）补充说明报告期内第三方回款金额逐年提高的原因及合理性，发行人相关内部控制是否有效，第三方回款涉及的交易是否真实存在；（4）补充说明存在上述财务不规范行为是否表明发行人内部控制和会计基础工作存在重大缺陷，是否构成本次发行上市的实质性障碍。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人回复】

(一) 补充说明通过个人卡进行收付款的账户数量、账户具体情况，相关账户纳入财务核算的情况

2018年1-6月，发行人出于业务开展的便利性等考虑，发行人通过实际控制人王冠、时任出纳郭爽的个人卡收取、支付与发行人业务相关的款项，所涉及的收付款银行账户共20个，银行账户具体情况如下：

序号	开户银行	开户名	银行账户	开户时间	目前状态
1	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6214887208688068	2014.3.26	已注销
2	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200018340367	2014.4.29	已注销
3	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200018340391	2014.4.19	已注销
4	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428031	2014.3.25	已注销
5	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428098	2014.3.25	已注销
6	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200018340409	2014.4.19	已注销
7	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428106	2014.3.25	已注销
8	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428080	2014.3.25	已注销
9	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428114	2014.3.25	已注销
10	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428015	2014.3.25	已注销
11	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428122	2014.3.25	已注销
12	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428023	2014.3.25	已注销
13	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200063167350	2014.3.25	已注销
14	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428007	2014.3.25	已注销
15	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017427983	2014.3.25	已注销
16	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017427991	2014.3.25	已注销
17	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6227007200860479973	2011.7.2	已注销
18	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200017428072	2014.3.25	已注销

序号	开户银行	开户名	银行账户	开户时间	目前状态
19	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	王冠	6217007200018340383	2014.4.19	已注销
20	中国建设银行股份有限公司深圳景苑支行	郭爽	6217007200035560245	2015.12.11	已注销

上述个人卡共计收取与发行人业务相关的款项 50.42 万元，占当期营业收入的比例 0.17%，支付与发行人业务相关的款项 525.44 万元，占当期成本及三项费用的比例（不含股份支付费用）为 2.94%，具体情况如下：

单位：万元

收支情况	内容	金额
收款	收回员工备用金	27.38
	收到供应商退款	22.09
	零星销售收款	0.96
合计		50.42
占当期营业收入的比例		0.17%
付款	支付供应商采购款项	178.87
	发放 2017 年员工奖金	131.10
	支付员工备用金	112.63
	支付费用报销	84.84
	缴纳税款	18.00
合计		525.44
占当期成本及三项费用的比例 (不含股份支付费用)		2.94%

注：三项费用指管理费用、销售费用、研发费用。

随着发行人业务规模与人员规模的不不断扩大，发行人管理层认识到内部控制建设对企业长期发展的重要性，针对上述报告期内不规范行为及时进行了整改：1) 于 2018 年 6 月主动终止上述不规范行为，所涉及个人卡账户均已清理，后续不再发生类似情况；2) 根据业务实质对相关成本费用等科目进行相应会计处理调整；3) 进一步完善内部控制制度，防范该等问题再度发生。

上述通过王冠、郭爽的个人卡进行代收代付款的金额及占比均较小，且与发行人相关的代收代付款项均已纳入财务核算，并进行了相应的会计处理，未对发行人财务报表及财务数据构成重大影响。

(二) 补充说明关联方资金占用是否支付利息，利息是否公允，是否损害公司利益和其他中小股东利益

报告期内，发行人与上述关联方之间发生的资金占用未收取或支付利息费用。假设按照银行同期贷款基准利率对上述资金拆借进行测算，2018年、2019年相关资金占用利息分别为14.03万元、1.70万元，占2018年、2019年发行人利润总额（不含股份支付）的比例分别为0.00%、0.00%，占比极小。

发行人第一届董事会第三次会议、2021年第一次临时股东大会对上述关联方资金拆借进行了确认，独立董事对报告期内的关联交易情况进行了认真核查并发表了同意意见。

综上，上述关联方资金占用未收取或支付利息，但有关利息金额及占比极小，不存在严重损害发行人利益和其他中小股东利益的情况，发行人召开的董事会、股东大会已对上述关联方资金拆借事项进行了确认。

(三) 补充说明报告期内第三方回款金额逐年提高的原因及合理性，发行人相关内部控制是否有效，第三方回款涉及的交易是否真实存在

1、报告期内第三方回款金额逐年提高的原因及合理性

报告期内，发行人第三方回款金额分别为2,231.97万元、1,907.33万元、4,555.93万元、4,117.24万元，占营业收入的比例分别为7.70%、4.18%、7.44%及10.79%，整体规模及占比均较小。

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款保理回款	3,480.68	4,014.73	1,176.44	1,012.33
客户所属集团或关联方代付款	636.57	541.20	730.89	1,204.64
客户指定相关人员付款	-	-	-	15.00
合计	4,117.24	4,555.93	1,907.33	2,231.97
营业收入	38,162.04	61,219.65	45,674.24	28,991.40
占比	10.79%	7.44%	4.18%	7.70%

报告期内，发行人第三方回款金额呈现提升趋势，主要系应收账款保理回款逐年提升所致，具有合理性，具体原因为：

第一，报告期内，发行人下游房地产行业受调控政策影响，资金面收紧，采用保理方式回款是行业内普遍采取的回款方式；

第二，报告期内，发行人应收账款保理回款分别为 1,012.33 万元、1,176.44 万元、4,014.73 万元、3,480.68 万元，随着发行人业务规模的扩大而逐年提升，占当期营业收入比例分别为 3.49%、2.58%、6.56%、9.12%。其中，2020 年、2021 年 1-6 月增幅较大的主要原因为：2020 年以来，监管部门出台的对房地产企业融资设置“三道红线”的融资新规，房地产企业资金面进一步收紧，使得通过保理方式回款比例有所提升。

2、发行人相关内部控制是否有效，第三方回款涉及的交易是否真实存在

报告期内，发行人有关第三方回款的内部控制制度，主要包括：

（1）发行人财务部对收款记录进行逐笔登记，并定期向市场部相关人员发送收款状态信息，由市场部相关人员定期与客户进行对账并对付款人信息进行确认。

（2）采用保理支付方式收款的，保理相关协议需事先经内部审核；合同签约方所属集团统一支付的，原则上需要在合同中明确集团统一支付的条款，无统一支付条款的，应由合同签约方或其集团总部出具说明。

报告期内，发行人第三方回款金额及占主营业务收入比例较小，第三方回款相关的内控制度得以有效执行，发行人第三方回款均有项目合同作为依据，第三方回款涉及的交易真实存在。

（四）补充说明存在上述财务不规范行为是否表明发行人内部控制和会计基础工作存在重大缺陷，是否构成本次发行上市的实质性障碍

报告期内，发行人存在个人卡收付款、关联方资金占用、第三方回款的情形。随着发行人业务规模与人员规模的不扩大，发行人管理层认识到内部控制建设对企业长期发展的重要性，针对上述报告期内的个人卡收付款、关联方资金占用行为及时进行了清理、整改，进一步完善了相关内部控制制度，防范该等问题再度发生。立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《内部控制鉴证报告》（信会师报字[2021]第 ZL10375 号），认为：“贵公司按照财政部等五部

委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。” 综上，整改后，发行人内部控制和会计基础工作不存在重大缺陷，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》等相关发行条件的要求，不构成本次发行上市的实质性障碍。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取了发行人控股股东、实际控制人、董监高及出纳人员报告期内的个人银行流水，核查发行人通过个人卡进行收付款的账户数量、账户具体情况及相关账户纳入财务核算的情况；

2、获取了发行人的银行流水、记账凭证、与关联方资金占用相关的三会文件，核查报告期内关联方资金占用支付利息及利息是否公允的情况，核查是否损害发行人利益和其他中小股东利益；

3、获取了发行人第三方回款明细表、第三方回款的保理合同，通过核查发行人的银行流水、记账凭证，查询了第三方回款的真实性、准确性、完整性以及实际回款人与发行人之间是否存在关联关系或其他利益关系；获取了发行人第三方回款内部控制制度；访谈了发行人财务总监，了解发行人第三方回款相关情况；

4、获取了发行人内部控制制度文件，结合上述已获取的材料分析发行人内部控制和会计基础工作是否存在重大缺陷，是否构成本次发行上市的实质性障碍。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、发行人通过个人卡收付款项的银行账户共 20 个，与发行人业务相关的资金代收代付款项均已纳入财务核算；

2、发行人关联方资金占用未支付利息，经模拟测算，相关利息金额及占比

极小，并经董事会、股东大会确认，独立董事发表明确意见，报告期内关联方资金占用不存在严重损害发行人利益和其他中小股东利益的情形；

3、发行人报告期内第三方回款金额逐年提高具有合理原因；发行人第三方回款相关内部控制执行有效，第三方回款涉及的交易真实存在；

4、经核查，对于上述财务不规范行为，发行人已及时整改，发行人内部控制和会计基础工作不存在重大缺陷，不构成本次发行上市的实质性障碍。

问题 17

17. 关于股份支付。申报材料显示，公司于 2018 年对股权激励事项进行了股份支付处理，一次性确认股份支付费用 23,085.05 万元。请发行人补充说明将相应股权激励设为授予时可立即行权的具体考虑，并结合员工持股平台增资入股的主要协议内容，尤其是关于员工服务期的约定，进一步说明一次性确认股份支付费用的依据。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充说明将相应股权激励设为授予时可立即行权的具体考虑，并结合员工持股平台增资入股的主要协议内容，尤其是关于员工服务期的约定，进一步说明一次性确认股份支付费用的依据

根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26，确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。发行人于 2018 年对股权激励事项进行了股份支付处理，本次股权激励的形式为授予时可立即行权的股份支付，因此发行人一次性在授予当期确认了相关股份支付费用 23,085.05 万元。其合理性分析如下：

《合伙协议》中约定“新入伙的有限合伙人在签署本协议并完成工商登记手续成为合伙企业的有限合伙人，对入伙前合伙企业债务以其认缴的出资额为限承担责任，与原有限合伙人享有同等权利，承担同等责任”。同时，《合伙协议》并未要求获取股权激励的员工在特定服务期后才可享有权益。因此，被激

励员工自认缴合伙企业份额后即享有相应权益。

《合伙协议》中设置了离职退出条款，规定若激励对象在发行人上市前离职，则退出价格为激励对象加入合伙企业时的出资额适当上浮，目的是为了保持高管、核心技术人员和关键岗位员工的持续稳定，并非对激励对象获得股份事项的服务期限有所限制。同时，发行人授予股份的激励对象主要是在发行人工作多年的员工，并不是为了加快上市进程新引入的人员，因此发行人通过持股平台向员工授予股份的目的是对这些员工过去多年为公司提供服务的奖励，而并不是为了获取激励对象在公司上市之前提供的服务。

与此同时，经检索近期审核案例，2021 年已发行或已过会企业中，例如和达科技（688296，2021 年 7 月发行）、迈普医学（301033，2021 年 7 月发行）、超越环保（301049、2021 年 8 月发行）、凌玮科技（创业板 2021 年 7 月过会）、三问家居（创业板 2021 年 9 月过会）等多家企业与发行人类似，在相应协议中未明确约定服务期限、仅设置了离职退出条款，均一次性计入当期损益，与发行人一致。

综上，发行人在授予日将权益工具的公允价值一次计入相关费用符合企业会计准则的规定，具有合理性。

上述股份支付对发行人财务状况的影响如下：2018 年计提股份支付后，使得 2018 年末、2019 年末发行人未分配利润为负。但是，发行人股份制改制前，实现的净利润已经足额弥补了前述亏损，不存在未弥补亏损。因此，上述事项未对发行人经营和股东利益造成不利影响。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了发行人员工持股平台天玑玉衡投资、几善优合投资、迷凯斯投资、合纵连横咨询的《合伙协议》，核查协议条款中是否约定了员工服务期等可行权条件；

2、查阅了《企业会计准则第 11 号——股份支付》等会计准则，核查发行

人一次性确认股份支付费用的合理性；

3、根据公开披露的信息，查阅了 2021 年已发行或已过会企业的股权激励政策，核查其股份支付的账务处理。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、发行人员工持股平台的《合伙协议》未约定激励员工的服务期限或其他可行权条件，发行人将上述股权激励设为授予时可立即行权具有合理性；

2、发行人相关股份支付均属于授予后可立即行权的权益结算股份支付，在授予日将权益工具的公允价值一次计入相关费用符合企业会计准则的规定；

3 发行人相关股份支付均属于授予后可立即行权的权益结算股份支付，在授予日将权益工具的公允价值一次计入相关费用，与上述 2021 年已发行或已过会企业的股权激励政策一致。

问题 18

18. 关于存货。申报材料显示：（1）报告期各期末，公司存货金额分别为 3,452.89 万元、6,170.61 万元及 9,279.80 万元。存货主要由库存商品、未验收软装陈设品（合同履约成本）构成。（2）未验收软装陈设品（合同履约成本）主要是指在陈设业务的执行过程中，已发出并存放于客户项目现场的陈设品，各期金额分别为 3,450.99 万元、5,975.13 万元及 9,099.30 万元，尚需经过客户验收后才能确认收入，并相应结转成本。（3）报告期内，公司存货周转率分别为 7.80 次、4.56 次、3.96 次，公司未计提存货跌价准备。请发行人：（1）补充说明报告期各期末未验收软装陈设品（合同履约成本）涉及的项目数量、金额，占比各期项目总数、总金额的比例，后续收入确认和成本结转情况，未确认收入的具体情况及其原因；（2）补充说明报告期内未验收软装陈设品（合同履约成本）金额与公司业务规模的匹配性；（3）结合库存商品库龄、未验收软装陈设品（合同履约成本）验收周期和收入确认、存货可变现净值等因素，补充说明报告期内公司未计提存货跌价准备的具体依据及合理性，是否符合《企业会计准则》规定；（4）补充说明公司存货周转率逐年下降的趋势是否持续，公司是否

面临较大的存货积压风险。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人回复】

(一) 补充说明报告期各期末验收软装陈设品（合同履行成本）涉及的项目数量、金额，占比各期项目总数、总金额的比例，后续收入确认和成本结转情况，未确认收入的具体情况及其原因

报告期各期末验收软装陈设品（合同履行成本）涉及的项目数量、金额，占比各期项目总数、总金额的比例，后续收入确认和成本结转情况如下：

项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度	2018年12月31日 /2018年度
各期末未验收软装陈设品（合同履行成本）涉及的项目数量（个）	99	93	79	49
各期末未验收软装陈设品（合同履行成本）涉及的项目数量占当期项目数量的比例	44.20%	30.49%	35.59%	37.69%
各期末未验收软装陈设品涉及的项目存货金额(万元)	9,142.52	9,099.30	5,975.13	3,450.99
各期末未验收软装陈设品（合同履行成本）涉及的项目存货金额占当期项目存货金额的比例	45.44%	35.21%	32.35%	28.31%
期后验收、结转成本的项目存货数量（个）	44	75	79	49
期后验收、结转成本的项目存货金额（万元）	3,916.27	7,226.27	5,975.13	3,450.99
期后验收结转成本的项目存货金额占各期末未验收软装陈设品（合同履行成本）项目存货金额的比例	42.84%	79.42%	100.00%	100.00%

注：期后验收情况截止到2021年9月30日。

报告期各期末验收软装陈设品（合同履行成本）的期后结转情况良好，未确认收入的原因均为相应软装陈设项目未经客户验收。

(二) 补充说明报告期内未验收软装陈设品（合同履行成本）金额与公司业务规模的匹配性

单位:万元

项目	2021年6月30日/2021年1-6月	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
未验收软装陈设品（合同履约成本）金额	9,142.52	9,099.30	5,975.13	3,450.99
软装陈设业务收入金额	21,440.87	34,360.14	24,210.14	16,571.64
未验收软装陈设品（合同履约成本）/软装陈设业务收入	42.64%	26.48%	24.68%	20.82%

报告期内，发行人未验收软装陈设品（合同履约成本）金额总体随着软装陈设业务收入的增长而显现逐年上升趋势，二者变化趋势一致。

报告期各期末，未验收软装陈设品（合同履约成本）余额占当期软装陈设业务收入金额的比重分别为 20.82%、24.68%、26.48%，有所提升，主要原因为：报告期内，随着下游房地产行业调控政策的深化，下游客户进一步加强了成本管控与运营管控，同时叠加 2020 年以来疫情因素影响，使得部分软装陈设项目的验收周期有所延长，进而使得期末未验收软装陈设品（合同履约成本）余额占当期软装陈设业务收入金额的比重有所提升。2021 年 1-6 月，未验收软装陈设品（合同履约成本）余额占当期软装陈设业务收入金额的比重为 42.64%，总体上处于合理水平。

总体来看，报告期内未验收软装陈设品（合同履约成本）金额的变化具有合理性，与业务规模匹配。

（三）结合库存商品库龄、未验收软装陈设品（合同履约成本）验收周期和收入确认、存货可变现净值等因素，补充说明报告期内公司未计提存货跌价准备的具体依据及合理性，是否符合《企业会计准则》规定

1、报告期各期末库存商品情况

发行人库存商品主要包括艺术品和装饰品。艺术品主要包括艺术字画、雕塑作品、艺术装置等。装饰品主要包括花器、香薰、摆件等。

报告期各期末，库存商品的库龄情况如下：

库存商品库龄	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
1年以内	51.77%	40.28%	100.00%	100.00%

1-2年	45.13%	59.72%	0.00%	0.00%
2-3年	3.10%	0.00%	0.00%	0.00%
3年以上	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

如上表所示，报告期各期末，发行人的库存商品的库龄基本上都在 1 年以内或 1-2 年，只有少量存货的库龄为 2-3 年，不存在 3 年以上库龄的情况。

艺术品和装饰品具备较高的创意及销售附加值，主要用于配套软装陈设项目的执行，也可以独立对外销售。艺术品和装饰品的保存期限久，其库龄与商品本身价值减损不存在直接相关性，部分高档艺术品具备一定收藏价值，兼具投资及保值增值属性，未来还可能存在一定的升值空间，减值可能性较小。

报告期各期末，发行人库存商品不存在减值迹象，未计提存货跌价准备，符合《企业会计准则》的规定。

2、报告期各期末未验收软装陈设品情况

发行人未验收软装陈设品（合同履行成本），均为执行软装陈设业务项目具体合同而专门购进的软装陈设品，因此其可变现净值以相应合同价格为基础计算。报告期内，发行人软装陈设业务的毛利率分别为 35.50%、36.33%、36.26% 及 34.98%，毛利率水平相对较高，且报告期各期末未验收软装陈设品（合同履行成本）的期后验收情况良好，不存在迟滞的情况。通常情况下，各期末未验收软装陈设品，于次年验收确认收入，期后验收情况良好。

因此，发行人未验收软装陈设品无明显减值迹象，其可变现净值显著高于存货成本，发行人未计提存货跌价准备的依据充分且具备合理性。

综上所述，报告期内发行人各期末存货均无明显减值迹象，发行人未计提存货跌价准备的依据充分且具备合理性，符合发行人业务实质，符合《企业会计准则》的规定。

（四）补充说明公司存货周转率逐年下降的趋势是否持续，公司是否面临较大的存货积压风险

报告期内，发行人存货周转率分别为 7.80 次、4.56 次、3.96 次、4.19 次，

具体计算过程如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度	2018年12月31日 /2018年度	2017年12月31日 /2017年度
年末存货金额	9,332.31	9,279.80	6,170.61	3,452.89	244.77
期初期末平均存货金额	9,306.06	7,725.21	4,811.75	1,848.83	-
营业成本	19,486.37	30,576.87	21,945.82	14,429.63	-
存货周转率	4.19	3.96	4.56	7.80	-

注：上表中 2021 年 6 月 30 日/2021 年 1-6 月存货周转率已年化处理。

2018 年至 2019 年，发行人存货周转率分别为 7.80 次、4.56 次，有所下降，主要原因为：发行人存货主要为未验收软装陈设品，2017 年，发行人软装陈设业务规模较小，期末存货金额仅为 244.77 万元，使得 2018 年期初期末平均存货金额较小，因而 2018 年存货周转率较高。2018 年以来，发行人软装陈设业务规模增速较快，在执行订单及存货规模相比 2017 年末增幅较大，因而使得 2018 年末、2019 年末的存货金额均处于相对较高水平，使得 2019 年期初期末平均存货金额相对较高，存货周转率相应有所降低。

2019 年至 2020 年，发行人存货周转率分别为 4.56 次、3.96 次，略有下降，主要原因为：2020 年以来，受疫情因素影响，软装陈设业务的验收进度有所放缓、验收周期延长，使得存货周转率略有下降。

2021 年 1-6 月，发行人存货周转率为 4.19，有所回升。

因此，2018 年至 2020 年，发行人存货周转率逐年下降，具有合理原因，发行人的存货主要为未验收软装陈设品，该等存货均有相应的业务订单对应，不存在较大的存货积压风险。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

1、获取并复核了发行人报告期各期末未验收软装陈设品明细表以及收入成本表，核查了未验收软装陈设品项目期后收入确认与结转成本情况；

2、获取了发行人报告期各期末未验收软装陈设品（合同履行成本）金额等数据，分析了其与公司业务规模的匹配性；

3、获取报告期各期末发行人库存商品的库龄情况，分析了库存商品是否存在减值迹象以及未计提存货跌价准备的合理性；分析了发行人未验收软装陈设品（合同履行成本）的可变现净值情况以及未计提存货跌价准备的合理性；

4、分析了发行人存货周转率逐年下降的原因及合理性，分析了发行人是否面临较大的存货积压风险；

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、报告期各期末未验收软装陈设品（合同履行成本）涉及的项目数量、金额，占比各期项目总数、总金额的比例，后续收入确认和成本结转情况已列表说明，未确认收入的原因真实、合理；

2、报告期内，发行人未验收软装陈设品（合同履行成本）金额与发行人业务规模匹配，符合业务实质；

3、报告期内，报告期内发行人未计提存货跌价准备的依据具有合理性，符合《企业会计准则》规定；

4、报告期内，发行人存货周转率逐年下降，具有合理原因，未来发行人存货周转率将趋于稳定，发行人未面临较大的存货积压风险。

问题 19

19. 关于股利分配。申报材料显示，报告期各期，公司向股东分配现金股利分别为 5,352.56 万元、3,712.96 万元及 9,654.00 万元。请发行人：（1）补充说明 2018 年经营亏损无可分配利润且年末未分配利润为负的情况下，2018 年、2019 年仍旧存在对股东大额分配现金股利的原因及合理性；（2）结合报告期各期经营活动现金流量、筹资活动现金流量情况，补充说明现金股利分配资金来源，实施现金股利分配的合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充说明 2018 年经营亏损无可分配利润且年末未分配利润为负的情况下，2018 年、2019 年仍旧存在对股东大额分配现金股利的原因及合理性

根据立信出具的《审计报告》（信会师报字[2021]第 ZL18888 号），受股份支付等事项追溯调整的影响，2018 年发行人归属于母公司股东的净利润为-13,815.17 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润 9,023.99 万元，2018 年年末发行人母公司的未分配利润为-12,343.59 万元，2018 年度实际分配利润为 5,352.56 万元；2019 年年末发行人母公司的未分配利润为-785.61 万元，2019 年度实际分配利润为 3,712.96 万元。由于发行人在当时股利分配的时点，未考虑到股份支付的影响，因而使得 2018 年经营亏损无可分配利润且年末未分配利润为负的情况下，2018 年、2019 年仍旧存在对股东分配现金股利。

2020 年 11 月 16 日，矩阵有限以经审计的、以截至 2020 年 7 月 31 日为基准日的账面净资产值为基础折股，整体变更为股份有限公司，剩余未折股的净资产计入发行人资本公积。根据立信出具的《审计报告》（信会师报字[2020]第 ZL10494 号），截至 2020 年 7 月 31 日，发行人母公司的未分配利润为 2,285.74 万元，已足额弥补上述经营亏损。

综上，2018 年经营亏损无可分配利润且年末未分配利润为负的情况下，2018 年、2019 年仍旧存在对股东大额分配现金股利，主要系发行人在利润分配时点未考虑股份支付影响，后续补充计提股份支付金额所致，具有合理原因。发行人股份制改制前，实现的净利润已经足额弥补了前述亏损，不存在未弥补亏损，上述事项未对发行人经营和股东利益造成不利影响。

（二）结合报告期各期经营活动现金流量、筹资活动现金流量情况，补充说明现金股利分配资金来源，实施现金股利分配的合理性

报告期各期，发行人经营活动产生的现金流量净额分别为 12,675.07 万元、14,813.47 万元、16,688.44 万元及 8,927.48 万元，筹资活动产生的现金流量净额分别为-4,250.18 万元、-119.02 万元、-5,026.71 万元和-4,059.21 万元。报告期各

期，发行人向股东分配现金股利分别为 5,352.56 万元、3,712.96 万元、9,654.00 万元和 0 万元，现金股利分配资金均来自于经营活动产生的现金。

2018 年至 2020 年，发行人进行现金分红主要因为：1、发行人经过多年发展，业务持续增长，盈利能力持续提升。2018 年至 2020 年，发行人实现扣非后净利润分别为 9,023.99 万元、14,854.85 万元、18,207.18 万元，具备分红的能力和条件。2、发行人一直注重对股东的回报，通过持续的现金分红，能够促进股东和公司利益的一致，保障股东分红权利。3、2020 年分红金额较大，主要系发行人当年进行股改导致股东需承担所得税税负较高，加之发行人当年盈利能力较好，具备现金分红的利润基础，因而使得当年分红金额相对较大。

在上述现金分红实施完毕后，报告期各期末货币资金余额分别为 1,002.53 万元、1,636.57 万元、36,851.27 万元及 41,506.86 万元，满足期后发行人日常运营，与发行人当时财务状况相匹配。在满足发行人实际经营及发展的前提下，发行人一直保持连续、稳定的股利分配政策，并通过现金股利分配积极回报发行人股东。报告期内，发行人历次利润分配均严格依照《公司法》和公司章程的规定，严格履行相关决议程序。综上，发行人实施现金股利分配具有合理性。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了发行人报告期内审计报告、财务报表，结合发行人财务报表中报告期各期净利润、未分配利润、现金分红情况，分析 2018 年、2019 年超额分配现金股利的原因及合理性；

2、查看发行人的公司章程、关于利润分配的三会文件，结合发行人财务报表中报告期各期货币资金、现金流量及现金分红情况，分析现金股利分配资金来源。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、2018 年经营亏损无可分配利润且年末未分配利润为负的情况下，2018 年、2019 年仍旧存在对股东大额分配现金股利，具有合理原因。发行人股份制改制前，实现的净利润已经足额弥补了前述亏损，不存在未弥补亏损，上述事项未对发行人经营和股东利益造成不利影响

2、经核查，发行人现金股利分配资金均来自于经营活动产生的现金，发行人实施现金股利分配具有合理性。

问题 20

20. 关于预收款项及合同负债。申报材料显示，2018 年末至 2019 年末，公司预收款项分别为 7,250.67 万元、10,976.84 万元，占流动负债的比例分别为 48.02%、51.64%。2020 年因执行新会计准则，相关科目转入合同负债，金额为 16,185.48 万元，占流动负债的比例为 47.48%。公司预收款项、合同负债主要系预收客户的业务款项。请发行人：（1）补充说明报告期各期末预收款项及合同负债对应的具体项目、订单金额及收入结转情况，是否存在提前确认收入情况；（2）结合具体项目情况，补充说明预收款项及合同负债逐年增长的原因及合理性，与公司业务规模的匹配性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充说明报告期各期末预收款项及合同负债对应的具体项目、订单金额及收入结转情况，是否存在提前确认收入情况

报告期各期末，发行人预收款项及合同负债对应的前五大项目、订单金额及收入结转情况如下：

单位：万元

时间	序号	项目名称	预收金额	订单金额	收入确认时间
2021 年 6 月 30 日	1	黄埔大道项目活动家具、台球桌采购合同	817.57	1,365.62	未确认
	2	东原·遵义新蒲项目项目售楼处及别墅样板间软装设计及物品采购布置合同	483.30	644.40	未确认
	3	华润置地华南大区广州新塘立交住宅	463.44	662.05	未确认

时间	序号	项目名称	预收金额	订单金额	收入确认时间
		项目示范区室内软装采购设计合同			
	4	黄埔大道项目艺术品、小饰品采购合同	412.35	773.98	未确认
	5	蓝城改善农村人居环境农商文旅融合发展项目服务中心与F户型软装工程合同	408.00	480.00	2021年7月
	合计		2,584.66	3,926.05	-
2020年12月31日	1	黄埔大道项目活动家具、台球桌采购合同	708.43	1,365.62	未确认
	2	万科抚仙湖项目714会所软装工程合同	565.23	739.51	2021年6月
	3	绵阳远大蔚蓝海岸项目示范区售楼部及样板间软装采购合同	426.68	609.55	2021年1月
	4	【无锡经开区吴都路】项目售楼处、会所室内软装设计合同	390.44	501.87	2021年5月
	5	苏州市姑苏区苏地2017-WG-47号地块地下会所室内软装工程	384.75	480.94	2021年3月
	合计		2,475.53	3,697.49	-
2019年12月31日	1	成都新希望锦麟府项目售楼部、样板房及合院软装设计项目深化设计、供货及布展合同	441.98	507.65	2020年12月
	2	常州金茂路劲春秋金茂府项目售楼处和样板间的软装设计及采购	400.45	400.45	2020年5月
	3	成都旭辉金牛区102亩项目示范区售楼处及样板间(含首层大堂)软装	360.21	450.26	2020年1月
	4	金华富力金土本2019-09号地块项目2019年销售中心及样板间软装	345.87	411.44	2020年1月
	5	城脉深圳湾公馆顶层p户型软装设计项目陈设服务合同	316.46	412.93	2020年9月
	合计		1,864.97	2,182.74	-
2018年12月31日	1	三亚国美海棠湾项目示范区软装设计项目设计及供货合同	652.33	927.29	2019年10月
	2	青岛银丰·玖玺城售楼处软装设计项目配饰工程采购合同	600.57	824.80	2019年4月
	3	金地义乌项目售楼处及样板房软装采购	430.25	609.88	2019年12月
	4	昆明东原·拾光著项目示范区软装设计项目设计及物品采购布置合同	342.76	426.42	2019年3月
	5	苏州工业园区DK20150005号地块地会所室内软装设计项目项目合同	298.50	1,011.85	2019年7月
	合计		2,324.41	3,800.23	-

注：收入结转情况截止到2021年9月30日。

报告期内，发行人预收款项及合同负债主要系软装陈设业务开展中，预先收取的设计费用或服务款项。发行人在取得客户出具的确认文件后确认相应收入，不存在提前确认收入的情况。

（二）结合具体项目情况，补充说明预收款项及合同负债逐年增长的原因及合理性，与公司业务规模的匹配性

报告期各期末，发行人预收款项及合同负债金额分别为 7,250.67 万元、10,976.84 万元、16,185.48 万元、18,909.08 万元，整体随着发行人业务规模的提升而呈现逐年上升态势，与发行人业务规模的匹配性如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日/2021年1-6月	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
预收款项及合同负债	18,909.08	16,185.48	10,976.84	7,250.67
营业收入	38,162.04	61,219.65	45,674.24	28,991.40
预收款项及合同负债占营业收入比	24.77%	26.44%	24.03%	25.01%
在手订单	66,481.63	52,155.15	35,728.90	21,536.44
预收款项及合同负债占在手订单比	28.44%	31.03%	30.72%	33.67%

注：2021年6月30日/2021年1-6月预收款项及合同负债占营业收入比，以2021年1-6月年化后的营业收入测算所得。

2018年至2019年，发行人预收款项及合同负债金额由7,250.67万元增长至10,976.84万元，增幅为51.39%，主要系业务规模的增长带动，与业务规模的变动趋势匹配；2018年至2019年，发行人营业收入由28,991.40万元增长至45,674.24万元，增幅为57.54%；在手订单由21,536.44万元增长至35,728.90万元，增幅为65.90%。

2019年至2020年，发行人预收款项及合同负债金额由10,976.84万元增长至16,185.48万元，增幅为47.45%，主要系业务规模的增长带动，与业务规模的变动趋势匹配；2019年至2020年，发行人营业收入由45,674.24万元增长至61,219.65万元，增幅为34.04%；在手订单由35,728.90万元增长至52,155.15万元，增幅为45.97%。

2020年至2021年6月30日，发行人预收款项及合同负债金额由16,185.48万元增长至18,909.08万元，增幅为16.83%，主要系业务规模的发展带动，与业务规模的变动趋势匹配；以年化数据模拟测算，2020年至2021年，发行人营业收入由61,219.65万元增长至76,324.08万元，增幅为24.67%；在手订单由52,155.15万元增长至66,481.63万元，增幅为27.47%。

报告期各期，发行人预收款项及合同负债占当期营业收入的比例分别为25.01%、24.03%、26.44%、24.77%（2021年1-6月的比例为年化处理后），整体保持稳定；发行人预收款项及合同负债占当期末在手订单的比例分别为33.67%、30.72%、31.03%、28.44%，整体保持稳定。

综上，报告期内发行人预收款项及合同负债与业务规模相匹配。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了发行人预收款项及合同负债情况，包括对应的具体项目、订单金额及收入结转情况，分析是否存在提前确认收入情况；

2、分析预收款项及合同负债逐年增长的原因及合理性，分析与发行人业务规模的匹配性。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、报告期各期末预收款项及合同负债对应的具体项目、订单金额及收入结转情况已列表说明，不存在提前确认收入情况；

2、报告期内，发行人预收款项及合同负债逐年增长，具有合理原因，真实、合理，与业务规模相匹配。

问题 21

21. 关于资金流水核查。请保荐人、申报会计师结合中国证监会《首发业务

若干问题解答（2020年6月修订）》相关要求，说明对发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等的资金流水进行核查的范围、核查比例、获取银行账户的完整性及核查结论，说明发行人是否存在通过体外资金循环虚增收入、利润情形，并发表明确意见。

【申报会计师核查意见】

请保荐人、申报会计师结合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》相关要求，说明对发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等的资金流水进行核查的范围、核查比例、获取银行账户的完整性及核查结论，说明发行人是否存在通过体外资金循环虚增收入、利润情形，并发表明确意见。

根据《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54的要求，申报会计师对发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员等开立或控制的银行账户资金流水进行了核查，具体核查情况如下：

一、核查范围、核查比例

申报会计师选定的核查范围为：发行人及其子公司、分公司报告期内的银行账户资金流水（含注销账户），实际控制人控制的公司（含报告期内注销公司）报告期内的银行账户资金流水，发行人董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人、出纳等关键岗位人员报告期内的银行账户资金流水。

（1）关于发行人银行流水。报告期内，根据发行人银行账户开立清单，发行人现使用或报告期内曾使用银行账户共23个。

（2）关于实际控制人控制的公司的银行流水。报告期内，核查了实际控制人控制了9家公司（含注销公司）的全部银行账户资金流水。

（3）关于自然人银行流水。报告期内，核查了发行人控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管及关键岗位人员银行账户。

发行人会计师核查的范围、核查比例具体情况如下：

与发行人关系	核查主体	核查账户数量	核查比例
发行人及其子公司、分公司	矩阵股份、矩阵鸣翠、释相艺术、香蕉酱艺术、矩阵纵横、合纵连横、北京矩阵、上海矩阵、香港矩阵	23	单笔收入 50 万元人民币以上，单笔支出 10 万元人民币以上
实际控制人控制的公司	天玑玉衡投资、善优合投资、迷凯斯投资、合纵连横咨询、矩阵基金、矩阵鸣翠、纵横设计、寐卡国际、矩阵爱茗	9	单笔 10 万元以上
发行人董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人、出纳等关键岗位人员	王冠、刘建辉、王兆宝、王勇、陈达、周晓云、邓万里、于鹏杰、李志汉、刘杰、郭爽、方婷	169	单笔 10 万元以上
合计		201	-

二、获取银行账户的完整性

对于发行人及实际控制人控制公司的银行账户，申报会计师获取了发行人及其子公司、分公司、实际控制人控制的公司开户清单及账户明细，并取得了清单内账户报告期内的银行账户资金流水（含注销账户），同时取得了发行人关于银行账户完整性的承诺函。

对于董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人、出纳等关键岗位人员银行账户，申报会计师陪同发行人上述关联自然人共同前往工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、招商银行、浦发银行、中信银行、光大银行、华夏银行、民生银行、广发银行、兴业银行、平安银行及深圳农商银行等上述 16 家银行，查询开户情况并获取账户报告期内完整的对账单。

此外，申报会计师获取上述人员出具的关于个人银行卡完整性的承诺函，交叉复核上述人员银行流水的交易对方，以确认银行账户的完整性。

三、核查结论

申报会计师在资金流水核查中，结合重要性原则和支持核查结论需要，重点核查了发行人报告期内发生的以下事项：

1、发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

发行人在报告期内建立了健全的资金管理相关内部控制制度。发行人管理层认为：公司根据自身的实际情况，为了保证财产的安全和完整、提高资产使用效率、有效避免风险以及保证会计信息的可靠性，在控制环境、控制制度和控制程序等方面建立了适应现行管理需要的内部控制制度。截至 2021 年 6 月 30 日，与公司财务报表相关的制度能够较好的满足公司内部管理控制需要，并得到了有效执行。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对发行人内部控制的有效性进行了专项审核，出具了《内部控制鉴证报告》（信会师报字[2021]第 ZL10375 号），认为：“贵公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

经核查，发行人资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

2、是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

申报会计师获取了发行人及其子公司、分公司开户清单，将清单与发行人账面银行账户进行核对，对各银行账户进行银行函证。同时，取得了发行人关于银行账户完整性的承诺函。

经核查，发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，发行人银行开户数量与业务相匹配。

3、发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

申报会计师对发行人单笔收入 50 万元人民币以上，单笔支出 10 万元人民币以上的流水进行核查。

经核查，报告期内，发行人大额资金流入主要为销售回款，资金流出主要为支付采购款、发放员工薪酬及奖金、购买办公场所等，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配。

4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员、控股股东、主要关联方以及实际控制人因资金周转存在与发行人非经常性往来的情形，资金往来主要系实际控制人王冠使用个人卡为公司代收代付、与公司小额拆借，关联公司因业务需要与发行人资金拆借，以及员工向发行人借款用于资金周转等，均具有合理原因，不存在异常大额往来的情形，相关资金拆借已在报告期内全部清理，上述情形已在招股说明书之“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联交易情况”之“(二) 关联交易”之“3、偶发性关联交易”披露。

因此，报告期内，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

5、发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

申报会计师核查了发行人报告期内现金日记账，抽查了发行人银行流水单笔 10 万元以上的支出，核查是否存在大额频繁取现，账户间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

经核查，发行人不存在大额或频繁取现的情形，也不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

6、发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

申报会计师核查了发行人报告期内购买无实物形态资产或服务的相关合同，抽查了发行人银行流水单笔 10 万元以上的支出。

经核查，发行人购买无形资产或咨询服务金额较小，不存在大额购买无实物形态资产或服务的情形。

7、发行人实际控制人个人账户是否存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

申报会计师取得了发行人实际控制人报告期内的全部银行流水，并对单笔交易金额 10 万元以上的流水进行逐笔核查。对于金额较大的收入与支出向实际

控制人了解情况，并取得了资金实际用途的证明，核查大额资金往来的合理性。

经核查，发行人实际控制人个人账户收支主要为：从发行人及所投资公司领取的工资、奖金、分红，个人消费，购置房产，不同账户间资金划转，朋友借款、还款，对所投资的公司进行增资等。上述大额资金往来均有合理解释，不存在频繁出现大额存现、取现的情形。

8、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

申报会计师核查了发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内的全部银行流水，并对单笔金额 10 万元以上的交易进行分析。查询了发行人分红情况及相关分红决议，核查上述人员从发行人获取的薪酬或资产转让款情况，查询了发行人报告期内股权转让情况。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内从发行人处获取了现金分红、领取薪酬，相关资金流向或用途不存在重大异常，上述人员不存在从发行人处获得大额资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的情形。

9、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

报告期内，发行人客户、供应商中的释象万合、寐卡国际、铂盈亿象、寐宸家居为发行人实际控制人王冠曾控制或施加重大影响的公司，同时刘建辉、王兆宝、姜雪曾经持股或担任关键管理人员，相关关联关系已在招股说明书中予以披露。王冠、刘建辉、王兆宝、姜雪与上述公司存在资金往来，主要为投资入股金、偿还之前的往来款，相关资金往来具有合理性，不存在异常。

2018 年 1-6 月，发行人存在通过实际控制人王冠、时任出纳郭爽的个人卡收取与支付与发行人业务相关的款项的情况，发行人已于 2018 年 6 月予以整改，并根据业务实质对相关成本费用等科目进行相应会计处理调整。有关情况已在招股说明书中予以披露，不存在异常。

综上，报告期内，控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

10、是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

2018年1-6月，发行人出于业务开展的便利性等考虑，存在通过实际控制人王冠、时任出纳郭爽的个人卡收取与支付与发行人业务相关的款项的情况。其中，收取与公司业务相关的款项50.42万元，占当期营业收入的比例0.17%，支付与公司业务相关的款项525.44万元，占当期成本及三项费用的比例（不含股份支付费用）为2.94%。发行人已于2018年6月予以整改，并根据业务实质对相关成本费用等科目进行相应会计处理调整。有关情况已在招股说明书中予以披露。

11、是否需要扩大资金流水核查范围

申报会计师对《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54中规定的是否需要扩大资金流水核查范围情形进行逐一核查：

- （1）发行人备用金、对外付款等资金管理存在重大不规范情形；
- （2）发行人毛利率、期间费用率、销售净利率等指标各期存在较大异常变化，或者与同行业公司存在重大不一致；
- （3）发行人经销模式占比较高或大幅高于同行业公司，且经销毛利率存在较大异常；
- （4）发行人将部分生产环节委托其他方进行加工的，且委托加工费用大幅变动，或者单位成本、毛利率大幅异于同行业；
- （5）发行人采购总额中进口占比较高或者销售总额中出口占比较高，且对应的采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质存在较大异常；
- （6）发行人重大购销交易、对外投资或大额收付款，在商业合理性方面存在疑问；
- （7）董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平发生重大变化；
- （8）其他异常情况。

经核查，发行人不存在《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54中规定的需要扩大资金流水核查范围的情形。

12、说明发行人是否存在通过体外资金循环虚增收入、利润情形，并发表明确意见。

申报会计师核查意见如下：发行人报告期不存在通过体外资金循环虚增收入、利润情形。

问题 22

22. 关于其他财务事项。请发行人：（1）补充说明报告期各期公司购买银行理财产品的金额、收益等具体情况，2020年末不再持有相关理财产品的原因，相关资金后续使用计划；（2）补充说明报告期内预计负债计提是否充分，是否存在应计提而未计提的情形及原因；（3）补充说明报告期内在货币资金较多情况下存在长期抵押借款的原因及合理性，相关长期抵押借款的具体情况；（4）补充说明2018年与合纵连横设计存在往来款项的具体内容、背景，2019、2020年末再发生相关往来款项的原因；（5）补充说明是否存在申报财务报表与原始财务报表不一致的情形，如是，请说明具体情况及产生的原因、影响；（6）补充说明报告期内是否存在转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形，如是，请说明具体情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充说明报告期各期公司购买银行理财产品的金额、收益等具体情况，2020年末不再持有相关理财产品的原因，相关资金后续使用计划

1、报告期各期公司购买银行理财产品的金额、收益等具体情况

报告期内，在不影响发行人正常经营的前提下，为了提高资金的使用效率，增加投资收益，发行人将部分暂时闲置资金投资购买银行理财产品，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
购买银行理财产品的金额	-	18,200.00	41,700.00	19,800.00
收益	-	931.94	241.06	164.75

注：理财产品有即申即赎，持有期限不固定的特点，由于报告期内，发行人购买、赎回次数较多，此处购买银行理财产品的金额为当年购买理财产品金额的累计数。

报告期各期，发行人购买银行理财产品的金额分别为 19,800.00 万元、41,700.00 万元、18,200.00 万元和 0 万元，收益分别为 164.75 万元、241.06 万元、931.94 万元和 0 万元。2020 年投资收益金额较高，主要系当期赎回理财产品，实现投资收益。

2、2020 年末不再持有相关理财产品的原因，相关资金后续使用计划

2020 年末，发行人将理财产品集中赎回，主要原因系发行人处于快速扩张阶段，拟通过储备一定量的流动资金用于扩大主营业务，相关资金将陆续的投入到公司的主营业务中。

（二）补充说明报告期内预计负债计提是否充分，是否存在应计提而未计提的情形及原因

根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》的相关规定，与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：（1）该义务是企业承担的现时义务；（2）履行该义务很可能导致经济利益流出企业；（3）该义务的金额能够可靠地计量。根据企业会计准则对预计负债的确认原则，预计负债应当按照履行相关现时义务的所需支出的最佳估计数进行计量。

报告期内，发行人与预计负债计提有关的事项仅涉及 2 个未决诉讼，具体情况如下：

序号	案件	原告/ 申请人	被告/ 被申请人	涉诉金额 (万元)	是否计提 预计负债	计提金额 (万元)	案件最新进展	依据
1	建筑工程 设计合同 纠纷	常州豪廷 皇悦餐饮 管理有限 公司	发行人	69.50	未计提	—	截至本审核问询函回复出具日，证据鉴定机构正与法庭就鉴定事项和方法进行沟通，尚未形成最终意见。本诉中，发行人被申请人财产保全冻结的 70 万元银行存款已于 2021 年 5 月 15 日到期，申请人暂未继续申请保全措施。反诉中，裁定被申请人自 2020 年 8 月 3 日起冻结的 261.85 万元银行存款尚未到期。	不是很可能导致经济利益流出企业，不能够可靠地计量，不符合预计负债的确认条件，因此无需计提预计负债；
		发行人	常州豪廷 皇悦餐饮 管理有限 公司	261.85				—
2	著作权侵 权纠纷	李洪波	发行人	60.00	已计提	50.00	成都市中级人民法院判决发行人及释相艺术分别向原告赔偿 21.73 万元和 3.3 万元。截至本审核问询函回复出具日，发行人及释相艺术已提起上诉。	根据现行著作权法的规定，在原告没有提供证据证明的原告损失和被告获利的情况下，采用法定赔偿判定赔偿金的情况下判赔标准的上限为 50 万元人民币。在本案中，原告并无直接证据证明其损失或被告获利，因此，即使法院认定被告行为构成侵权的情况下，赔偿金金额不应超过 50 万元人民币。

综上，报告期内发行人对预计负债计提充分，不存在应计提而未计提的情形。

（三）补充说明报告期内在货币资金较多情况下存在长期抵押借款的原因及合理性，相关长期抵押借款的具体情况

报告期内，发行人相关长期抵押借款为按揭购入办公场所所致，具体情况如下：

债务人	债权人	借款金额（万元）	借款期限	借款用途	利率	抵（质）押品/担保人	其他约定
深圳市矩阵室内装饰设计有限公司	中国建设银行股份有限公司深圳上步支行	1,950.00	2018年4月13日至2025年4月12日	购买花样年福年广场B栋一单元413、420、421	6.86%	花样年福年广场B栋一单元413、420、421/王冠	按月付息，自贷款发放次月起每月归还本金15万，余额到期一次性结清。

注：深圳市矩阵室内装饰设计有限公司现更名为矩阵纵横设计股份有限公司。

2018年初，发行人流动资金不充裕，但发行人处于规模扩张、业务增长的阶段，需要保持充足的流动性资金以保证经营管理的流动性需求；在信用额度良好的情况下，发行人向银行贷款以购买所需办公用房而不动用过多的流动资金，避免突发资金缺口造成的损失。

2021年8月，发行人与上步支行达成一致意见，于2021年8月2日提前归还剩余贷款1,368.12万元。截至本审核问询函回复出具日，公司不存在长期抵押借款。

（四）补充说明2018年与合纵连横设计存在往来款项的具体内容、背景，2019、2020年未再发生相关往来款项的原因

2018年，合纵连横设计因资金周转需要，向发行人拆借资金150.00万元，用于日常经营，后续将款项归还给发行人。后续，因发行人筹划上市事宜，为避免潜在的同业竞争，合纵连横设计计划关停注销，因而2019、2020年未再发生相关往来款项。

(五) 补充说明是否存在申报财务报表与原始财务报表不一致的情形，如是，请说明具体情况及产生的原因、影响

发行人按照《企业会计准则》编制财务报表，2018 年度和 2019 年度原始报表与申报财务报表存在一定的差异，主要差异具体情况及相关原因如下表所示，公司 2020 年度和 2021 年 1-6 月原始财务报表与申报财务报表无差异。

1、2018 年度合并原始财务报表与申报财务报表主要差异情况

单位：万元

主要差异项目	原始财务报表金额	申报财务报表金额	差异总额	差异原因
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	10,340.50	10,300.00	-40.50	(1)
应收账款	6,255.30	6,258.61	3.31	(2)
预付款项	2,705.51	1,581.43	-1,124.08	(3)
其他应收款	496.64	682.22	185.58	(4)
存货	2,382.62	3,452.89	1,070.27	(5)
递延所得税资产	55.18	61.23	6.04	(6)
应付账款	2,538.74	2,902.28	363.54	(7)
预收款项	7,515.66	7,250.67	-264.99	(8)
应付职工薪酬	2,653.97	2,703.91	49.94	(9)
应交税费	2,077.70	1,854.42	-223.28	(10)
其他应付款	56.29	208.16	151.87	(11)
资本公积	0.00	23,085.05	23,085.05	(12)
营业收入	30,468.06	28,991.40	-1,476.66	(13)
营业成本	14,351.78	14,429.63	77.85	(14)
销售费用	1,011.72	915.55	-96.17	(15)
管理费用	913.54	24,084.52	23,170.98	(16)
研发费用	1,621.11	1,547.74	-73.37	(17)
财务费用	102.16	164.65	62.49	(18)
其他收益	125.35	124.63	-0.72	(19)
资产减值损失	-160.06	-114.32	45.74	(20)
所得税费用	1,681.87	1,443.94	-237.94	(21)

注：上述差异=申报报表金额-原始报表金额

上述项目差异的重点原因解释如下：

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的差异金额为-40.50 万元，系调整以前年度理财产品余额所致。

(2) 应收账款

应收账款的差异金额为 3.31 万元，差异原因为：①因调整收入跨期事项，调增应收账款 466.95 万元；②因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调减应收账款 411.83 万元；③因保理业务确认保理手续费，调减应收账款 24.25 万元。④考虑上述应收账款原值变动并重新测算资产减值损失后，调增应收账款坏账准备 27.56 万元。

(3) 预付账款

预付账款的差异金额为-1,124.08 万元，差异原因为：①因调整收入、成本跨期事项，调增预付账款 144.41 万元；②因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调减预付账款 8.20 万元；③将预付账款中已收到货物的部分调整至存货 1,260.29 万元。

(4) 其他应收款

其他应收款的差异金额为 185.58 万元，差异原因为：①因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调增其他应收款 187.40 万元；②将原计入以前年度费用的房屋租赁押金 11.96 万元还原至其他应收款；③考虑上述其他应收款原值变动并重新测算资产减值损失后，调增其他应收款坏账准备 13.78 万元。

(5) 存货

存货的差异金额为 1,070.27 万元，差异原因为：①因调整收入、成本跨期事项，调减存货 190.02 万元；②将预付账款中已收到货物的部分调整至存货 1,260.29 万元。

(6) 递延所得税资产

递延所得税资产的差异金额为 6.04 万元，系坏账准备余额形成的暂时性差

异测算调增。

(7) 应付账款

应付账款的差异金额为 363.54 万元，差异原因为：①因调整收入、成本跨期事项，调增应付账款 371.75 万元；②因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调减 8.20 万元。

(8) 预收账款

预收账款的差异金额为-264.99 万元，差异原因为：①因调整收入跨期事项，调增预收账款 146.83 万元；②因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调减 411.83 万元。

(9) 应付职工薪酬

应付职工薪酬的差异金额为 49.94 万元，系调整跨期奖金所致。

(10) 应交税费

应交税费的差异金额为-223.28 万元，差异原因为：①因调整收入跨期事项，调增应交税费 8.61 万元；②根据重新测算所得税费用调减应交税费 231.89 万元。

(11) 其他应付款

其他应付款的差异金额为 151.87 万元，差异原因为：①因调整成本、费用跨期事项，调增其他应付款 148.38 万元；②期末计提长期借款应付利息调增 3.49 万元。

(12) 资本公积

资本公积的差异金额为 23,085.05 万元，系以股权激励方案经公司股东会审议通过时点所授予激励对象的股份数调整股份支付费用金额所致。

(13) 营业收入

营业收入的差异金额为-1,476.66 万元，差异原因为：①因调整收入跨期事项，调减营业收入 1,445.19 万元；②因调整未入账个人卡代收、支公司业务款项，调减营业收入 31.47 万元。

（14）营业成本

营业成本的差异金额为 77.85 万元，差异原因为：①因调整收入、成本跨期事项，调减营业成本 9.36 万元；②因营业成本、期间费用之间重分类，调增营业成本 102.87 万元；③因调整未入账个人卡代收、支公司业务款项，调减营业成本 15.65 万元。

（15）销售费用

销售费用的差异金额为-96.17 万元，差异原因为：①因营业成本、期间费用之间重分类，调减销售费用 108.12 万元；②因调整未入账个人卡代收、支公司业务款项，调增销售费用 11.95 万元。

（16）管理费用

管理费用的差异金额为 23,170.98 万元，差异原因为：①因营业成本、期间费用之间重分类，调增管理费用 78.63 万元；②因调整未入账个人卡代收、支公司业务款项，调增管理费用 7.30 万元；③因以股权激励方案经公司股东会审议通过时点所授予激励对象的股份数调整股份支付费用金额，调增管理费用 23,085.05 万元。

（17）研发费用

研发费用的差异金额为-73.37 万元，系更正调整无研发项目子公司费用记录错误所致。

（18）财务费用

财务费用的差异金额为 62.49 万元，差异原因为：①因保理业务确认保理手续费调增 59.00 万元；②期末计提长期借款应付利息调增 3.49 万元。

（19）其他收益

其他收益的差异金额为-0.72 万元，系将政府补助由营业外收入重分类至其他收益列示。

（20）资产减值损失

资产减值损失的差异金额为 45.74 万元，系应收账款、其他应收款期末余

额变动重新测算合计调增坏账准备。

(21) 所得税费用

所得税费用的差异金额为-237.94万元，系报表调整重新测算调减。

2、2019年度合并原始财务报表与申报财务报表主要差异情况

单位：万元

主要差异项目	原始财务报表	申报财务报表	差异总额	差异原因
应收账款	8,219.30	8,852.45	633.15	(1)
预付款项	2,111.65	2,004.56	-107.09	(2)
其他应收款	568.85	558.08	-10.77	(3)
存货	7,950.37	6,170.61	-1,779.76	(4)
长期待摊费用	560.62	685.90	125.28	(5)
递延所得税资产	92.94	148.64	55.70	(6)
应付账款	3,824.91	4,077.56	252.65	(7)
预收款项	12,681.66	10,976.84	-1,704.82	(8)
应付职工薪酬	3,490.67	3,740.14	249.47	(9)
应交税费	2,200.25	2,034.39	-165.86	(10)
其他应付款	12.78	247.58	234.80	(11)
一年内到期的非流动负债	180.00	180.34	0.34	(12)
长期借款	1,470.00	1,472.80	2.80	(13)
资本公积	0.00	23,085.05	23,085.05	(14)
盈余公积	320.39	25.00	-295.39	(15)
营业收入	43,412.79	45,674.24	2,261.45	(16)
营业成本	19,805.55	21,945.82	2,140.27	(17)
销售费用	1,621.39	1,235.30	-386.09	(18)
管理费用	1,779.02	2,039.08	260.06	(19)
研发费用	2,083.15	1,984.06	-99.10	(20)
财务费用	149.34	183.21	33.87	(21)
信用减值损失	-353.06	-634.15	-281.09	(22)
所得税费用	2,477.15	2,484.91	7.76	(23)

注：上述差异=申报报表金额-原始报表金额

上述项目差异的重点原因解释如下：

(1) 应收账款

应收账款的差异金额为 633.15 万元，差异原因为：①因调整收入跨期事项，调增应收账款 1,047.54 万元；②因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调减应收账款 57.78 万元；③因保理业务确认保理手续费，调减应收账款 45.32 万元。④考虑上述应收账款原值变动并重新测算资产减值损失后，调增应收账款坏账准备 311.30 万元。

(2) 预付账款

预付账款的差异金额为-107.09 万元，差异原因为：①因调整收入、成本跨期事项，调减预付账款 59.51 万元；②因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调减预付账款 238.04 万元；③将存货中未收到货物的部分调整至预付账款 190.45 万元。

(3) 其他应收款

其他应收款的差异金额为-10.77 万元，差异原因为：①因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调减其他应收款 35.16 万元；②将原计入以前年度费用的房屋租赁押金 11.96 万元还原至其他应收款；③考虑上述其他应收款原值变动并重新测算资产减值损失后，调减坏账准备 12.42 万元。

(4) 存货

存货的差异金额为-1,779.76 万元，差异原因为：①因调整收入、成本跨期事项，调减存货 1,589.30 万元；②将存货中未收到货物的部分调整至预付账款 190.45 万元。

(5) 长期待摊费用

长期待摊费用的差异金额为 125.28 万元，系因调整长期待摊费用跨期事项调增 125.28 万元。

(6) 递延所得税资产

递延所得税资产的差异金额为 55.70 万元，系坏账准备余额形成的暂时性差异测算调增。

(7) 应付账款

应付账款的差异金额为 252.65 万元，差异原因为：①因调整成本、费用跨期事项，调增应付账款 372.82 万元；②因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调减 245.40 万元。③因长期待摊费用跨期确认调整调增 125.22 万元。

(8) 预收账款

预收账款的差异金额为-1,704.82 万元，差异原因为：①因调整收入跨期事项，调减预收账款 1,321.16 万元；②因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调减 383.66 万元。

(9) 应付职工薪酬

应付职工薪酬的差异金额为 249.47 万元，系调整跨期奖金所致。

(10) 应交税费

应交税费的差异金额为-165.86 万元，差异原因为：①因调整收入跨期事项，调增应交税费 8.61 万元；②根据重新测算所得税费用调减应交税费 174.48 万元。

(11) 其他应付款

其他应付款的差异金额为 234.80 万元，差异原因为：①因调整成本、费用跨期事项，调增其他应付款 92.91 万元；②因往来负值、双边挂账等原因进行重分类调整，调增 141.89 万元。

(12) 一年内到期的非流动负债

一年内到期的非流动负债的差异金额为 0.34 万元，系依据新金融工具准则计提期末借款利息所致。

(13) 长期借款

长期借款的差异金额为 2.80 万元，系依据新金融工具准则计提期末借款利息所致。

(14) 资本公积

资本公积的差异金额为 23,085.05 万元，系以股权激励方案经公司股东会审议通过时点所授予激励对象的股份数调整股份支付费用金额所致。

(15) 盈余公积

盈余公积的差异金额为-295.39 万元，系本期末存在未弥补亏损，调减计提的盈余公积所致。

(16) 营业收入

营业收入的差异金额为 2,261.45 万元，差异原因为：因调整收入跨期事项，调增营业收入 2,261.45 万元；

(17) 营业成本

营业成本的差异金额为 2,140.27 万元，差异原因为：①因调整收入、成本跨期事项，调增营业成本 1,902.61 万元；②因营业成本、期间费用之间重分类，调增营业成本 237.66 万元。

(18) 销售费用

销售费用的差异金额为-386.09 万元，差异原因为：①因营业成本、期间费用之间重分类，调减销售费用 355.14 万元；②因调整费用跨期事项，调减销售费用 30.95 万元。

(19) 管理费用

管理费用的差异金额为 260.06 万元，差异原因为：①因营业成本、期间费用之间重分类，调增销售费用 216.58 万元；②因调整费用跨期事项，调增管理费用 42.04 万元；③因固定资产、无形资产及长期待摊费用折旧及摊销测算调增 1.44 万元。

(20) 研发费用

研发费用的差异金额为-99.10 万元，系更正调整无研发项目子公司费用记录错误所致。

(21) 财务费用

财务费用的差异金额为 33.87 万元，差异原因为：①因保理业务确认保理手续费调增 34.22 万元；②期末计提长期借款应付利息调减 0.34 万元。

(22) 信用减值损失

信用减值损失的差异金额为-281.09 万元，系金融工具期末余额变动重新测算合计调减坏账准备。

(23) 所得税费用

所得税费用的差异金额为 7.76 万元，系报表调整重新测算调增。

3、发行人 2020 年度、2021 年 1-6 月原始财务报表与申报财务报表无差异。

(六) 补充说明报告期内是否存在转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形，如是，请说明具体情况

1、转贷、票据融资、银行借款受托支付

报告期内，发行人不存在转贷、无真实交易背景的票据融资、银行借款受托支付的情形。

2、报告期内，发行人与关联方之间存在资金拆借情况，具体如下：

(1) 具体情况

1) 与王冠的资金往来情况

2018 年，因资金拆借、个人卡代收代付公司业务款项等原因，发行人与王冠之间存在资金往来，相关款项已于 2018 年清理完毕，具体情况如下：

单位：万元

期初应收 欠款余额	本期减少		本期增加			期末应收 欠款余额
	资金拆入	个人卡代 付款项	资金拆出	个人卡代 收款项	期末结清	
211.13	20.00	525.44	216.00	50.42	67.89	0.00

报告期内，除上述情况外，发行人未再与王冠发生其他关联资金拆借。

2) 其他资金拆入情况

单位：万元

关联方	拆入时间	金额	还款时间	金额
刘建辉	2018年	140.00	2018年	140.00
矩阵鸣萃	2018年	5.54	2018年	5.54

2018年，发行人因经营需要等原因，向刘建辉、矩阵鸣萃分别拆入资金140.00万元、5.54万元，并于当年归还上述款项。

3) 其他资金拆出情况

报告期内，王勇、矩阵鸣萃、寐卡国际、矩阵爱茗、合纵连横设计因资金周转需要，发行人向其临时拆出资金，具体情况如下：

单位：万元

关联方	拆出时间	金额	还款时间	金额
王勇	2018年	40.00	2019年	40.00
矩阵鸣萃	2018年	200.00	2018年	200.00
寐卡国际	2018年	150.00	2018年	150.00
矩阵爱茗	2018年	250.00	2018年	250.00
合纵连横设计	2018年	150.00	2018年	6.87
			2019年	143.13

上述款项均已于拆出当年或次年收回，不构成对经营的重大不利影响。

(2) 整改情况

随着发行人业务规模与人员规模的不不断扩大，发行人管理层认识到内部控制建设对企业长期发展的重要性，针对上述报告期内不规范行为及时进行了清理、整改：1) 上述关联方资金拆借款项均已结清，与关联方之间未再发生其他资金拆借行为；2) 发行人2021年第一次临时股东大会对上述关联交易事项进行了确认，上述关联交易真实、合法、有效，关联交易定价公允；3) 发行人进一步完善了相关内部控制制度，对关联交易的决策权限和程序作出了具体明确的规定，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

3、关联方或第三方代收货款等情形

(1) 具体情况

2018年1-6月，发行人出于业务开展的便利性等考虑，存在通过实际控制

人王冠、时任出纳郭爽的个人卡收取与支付与公司业务相关的款项的情况。其中，收取与公司业务相关的款项 50.42 万元，占当期营业收入的比例 0.17%，支付与公司业务相关的款项 525.44 万元，占当期成本及三项费用的比例（不含股份支付费用）为 2.94%。

（2）整改情况

随着业务规模与人员规模的不扩大，发行人管理层认识到内部控制建设对企业长期发展的重要性，针对上述报告期内不规范行为及时进行了整改：1）于 2018 年 6 月主动终止上述不规范行为，所涉及个人卡账户均已清理，后续不再发生类似情况；2）根据业务实质对相关成本费用等科目进行相应会计处理调整；3）进一步完善内部控制制度，防范该等问题再度发生。

【申报会计师核查意见】

（一）核查过程

申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取发行人理财产品台账、理财产品说明书、申购及赎回的银行回单、银行对账单等进行核查，确认报告期各期公司理财产品购买金额、赎回金额以及收益等情况；

2、查询裁判文书网、全国企业信用查询系统等，并向发行人合约、设计人员了解，核查发行人是否存在合同纠纷、权利纠纷及其他潜在纠纷；

3、向发行人管理层了解企业的关联交易情况，并分析了关联交易的原因及合理性；

4、获取相关的贷款合同、抵押合同、担保合同以及购房合同，检查相关长期抵押借款的金额、期限、用途、抵押品等具体情况，向发行人管理层了解借款的原因及合理性；

5、了解并分析申报报表与原始财务报表差异的形成原因；

6、取得了控股股东、实际控制人及其关联方、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员的个人银行账户流水，向发行人主要管理人员进行了访谈，

了解是否存在转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形。

（二）核查意见

申报会计师核查意见如下：

1、报告期各期发行人购买银行理财产品、2020 年末不再持有相关理财产品，具有合理原因，相关资金后续拟投入主营业务；

2、报告期内发行人预计负债计提充分，不存在应计提而未计提的情形；

3、报告期内在货币资金较多情况下存在长期抵押借款的原因具有合理性，相关长期抵押借款的具体情况已列示；

4、2018 年发行人与合纵连横设计存在往来款项的内容、背景真实合理，2019、2020 年末再发生相关往来款项的原因具有合理性；

5、发行人存在申报财务报表与原始财务报表不一致的情形，已列表说明；

6、报告期内，发行人不存在转贷、票据融资、银行借款受托支付等情形。但存在非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形，有关情况已充分披露，发行人已进行相应整改，上述情况不会对发行人内控有效性构成重大不利影响。

(以下无正文)

(本页无正文，为立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于矩阵纵横设计股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复之签字盖章页)

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：祁涛



中国注册会计师：马玥



二〇二一年十一月十八日