

北京市京师律师事务所
关于珠海太川云社区技术股份有限公司
向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交
易所上市的补充法律意见书（一）

致：珠海太川云社区技术股份有限公司（发行人）

北京市京师律师事务所作为珠海太川云社区技术股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的特聘专项法律顾问，指派郑文军律师和蔡益根律师为发行人本次发行上市事宜提供法律服务。

本所根据《中华人民共和国证券法》《中华人民共和国公司法》《北京证券交易所向不特定合格投资者公司公开发行股票注册管理办法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》等中华人民共和国境内（以下简称中国境内，为本补充法律意见书之目的，不包括中国香港特别行政区、中国澳门特别行政区和中国台湾地区）现行有效的法律、行政法规、规章和规范性文件和中国证券监督管理委员会（以下简称中国证监会）的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，就发行人本次发行上市事宜已于 2023 年 6 月 21 日出具了《北京市京师律师事务所关于珠海太川云社区技术股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）和《北京市京师律师事务所关于珠海太川云社区技术股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）。

本所现根据北京证券交易所（以下简称“北交所”）《关于太川云社区技术股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“《问询函》”）和有关法律、法规及规范性文件的规定，就北交所《问询函》中需发行人律师核查和说明的有关问题出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书是对《律师工作报告》和《法律意见书》的补充和修改，并构成《律师工作报告》和《法律意见书》不可分割的一部分。本所在《律师工作报告》和《法律意见书》中发表法律意见的前提和假设同样适用于本补充法律意见书。对于本补充法律意见书特别说明的事项，以本补充法律意见书的说明为准。除非文义另有所指，本补充法律意见书所使用简称的含义与《律师工作报告》和《法律意见书》中所使用简称的含义相同。

本所同意将本补充法律意见书作为发行人申请本次发行上市所必备的法律文件，随同其他材料一并上报，并愿意依法对发表的法律意见承担相应的法律责任。

基于上述，本所及本所律师根据有关法律法规、中国证监会和全国股转公司有关规定的要求，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具本补充法律意见如下：

释 义

本补充法律意见书中，除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

万科	指	万科企业股份有限公司（股票代码：000002.SZ）及其控制的企业
新力地产	指	新力控股集团（股票代码：02103.HK）及其控制的企业
富力地产	指	富力地产（股票代码：02777.HK）及其控制的企业
中国电信	指	天翼电信终端有限公司及其控制的企业
中南建设	指	江苏中南建设集团股份有限公司（股票代码：000961.SZ）及其控制的企业
华润置地	指	华润置地有限公司（股票代码：01109.HK）及其控制的企业
金科股份	指	金科地产集团股份有限公司（股票代码：000656.SZ）及其控制的企业
霍尼韦尔	指	霍尼韦尔自动化控制（中国）有限公司及其控制的企业
泰禾集团	指	泰禾集团股份有限公司（股票代码：000732.SZ 退市）及其控制的企业
时代地产	指	广州市时代地产集团有限公司及其控制的企业
郑州美盛	指	郑州美盛房地产开发有限公司
湖南揭商	指	湖南揭商房地产开发有限责任公司
GM	指	GM MODULAR PVT LTD
中国中铁	指	中国中铁股份有限公司及其关联企业
越秀地产	指	越秀地产股份有限公司（股票代码：00123.HK）及其关联企业
大华集团	指	大华（集团）有限公司
中城联盟	指	中国城市房地产开发商策略联盟
安居宝	指	广东安居宝数码科技股份有限公司（股票代码：300155.SZ）及其控制的企业
狄耐克	指	厦门狄耐克智能科技股份有限公司（股票代码：300884.SZ）及其控制的企业
麦驰物联	指	深圳市麦驰物联股份有限公司及其控制的企业
视声智能	指	广州视声智能股份有限公司（股票代码：870976.BJ）及其控制的企业

一、《问询函》问题 1.客户结构变动情况及下游需求下滑风险

根据申请文件，(1) 发行人主要产品为楼宇对讲门禁及智能家居系列产品。楼宇对讲门禁产品的主要客户为万科、华润置地等地产客户和霍尼韦尔、中国电信等非地产客户。智能家居产品的主要客户为万科和 2020 年新增的外销品牌商客户 GM，其他客户收入占比较低。发行人的地产客户占比呈现下降趋势，非地产客户占比逐年上升。发行人披露，未来公司将逐步降低对房地产客户的依赖，积极拓宽客户群体，多元化发展，以加强公司抗风险能力及竞争力。(2) 产品结构变动方面，2020 年至 2022 年，发行人楼宇对讲门禁产品收入分别为 18,661.93 万元、22,599.36 万元、18,279.81 万元，占主营业务收入的比例分别为 73.22%、80.71%、84.39%。收入金额先升后降的原因为地产客户需求下滑。发行人智能家居产品收入分别为 5,718.27 万元、4,504.24 万元、2,920.05 万元，占主营业务收入的比例分别为 22.44%、16.09%、13.48%。收入金额和占比下降的主要原因为万科出于成本控制，在交房时减少对智能家居产品的配备，从而导致发行人的智能家居产品占比出现变化。重大销售合同方面，报告期内，发行人与万科、华润置地和霍尼韦尔等主要客户签署的合同已履行完毕；与中国电信的智能门禁终端采购合同将在 2024 年 6 月到期。(3) 发行人引用了智能物联网行业、智能安防行业和智能家居行业等市场数据来分析市场空间。智能物联网行业方面，发行人仅引用了全球物联网总连接数量、全球 AIoT 市场规模等宏观数据，但未分析属于智能物联网行业的智慧社区细分领域市场空间。智能安防行业方面，发行人引用艾瑞咨询统计数据，2020 年中国社区楼宇领域中智能楼宇对讲与人脸识别门禁占市场份额达 19.6%，预计 2025 年占比将进一步提高至 28.6%，但未披露对应的市场规模情况。发行人引用 Frost&Sullivan 的数据，中国智慧门禁系统市场规模从 2015 年的 84 亿元上升至 2019 年的 133 亿元，年均复合增长率为 12.20%，预计 2024 年将进一步扩大至 236 亿元，但相关数据时效性不强，未结合 2020 年至 2022 年增长情况进行分析。智能家居行业方面，发行人引用了全球智能家居市场规模、中国智能家居市场规模来论证中国智能家居市场空间较为广阔，但报

告期内发行人智能家居产品收入及占比呈现下降趋势。（4）与发行人经营相关性较高的地产行业市场数据方面，发行人未引用 2022 年度全国房地产开发投资、住宅施工面积、新开工面积和竣工面积以及商品房销售面积和金额等数据来分析市场空间情况。国家统计局公开信息显示，2022 年度地产行业相关市场数据存在不同程度的下滑情形。

请发行人：（1）列表披露来自报告期各期前五名地产客户的收入金额变动情况及原因，说明报告期后不再继续合作的客户并分析对公司经营业绩的影响。

（2）说明与中国电信、华润置地、GM 等报告期内新增客户的合作背景，涉及的主要项目情况，相关新增客户产生的收入能否弥补地产客户收入下降的损失，在现有产品结构下，发行人的经营业绩是否仍与地产行业需求高度关联，地产和非地产客户的收入结构变动能否达到提升公司抗风险能力及竞争力的效果，相关信息披露是否客观。（3）说明发行人与万科、华润置地、霍尼韦尔、中国电信等主要客户签署的合同到期后的续签条件，已到期合同是否续签，签署的合同类型，根据续签条件及合同签署情况说明与上述客户的合作是否稳定可持续。（4）说明受万科需求影响，智能家居产品收入持续下滑的情形是否仍在继续，说明全球智能家居市场规模、中国智能家居市场规模与发行人业务的关联度，发行人对于智能家居产品的发展规划和客户扩展情况。（5）在招股说明书行业发展态势部分补充完善智慧社区细分领域市场空间、智能楼宇对讲与人脸识别门禁对应的市场规模情况；根据 2020 年至 2022 年中国智慧门禁系统市场规模情况，核实中国智慧门禁系统市场规模“预计 2024 年将进一步扩大至 236 亿元”的数据是否符合实际增长趋势，避免误导投资者。（6）在招股说明书行业发展态势部分补充披露 2022 年度全国房地产开发投资、住宅施工面积、新开工面积和竣工面积、商品房销售面积和金额等数据，在招股说明书管理层讨论与分析部分就上述指标变动情况对公司经营的影响予以分析，说明发行人所处行业是否出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况，充分揭示相关风险因素，视情况进行重大事项提示。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

回复：

（一）列表披露来自报告期各期前五名地产客户的收入金额变动情况及原因，说明报告期后不再继续合作的客户并分析对公司经营业绩的影响。

发行人已在《招股说明书》“第八节、管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”之“7.前五名客户情况”处补充披露如下内容：

1、报告期各期前五名地产客户的收入金额变动情况及原因

报告期各期，上述前五大地产客户各期收入情况具体如下：

单位：万元

客户	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
万科	8,323.49	38.03%	14,046.19	49.83%	12,104.34	47.16%
华润置地	890.53	4.07%	53.96	0.19%	-	0.00%
新力地产	956.72	4.37%	810.52	2.88%	1,652.16	6.44%
富力地产	212.07	0.97%	581.78	2.06%	1,359.93	5.30%
中南建设	178.00	0.81%	667.18	2.37%	891.85	3.48%
金科股份	554.14	2.53%	20.45	0.07%	-	0.00%
湖南揭商	-	0.00%	217.13	0.77%	-	0.00%
时代地产	1.55	0.01%	39.02	0.14%	145.54	0.57%

报告期内，万科收入呈现先上升后下降的趋势，主要系在房地产行业政策及公共卫生事件等因素影响下，2022 年下游需求下滑以及万科降低对智能家居产品的采购所致；华润置地系发行人报告期内新增大型国企客户，在房地产市场整体下行期间表现稳健，对发行人采购自 2021 年起逐步扩大合作，公司对其销售收入逐年保持高速增长；新力地产、富力地产、中南建设均为报告期内出现“暴雷”的地产客户，公司主动控制与其业务往来规模，除 2022 年新力地产部分项目受政府监管，项目风险降低从而导致该年度收入上升外，销售金额逐年降低。

2022 年公司对金科股份销售收入大幅增长的原因主要系：公司与金科股份于 2021 年开始合作，2021 年业务往来规模相对较小，主要集中在山东淄博和贵州贵阳的项目；2022 年金科股份对公司楼宇对讲门禁产品采购开始扩大合作范

围，新增重庆、河南、广东、广西、湖北、四川等地的房地产项目，带动 2022 年收入快速增加。金科股份积极对到期债务进行化解和处置，并已取得国家和地方政府专项借款资金，借款资金的银行账户受到相关部分更为严格的监控，极大降低了销售回款的风险。目前，金科股份回款情况良好，截至 2022 年 12 月 31 日应收款项合计 503.01 万元，截至 2023 年 8 月 31 日已全部回款。考虑到目前与金科股份进行业务往来的保障程度高，属于风险较低的订单，因此公司与金科股份正常开展合作。

发行人与湖南揭商于 2022 年不再合作主要系：该客户开发的“岳府·公园邸”项目在 2021 年具有采购公司产品的需求，发行人供货结束后不再具有相关产品的采购需求，因此 2022 年未与发行人继续合作。

发行人对时代地产销售收入逐年下滑主要系发行人与时代地产签订的战略合作协议于 2021 年 7 月到期，到期后未续约。

2、报告期后不再继续合作的客户并分析对公司经营业绩的影响

1) 期后不再继续合作或后续合作不确定性较高的地产客户在报告期内的经营业绩情况

报告期内及期后，不再继续合作或后续合作不确定性较高的地产客户销售收入情况具体如下：

单位：万元

地产客户	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
期后合作不确定性较高的地产客户	1,933.51	8.84%	2,198.22	7.80%	3,903.94	15.21%
新力地产	956.72	4.37%	810.52	2.88%	1,652.16	6.44%
富力地产	212.07	0.97%	581.78	2.06%	1,359.93	5.30%
中南建设	178.00	0.81%	667.18	2.37%	891.85	3.48%
金科股份	554.14	2.53%	20.45	0.07%		
泰禾	32.58	0.15%	118.29	0.42%		
期后不再合作的客户	190.11	0.87%	572.46	2.03%	391.59	1.53%
湖南揭商房地产开发有限责任公司			217.13	0.77%		
美盛	156.60	0.72%	102.36	0.36%	-	0.00%
时代地产	1.55	0.01%	39.02	0.14%	145.54	0.57%

公主岭华宇正通房地产开发有限公司			87.82	0.31%		
安徽皖融置业有限责任公司	0.41	0.00%	77.90	0.28%		
佛山市顺德区中维房地产开发有限公司					55.07	0.21%
上饶市美越房地产开发有限公司			0.51	0.00%	48.87	0.19%
其他地产客户	31.55	0.14%	47.72	0.17%	142.10	0.55%
合计	2,123.62	9.70%	2,770.68	9.83%	4,295.52	16.74%

注 1：期后合作不确定性较高的地产客户指报告期内及期后出现债务违约相关情况从而导致未来对发行人采购需求具有较高不确定性的地产客户。

注 2：期后不再合作的客户指报告期内与发行人有过业务往来，但 2023 年 1-6 月发行人对其未发生销售且截至 2023 年 8 月 31 日发行人未持有其未执行的在手合同的地产客户。

新力地产、富力地产、中南建设、泰禾集团、金科股份等在报告期内或期后出现债务违约相关舆情，截至报告期末公司与上述改类地产客户合作的模式主要为公司综合评判项目风险，在“先款后货”或者回款保障程度较高的前提下正常对该房地产项目发货。考虑到报告期内公司已整体缩减与上述出现“暴雷”地产客户的业务，目前在手订单以存量合同为主，未来上述客户自身的经营情况及其开展业务合作的可持续性具有较高不确定性，因此把上述房地产企业一同列示以全面、谨慎地评估未来合作不确定性较高的地产客户对公司期后经营业绩的影响。

报告期内及报告期后，不再继续合作或后续合作不确定性较高的地产客户销售收入分别为 4,295.52 万元、2,770.68 万元和 2,123.62 万元，占公司营业收入比例分别为 16.74%、9.83%和 9.70%，主要以新力地产、富力地产及中南建设为主，其余占比相对较低。新力地产、富力地产及中南建设报告期内均曾为公司前五大房地产客户，2021 年度、2022 年度上述三家“暴雷”客户收入下滑金额合计分别为 1,844.45 万元和 712.70 万元，占上一年度总营业收入的比例为 7.19%和 2.53%，对发行人报告期内经营业绩影响有限，且影响逐年降低。

2) 报告期后，公司对万科、华润置地等地产客户销售收入回升，“暴雷”客户对公司期后经营业绩影响逐步减弱

2023 年 1-6 月与上年同期，公司房地产客户收入情况具体如下：

单位：万元

客户	2023 年 1-6 月			2022 年 1-6 月
	销售金额	销售变动金额	增速	销售金额

万科	3,372.92	563.40	20.05%	2,809.52
华润置地	651.53	404.09	163.31%	247.44
新力地产	138.07	-284.33	-67.31%	422.40
富力地产	-	-212.07	-100.00%	212.07
中南建设	-	-12.06	-100.00%	12.06
泰禾集团	-	-31.46	-100.00%	31.46
其他地产客户	525.03	300.77	134.12%	224.26
地产客户合计	4,687.55	728.34	18.40%	3,959.21

注：2023年1-6月收入为未审收入，以下同本处。

得益于房地产市场已经进入温和的恢复阶段，2023年1-6月，万科收入对比去年同期增长20.05%，报告期内新增地产客户华润置地期后收入增长163.31%，因此虽然暴雷房地产商2023年上半年收入金额同比大幅下滑，发行人房地产客户收入依然实现18.40%的增长。此外，随着中国电信及外销客户收入占比进一步提升，新力地产、富力地产及中南建设期后不再合作对公司经营业绩影响将会进一步下降，发行人已通过积极拓展内外销客户实现收入增长，对发行人期后业绩影响较小。

（二）说明与中国电信、华润置地、GM等报告期内新增客户的合作背景，涉及的主要项目情况，相关新增客户产生的收入能否弥补地产客户收入下降的损失，在现有产品结构下，发行人的经营业绩是否仍与地产行业需求高度关联，地产和非地产客户的收入结构变动能否达到提升公司抗风险能力及竞争力的效果，相关信息披露是否客观。

1、说明与中国电信、华润置地、GM等报告期内新增客户的合作背景，涉及的主要项目情况

（1）与中国电信的合作背景和涉及的主要项目情况

中国电信系我国特大型国有通信骨干企业，主要经营固定电话、移动通信、卫星通信、互联网接入及应用等综合信息服务。自开展城镇老旧小区改造项目以来，中国电信参与推进支持老旧小区改造工作，其工作主要包括整治老旧通信等弱电路、提升基础通信设施、加强社区安防和推进“智慧社区”改造等，从而产生对楼宇对讲产品的采购需求。发行人通过多年与万科等知名房企的合作，在行业内已积累起良好的口碑和品牌优势。基于双方的互相认可，发行人与中国电

信自 2020 年开始接洽合作，自 2021 年起产生交易。2022 年，中国电信自公司采购的楼宇对讲产品部分应用于园区、政府事业单位等公共场所，进一步拉动了其采购需求。

报告期内，发行人与中国电信涉及的主要项目情况具体如下：

单位：万元

年度	主要项目	收入金额	占比
2022 年度	新疆地区公共场所	1,579.43	68.12%
	老旧小区改造	739.28	31.88%
	合计	2,318.71	100.00%
2021 年度	湖北省老旧小区改造项目	1,083.27	95.38%
	广东省珠海市老旧小区改造项目	31.08	2.74%
	合计	1,114.35	98.12%

中国电信根据具体的采购需求向公司发起采购订单，对于由集团总部或者集团下属分公司发起的具体采购订单，发行人一般会根据中国电信的要求将对应产品运输到指定的仓库，之后中国电信会运输产品到对应的项目地。

(2) 与华润置地的合作背景和涉及的主要项目情况

华润置地系我国头部国资控股的综合型地产开发商，2022 年华润置地在《中国房地产开发企业综合实力 TOP500》中位列第四位。报告期内，华润置地的营业收入复合增长率为 7.37%，其对楼宇对讲门禁和智能家居产品的需求亦存在一定程度的增长。公司通过集中采购公开招标方式获取订单，经过对产品的验证和测试程序，于 2021 年进入华润置地的合格供应商名录。

报告期内，发行人与华润置地涉及的主要项目情况具体如下：

单位：万元

年度	主要项目	收入金额	占比
2022 年度	郑州新时代 1 期 14 地块商业中心	76.18	8.55%
	华润（南昌）昆仑御项目	51.52	5.78%
	郑州琨瑜府项目一期	71.68	8.05%
	武汉二十四城项目一期	51.28	5.76%
	郑州新时代 2 期 13 地块商务中心	48.73	5.47%
	成都二十四城 9 期	40.42	4.54%
	宜宾公园九里三期	38.88	4.37%
	华侨城侨晋项目一期	35.25	3.96%
	华润置地郑州凯旋门（润雅苑）	32.02	3.60%
	葛店未来尚城项目一期	32.00	3.59%

	邯郸橡树珑湾项目	31.86	3.58%
	济宁万象府 1 期	31.72	3.56%
	华润置地成都时代之城 3 期	31.58	3.55%
	青岛灵山湾悦府一期	27.45	3.08%
	天津津南悦府（洪泥河）	26.94	3.03%
	合计	627.52	70.47%
2021 年度	赣州华润万橡府二期	29.33	54.37%
	济南华润中心二期	24.13	44.71%
	合计	53.46	99.08%

（3）发行人与 GM 的合作背景和涉及的主要项目情况

GM 成立于 1999 年 6 月，主营业务为电器配件制造及 LED 灯贸易，系拥有自主知识产权的印度企业。新加坡报业控股集团旗下的 Asiaone 网站将 GM 评为“开关及家用电器配件的市场领导者”，并授予 2020-2021 年度亚洲最伟大品牌奖。

发行人于 2015 年与 GM 开展合作，该客户通过境外展会方式拓展，GM 非发行人报告期内新增客户。2015 年前后，GM 为印度本土知名开关品牌，但其对用于智能家居的开关的研发储备相对较少，而发行人具备研发智能家居开关的研发实力和经验。基于双方互相认可和需求匹配，于 2015 年前后开始接洽并展开合作。合作之初，双方合作进行用于智能家居的开关的研发、调试，处于共同探索开发和互相磨合的阶段，出货量相对较小，2021 年起逐渐扩大合作范围，报告期内及期后均保持持续增长态势。经过对 GM 的访谈，目前发行人是其同类产品前五大供应商之一。GM 从发行人处采购的产品以智能家居产品为主，主要销往印度本土市场，其 GM 产品销售终端客户主要为个人消费者，不涉及主要项目情况。

2、相关新增客户产生的收入能否弥补地产客户收入下降的损失

报告期内，发行人对地产客户（不包含报告期内新增地产客户华润置地）的主营业务收入情况具体如下：

单位：万元

房地产客户	2022 年度			2021 年度			2020 年度
	销售金额	销售变动金额	变动金额占比	销售金额	销售变动金额	变动金额占比	销售金额
万科	8,323.49	-5,718.18	-20.42%	14,041.68	1,942.89	7.62%	12,098.79
新力地产	956.72	146.19	0.52%	810.52	-841.63	-3.30%	1,652.16

富力地产	212.07	-369.72	-1.32%	581.78	-778.15	-3.05%	1,359.93
中南建设	178.00	-489.18	-1.75%	667.18	-224.67	-0.88%	891.85
其他地产客户	1,108.63	234.02	0.84%	874.61	-16.18	-0.06%	890.79
合计	10,778.91	-6,196.86	-22.13%	16,975.78	82.26	0.32%	16,893.52

注 1：上述地产客户金额均为发行人对其实现的业务收入，不包括收取的维修、维护费收入等其他业务收入。

注 2：华润置地为报告期内新增客户，纳入新增客户产生的收入情况中统计，因此上表列示的地产客户合计数为剔除华润置地后的收入金额。

注 3：变动金额占比=（本年销售金额-上年同期销售金额）/上年同期总主营业务收入。

报告期内，中国电信、华润置地、其他新增内销非房地产客户以及新增外销客户主营业务收入情况具体如下：

单位：万元

新增客户	2022 年度	2021 年度
中国电信	2,318.71	1,122.38
华润置地	890.53	53.96
其他新增内销非房地产客户	1,083.46	1,315.80
新增外销客户	1,023.63	255.23
合计	5,316.33	2,747.37

注 1：GM 自 2015 年开始与发行人进行合作，非报告期内新增客户，因此“新增外销客户”中未包括 GM。

注 2：新增客户指 2021 年度、2022 年度相比 2020 年度新增的客户，因此 2022 年新增客户包括 2021 年的新增客户。

注 3：目前发行人已无社区运营服务，该业务在期后不具有持续性，因此上表列示的新增客户收入不包括社区运营服务业务收入。

2021 年，新力地产、富力地产和中南建设出现“暴雷”情况，发行人对其主营业务收入合计下滑 1,844.45 万元，但由于发行人对其第一大地产客户万科主营业务收入上升 1,942.89 万元，发行人对地产客户收入未发生下滑，扣除新增客户华润置地影响后仍实现小幅上升 82.26 万元。同时，在房地产市场波动背景下，为增强抗风险能力，发行人在本年度拓展了华润置地这一优质房企、中国电信等优质客户并加快开拓海外市场，本年度上述客户合计实现主营业务收入 2,747.37 万元。地产客户收入小幅上升和新增客户的贡献拉动本年度发行人主营业务收入仍保持增长趋势。

2022 年，受发行人第一大客户万科采购金额下降的影响，地产类客户主营业务收入下滑 6,196.86 万元，其中万科下滑 5,718.18 万元，地产类客户收入下滑主要受万科收入影响，其他地产类客户主营业务收入下滑对发行人影响较小。发

行人自 2021 年起开拓的新增客户在本年度实现主营业务收入 5,316.33 万元，该类新增收入无法全部覆盖地产客户的收入下降。

房地产政策影响下，根据发行人对地产客户收入下滑原因，可将发行人地产客户分为“合作的稳定性和持续性较高的地产客户”以及“期后合作具有较高不确定性的地产客户”两类：

①第一类：房地产市场整体低迷状态下，下游需求整体萎缩，以万科为代表的地产企业受下游需求萎缩影响导致采购需求下滑，但企业本身经营相对稳健，未发生债务违约等情况，随着房地产行业复苏该类企业的采购需求也回升至正常水平的可能性较高，持续下滑风险较小；

②第二类：受房地产政策和自身经营状况的影响，以新力地产、富力地产和中南建设为代表的地产企业出现“暴雷”情况，发行人控制与其业务往来规模，与第一类企业相比，该类企业未来经营的恢复程度和对发行人采购需求具有相对较高的不确定性。但发行人新增客户的增量收入可以弥补合作具有较高不确定性的地产客户的收入下滑。

以万科为代表的的第一类客户在房地产利好政策的影响下采购需求正在回升，报告期后，地产客户受到冲击而造成发行人经营业绩波动的情况已有所好转。2023 年 1-6 月及上一年度同期发行人销售情况具体如下：

单位：万元

客户	2023 年 1-6 月		2022 年 1-6 月
	销售金额	增速	销售金额
万科	3,372.92	20.05%	2,809.52
华润置地	651.53	163.31%	247.44
金科股份	189.00	117.71%	86.81
中国中铁	89.01	/	-
新力地产	138.07	-67.31%	422.40
富力地产	-	-100.00%	212.07
中南建设	-	-100.00%	12.06
其他房地产客户	247.02	46.24%	168.91
房地产客户小计	4,687.55	18.40%	3,959.21
中国电信	1,082.21	490.65%	183.22
其他内销非房地产客户	2,040.60	-13.65%	2,363.23
内销非房地产客户小计	3,122.81	22.63%	2,546.45
外销客户	885.07	80.40%	490.62

合计	8,695.43	24.29%	6,996.28
----	----------	--------	----------

注：2022年1-6月销售金额不包括社区运营业务。

房地产客户方面，2022年受房地产政策和公共卫生事件影响，万科对发行人的需求下滑从而造成发行人经营业绩亦有所波动。随着2022年下半年房地产利好政策陆续出台以及疫情影响正在降低，房地产市场目前正处在温和的恢复阶段。报告期后，一方面，新力地产等“暴雷”客户期后收入金额相对较低，后续对发行人经营业绩影响较小；另一方面，除新力地产、富力地产和中南建设外，万科、华润置地、金科股份等主要房地产客户对比去年同期均呈现上升趋势，房地产客户整体收入上涨18.40%，且有充足的在手合同支撑未来经营业绩，引致2021年和2022年地产客户收入下滑的不利因素正逐步缓解。

非地产客户方面，内销非房地产客户中国电信期后收入同比增长490.65%。考虑到城镇老旧小区改造市场潜力巨大，仍在起步后的加速阶段，发行人依靠与中国电信的合作建立起了该部分市场开拓的先发优势，未来与中国电信的合作具有较高的可持续性和稳定性；外销客户期后收入同比增长80.40%，发行人海外市场呈现出高速扩张的态势。

除报告期内新增客户期后采购需求持续增长外，发行人期后新增越秀地产、大华集团、中国中铁等优质客户，为未来业绩发展提供新动能。

综上，报告期内地产客户收入下滑的负面因素已改善，同时新增内销非房地产客户及外销客户需求正在持续上升，两方面综合影响下，发行人应对房地产市场波动能力正逐步增强。

3、在现有产品结构下，发行人的经营业绩是否仍与地产行业需求高度关联，地产和非地产客户的收入结构变动能否达到提升公司抗风险能力及竞争力的效果，相关信息披露是否客观

报告期内，发行人房地产及非房地产客户楼宇对讲门禁及智能家居业务收入情况如下：

单位：万元

客户	2022年度		2021年度		2020年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
房地产客户	11,669.45	55.04%	17,029.73	62.83%	16,893.52	69.29%
非房地产客户	9,530.41	44.96%	10,073.86	37.17%	7,486.68	30.71%

合计	21,199.86	100.00%	27,103.59	100.00%	24,380.20	100.00%
----	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------

注：此处为发行人房地产及非房地产客户楼宇对讲门禁及智能家居业务收入，不包括主营业务中的社区运营业务。

报告期内，发行人对房地产企业收入占比分别为 69.29%、62.83%和 55.04%，呈现明显下降趋势。截至 2022 年底，发行人对房地产客户收入占比超过 50%，经营业绩与地产行业需求相关性较高。

2021 年以来，面对房地产市场波动导致下游房地产客户需求萎缩的情况，发行人采取的客户战略为：坚持优质大客户战略，与头部优质房企开展合作并控制与流动性危机严重的房企的业务往来，以降低业务风险；积极维护原有的外销客户、内销非地产客户的同时积极开拓发展上述两类新客户。根据发行人 2023 年 1-6 月收入情况及在手合同情况来看，发行人采取的客户战略具有较好的成效，表现在：

(1) 发行人主动控制与新力地产、富力地产、中南建设等风险房企的业务往来后，房地产客户结构得到优化、客户质量进一步提升。

①房地产企业中，房地产在手合同主要为国资背景的优质头部房地产企业，受行业波动影响较同行业小。万科、华润置地在手合同合计 9,007.88 万元，占房地产客户在手合同总额 85.83%。

②报告期后，发行人新增的地产客户主要为越秀地产、中国中铁、大华集团等。新增地产客户的基本情况及其与发行人的合作情况具体如下：

客户名称	成立时间	注册资本	股权结构	公司简介	合作情况
越秀地产 (00123. hk)	2009 年	1,126,851.85 万元	控股股东为广 州市人民政府	主营业务为房地产 开发，2022 年克而 瑞排名中在广州的 全口径销售金额排 名广州第一，在大 湾区市场保持领先 地位。	获客方式为招投 标，已签订战略合 作协议，有效期为 2023 年 6 月 12 日至 2025 年 6 月 11 日， 目前已与越秀地产 进行软件方面的对 接。
中国中铁 (601390)	2007 年	2,457,092.93 万元	股东包括中国 铁路工程集团 有限公司、中央 结算、中证 金融公司等	全球最大的多功能 综合型建设集团之 一，主营业务包括 基础设施建设、勘 察设计与咨询服 务、工程设备与零 部件制造和房地产	获客方式为招投 标，已签订集中采 购协议，有效期为 2022 年 1 月 28 日至 2024 年 1 月 27 日。 2023 年上半年发行 人对其销售金额为

				开发等，房地产开发业务是中国中铁的重点发展板块。	89.01 万元，目前正在洽谈新的具体项目采购合同。
大华集团	1992 年	150,000 万元	股东包括上海华强投资有限公司、上海华绣投资有限公司等	中国最早起步、最大规模的城市更新运营商之一，专注三旧改造、新城区建设、超大规模社区建设运营等，连续多年获得“中国民营企业 500 强”、“上海企业 100 强”、“中国房地产开业百强及品牌价值 50 强”等荣誉。2022 年，在克而瑞评选的中国房地产企业销售排行榜中，其权益销售金额位列第 38 名，排名较 2021 年的第 51 名大幅上升。	获客方式为招投标，已签订战略合作协议，有效期为 2023 年 2 月 17 日至 2024 年 12 月 31 日。截至 2023 年 8 月 31 日，大华集团已对发行人产品进行样机测试，已签订具体项目采购合同，在手合同金额为 21.08 万元。

新增客户越秀地产、中国中铁和大华集团目前处在大批量出货前的软件对接、样机测试的阶段，出货量相对较小，对接和测试环节完成后具体项目合同将逐步落地，预计出货量将进一步提高。

报告期内及期后，越秀地产、中国中铁房地产开发业务相关经营指标如下：

公司	经营指标	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
		金额/面积	增速	金额/面积	增速	金额/面积	增速	金额/面积
越秀地产 (000002.SZ)	营业收入 (万元)	3,209,518.70	2.56%	7,241,564.30	26.21%	5,737,886.10	24.10%	4,623,425.90
	合同销售面积 (万平方米)	247.00	39.20%	414.00	-0.96%	418.00	10.29%	379.00
	合同销售金额 (亿元)	836.30	71.00%	1,250.30	8.58%	1,151.50	20.25%	957.60
中国中铁房地	营业收入 (万元)	2,091,941.80	-10.78%	5,345,918.20	6.39%	5,024,877.80	1.92%	4,930,438.60

产开发 业务	合同销售面 积（万平方 米）	231.60	54.70%	541.00	34.24%	403.02	-23.29%	525.40
	合同销售金 额（亿元）	361.20	66.90%	751.90	29.57%	580.30	-15.36%	685.60

越秀地产、中国中铁均为上市国企，报告期内，其房地产开发业务在房地产市场波动期间表现相对稳健。2021年和2022年受房地产调控政策和宏观经济环境影响，房地产市场整体处于下行时期，越秀地产合同销售面积增速分别为10.29%、-0.96%，中国中铁房地产开发业务合同销售面积增速分别为-23.29%、34.24%，上述两家客户营业收入均保持持续增长的态势。

报告期后的2023年1-6月，越秀地产和中国中铁合同销售面积较上年同期明显增加，增幅分别为39.20%、54.70%；根据大华集团2023年公司债券中期报告，大华集团合同销售面积、合同销售金额较上年同期大幅增长143.56%、106.02%，房地产业务营业收入同比增长51.89%。随着房地产市场宽松利好政策的出台，发行人报告期后新增的战略合作客户的期后经营指标表现出明显的上升趋势，有力拉动了上述客户未来对发行人的产品采购需求。

(2) 内销非房地产客户中业务快速扩张，中国电信期后收入同比增长高达490.65%，延续报告期内高速增长的状态，未来随着业务进一步扩张将极有利于发行人持续降低对地产客户的依赖程度。中国电信对发行人产品的采购需求主要来自于其参与的城镇老旧小区改造工作，此类需求波动主要受政府相关政策推动速度影响，受房地产市场波动影响小。因此，与中国电信业务往来规模的扩张将有效提高发行人抵御房地产市场波动带来的风险。

(3) 报告期各期，外销客户主营业务收入比重逐年上升

单位：万元

分类	2023年1-6月		2022年		2021年		2020年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	7,488.74	89.43%	19,580.37	90.39%	27,378.23	97.78%	25,253.93	99.09%
外销	885.07	10.57%	2,081.61	9.61%	621.05	2.22%	232.79	0.91%
合计	8,373.81	100.00%	21,661.98	100.00%	27,999.27	100.00%	25,486.72	100.00%

注：2023年1-6月为未审主营业务收入。

截至2023年6月30日，外销客户的收入占比由2020年的0.91%上升至10.57%。外销客户的采购需求受我国房地产政策影响极小，外销客户收入呈现逐年显著上升的趋势，随着与其业务规模的扩张，客户结构的变化将进一步降低发

行人面临的政策端房地产行业波动风险。

综上,在现有产品结构下,发行人的经营业绩仍与地产行业需求关联度较高,但随着发行人房地产客户质量提高、内销非地产客户及外销客户比重上升,发行人受房地产行业需求波动的影响程度逐步降低,提升公司抗风险能力及竞争力,上述信息披露客观、真实。

(三)说明发行人与万科、华润置地、霍尼韦尔、中国电信等主要客户签署的合同到期后的续签条件,已到期合同是否续签,签署的合同类型,根据续签条件及合同签署情况说明与上述客户的合作是否稳定可持续。

发行人与主要客户签署的合同情况及已到期合同的续签情况具体如下:

客户	续签情况	合同名称	合同标的	合同期限
万科	万科尚未公布可视对讲及智能家居集中采购中标结果,未续签	不适用	不适用	不适用
华润置地	已续签框架协议	华润置地 2023 年度可视对讲集中采购合作协议	楼宇对讲门禁、智能家居	2022.12.31-2023.12.31
霍尼韦尔	已续签框架协议	主供应协议	楼宇对讲门禁、智能家居	2023.3.15-2026.3.14
中国电信	未到期,尚在履行,合同主体为天翼电信终端有限公司	智能门禁终端采购合同	楼宇对讲门禁,采购框架数量合计为 1.8 万台,含税采购金额总计 5,411.80 万元	2022.6.21-2024.6.20
	无明确到期期限,尚在履行,合同主体为天翼电信终端有限公司	智能门禁终端采购合同补充协议	楼宇对讲门禁,采购框架数量合计为 1 万台,含税采购金额总计 4,800.00 万元	2022.9.19 签订,有效期直至买卖双方已完全履行合同项下的所有义务并双方之间的所有付款和索赔已结清
	无明确到期期限,尚在履行,合同主体为天翼电信终端有限公司	智能门禁(含防雨罩)采购合同	楼宇对讲门禁,采购框架数量合计为 4,420 台,含税采购金额总计 1,326.00 万元	2022.8.18 签订,有效期直至买卖双方已完全履行合同项下的所有义务并双方之间

				的所有付款和索赔已结清
无明确到期期限，尚在履行，合同主体为天翼电信终端有限公司	智能门禁一体机终端采购合同	楼宇对讲门禁，采购框架数量合计为5,000台，含税采购金额总计1,593.60万元	2022.10.8 签订，有效期直至买卖双方已完全履行合同项下的所有义务并双方之间的所有付款和索赔已结清	
无明确到期期限，尚在履行，合同主体为天翼电信终端有限公司	智能门禁终端采购合同	楼宇对讲门禁，采购框架数量合计为3.18万台，含税采购金额总计3,519.86万元	2023.4.11 签订，有效期直至买卖双方已完全履行合同项下的所有义务并双方之间的所有付款和索赔已结清	
无明确到期期限，尚在履行，合同主体为天翼电信终端有限公司	智能门禁终端采购合同终端采购合同补充协议	楼宇对讲门禁，采购框架数量合计为0.1万台，含税采购金额总计162.20万元	2023.7.3 签订，有效期直至买卖双方已完全履行合同项下的所有义务并双方之间的所有付款和索赔已结清	
无明确到期期限，尚在履行，合同主体为天翼电信终端有限公司	太川 TC-Y9D-S4A/QZ2/DX 系列可视对讲门禁终端采购合同	楼宇对讲门禁，采购框架数量合计为1万台，含税采购金额总计712.50万元	2023.7.3 签订，有效期直至买卖双方已完全履行合同项下的所有义务并双方之间的所有付款和索赔已结清	
未到期，尚在履行，合同主体为福建省中通通信物流有限公司	天翼移动终端采购框架协议	楼宇对讲门禁	2022.4.20-2023.10.30	
未到期，尚在履行，合同主体为福建省中通通信物流有限公司	天翼移动终端采购框架协议	楼宇对讲门禁	2023.3.1-2023.12.31	

注：合同约定上表列示的发行人与天翼电信终端有限公司签订的所有采购合同涉及的采购数量均为框架数量，不构成对发行人的实质性承诺，买方可根据市场状况在合同的总体范

围内要求进行订单变更。

发行人与主要客户签署的合同到期后续签条件情况具体如下：

客户	续签条件
万科	<p>一、发行人与万科签订的原框架协议中未规定具体的续签条件 原框架协议中规定：“期满前1个月双方可协商修订本协议，但任何一方均没有期满续约的义务，本协议对上述约定截止日供需方之间已生效未履行完毕的具体采购/施工合同继续有效，直至该具体采购/施工合同履行完毕”。</p> <p>因此，原框架协议到期后，发行人需重新参加万科的招投标流程并中标后方可进行新框架协议的签署。</p> <p>二、万科 2023-2025 年可视对讲、智能家居集中采购招标流程对投标人基本要求如下：</p> <p>1、投标环节报名要求（基本要求）</p> <p>（1）有齐全的销售服务网络，至少能够覆盖联采单位四分之一的城市；</p> <p>（2）仅限厂家，非经销商；</p> <p>（3）拥有独立自主和完善的产品研发、品控检测团队；</p> <p>（4）接受标前抽检。</p> <p>2、签订集中采购协议环节：双方对《集中采购协议》各条款无异议</p>
华润置地	<p>一、发行人与华润置地签订的原框架协议中未规定具体的续签条件 原框架协议中规定：“甲方对乙方或其指定供应商年度履约评价定级为不合格的，甲方有权中止后续采购，并暂停下一协议期战略采购投标机会。若后续两个季度内所有项目履约评价不低于 80 分，可恢复后续项目订单，若协议期内后续年度定级均为优良，可恢复下一协议期战略采购投标机会”；“若乙方被甲方确定为不合格供方，则暂停下一协议期战略采购投标机会”。</p> <p>因此，原框架协议中仅涉及对发行人参加下一协议期战略采购投标的基本要求，原框架协议到期后，发行人需重新参加华润置地的招投标流程并中标后方可进行新框架协议的签署。</p> <p>二、华润置地 2023-2024 年度住宅及公寓项目可视对讲总部集中采购招标流程中对投标人基本要求如下：</p> <p>1、资格审查报名要求（基本要求）</p> <p>（1）公司性质：生产厂家投标、投标人具有法人资格，非经销商、代理商；</p> <p>（2）业绩要求：2020 年 1 月至今投标人至少与 2 家 2022 年 1-6 月克而瑞全口径销售金额 TOP20 地产可视对讲集采合作经验；</p> <p>（3）营业收入：投标品牌 2019-2021 年三年平均营业收入满足 1 亿元以上；</p> <p>（4）财务状况：能提供近三年（2019-2021）年第三方（会计师事务所）出具的审计报告（全套页码）或财务报表，须包括负债总额、净资产额、营业额等重要财务指标，并加盖公章；要求 2021 年净利润不得为负；若无法提供第三方出具的审计报告，则提供</p>

	<p>公司财务的财务报告（需盖章），并对其真实性负责，若招标人发现数据与实际情况不符，将取消投标资格，并列为不合格供方，限制后续华润置地的投标资格；</p> <p>（5）企业要求：质量认证、环境管理认证在有效期内；</p> <p>（6）工厂要求：在中国境内设有 1 个及以上的自有工厂；</p> <p>（7）纳税资格：一般纳税人；</p> <p>（8）送样要求：送样合格；</p> <p>（9）其他条件：不存在以下情形：</p> <p>①经调研，出现合同或供货造假行为；②最近 1 年在全国政府官网被严重警告；③最近 1 年因产品质量不合格被披露（被行政处罚或政府主管部门抽查并披露产品质量不合格）；④最近 1 年被纳入全国法院失信被执行人名单；⑤华润置地 D 级或不合格供方；⑥华润置地限制投标期内；⑦未按华润置地要求提供报名资料或资料造假</p> <p>2、签订集中采购协议环节：双方对战略合作协议和平台服务协议各条款无异议</p>
霍尼韦尔	原框架协议中未规定具体的续签条件
中国电信	<p>① 发行人与天翼电信终端有限公司于 2022 年 6 月签订的《智能门禁终端采购合同》于 2024 年 6 月到期，目前尚在正常履行中；中国电信会根据自身采购需求预测与发行人签订采购合同，合同中已对采购产品型号、单价及数量进行约定，如有新的采购需求会与发行人签订新的采购合同，续签条件不适用。</p> <p>② 发行人与天翼电信终端有限公司签订其余采购合同均无明确结束期限，合同将保持有效直至双方已完全履行合同项下的所有义务并双方之间的所有付款和索赔已结清，续签条件不适用。</p> <p>③ 发行人与福建省中通通信物流有限公司签订的框架协议分别于 2023 年 10 月 30 日、2023 年 12 月 31 日到期，尚在正常履行阶段，续签条件不适用。</p>

发行人与万科、华润置地在原框架协议到期后，需经过客户招投标流程并中标后方可完成新协议的签署。凭借优质的产品、覆盖面广的营销服务网络以及与万科、华润置地保持的良好合作关系，发行人均已满足万科、华润置地投标环节的报名要求和资格审查标准并进入评标环节。截至本问询回复出具日，发行人已与华润置地完成续约，华润置地对发行人的产品需求具有稳定性和可持续性。

万科与发行人自 2008 年开始合作至今，有较高的合作稳定性，期间未发生终止合作的情形，发行人多次获评万科“A 级供应商”，并在万科采筑主办的建材供应商综合实力测评（SCI）中被评为两星可视对讲供应商（测评由高至低可

分为三星、两星、一星和合格供应商，据采筑官网查询目前可视对讲供应商最高获得两星，未有三星可视对讲供应商）。根据公开信息查询以及对万科的访谈，万科目前尚未公布可视对讲及智能家居集中采购中标结果，故发行人未与万科续签。发行人与万科原集中采购协议于 2022 年 12 月 31 日到期后，一方面针对在到期前已生效但尚未履行完毕的合同或订单，根据集采协议中“对上述约定截止日供需方之间已生效未履行完毕的具体采购/施工合同继续有效，直至该具体采购/施工合同履行完毕”的相关规定，该部分合同或订单在期后仍在正常履行中；另一方面在集中采购招标结果未公布前，万科在其采购系统中对原集采协议有效期进行延期，在期后正常与发行人签订新的采购订单，进行产品采购。2023 年 1-6 月，发行人对万科实现收入 3,372.92 万元，较上年同期增长 20.05%，发行人在期后与万科保持了稳定、持续的合作关系。

发行人与霍尼韦尔签订的框架协议并未约定续签条件，续签主要取决于双方的合作意愿。合作期间，霍尼韦尔对发行人的年度现场评审均为“绿线”档，双方已对续签合约的各项条款达成一致。截至本问询回复出具日，发行人已与霍尼韦尔完成续约，可有效保证双方在合同期内合作的稳定性、持续性。

发行人与中国电信签订的采购合同和框架协议均不适用续签条件。截至 2023 年 8 月 31 日，发行人与天翼电信终端有限公司签订的采购合同中的采购框架含税总额为 17,525.96 万元，已执行含税金额为 4,442.73 万元。自 2022 年 6 月起，发行人与天翼电信终端有限公司陆续签订多份采购合同，且各采购合同均在正常执行中，发行人与中国电信已建立起稳定、持续的合作关系。

综上，发行人与主要房地产客户万科、华润置地的续签条件系发行人需参与招标、满足招标各个环节的条件并成功中标，霍尼韦尔未规定明确续签条件，目前发行人与上述三家主要客户均已实现续签框架协议；中国电信目前合约正在正常履行中，在手合同充足，无明确续约条件。发行人与主要客户的合作稳定、可持续。

（四）说明受万科需求影响，智能家居产品收入持续下滑的情形是否仍在继续；说明全球智能家居市场规模、中国智能家居市场规模与发行人业务的关联度，发行人对于智能家居产品的发展规划和客户扩展情况。

1、说明受万科需求影响，发行人智能家居产品收入持续下滑的情形是否仍

在继续

报告期后，发行人智能家居产品主要客户收入情况与上一年度同期对比情况具体如下：

单位：万元

客户	2023年1-6月		2022年1-6月
	金额	增速	金额
万科	510.24	39.22%	366.50
GM	134.69	15.18%	116.93
广州方圆辉宏房地产有限公司	62.90	/	-
四川恒泰能环科技有限责任公司	41.46	21.44%	34.14
Al Madaen Smart Contracting Est	36.68	/	-
新力地产	1.45	-99.16%	172.33
富力地产	-	-100.00%	80.10
其他客户	119.67	49.49%	80.05
合计	907.09	6.71%	850.06

注：发行人对中南建设 2022 年智能家居收入为 0，因此在表中并未列示。

2023 年 1-6 月，发行人智能家居业务收入同比上升 6.71%。除“暴雷”客户新力地产、富力地产智能家居业务收入较上年同期合计下滑 250.99 万元外，其余主要客户中，万科智能家居收入上升 39.22%，GM 同比上升 15.18%，其他客户同比上升 49.49%。得益于 2022 年下半年以来陆续出台的房地产利好政策，发行人智能家居业务第一大客户万科对发行人智能家居产品采购需求有所回升，叠加外销客户 GM、Al Madaen Smart Contracting Est 等采购需求呈现明显上升趋势，发行人智能家居业务虽然受新力地产和富力地产这两家“暴雷”房地产企业的影响，但仍实现智能家居业务收入增速由负转正，报告期内智能家居产品收入持续下滑的情形已在报告期后发生转变。

2023 年上半年，剔除掉新力地产和富力地产两家客户的影响后，发行人智能家居业务收入较上年同期上升 51.54%。由此可见，目前发行人已基本消化新力地产等“暴雷”房企对智能家居业务收入造成的负面冲击，2022 年下半年新力地产和中南建设智能家居收入合计仅为 58.47 万元，2023 年下半年这两家“暴雷”房企对发行人整体智能家居业务收入的影响较 2023 年上半年进一步降低。

考虑到 2023 年下半年房地产行业政策配套措施进一步落实以及发行人对外销客户 GM、Al Madaen Smart Contracting Est 等的智能家居业务收入规模正在扩

大，进一步对冲“暴雷”房企的影响，预计本年度智能家居业务收入将会较 2022 年收入实现小幅上升。

截至 2023 年 8 月 31 日，发行人关于新力地产、富力地产和中南建设持有的智能家居业务在手合同合计金额约为 232.76 万元，随着该部分合同在一至两年内基本消化完成，未来发行人智能家居业务收入不会继续受该三家房企收入大幅下滑的影响。考虑到新力地产等“暴雷”房企对该业务业绩下滑的影响正逐步被消化以及新老客户的拓展情况，发行人智能家居业务未来持续下滑的风险较低。

2、说明全球智能家居市场规模、中国智能家居市场规模与发行人业务的关联度

（1）全球智能家居市场规模

在物联网技术、网络通信技术快速发展的背景下，全球智能家居市场规模持续增长。根据 Statista 数据显示，全球智能家居市场规模自 2017 年的 398 亿美元增长至 2022 年的 1,157 亿美元，年均复合增长率达 23.79%，预计 2027 年将增长至 2,229 亿美元，行业发展空前广阔。

（2）中国智能家居市场规模

得益于人民可支配收入的提高和对舒适品质家庭生活的不断追求，我国智能家居产品的需求持续增长。目前我国正处于智能家居的全面智能爆发期，公共卫生事件对市场经济的影响逐渐缓解；同时，在公共卫生事件的刺激下，人们更加注重家居幸福感和体验感的提升，将推动智能家居发展增速持续向上。

近年来，中央及地方密集发布了与住宅精装修相关的政策，全国涉及全装修/精装修的各类政策累计颁布已超百次，覆盖 20 多个省市。智能家居作为精装市场的新起之秀，其配置率不断增长，克而瑞数据显示，2022 年我国精装修市场智能家居系统配置率为 13.6%，同比增长 4.0%。在政策持续推动下，以及房地产市场正在逐步回到健康发展的轨道上，智能家居产品将拥有更广阔的市场。根据 Statista 的统计数据，2022 年中国智能家居市场规模为 267 亿美元，折合人民币 1,796.91 亿元（美元/人民币汇率以 2022 年度平均值 6.73 计算），预计将以 15.4% 的复合增长率持续增长，2027 年中国智能家居市场规模将增长至 546 亿美元，折合人民币 3,549.00 亿元（美元/人民币汇率以 6.50 计算）。

(3) 与发行人业务关联度

近年来，全球及中国的智能家居市场规模总体都呈上升趋势，而发行人的智能家居业务收入及比重在报告期内逐年降低，二者发展情况呈相反趋势。主要原因在于智能家居行业包含智能照明、智能安防、智能控制、智能影音、智能传感、智能家电、智能设备、智能网络、智能遮晾、环境控制等十类具体产品，行业下游客户包括电商平台、应用中心、房地产公司、线下门店、家装公司等；而发行人的智能家居业务主要包含其中的智能安防、智能照明、智能控制等产品，且面向的下游客户主要为地产商，因此受公司战略合作地产客户万科调整产品类型需求的影响，公司智能家居业务的收入占比逐年降低。因此，全球及中国智能家居市场规模与发行人智能家居业务发展情况呈相反趋势具有一定的合理性。

此外，发行人也在持续改善客户结构，积极引进中国电信、霍尼韦尔等品牌客户，地产类客户占比逐年降低；与此同时积极拓展海外业务，且取得了一定成效，随着公共卫生事件的影响逐渐减弱，发行人也将继续加大资源投入海外市场，预计 2023 年外销收入将进一步大幅增长；并且发行人也在加大智能家居产品的研发投入，与东华大学开展合作研发项目。因此，发行人智能家居业务发展有望得到进一步改善。

3、发行人对于智能家居产品的发展规划和客户扩展情况

(1) 对于智能家居产品的发展规划

1) 创新升级产品，加大营销推广

发行人将结合当下主流智能化技术应用持续投入研发资源，完善全屋智能产品的升级、补充与优化组合，深挖更多家庭智慧场景并不断升级，满足更多个性化需求，提升用户的场景体验，包括与第三方生态的对接合作，譬如发行人产品与小米或者天猫精灵等智能音箱的生态接入产生了丰富的应用场景，发行人将持续发展与小米、阿里天猫精灵、涂鸦、科大讯飞等 AIOT 平台的技术对接合作，让产品具备更多能力，为用户提供不同生活场景的便捷产品解决方案；加大市场营销和品牌推广的力度，提高消费者对智能家居产品的认知和购买意愿，包括参加行业展会、增加广告宣传等；与家居、建材、上游供应商等企业建立生态合作伙伴关系，共同推广智能家居产品；重视客户关系管理，提供良好的售后服务和

技术支持，以增强客户满意度和忠诚度。

2) 开拓后装市场，扩展零售客户

国内智能家居市场按照建筑智能化的布局阶段，主要分为前装市场和后装市场。

前装市场是指在房屋装修完成前，专业的智能家居方案提供商将其智能家居服务提案提供给房地产开发商或家装公司。前装市场对行业发展发挥了重要作用，企业通过与房地产、家装企业合作，将智能家居产品打包成整体的智能家居解决方案，在统一布局与用户体验方面更具优越性。

后装市场是指在房屋装修完成后，终端客户直接通过线上或线下渠道购买智能家居产品，在原有家装线路的基础上进行智能家居服务的部署。后装市场更具有DIY属性，面向更年轻、消费观念更超前、消费能力也相对较强的群体，市场空间较大。

发行人目前智能家居业务仍主要面向地产商，为房地产公司提供智能家居解决方案，处于前装市场，其中主要客户为万科，并积极拓展其他优质头部地产客户，如华润置地、越秀地产等。受房地产调控政策及地产企业为降低成本而减少产品需求的影响，前装市场目前阶段发展较为缓慢。因此未来公司除了继续维持和发展前装市场的业务之外，还会积极开拓后装市场，通过展开智能家居消费类市场的调研和应用场景挖掘，培育适合消费类用户体验的智能家居产品线，推出适合C端用户需求的零售套包和DIY产品，多方位拓展新的零售、电商平台、线下体验店等产品销售渠道，以增加产品的覆盖面和销售量。

3) 拓展海外业务，增强品牌声誉

公司目前正在加大对海外业务的拓展力度，报告期内智能家居产品已分别销往欧洲、北美洲、南美洲和亚洲其他国家等，未来公司将继续积累产品在海外各地的声誉，进一步开拓新的海外市场，促进公司业务可持续发展。

(2) 客户扩展情况

1) 拓展非地产类型客户

由于房地产调控政策及主要地产客户对产品需求的变化，公司正在积极拓展

非地产类型客户。报告期内，发行人智能家居业务区分地产客户与非地产客户的收入情况如下表所示。

单位：万元

公司名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
地产客户	1,838.12	62.95%	3,045.37	67.61%	4,834.97	84.55%
非地产客户	1,081.93	37.05%	1,458.87	32.39%	883.30	15.45%
合计	2,920.05	100.00%	4,504.24	100.00%	5,718.27	100.00%

注：非地产类型客户主要包括工程商、经销商、品牌商及外销客户。

由上表可见，非地产客户的收入占比逐年上升。随着公共卫生事件的影响减弱，发行人将积极参与线下行业展会等，未来非地产类型客户占比有望进一步提升。

2) 拓展外销业务

此外，发行人也在积极拓展海外业务。报告期内，发行人智能家居业务区分境内外销售的收入情况如下表所示。

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内销售	2,090.16	71.58%	4,256.99	94.51%	5,656.38	98.92%
境外销售	829.89	28.42%	247.24	5.49%	61.89	1.08%
合计	2,920.05	100.00%	4,504.24	100.00%	5,718.27	100.00%

由上表可见，发行人外销金额和占比均实现逐年大幅上升，2022 年智能家居业务的外销收入达到 2020 年的 13.4 倍，产品分别销往欧洲、北美洲、南美洲和亚洲其他国家。随着公共卫生事件的影响减弱和公司品牌在海外的声誉积累，未来境外销售的规模将进一步扩大。

(五) 在招股说明书行业发展态势部分补充完善智慧社区细分领域市场空间、智能楼宇对讲与人脸识别门禁对应的市场规模情况；根据 2020 年至 2022 年中国智慧门禁系统市场规模情况，核实中国智慧门禁系统市场规模“预计 2024 年将进一步扩大至 236 亿元”的数据是否符合实际增长趋势，避免误导投资者。

1、在招股说明书行业发展态势部分补充完善智慧社区细分领域市场空间、

智能楼宇对讲与人脸识别门禁对应的市场规模情况

(1) 智慧社区细分领域市场空间

发行人已在《招股说明书》“第五节 业务和技术”之“二、行业基本情况”之“（三）行业发展态势”之“1、智能物联网行业发展态势”处补充披露如下内容：

其中，智慧社区作为 AIOT 应用中的重要应用场景之一，以社区管理、服务为切入点，通过终端感知设备和传感器网络，结合人工智能、物联网、云计算、边缘计算等新一代信息技术，实现社区屋内屋外智能终端的互联互通及联动，构筑数字化、智能化、在线化的社区管理能力，聚焦社区基层治理、社区服务、社区商业，为政府、企业、居民提供长效可持续发展的解决方案。

随着科学技术的发展，物联网、云计算、移动互联网、大数据应用的技术日臻成熟，我国数字经济、数字政府、新基建等项目工程建设加速推进，智慧城市成为城市未来发展方向。而智慧社区作为城市智慧化发展建设过程中不可或缺的重要组成部分，对于强化城市和社区综合管理能力、切实提升小区居住品质、全面提高城市小区物业管理水平和管理效率具有不可替代的现实意义，行业市场迎来黄金发展机遇时期。

为提高国民经济增长发展“动能”，推动国家产业结构转型升级，城镇化成为我国现代化发展的必由之路。随着国内城镇化进程持续推进，叠加城市落户政策的放松，据国家统计局数据显示，2015-2022 年，国内城镇居民人口数量呈现逐年增长态势，复合增长 2.16%。2022 年，我国城镇居民人口数量达 92,071 万人，同比增长 0.71%，占全国总人口数量比例达 65.22%。城镇人口数量增长表明我国城镇社区服务群体扩大，传统社区管理模式实用程度不断下降，城镇社区智慧化升级发展成为必然趋势，为智慧社区产业发展提供了庞大的内需市场，持续推动行业市场发展。

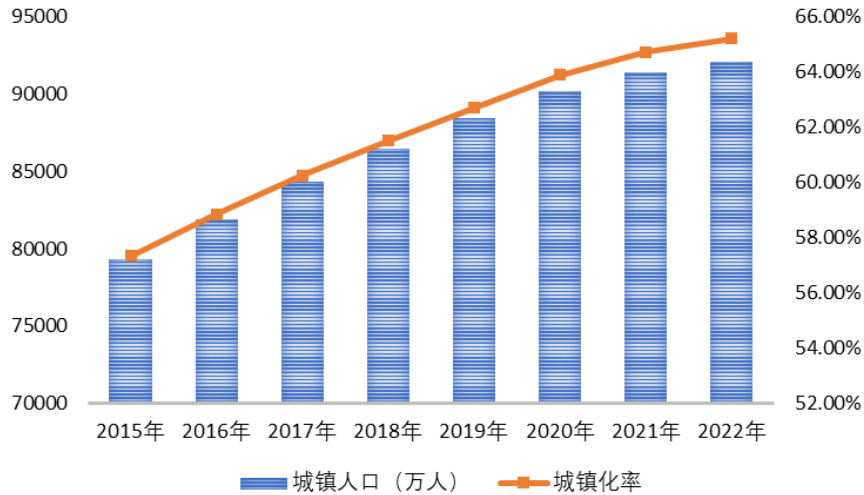


图 2015-2022 年中国城镇人口数量及城镇化进程发展情况

数据来源：国家统计局

当前我国共有 16.44 万个社区。继北京、上海、广州等一线城市之后，二三线城市已开始智慧社区的建设，通过政策支持、与运营商合作及建立示范小区等形式开展。2017-2021 年，我国智慧社区市场规模从 3,480 亿元增长至 5,950 亿元，复合增长率达到 11.32%。根据智研咨询的初步统计，2022 年国内智慧社区市场规模已突破至 6,500 亿元以上。

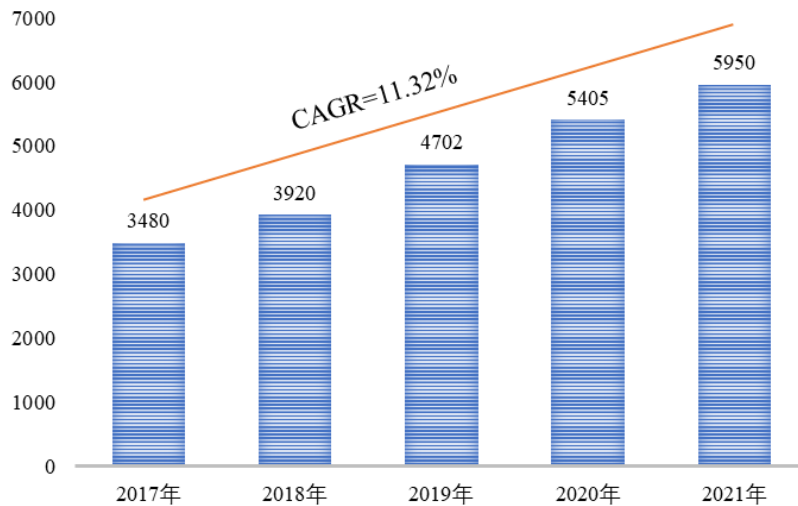


图 2017-2021 年我国智慧社区市场规模情况（亿元）

资料来源：华经产业研究院

随着我国智慧社区市场规模持续增长，我国智慧社区普及率已占到全国约 40%。“十四五”期间用于建设智慧城市的投资规模呈现逐年上升的趋势，智慧

社区作为智慧城市的建设重点，预计 2023 年市场规模超 6800 亿元，市场空间巨大。

目前，我国智慧社区产业主要细分领域市场包括智能家居、视频监控设备、通信产业、射频识别产品（RFID）、社区服务等。从产业规模分布来看，智能家居为我国智慧社区行业的主要产品，2021 年其市场份额占比达 23.50%，其次为视频监控设备，占比为 11.20%，通信产业和射频识别产品（RFID）的市场份额较小，分别为 5.00% 和 1.60%，社区服务和其他共占比 58.70%。公司与智慧社区相关的产品主要为楼宇对讲门禁、智能家居等。

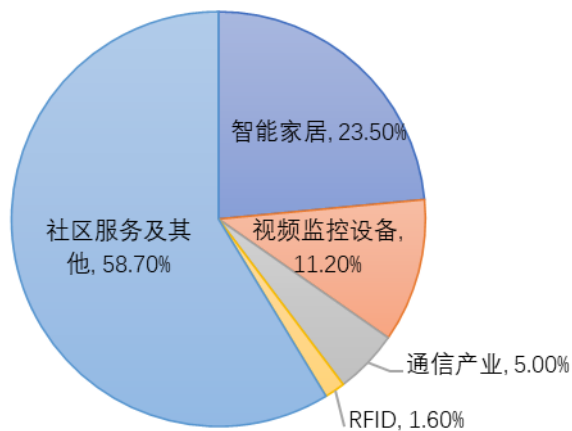


图 2021 年我国智慧社区行业市场份额占比情况

数据来源：观研报告”

（2）智能楼宇对讲与生物识别门禁对应的市场规模情况

发行人已在《招股说明书》“第五节 业务和技术”之“二、行业基本情况”之“（三）行业发展态势”之“2、智能安防行业发展态势”处补充披露如下内容：

“从行业规模来看，经过近三十年的发展，我国智能楼宇对讲行业已具备一定体量。根据中国安防行业门户 OFweek 安防网数据，若以 TCP/IP 数字楼宇可视对讲产品户均为 800 元，户均面积 100 m² 计算，则可视对讲产品的使用标准为 8 元/m²。按照此建设标准可以估算出我国近几年来楼宇可视对讲市场规模。2016 年-2022 年，我国实现住宅竣工面积分别为 7.72 亿 m²、7.18 亿 m²、6.60 亿 m²、6.80 亿 m²、6.59 亿 m²、7.30 亿 m² 和 6.25 亿 m²，按 8 元/m² 的建设标准估算，2016 年至

2022年我国数字楼宇对讲在住宅中的应用规模分别约为61.75亿元、57.45亿元、52.81亿元、54.41亿元、52.73亿元、58.41亿元和50.03亿元。

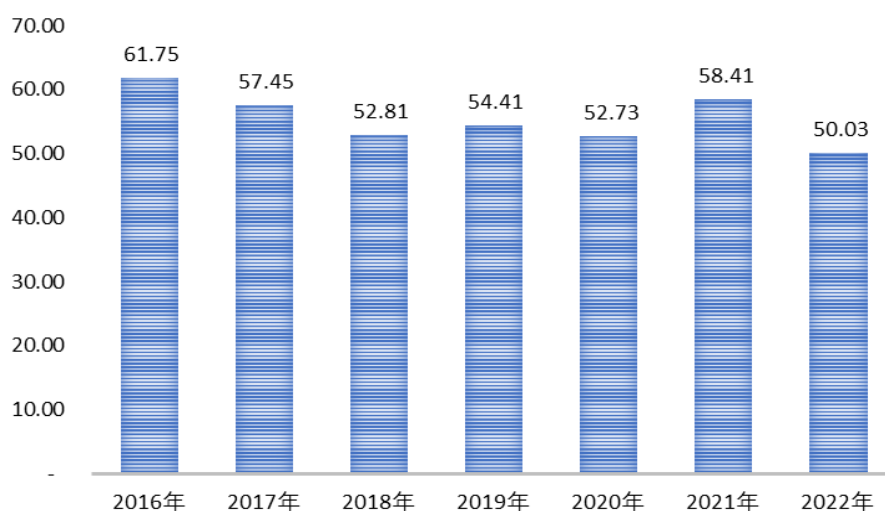


图 2016-2022 年我国楼宇对讲行业市场规模

数据来源：国家统计局、OFweek

说明：上述测算过程是对国内数字楼宇对讲产品市场规模的理论性测算，且由于智能楼宇对讲产品主要应用于新建住宅小区，因此使用住宅竣工面积进行测算。

随着生物识别技术的不断发展，门禁系统的迭代效应也不断加快。如今常见的生物识别门禁系统主要包括指纹门禁系统、虹膜门禁系统、面部识别门禁系统和静脉识别门禁等等。目前市场上应用最为广泛的生物识别技术是指纹识别以及人脸识别，这两种技术具备较高的使用便利性以及较低的设备成本优势。根据沙利文的研究报告，我国生物识别门禁市场规模从 2015 年的 14 亿元快速增长至 2019 年 27 亿元，期间年均复合增长率为 17.8%。未来随着智慧楼宇、智慧社区的建设加速，生物识别技术在门禁领域将会进一步渗透，我国生物识别门禁市场规模预计将进一步扩大至 2024 年的 75 亿元，2020 年至 2024 年期间年复合增长率为 23.7%。

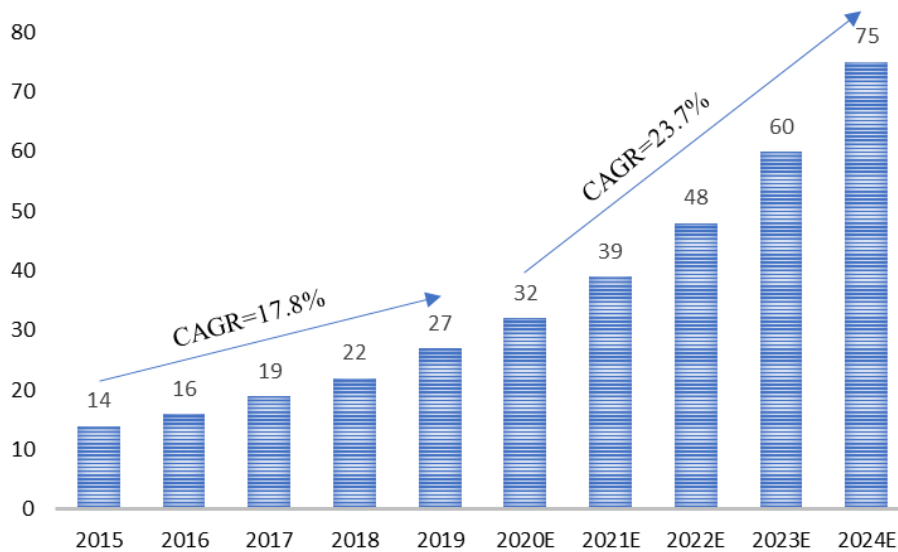


图 2015-2024 年我国生物识别门禁产品市场规模

数据来源：Frost & Sullivan”

2、根据 2020 年至 2022 年中国智慧门禁系统市场规模情况，核实中国智慧门禁系统市场规模“预计 2024 年将进一步扩大至 236 亿元”的数据是否符合实际增长趋势，避免误导投资者

发行人已在《招股说明书》“第五节 业务和技术”之“二、行业基本情况”之“（三）行业发展态势”之“2、智能安防行业发展态势”处补充修改披露如下内容：

根据沙利文的研究报告，中国智慧门禁行业市场规模从 2018 年的 125.6 亿元上升至 2022 年的 193.5 亿元，年均复合增长率为 11.4%。随着居民人均消费水平的提高和对智慧门禁产品消费意愿的提升，以及随着安防产业的推动和门禁产品的进一步智能升级，中国智慧门禁市场规模预计将进一步扩大。

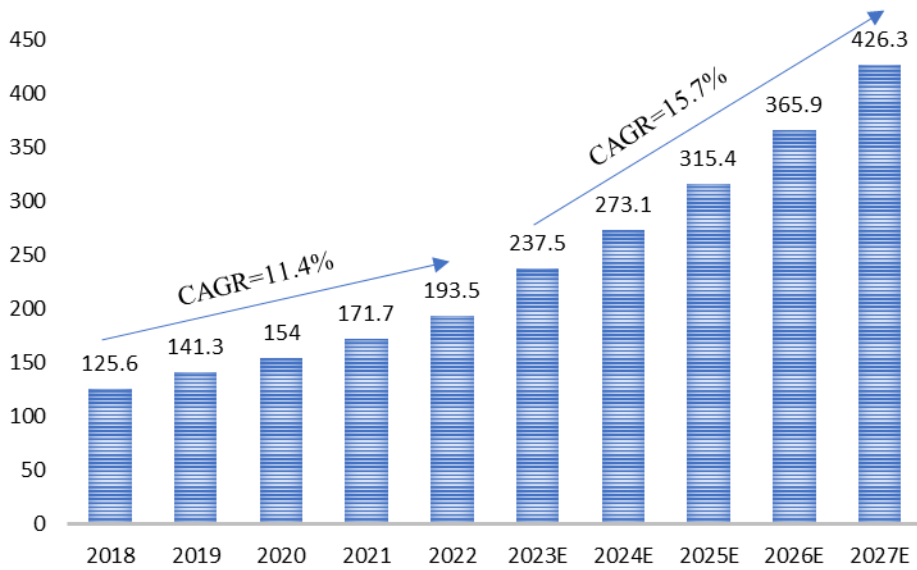


图 2018-2027 年中国智慧门禁行业市场规模（亿元）

资料来源：沙利文 [newilahs](#)

智慧门禁行业的具体产品包括密码识别门禁系统、刷卡识别门禁系统、生物识别门禁系统和二维码、蓝牙、WIFI 等新型门禁系统，广泛应用于住宅、企业、学校及公共交通领域，因此，智慧门禁行业的市场规模大于生物识别门禁产品的市场规模。

因此，结合 2020 年至 2022 年中国智慧门禁系统市场规模情况及增长趋势，发行人不存在误导投资者的情形。

（六）在招股说明书行业发展态势部分补充披露 2022 年度全国房地产开发投资、住宅施工面积、新开工面积和竣工面积、商品房销售面积和金额等数据，在招股说明书管理层讨论与分析部分就上述指标变动情况对公司经营的影响予以分析，说明发行人所处行业是否出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况，充分揭示相关风险因素，视情况进行重大事项提示。

1、在招股说明书行业发展态势部分补充披露 2022 年度全国房地产开发投资、住宅施工面积、新开工面积和竣工面积、商品房销售面积和金额等数据

发行人已在《招股说明书》“第五节 业务和技术”之“二、行业基本情况”之“（三）行业发展态势”之“4、行业市场前景”处补充修改披露如下内容：

（3）房地产市场体量庞大，为行业持续发展奠定坚实基础

楼宇对讲门禁及智能家居等产品的应用场景主要为房屋住宅，因此本行业市场需求的的发展情况与下游房地产市场发展态势息息相关。当前，我国房地产市场发展态势主要如下：

1) 政策调控提质发展，市场波动后有望回暖

2016年，我国首次提出“房住不炒”的房地产发展战略，受此影响，我国房地产市场由高速发展期迈入了政策调控的提质发展阶段，新建住宅竣工面积从2018年至2021年保持稳步发展态势，总体仍保持高位，然而受整体宏观经济下行及房地产调控政策等因素影响，2022年我国房地产市场波动明显，根据国家统计局数据显示，2022年我国房地产开发投资、住宅投资、房屋施工面积、新建住宅竣工面积与住宅商品房销售面积等均同比下滑，其中新建住宅竣工面积与商品房销售面积分别为6.25亿平方米及13.6亿平方米，同比分别下降14.3%及24.3%。

近年来房地产市场发展情况如下：

年份	房地产开发投资(亿元)	住宅投资(亿元)	房屋施工面积(万平方米)	住宅施工面积(万平方米)	房屋新开工面积(万平方米)	住宅新开工面积(万平方米)
2017	109,799	75,148	781,484	536,444	178,654	128,098
2018	120,165	85,124	822,300	569,987	209,537	153,485
2019	132,194	97,071	893,821	627,673	227,154	167,463
2020	141,443	104,446	926,759	655,558	224,433	164,329
2021	147,602	111,173	975,387	690,319	198,895	146,379
2022	132,895	100,646	904,999	639,696	120,587	88,135

续上表：

年份	房屋竣工面积(万平方米)	住宅竣工面积(万平方米)	商品房销售面积(万平方米)	商品房销售额(亿元)
2017	101,486	71,815	169,408	133,701
2018	93,550	66,016	171,654	149,614
2019	95,942	68,011	171,558	159,725
2020	91,218	65,910	176,086	173,613
2021	101,412	73,016	179,433	181,930
2022	86,222	62,539	135,837	133,308

数据来源：国家统计局

未来，新增住宅需求逐步向改善、更新需求过渡，以我国庞大的人口基数，未来住宅开发依然是最重要的经济活动之一，具有巨大的市场需求。

2022年以来，全国各地相继出台了支持房地产稳健发展的“松绑限购”、“松绑限售”、“放宽公积金”、“下调首付比例”、“下调房贷利率”和“提供购房补贴”等措施。2023年7月24日，中央政治局会议召开，在谈及房地产市场时，首次明确提出，适应我国房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化房地产政策，中央明确适时调整优化房地产政策，为下半年政策持续宽松明确了总体方向，后续各地“四限”政策（即限购、限贷、限价、限售）有望持续优化调整。

在经历房地产调控及宏观经济波动等因素影响后，房地产市场有望逐步回暖，尤其是一二线城市的刚需购房需求有望增长，促使房地产供需关系平衡。此外，除传统住宅、商业地产外，长租公寓、养老地产等有望拓展行业市场空间”。

2、在招股说明书管理层讨论与分析部分就上述指标变动情况对公司经营的影响予以分析

发行人已在《招股说明书》“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”之“8.其他披露事项”处补充修改披露如下内容：

8.其他披露事项

报告期内，发行人主营业务收入分别为 25,486.72 万元、27,999.27 万元、21,661.98 万元，占营业收入的比例分别为 99.31%、99.33%、98.98%，主营业务突出，贡献稳定。发行人主营业务的应用领域与下游房地产行业直接相关。近年来房地产市场发展情况如下：

年份	房地产开发投资(亿元)	住宅投资(亿元)	房屋施工面积(万平方米)	住宅施工面积(万平方米)	房屋新开工面积(万平方米)	住宅新开工面积(万平方米)
2017	109,799	75,148	781,484	536,444	178,654	128,098
2018	120,165	85,124	822,300	569,987	209,537	153,485
2019	132,194	97,071	893,821	627,673	227,154	167,463
2020	141,443	104,446	926,759	655,558	224,433	164,329
2021	147,602	111,173	975,387	690,319	198,895	146,379
2022	132,895	100,646	904,999	639,696	120,587	88,135

续上表：

年份	房屋竣工面积 (万平方米)	住宅竣工面积 (万平方米)	商品房销售面积(万 平方米)	商品房销售额 (亿元)
2017	101,486	71,815	169,408	133,701
2018	93,550	66,016	171,654	149,614
2019	95,942	68,011	171,558	159,725
2020	91,218	65,910	176,086	173,613
2021	101,412	73,016	179,433	181,930
2022	86,222	62,539	135,837	133,308

数据来源：国家统计局

受房地产调控政策的影响，发行人主营业务收入呈先小幅上升后下降的趋势，与报告期内房地产商品房销售面积波动情况保持一致。

3、说明发行人所处行业是否出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况

(1) 行业发展前景广阔，所处行业发展前景较好

楼宇对讲门禁产品在住宅小区应用最为广泛，城镇化和智慧城市的建设能够推动商品房住宅的需求增长，进而带动楼宇对讲行业发展。根据国家统计局数据显示，2022年，我国常住人口城镇化率为65.22%，城市人口超过农村人口。根据联合国预测，2030年中国的城镇化率将达到70%。因此，随着我国城镇化率不断提高，楼宇对讲产品行业发展趋势向好。

近年来，国家鼓励支持住宅精装修行业发展，从中央相关部委到地方政府部门，推动精装修行业发展的相关政策不断出台并落地，如《“十四五”建筑业发展规划》中，提出装配式建筑占新建建筑的比例达到30%以上，与发达国家80%以上的整体住宅精装修比例仍有较大的差距，我国精装修长期渗透率仍有较大的增长空间。楼宇对讲系统对于精装房而言是一项基本功能，精装房的普及有助于楼宇对讲行业的发展。

随着城市化进程的推进，“有序推进旧住宅小区综合整治、危旧住房和非成套住房改造，全面改善人居环境”成为政府工作的要点之一。很多老旧小区楼宇对讲产品已经损坏或者功能过于落后，或者没有安装楼宇对讲产品，影响小区居民的日常出入。因此旧楼的智能化改造能够进一步创造楼宇对讲产品的增量需求。

受益于居民收入水平持续提升，消费者对生活质量的要求与需求越来越高，消费观念不断提升，智能家居产品可使居家生活安全性、高效性、便捷性、舒适性大幅提升，极大程度提高居家生活体验，智能家居市场消费意愿旺盛，市场规模快速增长。

我国智能家居市场伴随着智慧城市建设推进而呈现出快速发展态势，同时智能家居涉及大量的终端互联场景，未来随着物联网、人工智能、语音识别等技术的创新应用，以及 5G 技术推广普及为高效、实时解决海量数据提供重要支撑，将推动智能家居市场提速发展，且随着智能家居产品标准逐渐统一，各产品间信息孤岛问题将逐步被解决，行业市场前景广阔。

近年来，我国智能家居出货量快速增长。2021 年我国智能家居设备市场出货量超过 2.2 亿台，2022 年出货量约 2.6 亿台，预计到 2026 年将突破 5 亿台。

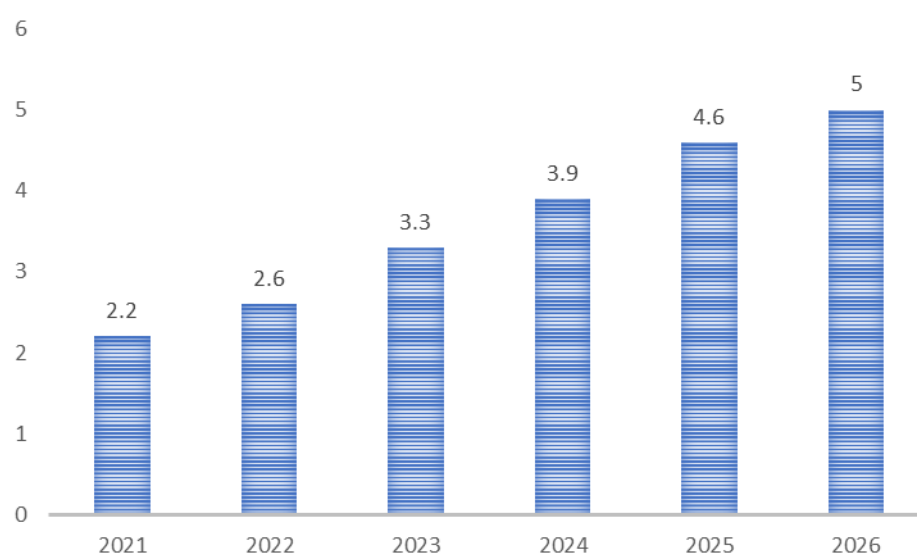


图 2021-2026 年中国智能家居设备出货量预测情况

数据来源：IDC 咨询

因此，发行人楼宇对讲门禁和智能家居产品市场空间较为广阔，行业发展前景较好，行业不存在周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况。

(2) 发行人所处行业下游房地产行业回暖将带来需求回升

楼宇对讲系统、智能家居产品主要应用于房屋住宅及社区服务，其市场前景与房地产市场发展状况密不可分。当前，在中共中央一再强调“房住不炒”及因城施策等宏观调控背景下，我国房地产市场整体逐渐由全面飞速发展的“黄金时

期”迈入稳步调整期。据国家统计局数据显示，近年来，我国商品房销售面积增速逐渐放缓甚至出现下降，2021年销售面积为179,433万平方米，同比增长1.9%，2022年销售面积为135,837万平方米，同比下降24.3%。

行业发展速度减缓促使行业竞争愈发激烈，房地产行业进入缩表出清、优胜劣汰阶段。根据中国指数研究院公开数据，2022年房地产百强企业市场份额为47.5%，较上年下降2.4个百分点。在此背景下，短期来看，各企业更需调整经营模式、转型求存，进而将有望推动行业竞争由以往的“以量取胜”向“以质取胜、以服务取胜”转型发展，为楼宇对讲系统、智能家居系统等产品市场带来新一轮的发展机遇。

与此同时，房地产调控政策正趋于转松。2022年11月，国务院常务会议部署稳增长一揽子措施，包括“落实因城施策支持刚性和改善性住房需求的政策”“推进保交楼专项借款尽快全面落到项目”以及“改善房地产行业资产负债状况，促进房地产市场健康发展”。

在供给端风险事件频发的背景下，本轮调控前期的重点放在了竣工端。2022年7月和2023年4月的政治局会议以及2022年底中央经济工作会议均提及“做好‘保交楼’工作”，同时延续“因城施策”和“房住不炒”的总基调。2022年11月，央行和银保监会共同发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》针对房地产融资、“保交楼”、房企风险处置、个人房贷和征信等方面提出16条措施。2023年1月，央行和银保监会发布《建立首套住房贷款利率政策动态调整机制》，允许各地阶段性维持、下调或取消首套住房商业性个人住房贷款利率下限。房贷利率和住房公积金贷款利率均已降至历史新低。2023年7月以来，中共中央政治局会议首次明确提出“适应我国房地产市场供求关系发生重大变化的新形势，适时调整优化房地产政策”，住建部强调进一步落实好降低购买首套住房首付比例和贷款利率、改善性住房换购税费减免、个人住房贷款“认房不用认贷”等政策措施。上述房地产利好政策的实施预计将继续推动行业稳定发展，带动发行人产品市场需求回升。

当地产宽松周期开启时，房地产行业往往率先得到提振，包括智能家居在内的轻工制造行业将在周期中后段稳定受益。因此，长远来看，下游行业需求的增长也将为公司所处行业的发展带来更大的增长空间，不存在周期性衰退的情况。

（3）发行人报告期内产能利用率及市场份额情况

报告期内，公司的产能利用率分别为 91.54%、92.85%及 71.32%，其中，2020-2021 年度公司产能利用率总体处于较高水平，且处于上升趋势，对提升制造能力仍有较高需求。2022 年由于公司受到下游客户投资计划、行业政策等周期性因素的影响，产能利用率出现一定波动。

由于公司智能安防、智能家居等智慧社区产品销售存在季节性特征，一般下半年的市场需求大于上半年，故公司下半年的产能利用率为瓶颈产能。报告期各期下半年产能利用率超过 90%，产能利用率较高。

市场份额方面，依据 Statista 数据，2022 年中国智能家居行业收入为 267 亿美元，折合人民币 1,796.91 亿元（美元/人民币汇率以 2022 年度平均值 6.73 计算），2022 年度发行人营业收入 2.19 亿元，以此估算发行人市场占有率为 0.12%，占比较小，仍有较大的增长空间。

综上，发行人所处行业发展前景广阔，同时下游房地产行业企稳回暖将带来需求回升，不存在周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况，且发行人产能利用率较高，市场份额仍有较大增长空间。因此有必要进一步扩大公司生产规模，提升核心竞争力，推进公司市场份额稳步增加。。

4、充分揭示相关风险因素，视情况进行重大事项提示

基于行业市场竞争加剧及未来下游应用市场发展的不确定性，发行人已在《招股说明书》之“重大事项提示”之“五、特别风险因素”和“第三节 风险因素”之“一、行业及经营风险”中补充披露如下内容：

（七）产能过剩、市场竞争加剧的风险

目前，国内从事安防智能化产品生产销售业务的同类型企业较多，行业的集中度相对较低，竞争较为激烈。同时，随着房地产开发业务市场集中度逐步提高，若公司不能采取有效措施积极应对日益增强的市场竞争压力，或者未来下游应用市场增速不及预期，可能面临竞争性扩产带来的阶段性产能过剩、市场竞争加剧的风险，从而导致公司盈利水平大幅下降。

（七）核查程序及核查意见

1、核查程序

就上述事项，本所进行了如下查验：

（1）向发行人的业务及财务人员了解报告期内发行人对主要客户各业务收入变动的原因，分析各业务收入变动的真实性及合理性；

（2）取得并查阅项目招投标文件、框架协议、采购合同等，了解各项业务获取客户订单的方式，了解合作内容、合作期限，查阅其续签条件并统计续签情况；

（3）获取发行人截至 2023 年 8 月 31 日的在手合同数据，分析发行人目前的客户结构、智能家居业务收入变动情况等；

（4）查阅国家对房地产行业的调控政策及各地的调控措施，分析其对发行人楼宇对讲和智能家居未来业务的影响；

（5）查询行业研究报告等公开资料，了解全球及中国智能家居市场规模发展情况，分析与发行人业务发展情况关联度；

（6）向发行人销售及高层管理人员了解发行人对于智能家居产品的规划和客户扩展情况；

（7）查询行业研究报告等公开资料，了解智慧社区领域市场空间、智能楼宇对讲与人脸识别门禁的市场规模、智能门禁系统的市场规模情况；

（8）查询 2017-2022 年全国房地产行业相关数据，分析相关指标变动情况对公司经营的影响；

（9）查询行业研究报告及可比公司公开资料，了解发行人所处行业及下游发展态势和产能扩张情况。

2、核查结论

经查验，本所认为：

(1) 发行人报告期各期前五名地产客户的收入金额变动主要系受房地产市场政策影响；房地产政策的优化调整背景下，随着房地产市场逐步回暖以及发行人客户结构持续优化，报告期后不再合作的地产客户对发行人期后经营业绩的影响较小。

(2) 2021 年度，发行人对地产客户收入未发生下滑，地产客户收入小幅上升和新增客户的贡献拉动本年度发行人主营业务收入仍保持增长趋势；2022 年度，受发行人第一大客户万科需求收缩的影响，新增客户收入无法全部覆盖地产客户的收入下降；在现有产品结构下，发行人的经营业绩仍与地产行业需求有着高度的关联性，但发行人执行的客户战略已取得较好成效，随着房地产客户质量提高、内销非地产客户及外销客户比重上升，发行人受房地产行业需求波动的影响程度会逐步降低，进一步提升公司抗风险能力及竞争力，相关信息披露客观。

(3) 发行人与华润置地及霍尼韦尔均已实现续签框架协议，万科尚未公布中标结果；中国电信目前合约正在正常履行中，在手订单充足，无明确续约条件；相关客户的合作具有稳定性和可持续性。

(4) 2023 年上半年，智能家居业务收入较去年同期小幅上升，报告期内智能家居产品收入持续下滑的情形已在报告期后发生转变；结合发行人对主要客户上半年的销售情况及在手订单情况，预计本年度智能家居业务收入较上年实现小幅上升；考虑到房地产市场逐步回暖、新力地产等“暴雷”房企对该业务业绩下滑的影响正逐步被消化以及新老客户的拓展情况，发行人智能家居业务收入未来持续下滑的风险较低。全球及中国的智能家居市场规模总体呈上升趋势，受公司战略合作地产客户万科调整产品类型需求的影响，公司智能家居业务的收入占比逐年降低。全球及中国的智能家居市场规模总体呈上升趋势，受公司战略合作地产客户万科调整产品类型需求的影响，发行人智能家居业务的收入占比逐年降低。因此，全球及中国智能家居市场规模与发行人智能家居业务发展情况呈相反趋势具有一定的合理性。发行人将在智能家居领域进一步创新升级产品，加大营销推广；开拓后装市场，扩展零售客户；拓展海外业务，增强品牌声誉。发行人正在积极拓展非地产类型客户和外销客户，公司智能家居业务发展有望得到进一步改善。

(5) 中国智慧门禁系统市场规模从 2018 年的 125.6 亿元上升至 2022 年的 193.5 亿元，随着居民人均消费水平的提高和对智慧门禁产品消费意愿的提升，以及随着安防产业的推动和门禁产品的进一步智能升级，中国智慧门禁市场规模预计将进一步扩大，发行人不存在误导投资者的情形，并已在招股书中进行补充修改披露。

(6) 发行人主营业务的应用领域与下游房地产行业直接相关。受房地产调控政策的影响，发行人主营业务收入呈先小幅上升后下降的趋势，与报告期内房地产商品房销售面积发展波动情况保持一致。发行人所处行业发展前景广阔，同时下游房地产行业企稳回暖将带来需求回升，不存在行业周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况。发行人已在招股说明书中补充披露相关风险并进行重大提示。

二、《问询函》问题 3. 产品安全认证和信息安全保护

根据申请文件，(1) 实行安全认证制度的产品经国家质量技术监督局批准，由中国安全技术防范认证委员会组织实施，该类产品范围按《安全技术防范产品安全认证目录》执行，包括入侵探测器、防盗报警控制器、汽车防盗警报系统、楼宇对讲（可视）系统等共十类产品。根据 2022 年 9 月国务院颁发的《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》，对安全风险较低、技术较为成熟的数据终端、多媒体终端等 9 种产品不再实行强制性认证管理。(2) 发行人楼宇对讲门禁主要应用于住宅小区、私人别墅、商业大楼、公共场所等多种场景，实现访客、住户及物业管理中心的远程可视对讲通话和开锁功能，并具备人脸识别、门禁解锁、安防报警、智能家居控制、多媒体服务、电梯联动等功能。

(1) **产品安全认证情况。**请发行人：①说明主要产品是否属于《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》规定的不再实行强制性认证管理的产品类型，引用该法规拟说明的事项。②说明是否取得开展业务经营所需的资质许可、产品安全认证等，是否存在即将到期的情况，到期后是否存在不能续期的风险，量化分析对公司生产经营的影响。

(2) 信息安全保护。请发行人：①说明使用生物识别技术的具体产品及应用场景，是否存在采集、储存、使用业主身份证、手机号、人脸图像等敏感信息的情形，采集、储存、使用上述敏感信息的具体方式和使用情况，被采集人是否充分知情，发行人及相关主体是否取得被采集人的同意。②说明业主是否有权利拒绝发行人及相关主体收集相关数据，如拒绝，是否影响业主正常出入小区等合法权益，相关约定是否实际具有强制性。③补充披露发行人楼宇对讲门禁及智能家居产品相关 APP、小程序等软件是否持续调用用户位置、照片、联系人等信息，如是，说明相关功能的必要性，是否涉嫌侵犯用户隐私。④列示说明涉及发行人产品的各类自有手机端 APP 的具体情况，包括但不限于名称、用户数量、开发过程、版本更新、工信部备案情况等，APP 运营过程是否合法合规；手机端 APP 是否与相关产品配套出售。⑤对照《网络安全法》《个人信息保护法》《APP 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》等相关法律法规，说明发行人采集、储存、使用个人信息的行为是否合法合规。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

回复：

(一) 产品安全认证情况

1、说明主要产品是否属于《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》规定的不再实行强制性认证管理的产品类型，引用该法规拟说明的事项。

根据国家质量技术监督局、公安部联合颁布《安全技术防范产品目录》规定，安全技术产品包括入侵探测器、防盗报警控制器、汽车防盗报警系统、报警系统出入口控制设备、防盗保险柜（箱）、机械防盗锁、楼宇对讲（可视）系统、防盗安全门、防弹复合玻璃和报警系统视频监控设备共十类产品。发行人的主要产品为楼宇对讲门禁、智能家居，属于安全技术防范产品。

根据《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见（国办发〔2022〕31号）》规定，将安全风险较低、技术较为成熟的数据终端、多媒体终端等9类产品不再实行强制性认证管理制度，该规定附件1《强制性产品认证目录动态调整清单》确定的不再实行强制性认证管理的产品有9种：①总输出功率在500W（有效值）以下的单扬声器和多扬声器有源音箱（0801）②音频功率放大器（0802）③各类载体形式的音视频录制、播放及处理设备（包括各类光盘、磁带、硬盘等载体形式）（0805、0812）④电子琴（0813）⑤无绳电话终端（1604）⑥数据终端（1608）⑦多媒体终端（1609）⑧入侵探测器（1901）⑨防盗报警控制器（1902）。

发行人的主要产品中，智能家居无需实行强制认证；楼宇对讲门禁的组成部分有室内机和门口机，门口机无需强制认证，室内机因嵌入多媒体终端、入侵探测器或防盗报警控制器，原属于强制认证的范围。根据《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》（国办发〔2022〕31号）》规定的⑦多媒体终端（1609）⑧入侵探测器（1901）⑨防盗报警控制器（1902）类产品，属于不再实行强制性认证管理的产品类型，引用该法规拟说明的事项为发行人主要生产的产品不需实行强制性认证管理。

2、说明是否取得开展业务经营所需的资质许可、产品安全认证等，是否存在即将到期的情况，到期后是否存在不能续期的风险，量化分析对公司生产经营的影响。

（1）说明是否取得开展业务经营所需的资质许可、产品安全认证等

发行人的主营业务为楼宇对讲门禁、智能家居等智慧社区领域产品的研发、生产、销售，发行人已经依照《广东省安全技术防范管理条例》《中华人民共和国海关报关单位备案管理规定》等法律法规的规定，续期或取得了经营所需的如下资质：

序号	证书名称	证书编号	发证机关	核定范围/内容	有效期
1	广东省安全技术防范系统设计、施工、维修资格证	粤GC148号	珠海市公安局安全技术防范管理办公室	资质等级：肆级；资格范围：安全技术防范系统设计、施工、维修	2023/10/9

2	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	44041649 TA	中华人民共和国拱北海关	进出口货物收发货人	长期
3	固定污染源排污登记回执	91440400 77306460 4X001X	珠海市生态环境局	首次登记：2020年7月16日 变更登记：2023年7月6日	2023/7/6 至 2028/7/8
4	对外贸易经营者备案登记表	3612009	中华人民共和国拱北海关	-	2017/5/11 至长期

注：根据 2022 年 12 月 30 日全国人民代表大会常务委员会关于修改《中华人民共和国对外贸易法》的决定，即日起从事货物进出口或者技术进出口的对外贸易经营者无需办理备案登记。

此外，发行人还取得了《中国公共安全产品认证证书》（有效期至 2027/10/20）、《质量管理体系认证证书》（有效期至 2026/5/1）、《信息安全管理体系统认证证书》（有效期至 2024/7/5）、《职业健康安全管理体系认证证书》（有效期至 2025/9/22）、《环境管理体系认证证书》（有效期至 2025/7/11）等与生产经营相关的认证证书，该等认证是发行人为提升品牌知名度以及增强其业务竞争力而申请，不属于发行人生产经营所必须具备的资质或认证证书。

（2）是否存在即将到期的情况，到期后是否存在不能续期的风险，量化分析对公司生产经营的影响

发行人持有的《广东省安全技术防范系统设计、施工、维修资格证》（肆级）将于 2023 年 10 月 9 日到期。根据《广东省公安厅关于〈广东省安全技术防范管理实施办法〉的操作细则》，第五条第（二）款第 4 项规定，四级资格条件为：

（1）企业人数不少于 5 人，其中，具备中级职称的专业技术人员不少于 1 人，参加从业人员技防技能培训合格的技术人员不少于 2 人；（2）有固定的办公及营业场所。第十二条规定，《广东省安全技术防范系统设计、施工、维修资格证》持有单位应于许可证有效期届满前 30 日内向原发证机关提出换证申请。截至 2022 年 12 月 31 日，发行人员工人数为 301 人，具备高级信息系统项目管理师 1 人、电子技术应用工程师 1 人、电子标准化工程师 1 人、计算机高新技术网络工程师 1 人、参加从业人员技防技能培训合格的技术人员 6 人，固定的办公及营业场所为珠海市前山工业园区华威路 611 号 1 号楼三、四层，发行人符合该操作

细则规定的四级资质条件。发行人将按规定开展换证工作，预计不存在到期不能续期的障碍，不会对公司生产经营产生影响。

综上，发行人已取得开展业务经营所需的资质许可、产品安全认证，不存在到期后不能续期的风险。

（二）信息安全保护

1、说明使用生物识别技术的具体产品及应用场景，是否存在采集、储存、使用业主身份证、手机号、人脸图像等敏感信息的情形，采集、储存、使用上述敏感信息的具体方式和使用情况，被采集人是否充分知情，发行人及相关主体是否取得被采集人的同意。

（1）发行人使用生物识别技术的具体产品及应用场景如下：

具体产品	产品介绍	应用场景
人脸识别技术	在太川 TC-5000 可视对讲系统中，管理员可以在用户本人同意的情况下将社区用户的人脸图像进行注册，生成社区用户档案并建立其人脸特征库。注册时，TC-5000 可视对讲平台系统会对人脸进行检测、对齐和特征提取，生成对应的特征向量，通过 TCP/IP 下发至指定的人脸识别门禁终端并在人脸识别门禁设备终端上进行用户数据/人脸特征值库建立。人脸门禁识别终端基于人脸识别技术，可以实时对特定区域或通道进行人员信息匹配，通过设备自身的摄像头捕获到的人脸图像进行检测、对齐和特征提取，并与已注册的人脸特征进行比对和匹配。人脸识别系统会根据比对结果判断人员的身份，判断其在系统中的权限设置，决定是否允许其进入特定区域。	（1）社区门禁：社区门禁是社区管理的重要保障之一，采用生物特征识别技术可以方便住户进出，并且访客需要住户主人预先录入访客信息后才能进入小区，提高了小区的安全性。 （2）单位门禁：一些重要单位需要对员工进行进出控制，采用生物识别门禁系统可以确保只有授权人员才能进入，提高了单位的安全性。
活体识别	设备基于人脸生物识别技术和使用红外光传感器来检测人脸图像中的红外反射情况，以判断当前识别状态下是否为真实的活体，防止外来人使用照片、视频或面具等非真实的方式进行欺骗，做到用户人脸活体检测，提高人脸识别系统的准确性和可靠性，防止被伪造的人脸图像进行欺骗。	

（2）是否存在采集、储存、使用业主身份证、手机号、人脸图像等敏感信息的情形，采集、储存、使用上述敏感信息的具体方式和使用情况，被采集人是

否充分知情，发行人及相关主体是否取得被采集人的同意。

发行人的主要产品为楼宇对讲门禁，根据客户采购需求的不同，收集、存储和使用业主信息的情况不同，具体为：

①未使用云平台的客户，该等客户为开发商客户，通常只采购由门口机、交换机、室内机和管理中心等组成的局域网系统，即传统的门禁，该套门禁系统一般在业主知情并同意情况下只采集业主的房号、用户名，采用机械钥匙或门禁卡的方式进入，不涉及身份证和手机号等信息；如业主需要通过人脸识别方式，则通过主动注册方式采集，采集的信息最终存储在管理中心的硬盘中，由开发商或物业服务企业自主管理。

②使用云平台的客户分为两类，第一类是自行部署云平台或者自研云平台的客户，门禁系统数据的采集、存储由客户自主进行，但信息采集的范围因开发商客户和旧改客户有所不同，其中，开发商客户采购时会要求发行人将门禁接入到开发商的云端系统存储，信息的采集的范围与未使用云平台的客户相同，仅仅是将信息存入云端；旧改客户（如中国电信和优恩）由于没有管理中心，需要采集、存储和使用业主的房号、用户名、手机号、人脸图像等敏感信息。第二类是没有自行部署云平台或者自研云平台的小型开发商客户（少数情况）或普通旧改客户，会使用发行人的云平台，发行人将采集的人脸信息存储在租用的七牛云的云存储中，将房号、用户名、手机号等信息存储在阿里云的云服务器数据库里，并通过阿里云提供的云服务器运行 Web 程序。

无论何种方式采集业主信息，发行人门禁系统采集信息时均按照公开、自愿和必要性规则进行，首先通过向注册用户明示收集使用个人信息的目的、方式和范围，再通过用户主动注册的方式进行采集，采集过程中被采集人是充分知情的，业主本人登录、使用相关的产品和服务，发行人并不强制业主使用，由业主自行选择

2、说明业主是否有权利拒绝发行人及相关主体收集相关数据，如拒绝，是否影响业主正常出入小区等合法权益，相关约定是否实际具有强制性。

发行人收集用户信息通过明示并取得同意的情形下进行，使用过程中并不具有强制性。业主均通过自愿方式进行注册，业主本人登录、使用相关的产品和服务

务，发行人并不强制业主使用，由业主自行选择，有权利拒绝发行人收集相关数据，如拒绝，不影响业主正常出入小区等合法权益，业主可以采用机械锁匙，或者智能卡的方式进行正常通行，不影响其正常出入小区等合法权益。

3、补充披露发行人楼宇对讲门禁及智能家居产品相关 APP、小程序等软件是否持续调用用户位置、照片、联系人等信息，如是，说明相关功能的必要性，是否涉嫌侵犯用户隐私。

公司楼宇对讲门禁及智能家居产品相关 APP、小程序等软件调用用户位置、照片、联系人等信息的情况，具体如下：

APP/小程序名称	相关软件著作权
社区物联	2020SR0458596 社区物联 APP V1.1.8
U家云社区	2019SR0562460 U家云社区 APP V1.0 2020SR0173706 U家智慧社区 IOS APP 软件 V1.0
云社区+	2020SR1658957 云社区+Android APP 软件 V1.0.23 2020SR1658956 云社区+IOS APP 软件 V1.0.4
社区物联	2018SR961470 太川云门禁微信小程序 V0.8 2018SR963591 太川云门禁支付宝小程序 V0.7
云社区 Plus	2020SR1658900 云社区 Plus 软件 V1.0

公司楼宇对讲门禁及智能家居产品相关 APP、小程序不会持续调用用户位置、照片信息、联系人等信息。如用户编辑上传头像时会请求获取查看照片信息的授权，登录 U 家云社区 APP，进入云停车功能时会请求调用用户位置信息，但只有在使用相应功能时才会调用，这些信息会事先经过用户的授权同意。

同时，公司建立有完善的用户信息保护制度并严格执行，发行人在收集、使用个人信息过程中遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意，发行人相关 APP、小程序等软件仅在需要对用户的生物信息与用户档案进行比对时，借助摄像头调用用户的人脸档案，不存在持续调用用户位置、照片、联系人等信息，相关功能系用户自主选择使用，不存在侵犯用户隐私的情形。如用户发现收集、存储的其个人信息有错误的，有权要求更正。

4、列示说明涉及发行人产品的各类自有手机端 APP 的具体情况，包括但不限于名称、用户数量、开发过程、版本更新、工信部备案情况等，APP 运营过程是否合法合规；手机端 APP 是否与相关产品配套出售。

(1) 发行人产品的各类自有手机端 APP 的具体情况

APP 名称	权利人	用户数量 (人)	开发过程	版本更新	工信部备案情况
社区物联	发行人	约 53.4 万	公司是最早开始进行智慧社区研发，根据智慧社区的需求，为社区业主提供智能、便捷的功能，于 2016 年 11 月开始推向社区使用，最早开始提供云对讲功能，及通过 APP 提供各项便捷功能。	现 andriod 最新版本 为 V1.2.8 IOS 最新 版本为 v1.8.6	使用域名 http://haina.taichuan.net/ ，工信部备案号： 粤 ICP 备 10213128 号；联 网备案号： 44040202001030
U 家云社区	发行人	约 4604	根据智慧社区的发展，2017 年为全面发展 o2o 智慧社区业务，U 家云社区 App 开始全面支持社区物业服务、社区云停车、社区 o2o、智能家居。业主只通过手机 APP 即可获得社区各项服务，并能够通过 APP 远程控制智能家居设备。	现 andriod 最新版本 为 V2.0.8 IOS 最新 版本为 v2.1.6	使用域名 http://iv4.taichuan.net/ ，工信部备案号：粤 ICP 备 10213128 号；联网备案 号： 44040202001030
云社区+	发行人	约 20.7 万	2019 年为智慧社区业务的可扩展性及业务稳定性，推出新一代云社区+APP，采用了新的架构，使业务利于扩展、避免业务的耦合，并很好的支持容器化的部署	现 andriod 最新版本 为 v2.0.33 IOS 最新 版本为 v1.3.4	使用域名 http://ucloud.taichuan.net/ ，工信部备案号： 粤 ICP 备 10213128 号；联 网备案号： 44040202001030

(2) APP 运营过程是否合法合规，手机端 APP 是否与相关产品配套出售

发行人有 3 个 APP，分别是社区物联、U 家云社区、云社区+，是针对不同时期的系统架构和用户需求研发的应用，它们是同一类产品，目前“云社区+”是主推版本，工信部域名备案（使用域名 taichuan.net，工信部备案号 粤 ICP 备 10213128 号，联网备案号 44040202001030）。发行人在设计、开发、后期更新升级的产品和配套软件时，都会对这些软件的功能做检查评测，确保用户隐私

安全。APP 在运营的过程中合法合规，严格遵守《网络安全法》《个人信息保护法》《APP 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》，APP 使用过程中明确告知用户收集、使用、存储和处理用户个人信息的方式和目的，仅收集和使用必要的个人信息，并获得用户的同意，APP 也提供用户访问、更正、删除个人信息的途径，尊重用户的选择权。

手机端 APP 是选配功能，用户可免费下载使用相关 APP，不存在与产品配套出售。

5、对照《网络安全法》《个人信息保护法》《APP 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》等相关法律法规，说明发行人采集、储存、使用个人信息的行为是否合法合规。

(1) 《网络安全法》《个人信息保护法》的相关规定以及发行人采取的行为和措施

相关法律法规	发行人采集、储存、使用个人信息的行为
<p>《网络安全法》第十条规定：“建设、运营网络或者通过网络提供服务，应当依照法律、行政法规的规定和国家标准的强制性要求，采取技术措施和其他必要措施，保障网络安全、稳定运行，有效应对网络安全事件，防范网络违法犯罪活动，维护网络数据的完整性、保密性和可用性。”</p> <p>《个人信息保护法》第九条规定：“个人信息处理者应当对其个人信息处理活动负责，并采取必要措施保障所处理的个人信息的安全。”</p> <p>《个人信息保护法》第七条规定：“处理个人信息应当遵循公开、透明原则，公开个人信息处理规则，明示处理的目的、方式和范围。”</p>	<p>发行人已采取技术措施（比如采购了阿里云盾服务）保障网络安全、稳定运行，有效应对网络安全事件，防范网络违法犯罪活动，维护网络数据的完整性、保密性和可用性（敏感信息加密处理、专业人员授权管理、隐私政策对用户公开等）。</p>
<p>《网络安全法》第二十二条规定：“网络产品、服务应当符合相关国家标准的强制性要求。网络产品、服务的提供者不得设置恶意程序；发现其网络产品、服务存在安全缺陷、漏洞等风险时，应当立即采取补救措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。网络产品、服务的提供者应当为其产品、服务持续提供安全维护；在规定或者当事人约定的期限内，不得终止提供安全维护。网络产品、服务具有收集用户信息功能的，其提供者应当向用户明示并取得同意；涉及用户个人信息的，还应当遵守本法和有关法律、行政法规关于个人信息保护的规定。”</p> <p>《网络安全法》第四十条规定：“网络运营者应当对其收</p>	<p>发行人采集的业主敏感信息，均存储在云服务商（阿里云或七牛云）提供的云服务器上或相应的数据库服务中，所有的业务访问都使用 Https 加密协议，敏感数据直接加密存储。除此之外，发行人还使用了云服务商提供的安全服务（如云盾）对数据、应用程序、服务器进行全面保护，确保信息的安全性。在数据采集方面，关于业主个人的的房号、用户名、</p>

<p>集的用户信息严格保密，并建立健全用户信息保护制度。</p> <p>《个人信息保护法》第九条规定：“个人信息处理者应当对其个人信息处理活动负责，并采取必要措施保障所处理的个人信息的安全。”</p>	<p>手机号和人脸图像等敏感信息，App 明确提供用户隐私协议，业主认可协议或需要使用相应功能时才需要上传。</p>
<p>《网络安全法》第四十一条规定：“网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个人信息，不得违反法律、行政法规的规定和双方的约定收集、使用个人信息，并应当依照法律、行政法规的规定和与用户的约定，处理其保存的个人信息。”</p> <p>《网络安全法》第四十二条规定：“网络运营者不得泄露、篡改、毁损其收集的个人信息；未经被收集者同意，不得向他人提供个人信息。但是，经过处理无法识别特定个人且不能复原的除外。网络运营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保其收集的个人信息安全，防止信息泄露、毁损、丢失。在发生或者可能发生个人信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。”</p> <p>《个人信息保护法》第十四条规定：“基于个人同意处理个人信息的，该同意应当由个人在充分知情的前提下自愿、明确作出。法律、行政法规规定处理个人信息应当取得个人单独同意或者书面同意的，从其规定。”</p>	<p>发行人采集、储存、使用业主的房号、用户名、手机号、人脸图像等敏感信息的具体方式充分尊重被采集人的知情权，取得被采集人的同意。</p>
<p>《个人信息保护法》第十五条规定：“基于个人同意处理个人信息的，个人有权撤回其同意。个人信息处理者应当提供便捷的撤回同意的方式。”</p> <p>《个人信息保护法》第十六条规定：“个人信息处理者不得以个人不同意处理其个人信息或者撤回同意为由，拒绝提供产品或者服务；处理个人信息属于提供产品或者服务所必需的除外。</p>	<p>用户均通过自愿方式进行注册，业主本人登录、使用相关的产品和服务，发行人并不强制业主使用，由业主自行选择，有权利拒绝发行人收集相关数据，如拒绝，不影响业主正常出入小区等合法权益，业主可以采用机械锁匙，或者智能卡的方式进行正常通行，不影响其正常出入小区等合法权益。</p>
<p>《个人信息保护法》第十七条规定：“个人信息处理者在处理个人信息前，应当以显著方式、清晰易懂的语言真实、准确、完整地向个人告知下列事项：（一）个人信息处理者的名称或者姓名和联系方式；（二）个人信息的处理目的、处理方式，处理的个人信息种类、保存期限；（三）个人行使本法规定权利的方式和程序；（四）法律、行政法规规定应当告知的其他事项。前款规定事项发生变更的，应当将变更部分告知个人。个人信息处理者通过制定个人信息处理规则的方式告知第一款规定事项的，处理规则应当公开，并且便于查阅和保存。”</p>	<p>发行人在APP使用过程中明确告知用户收集、使用、存储和处理用户个人信息的方式和目的，仅收集和使用必要的个人信息，并获得用户的同意，APP 也提供用户访问、更正、删除个人信息的途径，尊重用户的选择权。</p>

(2) 《App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》的相关规定以及发行人采取的行为和措施

2019 年 11 月 28 日，国家互联网信息办公室秘书局、工业和信息化部办公厅、公安部办公厅、市场监管总局办公厅联合发布《App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》，经发行人自查并逐条对照该规定，发行人相关 App 不存在违规收集使用个人信息的情形，具体如下：

序号	违规情形	公司已采取的合规措施	是否违规
1	未公开收集使用规则	发行人在相关 App 中公开隐私协议等个人信息收集使用规则；在首次运行时，通过弹窗等明显方式提示用户阅读隐私政策等收集使用规则；隐私政策等收集使用规则不存在难以访问、难以阅读的情形	否
2	未明示收集使用个人信息的目的、方式和范围	发行人在隐私协议中明示了收集使用个人信息的目的、方式与范围；相关收集规则内容符合规定，并在变化时提示用户；申请打开收集用户信息权限及收集个人敏感信息时，明确告知用户目的；收集使用规则清晰易懂，不存在使用户难以理解的情形	否
3	未经用户同意收集使用个人信息	发行人以符合规定的方式在征得用户同意后收集个人信息或打开可收集个人信息的权限；实际收集的个人信息及打开的权限均在用户授权范围内；不存在以默认选择同意隐私政策等非明示方式征求用户同意的情况；并提供有撤回同意收集个人信息的取消弹窗	否
4	违反必要原则，收集与其提供的服务无关的个人信息	发行人 App 收集信息仅用于为用户提供相关服务；收集的信息与提供的服务均具备相关性，不存在若用户不同意收集信息即拒绝提供业务功能的情况	否
5	未经同意向他人提供个人信息	发行人采集的个人信息仅用于公司提供相关服务，并不存在向他人提供的情况	否
6	未按法律规范提供删除或更正个人信息功能或公布投诉、举报方式等信息	发行人已公开投诉与联系方式，在收到有关个人信息查询、更正、删除、撤销授权以及注销账号请求时及时响应	否

发行人销售的楼宇对讲门禁和智能家居产品所依托的平台为“U 家智慧社区云平台”，该平台为发行人自研的全产品线支持平台。该平台不仅可以在电脑端实现相关功能，而且可以通过下载手机 App 使用。由于发行人的产品属于安防产品，具有一定的社会治安属性，平台采集和储存的数据（指的是楼宇对讲门禁

模块的数据)为公安机关所关注,因此,如公安机关有要求,经过法定的程序,发行人会依法提供此类数据。

综上所述,经对照《网络安全法》《个人信息保护法》《APP违法违规收集使用个人信息行为认定方法》等相关法律法规,发行人采集、储存、使用个人信息的行为合法合规。

(三) 核查程序及核查意见

1、核查程序

就上述事项,本所进行了如下查验:

(1)检索了与发行人产品与业务相关的法律、法规、规章和规范性文件,并对该等规定中关于发行人产品与业务的中关于产品安全管理制度进行了分析。

(2)查验了发行人的全部资质证书,以及需要到期续期的证书情况,并检索相关法律规定对于发行人所在行业及产品的资质要求。

(3)就发行人产品的具体情况访谈了发行人研发负责人,查阅了关于用户信息保护制度,查验了相关产品的工信部备案情况和软件著作权登记,下载和试用了相关 APP 及小程序。

(4)就发行人采集、储存、使用个人信息的合规性,检索了相关法律、法规和规范性文件的相关规定,以及中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国网进行检索等网站,并通过百度、雪球、微信搜索发行人数据合规的情况,并取得发行人的信用报告(无违法违规版)。

2、核查结论

经核查,本所认为:

(1)发行人的主要产品属于《国务院办公厅关于深化电子电器行业管理制度改革的意见》规定的不再实行强制性认证管理的产品类型。

(2)发行人已经取得生产经营所必须的资质证书,且该等证书尚在有效期,不存在到期无法续期的风险,不会对发行人的生产经营产生重大影响。

(3) 发行人在采集、储存、使用业主的房号、用户名、手机号、人脸图像等敏感信息时，被采集人是充分知情的，且已取得被采集人的同意。

(4) 业主有权利拒绝发行人及相关主体收集相关数据，如拒绝，不影响业主正常出入小区等合法权益，相关约定不具有强制性。

(5) 发行人楼宇对讲门禁及智能家居产品相关 APP、小程序等软件不存在持续调用用户位置、照片、联系人等信息，不存在涉嫌侵犯用户隐私的情况。

(6) 发行人的 APP 运营过程合法合规；手机端 APP 不存在与产品配套出售的情形。

(7) 发行人采集、储存、使用个人信息的行为合法合规。

三、《问询函》问题 4.员工变动情况及劳动用工合规性

根据招股说明书，截至报告期末，公司共有员工 301 人，未披露报告期各期员工结构变动情况。由于业务量增加，交期紧，公司存在部分月份劳务派遣用工比例超过 10%的情形，不符合《劳务派遣暂行规定》关于控制劳务派遣用工比例的规定。公司已于报告期后对劳务派遣用工进行规范。

请发行人：（1）补充披露报告期各期不同岗位员工变动情况，说明员工人数及结构变动的原因，与营业收入变化是否匹配。（2）补充披露报告期内劳务派遣用工比例及变动情况，未在报告期内整改完毕，相关违规行为持续到报告期后的原因，是否构成重大违法违规行为。（3）说明整改措施是否真实、有效，逐项对照说明整改后是否符合《劳务派遣暂行规定》的相关要求。（4）说明劳务派遣用工是否均为临时、辅助性岗位，是否涉及核心生产环节，临时辅助岗位占比超过 10%是否符合公司业务特征，与同行业公司是否存在显著差异。（5）说明劳务派遣用工定价是否公允，与正式员工薪酬差异情况及合理性，是否存在关联方代垫成本费用情形，规范后对于发行人经营业绩的影响。

请保荐机构核查上述事项、发行人律师核查事项（2）（3）并发表明确意见。

回复：

(一) 补充披露报告期内劳务派遣用工比例及变动情况，未在报告期内整改完毕，相关违规行为持续到报告期后的原因，是否构成重大违法违规行为。

1、报告期内劳务派遣用工的情况，未在报告期内整改完毕，相关违规行为持续到报告期后的原因

报告期内，公司在辅助性、临时性岗位存在由中智湖北经济技术合作有限公司、珠海蓝龙劳务派遣有限公司以及珠海市蓝添劳务派遣有限公司提供劳务派遣服务的情形，上述三家劳务派遣单位均具有劳务派遣经营资质，资质证书编号分别为：HB011420220096、44040220073 和 44040220088。公司已分别与珠海蓝龙劳务派遣有限公司以及珠海市蓝添劳务派遣有限公司签订灵活用工合作协议，均约定由后者向公司提供员工从事生产作业员岗位，与中智湖北经济技术合作有限公司签订劳务派遣合同，约定由后者向公司提供员工从事销售岗位。劳务派遣单位负责发放劳务派遣人员的报酬、办理社保及公积金手续。

报告期各月，公司正式员工人数、使用劳务派遣用工人数，以及劳务派遣人员占用工总量的比例情况如下：

报告各期末	正式员工人数(人)	劳务派遣用工人数(人)	劳务派遣用工岗位	劳务派遣人员占用工总量的比例
2020年10月	433	11	生产技术部/临时工	2.48%
2020年11月	436	25	生产技术部/临时工	5.42%
2020年12月	430	41	生产技术部/临时工	8.70%
2021年3月	410	12	生产技术部/临时工	2.84%
2021年4月	414	10	生产技术部/临时工	2.36%
2021年6月	404	23	生产技术部/临时工	5.39%
2021年7月	408	46	生产技术部/临时工	10.13%
2021年8月	415	41	生产技术部/临时工	8.99%
2021年9月	426	11	生产技术部/临时工	2.52%
2021年10月	423	12	生产技术部/临时工	2.76%
2021年11月	415	23	生产技术部/临时工	5.25%
2021年12月	407	48	生产技术部/临时工	10.55%
2022年9月	302	9	生产技术部/临时工	2.89%
2022年10月	308	8	生产技术部/临时工	2.53%
2022年11月	309	9	生产技术部/临时工	2.83%
2022年12月	301	44	生产技术部/临时工	12.75%

注：表格中未显示的月份为不存在使用劳务派遣人员的月份。

由于公司的订单数量增加、交货期限紧张，发行人在 2021 年 7 月、2021 年 12 月、2022 年 12 月存在劳务派遣用工比例超过 10% 的情形，不符合《劳务派遣暂行规定》关于控制劳务派遣用工比例的规定，截至报告期末已经整改完毕，2023 年 1 月至今，发行人不存在劳务派遣用工情形。

2、劳务派遣用工是否构成重大违法违规

《中华人民共和国劳动合同法》第六十六条第三款规定，“用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，不得超过其用工总量的一定比例，具体比例由国务院劳动行政部门规定”，根据《中华人民共和国劳动合同法》第九十二条第二款规定，“劳务派遣单位、用工单位违反本法有关劳务派遣规定的，由劳动行政部门责令限期改正；逾期不改正的，以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款，对劳务派遣单位，吊销其劳务派遣业务经营许可证。”如公司报告期内的劳务派遣用工人数占比超标行为处于连续或继续状态，且在被劳动行政部门责令限期改正而逾期不改正的情况发生时，公司存在被行政处罚的可能性。

根据公司《信用报告（无违法违规版）》显示，“经核查，2020-01-01 至 2022-12-31 期间，未发现该企业在人力资源社会保障领域因违反劳动保障相关法律法规而受到行政处罚的记录”。

截至报告期末，公司存在的劳务派遣用工比例不合规的情形已整改完毕。针对上述情况，实际控制人黄伟雄已出具书面承诺：“本人将督促公司后续持续规范劳动用工、避免违规。如公司因违反劳务派遣用工相关法律、法规的规定被相关部门处以行政处罚或遭受任何其他损失的，本人将承担全部经济损失。”。

报告期内，公司在个别月份存在的劳务派遣用工不符合《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规规定情形，该等情形不会对公司生产经营造成重大不利影响，不构成重大违法违规行为。

（二）说明整改措施是否真实、有效，逐项对照说明整改后是否符合《劳务派遣暂行规定》的相关要求。

报告期内，发行人存在个别月份劳务派遣用工比例超过 10% 的情形，是由于劳务派遣工流动性大，在补充人员时，新入职的派遣工和即将离职员工有工作交接期，即有重合期存在，导致超过比例。对此，发行人采取了积极有效的整改措

施，包括：1、对具体经办人员进行了严肃的批评教育，组织人力资源部相关人员认真学习了《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》等法律法规；2、与用人单位协商退回劳务派遣人员，合理规划劳务派遣员工的比例，避免超过 10%的情况发生；3、丰富招聘方式，如增加招工力度、积极参与招聘会等。2023 年 1 月到目前为止，公司没有招聘过劳务派遣工。

截至补充法律意见出具日，发行人不存在劳务派遣用工等违规用工情况，发行人未因上述违规情况导致被劳动行政主管部门处罚的情形，也未因此产生劳动争议。整改措施真实、有效，整改后符合《劳务派遣暂行规定》。

（三）核查程序及核查意见

1、核查程序

就上述事项，本所进行了如下查验：

（1）访谈了发行人人力资源总监，查验了发行人的员工花名册（含劳务派遣人员），以及劳务派遣员工的工资支付情况，并逐月核查报告期内各月份劳务派遣的用工比例；

（2）登录国家企业信用信息公示系统网站，查询劳务派遣单位的工商登记信息；

（3）取得了发行人出具的《关于劳务派遣用工的情况说明》，以及发行人实际控制人出具的书面承诺，并查验了报告期后发行人关于劳务派遣的使用情况；

（4）查验了相关劳务派遣公司的资质，以及发行人与该等公司签订的劳务派遣服务合同、劳务派遣员工的定价情况和正式员工的薪酬情况；

（5）查阅了同行业公司关于劳务派遣的相关资料；

（5）核查了信用广东网站下载的《信用报告（无违法违规版）》。

2、核查结论

经查验，本所认为：

(1) 发行人报告期内个别月份存在劳务派遣用工比例超过法定最高比例的情形，截至报告期末已经整改完毕，不存在该违规行为持续到报告期后的情况，不构成重大违法违规行为。

(2) 发行人关于规范用工的整改措施真实、有效，整改后，发行人的劳务派遣用工符合《劳务派遣暂行规定》的相关要求。

(本页无正文, 为《北京市京师律师事务所关于珠海太川云社区技术股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的补充法律意见书(一)》之签署页)

经办律师: 郑文军 郑文军 蔡益根 蔡益根

北京市京师(珠海)律师事务所
单位负责人: 郑海华 郑海华

北京市京师律师事务所
单位负责人: 张凌霄 张凌霄

2023年9月12日

律师事務所执业许可证

统一社会信用代码: 31110000E00016290B

仅限珠海分所承办珠海云科技股份有限公司北交所上市项目使用

北京市京師管理律師事務所
及《律師事務所管理辦法》規定的條件，准予設立并
执业。

律師事務所，符合《律師法》

發證機關: 北京市司法局
發證日期: 2021 年 11 月 30 日

律 师 事 务 所 执 业 许 可 证

(副 本)

31110000E00016290B

统一社会信用代码:

北京市京师

律师事务所,

《律师法》及《律师事务所管理办法》

规定的条件准予设立并执业。



仅限珠海分所承办珠海云社区技术股份有限公司上市项目使用

北京市司法局

发证机关:

2021年

11月

30日



律师事务所登记事项 (一)

名称	北京市京师律师事务所
住所	北京市朝阳区东四环中路55号云社区 京师律师大厦
负责人	张凌霄
组织形式	特殊的普通合伙
设立资产	1802.8 万元
主管机关	朝阳区
批准文号	京司函【2006】34号
批准日期	1994-12-14

律师事务所登记事项 (二)

李响	李光耀	曹旭升	周天喜	乔延春	翟慧	蔡春雷	汪世龙	杨森	王旭	丁海洋	朱泽俊	汪祖伟	田邦东	张志东	王长江	高忠	王菊叶	邱铭钧	齐东明	高宇辉	张东	张智	彭云川	
胡文	左胜高	国旭	于文东	张明	单正宏	孙建章	张建伶	付英	周国志	王发旭	彭彦斌	詹涵棋	晏艳	陈劲翀	罗洋	张凌霄	王冠华	郑宪顺	曹国珍	饶建军	曹如	江志坤		
刘军林	李勤	孙海燕	于延河	文秀峰	白小强	孙玲	何彦周	虞翔	湛江涛	刘亚新	刘华	张志峰	杨一锋	张耿生	戴汇瑜	赵根	毛伟	杨建华	熊超	张国法	张党伟	陈亮	宋晓江	
马方良	赵永成	孙德睿	蔡木荣	李建平	张晨阳	张思	马里	袁玉柱	陆晓梅	王振平	范艳蕾	段军齐	崔莉	李晓娟	陈浩武	田晶鑫	赵卫东	廉婧	王泽希	林才红	杨学春	苏奋亭	陈娥	李国清



律师事务所登记事项 (三)

刘仁堂 丁永聚 申立 闫玮 梁志强 李熙 刘艳桃 李术朋 高阳 李红枝 周雪峰 何永萍 陈薇 张进 邢战胜 黄熊 许秋莉 李逸仙 贾橄橄 张燕楠 王铁章 张璐 韦忠俊 徐晓倩 陈振辉

侯刚 郭松阳 苗奇龙 吴迎成 李逸 杨薇 牛胜辉 陈琦 吴静 李哲峰 李曦丹 张晓霞 向霞 张婷 郭智超 贾大华 闫申虎 徐前贞 李宇航 李亚威 卢鼎亮 姜寿辉 李源 兰小玮 李琪

杨永辉 赵鹏 刘野 雷敬云 张艳 陈广旭 陈俊 王玉法 高乐 陈士忠 聂本勇 樊国华 姚亮 刘松涛 张博 封跃平 张雯 刘天甫 唐菊雄 车晴 湛来业 李萍 徐玮 薛梦溪 顾晓明

黄志斌 于闻达 钟兰安 刘宏伟 白飞云 赵东 童利军 张秀 李志明 杨明 马磊 张延庆 刘鑫 寇毅敏 许占波 赵冬 李树 刘霖 李江华 常智国 杜小妹 赵子城 蔡正猛 姚志斗

合 伙 人



律师事务所登记事项 (四)

王荣梅 张式杰 罗敏 陈瑞 熊英 潘婷婷 张树繁 洪乔

陈涛 周秦汉 王营 张月君 王佳平 史春晓 吕岩 刘亮

陈明 张琼 朱珠 滕儒 高明 张艳霞 卢艳华 谢秀丽

何云 明 王正宇 解建冰 戎进 关心 付云锋 张佩

合 人

有限公司北交所上市项目使用

律师事务所登记事项（五）

合 伙 人



律师事务所登记事项（六）

合 人

律师事务所登记事项 (七)

序号	分所名称
一	
二	
三	
四	
五	
六	
七	
八	
九	
十	
十一	
十二	
十三	

律师事务所变更登记 (一)

事项	变更	日期
名称		年 月 日
		年 月 日
		年 月 日
		年 月 日
		年 月 日
住所		年 月 日
		年 月 日
		年 月 日
		年 月 日
		年 月 日



仅限珠海分所承办珠海云社区技术服务股份有限公司北交所上市项目使用

律师事务所变更登记 (二)

事项	变更	日期
负责人		年月日
		年月日
		年月日
		年月日
设立资产		年月日
		年月日
		年月日
		年月日
主管机关		年月日
		年月日
		年月日
		年月日

仅限珠海分所承办



律师事务所变更登记 (五)

加入合伙人姓名	日期
刘宏辉、王冠华	2014年10月20日 变更
李伟、李院、王莫、覃金	2017年2月11日 变更
刘松涛	2016年11月11日 变更
张明	2017年4月20日 变更
李晓春、张永岳	2018年5月20日 变更
李丽秋、王春娟、王希博、王秀平、 王丁有、 李响 、王翠、药芳	2018年8月10日 变更
赵飞舟、陈阳	2018年8月10日 变更
周刚、张立群、邢亮	2020年1月20日 变更
邵俊、李秀丽、胡晨阳、张丽群	2019年11月11日 变更
柳宁浩、徐延群、陈海阳、石春花	2020年10月20日 变更
邓海虹、张钰、齐乐斌、吴德莲	2020年10月20日 变更
刘丽娜、何志强、郭莹梅	2020年10月20日 变更

律师事务所变更登记 (六)

退出合伙人姓名	日期
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日



律师事务所变更登记 (三)

加入合伙人姓名	日期
于浩、李健、江斐、张世杰、滕丹丹	2021年8月3日 变更
冯晓宇、高健、富望舒、徐星辰	2021年8月3日 变更
陈兴萍、朱宇祺、王笑天、蒋禧媛	2021年8月3日 变更
林巧、王智远、王宾、赵彤	2021年8月3日 变更
肖本艳、胡政武、黄碧娟	2021年8月3日 变更
吕维刚、王利鑫、韩振华、陈韶翔	2021年8月3日 变更
郑军、李海、易勇、祝向荣	2021年8月3日 变更
王国印、陈彦、陈彦志、傅子新	2021年8月3日 变更
郭昱、李梦圆	2021年8月3日 变更
陈厚旺	2021年9月7日 变更
邵尚智	2021年9月7日 变更
	年 月 日
	年 月 日

律师事务所变更登记 (四)

加入合伙人姓名	日期
刘志民 白晔 胡乐乐 王心群	2022年7月22日
白雪 刘正航 王秋森	2022年7月22日
全在林 冯东明 刘扬	2022年7月22日
孙文苑 李文学 张晴晴 熊玲	2022年7月22日
极嘉敏	2022年8月18日
沙之星 雷玉涛 魏绍玲	2022年8月18日
赖树谋 潘伟宏	2022年8月18日
张树豪 闫明芳 丁素荣	2022年9月14日
赵捷 李芳林 孙俊浩 占群 孙明	2022年10月10日
李潇 李珍 张逸波 李仁勤	2022年11月8日
郭浩 闫天意 李在丹 于艳秋	2023年2月15日
吴超妹 王雪	2023年2月15日
高胜 孙以双 尤勇 王山堡 苏衍新	2023年3月12日

律师事务所变更登记 (三)

加入合伙人姓名	日期
李飞 刘鹏飞 高剑煜 冯冲霖 李磊 周信	2022年11月1日
张迪 宋宇敏 赵斌 周留侯 刘增阳 张华瑞	2022年11月1日
李博文 肖超 梁博敏 杨妹 曹毅 韩勇	2022年11月1日
李新友 彭怀江 荣向华 李金 王琦	2022年11月1日
王喜国 李宝莲 张忠彪 武让芳 王磊	2022年11月1日
王作山 刘政波 韦林 曹丽芳	2022年11月1日
白杨 刘秀松 李秀玲 牛晓东 王培彦	2022年11月1日
宋子杰 曹超 李瑞梅 李德勇 马海东	2022年11月1日
杨立兵 胡妍若 原少峰 徐华石	2022年11月1日
刘霞 梁博 刘凌 蒋亚平 刘松涛	2022年11月1日
师应康 乔刘晨曦 曹杰 隋瑞杰 商宽	2022年11月1日
关新 王志华 王涛 修明贵 高文海	2022年11月1日
杨茜 赵海丽 唐恩晖 董振平 曹士博	2022年11月1日



律师事务所变更登记 (四)

加入合伙人姓名	日期
王翰章、雷国亚、李国柱、张立军、李楠	2004年12月15日
张华、李齐、王博聚、孙新、杨傲	2004年12月15日
纪平、何畔、尹丽丽、王厚景、陈建峰	2004年12月15日
尹冰、王东红、闫珊娜、张炳森	2004年12月15日
潘小俐、周爱国、李武、李刚、丁晓博	2004年12月15日
王培莹、龙明、周甲德、张妍、郭海群	2004年12月15日
毕燕、田超、侯庆泽、解琳琳、张扬	2004年12月15日
王本土、关文、闫红浩、马兴洲、郑宁	2004年12月15日
杨振忠、尚物、李梅兰、刘立慧、赵晗	2004年12月15日
胡金华、赵辰、刘倩、李百相、魏焱	2004年12月15日
王琳、赵福春、金有强、关蔚、苏磊	2004年12月15日
杨智星、李宏、杨坤、王浩、高杰	2004年12月15日
关元东、张立文、关立星、刘皓光	2004年12月15日

律师事务所变更登记 (五)

加入合伙人姓名	日期
唐静、罗奇利、罗龙平、许东、王映娜	2004年12月15日
王殿宇、陈曦、魏绍传、王利、高朋海	2004年12月15日
李佩轩、杜广普、马子明、艾行利、王德浩	2004年12月15日
廖科青、刘建忠、韩位东	2004年12月15日
陈庆元、张东、陈恩、马伟、刘孔海	2004年12月15日
李旭、宋进、宋进、宋进、宋进	2004年12月15日
马根元、宋进、宋进、宋进、宋进	2004年12月15日
孙学成、殷萍、殷萍、殷萍、殷萍	2004年12月15日
张琛、夏金、杨超、陈超、李超、王超	2004年12月15日
魏孝凤、李可、李可、李可、李可	2004年12月15日
马国萍、潘若周、朱丽娜	2004年12月15日
焦志伟	2004年12月15日
于佳祺、梁德林、王磊、王磊、王磊	2004年12月15日



律师事务所变更登记 (六)

退出合伙人姓名	日期
陈庆才、张东、隋伟、张超、戴汇瑜	2022年1月21日
杨伟、张健、张超、孙超、孙超、孙超	2022年1月21日
张博、张通、张明	2022年2月11日
马沛霖、张燕楠	2022年2月11日
李根保、李硕、李静、李微、李根、李树	2022年2月11日
李有刚、何永萍、吕岩、李树	2022年2月11日
王振子、梁艳敏、苏衍新、熊某	2022年2月11日
王甲、张佩、闫中菊	2022年4月11日
何畔、黄露娟、梁婷、孙鑫	2022年6月18日
魏绍廷、朱珠	2022年6月18日
张妍、彭可、郑克响、张炳集	2022年4月11日
雷玉清、沙立星、封跃平、曹如	2022年7月16日
李光耀	2022年7月18日

律师事务所变更登记 (七)

退出合伙人姓名	日期
高林、冯东明、刘凌、陈建晖	2022年8月30日
孟德洪、马雄艳、胡乐乐	2022年9月9日
田邦毅、蔡子明	2022年10月17日
孙宏伟、宋志强、侯刚、郭玉娟	2022年11月1日
赵飞雪、王春娟、司天春、马淑宁	2022年11月22日
杜仁彦、王厚影、张新琦、魏梅、王若	2022年11月11日
沙立星、杨森、邱瑞虹	2023年2月12日
张利、张利、张利、张利、张利、张利	2023年2月12日
李斌、马浪、全东林、王健、张树繁	2023年3月29日
李宏、蔡木荣	2023年3月29日
	年月日
	年月日
	年月日

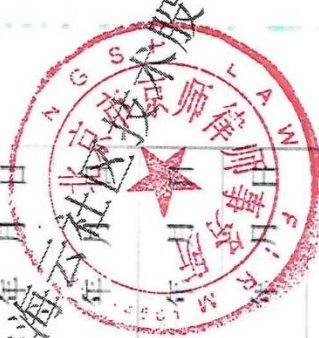
律师事务所变更登记 (八)

退出合伙人姓名	日期
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日
	年 月 日

律师事务所年度检查考核记录

考核年度	二〇二〇至二〇二一年度
考核结果	合格
考核日期	2021年6月-2022年5月
考核年度	二〇二二至二〇二三年度
考核结果	合格
考核日期	2022年6月-2023年5月
考核年度	二〇二三至二〇二四年度
考核结果	合格
考核日期	2023年6月-2024年5月

仅限珠海分所承办珠海云科技股份有限公司



北京技术律师事务所
北京市朝阳区司法局
2022年6月-2023年5月
北京市司法局
北京市朝阳区司法局
2023年6月-2024年5月

律师事务所年度考核记录

考核年度	
考核结果	
考核机关	
考核日期	



考核年度	
考核结果	
考核机关	
考核日期	

考核年度	
考核结果	
考核机关	
考核日期	

律师事务所处罚记录

处罚事由	处罚种类	处罚机关	处罚日期

仅限珠海分所承办珠海... 股份有限公司北交所上市项目使用

备注

注意事项

1

一、《律师事务所执业许可证》是律师事务所依法获准设立和执业的有效凭证。本证应当加盖发证机关印章，并应当加盖律师事务所年度检查考核专用章（首次发证之日起首次年度检查考核完成前除外）。

二、《律师事务所执业许可证》分正本和副本，正本和副本具有同等的法律效力。律师事务所应将正本置放于该所执业场所的醒目位置，副本用于查验。

三、《律师事务所执业许可证》不得伪造、变造、涂改、出租、出借、抵押、转让和损毁。本证如有遗失，应立即向所在地县（区）司法行政机关报告，并依法规定申请补发。律师事务所变更登记事项，应持本证到原发证机关办理变更登记。律师事务所申请换发新证，应当将本证交回原发证机关。

四、律师事务所受到停业处罚的，由执业机构所在地县（区）司法行政机关收回其执业许可证，并于处罚期满时发还。律师事务所受到吊销执业许可证处罚或者因其他原因终止的，应当将其执业许可证交回原发证机关注销。除司法行政机关外，其他任何单位和个人不得扣留、收缴和吊销本证。

五、了解律师事务所详细信息，请登录

核验网址：_____。

执业机构 北京市京师（珠海）

律师事务所

执业证类别 专职律师

执业证号 14404201010606160

法律职业资格
或律师资格证号 A20084404030076



持证人 蔡益根

性 别 男

身份证号 440421198307058090

发证机关



发证日期 2021 年 2 月 26 日



律师年度考核备案

考核年度	2021 年 度
考核结果	称 职
备案机关	
备案日期	2022年3月至5月,下一年度 备案日期为2023年3月至5月

律师年度考核备案

考核年度	2022 年 度
考核结果	称 职
备案机关	
备案日期	2023年3月至5月,下一年度 备案日期为2024年3月至5月

执业机构 北京市京师（珠海）

律师事务所

执业证类别 专职律师

执业证号 14404200910123849

法律职业资格
或律师资格证号 A20076101130135

发证机关

发证日期

2021 年 2 月



持证人 郑文军

性 别 男

身份证号 610320197706102330

律师年度考核备案

考核年度	2021 年 度
考核结果	称 职
备案机关	广东省珠海市司法局 专用章 律师年度考核备案
备案日期	2022年3月至5月,下一年度 备案日期为2023年3月至5月

律师年度考核备案

考核年度	2022 年 度
考核结果	称 职
备案机关	广东省珠海市司法局 专用章 律师年度考核备案
备案日期	2023年3月至5月,下一年度 备案日期为2024年3月至5月