

新明珠集团股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市
申请文件审核问询函的回复
天职业字[2023]41942-11 号

目 录

回复	1
----	---

关于新明珠集团股份有限公司

首次公开发行股票并主板上市申请文件审核问询函的回复

天职业字[2023]41942-11 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2023 年 3 月 30 日出具的《关于新明珠集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（221744 号）（审核函〔2023〕110075 号）（以下简称“问询函”）已收悉，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”或“申报会计师”或“会计师”）作为关于新明珠集团股份有限公司（以下简称“新明珠集团”或“发行人”或“公司”）的申报会计师，对反馈意见涉及申报会计师的相关问题，逐条回复如下：

如无特别说明，本回复所述的词语或简称与《新明珠集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》中的释义相同。

字体	释义
黑体加粗	《问询函》中的问题
宋体	对《问询函》的回复、中介机构核查意见

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

目 录.....	2
3、关于历史沿革与股东	3
4、关于关联交易	6
5、关于工抵房	20
7、关于客户、供应商入股	29
9、关于经销收入	34
10、关于客户和其他业务收入	48
11、关于期间费用	61
12、关于主营业务毛利率	72
13、关于应收账款和应收票据	78
14、关于存货	89

3、关于历史沿革与股东

申报材料显示：

（1）发行人设立时，陆潮海决定委托潘良均代为持有发行人的股权。2000 年 5 月，潘良均将所持股份转让给叶德林后解除代持。上述股权代持各方并未单独签署股权代持协议/解除代持协议，且因时隔较久未能留存转账凭证、资金流水证明等证据。目前，陆潮海已死亡，发行人未能与潘良均取得联系。

（2）发行人设立之后先后置入了原集体企业明珠一厂、明珠二厂的转制资产，因上述转制事宜时间久远，相关转制过程档案资料留存不全。就转制时未履行资产评估程序的问题，2021 年 9 月发行人委托了深圳中联资产评估有限公司对明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产的市场价值进行追溯评估。

（3）发行人部分间接股东未穿透核查至最终持有人，保荐人、发行人律师未按照股东信息披露核查规定说明对未穿透股东的核查情况及明确意见。

请发行人：

（1）结合股权代持各方并未单独签署股权代持协议/解除代持协议，未能留存转账凭证、资金流水证明等证据、未能取得陆潮海和潘良均对解除代持事实确认的情况，说明认定股东不存在代持、股份权属清晰的依据是否充分，是否可能存在纠纷或潜在纠纷，是否对本次发行上市构成实质性障碍。

（2）说明对明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产的市场价值进行追溯评估的详细过程、重要评估参数选取、评估方法及选取依据、评估基准日资产状况和盈利能力情况，说明转制过程档案资料留存不全的情况下评估结果是否客观、准确。

请保荐人发表明确意见，请发行人律师对问题（1）发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。请保荐人和发行人律师根据《监管规则适用指引——发行类第 2 号》等相关规定完善股东穿透核查工作，并完善相关申报文件。

【回复】

一、说明对明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产的市场价值进行追溯评估的详细过程、重要评估参数选取、评估方法及选取依据、评估基准日资产状况和盈利能力情况，说明转制过程档案资料留存不全的情况下评估结果是否客观、准确。

（一）说明对明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产的市场价值进行追溯评估的详细过程

明珠一厂、明珠二厂转制涉及资产追溯评估的详细过程如下：（1）收集转制涉及资产转让合同及资产清单，确定评估范围；（2）对转制时点有关人员进行访谈，了解转制涉及资产背景、技术状态等情况，查验收集转制涉及资产的产权证明文件；（3）根据转制涉及资产的特点，制订不同的勘察程序；（4）根据转制涉及资产的特点，确定合适的评估方法，并进行评估测算。

（二）重要评估参数选取、评估方法及选取依据

本次追溯评估采用的评估方法为成本法，成本法是指通过估算资产的重置成本，之后扣减其在使用过程中自然磨损、技术进步或外部经济环境导致的各种贬值来估测资产价值。选择成本法进行评估的依据是转制涉及资产主要为固定资产和无形资产，相关资产权属清晰，所提供资料可以满足评估程序的需要。其中重要评估参数选取情况如下：

主要资产	评估值	重要评估参数选取
房屋建筑物	评估值=重置全价*成新率	参考佛山市建设工程造价服务中心发布的《佛山市建设工程参考指标》的基准造价和国家统计局网站发布的固定资产投资价格指数、建设规费收取费标准、贷款利率计算出建筑物的重置全价，并按建筑物的使用年限确定成新率，进而计算建筑物评估净值。
设备类资产	评估值=重置全价*成新率	参考评估基准日期后相同型号或相同性能设备购置价格、国家统计局发布的工业生产者出厂价格指数，考虑运杂费、安装调试费等计算重置全价，并按照设备的使用年限确定成新率，进而计算设备评估净值。
土地使用权	评估值=土地成本价	参考宗地所在区域评估基准日当地政府及相关部门公布的有关征地补偿标准文件，以开发土地所耗费的各项费用之和为主要依据，加上一定的利息、利润、应缴纳的税金等计算土地成本价。

（三）评估基准日资产状况和盈利能力情况

根据发行人提供的相关资料和说明，追溯评估基准日转制涉及资产状况正常，其中房屋建筑物按照设计用途正常使用、设备类资产保养和使用正常、土地使用权状态正常等。根据获取的明珠一厂、明珠二厂最接近追溯评估基准日时点的财务报表显示，明珠一厂、明珠二厂均处于亏损状态。

（四）说明转制过程档案资料留存不全的情况下评估结果是否客观、准确

评估机构本次追溯评估中，已充分考虑了转制过程档案资料留存不全的情况，在可获得资料和信息基础上，结合转制涉及资产特点进行追溯评估，采用的评估方法符合相关准则要求及评估规范要求，评估程序执行过程符合准则要求，评估报告对转制资产涉及的重点问题已予以关注。同时，佛山市禅城区南庄镇公有资产管理办公室已对转制涉及资产的追溯评估报告进行复核并出具了确认函，确认报告内容基本符合规定要求，并已备案留存。

综上，本次转制涉及资产追溯评估的评估结果客观、准确。

二、请保荐人发表明确意见，请发行人律师对问题（1）发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人股东名册、工商档案、历次出资验资报告、股权转让协议等；
- 2、查阅明珠一厂、明珠二厂转制相关资料；
- 3、查阅深圳中联资产评估有限公司出具的明珠一厂、明珠二厂追溯评估报告，向深圳中联资产评估有限公司了解进行追溯评估的详细过程、重要评估参数选取、评估方法及选取依据等情况；
- 4、查阅佛山市禅城区南庄镇公有资产管理办公室关于转制涉及资产追溯评估报告的确认函。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

评估机构结合转制涉及资产特点进行追溯评估，采用的评估方法符合相关准则要求及评估规范要求，评估程序执行过程符合准则要求，评估报告对转制资产涉及的重点问题已予以关注。同时，佛山市禅城区南庄镇公有资产管理办公室已对转制涉及资产的追溯评估报告进行复核并出具了确认函。综上，本次转制涉及资产追溯评估的评估结果客观、准确。

4、关于关联交易

申报材料显示：

（1）发行人与关联方百森物流于 2019 年开始合作。报告期内，发行人向百森物流关联采购金额分别为 2,512.85 万元、11,762.78 万元、12,344.48 万元和 7,274.25 万元，占当期运输服务采购总额的比例分别为 9.49%、46.88%、47.97% 和 46.25%，报告期内向发行人累计销售金额占百森物流营业收入的比例为 68.39%。

（2）报告期内，关联方恩平俊辉作为发行人的委外生产供应商之一，2020 年和 2021 年存在向发行人销售建筑陶瓷产品，其向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例为 67.07%。

（3）发行人与关联方广东贴师傅科技有限公司、广东康烯明珠科技有限公司同时存在关联销售与关联采购。

（4）报告期内，发行人关联方康威陶瓷主要采购工程运营服务，2021 年、2022 年 1-9 月，发行人向康威陶瓷的采购额分别为 770.80 万元、724.67 万元。

请发行人：

（1）说明百森物流的基本情况、业务发展历程、经营规模与报告期内简要财务数据，结合发行人对百森物流同类业务采购占比、百森物流对发行人收入占比等情形进一步分析百森物流业务发展是否主要依赖发行人，发行人运输服务对百森物流是否存在重大依赖，是否影响发行人独立性。

（2）结合运输服务市场定价、百森物流向非关联方运费定价、百森物流财务数据、其他物流供应商投标或询价情况等进一步分析发行人与百森物流关联交易定价的公允性，是否存在为发行人承担成本费用的情形。

(3) 说明恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高的原因及合理性，恩平俊辉报告期内财务数据，是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形。

(4) 说明与关联方广东贴师傅科技有限公司、广东康烯明珠科技有限公司同时存在关联销售与关联采购的原因及合理性，是否存在资金体外循环。

(5) 说明康威陶瓷主要服务客户，运营服务合同约定、服务费用率与其他运营服务商是否存在差异，是否专为发行人服务。

请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明百森物流的基本情况、业务发展历程、经营规模与报告期内简要财务数据，结合发行人对百森物流同类业务采购占比、百森物流对发行人收入占比等情形进一步分析百森物流业务发展是否主要依赖发行人，发行人运输服务对百森物流是否存在重大依赖，是否影响发行人独立性。

(一) 说明百森物流的基本情况、业务发展历程、经营规模与报告期内简要财务数据

1、基本情况

百森物流基本情况如下：

公司名称	高安市百森物流有限公司
成立时间	2018 年 02 月 07 日
注册资本	500 万元
注册地址	江西省宜春市高安市上湖乡
主营业务	道路货物普通运输，专用运输
股权结构	周科武持有 70%股权，新明珠企业集团持有 30%股权
经营范围	道路普通货物运输、货物专用运输（集装箱、冷藏保鲜设备、罐式容器），汽车租赁服务，货运信息服务，货运代理服务，汽车美容服务，二手车信息服务，货物包装、搬运、装卸、仓储服务，汽车销售，汽车配件批发与零售，代办车辆相关业务，海上运输代理服务，铁路运输代理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、业务发展历程

百森物流成立于 2018 年，自成立以来一直专注于从事物流运输服务，百森物流的创始人、实际控制人周科武为物流行业专业人士，从事物流行业十余年，在货物道路运输、铁路运输、运输代理等方面具备专业能力及管理能力。百森物流成立以来，凭借自身实力承接主要陶瓷品牌的物流运输业务，合作客户主要为建筑陶瓷企业或其经销商，包括新明珠、蒙娜丽莎、东鹏控股等。

3、经营规模与报告期内简要财务数据

截至 2023 年 6 月末，百森物流拥有 122 辆运输车，并与江西、湖北、广东、湖南等省市大型运输车队以及司机保持了紧密联系，具备一定资金实力及运输服务能力。

报告期内，百森物流简要财务数据如下：

单位：万元

项目	2023.06.30/ 2023 年 1-6 月	2022.12.31/ 2022 年	2021.12.31/ 2021 年	2020.12.31/ 2020 年
总资产	5,106.27	4,176.35	4,222.91	3,117.53
净资产	646.29	673.60	723.43	642.07
销售收入	6,820.01	16,086.40	15,052.57	14,052.65
净利润	74.05	150.17	201.37	162.79

（二）结合发行人对百森物流同类业务采购占比、百森物流对发行人收入占比等情形进一步分析百森物流业务发展是否主要依赖发行人，发行人运输服务对百森物流是否存在重大依赖，是否影响发行人独立性

百森物流是发行人运输服务提供商之一。报告期内，发行人向百森物流采购运输服务，各期采购金额分别为 11,762.78 万元、12,344.48 万元、9,795.97 万元和 5,228.83 万元，占发行人各期运输服务采购总额的比例分别为 46.88%、47.97%、45.38%和 44.31%，占发行人各期营业成本的比例分别为 2.31%、2.07%、1.72%和 1.92%，占比较小，未对发行人的正常经营产生重大影响。

报告期内，百森物流营业收入分别为 14,052.65 万元、15,052.57 万元、16,086.40 万元和 6,820.01 万元，与发行人交易金额占其营业收入的比例分别为 83.71%、

82.01%、60.90%和 76.67%，占比较高，系百森物流基于自身经营策略选择的结果，主要考虑发行人业务规模大且较为稳定，百森物流将更多物流资源用于竞标发行人的运输业务。百森物流具备承接其他运输业务能力，业务发展不依赖发行人，不存在专门为发行人服务的情形，百森物流报告期内持续拓展及服务包括发行人同行业公司蒙娜丽莎、东鹏控股在内的其他客户的物流运输业务。百森物流实际控制人周科武从事物流运输行业十余年，建立了超过 100 辆运输车的运输队伍，运输区域覆盖国内多个省市和地区，在物流运输行业具有较强的竞争优势，在此背景下，百森物流逐步加大与发行人的合作，并取得了较大的服务份额。

从 2020 年开始，发行人持续加强对直销模式下发货运输的管理，进行全集团发货运输的集中管理，并启用与运输相关的服务竞价系统，对所有入围运输服务商进行统一的竞价管理，以降低整体运输成本。百森物流系凭借其服务稳定性、及时性和灵活性优势，以及价格优势，在与其他第三方运输服务商公平竞价的基础上取得发行人较多运输订单。2022 年发行人集中竞标引入了更多的运输服务商，百森物流中标份额及运输金额有所下降。在此情况下，百森物流将更多物流资源用于获取其他第三方的运输订单，2022 年其营业收入实现增长，同时发行人业务占其营业收入的比例有所下降。

发行人报告期内合作运输服务商超过 30 家，且运输服务商市场竞争充分、可替代性较强，百森物流通过公平竞标获取发行人服务份额，不存在发行人运输服务对百森物流存在依赖的情形，发行人向百森物流关联采购金额占营业成本的比例较小，不影响发行人独立性。

综上，百森物流基于其自身经营策略考虑，将更多物流资源用于竞标发行人的运输业务，导致对发行人收入占比较高，同时百森物流具备承接其他运输业务能力，业务发展不依赖发行人，不存在专门为发行人服务的情形。发行人运输服务对百森物流不存在依赖，不影响发行人独立性。

二、结合运输服务市场定价、百森物流向非关联方运费定价、百森物流财务数据、其他物流供应商投标或询价情况等进一步分析发行人与百森物流关联交易定价的公允性，是否存在为发行人承担成本费用的情形。

（一）结合运输服务市场定价、百森物流向非关联方运费定价、百森物流财务数据、其他物流供应商投标或询价情况等

1、运输服务市场定价

经检索物通网、回程车运输网、好运物流网等网站中各物流公司重货运输报价数据，关于百森物流前五大运输路线 2023 年 4 月市场报价情况及与百森物流 2023 年 4 月报价情况对比如下：

单位：元/吨

路线	市场价格区间	市场平均价格	百森物流报价
佛山-成都	260-590	358.51	360.00
佛山-重庆	190-500	317.47	320.00
佛山-西安	190-500	318.11	330.00
佛山-武汉	190-250	224.77	230.00
肇庆-成都	280-550	390.89	400.00

注：以上单价已不含税。

如上表所示，百森物流报价情况与市场报价无明显差异。

2、百森物流向非关联方运费定价

报告期内，发行人采购百森物流前五大运输路线单价，与百森物流向第三方市场化报价情况对比如下：

单位：元/吨

路线	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	发行人 采购单价	百森物流 对外报价	发行人 采购单价	百森物流 对外报价	发行人 采购单价	百森物流 对外报价	发行人 采购单价	百森物流 对外报价
佛山-成都	347.04	350.00	344.92	350.00	336.39	340.00	333.41	338.00
佛山-重庆	304.60	305.00	305.49	310.00	294.01	300.00	323.37	330.00
佛山-西安	312.57	315.00	312.94	320.00	309.14	315.00	287.02	290.00
佛山-武汉	220.36	225.00	210.58	215.00	213.30	218.00	190.28	195.00

路线	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	发行人 采购单价	百森物流 对外报价	发行人 采购单价	百森物流 对外报价	发行人 采购单价	百森物流 对外报价	发行人 采购单价	百森物流 对外报价
肇庆-成都	391.65	395.00	382.17	390.00	382.95	388.00	361.06	365.00

注：以上单价不含税。

如上表所示，百森物流在参与发行人服务竞价时，向发行人报价与百森物流向第三方市场化报价无明显差异，报告期内发行人采购量大且较为稳定，对发行人运费定价具有合理性。

3、百森物流财务数据

详见本问询问题之“一”之“（一）”中回复。

4、其他物流供应商投标或询价情况

发行人运输服务采购遵循供应商询价、比价或竞价、综合服务评估等采购控制流程。发行人首先通过招投标方式获取运输服务商信息，并结合运输服务商运输资质、人员资质、服务质量、资金实力等因素进行筛选，确定合格的运输服务商签订框架合作协议后纳入服务竞价系统，之后当发行人有实际运输需求时，会在系统中发布需求，运输服务商综合考虑自身服务能力和运输成本等因素后提出报价，一般情况下报价最低者将优先获得发行人的运输订单，特殊情况如报价最低者无法快速响应发行人以及客户需求，发行人将匹配有服务能力的运输服务商进行货物运输与交付。

以百森物流主要运输线路“佛山-成都”、“佛山-重庆”为例，发行人 2023 年 4 月在服务竞价系统发布的部分运输需求单中，百森物流及主要竞争方的报价情况和竞价结果如下：

单位：元/吨

佛山-成都市			
订单	物流公司	报价	是否中标
101-YSJH230 4030007	高安市百森物流有限公司	357.00	是
	江西海新物流有限公司	388.07	否
	广州爱心物流有限公司	397.25	否
101-YSJH230 4100102	广州合盛物流有限公司	352.29	是
	高安市百森物流有限公司	366.97	否

	南京福佑在线电子商务有限公司淮安分公司	365.14	否
101-YSJH230 4130011	南京福佑在线电子商务有限公司淮安分公司	362.39	是
	高安市百森物流有限公司	366.97	否
	广东易能物流有限公司	392.66	否
佛山-重庆市			
订单	物流公司	报价	是否中标
101-YSJH230 4060030	高安市百森物流有限公司	314.00	是
	广州合盛物流有限公司	321.10	否
	广州爱心物流有限公司	333.95	否
101-YSJH230 4120105	高安市百森物流有限公司	313.00	是
	江西民源物流有限公司	319.27	否
	江西海新物流有限公司	345.87	否
101-YSJH230 4110082	高安市百森物流有限公司	322.94	是
	广州爱心物流有限公司	349.54	否
	南京福佑在线电子商务有限公司淮安分公司	362.39	否

注：以上单价已不含税。

如上表所示，发行人在服务竞价系统发布运输需求单后，主要根据参与竞价的运输服务商报价情况，结合对其提供运输服务能力的整体评价，最终确定中标的运输服务商，一般情况下均为价低者得，百森物流与主要竞争方的报价情况不存在重大差异。

（二）进一步分析发行人与百森物流关联交易定价的公允性，是否存在为发行人承担成本费用情形

报告期内，发行人向百森物流采购单价与向其他第三方运输服务商采购单价比较情况已在发行人招股说明书之“第八节 公司治理与独立性”之“八、报告期内的关联交易情况”之“（二）经常性关联交易”中说明，发行人向百森物流采购价格与向其他第三方运输服务商不存在显著差异。

结合前文分析，百森物流向发行人报价情况与运输服务市场报价、百森物流向第三方报价、其他第三方运输服务商向发行人报价等情况不存在重大差异，因此发行人与百森物流关联交易定价具备公允性。百森物流在与其他第三方运输服务商公平竞价的基础上取得发行人运输订单，不存在为发行人承担成本费用的情形。

三、说明恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高的原因及合理性，恩平俊辉报告期内财务数据，是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形。

（一）说明恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高的原因及合理性

恩平俊辉是建筑陶瓷 OEM 供应商，也是发行人 OEM 供应商之一，有两条建筑陶瓷生产线，2020 年和 2021 年存在向发行人销售建筑陶瓷产品，报告期内向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例为 72.23%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-5 月	2022 年	2021 年	2020 年	合计
发行人关联采购金额①	1.58	30.17	4,136.90	4,221.88	8,390.53
恩平俊辉营业收入②	75.19	547.77	5,485.63	5,508.40	11,616.99
占比③=①/②	2.10%	5.51%	75.41%	76.64%	72.23%

注：恩平俊辉已于 2023 年 6 月完成向无关联第三方转让，营业收入为 2023 年 1-5 月数据。

恩平俊辉产能规模较小，且产线相对落后，无自主品牌销售能力，主要对外提供 OEM 服务。报告期内恩平俊辉除向发行人提供 OEM 服务之外，也为其他建筑陶瓷企业提供 OEM 服务，与发行人相比，恩平俊辉其他客户业务规模有限，因而导致恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高，与行业格局特点相符合，具有合理性。

受产线产能落后影响，恩平俊辉从 2022 年开始即不再从事建筑陶瓷的生产和销售，发行人亦不再通过其进行委外生产，2022 年、2023 年 1-5 月关联采购主要为采购恩平俊辉剩余部分泥沙料及木托板，关联采购金额占恩平俊辉营业收入比例低。恩平俊辉已于 2023 年 6 月完成向无关联第三方转让。

（二）恩平俊辉报告期内财务数据

报告期内，恩平俊辉简要财务数据如下：

单位：万元

项目	2023.05.31/ 2023 年 1-5 月	2022.12.31/ 2022 年	2021.12.31/ 2021 年	2020.12.31/ 2020 年
总资产	11,703.22	12,887.88	13,245.82	20,107.57
净资产	3,205.98	3,185.86	3,118.73	6,322.92

销售收入	75.19	547.77	5,485.63	5,508.40
净利润	20.13	67.13	-3,204.20	-1,295.67
其中：资产减值损失	-	-1.23	-3,252.31	-1,321.31
剔除资产减值后净利润	20.13	68.36	48.11	25.64

注：恩平俊辉已于 2023 年 6 月完成向无关联第三方转让，财务数据为截至 2023 年 5 月 31 日、2023 年 1-5 月数据。

（三）是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形

建筑陶瓷行业市场分散，OEM 供应商普遍存在，市场选择较多，发行人从市场公开渠道选取合格的 OEM 供应商。发行人委外采购内部控制规范，按照采购计划对 OEM 供应商进行公开招标，由 OEM 供应商进行报价，发行人综合比较后，选取性价比最高的 OEM 供应商委托其生产。

报告期内，恩平俊辉因其生产稳定性和供货及时性，成为发行人 OEM 供应商之一。2020 年和 2021 年，发行人向恩平俊辉关联采购金额分别为 4,221.88 万元和 4,136.90 万元，占发行人当期委外生产总额的比例分别为 7.60%和 4.23%，占发行人当期营业成本的比例分别为 0.83%和 0.69%，占比较小。2022 年发行人已停止通过恩平俊辉进行委外生产。

发行人向恩平俊辉采购遵循供应商询价、比价或竞价、综合服务评估等采购控制流程，采购价格与第三方供应商基本一致，不存在通过恩平俊辉为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形。

四、说明与关联方广东贴师傅科技有限公司、广东康烯明珠科技有限公司同时存在关联销售与关联采购的原因及合理性，是否存在资金体外循环。

（一）说明与关联方广东贴师傅科技有限公司、广东康烯明珠科技有限公司同时存在关联销售与关联采购的原因及合理性

1、广东贴师傅科技有限公司

报告期内，发行人与关联方广东贴师傅科技有限公司（以下简称“广东贴师傅”）同时存在关联销售与关联采购，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	关联交易发生额
-------	------	---------

		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
广东贴师傅科技有限公司	采购加工产品	-	-	309.91	329.41
	销售瓷砖	-	-	-	226.33

广东贴师傅主要从事瓷砖加工服务以及深加工产品的销售。2020-2021 年，因特定项目交付需求，需对发行人销售的陶瓷薄板进行特殊加工处理，发行人 2020 年向广东贴师傅一次销售需加工处理的陶瓷薄板 226.33 万元，之后由其加工处理后进行购回，同时向其购买用于辅助安装铺贴的零部件，根据项目交付进度，分别于 2020 年、2021 年发生采购金额 329.41 万元和 309.91 万元。发行人向广东贴师傅销售、采购金额均较小，对发行人主营业务不具有重大影响，发行人主要基于经济原则和便利原则选择广东贴师傅进行加工。2022 年开始，因对应项目已完成，因而未继续发生与广东贴师傅的交易。

综上，发行人与关联方广东贴师傅同时存在关联销售与关联采购，系基于发行人业务需求真实发生的销售和采购，具有合理性。

2、广东康烯明珠科技有限公司

报告期内，发行人与关联方广东康烯明珠科技有限公司（以下简称“康烯明珠”）同时存在关联销售与关联采购，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	关联交易发生额			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
广东康烯明珠科技有限公司	采购加工产品	-	53.89	162.34	185.34
	销售瓷砖	-	9.89	57.12	151.85

康烯明珠主要从事发热模组的研发和销售。发行人销售的建筑陶瓷产品本身不具备发热功能，因此发行人通过向康烯明珠销售建筑陶瓷产品，并由康烯明珠加工组装发热模组后进行购回。报告期内关联销售和采购金额较小，对发行人主营业务不具有重大影响。2022 年因市场不达预期，发行人减少发热砖产品的投放，因而减少向康烯明珠的采购。2023 年 1-6 月，发行人未向康烯明珠采购。

综上，发行人与关联方康烯明珠同时存在关联销售与关联采购，系基于发行人业务需求真实发生的销售和采购，具有合理性。

（二）是否存在资金体外循环

综上分析，发行人与广东贴师傅、康烯明珠的关联交易系基于发行人业务需求真实发生，具有合理性，交易价格系按照市场价格公平协商后确定，具有公允性，且报告期内关联交易发生金额很小，对发行人本身业务经营不具有重大影响。结合对发行人及广东贴师傅、康烯明珠的银行流水核查情况，发行人与广东贴师傅、康烯明珠之间的资金往来均有真实交易背景，不存在发行人通过广东贴师傅、康烯明珠进行体外资金循环的情形。

五、说明康威陶瓷主要服务客户，运营服务合同约定、服务费用率与其他运营服务商是否存在差异，是否专为发行人服务。

（一）说明康威陶瓷主要服务客户

佛山市康威陶瓷有限公司（以下简称“康威陶瓷”）主要从事工程运营服务，也是发行人报告期内工程运营服务商之一。因康威陶瓷具有一定的客户服务资源，其协助发行人开发工程业务，并承担工程项目的运营服务，补充发行人的销售力量。

报告期内，康威陶瓷主要服务客户为中海地产，从 2021 年开始主要为中海地产部分项目提供运营服务。除中海地产之外，康威陶瓷还服务其他客户，包括新城控股、中国建筑、保利、碧桂园、深圳市华壹装饰科技设计工程有限公司、杭州晓泽建筑材料有限公司等。

（二）运营服务合同约定、服务费用率与其他运营服务商是否存在差异

发行人与康威陶瓷签订的运营服务合同主要约定如下：

合同约定	具体内容
合同各方	➤ 甲方：发行人 ➤ 乙方：康威陶瓷
服务内容	➤ 乙方负责运输和加工服务，制定供货计划，发货和货物跟踪，验收、对账与结算，追收货款，提供工地安装、工程施工指导和监控，产品售后服务等 ➤ 通过提供优质服务与甲方共同开拓市场、维护工程客户关系
服务费	➤ 2021 年，乙方运营服务费按照工程项目利润的 49%，综合考虑项目资金回笼情况，其中工程项目利润=工程合同价-产品生产成本费用-运营成本 ➤ 2022 年，乙方运营服务费按照项目销售收入不同等级分别计算，项

	目销售收入在 1.5 亿元（含）以下的按照工程项目利润的 49%，在 1.5 亿元至 3 亿元（含）之间的按照工程项目利润的 45%，在 3 亿元以上的按照工程项目利润的 40%，综合考虑项目资金回笼情况，其中项目销售收入以工程客户签收及验收手续完成为计算原则
--	--

如上表所示，康威陶瓷运营服务合同中关于服务费的约定与其他运营服务商存在一定差异，主要是发行人试点不同运营服务结算模式，具有合理性。发行人考虑工程销售抵减生产成本和交付费用后，按照项目实现利润与康威陶瓷结算运营服务费。

报告期内，发行人运营服务费支付情况如下：

单位：万元

类别	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
自营工程收入	81,468.07	146,152.98	171,889.74	150,904.38
运营服务费	7,787.15	13,878.81	19,202.75	17,461.98
运营服务费占比	9.56%	9.50%	11.17%	11.57%
康威工程收入	-	7,757.93	7,089.00	-
康威运营服务费	-	724.67	770.80	-
康威运营服务费占比	-	9.34%	10.87%	-

如上表所示，康威陶瓷 2021 年、2022 年 1-9 月期间为发行人提供运营服务，对应运营服务费率分别为 10.87%和 9.34%，与发行人 2021 年和 2022 年整体运营服务费率水平不存在明显差异。

（三）是否专为发行人服务

发行人与康威陶瓷的交易是在发行人试点不同运营服务结算模式的背景下产生的，2021 年、2022 年 1-9 月康威陶瓷专为发行人提供工程运营服务。为减少关联交易，发行人 2022 年四季度已停止通过康威陶瓷提供运营服务，康威陶瓷服务工程项目由发行人销售服务团队承接，2022 年四季度及之后未再发生新的运营服务费。

六、请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、访谈百森物流实际控制人，了解百森物流基本情况、业务发展历程、经营规模等；

2、获取百森物流报告期内的财务数据，分析百森物流经营规模与发行人交易规模之间的匹配性，分析百森物流经营的独立性；

3、通过物通网、回程车运输网、好运物流网等公开网站查询物流公司运输服务市场报价情况；获取百森物流向其他第三方报价情况，获取发行人其他第三方物流服务商报价情况，分析发行人与百森物流交易定价的公允性，核查百森物流是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形；

4、访谈恩平俊辉财务总经理，了解恩平俊辉销售情况与客户情况，以及与发行人进行交易的原因及采购安排；

5、获取恩平俊辉报告期内的财务数据，核查恩平俊辉是否存在为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形；

6、取得发行人与广东贴师傅、康烯明珠的交易明细，查阅相关合同，核查交易背景与交易内容，结合资金流水核查等，分析同时存在关联销售与关联采购的原因及合理性，核查是否存在体外资金循环；

7、查阅发行人与康威陶瓷签订的运营服务合同；访谈发行人和康威陶瓷主要负责人，了解发行人与康威陶瓷合作情况；比较康威陶瓷运营服务费与其他运营服务商是否存在差异；

8、取得发行人与康威陶瓷终止合作协议，了解终止合作原因和安排。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、百森物流业务发展不依赖发行人，不存在专门为发行人服务的情形；发行人运输服务对百森物流不存在依赖，不影响发行人独立性；

2、百森物流向发行人报价情况与运输服务市场报价、百森物流向第三方报价、其他第三方运输服务商向发行人报价等情况不存在重大差异，发行人与百森物流关联交易定价具备公允性；百森物流在与其他第三方运输服务商公平竞价的基础上取得发行人运输订单，不存在为发行人承担成本费用的情形；

3、恩平俊辉产能规模较小，与发行人相比，恩平俊辉其他客户业务规模有限，因而恩平俊辉向发行人累计销售金额占其自身营业收入的比例较高，具有合理性；发行人向恩平俊辉采购遵循供应商询价、比价或竞价、综合服务评估等采购控制流程，采购价格与第三方供应商基本一致，不存在通过恩平俊辉为发行人承担成本费用等关联方利益输送的情形；

4、发行人与关联方广东贴师傅、康烯明珠同时存在关联销售与关联采购，系基于发行人业务需求真实发生的销售和采购，具有合理性，不存在资金体外循环的情形；

5、康威陶瓷运营服务合同中，服务费约定与其他运营服务商存在一定差异，系发行人试点不同运营服务结算模式所致，具有合理性；康威陶瓷运营服务费率略低于其他运营服务商，但不存在明显差异；发行人与康威陶瓷的交易是在发行人试点不同运营服务结算模式的背景下产生的，2021 年、2022 年 1-9 月康威陶瓷专为发行人提供工程运营服务，为减少关联交易，发行人 2022 年四季度已经停止通过康威陶瓷提供运营服务。

5、关于工抵房

申报材料显示，为实现以房抵款，天房融创与发行人、叶德林、债务人签订了《商品房抵房合同》，约定天房融创以合计总价 8,396.58 万元的工抵房置换叶德林从发行人受让的前述债权标的。截至 2022 年 9 月 30 日，相关工抵房尚未完成过户。

请发行人：

（1）说明与地产商采取以房抵债方式进行交易的商业背景及商业合理性，是否存在为客户变相融资、是否存在纠纷或潜在纠纷；应收账款的坏账准备计提依据及充分性，抵债房产的公允价值能否覆盖应收款项原值，发行人对相关债权能否终止确认。

（2）说明抵债房产的具体情况，包括用于抵债房产的位置、面积、抵债价值、市场价格、期房或现房、住宅或商业公寓，是否存在抵押、查封或其他权利受限情况，以房抵债合同的主要条款，相关合同约定是否合法合规，房屋目前是否已备案，是否存在债权无法收回的风险。

（3）具体说明相关房产交接、权属证明获取是否存在潜在障碍，抵债房产的未来处置计划。

（4）说明债权转让和以房抵债业务是否存在关联方利益输送或其他利益安排。

请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明与地产商采取以房抵债方式进行交易的商业背景及商业合理性，是否存在为客户变相融资、是否存在纠纷或潜在纠纷；应收账款的坏账准备计提依据及充分性，抵债房产的公允价值能否覆盖应收款项原值，发行人对相关债权能否终止确认。

（一）说明与地产商采取以房抵债方式进行交易的商业背景及商业合理性，是否存在为客户变相融资、是否存在纠纷或潜在纠纷

1、商业背景及商业合理性

报告期内，发行人与融创地产存在以房抵款交易的情形。发行人综合考虑融创地产的经营情况和信用风险后，为降低对融创地产应收款项的坏账风险，并加快资金回笼，与融创地产协商以房抵款，具体情况为：发行人将对包括天津融创其澳置业有限公司、天津融创元浩置业有限公司等多家融创地产下属单位（以下简称“债务人”）合计 8,396.58 万元的应收账款权益（以下简称“债权标的”）等额作价、有条件转让给叶德林；同时由融创地产下属单位天津天房融创置业有限公司（以下简称“天房融创”）与发行人、叶德林、债务人签订《商品房抵房合同》，约定天房融创以合计总价 8,396.58 万元的工抵房置换叶德林从发行人受让的前述债权标的。

2020 年开始，受房地产行业“三道红线”等政策调控影响，部分房地产商出现流动性风险，甚至出现债务危机，导致对供应商的款项支付出现逾期，存在较多房地产商经与供应商协商后采用以房抵债的方式支付供应商款项。

发行人同行业可比公司马可波罗、东鹏控股、蒙娜丽莎、帝欧家居等亦存在类似情形，具体如下：

企业名称	具体内容
马可波罗	根据马可波罗招股说明书披露，发行人为了资产保全，与相关地产公司达成房产抵债方案，同时发行人为清偿对关联方历史形成的债务，因此要求相关地产公司直接将房产抵偿至发行人关联方。
东鹏控股	根据东鹏控股 2021 年第三季度报告披露，截止 2021 年 9 月 30 日，公司与恒大集团及其成员企业之间的应收账款余额为 3.02 亿元，应收票据余额为 3.33 亿元，其他应收款余额为 1.57 亿元，其中逾期应收账款余额为 2.84 亿元。针对逾期的商业承兑汇票（根据会计准则已转为应收账款披露）当中 1.44 亿，公司已和恒大集团达成初步抵房解决方案。
蒙娜丽莎	根据蒙娜丽莎 2022 年年度报告披露，截至 2022 年 12 月 31 日，公司与房地产公司签订以房抵债协议金额为 76,450.34 万元，支付房产预付款 6,745.95 万元，其中已网签合同金额 12,210.23 万元，但尚未收楼。
帝欧家居	根据帝欧家居 2022 年半年度财务报告披露，公司针对其他应收款按款项性质进行分类，其中抵房款的期末余额为 4,413.42 万元。

注：资料来源于可比公司招股说明书、定期披露报告。

因此，发行人与融创地产采取以房抵债方式进行交易，具备真实商业背景，有利于保障发行人利益。同时房地产企业以房抵债当前阶段在行业内具有普遍性，发行人同行业可比公司亦存在以房抵债情形，具备商业合理性。

2、是否存在为客户变相融资、是否存在纠纷或潜在纠纷

结合天房融创与发行人、叶德林、债务人签订的《商品房抵房合同》约定（具体详见本问询问题之“二”之“（二）”回复），天房融创抵债房产完成过户至叶德林名下后，发行人不得再向债务人主张已抵销的工程款，因此以房抵债不属于带有追溯权的债务融资行为，不存在为融创地产变相融资的情形。

截至本问询回复出具之日，根据已取得的不动产权证登记信息，以及登记部门查册结果，上述抵债房产已过户至叶德林名下，因此《商品房抵房合同》的合同各方已履行完毕合同约定义务，不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）应收账款的坏账准备计提依据及充分性，抵债房产的公允价值能否覆盖应收款项原值，发行人对相关债权能否终止确认

1、应收账款的坏账准备计提依据及充分性

报告期内，发行人结合与融创地产的实际往来情况，以及融创地产的公开债务违约情况，结合公开市场报道等，将融创地产认定为存在较大信用风险，从 2021 年末开始对其应收款项单项计提减值准备，具体计提情况如下：

单位：万元

项目	2023.06.30	2022.12.31			2021.12.31
		以房抵债部分	剩余部分	合计	
应收款项原值	6,693.36	8,396.58	6,769.18	15,165.76	15,302.91
抵债房产净收回评估	-	4,297.14	-	4,297.14	-
减值准备	5,354.69	4,099.44	5,415.34	9,514.78	12,242.33
减值计提比例	80%	100%	80.00%	87.54%	80%

2021 年末，发行人开始对融创地产单项计提减值准备，发行人管理层主要结合对融创地产的信用风险判断，确定减值计提比例为 80%。

2022 年末，因融创地产抵债房产未完成过户，发行人基于谨慎性原则，未终止确认该部分以房抵债的应收款项，并结合对抵债房产的评估情况，按照应收款项原值超过抵债房产公允价值部分，以及考虑发行人为完成抵债房产过户需支付的相关税费后，全额计提减值准备。除该部分以房抵债的应收款项之外，发行人对融创地产剩余应收款项仍然按照 80%的比例计提减值准备。

2023 年 6 月末，融创地产抵债房产已完成过户，发行人终止确认该部分以房抵债的应收款项，剩余应收款项按照 80%的比例计提减值准备。

经查阅招股说明书、上市公司披露公告等，同行业可比公司对融创地产应收款项单项计提减值准备的具体情况如下：

可比公司	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末
马可波罗	未披露	80%	80%
东鹏控股	未披露	未披露	未披露
蒙娜丽莎	未披露	未披露	30%
帝欧家居	未披露	未披露	未披露
发行人	80%	80%	80%

注 1：数据来源于可比公司招股说明书、定期披露报告；

注 2：2022 年末发行人对融创地产单项计提比例，不考虑已达成以房抵债部分应收款项。

与同行业可比公司相比，不考虑发行人已与融创地产达成以房抵债部分应收款项，发行人 2021 年末、2022 年末对融创地产应收款项均按照 80%比例单项计提减值准备，与马可波罗一致。

综上，发行人对融创地产应收款项的减值准备计提充分。

2、抵债房产的公允价值能否覆盖应收款项原值

截至 2022 年 12 月 31 日，融创地产抵债房产的公允价值情况如下：

单位：万元

序号	位置	应收款项原值	公允价值	覆盖率
1	天津市南开区保阳道 9 号	4,359.95	2,412.97	55.34%
2	天津市南开区年丰路 76 号	4,036.63	2,141.39	53.05%
合计		8,396.58	4,554.36	54.24%

注：公允价值系依据沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（沃克森国际评报字（2023）第 0145 号）的评估价格（基准日为 2022 年 12 月 31 日）确定。

如上表所示，融创地产抵债房产的公允价值仅能覆盖对应 8,396.58 万元应收款项原值的 54.24%。尽管融创地产抵债房产的公允价值无法完全覆盖应收款项原值，但综合考虑融创地产目前经营情况及信用风险，实施以房抵债仍有利于保障发行人利益。

3、发行人对相关债权能否终止确认

根据《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》第七条,“企业在发生金融资产转移时,应当评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度,并分别下列情形处理:(1)企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的,应当终止确认该金融资产,并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。(2)企业保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的,应当继续确认该金融资产。”

截至 2022 年 12 月 31 日,融创地产抵债房产尚未完成过户,发行人基于谨慎性原则,未终止确认对融创地产该部分以房抵债的应收款项,符合《企业会计准则》的相关规定。

截至 2023 年 6 月 30 日,融创地产抵债房产已完成过户,发行人终止确认对融创地产该部分以房抵债的应收款项,符合《企业会计准则》的相关规定。

二、说明抵债房产的具体情况,包括用于抵债房产的位置、面积、抵债价值、市场价格、期房或现房、住宅或商业公寓,是否存在抵押、查封或其他权利受限情况,以房抵债合同的主要条款,相关合同约定是否合法合规,房屋目前是否已备案,是否存在债权无法收回的风险。

(一)说明抵债房产的具体情况,包括用于抵债房产的位置、面积、抵债价值、市场价格、期房或现房、住宅或商业公寓,是否存在抵押、查封或其他权利受限情况

天房融创共将两处房产用于抵偿发行人对债务人的债权标的。截至 2022 年 12 月 31 日,抵债房产的具体情况如下:

单位:平方米,万元

序号	位置	建筑面积	抵债价值	市场价格 (注 1)	期房 或现房	住宅或 商业公寓 (注 2)	不动产权证 号	登记 权利所 有人
1	天津市 南开区 保阳道 9 号	893.36	4,359.95	2,412.97	现房	商铺	津(2023) 南开区不动 产 权 第 0009143 号	叶德林
2	天津市 南开区 年丰路 76 号	827.11	4,036.63	2,141.39	现房	商铺	津(2023) 南开区不动 产 权 第 0009160 号	叶德林

注 1: 市场价格系依据沃克森(北京)国际资产评估有限公司出具的《资产评估报告》(沃克森国际评报字(2023)第 0145 号)的评估价格(基准日为 2022 年 12 月 31 日)确定;

注 2: 不动产权证上记载的用途为“商务金融用地/非居住”, 实际用途为商铺。

根据不动产权证登记信息，以及登记部门查册结果，上述两处抵债房产不存在抵押、查封或其他权利受限情况。

（二）以房抵债合同的主要条款，相关合同约定是否合法合规

《商品房抵房合同》的主要条款如下：

主要条款	具体内容
合同各方	甲方：天房融创；乙方：债务人；丙方：发行人；丁方：叶德林
购房约定	丁方拟认购甲方开发的商品房
	丁方应按照甲丁双方协商时间与甲方签订商品房买卖合同
抵债约定	丙方将其持有的乙方出具的由丙方作为收款人的电子商业承兑汇票，或对乙方享有的应收工程款，用于支付丁方应付甲方商品房购房款中的等额款项
	各方一致确认，本合同签署后，乙方已向丙方支付本合同所述对丙方所负的债务，丙方不得再向乙方主张已抵销的工程款；同时丁方已向甲方支付本合同所述商品房购房款中的等额款项，甲方不得再向丁方主张本合同抵房对应抵销购房款
关系约定	甲方与乙方之间的债权债务关系由甲方、乙方另行协商确定
	丙方与丁方一致确认，关于丙方与丁方之间的债权债务、本合同所述商品房的权属以及相应的处置权等权益，由丙方与丁方自行协商解决，且丙方与丁方之间为此达成的任何协议或者约定，均与甲方及乙方无关；丙方及丁方也不得以此为由，向甲方、乙方主张任何权利

经核查，发行人签署的以房抵债合同属于当事人之间意思自治的内容，相关交易安排为各方真实意思表示，未违反法律、行政法规的强制性规定，相关合同约定合法合规。

（三）房屋目前是否已备案，是否存在债权无法收回的风险

根据已取得的不动产权证登记信息，以及登记部门查册结果，上述抵债房产已经完成过户至叶德林名下。

结合《商品房抵房合同》约定，债务人已完成向发行人支付《商品房抵房合同》所述债务，发行人不存在债权无法收回的风险。

三、具体说明相关房产交接、权属证明获取是否存在潜在障碍，抵债房产的未来处置计划。

2023年1月，前述抵债房产已完成过户至叶德林名下，因此叶德林与天房融创的房产交接已完成，不涉及权属证明获取的潜在障碍。

根据发行人与叶德林签订的《债权转让协议》约定，叶德林受让前述抵债房产后，将对外进行销售、出租，相关销售、出租计划需经发行人同意。

根据发行人与叶德林说明，前述抵债房产已委托当地房产经纪机构进行挂牌，并将在出售价格符合发行人预期时尽快予以处置，同时基于对目前房地产市场的研判，在未能以合适价格出售之前，将委托当地房产经纪机构进行出租。截至本问询回复出具之日，部分抵债房产已对外出租。

四、说明债权转让和以房抵债业务是否存在关联方利益输送或其他利益安排。

1、债权转让是否存在关联方利益输送或其他利益安排

根据发行人与叶德林签订的《债权转让协议》，发行人将对债务人的债权标的等额作价、有条件转让给叶德林，并约定债权转让款的支付方式为：在叶德林取得天房融创用以偿还债务人欠款的工抵房后，将工抵房对外进行销售、出租，并且在实际收到售房款、租金收益后三个工作日内等额向发行人支付债权转让款，在叶德林未成功对外销售、出租工抵房及收到售房款、租金收益前无需向发行人支付债权转让款。

同时《债权转让协议》约定：叶德林在对外销售、出租工抵房时的方案需经发行人同意，以及工抵房最终处置完毕后，处置收入无论高于或低于债权标的，均由发行人享有收益或承担损失。

因此，发行人系抵债房产的实际权属人，叶德林仅为代发行人持有并帮助处置抵债房产，并不享有任何收益或承担任何损失，不存在关联方利益输送或其他利益安排。

2、以房抵债业务是否存在关联方利益输送或其他利益安排

发行人与融创地产采取以房抵债方式进行交易，具备真实商业背景，同时以房抵债当前阶段在行业内具有普遍性，具备商业合理性。尽管融创地产抵债房产的公允价值无法完全覆盖债权标的，但综合考虑融创地产目前经营情况及信用风险，实

施以房抵债仍有利于保障发行人利益。

因此，以房抵债系发行人基于自身利益考虑与融创地产达成的交易，与发行人关联方无关，不存在关联方利益输送或其他利益安排。

综上，债权转让和以房抵债业务不存在关联方利益输送或其他利益安排。

五、请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人、叶德林与天房融创、债务人签订的《商品房抵房合同》；
- 2、查阅发行人与叶德林签订的《债权转让协议》；
- 3、取得抵债房产的不动产权证书、登记部门查册结果；
- 4、向发行人、叶德林了解以房抵债交易情况、抵债房产后续处置计划；
- 5、查阅同行业可比公司招股说明书、定期披露报告等公开信息，了解可比公司以房抵债情况、对融创地产应收款项的减值准备计提情况；
- 6、查阅沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（沃克森国际评报字（2023）第 0145 号）；
- 7、查阅抵债房产对外出租的《租赁协议》。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人与融创地产采取以房抵债方式进行交易，具备真实商业背景，当前阶段在行业内具有普遍性，具备商业合理性，不存在为客户变相融资的情形，不存在纠纷或潜在纠纷；发行人对融创地产应收款项的减值计提依据合理，减值准备计提充分；融创地产抵债房产的公允价值无法完全覆盖应收款项原值，但综合考虑融创地产目前经营情况及信用风险，实施以房抵债仍有利于保障发行人利益；截至 2022 年末，融创地产抵债房产尚未完成过户，发行人基于谨慎性原则，未终止确认该部分以房抵债的应收款项，截至 2023 年 6 月末，融创地产抵债房产已完成过户，发行人终止确认该部分以房抵债的应收款项，符合《企业会计准则》的相关规定；

2、抵债房产不存在抵押、查封或其他权利受限情况；以房抵债合同的约定合

法合规；抵债房产已完成过户至叶德林名下，不存在债权无法收回的风险；

3、抵债房产已完成过户至叶德林名下，叶德林与天房融创的房产交接已完成，不涉及权属证明获取的潜在障碍；抵债房产将对外进行销售、出租，截至本问询回复出具之日，部分抵债房产已对外出租；

4、债权转让和以房抵债业务不存在关联方利益输送或其他利益安排。

7、关于客户、供应商入股

申报材料显示：

(1) 2019年9月，外部投资者泰兴加华、宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产和居然智居增资发行人。其中，宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产为发行人客户及其关联方，恒大地产和居然智居为发行人供应商及其关联方。

(2) 报告期内发行人对美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户。

请发行人：

(1) 说明报告期内向恒大地产和居然智居及其关联方采购情况，对比入股前后交易金额、交易定价，以及发行人同类业务向第三方采购价格分析发行人与恒大地产和居然智居及其关联方交易定价的公允性，是否存在利益输送或为发行人承担成本费用情形。

(2) 说明报告期内对美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户的原因及合理性。

请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期内向恒大地产和居然智居及其关联方采购情况，对比入股前后交易金额、交易定价，以及发行人同类业务向第三方采购价格分析发行人与恒大地产和居然智居及其关联方交易定价的公允性，是否存在利益输送或为发行人承担成本费用情形。

(一) 报告期内向恒大地产和居然智居及其关联方采购情况

报告期内，发行人存在向恒大集团、居然之家采购，具体情况如下：

单位：万元

供应商	采购内容	2023年1-6月	2022年	2021年	2020年
恒大集团	广告服务	305.24	159.20	-	1,415.09
居然之家	推广服务	25.02	943.40	-	-

恒大集团下属恒大足球俱乐部主要经营足球体育赛事的组织、策划和承办，发

行人向其采购中超联赛主场比赛现场的 LED 广告展示资源，以及全赛季训练基地场地广告牌展示资源等广告服务，目的是借助人们对体育项目及体育赛事的关注度，提升发行人整体品牌知名度和影响力。

居然之家（000785.SZ）系深交所主板上市公司，主要开展家居卖场实体店经营和连锁。2022 年，在房地产行业受政策调控的影响下，发行人进一步将销售中心转向零售市场，因此采购居然之家全国卖场的推广服务。2023 年 1-6 月，发行人考虑推广效果后，减少采购居然之家的推广服务，全年合同金额减少，且推广活动主要集中在下半年进行，因此上半年对应采购金额较低。

除此之外，报告期内发行人不存在其他向恒大地产和居然智居及其关联方采购的情况。

（二）对比入股前后交易金额、交易定价

1、居然智居入股前后交易情况

报告期内，居然智居 2019 年 9 月入股发行人前后，发行人与居然智居及其关联方并未有采购往来。发行人与居然之家的合作开始于 2022 年，主要系发行人经营战略有所调整，开始借助居然之家全国卖场进行推广。

2、恒大地产入股前后交易情况

报告期内，恒大地产 2019 年 9 月入股发行人前后，发行人均存在向恒大足球俱乐部采购广告服务。其中，2019 年、2020 年采购情况对比如下：

项目	2020 年	2019 年
合同金额	含税 1,500 万元	含税 1,000 万元
合同期限	2020.04.01 至 2020.12.31	2019.04.01 至 2019.12.31
广告服务	2020 年赛季中超联赛广州恒大主场比赛现场 LED 广告展示资源；广州恒大全赛季训练基地场地广告牌	2019 年赛季中超联赛广州恒大主场比赛现场 LED 广告展示资源；广州恒大全赛季训练基地场地广告牌
交易定价	影响定价因素主要为主场赛事数量和上一年比赛表现： （1）2020 年 1 月中国足球协会发布 2020 年中超联赛赛程（草案），恒大足球俱乐部主场比赛共 15 场 （2）2019 年赛季，广州恒大夺得中超	影响定价因素主要为主场赛事数量和上一年比赛表现： （1）2019 年 2 月中国足球协会发布 2019 年中超联赛赛程，恒大足球俱乐部主场比赛共 13 场 （2）2018 年赛季，广州恒大不敌上海

	联赛冠军，累计八次夺冠打破中超夺冠记录	上港，错失中超联赛冠军
--	---------------------	-------------

如上表所示，2019 年、2020 年发行人采购恒大足球俱乐部的广告服务资源相同，主要差别在广州恒大 2020 年赛季主场数量比 2019 年多，另外 2019 年赛季广州恒大夺得中超联赛冠军，且累计八次夺冠打破中超夺冠记录，相应广告价值增加，因此 2020 年发行人合同金额较 2019 年增加，具备合理性。

从 2021 年开始，发行人综合考虑市场环境影响和广告投放价值，大幅减少了采购恒大足球俱乐部的广告服务。其中，2021 年考虑到恒大本身债务危机的负面影响以及恒大足球俱乐部主要球星的离开，广告投放性价比显著下降，发行人未进行采购；2022 年发行人基于高性价比推广高端岩板的目的，选择重新采购 2022 年赛季中超联赛广州恒大主场比赛场地 LED 广告展示资源，但采购金额相比 2020 年显著下降，主要系恒大地产本身债务危机的负面影响仍未消除，恒大俱乐部战绩及影响力大幅下降，恒大足球品牌的商业价值大幅缩水所致。2023 年 1-6 月采购金额有所增加，主要因采购广告展示时间增加（从每场比赛 3 分钟增加至 8 分钟），对应广告服务价值增加所致。

（三）对比发行人同类业务向第三方采购价格

1、卖场推广服务采购对比

2022 年，发行人基于经营战略考虑，开始采购居然之家、红星美凯龙的卖场推广服务，居然之家和红星美凯龙均为上市公司，具体比较如下：

项目	居然之家	红星美凯龙
合同金额	含税 1,000 万元	含税 800 万元
合同期限	2022.01.01 至 2022.12.31	2022.01.01 至 2022.12.31
推广服务	发行人在有经销商入驻的居然之家卖场，采购居然之家营销资源，联合居然之家进行推广	发行人在有经销商入驻的红星美凯龙卖场，采购红星美凯龙的营销资源，联合红星美凯龙进行推广
交易定价	卖场向所有入驻商家共同发布相同的推广服务及价目，相同条件下卖场向商家的收费基本相同 截至 2022 年末，发行人经销商入驻居然之家的店面约 191 家，参考门店数量计算推广服务单价，对应单个门店的推广费用约为 5.24 万元	卖场向所有入驻商家共同发布相同的推广服务及价目，相同条件下卖场向商家的收费基本相同 截至 2022 年末，发行人经销商入驻红星美凯龙的店面约 162 家，参考门店数量计算推广服务单价，对应单个门店的推广费用约为 4.94 万元

项目	居然之家	红星美凯龙
卖场资源	根据居然之家 2021 年年度报告披露：截至 2021 年 12 月 31 日，公司在国内 29 个省、自治区及直辖市经营了 421 个家居卖场，包含 95 个直营卖场及 326 个加盟卖场	根据红星美凯龙 2021 年年度报告披露：截至 2021 年 12 月 31 日，公司经营 95 家自营商场，278 家委管商场，10 家战略合作商场，69 个特许经营家居建材项目，共包括 485 家家居建材店/产业街，覆盖全国 30 个省、直辖市、自治区的 224 个城市

如上表所示，发行人向居然之家、红星美凯龙采购推广服务，参考发行人经销商分别入驻居然之家、红星美凯龙卖场的门店数量计算推广服务单价，对应单个门店推广费用基本相同，不存在重大差异。

2、体育俱乐部广告服务采购对比

报告期内，发行人除向恒大足球俱乐部采购广告服务外，不存在向其他体育俱乐部采购广告服务的情形，无同类采购可进行对比。

（四）分析发行人与恒大地产和居然智居及其关联方交易定价的公允性，是否存在利益输送或为发行人承担成本费用的情形

综上，发行人采购恒大足球俱乐部的广告服务，系基于正常商业谈判、以市场化原则进行定价，价格具备公允性，且各期采购金额变化与采购的广告资源价值变化相匹配，符合发行人的广告投放策略，具备合理性。发行人采购居然之家的推广服务，与向红星美凯龙采购相比，定价方式类似，且参考发行人经销商入驻门店数量计算的单个门店推广费用基本相同，价格具备公允性，发行人采购居然之家推广服务系基于自身经营战略所需，具备合理性。报告期内，发行人向恒大俱乐部、居然之家采购金额合计占发行人营业收入的比例分别为 0.15%、0.00%、0.15%和 0.09%，占比很小，对发行人经营业绩不构成重大影响，不存在利益输送或为发行人承担成本费用的情形。

二、说明报告期内对美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户的原因及合理性。

报告期内，发行人向美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户，系各种因素综合影响所致，包括发行人向战略客户倾斜更多的生产资源，采用更高的生产标准和质量要求，优品率更高，且结算信用期更长等，具备合理性。具体情况说明详见本问询回复之“6、关于股份质押”之“一”

之“(二)”回复。

三、请保荐人、发行人律师及申报会计师发表明确意见。

(一) 核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、统计报告期内发行人向恒大地产及其关联方、居然智居及其关联方的采购情况，查阅相关采购合同，了解采购内容、采购金额、交易定价等；

2、结合恒大地产、居然智居入股前后采购变化、发行人向第三方同类采购对比等，分析发行人采购价格的公允性；

3、查阅发行人与美的置业、保利地产、恒大地产签订的销售合同，了解发行人与美的置业、保利地产、恒大地产的结算安排、信用政策情况等，分析与其他直销客户的销售差异；

4、访谈美的置业、保利地产、恒大地产，了解发行人与美的置业、保利地产、恒大地产的商业模式、结算安排等；

5、获取发行人的销售明细表，对比美的置业、保利地产、恒大地产与其他直销客户销售单价、毛利率，并向发行人了解差异原因。

(二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人存在向恒大地产的关联方恒大足球俱乐部采购广告服务、向居然智居的关联方居然之家采购推广服务，交易定价具备公允性，不存在利益输送或为发行人承担成本费用的情形；

2、报告期内，发行人向美的置业、保利地产、恒大地产的销售单价、销售毛利率整体上高于其他直销客户，系各种因素综合影响所致，包括发行人向战略客户倾斜更多的生产资源，采用更高的生产标准和质量要求，优品率更高，且结算信用期更长等，具备合理性。

9、关于经销收入

申报材料显示：

(1) 报告期内，发行人销售收入主要来源于经销模式，占主营业务收入的比
例分别为 70.58%、70.90%、73.25%和 75.92%，直销模式收入主要为工程销售收入。
发行人对经销商一般采用现款现货结算，仅对极少部分优质经销商提供授信。

(2) 报告期内，发行人前五大经销商包括鑫明珠建材（深圳）有限公司、重
庆三辉建材发展有限公司等，除广州恒德建材有限公司员工人数超 100 人外，其他
主要经销商员工人数介于 50-100 人。

(3) 报告期内，发行人存在部分前员工、董监高近亲属设立的经销商，广州
恒德建材有限公司等 9 家经销商是前员工唐小梅所控制，9 家经销商分别为
8,039.00 万元、7,451.92 万元、14,317.54 万元和 8,760.54 万元；佛山市众一建
材有限公司是前员工吴明锋控制的经销商，销售额分别为 3,105.18 万元、4,187.98
万元、6,244.91 万元和 4,127.06 万元。

(4) 2020 年至今，发行人退出经销商数量分别为 1,220 家、683 家、844 家，
新增经销商数量与退出经销商数量的比例分别为 67.70%、153.44%、103.20%。

(5) 报告期内，发行人各期销售返利占经销收入比例分别为 1.72%、2.32%、
2.26%和 1.20%，2022 年 1-9 月计提比例较低，主要是市场需求疲软，经销商任务
完成情况不达预期。

请发行人：

(1) 说明主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的经营地点、经
营历史、经营模式和下游客户情况，向前述经销商销售规模与其经营地点、经营面
积、员工数量及业务规模的匹配性，销售发行人产品占该经销商业务收入的占比情
况及其合理性，经销商期末库存是否处于合理水平。

(2) 说明前员工唐小梅控制 9 家经销商的合理性，发行人获取经销商库存信
息所依据的文件及其可靠性。

(3) 结合退出经销商数量占经销商总数量的比例情况，说明发行人经销商的稳定性，变动比例是否处于合理水平，说明各期新增经销商数量与退出经销商数量的比例差异较大的原因，新增、退出经销商的标准及合理性。

(4) 说明计提销售返利的具体方法，结合报告期内计提返利与实际执行的差异情况及准确性，说明销售返利计提的充分性。

(5) 说明发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方是否存在除产品销售以外的资金往来。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并且：

(1) 说明对经销收入核查是否符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求，依规出具专项说明，说明针对经销收入所采取的核查程序、核查方法、核查比例、核查证据及核查结论，包括但不限于内部控制测试、实地走访、分析性复核、函证、抽查监盘、资金流水核查等方法；如未采取前述核查方法的，请充分说明原因及采取的替代程序。

(2) 说明发行人日常经营活动是否高度依赖信息系统，如是，严格按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求开展信息系统专项核查，并提供专项核查报告。

(3) 根据证监会《监管规则适用指引——发行类第 5 号》“5-15 资金流水核查”的要求进行资金流水核查，提供专项核查报告。

【回复】

一、说明主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的经营地点、经营历史、经营模式和下游客户情况，向前述经销商销售规模与其经营地点、经营面积、员工数量及业务规模的匹配性，销售发行人产品占该经销商业务收入的占比情况及其合理性，经销商期末库存是否处于合理水平。

(一) 说明主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的经营地点、经营历史、经营模式和下游客户情况

报告期内，发行人各期前五大经销商经营地点、经营历史、经营模式和下游客户情况如下：

主要经销商	经营地点	经营历史	经营模式	下游客户
陕西盛世美居建材有限公司	注册地址陕西省西安市未央区大明宫建材家居批发基地陶瓷洁具精品B区1排14-21号	2013年合作至今	经销模式	个人消费者以及部分区域性工程客户
鑫明珠建材（深圳）有限公司	注册地址深圳市罗湖区笋岗街道文锦北路田贝花园裙楼田贝建材市场一楼A76	2008年合作至今		
重庆三辉建材发展有限公司	注册地址重庆市九龙坡区火炬大道99号4幢19-1、19-2	2008年合作至今		
深圳市华慈实业有限公司	注册地址深圳市龙华区民治街道民泰社区翠岭华庭1栋8220B	2004年合作至今		
杭州稻盛建材有限公司	注册地址浙江省杭州市西湖区古墩路808号杭州新时代家居生活广场G座1楼1-2号、17-18号	2016年合作至今		
广州恒德建材有限公司	注册地址广州市天河区黄埔大道中299号西6-101、102铺	2008年合作至今		
南通冠领贸易有限公司	注册地址南通市绿墅湾1幢B1052室	2012年合作至今		
佛山市众一建材有限公司	注册地址佛山市禅城区陶博大道29号科明达国际商务中心23层2301房	2011年合作至今		

报告期内，发行人前员工和董监高近亲属设立的经销商经营地点、经营历史、经营模式和下游客户情况如下：

其他经销商	类型	经营地点	经营历史	经营模式	下游客户
广州恒德建材有限公司	前员工唐小梅控制的经销商	注册地址广州市天河区黄埔大道中299号西6-101、102铺	2008年合作至今	经销模式	个人消费者以及部分区域性工程客户
佛山市鼎德建材有限公司		注册地址佛山市禅城区石湾镇街道雾岗路鸿艺陶瓷河南工业大道三座首层第5-7号			
广东聚贤建材有限公司		注册地址佛山市禅城区南庄镇陶博大道15号十一楼C区			

其他经销商	类型	经营地点	经营历史	经营模式	下游客户
广州唐冠建材有限公司		注册地址广州市黄埔区黄埔大道东 856 号 1702-B 室			
广州市花都区花城盈创陶瓷经营部		注册地址广州市花都区经济技术开发区永昌路 10 号之一			
广东八九装饰材料有限公司		注册地址佛山市南海区丹灶镇华南五金产业基地新安工业区新达路 7 号厂房之六			
广州恒唐建材有限公司		注册地址广州市黄埔区黄埔大道东 856 号 1704-A 室			
广东明珠恒德国际贸易有限公司		注册地址广州市黄埔区黄埔大道东 856 号 1702-A 室			
广东唐加华建材有限公司		注册地址广州市花都区狮岭镇三东大道西 55 号之喜业装饰城			
佛山市众一建材有限公司	前员工吴明锋控制的经销商	注册地址佛山市禅城区陶博大道 29 号科明达国际商务中心 23 层 2301 房	2011 年合作至今		
清远市好砖家建材有限公司	董事陈先辉弟弟陈科控制的经销商	注册地址清远市美吉特华南装饰城 A4 栋一层	2013 年合作至今		
LA PERLA LIMITED	监事李列林儿子李泉控制的经销商	销售区域包括新西兰、澳大利亚	2016 年合作至今		

(二) 向前述经销商销售规模与其经营地点、经营面积、员工数量及业务规模的匹配性，销售发行人产品占该经销商业务收入的占比情况及其合理性

报告期内，发行人向各期前五大经销商以及前员工和董监高近亲属设立的经销商销售规模及其匹配性情况如下：

单位：万元、平方米、人

经销商	与发行人 交易额	经营地点	经营面积	员工数量	业务规模
鑫明珠建材（深圳）有限公司	15,893.63	详见本问询 问题之“一” 之“（一）” 回复	1,000-5,000	50-100	2 亿元左右
广州恒德建材有限公司	13,292.92		5,000 以上	100-200	2 亿元左右
杭州稻盛建材有限公司	10,083.83		1,000-5,000	50-100	1.3-1.5 亿元
深圳市华慈实业有限公司	8,187.63		5,000 以上	50-100	1 亿元左右
陕西盛世美居建材有限公司	7,255.89		1,000-5,000	50-100	1 亿元左右
佛山市众一建材有限公司	5,806.08		500-1,000	50-100	6-8 千万
南通冠领贸易有限公司	5,269.59		1,000-5,000	50-100	6-8 千万
重庆三辉建材发展有限公司	2,709.94		1,000-5,000	50-100	3-5 千万
LA PERLA LIMITED	266.45		100-500	10-50	4 百万左右
清远市好砖家建材有限公司	176.30		100-500	10-50	2 百万左右

注 1：存在多个主体的经销商，相关数据合并统计；

注 2：与发行人交易额为其 2022 年与发行人交易额，业务规模为其 2022 年总销售额。

发行人主要经销商员工数量均在 50 人以上，个别超过 100 人；经营面积均在 1,000 平方米以上，个别在 500-1,000 平方米；整体业务规模较大，与发行人向其销售额相匹配。其中经销商经营面积与其下游客户结构相关，下游客户以个人消费者为主的经销商往往设有大型门店或卖场以及仓库，下游客户以区域性工程客户为主的经销商通常仅有小型门店或办事处以及仓库。杭州稻盛建材有限公司、鑫明珠建材（深圳）有限公司下游以区域性工程客户为主，因而经营面积相比交易规模接近的广州恒德建材有限公司略小，有其合理性。

此外，清远市好砖家建材有限公司、LA PERLA LIMITED 员工数量在 10-50 人，经营面积在 100-500 平方米，业务规模与发行人向其销售额相匹配。

发行人与前述经销商已签署经销商协议，约定经销商代理发行人品牌的同时，未经同意不得销售其他竞争对手产品。在此情况下，前述经销商业务收入绝大部分来自于销售发行人产品（占比超过 95%）。与此同时，个别经销商为满足客户一站式采购需求，亦会配套销售其他建材产品，故有少量业务收入不来自销售发行人产品，有其合理性。

（三）经销商期末库存是否处于合理水平

中介机构对发行人主要经销商进行了实地走访，现场查看其进销存数据及仓库

存货情况，同时对其仓库执行抽查盘点程序，抽查部分存货并与进销存记录进行对比核实。在此基础上，中介机构通过函证与经销商确认期末库存数据，并同其与发行人交易额进行匹配分析。具体如下：

单位：万元、天

经销商	与发行人交易额	期末存货	期末库存占交易额比例	经销商备货周期
鑫明珠建材（深圳）有限公司	15,893.63	1,028.00	6.47%	23.61
广州恒德建材有限公司	13,292.92	1,292.51	9.72%	35.49
杭州稻盛建材有限公司	10,083.83	589.36	5.84%	21.33
深圳市华慈实业有限公司	8,187.63	1,165.00	14.23%	51.94
陕西盛世美居建材有限公司	7,255.89	902.00	12.43%	45.37
佛山市众一建材有限公司	5,806.08	801.00	13.80%	50.35
南通冠领贸易有限公司	5,269.59	328.34	6.23%	22.74
重庆三辉建材发展有限公司	2,709.94	448.65	16.56%	60.43
LA PERLA LIMITED	266.45	34.00	12.76%	46.58
清远市好砖家建材有限公司	176.30	20.00	11.34%	41.41

注 1：存在多个主体的经销商，相关数据合并统计；

注 2：经销商备货周期=期末库存占交易额比例*365；

注 3：与发行人交易额为其 2022 年与发行人交易额，期末存货为 2022 年期末存货金额。

发行人经销商通常备货周期为 2-3 个月，对应存货金额占全年交易额水平约在 15%-25%之间，同时因一季度属于销售淡季，一般年末备货相对减少，另外不同经销商因下游客户结构差异，备货情况也有所差异。发行人经销商下游客户包括个人消费者、区域性工程客户等，其中个人消费者采购分散，订单规模小，经销商一般需事先进行备货；而区域性工程客户采购集中，订单规模相对较大，经销商在接到订单后直接通知发行人安排生产，一般无需进行备货。

上述经销商期末库存占全年交易额比例均未超过 20%，对应备货周期在 3 个月以内，未出现明显偏高情形，整体处于合理水平。其中，深圳市华慈实业有限公司、陕西盛世美居建材有限公司、佛山市众一建材有限公司、重庆三辉建材发展有限公司期末库存占全年交易额比例在 15%左右，处于年末合理水平；而广州恒德建材有限公司期末库存占全年交易额比例在 10%左右，主要因其下游客户包括一定比例的区域性工程客户，因而备货需求相对减少，备货周期有所缩短，具有合理性；另外

鑫明珠建材（深圳）有限公司、杭州稻盛建材有限公司、南通冠领贸易有限公司期末库存占全年交易额比例在 6%左右，主要因其下游客户以区域性工程客户为主，导致整体备货较少，备货周期较短，具有合理性。

二、说明前员工唐小梅控制 9 家经销商的合理性，发行人获取经销商库存信息所依据的文件及其可靠性。

（一）说明前员工唐小梅控制 9 家经销商的合理性

唐小梅毕业于江西景德镇陶瓷学校，具有陶瓷专业背景，1999 年加入发行人，担任分厂厂长，于 2004 年离职创业，并在 2008 年首次成为发行人广州地区经销商。此后陆续开拓中山市、惠州市、佛山市等地市场，并先后设立广州恒德建材有限公司等 9 家主体，负责不同市场区域或侧重不同产品类型。具体情况如下：

经销商	定位及分工
广州恒德建材有限公司	销售区域为广州市天河、越秀、海珠等主要辖区
佛山市鼎德建材有限公司	销售区域为佛山市禅城、南海、三水等主要辖区
广东聚贤建材有限公司	销售区域为惠州市龙门县
广州唐冠建材有限公司	销售区域为中山市黄圃镇
广州恒唐建材有限公司	销售区域为中山市部分辖区
广州市花都区花城盈创陶瓷经营部	销售区域为广州市花都区，主要面向零售市场
广东八九装饰材料有限公司	销售区域为佛山市部分辖区，主要销售陶瓷板材
广东明珠恒德国际贸易有限公司	销售区域为广州市黄埔区，主要面向部分境外客户
广东唐加华建材有限公司	销售区域为杭州萧山区，主要开拓省外市场

如上表所示，唐小梅控制 9 家经销商，主要因其市场开拓策略需要，有其合理性。

（二）发行人获取经销商库存信息所依据的文件及其可靠性

发行人经销商主要根据其自身规模大小、资金周转情况、库存水平、下游客户的类型与需求情况来决定自身的采购频率及备货周期。发行人与经销商采取买断式销售，经销商的采购决策、库存管理和产品销售均由其自主决定，发行人未将经销商进销存明细数据纳入系统进行管理，而是主要通过业务人员了解其销售及库存整体情况。

报告期内，中介机构通过实地走访、仓库监盘、函证等不同方式，了解和核实

经销商的库存信息，具体程序执行情况详见《关于发行人经销商模式相关情况的专项说明》。核查手段包括通过实地走访，现场查看经销商进销存数据，查看其仓库存货情况，并对其仓库进行抽查盘点，抽查部分存货与进销存记录进行对比核实，同时通过函证与经销商确认期末库存数据，并同其与发行人交易额进行匹配分析。

综上，中介机构通过多方式、系统性核查手段，核实经销商期末库存信息真实性，综合分析判断其合理性。经核查，未发现经销商库存信息存在明显异常，因此经销商库存信息具备可靠性。

三、结合退出经销商数量占经销商总数量的比例情况，说明发行人经销商的稳定性，变动比例是否处于合理水平，说明各期新增经销商数量与退出经销商数量的比例差异较大的原因，新增、退出经销商的标准及合理性。

（一）结合退出经销商数量占经销商总数量的比例情况，说明发行人经销商的稳定性，变动比例是否处于合理水平

按照上期没交易而本期有交易作为新增经销商的标准，按照上期有交易而本期没交易作为退出经销商的标准，统计发行人报告期内各期新增、退出经销商情况如下：

单位：家、万元

2023 年 1-6 月					
变动情况	数量	数量占比	收入	收入占比	收入/数量
新增	422	12.88%	13,760.60	5.27%	32.61
退出	940	24.78%	16,722.21	3.06%	17.79
2022 年					
变动情况	数量	数量占比	收入	收入占比	收入/数量
新增	1,017	26.81%	47,144.23	8.62%	46.36
退出	828	22.97%	17,176.96	2.78%	20.75
2021 年					
变动情况	数量	数量占比	收入	收入占比	收入/数量
新增	1,048	29.07%	59,766.29	9.68%	57.03
退出	683	21.08%	13,039.86	2.36%	19.09
2020 年					
变动情况	数量	数量占比	收入	收入占比	收入/数量
新增	826	25.49%	53,297.79	9.65%	64.53

退出	1,220	33.58%	22,106.09	3.91%	18.12
----	-------	--------	-----------	-------	-------

注 1：新增经销商数量占比、收入占比为其占当年经销商数量、总经销收入比例，退出经销商数量占比、收入占比为其占上一年经销商数量、总经销收入比例；

注 2：2023 年 1-6 月数据未进行年化处理。

发行人存在一定数量的小型经销商，报告期内销售额在 50 万元以下的经销商数量分别为 1,573 家、1,771 家、2,059 家和 1,608 家（2023 年 1-6 月按照销售额在 25 万元以下进行统计），占总经销商数量接近一半，发行人经销商分布具有较明显长尾特点。同时，发行人对经销商实行评级考核制度，进行动态管理，具体表现为不断引入更有潜力的优质经销商，同时淘汰销售任务完成率低或不再符合发展标准的经销商。

报告期内，发行人退出经销商数量占比分别为 33.58%、21.08%、22.97%和 24.78%，退出经销商对应单家收入约 20 万元，主要为小型经销商。该类小型经销商资金实力小，仅辐射三四线及以下城市的特定细分区域市场，抗风险能力有限。2020 年因市场环境波动，有较大数量比例的小型经销商受影响而退出，此后 2021 年、2022 年和 2023 年上半年，退出经销商数量占比有所回落并保持相对稳定。

因此，发行人退出经销商主要为小型经销商，该类小型经销商因外部市场环境变动，自身业务拓展不及预期，或者自身经营策略调整等各种原因，而未延续与发行人合作。在此情况下，发行人退出经销商数量较多，同时也不断引入一定数量的新经销商，因而新增及退出经销商数量占比较高，变动比例处于合理水平。发行人核心经销商不存在退出情形，整体具备稳定性。

（二）说明各期新增经销商数量与退出经销商数量的比例差异较大的原因，新增、退出经销商的标准及合理性

报告期内，发行人新增经销商数量占比分别为 25.49%、29.07%、26.81%和 12.88%，退出经销商数量占比分别为 33.58%、21.08%、22.97%和 24.78%，存在一定差异。其中 2020 年因市场环境波动，宏观经济下行，较多小型经销商销售受到影响，导致退出比例较高，且新增比例不高。2021 年开始因“三道红线”调控政策全面实行，部分房地产商出现流动性风险和债务危机，为此发行人积极采取措施，谨慎开展工程业务，同时加大经销渠道布局，加速区域市场下沉，新开拓了较多三四线及以下城市小型经销商，导致 2021 年和 2022 年新增经销商数量比例明显高于退出比例。2023 年 1-6 月发行人新增经销商数量占比偏低，主要因统计期间仅有半

年；而退出经销商从年初即退出，因此统计数量占比不受半年期间影响，导致新增占比明显低于退出占比。

新增经销商标准为上期没交易而本期有交易的经销商，退出经销商标准为上期有交易而本期没交易的经销商。由于变动的多为小型经销商，通常在其周边一定区域内开展业务，退出后其签约的销售区域往往将引入新经销商或转给其他经销商，一般不存在退出后重新合作的情形。因此按前述标准统计发行人新增及退出经销商能够较好衡量变动情况，具有合理性。

四、说明计提销售返利的具体方法，结合报告期内计提返利与实际执行的差异情况及准确性，说明销售返利计提的充分性。

（一）说明计提销售返利的具体方法

报告期内，发行人主要返利政策如下：

类别	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
首期发货奖	5%	5%	5%	5%
季度任务奖	1-3.5%	1-3.5%	1-3.5%	1-3.5%
年度任务奖	1-3.5%	1-3.5%	1-3.5%	1-3.5%
履约补贴	0.3%及 2,000-16,000 元	0.2%及 3,000-15,000 元	0.2%及 3,000-12,000 元	0.2%及 3,000-12,000 元
专卖店装修补贴	以装修补贴协议 具体约定为准	以装修补贴协议 具体约定为准	以装修补贴协议 具体约定为准	3%

其中，各类销售返利具体计提方法如下：

1、首期发货奖：一般在 1 月份发货量达到一定任务量时计提。

2、季度任务奖、年度任务奖：根据签约的年度经销合同中大类产品的合同任务额完成情况确定，分别在各季度期后、各年度期后根据经销商的实际销售情况，达到一定的任务额时计提。

3、履约补贴：首先，在经销商签订合同确认销售目标且缴纳合同履约保证金后计提 0.2%-0.3%作为履约补贴。其次，根据前述年度任务总额的完成度确定，对应补贴额度 3,000-12,000 元，2022 年最高补贴提高至 15,000 元，2023 年 1-6 月将补贴额度区间调整为 2,000-16,000 元。

4、专卖店装修补贴：2020 年在经销商缴纳足额保证金、完成合同任务额的 50%

以上，且专卖店装修情况得到发行人验收合格时计提，从 2021 年开始一事一议并以装修补贴协议具体约定为准。

（二）结合报告期内计提返利与实际执行的差异情况及准确性

报告期内，发行人严格依据销售返利政策、与经销商签订的经销协议约定计提销售返利，发行人计提返利与实际执行的差异情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
返利计提金额	3,814.64	7,138.32	13,982.30	12,831.86
返利实际执行金额	1,514.54	7,138.32	13,881.63	12,752.30
实际执行差异金额	2,300.10	-	100.67	79.56
返利兑现率	39.70%	100.00%	99.28%	99.38%

注：数据统计截至 2023 年 8 月 31 日。

如上表所示，2020-2022 年发行人各期销售返利计提金额与实际执行金额差异较小，发行人销售返利计提准确，不存在少计或异常情形。2023 年 1-6 月销售返利计提金额与实际执行金额存在差异，主要因为部分返利项目如年度任务奖等为每月预提，到年底根据经销商全年业绩完成情况核定后方可兑现，导致期中返利兑现率较低。

（三）说明销售返利计提的充分性

发行人对经销商销售返利计提建立了内控制度。发行人财务部门负责核算经销商返利，各月进行系统的计算及维护，系统通过经销发货的出库单生成经销商销售明细，根据经销商签订的对应的合同任务额确定其对应档次的奖励比例并维护进系统，系统根据销售返利计算规则，自动计算销售返利金额，各期计算完毕后，会计进行复核计算，并交由部门主管审核及批准发出。

报告期内，发行人各期销售返利占经销收入比例如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
经销收入	261,218.09	546,752.67	617,432.22	552,508.58
计提返利	3,814.64	7,138.32	13,982.30	12,831.86
返利比例	1.46%	1.31%	2.26%	2.32%

2022 年经销商销售返利的计提比例较低，主要是市场需求疲软，经销商任务完成情况不达预期所致，具有合理性。2023 年 1-6 月市场需求有所回暖，经销商销售返利计提比例较去年略有升高。结合前文分析，报告期内发行人各期销售返利计提金额与实际执行金额差异较小，发行人已准确、充分计提销售返利。

五、说明发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方是否存在除产品销售以外的资金往来。

中介机构已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求进行资金流水核查，具体核查情况详见专项核查报告。经核查，报告期内发行人及其关联方与经销商及其关联方存在以下资金往来：

1、2020 年，发行人关联方新明珠企业集团与广州恒德建材有限公司（以下简称“广州恒德”）协商共同投资贵州省仁怀市茅台镇糊涂酒业（集团）有限公司（以下简称“糊涂酒业”），初始投资时由新明珠企业集团统一以借款方式对投资标的进行出资并形成债权，其中包括拟代广州恒德出资的 1,100 万元。2021 年 3 月，新明珠企业集团向广州恒德转让前述约定借款份额并收取价款 1,100 万元。2022 年 3 月，经协商广州恒德放弃债转股并退出投资，新明珠企业集团受让广州恒德所持借款份额，并向广州恒德支付借款本金 1,100 万元以及持有期间对应享有糊涂酒业利息收益 89.45 万元。

2、2020 年 8 月，发行人关联方佛山市盛世明珠股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“盛世明珠”）拟在贵州投资酒业项目，广州恒德参与投资，认缴盛世明珠 500 万元出资份额并实缴了 100 万元。2022 年 1 月，经协商广州恒德决定退出持股，新明珠企业集团向广州恒德支付 100 万元受让其全部认缴的盛世明珠份额，之后广州恒德按照出资份额占比支付对应亏损金额 16.78 万元。

除上述情形外，发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方不存在其他除产品销售等正常业务开展以外的资金往来。

六、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人经销商名单，取得并检查发行人向主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的销售明细，统计各期销售额；

2、查阅主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商的销售合同；

3、向发行人了解与经销商的合作情况，结合对经销商的实地走访，了解经销商的实际经营情况；

4、结合实地走访，现场查看经销商进销存数据、仓库存货情况，同时对仓库执行盘点程序，抽查部分存货并与进销存记录进行对比核实；

5、通过函证与经销商确认期末库存数据，并与销售额进行匹配分析；

6、访谈发行人前员工唐小梅，了解其在发行人处任职情况，以及成为发行人经销商的背景、原因及合理性；

7、获取发行人经销商销售明细，分析各期经销商新增及退出数量，对应销售收入情况，了解新增及退出原因和合理性；

8、查阅发行人报告期内销售返利政策，并获取经销商销售合同，了解合同约定是否与销售返利政策一致；

9、了解发行人销售返利计提方法及内部控制制度，复核发行人销售返利计提情况，与实际执行情况进行比对，分析销售返利计提的准确性和充分性；

10、结合对发行人及其关联方的银行流水核查，核实发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方的资金往来情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人向主要经销商、前员工和董监高近亲属设立的经销商销售规模与其经营地点、经营面积、员工数量及业务规模具有匹配性，前述经销商销售发行人产品占其业务收入比例具有合理性，经销商期末库存处于合理水平；

2、发行人前员工唐小梅控制 9 家经销商具有合理性；发行人主要通过业务人员了解经销商销售及库存整体情况；中介机构通过实地走访、仓库监盘、函证等不

同方式，了解和核实经销商库存信息，未发现存在明显异常，因此经销商库存信息具备可靠性；

3、发行人经销商整体具有稳定性，报告期内变动比例处于合理水平，新增、退出经销商的标准具有合理性；

4、报告期内，发行人严格依据销售返利政策、与经销商签订的经销协议约定计提销售返利，销售返利计提与实际执行情况差异较小，销售返利计提准确，不存在少计或异常情形；发行人已充分计提对经销商的销售返利；

5、报告期内，发行人及其关联方与经销商、经销商实控人及其关联方存在除产品销售等正常业务开展以外的资金往来，经核查均具有真实商业背景，具备合理性；

6、中介机构对经销商收入的核查符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求，已依规出具专项说明；

7、发行人日常经营活动未高度依赖信息系统，中介机构已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求进行核查并出具专项核查报告；

8、中介机构已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求进行资金流水核查并出具专项核查报告。

10、关于客户和其他业务收入

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人销售金额大幅减少的客户（按照相较上一期销售金额下降幅度超过 50%且减少金额超过 1,000 万元作为统计标准）主要为恒大地产、融创地产、越秀地产等客户，部分客户是因客户资信状况出现波动，发行人为降低风险，主动采取措施，控制与其交易额。

（2）从前五大陶瓷板材客户横向对比，除中海地产整体价格因结算方式差异而较高外，其他客户不存在显著差异。

（3）报告期内，发行人其他业务收入分别为 5,372.10 万元、4,249.54 万元、6,394.42 万元、4,166.63 万元，主要来源于废旧物资处置、房产出租等，其他业务贡献的毛利分别为 4,633.16 万元、3,748.03 万元、2,226.90 万元、3,044.90 万元。

请发行人：

（1）按客户类型或者下降主要原因区分，说明发行人向部分客户销售金额大幅减少的背景及主要影响，相关客户的结算方式、账期及收款等是否存在重大变化，直销收入确认是否谨慎。

（2）说明对中海地产的具体结算方式及对销售价格的影响，对经销商提供账期的具体情况及合理性，期后回款情况是否正常；结合前述情况说明是否存在通过提供账期刺激销售的情形。

（3）说明其他业务的主要构成及毛利率水平合理性，废旧物资处置金额的合理性，是否已完整入账；结合生产特点说明是否存在生产废料及其处理情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、按客户类型或者下降主要原因区分，说明发行人向部分客户销售金额大幅减少的背景及主要影响，相关客户的结算方式、账期及收款等是否存在重大变化，直销收入确认是否谨慎。

(一) 按客户类型或者下降主要原因区分，说明发行人向部分客户销售金额大幅减少的背景及主要影响

按照相较上一期销售金额下降幅度超过 50%且减少金额超过 1,000 万元作为统计标准，作为发行人销售金额大幅减少的客户。报告期内，发行人向部分客户销售金额大幅减少，主要原因可区分为以下几类：

1、因工程客户资信状况原因，发行人主动控制销售金额

该类客户主要为房地产商，为发行人直销客户。发行人向该类客户销售金额大幅减少的背景是：受房地产行业政策调控影响，导致该类客户出现流动性风险和债务危机，发行人认定其存在较大信用风险，并主动控制对其销售规模，因而导致发行人向其销售金额大幅减少。具体情况如下：

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	主要影响
1	恒大地产	2022 年	大型民营房地产商，港股上市公司	2021 年销售额 61,208 万元，2022 年销售额 30,516 万元，下降 50.14%
2	融创地产	2022 年	大型民营房地产商，港股上市公司	2021 年销售额 10,405 万元，2022 年销售额 2,920 万元，下降 71.94%
3	东原地产	2022 年	大型民营房地产商，上市公司迪马股份地产子公司	2021 年销售额 2,766 万元，2022 年销售额 203 万元，下降 92.67%
4	融信集团	2022 年	大型民营房地产商，港股上市公司	2021 年销售额 2,019 万元，2022 年销售额 545 万元，下降 73.01%
5	旭辉集团	2022 年、2023 年 1-6 月	大型民营房地产商，港股上市公司	2021 年销售额 7,073 万元，2022 年销售额 3,514 万元，下降 50.32%；2022 年销售额 3,514 万元，2023 年 1-6 月销售额 466.99 万元，年化后下降 73.42%
6	花样年	2021 年	大型民营房地产商，港股上市公司	2020 年销售额 2,454 万元，2021 年销售额 991 万元，下降 59.61%

2、因存量项目需求减少，发行人对工程客户销售金额减少

该类客户主要为房地产商，为发行人直销客户。发行人向该类客户销售金额大幅减少的背景是：发行人与该类客户合作工程项目，因存量合作项目进入后期阶段

后需求大幅减少，导致发行人向其销售金额大幅减少。具体情况如下：

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	主要影响
1	华侨城	2023 年 1-6 月	大型国有房地产商，A 股上市公司	2022 年销售额 2,422.48 万元，2023 年 1-6 月销售额 180.68 万元，年化后下降 85.08%
2	越秀地产	2022 年	大型国有房地产商，港股上市公司	2021 年销售额 8,868 万元，2022 年销售额 1,507 万元，下降 83.00%
3	中国铁建	2021 年	大型国有综合建设集团，A 股上市公司	2020 年销售额 2,007 万元，2021 年销售额 377 万元，下降 81.21%
4	保利地产	2021 年	大型国有房地产商，A 股上市公司	2020 年销售额 6,846 万元，2021 年销售额 2,054 万元，下降 69.99%

前述客户与发行人的商业合作关系正常，新的合作协议或采购协议正在商业谈判中，其中发行人与保利地产已完成签署新的战略合作协议，预计未来销售额将会回升。

3、经销商因下游需求波动，向发行人采购金额减少

该类客户主要为经销商。发行人向该类客户销售金额大幅减少的背景是：受报告期内市场需求波动特别是区域内工程项目需求减少影响，该类客户根据其自身销售情况和需求预测减少向发行人采购。具体情况如下：

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	主要影响
1	佛山市璟康陶瓷有限公司	2023 年 1-6 月	经销商	2022 年销售额 1,363.07 万元，2023 年 1-6 月销售额 160.82 万元，年化后下降 76.40%
2	绍兴市上虞冠美贸易有限公司	2023 年 1-6 月	经销商	2022 年销售额 1,825.20 万元，2023 年 1-6 月销售额 287.17 万元，年化后下降 68.53%
3	增城市荔城华泰建筑装饰材料商场	2023 年 1-6 月	经销商	2022 年销售额 2,332.00 万元，2023 年 1-6 月销售额 397.52 万元，年化后下降 65.91%
4	北京普华永利建材有限公司	2022 年	经销商	2021 年销售额 3,528 万元，2022 年销售额 1,242 万元，下降 64.79%；2022 年销售额 1,242 万元，2023 年 1-6 月销售额 27.76 万元，年化后下降 95.55%
5	赤峰市浪鲸陶瓷有限公司	2022 年	经销商	2021 年销售额 2,843 万元，2022 年销售额 1,017 万元，下降 64.23%
6	商丘浩然建材有限公司	2022 年	经销商	2021 年销售额 1,422 万元，2022 年销售额 289 万元，下降 79.71%
7	济南春海棠建材有限公司	2022 年	经销商	2021 年销售额 1,767 万元，2022 年销售额 456 万元，下降 74.21%
8	深圳萨美特陶瓷建材有限公司	2022 年	经销商	2021 年销售额 1,331 万元，2022 年销售额 246 万元，下降 81.55%

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	主要影响
9	台山市富升建材有限公司	2022 年	经销商	2021 年销售额 1,908 万元，2022 年销售额 872 万元，下降 54.30%
10	新疆好理想建材有限公司	2022 年	经销商	2021 年销售额 2,137 万元，2022 年销售额 835 万元，下降 60.94%
11	浙江培苗装饰材料有限公司	2022 年	经销商	2021 年销售额 2,532 万元，2022 年销售额 1,223 万元，下降 51.69%
12	重庆三辉建材发展有限公司	2021 年	经销商	2020 年销售额 10,931 万元，2021 年销售额 3,174 万元，下降 70.96%
13	德清佳浩陶瓷有限公司	2021 年	经销商	2020 年销售额 2,807 万元，2021 年销售额 1,231 万元，下降 56.15%
14	上海灏顺贸易有限公司	2021 年	经销商	2020 年销售额 1,978 万元，2021 年销售额 753 万元，下降 61.93%
15	青岛东泓天成商贸有限公司	2021 年	经销商	2020 年销售额 1,153 万元，2021 年销售额 78 万元，下降 93.22%

发行人已建立完善的经销商管理体系，制定《经销商管理规定》制度，对经销商实施动态管理。发行人每年与经销商签订销售合同，给予其在特定区域销售发行人产品的权利，并约定每年每月的销售任务额，若未达标则有权减少其销售区域或取消合作。

4、发行人与经销商基于各自经营考虑，减少合作导致销售额下降

该类客户主要为经销商。发行人向该类客户销售金额大幅减少的背景是：部分经销商因自身经营策略变化，转行或转向合作其他品牌；部分经销商因销售情况不达预期，发行人减少其销售区域或取消合作。具体情况如下：

序号	主要客户	涉及年份	客户背景	交易影响
1	东莞市东日陶瓷有限公司	2022 年	经销商，2022 年停止合作	2021 年销售额 1,111 万元，2022 年销售额 92 万元，下降 91.68%
2	云浮市粤龙建材有限公司	2022 年	经销商，2022 年停止合作	2021 年销售额 1,135 万元，2022 年销售额 133 万元，下降 88.29%
3	宁波贝诺特装饰有限公司	2021 年	经销商，2022 年停止合作	2020 年销售额 3,132 万元，2021 年销售额 61 万元，下降 98.04%
4	南安广瑞石业有限公司	2021 年	经销商，2022 年停止合作	2020 年销售额 3,081 万元，2021 年销售额 961 万元，下降 68.81%

（二）相关客户的结算方式、账期及收款等是否存在重大变化

发行人销售金额大幅减少的客户中，因客户资信状况原因的，发行人为了降低坏账风险，调整与部分客户的结算方式、账期及收款，具体情况如下：

【此处已申请豁免披露】

除上述情况外，因其他原因导致发行人销售金额大幅减少的，发行人对相关客户的结算方式、账期及收款不存在重大变化。

（三）直销收入确认是否谨慎

1、发行人直销收入确认情况

报告期内，发行人直销收入确认情况如下：

销售模式	收入确认方法	收入确认时点	收入确认依据
直销模式	完成交货并经客户验收合格后，相关的经济利益很可能流入，商品控制权已转移，商品的法定所有权已转移时确认收入	客户验收时	销售合同、销售订单、销售出库单、客户验收/签收单

直销模式下，发行人与工程客户签订的合同中一般包括验收条款，发行人在完成交货并经客户验收合格后确认收入，符合《企业会计准则》的相关规定。

2、发行人直销收入确认相关内部控制

发行人制定了《财务管理制度》、《销售业务管理制度》，对发行人销售及财务活动实施管理和控制，保证了其按章有序地开展。同时发行人制定了《内部控制管理制度》，对各个部门、各个经营环节制定了较为详尽的岗位职责分工制度，将各交易业务的授权审批与具体经办人员相分离，任何人不能处理业务流程全过程，内控制度健全并能有效执行。

发行人直销收入对应的销售流程及收入确认相关的内部控制活动如下：

活动	流程和内部控制	相关单据
销售下单	销售人员获取了合同或客户订单信息后在系统中下达销售订单，销售主管根据销售订单复核确认价格、数量、收款方式等信息，经复核确认流转至仓库、物流部门	销售订单
发货出库	仓库、物流等部门对货物作出库运货安排，货物出库后，系统生成销售订单之后会推送至仓管员处并生成客户提货确认单，仓库根据客户提货确认单进行录入，在系统中生成直销出库单，并经仓库主管复核确认	出库单

活动	流程和内部控制	相关单据
货物验收	货物运输到指定地点，客户验收货物无误后，在货物验收单上进行签字确认，由运营服务商收集验收单，上传发行人系统并录入相关信息。发行人的应收签收部门将系统中的验收单复审核对销售订单、出库单，并由该部门主管审核，复核无误生成销售确认单，流转至会计部	验收单、销售确认单
收入确认	会计核对销售订单、出库单、验收单、销售确认单等信息后编制收入确认会计分录，经由会计部主管审核后，生成会计凭证	会计凭证

直销模式下，发行人销售流程、收入确认流程内部控制设计合理且得到有效执行，能有效保障发行人直销收入确认的准确性。

3、发行人与同行业可比公司比较

同行业可比公司工程业务对应销售收入确认情况如下：

公司名称	销售模式	收入确认方法	收入确认时点	收入确认依据
马可波罗	工程客户模式	产品运输到工程客户指定的交货地点，并经工程客户或指定验收人验收合格取得产品验收单据，商品控制权转移给工程客户，同时取得结算权利时确认收入	货物发出，并取得书面确认单据与收款依据时	客户合同、订单、签收单、验收单、销售收款单据
蒙娜丽莎	工程业务	根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品后，已经收回货款或取得结算权利且相关的经济利益很可能流入，商品控制权已转移，商品的法定所有权已转移时确认收入	完成交货、货物经验收合格并取得结算权利时确认收入	销售合同、销售订单、销售发票、发运凭证、验收单和结算表
东鹏控股	工程客户直销模式	完成交货、货物验收合格并取得结算权利时确认收入	交付时确认	实物发货单、实物签收单
帝欧家居	工程模式	完成交货、产品经验收合格并取得结算权利时确认收入	完成交货、产品经验收合格并取得结算权利时	销售合同、销售订单、出库单、验收文件

注 1：资料来源于同行业可比公司招股说明书、定期披露报告；

注 2：可比公司销售模式分类存在差异，因发行人直销模式主要为工程业务，上表主要列示可比公司工程业务销售模式和收入确认情况。

直销模式下，发行人主要为工程业务，与同行业可比公司工程业务相比，发行

人收入确认方法、确认时点、确认依据等与同行业可比公司基本一致。

4、发行人直销收入确认谨慎、合理

综上分析，发行人直销收入的确认方法、确认时点、确认依据制定合理，与直销收入确认相关的内控制度健全、合理，并能得到有效执行。同时，发行人直销收入确认政策与同行业可比公司基本一致，符合行业惯例。

因此，发行人直销收入确认谨慎、合理。

二、说明对中海地产的具体结算方式及对销售价格的影响，对经销商提供账期的具体情况及合理性，期后回款情况是否正常；结合前述情况说明是否存在通过提供账期刺激销售的情形。

（一）说明对中海地产的具体结算方式及对销售价格的影响

【此处已申请豁免披露】中海地产结算方式、账期及付款约定与发行人其他地产客户无明显差异，且回款及时，销售价格、毛利率与发行人其他主要地产客户保利、美的、华润等不存在明显差异。

报告期内，发行人陶瓷板材主要通过经销商销售，房地产商因规模化采购和成本控制需求，较少采购陶瓷板材产品，发行人陶瓷板材主要客户中，除中海地产外均为经销商。不同模式下销售价格存在差异，经销商主要采取现款现货结算，并由经销商自行承担运输费用，而发行人向中海地产销售存在结算信用期，并由发行人承担运输费用及运营服务费，综合影响下发行人对中海地产的销售价格相比较发行人对经销商的销售价格高，具备合理性。

（二）对经销商提供账期的具体情况及合理性，期后回款情况是否正常

发行人与经销商主要采取现款现货结算方式，一般不存在账期。同时，发行人综合考虑经销商合作情况、资信情况、市场地位、经营规模等因素后，对少部分优质经销商提供授信，主要包括鑫明珠建材（深圳）有限公司、广州恒德建材有限公司、杭州稻盛建材有限公司、深圳市华慈实业有限公司等，均属于经营规模较大、与发行人合作历史较长、经营实力强且较为稳定、资金实力较为雄厚的经销商，与发行人不存在关联关系。发行人为经销商提供授信，主要考虑帮助其缓解资金压力，譬如鑫明珠建材（深圳）有限公司 2022 年末存在授信，主要因其承接了部分规模较大的地方工程项目。发行人对经销商授信采用额度上限方式，规定应收款项余额不超过授信额度，超过部分需采取现款现货的结算方式。

报告期内，发行人对经销商提供授信情况如下：

单位：万元

年份	授信经销商数量	合计授信额度	对应销售收入	期末应收款项余额	期后回款率
2023 年 1-6 月	31	21,902.75	26,800.32	17,276.15	58.94%
2022 年	32	23,927.59	65,320.32	19,534.11	88.94%
2021 年	50	22,056.12	83,279.71	14,508.19	98.78%
2020 年	31	17,302.10	57,315.78	13,568.79	99.37%

注：期后回款率统计时间截至 2023 年 8 月 31 日。

2021 年开始，受房地产市场波动影响，发行人部分经销商出现资金紧张的情形，发行人对其中部分合作稳定、资信良好、经营规模较大的经销商给予授信，缓解其资金压力，因而 2021 年授信的经销商数量、授信额度均有所增加。2022 年之后，发行人结合自身资金状况和回款风险考虑，适当减少了授信的经销商数量，同时对部分大经销商（信用风险低）适当增加授信额度，因而整体授信额度有所增加。

报告期内各期，发行人授信经销商对应授信额度占发行人营业收入的比例分别为 2.21%、2.60%、3.22%和 5.97%，对应销售收入占发行人营业收入的比例分别为 7.32%、9.81%、8.80%和 7.30%，总体占比较低，对发行人影响较小。同时授信经销商对应授信额度占对应销售收入的比例分别为 30.19%、26.48%、36.63%和 40.86%（销售收入年化后计算），控制在合理范围内。报告期各期末，发行人对授信经销商期末应收款项余额未超过授信额度，且期后回款情况正常，不存在重大回款风险。

因此，发行人基于帮助经销商缓解资金压力目的，综合考虑经销商合作情况、资信情况、市场地位、经营规模等因素后对少部分优质经销商提供授信，具备合理性，且期后回款情况正常。

（三）结合前述情况说明是否存在通过提供账期刺激销售的情形

如前文分析，发行人对中海地产等工程客户销售存在结算信用期，区别于发行人向经销商销售情形，符合行业惯例，同时因发行人承担工程客户销售的运输费用及运营服务费，综合影响下导致发行人向中海地产的销售价格高于向经销商的销售价格，具备合理性，不存在通过提供账期刺激销售的情形。

同时，受房地产市场波动影响，发行人部分经销商出现资金紧张的情形，发行人综合考虑经销商合作情况、资信情况、市场地位、经营规模等因素后，对少部分优质经销商提供授信，缓解其资金压力，具备合理性，发行人各期授信经销商对应销售收入占比较低，授信额度合理，期后回款情况正常，不存在通过提供账期刺激

销售的情形。

综上，发行人不存在通过提供账期刺激销售的情形。

三、说明其他业务的主要构成及毛利率水平合理性，废旧物资处置金额的合理性，是否已完整入账；结合生产特点说明是否存在生产废料及其处理情况。

（一）说明其他业务的主要构成及毛利率水平合理性，废旧物资处置金额的合理性，是否已完整入账

1、其他业务的主要构成及毛利率水平合理性，废旧物资处置金额的合理性

报告期内，发行人其他业务主要构成如下：

单位：万元、%

项目	2023 年 1-6 月			2022 年			2021 年			2020 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
废旧物资收入	228.70	20.50	91.04	1,482.66	438.27	70.44	2,106.46	2,931.40	-39.16	1,120.15	-	100.00
租金收入	667.18	42.11	93.69	1,382.39	139.63	89.90	2,463.06	683.87	72.23	629.07	12.73	97.98
软件服务收入	137.32	74.82	45.51	374.33	229.86	38.59	673.97	348.83	48.24	491.92	318.08	35.34
煤副产品收入	197.41	-	100.00	990.80	-	100.00	530.52	-	100.00	451.79	-	100.00
其他	276.30	35.05	87.31	933.52	666.02	28.65	620.41	203.43	67.21	1,556.62	170.69	89.03
合计	1,506.91	172.48	88.55	5,163.70	1,473.78	71.46	6,394.42	4,167.53	34.83	4,249.54	501.51	88.20

报告期内，发行人其他业务收入主要包括废旧物资处置收入、租金收入、软件服务收入、煤副产品销售收入等，涉及成本包括废旧物资未折旧摊销完的账面成本、租赁物业折旧成本、软件服务费等，一般成本金额较小，因而其他业务的毛利率水平整体较高，各期毛利率分别为 88.20%、34.83%、71.46%和 88.55%。其中 2021 年毛利率水平较低，主要是当年废旧物资处置产生亏损，影响当年其他业务毛利率水平，具备合理性。

报告期内，发行人废旧物资处置主要包括生产淘汰的废旧设备、厂房产线改造拆卸留下的废铁、棚面等。2020 年无对应成本金额主要系处置废旧铁砖架、厂房设备日常维修过程产生的废铁以及废胶、废纸皮等，该类物料在购入时已计入成本费用；2021 年废旧物资处置金额增加，主要是发行人当年因技术改造直接拆除并报废了三水园区、肇庆园区部分厂房和设备，以及因煤改气集中处置了拆除的煤气站，因相关资产未折旧摊销完的账面成本较高，导致对应处置成本较高，当年废旧

物资处置产生亏损。2023 年 1-6 月，发行人持续降本增效，在不影响生产经营前提下，适当减少生产设施的维修频率，相应的废旧物资处置金额有所降低。

发行人废旧物资处置通常选取 3-5 家客户进行询价，并根据废旧物资内容、用途、处置难度、运输方式等进行商业谈判，综合比较后确定处置对象和处置价格，具备公允性、合理性。

报告期内，租金收入主要是发行人出租部分土地、房产的收入，对应成本为出租物折旧摊销成本。2020 年下半年开始对外出租部分老旧闲置房产，因使用年限长，折旧摊销金额小，对应成本低；同时 2020 年末增加出租格莱斯物业厂房，导致 2021 年租金收入明显增加；以及 2021 年末转让格莱斯物业后，2022 年租金收入减少。其中，2021 年租金收入毛利率较低，主要因为格莱斯物业厂房相对较新，当期对应折旧摊销成本有所增加。

报告期内，软件服务收入主要是发行人向经销商收取快绘软件（用于模拟瓷砖铺贴效果和计算瓷砖需求量，可辅助经销商门店拓展客户销售）和经销商系统的使用费以及向供应商收取供应商系统的使用费，对应成本则主要是发行人向软件开发单位租用快绘软件的费用。2022 年和 2023 年 1-6 月软件服务收入下降，主要是受下游市场波动影响，经销商为控制经营成本，减少快绘软件采购所致。

另外，煤副产品收入主要是发行人煤气站产出煤渣和煤焦油等生产废料，2022 年金额有所增加主要系煤焦油市场价格大幅上涨所致，2023 年 1-6 月金额降低主要系发行人增加天然气使用，降低煤气使用，导致煤副产品收入减少；其他收入主要为佛山市新明珠小额贷款有限公司正常业务收入、发行人对经销商提供门店装修等咨询服务收入等，2020 年其他收入金额较高，主要是当期佛山市新明珠小额贷款有限公司形成收入较高，佛山市新明珠小额贷款有限公司已于 2021 年注销。

2、废旧物资处置已完整入账

发行人制定了《废旧物资管理制度》，对废旧物资的管理流程、处置流程、交易规范等进行严格把控，具体如下：

活动	流程和内部控制	相关单据
物资收集	在日常经营活动中出现更替的零部件以及拆除的旧设施设备，由相应管理部门填报《报废/维修申请单》，部门主管审批通过后进行更换或拆除，并将废旧物资交由仓库管理员办理转交手续，并转运到规定的废旧物资仓库。	报 废 维 修 申 请 单

活动	流程和内部控制	相关单据
物资处置	1、当出售废旧物资时，废旧物资部填写《废品处理申报单》，提交行政总监审核、总经理审批后，进行变卖处理； 2、废旧物资部与客户联系征询报价，并把相关情况形成报告交由行政总监、总经理审批； 3、由废旧物资管理部填写《废品发货单》交由部门主管、总经理审批，仓管员确认后，安排废旧物资出库。	废品处理申报单、废品发货单
会计核算	废旧物资出入库时，财务人员进行会计核算并交由财务经理审核； 收到处置款时，由出纳登记、财务人员进行会计凭证编制，交由财务经理审核。	发货单

经核查，发行人严格执行内部控制制度，废旧物资处置均已完整入账。

（二）结合生产特点说明是否存在生产废料及其处理情况

发行人生产过程中产生的废料主要是粉料、煤渣、煤焦油等，在主要生产过程中的砖坯制造、砖坯施釉、窑炉烧成等流程产生，具体如下：

1、在砖坯生产环节，经过球磨制浆、浆料过筛除铁、喷雾塔制粉、粉料陈腐等生产工艺后形成砖坯，对于成型车间形成的不合格砖坯，通过再次投入球磨循环利用，直至坯料的品质不足以达到发行人要求时形成粉废料，坯料重复利用率较高，坯废料作报废处理。

2、在砖坯施釉环节，将调配后的釉料浇淋于砖坯表面，并完成喷墨印花工序，在此过程中釉料经过回流处理后浇淋，基本不产生废料。

3、在窑炉烧成过程中，公司生产的燃料动力主要由煤、天然气构成，其中煤气站负责水煤浆加工、煤块加工、煤气等制造，为生产车间提供燃料动力，在对煤的加工过程中会形成煤渣、煤焦油等生产废料。煤相关的生产废料处置时，计入到其他业务煤副产品。

4、关于其他生产废料，生产过程中涉及到产生的废纸、废胶等，处置时计入到其他业务废旧物资。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、统计发行人销售额出现大幅减少的客户情况；
- 2、访谈相关业务人员，了解向部分客户销售额大幅减少的背景及影响；
- 3、查阅销售额大幅减少的客户相关合同协议，判断结算方式、账期及收款等重要条款是否发生变更；
- 4、查阅发行人主要客户销售合同，向发行人财务总监了解不同业务收入确认的具体方法、流程控制，并与同行业可比公司进行对比；
- 5、查阅中海地产的销售合同，以及访谈业务人员，了解发行人对中海地产的具体结算方式；
- 6、统计授信经销商的数量、授信额度、对应销售收入、期末应收款项余额及期后回款情况等数据，以及访谈业务人员，了解经销商授信的具体情况；
- 7、统计发行人其他业务收入的具体构成，分析毛利率水平波动的合理性；
- 8、获取报告期内发行人废旧物资处置明细，查阅相关合同，复核废旧物资处置金额的合理性；
- 9、了解废旧物资处置相关内部控制制度及执行情况；
- 10、访谈生产主管、财务人员，了解发行人生产过程中产生废料的流程及处理情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人对部分客户销售金额大幅减少，主要原因包括：因工程客户资信状况原因，发行人主动控制销售金额；因存量项目需求减少，发行人对工程客户销售金额减少；经销商因下游需求波动，向发行人采购金额减少；发行人与经销商基于各自经营考虑，减少合作导致销售额下降。其中因客户资信情况原因的，发行人为降低坏账风险，调整了结算方式、账期及收款，除此之外，发行人对其他原因客户的结算方式、账期及收款不存在重大变化。发行人直销收入确认方法、时点、依据制定合理，相关内控制度健全、合理并得到有效执行，直销收入确认政策符合行业惯例，因此直销收入确认谨慎、合理；

2、发行人与中海地产结算方式、账期及付款约定与发行人其他地产客户无明显差异，且回款及时，销售价格、毛利率与发行人其他主要地产客户保利、美的、华润等不存在明显差异。发行人对中海地产等工程客户销售存在结算信用期，符合行业惯例，同时因发行人承担工程客户销售的运输费用及运营服务费，综合影响下导致发行人向中海地产的销售价格高于向经销商的销售价格，具备合理性；发行人综合考虑经销商合作情况、资信情况、市场地位、经营规模等因素后，对少部分优质经销商提供授信，缓解其资金压力，具备合理性，发行人各期向授信经销商销售收入占比较低，授信额度合理，期后回款情况正常；发行人不存在通过提供账期刺激销售的情形；

3、报告期内，发行人其他业务收入主要为废旧物资处置收入、租金收入、软件服务收入、煤副产品销售收入等，毛利率水平合理；发行人废旧物资处置金额合理，且均已完整入账；发行人生产过程中产生的废料主要是粉料、煤渣、煤焦油等，发行人将坯料废料报废，同时将煤副产品、其他废料等对外销售并计入其他业务收入。

11、关于期间费用

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人销售费用中运营服务费分别为 16,020.42 万元、17,461.98 万元、19,202.75 万元、11,330.55 万元，运营服务费占发行人直营模式工程业务收入的比例分别为 11.87%、11.57%、11.17%和 10.95%。

（2）报告期内，研发费用中直接投入金额分别为 9,539.93 万元、8,306.02 万元、9,182.12 万元、5,905.96 万元。

（3）2019 年，发行人管理费用中股份支付金额为 11,250.20 万元，主要系实施 2019 年第一次股权激励所致，该次股权激励股权公允价值参考同期外部投资者增资价格来确定，相当于 2019 年扣非后归母净利润的 5.95 倍。

请发行人：

（1）结合合同对运营服务费的主要约定，说明运营服务费是否与货款回收相挂钩，地产客户是否均有对应服务商，服务费计提是否充分，服务费规模、服务费率与合同约定的匹配性。

（2）说明研发领料与研发需求匹配性，如何保证研发领料与生产领料严格区分，研发领料形成的成品规模、后续流向及会计处理的合规性。

（3）结合股权激励股权公允价值相关 PE 倍数，同时期可比公司融资估值情况，说明计算股份支付费用所依据的价格是否公允，股份支付费用是否准确。

（4）结合 2019 年引入恒大地产（发行人第一大客户）、居然智居等具有产业背景的外部投资者身份，说明该次增资入股价格的公允性，结合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求说明是否构成股份支付。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合合同对运营服务费的主要约定，说明运营服务费是否与货款回收相挂钩，地产客户是否均有对应服务商，服务费计提是否充分，服务费规模、服务费率与合同约定的匹配性。

（一）结合合同对运营服务费的主要约定，说明运营服务费是否与货款回收相挂钩

报告期内，发行人自营工程业务运营服务合同对运营服务费的主要约定如下：

约定	具体内容
运营服务费	✓ 2020-2021 年：发行人按工程项目实际回笼货款乘以运营服务费率向运营服务商支付运营服务费；如工程项目未能完成合同约定的年任务额的，则运营服务费按 90%计算
	✓ 2022-2023 年：发行人按工程项目实际回笼货款减去产品交付所需费用（包括加工费、运输费等）后乘以运营服务费率向运营服务商支付运营服务费；如工程项目未能完成合同约定的年任务额的，则运营服务费按 85%计算

因此，发行人支付运营服务费与货款回收情况相挂钩，支付运营服务费的前提是实际收到工程方回款。

（二）地产客户是否均有对应服务商，服务费计提是否充分

发行人自营工程模式下房地产客户均有对应运营服务商。房地产客户是建筑陶瓷企业的重要客户，采购规模大，对供应商要求高。因此建筑陶瓷企业与其直接交易，但房地产客户通常项目地遍布全国各地，交易过程中涉及各个项目的供货计划、运输安排、款项催收、售后服务等，对接工作较为繁琐，故建筑陶瓷企业为提高服务质量，一般同时委托运营服务商跟进特定房地产客户或特定项目从产品发货到货款回收的全流程，并在收到房地产客户回款后再向其支付一定比例的运营服务费。运营服务商模式在建筑陶瓷行业普遍存在，同行业可比公司中马可波罗、蒙娜丽莎、东鹏控股也都存在服务商模式。

报告期内，发行人运营服务费计提情况如下：

单位：万元

类别	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
自营工程收入	81,468.07	146,152.98	171,889.74	150,904.38
运营服务费	7,787.15	13,878.81	19,202.75	17,461.98
运营服务费占比	9.56%	9.50%	11.17%	11.57%

在建筑陶瓷行业转型升级的大背景下，发行人为抢占市场先机，同时保持客户粘性，提升客户服务质量，在与运营服务商充分协商的基础上，确定工程项目运营服务费率。报告期内，发行人运营服务费占直销模式下自营工程收入的比例整体保持在一定范围内，2022 年运营服务费率有所下降，主要是运营服务合同对运营服务费计算方式进行调整影响所致。

自营工程模式下，发行人向工程客户完成交货并经工程客户验收合格时，确认销售收入，同时计提对应的运营服务费，计提依据为工程客户的验收单，发行人结合与运营服务商签订的运营服务协议中关于运营服务费率的约定，计算需支付的运营服务费金额，发行人运营服务费已充分计提。

（三）服务费规模、服务费率与合同约定的匹配性

发行人在综合考虑工程项目规模、项目地远近、产品交期和客户特殊要求等因素的基础上，与运营服务商具体协商确定运营服务费率。报告期内，发行人各期前五大运营服务商合计运营服务费金额分别为 17,184.84 万元、17,093.11 万元、12,272.16 万元和 6,135.06 万元，占发行人各期运营服务费金额的比例分别为 98.41%、89.01%、88.42%和 78.78%。对发行人各期前五大运营服务商的运营服务费率与合同约定进行比较如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月前五大运营服务商			
运营服务商	运营服务费	运营服务费率	合同约定对应的服务费率区间
广州恒德建材有限公司	3,904.36	9.56%	7%-10%
重庆三辉建材发展有限公司	1,043.78	9.45%	8%-10%
承德东辉家居建材销售有限公司	524.83	9.49%	8%-10%
佛山市众一建材有限公司	382.62	9.85%	8%-11%
天津轩亚名舍建材有限公司	279.46	9.50%	8%-10%
2022 年前五大运营服务商			
运营服务商	运营服务费	运营服务费率	合同约定对应的服务费率区间
广州恒德建材有限公司	6,317.53	9.44%	7%-10%
重庆三辉建材发展有限公司	2,054.57	9.48%	8%-10%
深圳市华慈实业有限公司	1,727.25	9.73%	6%-13%

佛山市众一建材有限公司	1,448.15	9.52%	8%-11%
佛山市康威陶瓷有限公司	724.67	9.34%	9%-11%（注1）
2021 年前五大运营服务商			
运营服务商	运营服务费	运营服务费率	合同约定对应的服务费率区间
广州恒德建材有限公司	9,912.39	10.83%	9%-12%
重庆三辉建材发展有限公司	3,073.76	11.94%	11%-15%
佛山市众一建材有限公司	2,127.42	10.92%	9%-12%
天津轩亚名舍建材有限公司	1,172.57	12.54%	11%-14%
深圳市华慈实业有限公司	806.97	11.51%	9%-14%
2020 年前五大运营服务商			
运营服务商	运营服务费	运营服务费率	合同约定对应的服务费率区间
广州恒德建材有限公司	12,833.43	11.51%	9%-12%
重庆三辉建材发展有限公司	2,063.75	11.74%	11%-15%
佛山市众一建材有限公司	1,531.30	11.44%	9%-12%
天津轩亚名舍建材有限公司	473.58	12.68%	11%-14%
北京普华永利建材有限公司	282.78	11.06%	9%-12%

注 1：佛山市康威陶瓷有限公司运营服务协议约定按照项目利润（工程合同价-产品生产成本费用-运营成本）的 49%/45%/40% 计算运营服务费，2021 年、2022 年 1-9 月对应运营服务费率分别为 10.87%、9.34%，具体详见问询问题第 4 题回复；

注 2：合同约定对应的服务费率区间已剔除含税影响，同时考虑未完成任务额时需按照 85%或 90%折算、2022-2023 年预计扣除产品交付费用等影响后，进行取整处理。因不同运营服务商服务的地产客户、项目不同，发行人与其协商后合同约定对应的服务费率区间存在差异；

注 3：同一控制下主体已进行合并处理。

如上表所示，发行人各期前五大运营服务商的运营服务费率与合同约定基本一致，具有匹配性。

二、说明研发领料与研发需求匹配性，如何保证研发领料与生产领料严格区分，研发领料形成的成品规模、后续流向及会计处理的合规性。

（一）说明研发领料与研发需求匹配性，如何保证研发领料与生产领料严格区分

报告期内，发行人研发项目主要围绕着工艺及技术开发，旨在推出新产品及提升生产效率，研发领料主要是建筑陶瓷研发所需的坯料、釉料、五金机件等耗材，研发领料与研发需求相匹配。

发行人建立了相关内部控制制度，研发活动的物料领用根据研发项目归集与分摊，生产领料根据生产订单归集与分摊，保证研发领料与生产领料严格区分，具体

如下：

项目	流程	会计核算
研发活动	✓ 研发立项：研发项目责任人通过对市场调研、新技术领域的学习及研究，编制并提交《项目立项可行性研究报告》和《立项申请报告》，经研发部门经理、财务部经理、公司总经理审批后开始实施。 ✓ 物料领用：研发部门根据研发项目需求发起研发领料申请，经研发部门负责人审批，仓管员根据经审核的《领料单》发料。	✓ ERP 系统根据研发部门每月领料数量，按照各物料月末一次加权平均出库价格计算当月研发领料金额。 ✓ 财务人员根据 ERP 系统计算的当月研发领料金额计入研发费用总账，并根据各研发项目实际领料情况登记研发项目台账，分别核算各研发项目的物料耗用。
生产活动	✓ 生产订单：生产部门接到生产订单后进行排单，填写排单计划后交由生产主管审批。 ✓ 物料领用：生产部门根据生产需求发起生产领料申请，经生产主管审批，仓管员根据经审核后的《领料单》安排出库。	✓ ERP 系统根据生产部门每月领料数量，按照各物料月末一次加权平均出库价格计算当月生产领料金额，并在生产订单中核算。

因此，发行人研发活动根据研发项目的需求进行领料，二者相匹配。发行人以 ERP 系统对研发活动和生产活动的物料领用进行管理，相关内部控制制度设计合理，并得到有效执行，能够保证研发领料与生产领料严格区分，不存在研发领料与生产领料混同的情形。

（二）研发领料形成的成品规模、后续流向及会计处理的合规性

发行人研发过程中形成的主要是废品和部分研制成功的新产品试制品。其中发行人研发过程中产生的不符合预期性能和标准的试制半成品及成品，属于研发过程中的合理损耗，通常进行破碎报废处置，无需进行会计处理；报告期内研制成功的新产品试制品数量较少，且主要用于发行人展厅装修展示和赠与经销商用于门店新产品样品展示，未实际对外销售产生收入，未进行会计处理。综上，发行人研发活动形成的成品规模较小，后续流向清晰，会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

三、结合股权激励股权公允价值相关 PE 倍数，同时期可比公司融资估值情况，说明计算股份支付费用所依据的价格是否公允，股份支付费用是否准确。

（一）结合股权激励股权公允价值相关 PE 倍数

2019 年发行人实施第一次股权激励，在确定计算股份支付费用所依据的公允价格时，主要参考 2019 年发行人引入外部机构投资者的入股价格。2019 年，外部机构投资者对发行人进行增资，具体情况如下：

投资者	增资金额 (万元)	增资后 持股比例	入股价格 (元/注册资本)	PE (注)
泰兴加华	36,300.00	5.00%	3.4041	5.95
宁波普罗非	14,534.00	2.00%	3.4074	
共青城齐利	14,534.00	2.00%	3.4074	
恒大地产	13,800.00	1.90%	3.4056	
居然智居	7,267.00	1.00%	3.4074	
合计	86,435.00	11.90%	3.4057	

注：PE 系按照外部机构投资者合计增资金额及增资后持有发行人的股权比例换算的发行人 100%股权价值，与发行人 2019 年扣非后归母净利润 12.21 亿元经计算得到。

（二）同时期可比公司融资估值情况

经检索公开信息，部分同行业或家居建材类可比公司申请上市前引入外部投资者的 PE 情况如下：

公司名称	首次申请 上市时间	入股时间	外部投资者	PE (注 1)
马可波罗	2022 年 5 月	2020 年 11 月	国轩投资	7.43
固克节能 (注 2)	2020 年 10 月	2019 年 09 月	共青城齐利	4.01
		2019 年 09 月	珠海赢股	4.00
		2019 年 09 月	英诺嘉业	4.32
		2019 年 11 月	碧桂园创投	4.64
东鹏控股	2017 年 9 月	2017 年 03 月	SCC Growth I Holdco B, Ltd.	3.75
蒙娜丽莎	2016 年 6 月	2015 年 12 月	杨金毛	5.58
		2015 年 12 月	毛红实	5.58
索菲亚	2011 年 2 月	2009 年 12 月	SOHA LIMITED	2.13

注 1：PE 系按照外部机构投资者合计增资金额及增资后持股比例换算的可比公司 100%股权价

值，与入股当年可比公司归母净利润经计算得到，数据来源于可比公司招股说明书；

注 2：固克节能对共青城齐利、珠海赢股按照入股价格与同期投资者碧桂园创投入股价格差额部分确认股份支付，对英诺嘉业、碧桂园创投入股未确认股份支付；

注 3：除固克节能外，其他可比公司引入外部投资者均未确认股份支付。

如上表所示，与发行人同时期或相近时期引入外部投资者的固克节能、马可波罗等，对应的 PE 倍数与发行人不存在重大差异。家居建材行业因所处发展阶段已较为成熟，且预期行业增长率不高，整体估值水平相对较低，同时可比公司上市前引入投资者需考虑流动性折价等因素，因此对应 PE 倍数较低。

报告期内受房地产市场需求波动和能源价格上涨影响，发行人利润水平有所下降，假设按照 2020-2022 年扣非后归母净利润 9.69 亿元、5.50 亿元和 5.62 亿元测算，外部机构投资者增资价格对应 PE 倍数分别为 7.49 倍、13.20 倍和 12.94 倍。

（三）说明计算股份支付费用所依据的价格是否公允

根据《监管规则适用指引—发行类第 5 号》之“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”规定，确定公允价值，应综合考虑以下因素：（1）入股时期，业绩基础与变动预期，市场环境变化；（2）行业特点，同行业并购重组市盈率、市净率水平；（3）股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标；（4）熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或股权转让价格，如近期合理的外部投资者入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；（5）采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的净资产或账面净资产。判断价格是否公允应考虑与某次交易价格是否一致，是否处于股权公允价值的合理区间范围内。

2019 年发行人实施第一次股权激励，在确定计算股份支付费用所依据的公允价格时，主要参考 2019 年发行人引入外部机构投资者的入股价格，符合“熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格”情形，同时入股价格对应估值情况与同时期或相近时期可比公司申请上市前引入外部投资者的估值情况不存在重大差异，符合“行业特点”。因此，发行人计算股份支付费用所依据的价格具有公允性。

（四）股份支付费用是否准确

2019 年，发行人实施第一次股权激励，设立共富管理、同赢管理两个员工持股

平台对发行人进行增资，合计增资金额为 14,400.00 万元，对应注册资本 8,530.84 万元。本次股权激励为一次授予分期行权，具体情况如下：

分期	业绩考核	服务期	解锁比例	等待期限	分摊依据
第一期	无	无	40%	无	无
第二期	2019 年经审计后扣非净利润 7 亿元，较 2018 年净利润增长 10%		30%	2019 年 7 月至 2019 年 12 月	根据业绩考核条件完成情况，在等待期间内按月分摊
第三期	2020 年经审计后扣非净利润 7.7 亿元，较 2019 年净利润目标增长 10%		30%	2019 年 7 月至 2020 年 12 月	

本次股权激励计划分三期行权，分别对应总激励份额的 40%、30%和 30%，各期相对独立，作为三个独立的股份支付计划进行处理，前两期在 2019 年可行权，第三期在 2020 年可行权。

其中，第一期未设置业绩考核要求，在 2019 年 7 月通过董事会决议后即认为激励对象取得认购资格，无等待期限；第二期以 2019 年业绩作为考核条件，因而激励对象需在 2019 年 12 月 31 日之前为发行人提供服务，等待期限对应为 2019 年 7 月至 2019 年 12 月；第三期以 2020 年业绩作为考核条件，因而激励对象需在 2020 年 12 月 31 日之前为发行人提供服务，等待期限对应为 2019 年 7 月至 2020 年 12 月。

关于股份支付的计算过程如下：

项目	计算过程	
计算股份支付的股份数量（万元注册资本）①	8,036.70	
股份授予价格（元/注册资本）②	1.69	
实际出资金额（万元）③=①*②	13,565.89	
股份公允价格（元/注册资本）④	3.44	
公允价值总额（万元）⑤=①*④	27,646.25	
股份支付费用总额（万元）⑥=⑤-③	14,080.35	
各期确认股份支付费用金额（万元）	2019 年	11,250.20
	2020 年	2,830.15

注 1：计算股份支付的股份数量未包括实际控制人李要持有的合伙企业份额对应部分；

注 2：股权授予价格=14,400 万元/8,530.84 万元注册资本=1.69 元/注册资本。

2019 年股份支付摊销金额：包括 2019 年可行权的第一期、第二期对应激励份额，以及 2020 年可行权的第三期对应激励份额在 2019 年的股份支付摊销额，第三期股份支付摊销 18 个月，其中 2019 年摊销 6 个月，具体股份支付摊销金额=14,080.35*（70%+30%*33%）=11,250.20 万元。

2020 年股份支付摊销金额：包括 2020 年可行权的第三期对应激励份额在 2020 年的股份支付摊销额，第三期股份支付摊销 18 个月，其中 2020 年摊销 12 个月，具体股份支付摊销金额=14,080.35*30%*67%=2,830.15 万元。

综上，发行人本次股权激励的股份支付费用准确。

四、结合 2019 年引入恒大地产（发行人第一大客户）、居然智居等具有产业背景的外部投资者身份，说明该次增资入股价格的公允性，结合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求说明是否构成股份支付。

（一）结合 2019 年引入恒大地产（发行人第一大客户）、居然智居等具有产业背景的外部投资者身份，说明该次增资入股价格的公允性

2019 年发行人引入外部机构投资者，入股价格系综合考虑发行人所处行业、成长性、未来盈利能力等多种因素后，与发行人充分协商后确定。关于本次入股价格对应 PE 倍数情况、与同行业公司比较情况、考虑发行人报告期内利润下降后测算的 PE 倍数情况等，详见本问询问题之“三”之“（二）”回复。

外部机构投资者中，泰兴加华的穿透基金管理人系加华资本管理股份有限公司（以下简称“加华资本”），加华资本创立于 2007 年，系专注于中国大消费与现代服务产业投资的专业投资机构，部分投资案例包括东鹏饮料（605499.SH）、来伊份（603777.SH）、爱慕股份（603511.SH）、巴比食品（605338.SH）、洽洽食品（002557.SZ）、加加酱油（002650.SZ）、居然之家（000785.SZ）、美团点评（03690.HK）等，泰兴加华入股发行人前后，加华资本及其关联方与发行人均未发生购销交易，属于财务投资者，其入股价格具有公允性。

除泰兴加华外，宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产、居然智居作为具有产业背景的外部投资者，其入股价格与泰兴加华基本一致，具有公允性。

综上，发行人本次引入外部机构投资者的增资入股价格具有公允性。

（二）结合《监管规则适用指引——发行类第5号》的要求说明是否构成股份支付

根据《监管规则适用指引——发行类第5号》之“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”规定，发行人客户、供应商入股的，应综合考虑购销交易公允性、入股价格公允性等因素判断。购销交易价格与第三方交易价格、同类商品市场价等相比不存在重大差异，且发行人未从此类客户、供应商获取其他利益的，一般不构成股份支付。购销交易价格显著低于/高于第三方交易价格、同类商品市场价等可比价格的，客户、供应商入股价格未显著低于同期财务投资者入股价格的，一般不构成股份支付。

发行人本次引入的外部机构投资者中，具有产业背景的外部投资者宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产、居然智居或其关联方报告期内曾与发行人存在购销交易，但购销交易价格与第三方交易价格、同类商品市场价等相比不存在重大差异，且宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产、居然智居的入股价格与同期财务投资者泰兴加华的入股价格基本一致，发行人亦未就入股事宜与宁波普罗非、共青城齐利、恒大地产、居然智居或其关联方达成业务资源、销售等合作约定，因此符合《监管规则适用指引——发行类第5号》的要求，不构成股份支付。

五、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人与运营服务商签署的运营服务协议，了解合同约定，结合发行人运营服务费明细，查看不同运营服务商所服务的工程客户名称、运营服务费计提情况，并抽查发行人支付给运营服务商的运营服务费相关单据；
- 2、获取发行人运营服务费明细，分析自营工程收入与运营服务费匹配情况；
- 3、统计报告期内发行人各期前五大运营服务商运营服务费规模、运营服务费率及与合同约定的匹配情况；
- 4、访谈发行人研发部门负责人，了解发行人与研发相关内部控制制度的运行有效性，了解研发领料与生产领料及相关成本费用的区分标准；

5、查阅发行人研发开发管理制度，了解生产成本、研发费用归集情况，核实研发费用的核算是否准确、完整；

6、检索可比公司的招股说明书，查看其首次申请上市前引入外部投资者情况，对比分析发行人引入外部机构投资者的入股价格的公允性；

7、检查发行人股权激励方案、合伙协议、股东会决议文件等资料。了解发行人股权激励的具体内容，包括但不限于涉及的激励对象范围、入股时间、入股价格、股份锁定安排、解除限制条件等；

8、结合发行人引入外部机构投资者、实施股权激励情况，判断是否构成股份支付，检查计算股份支付费用所依据的价格是否公允，检查股份支付的会计处理是否符合企业会计准则的相关规定，检查股份支付费用计算是否准确。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人支付运营服务费与货款回收情况相挂钩，支付运营服务费的前提是实际收到工程方回款；发行人自营工程模式下房地产客户均有对应运营服务商；发行人向工程客户完成交货并经工程客户验收合格时，确认销售收入，同时计提对应的运营服务费，运营服务费计提充分；发行人运营服务费规模、运营服务费率与合同约定基本一致，具有匹配性；

2、发行人研发领料与研发需求相匹配；发行人以 ERP 系统对研发活动和生产活动的物料领用进行管理，相关内部控制制度设计合理，并得到有效执行，能够保证研发领料与生产领料严格区分；发行人研发活动形成的成品规模很小，后续流向清晰，会计处理符合企业会计准则的相关规定；

3、发行人计算股份支付费用所依据的价格公允，股份支付费用准确；

4、发行人 2019 年引入外部机构投资者的增资入股价格公允，符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的要求，不构成股份支付。

12、关于主营业务毛利率

申报材料显示：

（1）报告期各期，若将 2019 年对外销售运输费调整至主营业务成本，主营业务毛利率分别为 34.38%、34.82%、29.73%、23.26%，2021 年以来毛利率下降，主要系煤和天然气的市场价格持续上涨，对建筑陶瓷行业的整体毛利率水平产生较大影响。

（2）直销客户中，报告期内，发行人房地产商单价分别为 42.84 元/平方米、42.26 元/平方米、44.87 元/平方米和 42.58 元/平方米，毛利率分别为 45.56%、34.52%、29.29%和 22.43%；对施工单位及家装公司单价分别为 34.64 元/平方米、33.98 元/平方米、35.01 元/平方米和 34.89 元/平方米，毛利率分别为 37.60%、28.22%、24.48%和 19.11%。

请发行人：

（1）结合原材料价格变动趋势、产品定价等情况分析主营业务毛利率 2021 年以来下降的合理性，是否存在毛利率持续下滑的风险。

（2）说明直销客户中发行人对两类客户销售单价、毛利率水平存在较大差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合原材料价格变动趋势、产品定价等情况分析主营业务毛利率 2021 年以来下降的合理性，是否存在毛利率持续下滑的风险。

（一）结合原材料价格变动趋势、产品定价等情况分析主营业务毛利率 2021 年以来下降的合理性

报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 34.82%、29.73%、22.88%和 25.64%，发行人主要产品的毛利率情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
陶瓷砖	23.16%	20.51%	27.87%	34.22%

陶瓷板材	31.89%	29.33%	38.12%	41.99%
合计	25.62%	22.87%	29.69%	34.84%

注：发行人主营业务收入中还包括其他产品收入，主要为卫浴产品等销售收入，金额很小，对主营业务毛利率影响很小，不对其进行单独分析。

2020-2022 年，发行人主营业务毛利率呈下降趋势，主要是受到陶瓷砖、陶瓷板材销售价格下降以及能源采购成本持续上涨推动生产成本增加所致。2023 年 1-6 月，发行人主营业务毛利率由降转升，主要是能源采购成本有所下降所致，具体分析如下：

1、产品销售定价

报告期内，发行人主要产品的销售均价情况如下：

单位：元/平方米

项目	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
陶瓷砖	32.37	-4.62%	33.94	-3.55%	35.19	-0.43%	35.34
陶瓷板材	61.86	-1.86%	63.04	-11.83%	71.50	-34.79%	109.65
合计	37.38	-3.46%	38.72	0.10%	38.68	3.54%	37.36

报告期内，发行人陶瓷砖销售单价基本保持稳定，受下游市场需求波动、行业竞争加剧等因素影响，发行人部分产品以促销价格抢占市场份额，2022 年和 2023 年上半年销售单价略有下降。而陶瓷板材则处于市场快速扩张阶段，发展初期销售单价较高，相较陶瓷砖溢价明显，随着市场不断发展，参与竞争企业增多，且生产成本随着规模效应的显现而下降，因而销售单价持续下降，2022 年陶瓷板材销售单价下降幅度有所收窄，2023 年上半年基本保持稳定。

报告期内，发行人陶瓷砖销售单价基本保持稳定，陶瓷板材销售单价呈现下降趋势，但陶瓷板材销售单价明显高于陶瓷砖，而发行人报告期内陶瓷板材销售占比持续提升，因而发行人产品整体销售单价保持稳定。

2、原材料及能源价格变动

报告期内，发行人主要产品单位成本情况如下：

单位：元/平方米

项目	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本	变动率	单位成本
陶瓷砖	24.88	-7.78%	26.98	6.30%	25.38	9.19%	23.24
陶瓷板材	42.13	-5.43%	44.55	0.68%	44.25	-30.44%	63.61
合计	27.81	-6.90%	29.87	9.82%	27.20	11.73%	24.34

2020-2022 年，发行人主要产品单位成本持续上涨。对于陶瓷砖，因受能源采购成本上涨影响，从 2021 年开始单位成本持续上涨。对于陶瓷板材，2021 年单位成本明显下降，主要是发行人产量提升带来的规模生产效应显现，以及发行人不断优化原料配方构成，导致能源成本、材料成本、折旧成本水平等下降所致，2022 年随着能源采购成本进一步上涨，陶瓷板材单位成本相比 2021 年有所增加。2023 年 1-6 月，发行人主要产品单位成本下降，主要是能源成本下降所致。

报告期内，发行人主要原材料和能源采购价格变动情况如下：

采购项目	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
	价格	变动	价格	变动	价格	变动	价格
坯料（元/吨）	124.70	1.13%	123.30	-13.00%	141.72	-11.37%	159.90
釉料（元/KG）	2.76	-7.65%	2.99	4.61%	2.86	2.51%	2.79
天然气（元/立方米）	3.60	-14.87%	4.23	33.89%	3.16	47.66%	2.14
煤（元/吨）	1,251.89	-8.76%	1,372.08	23.81%	1,108.20	51.25%	732.69
电（元/千瓦时）	0.68	5.85%	0.64	14.98%	0.56	5.66%	0.53

报告期内，发行人坯料采购价格总体保持稳定，2021 年和 2022 年采购价格有所下降，主要系坯料采购结构变化所致；发行人釉料采购价格总体保持稳定，2022 年采购价格有所上升，主要系釉料受上游原材料价格上涨其采购均价有所上涨，2023 年 1-6 月采购价格有所下降，主要系上游原材料价格有所回落；2021 年和 2022 年，发行人天然气、煤采购均价大幅上涨，均系能源市场价格上升所致，2023 年上半年已出现回落。报告期内，发行人自产成本中能源成本占比较大，2021 年和 2022 年天然气、煤采购均价大幅上涨，导致发行人生产成本持续上涨，压缩了毛利空间，是 2021 年和 2022 年发行人毛利率出现下降的主要原因；2023 年上半年天然气、煤采购均价出现回落，有效缓解了发行人生产成本压力，因此毛利率出现回升。

报告期内，假设发行人天然气、煤的采购价格均保持在 2020 年采购价格水平，测算发行人毛利率水平如下：

能源	项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
天然气	采购价格（元/立方米）	3.60	4.23	3.16	2.14
	采购量（万立方米）	11,672.46	23,604.36	25,169.93	12,279.79
煤	采购价格（元/吨）	1,251.89	1,372.08	1,108.20	732.69
	采购量（万吨）	18.72	43.81	58.46	78.86
主营业务成本影响额（万元）		26,781.55	77,364.30	47,626.09	-
主营业务毛利率影响		7.33%	10.49%	5.65%	-
模拟测算主营业务毛利率		32.97%	33.38%	35.38%	34.82%

注 1：主营业务成本影响额=（当期采购价格-2020 年采购价格）*当期采购数量；

注 2：主营业务毛利率影响=主营业务成本影响额/当期主营业务收入；

注 3：模拟测算主营业务毛利率=当期主营业务毛利率+主营业务毛利率影响。

如上表所示，报告期内假设能源价格不变，测算发行人主营业务毛利率基本保持稳定，因此能源价格变动是影响发行人主营业务毛利率变动的主要因素。

（二）是否存在毛利率持续下滑的风险

受国际紧张局势的不确定性影响，全球和中国能源市场供需变动造成能源价格处于波动状态，对发行人毛利率造成了明显不利影响。若未来市场竞争加剧，或原材料和能源价格进一步上升，发行人主要产品毛利率可能面临进一步下滑的风险。发行人具备较为雄厚的盈利基础，报告期内随着生产成本上升，不断优化生产效率，一定程度上能承受和减少上述不利影响。

2023 年上半年，发行人主要能源天然气、煤采购价格相较 2022 年采购价格已有所回落，预计能源价格继续大幅上涨的可能性较小。2023 年上半年发行人主营业务毛利率为 25.64%，相较 2022 年增长 2.76%，发行人毛利率已基本企稳并同比回升。

二、说明直销客户中发行人对两类客户销售单价、毛利率水平存在较大差异的原因及合理性。

报告期内，发行人主要直销客户对应产品单价、毛利率、结算政策、信用政策

比较情况如下：

类型	产品单价	毛利率	结算政策	信用政策
房地产商	报告期单价分别为42.26 元/平方米、44.87 元/平方米、41.77 元/平方米和39.21 元/平方米	报告期毛利率分别为34.52%、29.29%、21.32%和 22.78%	主要包括商业承兑汇票、银行承兑汇票、银行转账	赊销模式，定期对账，按工程进展分期付款，账期因项目不同而有差异，平均账期1 年左右
施工单位及家装公司	报告期单价分别为33.98 元/平方米、35.01 元/平方米、35.28 元/平方米和34.44 元/平方米	报告期毛利率分别为28.22%、24.48%、16.14%和 19.08%	主要为银行转账，包括部分银行承兑汇票	赊销模式，定期对账，具体账期在 1-3 个月不等

发行人房地产商和其他直销客户在产品品质和服务要求，以及结算政策和信用政策方面有所不同，是导致销售单价、毛利率水平差异的主要原因。在产品品质和服务要求方面，房地产商对产品品质、生产线产能的配置和保证、销售服务的配备和及时响应均有着相比其他直销客户更高的要求。在结算政策方面，房地产商因其采购规模大，使用多种结算方式，包括商业承兑汇票、银行承兑汇票、银行转账，而施工单位及家装公司因其采购规模相对较小，主要通过银行转账及银行承兑汇票进行结算。在信用政策方面，房地产商因其采购规模大，账期整体显著较长，施工单位及家装公司则因采购规模小，账期整体较短。因产品品质、服务要求差异，以及信用风险差异等原因，发行人向房地产商销售的产品价格整体更高，并对应实现更高的毛利率水平。

综上，发行人不同类型直销客户因其不同的采购特点，导致双方协商形成了不同的供货产品、服务要求以及结算、信用政策，从而在销售单价、毛利率水平上存在较大差异，具有合理性。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人的销售明细表，分析发行人主要产品的销售均价、单位成本变动情况，以及对毛利率的影响；

2、获取发行人的采购明细表，分析主要原材料、能源采购均价变动情况；

3、获取发行人的销售明细表，统计发行人不同类型直销客户销售数据，对比分析，了解差异原因及合理性；

4、查阅发行人不同类型直销客户销售合同及访谈纪要，查询其工商信息，并了解其在结算政策、信用政策等方面的区别。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、2021 年和 2022 年发行人主营业务毛利率下降，主要受天然气、煤等能源价格上涨影响，导致发行人生产成本持续上涨，压缩了毛利空间，具有合理性；若未来市场竞争加剧，或原材料和能源价格进一步上升，发行人主要产品毛利率可能面临进一步下滑的风险；2023 年上半年天然气、煤采购价格相较 2022 年已有所回落，预计能源价格继续大幅上涨的可能性较小，2023 年上半年发行人毛利率已基本企稳并同比回升；

2、发行人不同类型直销客户因其不同的采购特点，导致双方协商形成了不同的供货产品、服务要求以及结算、信用政策，从而在销售单价、毛利率水平上存在较大差异，具有合理性。

13、关于应收账款和应收票据

申报材料显示：

(1) 报告期各期末，发行人对恒大应收款项规模分别为 125,221.09 万元、140,689.15 万元、120,322.83 万元、120,160.16 万元。发行人将恒大认定为存在较大信用风险，从 2020 年末开始对其应收款项单项计提减值准备，2020 年末、2021 年末、2022 三季度末单项计提比例分别为 40.00%、90.00%、90.00%，计提恒大相关减值准备对发行人利润影响较大。

(2) 2019 年，部分经销商与发行人协商通过开具商业承兑汇票的方式支付一部分货款，发行人从相关经销商收取的合计 21,880.00 万元的商业承兑汇票按照票面金额等额转让给关联方叶盛商业保理；2021 年 10 月 31 日，发行人与叶德林签署了四份《债权转让协议》，分别就发行人对广州恒大材料设备有限公司等 4 家债务人合计 58,723.17 万元的应收账款权益等额作价、有条件转让给叶德林。

请发行人：

(1) 说明报告期内发行人是否存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，如存在，说明具体情况，终止确认是否符合《企业会计准则》的规定；2021 年向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益的作价情况、会计处理和主要财务影响，是否终止确认相关应收账款。

(2) 结合恒大集团债务重组进展、期后回款比例，说明 2021 年末对其应收款项按 90%计提坏账的依据及充分性；模拟测算对恒大地产应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人经营业务的影响，是否对满足发行上市条件构成重大不利影响。

(3) 说明 2019 年向关联方叶盛商业保理等额转让相关商业承兑汇票的原因及财务影响，转让定价的公允性，结合票据的实际支付情况，测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期内发行人是否存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，如存在，说明具体情况，终止确认是否符合《企业会计准则》的规定；2021 年向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益的作价情况、会计处理和主要财务影响，是否终止确认相关应收账款。

（一）说明报告期内发行人是否存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，如存在，说明具体情况，终止确认是否符合《企业会计准则》的规定

1、报告期内发行人对应收账款除正常回款以外的终止确认情形

报告期内，发行人存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，全部是发行人应收账款保理业务下无追索权的保理业务，具体情况：

单位：万元

项目	是否有追索权	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
终止确认的应收账款金额	否	6,538.97	14,466.02	20,005.54	16,673.56
与终止确认相关的损失	-	-260.05	-598.44	-1,013.01	-1,129.19
占应收账款期末余额的比例	-	2.31%	5.28%	8.13%	13.52%
平均保理费率	-	3.98%	4.14%	5.06%	6.77%

发行人工程客户主要为各大房地产公司，由于其资金预算及支出、项目结算的审批程序较为严格，导致整体付款期限较长，部分房地产公司资金周转紧张，导致发生付款拖延。因此存在部分房地产公司指定保理机构向供应商进行付款，以及发行人将部分应收账款进行保理，同行业可比公司也存在类似情形。

报告期内，发行人终止确认的应收账款保理主要涉及客户为中海、龙湖、万科等地产客户，保理机构主要包括工商银行、建设银行等商业银行以及深圳市柏霖汇商业保理有限公司、深圳前海联捷商业保理有限公司、深圳市前海一方恒融商业保理有限公司等商业保理公司。报告期内，发行人平均保理费率在 3%-7%之间，属于市场正常保理费率水平，具有合理性。

2、终止确认是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》第七条，“企业在发生金融资产转移时，应当评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：（1）企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当终止确

认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。（2）企业保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当继续确认该金融资产。”

报告期内，发行人对产生的应收账款保理业务，根据是否拥有追索权进行不同的会计处理：（1）对于无追索权的应收账款保理业务，发行人在签订保理合同时暂不进行会计处理，待保理合同签署完毕并收到保理款项后将对应债务人的应收账款予以终止确认；（2）对于附有追索权且期末追索权尚未到期的应收账款保理业务，发行人对应收账款不进行终止确认，按照收到保理款项的金额计入短期借款，同时针对上述应收账款可能存在的信用风险计提坏账准备。

根据《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）文件规定，发行人在应收账款因保理业务终止确认时，将收到的保理款项与应收账款原账面价值之间的差异计入投资收益（损失）列示。

综上，发行人报告期内对应收账款保理业务下无追索权的保理业务，终止确认对应的应收账款，并确认相关损失，符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）2021 年向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益的作价情况、会计处理和主要财务影响，是否终止确认相关应收账款

1、2021 年向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益的作价情况

2021 年 10 月 31 日，发行人与叶德林签署了四份《债权转让协议》，分别就发行人对广州恒大材料设备有限公司、广州恒隆设备材料有限公司、广州恒乾材料设备有限公司和海南恒乾材料设备有限公司（以下简称“债务人”）合计 58,723.17 万元的应收账款权益（以下简称“债权标的”）等额作价、有条件转让给叶德林，并约定债权转让款的支付方式为：在叶德林收到债务人任一笔债权标的的偿还款项后 3 个工作日内，叶德林向发行人等额支付债权转让款；在叶德林未收到债务人对债权标的的偿还款项的情况下，叶德林就未收到债务人偿还欠款的对应债权标的无需向发行人支付任何债权转让款。

发行人向叶德林等额作价转让应收账款权益具体如下：

单位：万元

债务人名称	应收款项			作价金额
	应收账款	应收票据	合计	

债务人名称	应收款项			作价金额
	应收账款	应收票据	合计	
广州恒大材料设备有限公司	14,743.37	32,733.50	47,476.87	47,476.87
广州恒乾材料设备有限公司	1,349.71	4,337.38	5,687.09	5,687.09
广州恒隆设备材料有限公司	1,346.85	2,229.19	3,576.04	3,576.04
海南恒乾材料设备有限公司	623.08	1,360.09	1,983.17	1,983.17
合计	18,063.01	40,660.16	58,723.17	58,723.17

截至 2023 年 6 月 30 日，债务人应收款项均已逾期未收回，根据发行人与叶德林签订的《债权转让协议》约定，叶德林未向发行人支付任何债权转让款。

2、会计处理和主要财务影响，是否终止确认相关应收账款

根据《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》第七条，“企业在发生金融资产转移时，应当评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：（1）企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。（2）企业保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当继续确认该金融资产。”

发行人将对债务人的应收账款权益等额作价转让给叶德林后，根据发行人与叶德林签订的《债权转让协议》约定，发行人实际上并未将对债务人的该部分应收账款权益的风险和报酬进行转移，仍保留对该部分应收账款权益的控制，且承担该部分应收账款权益无法收回的风险，因此未终止确认相关应收款项，并对该部分应收款项继续按照发行人账龄计算方法以及坏账计提政策进行后续计量，符合《企业会计准则》的相关规定。

二、结合恒大集团债务重组进展、期后回款比例，说明 2021 年末对其应收款项按 90%计提坏账的依据及充分性；模拟测算对恒大地产应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人经营业务的影响，是否对满足发行上市条件构成重大不利影响。

（一）结合恒大集团债务重组进展、期后回款比例，说明 2021 年末对其应收款项按 90%计提坏账的依据及充分性

1、恒大集团债务重组进展

2020 年 9 月起，恒大出现大额债务无法偿还，尽管在其随后进行债转股后债务

危机暂时缓解，但各种迹象显示恒大的流动性出现明显风险，恒大已实质发生债务危机。

报告期内，恒大资信情况不断恶化，根据权威机构的最新评级结果，标普于 2021 年 9 月 15 日对其信用评定为 CC，穆迪于 2021 年 9 月 7 日对其信用评定为 Ca，评级结果全面下调。

2021 年 12 月 3 日，恒大首次正式公告到期债务无法兑付；2021 年 12 月 6 日，恒大正式公告成立风险化解委员会；2022 年 1 月 26 日，恒大公告计划将于未来 6 个月提出初步重组方案；2023 年 3 月 22 日，恒大发布境外债务重组方案，要求境外债权人于 2023 年 4 月 27 日前选择重组方案并完成重组支持协议的签订，后公告延长期限至 2023 年 5 月 18 日；2023 年 7 月，恒大境外债务重组方案通过法院召集聆讯，公告将于 2023 年 8 月 22 日、23 日召开协议安排会议，届时债权人将对境外债务重组方案进行审议，后公告会议延期至 2023 年 9 月 25 日、26 日召开，并拟于 2023 年 10 月 3 日、5 日、16 日、17 日安排法院批准聆讯；2023 年 9 月 22 日，恒大公告鉴于恒大目前经营情况以及与其顾问及债权人协商，将取消 2023 年 9 月 25 日、26 日协议安排会议的召开，且暂未明确重新召开协议安排会议的时间；2023 年 9 月 24 日，恒大公告由于自身主要附属公司被立案调查，故无法满足债务重组下发行新票据的资格；2023 年 10 月 20 日，恒大公告将取消原定于 2023 年 10 月 16 日、17 日的批准聆讯，并无限延期 2023 年 10 月 3 日、5 日的批准聆讯。根据重组方案说明，基于重组不成功且恒大被迫清算的情况，境外债权人的预估回收率在 2.05%-9.34%之间。目前恒大仍未公布境内债务重组方案，根据恒大公告说明，2022 年已先后完成 9 支境内公司债券本金（涉及金额 535 亿元）和利息（涉及金额 37.03 亿元）的展期（6 个月至 1 年不等），境内债务重组情况与境外存在较大差异。

2、期后回款比例

报告期各期末，恒大应收款项（包括应收账款和应收商业承兑汇票）的期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应收款项原值	120,458.09	120,281.02	120,322.83	140,689.15
期后回款比例	0.43%	0.48%	0.73%	60.55%

注 1：上述期后回款日期均截至 2023 年 8 月 31 日；

注 2：恒大爆发债务危机后，发行人与恒大采取现款现货方式结算，现款现货模式下现金流入不纳入回款统计范围。

报告期内，恒大回款均为现金，未有其他方式回款。如上表所示，发行人截至 2020 年 12 月 31 日对恒大应收款项余额的期后回款比例为 60.55%。从 2021 年开始，恒大爆发债务危机后基本停止了对供应商前期应收款项余额的支付，因此 2021 年末、2022 年末、2023 年 6 月末恒大应收款项余额的期后回款比例很低。

3、2021 年末对其应收款项按 90%计提坏账的依据及充分性

发行人结合恒大集团经营情况和债务重组进度、恒大地产对发行人期后回款情况、所持发行人股权质押情况、同行业可比公司减值计提情况等因素，综合判断后确定对恒大应收款项的坏账计提政策。

发行人将恒大认定为存在较大信用风险，从 2020 年末开始对其应收款项单项计提减值准备，具体计提情况如下：

单位：万元

项目	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应收款项原值	120,458.09	120,281.02	120,322.83	140,689.15
减值准备	108,412.28	108,252.92	108,290.54	56,275.66
减值计提比例	90%	90%	90%	40%

2020 年 12 月发行人对恒大应收票据首次出现逾期，发行人从 2020 年末开始对恒大应收款项单项计提减值准备，发行人管理层主要结合对恒大的信用风险判断，以及期末恒大应收款项期后回款情况，确定减值计提比例为 40%。2021 年末恒大应收款项余额减值计提比例确定为 90%，系考虑了恒大地产以其所持发行人股权提供质押等，以及参考同行业可比公司的减值计提比例情况，充分计提了减值准备。

经查阅招股说明书、上市公司披露公告等，同行业可比公司以及其他恒大供应商上市公司对恒大应收款项单项计提减值准备的具体情况如下：

可比公司	2023 年 1-6 月	2022 年末	2021 年末	2020 年末
马可波罗	未披露	80%	80%	40%
东鹏控股	未披露	未披露	80%	未单项计提
蒙娜丽莎	未披露	未披露	50%	未单项计提

可比公司	2023 年 1-6 月	2022 年末	2021 年末	2020 年末
箭牌家居	100%	100%	100%	未单项计提
中衡设计	82.27%	80.96%	80%	未单项计提
江山欧派	80%	80%	20%	未单项计提
皮阿诺	80%	80%	80%	未单项计提
三棵树	未披露	65%	65%	未单项计提
中天精装	100%	100%	100%	未单项计提
发行人	90%	90%	90%	40%

注：数据来源于可比公司招股说明书、定期报告。

与可比公司相比，发行人 2020 年末对恒大应收款项按照 40%比例单项计提减值，与马可波罗一致；2021 年末进一步将减值计提比例提高到 90%，略高于包括马可波罗、东鹏控股、蒙娜丽莎在内的大部分可比公司。

此外，发行人已加大对恒大应收款项的催收力度，并采用包括恒大地产所持发行人股权质押、法律诉讼等方式，以谋求更好保障发行人的利益。

综上，发行人对恒大应收款项的减值准备计提充分。

（二）模拟测算对恒大地产应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人经营业务的影响，是否对满足发行上市条件构成重大不利影响

模拟测算对恒大应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人报告期内经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2023.06.30 /2023 年 1-6 月	2022.12.31 /2022 年	2021.12.31 /2021 年	2020.12.31 /2020 年
应收款项①	120,458.09	120,281.02	120,322.83	140,689.15
目前坏账计提比例②	90%	90%	90%	40%
目前坏账计提金额③=①*②	108,412.28	108,252.92	108,290.54	56,275.66
模拟全额计提坏账比例④	100%	100%	100%	100%
模拟测算需计提坏账金额⑤=①*④	120,458.09	120,281.02	120,322.83	140,689.15
模拟测算前后差异金额⑥=⑤-③	12,045.81	12,028.10	12,032.28	84,413.49
递延所得税的影响金额⑦=⑥*25%	3,011.45	3,007.03	3,008.07	21,103.37

项目	2023.06.30 /2023 年 1-6 月	2022.12.31 /2022 年	2021.12.31 /2021 年	2020.12.31 /2020 年
目前扣非后归母净利润⑧	40,245.50	56,172.53	55,014.49	96,869.54
模拟后扣非后归母净利润⑨=⑧-⑥+⑦	31,211.14	47,151.46	45,990.28	33,559.42

注：假设按 25%的企业所得税税率测算递延所得税影响金额。

如上表所示，模拟测算后发行人报告期内扣非后归母净利润金额分别为 33,559.42 万元、45,990.28 万元、47,151.46 万元和 31,211.14 万元，不会对发行人满足发行上市条件构成重大不利影响。

三、说明 2019 年向关联方叶盛商业保理等额转让相关商业承兑汇票的原因及财务影响，转让定价的公允性，结合票据的实际支付情况，测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额。

（一）说明 2019 年向关联方叶盛商业保理等额转让相关商业承兑汇票的原因及财务影响，转让定价的公允性

2019 年，发行人部分经销商出于资金周转的需求，与发行人协商通过开具商业承兑汇票的方式支付一部分货款，承兑汇票的承兑方为经销商自身。发行人为保障收款的及时性，与关联方佛山市叶盛商业保理有限公司（以下简称“叶盛商业保理”）、相关经销商签署了不附追索权的《保理合同》，将发行人从相关经销商收取的合计 21,880.00 万元的商业承兑汇票按照票面金额等额转让给叶盛商业保理，并约定在转让票据到期后由相关经销商直接与叶盛商业保理进行结算并支付利息费用，发行人不承担任何保理费用。发行人向叶盛商业保理关联转让的商业承兑汇票明细如下：

单位：万元

经销商（承兑方）	金额	占比
重庆三辉建材发展有限公司	6,000.00	27.42%
鑫明珠建材（深圳）有限公司	3,000.00	13.71%
北京远东美居建材有限公司	2,400.00	10.97%
深圳市华慈投资发展有限公司	2,250.00	10.28%
南京茂辉建材有限公司	2,000.00	9.14%
郑州中陶商贸有限公司	1,300.00	5.94%
佛山市众一建材有限公司	1,000.00	4.57%

经销商（承兑方）	金额	占比
南通冠领贸易有限公司	900.00	4.11%
郑州金鹏建材有限公司	600.00	2.74%
浙江培苗装饰材料有限公司	600.00	2.74%
北京普华永利建材有限公司	500.00	2.29%
东莞市厚诚建材有限公司	300.00	1.37%
温州市瓯海东日陶瓷有限公司	300.00	1.37%
茂名市广源陶瓷有限公司	200.00	0.91%
玉林市德灿贸易有限责任公司	180.00	0.82%
宁波市可亿建材有限公司	150.00	0.69%
台州市椒江天童建材有限公司	100.00	0.46%
营口中福实业有限公司	50.00	0.23%
广州市弦卓建材有限责任公司	50.00	0.23%
合计	21,880.00	100.00%

关联保理涉及经销商与发行人均无关联关系。在关联保理之前，发行人对相关经销商的应收款项连续计算并按照组合方式计提减值准备，转让前未发生到期无法偿还的情形，未出现需单项计提减值准备的迹象，对发行人应收款项减值准备无重大影响。发行人通过关联方进行保理，主要考虑保障发行人收款的及时性，发行人向叶盛商业保理转让商业承兑汇票后，终止确认该部分应收款项，除此之外对发行人无其他财务影响，前述商业承兑汇票到期后均已及时结清，不存在到期无法偿还的情形，平均保理费率为 5.86%，属于市场正常保理费率水平，具有合理性。因此，发行人向关联方等额作价转让商业承兑汇票，有利于保障发行人利益，转让定价具有公允性。

（二）结合票据的实际支付情况，测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额

前述转让票据到期后，相关经销商已向叶盛商业保理支付并结清了相关货款和利息费用。2020 年及之后，发行人未再通过关联方进行应收款项保理。

截至 2021 年末，全部转让票据均已结清，其中 2019 年末、2020 年末未结清票据余额分别为 15,250.00 万元、1,600.00 万元。测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额如下：

单位：万元

项目	2020.12.31 /2020 年	2019.12.31 /2019 年
应收款项①	1,600.00	15,250.00
原坏账计提金额②	-	-
模拟测算坏账准备金额③=①*坏账比例	320.00	762.50
模拟测算前后差异金额④=③-②	320.00	762.50
递延所得税的影响金额⑤=④*25%	80.00	190.63
原扣非后归母净利润⑥	96,869.54	122,058.28
调整后扣非后归母净利润⑦=⑥-④+⑤	96,629.54	121,486.40

注 1：假设按 25%的企业所得税税率测算递延所得税影响金额；

注 2：2019 年末、2020 年末相关票据的账龄分别为 1 年以内、1-2 年，对应的坏账比例（预期信用损失率）分别为 5%、20%。

如上表所示，测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额很小，不会对发行人造成重大不利影响。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、取得发行人应收款项保理台账，并与银行流水、应收款项明细进行交叉核对，查阅应收款项保理合同，了解应收款项保理金额、保理费用、是否附追索权以及交易安排；

2、向发行人管理层了解关联交易情况、必要性、合理性；

3、查阅《企业会计准则》中新金融工具准则对于应收款项的相应要求；

4、获取发行人报告期各期末应收款项的期后回收情况；

5、查阅恒大集团相关公告，向发行人了解与恒大往来情况；

6、查阅同行业可比公司招股说明书、定期报告等文件；了解同行业可比公司应收账款、应收票据坏账准备计提政策和具体计提情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人存在对应收账款除正常回款以外的终止确认情形，全部是发行人应收账款保理业务下无追索权的保理业务，相关会计处理符合《企业会计准则》规定；2021 年发行人向实控人叶德林等额作价转让应收账款权益，根据合同约定未满足终止确认条件，发行人未终止确认相关应收账款，相关会计处理符合《企业会计准则》规定；

2、发行人结合恒大集团经营情况和债务重组进度、恒大地产对发行人期后回款情况、所持发行人股权质押情况、同行业可比公司减值计提情况等因素，综合判断后确定对恒大应收款项的坏账计提政策；与可比公司相比，发行人 2021 年末对恒大应收款项减值计提比例为 90%，略高于包括马可波罗、东鹏控股、蒙娜丽莎在内的大部分可比公司，减值准备计提充分；模拟测算对恒大应收款项全额计提、不同时点计提坏账对发行人报告期内经营业绩的影响，不会对发行人满足发行上市条件构成重大不利影响；

3、2019 年发行人向关联方叶盛商业保理等额转让相关商业承兑汇票，主要系考虑发行人收款的及时性，有利于保障发行人利益，转让定价具有公允性；发行人向叶盛商业保理转让商业承兑汇票后，终止确认该部分应收款项，除此之外对发行人无其他财务影响；前述转让票据到期后，相关经销商已向叶盛商业保理支付并结清了相关货款和利息费用；测算如未转让对发行人坏账准备计提的影响金额很小，不会对发行人造成重大不利影响。

14、关于存货

申报材料显示：

（1）发行人存货中，原材料、在产品、发出商品及其他对应库龄均在一年以内，仅库存商品存在库龄超过一年的情况。报告期各期末，库龄超过一年的库存商品金额分别为 6,397.87 万元、8,953.24 万元、11,399.26 万元、12,401.65 万元，对库存商品计提的跌价准备金额分别为 2,108.49 万元、4,022.80 万元、5,524.99 万元、6,484.42 万元。

（2）报告期各期末，发行人存货减值准备实际计提比例低于马可波罗、东鹏控股。发行人认为东鹏控股 1 年以上的库存商品比例较高，因此其对应的存货跌价准备计提比例较高。

请发行人：

（1）说明库龄 1 年以上库存商品对应的存货跌价准备金额占比，结合具体构成说明各期末对库存商品计提存货跌价准备的原因，相应原因是否适用未计提跌价准备的其他存货，对毛利率较低的细分产品的存货跌价准备计提是否充分，发行人对存货计提的跌价准备是否充分。

（2）说明发行人存货跌价准备实际计提比例低于马可波罗、东鹏控股的主要原因，模拟测算按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明库龄 1 年以上库存商品对应的存货跌价准备金额占比，结合具体构成说明各期末对库存商品计提存货跌价准备的原因，相应原因是否适用未计提跌价准备的其他存货，对毛利率较低的细分产品的存货跌价准备计提是否充分，发行人对存货计提的跌价准备是否充分。

（一）说明库龄 1 年以上库存商品对应的存货跌价准备金额占比，结合具体构成说明各期末对库存商品计提存货跌价准备的原因，相应原因是否适用未计提跌价准备的其他存货

1、说明库龄 1 年以上库存商品对应的存货跌价准备金额占比

报告期各期末，发行人库存商品及跌价准备情况如下：

单位：万元

库存商品								
库龄	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1 年以内	77,713.25	88.23%	97,981.50	91.30%	110,775.66	90.67%	80,982.31	90.04%
1 年以上	10,367.07	11.77%	9,331.46	8.70%	11,399.26	9.33%	8,953.24	9.96%
合计	88,080.32	100.00%	107,312.96	100.00%	122,174.92	100.00%	89,935.55	100.00%
跌价准备								
库龄	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	-	-	-	-	-	-	-	-
1 年以上	4,467.77	100.00%	4,466.85	100.00%	5,524.99	100.00%	4,022.80	100.00%
合计	4,467.77	100.00%	4,466.85	100.00%	5,524.99	100.00%	4,022.80	100.00%
计提比例	5.07%	-	4.16%	-	4.52%	-	4.47%	-

如上表所示，发行人计提跌价准备的库存商品库龄均在 1 年以上，报告期内库存商品跌价准备计提比例分别为 4.47%、4.52%、4.16%和 5.07%。

2、结合具体构成说明各期末对库存商品计提存货跌价准备的原因

发行人存货跌价准备计提政策：资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

建筑陶瓷产品具有耐腐蚀、材质坚固、防火防潮等特点，易于保存，减值总体风险较小。发行人根据历史销售数据以及对未来市场的分析，并结合库存商品的状态确定可变现净值，一般库龄在 1 年以内的库存商品，因市场需求旺盛，不存在无法销售或需要大力度打折销售的情形，可变现净值高于存货成本，无需计提跌价准备；一般库龄超过 1 年的库存商品，在实际销售时预计售价相较成本存在一定折价，发行人在考虑库龄较长的库存商品的跌价准备时，结合其长期未结转的原因及实现销售的可能性，充分计提跌价准备。

报告期各期末，发行人库龄 1 年以上的库存商品具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
陶瓷砖	9,600.58	92.60	8,659.66	92.80	10,720.88	94.05	8,255.44	92.21
陶瓷板材	704.46	6.80	627.51	6.72	624.53	5.48	654.29	7.31
其他	62.03	0.60	44.29	0.47	53.85	0.47	43.51	0.49
合计	10,367.07	100.00	9,331.46	100.00	11,399.26	100.00	8,953.24	100.00

如上表所示，发行人库龄 1 年以上的库存商品主要为陶瓷砖，另有部分陶瓷板材，库龄较长一般是因为样式、花色等消费者偏好原因导致消化较慢。建筑陶瓷产品标准化程度较高，发行人一般根据在手订单情况、未来市场需求预测及历史销售情况进行备货，并保持适当的安全库存，因预期偏差、市场需求变化等，导致部分库存商品库龄超过 1 年。对于长期积压的存货，发行人适时执行产品促销活动，以一定优惠力度的价格进行清理，以减少呆滞存货，降低减值风险。

3、相应原因是否适用未计提跌价准备的其他存货

报告期各期末，发行人除库存商品之外，其他存货包括原材料、在产品、发出商品等库龄均在 1 年以内，具体分析如下：

（1）原材料：发行人主要原材料市场供应充足，发行人与主要供应商合作关系稳定，每年签订框架合作协议，具体采购时通过招投标或询价方式确定供应商和采购价格；原材料通用性高，如坭砂、化工料、煤等储存状态良好，不易变质；报告期内可变现净值无明显下跌情形；各期末原材料库龄均在 1 年以内，期后结转情况良好；无明显减值迹象，未计提减值准备，具有合理性。

（2）在产品：发行人销售情况良好，与主要客户的合作关系稳定；发行人主要产品生产周期短，期后在产品结转速度快，期间可变现净值发生重大不利变化的可能性很低；无明显减值迹象，未计提减值准备，具有合理性。

（3）发出商品：发行人发出商品均有对应的客户订单和合同支持；从发货到收入确认时间较短；各期末发出商品余额较低，减值风险较低，未计提减值准备，具有合理性。

综上，发行人对库存商品计提跌价准备的原因，不适用原材料、在产品、发出商品等其他存货，发行人原材料、在产品、发出商品库龄均在1年以内，经减值测试后无明显减值迹象，未计提减值准备，具有合理性。

（二）对毛利率较低的细分产品的存货跌价准备计提是否充分

报告期内，发行人各类细分产品毛利率水平如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
陶瓷砖	23.16%	20.51%	27.87%	34.22%
其中：瓷质有釉砖	24.41%	21.84%	29.61%	36.26%
瓷质无釉砖	19.59%	17.07%	23.62%	30.53%
陶质砖	17.80%	15.76%	23.02%	30.25%
陶瓷板材	31.89%	29.33%	38.12%	41.99%
合计	25.62%	22.87%	29.69%	34.84%

如上表所示，发行人毛利率相对较低的细分产品主要包括瓷质无釉砖、陶质砖，测算瓷质无釉砖、陶质砖各期末可变现净值情况如下：

单位：万元

项目	瓷质无釉砖				陶质砖			
	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末	2023 年 6 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
账面余额	1,552.72	2,080.71	9,581.07	15,257.34	8,753.17	9,177.60	16,698.20	15,805.12
占存货账面余额比例	1.20%	1.40%	5.50%	11.47%	6.77%	6.18%	9.58%	11.88%
毛利率①	19.59%	17.07%	23.62%	30.53%	17.80%	15.76%	23.02%	30.25%
销售费用率②	9.27%	9.03%	8.91%	8.26%	9.30%	9.03%	8.91%	8.26%
税费率③	1.01%	1.12%	0.96%	0.96%	1.01%	1.12%	0.96%	0.96%
可变现净值率 ④=①-②-③	9.31%	6.92%	13.75%	21.31%	7.49%	5.61%	13.15%	21.03%
存货跌价准备 计提比率⑤	6.09%	12.86%	8.25%	5.41%	7.22%	9.23%	5.22%	4.07%
计提存货跌价准备 后的可变现净值率 ⑥=④+⑤	15.40%	19.78%	22.00%	26.72%	14.71%	14.84%	18.37%	25.11%

注：销售费用率取发行人报告期各期销售费用及运输成本之和占营业收入的比率，税费率取发行人报告期各期税金及附加占营业收入的比率。

如上表所示，发行人毛利率相对较低的瓷质无釉砖、陶瓷砖产品各期末可变现

净值率均大于零，未出现重大减值迹象，考虑计提跌价准备后的可变现净值率均较高。此外，前述低毛利率产品实际对外销售所必要销售费用会显著低于测算用的当年综合销售费用率。因此，发行人对毛利率相对较低的瓷质无釉砖、陶瓷砖产品已充分计提跌价准备。

（三）发行人对存货计提的跌价准备是否充分

如前文分析，报告期各期末，发行人原材料、在产品、发出商品等库龄均在 1 年以内，经减值测试后不存在明显减值迹象，因而未计提跌价准备；发行人库存商品中，库龄在 1 年以内的库存商品因市场需求旺盛，不存在无法销售或需要大力度打折销售的情形，因而未计提跌价准备，而库龄在 1 年以上的库存商品在实际销售时预计售价相较成本存在一定折价，发行人结合其长期未结转的原因及实现销售的可能性，已充分计提跌价准备。

报告期内，发行人存货跌价准备计提比例处于同行业可比公司中间水平，具体比较情况如下：

公司名称	2023.06.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	全部存货	库存商品	全部存货	库存商品	全部存货	库存商品	全部存货	库存商品
马可波罗	未披露	未披露	8.87%	9.68%	7.10%	8.76%	6.77%	10.39%
东鹏控股	9.29%	11.54%	6.67%	8.46%	6.70%	8.64%	10.53%	13.40%
蒙娜丽莎	4.90%	6.62%	4.58%	4.59%	2.09%	4.77%	0.75%	2.15%
帝欧家居	6.33%	9.71%	5.79%	8.27%	2.92%	3.23%	2.54%	4.83%
发行人	3.45%	5.07%	3.01%	4.16%	3.17%	4.52%	3.02%	4.47%

注 1：数据来源于可比公司招股说明书、定期披露报告；

注 2：同行业可比公司未披露不同库龄库存商品减值信息。

综上，报告期各期末发行人已对存货充分计提跌价准备。

二、说明发行人存货跌价准备实际计提比例低于马可波罗、东鹏控股的主要原因，模拟测算按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响。

（一）说明发行人存货跌价准备实际计提比例低于马可波罗、东鹏控股的主要原因

发行人存货跌价准备计提比例低于马可波罗、东鹏控股，原因分析如下：

1、东鹏控股

东鹏控股存货跌价准备计提政策：存货跌价准备计提时，判定存货可变现净值主要通过以下方式确定：（1）对于库龄较短的库存商品，其市场需求相对旺盛，主要参照商品市场价格确定对存货的估计售价，可变现净值大多高于存货成本；（2）对于库龄较长的库存商品，考虑到减值风险较高，且清仓销售折扣力度较大，因此所确定的存货估计售价随着实际销售价格的降低而下调。

根据东鹏控股招股说明书，库存商品库龄分布情况如下：

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
1 年以内	67.38%	68.39%	77.77%	73.60%
1 年以上	32.62%	31.61%	22.23%	26.40%

注：数据来源于东鹏控股招股说明书。

如上表所示，东鹏控股 1 年以上的库存商品比例区间为 22%-33%，而发行人报告期内 1 年以上的库存商品比例区间为 8%-11%，相比而言东鹏控股 1 年以上库存商品比例较高，因此其对应的存货跌价准备计提比例较高。

2、马可波罗

马可波罗存货跌价准备计提政策：资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

经检索，马可波罗除披露其存货跌价准备计提数据外，未披露包括库存商品库龄分布情况等其他有助于分析存货跌价准备计提差异原因的相关信息。

综上，发行人存货跌价准备计提政策与东鹏控股、马可波罗不存在明显差异；发行人存货跌价准备计提比例低于东鹏控股，主要与发行人库存商品库龄分布与东鹏控股存在差异有关；因马可波罗未披露其库存商品库龄分布情况或其他详细信息，暂无法比较分析与发行人存货跌价准备计提比例差异原因。

（二）模拟测算按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响

报告期内，模拟测算发行人按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响情况如下：

单位：万元

项目	2023.06.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
发行人存货余额①	129,360.66	148,573.83	174,218.83	133,019.53
发行人存货跌价准备余额②	4,467.77	4,466.85	5,524.99	4,022.80
发行人存货跌价准备计提比例	3.45%	3.01%	3.17%	3.02%
马可波罗存货跌价准备计提比例③	未披露	8.87%	7.10%	6.77%
按马可波罗测算存货跌价准备余额④=①*③	未披露	13,178.50	12,369.54	9,005.42
按马可波罗测算存货跌价准备余额差额⑤=④-②	未披露	8,711.65	6,844.54	4,982.63
按马可波罗测算增加当期资产减值损失金额⑥	未披露	1,867.11	1,861.92	-2,775.76
按马可波罗测算税后净利润影响金额⑦=⑥*0.85	未披露	1,587.04	1,582.63	-2,359.39
东鹏控股存货跌价准备计提比例③	9.29%	6.67%	6.70%	10.53%
按东鹏控股测算存货跌价准备余额④=①*③	12,017.60	9,915.17	11,673.98	14,007.73
按东鹏控股测算存货跌价准备余额差额⑤=④-②	7,549.84	5,448.32	6,148.98	9,984.93
按东鹏控股测算增加当期资产减值损失金额⑥	2,101.52	-700.66	-3,835.95	-1,700.94
按东鹏控股测算税后净利润影响金额⑦=⑥*0.85	1,786.29	-595.56	-3,260.56	-1,445.80
发行人扣非后归母净利润⑧	40,245.50	56,172.53	55,014.49	96,869.54
按马可波罗测算扣非后归母净利润⑨=⑧-⑦	未披露	54,585.49	53,431.86	99,228.93
按东鹏控股测算扣非后归母净利润⑨=⑧-⑦	38,459.21	56,768.10	58,275.04	98,315.33

如上表所示，按马可波罗模拟测算后发行人 2022 年扣非后归母净利润减少 1,587.04 万元，按东鹏控股模拟测算后发行人 2022 年扣非后归母净利润增加 595.56 万元。

综上，模拟测算发行人按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备后，不会对发行人的经营业绩造成明显不利影响。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人各类存货余额明细表，复核其库龄构成情况，了解及分析其波动的原因；

2、了解发行人存货跌价准备计提政策，获取发行人报告期内各期末存货跌价准备计提明细表，复核可变现净值的合理性，核实发行人存货跌价准备计提是否充分、合理；

3、查询同行业可比公司存货跌价准备计提政策、存货跌价准备计提情况，并与发行人进行对比，模拟测算按同行业可比公司实际计提比例计提存货跌价准备对发行人经营业绩的影响。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人计提跌价准备的库存商品库龄均在 1 年以上；库龄超过 1 年的库存商品在实际销售时预计售价相较成本存在一定折价，发行人结合其长期未结转的原因及实现销售的可能性计提跌价准备；库存商品计提跌价准备的原因不适用于原材料、在产品、发出商品等其他存货；发行人已对毛利率相对较低的瓷质无釉砖、陶质砖产品充分计提跌价准备；发行人已对存货充分计提跌价准备；

2、发行人存货跌价准备计提政策与东鹏控股、马可波罗不存在明显差异；发行人存货跌价准备计提比例低于东鹏控股，主要与发行人库存商品库龄分布与东鹏控股存在差异有关；因马可波罗未披露其库存商品库龄分布情况或其他详细信息，暂无法比较分析与发行人存货跌价准备计提比例差异原因；模拟测算发行人按马可波罗、东鹏控股的实际计提比例计提存货跌价准备后，不会对发行人的经营业绩造成明显不利影响。

（本页无正文，为天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）关于《关于新明珠集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件审核问询函的回复》之签章页）

中国注册会计师：



中国注册会计师：



中国注册会计师：





营业执照

(副本)(15-1)

统一社会信用代码

911101085923425568



扫描二维码可
获取更多登
记、备案、许可、
监管信息，体验
更多应用服务。

名称 天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

出资人 邱靖之

经营范围 审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、变更事宜中的审计业务，出具有关报告；税务咨询、税务代理、税务筹划、税务审计、税务设计、会计咨询、会计服务、会计培训、会计软件、应用软件开发、计算机系统服务、数据处理(数据中心的银行、产品、PUE值在1.4以上的云计算数据中心除外)；企业、依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。

出资额 15090万元

成立日期 2012年05月05日

主要经营场所 北京通州运河商务区车公庄西路19号68号楼A-1和



登记机关

2023年01月17日

国家企业信用信息公示系统网址: <http://www.gsxt.gov.cn>

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过
国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制

证书序号: 0000175

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

会计师事务所

执业证书

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

名称：

邱靖之

首席合伙人：

主任会计师：

经营场所：

北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域

特殊普通合伙

组织形式：

11010150

执业证书编号：

京财会许可[2011]0105号

批准执业文号：

2011年11月14日

批准执业日期：

北京市财政局

发证机关：

二〇一八年七月二十六日

中华人民共和国财政部制

韩雁光



中华人民共和国
注册会计师证书

The People's Republic of China
Certificate of Certified Public Accountant



姓 名 韩雁光
Full name 韩雁光
性 别 男
Sex 男
出生日期 1981-08-19
Date of birth 1981-08-19
工作单位 天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)广州分所
Working unit 天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)广州分所
身份证号码 41138119810819001X
Identity card No. 41138119810819001X



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after renewal.



姓名: 韩雁光 7022
会员号: 110002400146

证书编号:
No. of Certificate

110002400146

批准注册协会:
Authorized Institute of CPAs

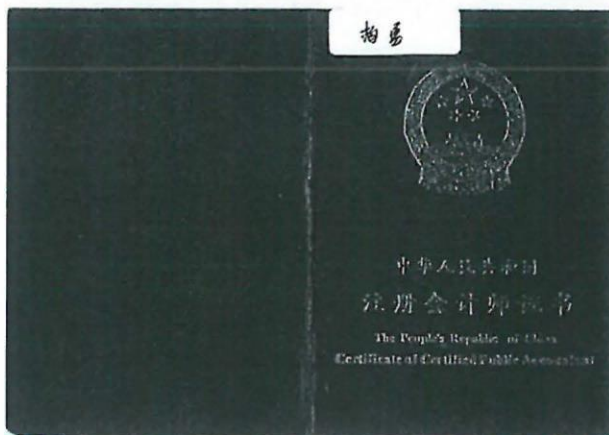
深圳市注册会计师协会

发证日期:
Date of Issuance

2006 年 12 月 31 日
/ / /

年 月 日
/ /

2022 年 8 月换发



姓 名: 杨勇
Full Name: Yang Yong
性 别: 男
Sex: Male
出生日期: 1989-01-20
Date of Birth: 1989-01-20
工作单位: 天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)
Workplace: Tianzhi International Accounting Firm (Special General Partnership)
执业地址: 广州市
Practice Address: Guangzhou
身份证号: 00020199501200154
ID No.: 00020199501200154

天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)
与原件核对一致
(XXV)

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书有效期限一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



杨勇(110101505175), 已通过广东省注册会计师协会2018年度年检登记, 通过文号: 粤注协(2018) 46号。



年 月 日
年 月 日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书有效期限一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



杨勇(110101505175), 已通过广东省注册会计师协会2019年度年检登记, 通过文号: 粤注协(2019) 94号。



年 月 日
年 月 日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书有效期限一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



杨勇(110101505175), 已通过广东省注册会计师协会2020年度年检登记, 通过文号: 粤注协(2020) 132号。



年 月 日
年 月 日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书有效期限一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



杨勇(110101505175), 已通过广东省注册会计师协会2021年度年检登记, 通过文号: 粤注协(2021) 265号。



年 月 日
年 月 日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书有效期限一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



杨勇 110101505175

年 月 日
年 月 日

潘平



中华人民共和国
注册会计师证书
The People's Republic of China
Certificate of Certified Public Accountant



姓名: 潘平
Full name: 潘平
性别: 女
Sex: 女
出生日期: 1986.10.17
Date of birth: 1986.10.17
工作单位: 广东天职国际会计师事务所(普通合伙)
Working unit: 广东天职国际会计师事务所(普通合伙)
身份证号码: 440101198610170022
Identity card No.: 440101198610170022

天职国际会计师事务所(普通合伙)
与原件核对一致
(XV)

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.



证书编号: 110101500982
No. of Certificate: 110101500982

批准注册协会: 广东省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs: 广东省注册会计师协会

发证日期: 2021 年 12 月 01 日
Date of Issuance: 2021 年 12 月 01 日

姓名: 潘平
会员号: 110101500982

年 月 日
/y /m /d